



**HUMANISTINEN  
AMMATTIKORKEAKOULU**

**OPINNÄYTETYÖ**

**(UN)KNOWN FUTURE**

Verkostointitapahtuma piengalleriassa

*Milja Haltsonen ja Satu Kinnunen*

Kulttuurituotanto (240 op)

04 / 2017

# HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Kulttuurituotannon koulutusohjelma

### TIIVISTELMÄ

<b>Työn tekijä</b> Milja Haltsonen ja Satu Kinnunen	<b>Sivumäärä</b> 52 ja 27 liitesivua
<b>Työn nimi</b> (UN)KNOWN FUTURE – verkostointitapahtuma piengalleriassa	
<b>Ohjaava(t) opettaja(t)</b> Jari Hoffrén, Jouni Kärkkäinen	
<b>Työn tilaaja ja/tai työelämäohjaaja</b> Asbestos Art Space	
<b>Tiivistelmä</b> <p>Toiminnallinen opinnäytetyö on Asbestos-kollektiivin tilaama ja se on järjestetty heidän tilassaan Asbestos Art Spacessa Helsingin Vallilassa.</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda piengalleriaan inspiroiva taidetapahtuma-konsepti painottuen kuvataiteeseen, auttaen samalla taiteen eri osa-alueiden tekijöitä verkostoitumaan keskenään. Asbestos Art Space on vain puoli vuotta tuore tila, joten järjestämämme tapahtuman tavoite oli myös hankkia Asbestos Art Spaceen uutta kävijäkuntaa sekä sitouttaa vieraita tilaan.</p> <p>Opinnäytetyö koostuu teoreettisesta, tutkimuksellisesta sekä toiminnallisesta osiosta. Toiminnallisessa osiossa luotiin neljä päivää kestänyt poikkitaiteellinen (UN)KNOWN FUTURE -tapahtuma. Tutkimuksellinen osuus sisälsi benchmarkingia, puolistrukturoidut taiteilijahaastattelut sekä kaksi kyselyä. Kyselyistä ensimmäinen suoritettiin paikan päällä paperiversiona ja jälkimmäinen näyttelyn jälkeen internetissä. Tutkimustulokset analysoitiin ja näin selvisi Asbestos Art Spacen alustava asiakasprofiili hyödynnettäväksi jatkoa ajatellen. Kyselyn tuloksissa kävi ilmi myös se, että ihmiset olivat luoneet tapahtumassa uusia verkostoja ja tapahtuman myötä Asbestos Art Space sai uusia kävijöitä.</p>	
<b>Asiasanat</b> verkostoituminen, tapahtumatuotanto, taidegalleriat	

**HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES**  
**The Degree Programme in Cultural Management**

**ABSTRACT**

<b>Author</b> Milja Haltsonen & Satu Kinnunen	<b>Number of Pages</b> 52 + 27 appendix
<b>Title</b> (UN)KNOWN FUTURE – networking event in a small gallery	
<b>Supervisor(s)</b> Jari Hoffrén, Jouni Kärkkäinen	
<b>Subscriber and/or Mentor</b> Asbestos Art Space	
<b>Abstract</b>  This thesis is a functional study ordered by the Asbestos collective, and it is organized in their open city space in Asbestos Art Space in Vallila, Helsinki.  The purpose of the thesis was to create an inspirational art event concept suitable for a small gallery, which would focus on visual arts while at the same time helping artists from different fields to network with each other. The Asbestos Art Space was opened only six months ago, and therefore one of the aims of the event organized was also to acquire new visitors and to engage them with the space.  The thesis consists of a theoretical, investigative (?) and functional part. For the functioning part, a four-day event “(UN)KNOWN FUTURE” was organized exhibiting a range of different art forms. The investigative part included benchmarking, semi-structured artist interviews and two questionnaires. The first questionnaire was conducted in the art space in printed version and the second was conducted online after the event. The results were analyzed and the Asbestos Art Space’s initial customer profile was defined to be utilized in the future. The results showed that people had created new networks in the event which was organized and the exhibition also brought new visitors to Asbestos Art Space.	
<b>Keywords</b> networking, event production, art galleries	

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 TAUSTAA OPINNÄYTETYÖLLE	7
2.1 Taiteilijana työskentely Suomessa	7
2.2 Asbestos Art Space	10
2.3 Teeman valinta	11
3 (UN)KNOWN FUTURE -NÄYTTELY	12
3.1 Taiteilijoiden ja taiteen valinta	13
3.2 Avajaiset	14
3.3 Muu kulttuuritarjonta tapahtumassa	16
4 TUTKIMUKSEN KULKU JA TUTKIMUSMENETELMÄT	17
4.1 Benchmarking	18
4.2 Kysely	19
4.3 Kyselyn analysointi	21
4.4 Haastattelu	31
4.5 Haastattelun analysointi	32
5 TAITEEN SAAVUTETTAVUUS	33
5.1 Hinnoittelu	34
5.2 Alueellinen saavutettavuus	35
5.3 Esteettömyys	36
5.4 Sosiaalinen saavutettavuus	36
5.5 Viestintä	38
6 TAPAHTUMAN MARKKINOINTI	39
6.1 Kohderyhmäajattelu	40
6.2 Toimintaympäristö	41
6.3 Verkkomarkkinointi	42
6.4 Sosiaalinen media	43
7 LOPUKSI	46
LÄHTEET	49
LIITTEET	52

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyönä on toiminnallinen kehittämistehtävä helsinkiläiselle Asbestos-kollektiiville, sekä heidän puoli vuotta vanhalle kulttuuritalalleen Asbestos Art Spacelle. Kollektiivin perustama kaupunkitila on avoin poikkitaiteelliselle toiminnalle ja kulttuuritapahtumille. Opinnäytetyöhön kehittämiskohteita löytyi toiminnallisen osuuden lisäksi kaksi; Näyttelyn järjestäminen taideopiskelijoiden verkostojen lisäämiseksi ja asiakaskunnan kasvatus Asbestos Art Spacelle. Toiminnallisen opinnäytetyön suorittavat yhdessä Milja Haltsonen ja Satu Kinnunen.

Opinnäytetyötä lähdettiin työstämään ajatuksella siitä, että varsinkin aloitteleville taiteilijoille töiden esillepano- ja verkostoitumistapahtumia on liian vähän. Gallerioiden vuokrien noustessa varsinkin Uudenmaan alueella, opiskelevien tai juuri valmistuneiden kuvataiteilijoiden lompakosta ei yksinkertaisesti kustanneta näyttelyitä, ja sitä kautta saada näkyvyyttä.

Suomessa erittäin harva taiteilija pystyy työllistämään itsensä täysin vain taidetta tekemällä. Tähän on useita eri syitä aina apurahojen hankalasta saatavuudesta verkostojen puutteellisuuteen. Opinnäytetyön tarkoitus on järjestää näyttely, jossa aloittelevat taiteilijat saavat kaipaamaansa näkyvyyttä sekä luovat kontakteja useiden kulttuurista kiinnostuneiden ihmisten kanssa. Verkostojen merkitys taidealalla on noussut puheeksi lähipiirissämme, ja varsinkin työpaikat ovat usein tiettyjen verkostojen takana. Ideaali tilanteena on turvata tapahtuman avulla aloittelevien taiteilijoiden työllistymistä tulevaisuudessa luomalla yhteistyömahdollisuuksia. Opinnäytetyön tavoitteena on myös saada lisää kävijöitä Asbestos kollektiivin tuoreeseen tapahtumatalaan Asbestos Art Spaceen, luoda heille kiinnostavaa dataa vakiokävijästä sekä antaa ehdotuksia miten kollektiivi voi kehittää tilan toimintaa entisestään.

Näyttelyn teema valikoitui kanssatekijöiden kanssa käytyjen keskustelujen kautta. Tulevaisuus aiheena on aina mielenkiintoinen, ja moniulotteinen. Epävarma tulevaisuus kulttuurialalla, varsinkin juuri valmistumisen jälkeen nousi keskusteluissa yhä uudestaan esiin. Lähdimme pohtimaan, kuinka tulevaisuudenkuva muovaa tapaa

tehdä taidetta, ja päätöksiä omalla alalla. Teemana tulevaisuus sopii myös hyvin tiilaan, ja sitoo omalla tavallaan kaikki tapahtumaan osallistuvat ihmiset yhteen.

Näyttely järjestettiin 16.2.-19.2.2017 Helsingin Vallilassa. Näyttely piti sisällään avajaispäivänä Matias Kontulan viulun ja kitaran soitantaa ja lisäksi näyttelyn aikana koettiin Inari Hulkkosen ja Amel Sihvosen esitysinstallaatio sekä Turukka Kylliäisen tekstinlausuntaa. Näyttelyn kuvataiteilijoiksi valikoitui Elina Ahlstedt, Maaria Jokimies, Joanna Lamberg, Susanna Storbacka sekä Minttu Vaittinen. Tapahtuma yhdisti onnistuneesti eri taiteenaloja ja -tekijöitä toisiinsa.

Näyttely rikastutti Helsingin jo menevää kulttuurikenttää toimien kohtaamispaikkana ja ponnahduslautana taiteilijoille toimia ja tavata ihmisiä Helsingissä. Samalla toimimme Asbestos Art Spacea esille ja toivomme luoneemme suhteita Asbestos kollektiivin ja tapahtuman osallisten välille mahdollistaen samantapaisten tapahtumien järjestämisen tulevaisuudessa. Pääpainonamme olikin toimia välikätenä taiteilijoiden nostamisessa ja Asbestoksen markkinoinnissa uudelle kävijäkunnalle.

Opinnäytetyö koostuu toiminnallisesta, tutkimuksellisesta ja teoreettisesta osiosta. Toiminnallinen osuus pitää sisällään kaiken näyttelyn järjestämiseen liittyvän: markkinoinnin ja tiedottamisen, julisteen teon, näyttelyn pystyttämisen ja purkamisen, taiteilijoiden valitsemisen ja kontaktoimisen, taiteen sisällön laadusta vastaamisen, tila hankinnat harjoittelu tarkoitukseen sekä itse näyttelyyn, avajaisista vastaamisen ja muut lukuisat pienet ja suuret näyttelyyn liittyvät työt. Tutkimuksellinen osuus pitää sisällään asiakaskyselyt tapahtumasta ja sen tulosten analysoinnit, puolistrukturoidun haastattelun taiteilijoille taiteilijana työskentelystä Suomessa, benchmarkkauksesta sekä dokumenttianalysista. Teoriaosuus käsittelee syvemmin taiteilijan asemaa Suomessa ja käytettyjä kehittämistyön menetelmiä.

Opinnäytetyö käsittelee lopuksi tutkimuksien tuloksia kokonaisuutena sekä antaa kehittämisehdotuksia, joita voidaan myöhemmin käyttää hyväksi pitkällä ja lyhyellä aikavälillä. Tarkoituksena nostaa esille tapahtumamme anti ja pääpainona kehittämisehdotukset Asbestos Art Spacea varten.

## 2 TAUSTAA OPINNÄYTETYÖLLE

Opinnäytetyö muodostui mielissämme toiminnalliseksi juuri keskustelujen kautta epävarmasta tulevaisuudesta. Näimme verkostoitumistapahtuman hyödyttävän eniten juuri tarkoituseriämme. Asbestos Art Spacen löytäminen yhteisten verkostojen kautta vain tuntui sopivalta paikalta järjestää poikkitaiteellinen tapahtuma.

### 2.1 Taiteilijana työskentely Suomessa

Taiteilijalla viitataan joko ammattinimikkeeseen tai olemisen tapaan maailmassa. Taiteissa yhteistä on pyrkimys todellisuuden tutkimiseen taiteen keinoin, ymmärryksen laajentaminen ympäröivästä todellisuudesta ja omien henkilökohtaisten kokemusten ilmaisu. Taiteiden avulla saatetaan kyseenalaistaa olemassa olevia perustoja ja auktoriteetteja. Huolimatta siitä, että taide on nykyään sidoksissa taideinstituutioihin ja yhteiskuntaan, se on leikkiä ja luovuutta, lapsenomaisuutta ja laskelmoivat ajattelun ylittävää ihmettelyä. (Sakari 2004, s.18-21). Taide saattaa herättää surua tai vihaa, ihastusta tai iloa ja se auttaa ymmärtämään ympäröivää maailmaa. Taiteilijana oleminen liitetään yleensä riippumattomuus ja vapaus, mutta onko tämä enää nykypäivänä asian laita?

Taiteilijaksi voi opiskella Suomessa korkealla asteella kolmessa yliopistossa ja kolmessa ammattikorkeakoulussa. Myös kourallinen muita ammattiopistoja, oppilaitoksia ja kansanopistoja tarjoaa erilaisia taiteen kouluttautumismahdollisuuksia, useat näistä koulutuksista tosin maksullisia. Useat taiteilija on korkeasti koulutettu ja monella on useampia tutkintoja. Myös usein taiteilija on keskiluokkaisesta perheestä, missä jo kannustetaan kouluttautumaan. (Piispa 2014, Piispa & Salasuo 2014, Rensujeff 2014). Kuitenkaan taiteilijana toimimiseen ei välttämättä tarvitse tutkintoa, vaan osalle se on ollut kutsumus, jota on yksinkertaisesti lähdetty seuraamaan ilman kouluja. Perinteisten taidemuotojen rinnalle on noussut taiteen uusien alueiden edustajia,

jotka voivat olla performanssitaiteilijoita, ympäristötaiteilijoita, yhteisötaiteilijoita, äänitaiteilijoita, mediataiteilijoita ja kaikkea muuta tämän lisäksi. Useissa eri tutkimuksissa on todettu, että useiden taidemuotojen yhdistäminen on sekä taiteilijoiden että vastaanottajien mielenterveydelle tärkeää ja voidaan ajatella, että on kansanterveydellisesti merkittävää luoda taidetta eri muodoissaan. Tällainen poikkitaiteellisuus niin kuvataiteen kuin muidenkin taidemuotojen saralla on kasvussa, ja useat taideopintoja tarjoavat laitokset ovatkin alkamassa heräämään tähän muutokseen.

Taiteilijat voivat työskennellä itsenäisesti, kollektiivissa tai esimerkiksi opetustehtävissä. Taiteilija voi myös toimia tuottajana, niin omalle kuin muidenkin taiteelle. Taiteilijat tekevät kuitenkin jo itsessään pitkää viikkoa, ja kaikille eivät opetustehtävät sovi (Rensujeff 2014). Yksi mikä on kuitenkin selvää ja yhdistää; itseä pitää osata markkinoida. Taidetta ei voi kuitenkaan monistaa ja usein taiteilijat eivät halua kaupallistaa sitä. Siksi esimerkiksi tilaustyöt eivät ole kovin monelle taiteilijalle mieluisia, vaikka tuovatkin leivän pöytään. Itsensä markkinointi nähdään helposti oman itsensä ja hengen tuotoksen kaupallistamisena. Haastatteluissamme varsinkin sosiaalinen media kuitenkin nähdään potentiaalisena ja mieluisena väylänä tuoda omaa työtä esille, kulluttamatta liikaa resursseja.

Taiteilijan on yhä vaikeampi saada toimeentuloa itsenäisenä taiteilijana Suomessa edes pitkän opiskelujakson jälkeen. Vuonna 2010 33 % kuvataiteilijoista eli köyhyysrajan alapuolella, tilanteen tuskin ollen parempi vuonna 2017. Pääosin kuvataiteilija elättää itsensä mahdollisella palkalla, apurahoilla, teosmyynneillä, työttömyystuella tai tekemällä taiteen ohessa muuta leipätyötä. Taiteilija kustantaa yleensä itse tarvitsemansa materiaalit sekä työtilat. Yksityisnäyttely esimerkiksi Helsingissä maksaa tuhannesta eurosta neljääntuhanteen, minkä lisäksi useat galleriat perivät teosmyynneistä provisiota. Taiteilijoiden tulot ovat keskimäärin huomattavasti matalammat verrattuna muihin aloihin, tosin tuloeroja on eri taiteilijaryhmien välillä. Esimerkiksi kuvataiteilijat ja tanssijat ovat matalan tulotason ammatteja, näyttelijät ja teatteriohjaajat korkean tulotason ammatteja. (Puhakka 2016, Rensujeff 2014, Suomen Taiteilijaseura 2017).



Taiteellisen työn tekijöitä on kentällä enemmän kuin kysyntää. Taiteilijakunta on naisvaltaisempi, ikääntyneempi ja pääkaupunkikeskeisempi kuin koskaan aiemmin. Kuvataiteilijoiden heikko tulotaso yhdistettynä useinkin pirstaloituneeseen rahantuloon luo epävarmuuden tunnetta, puhumattakaan työmarkkina-asema-, vakuutus- ja ansiosidonnaisesta sosiaaliturvajärjestelmästämmme. Vain noin kolmannes taiteilijoista toimii vakinaisessa tai määräaikaisessa työsuhteessa. Pelkästään omalla taiteellisella työllään pystyy elämään vain reilu kolmannes kuvataiteilijoista, eli suurin osa tekee taiteen lisäksi muita töitä esimerkiksi juuri opetuksen parissa. Taiteilijat myös vaihtavat alaa useammin, sillä kulttuurityö ei yksinkertaisesti elätä. Ongelmia työttömille taiteilijoille aiheuttaa työttömyysturvan saanti, sillä juuri pirstaloituneen työnkuvan takia monen taiteilijan täytyy selittää olevansa itsensätyöllistäjä eikä yrittäjä. Apurahat kompensoivat matalaa tulotasoa hieman, mutta taiteilijan tulot ovat vieläkin hataralla pohjalla. (Puhakka 2016, Rensujeff 2014).

Apurahat ovat taiteilijalle merkittävä tulonlähde. Vuonna 2010 46 % kuvataiteilijoista oli saanut apurahaa, ja myös haastattelemamme taiteilijat olivat olleet apurahojen kanssa tekemisissä. Taiteilija voi hakea apurahoja moniin eri tarkoituksiin. Monet eri tahot Suomessa myöntävät apurahoja työskentelyyn aina kuukaudesta viiteen vuoteen, projektikohtaisesti tai materiaali-/näyttelykuluihin. Tukea on mahdollista hakea julkiselta puolelta sekä yksityisistä rahastoista. Niin kuvataiteilijoilla kuin muidenkin taiteen alojen tekijöillä on mahdollisuus hakea taiteilijaresidenssiä Suomesta tai ulkomailta. Internetissä kätevä työkalu apurahojen etsinnälle on AURORA -tietokanta, minne on lueteltuna taiteen ja kulttuurin rahoitusmahdollisuuksia. Päätökseen myöntää apuraha vaikuttaa tulleiden hakemusten määrä ja tietysti hakemuksen laatu. Joitain apurahoja voi saada ja hakea vain kerran. Kaiken kaikkiaan apurahoja saa taide- ja kulttuurialoilla keskimäärin harvemmin kuin muilla aloilla. (Puhakka 2016, Rensujeff 2014, Suomen taiteilijaseura 2017).

Perustuslaki turvaa taiteen vapauden, kuin myös sananvapauden. Taiteen vapaudelle ei ole rajoituksia laissa, mutta viimeaikainen sosiaalinen ja poliittinen ilmapiiri on tuonut huolen siitä, onko taiteen rahoitus, koulutus ja näiden molempien kautta myös taiteen vapaus uhattuna. Keskustelua käydään yhä vilkkaammin taiteilijan epäva-

kaasta asemasta, varsinkin kuvataiteen koulutuksen poistuessa ammatillisen koulutuksen uudistuksessa. Näin ollen aikaisemmin hyvin kouluttautuneet kuvataiteilijat joutuvat toisen asteen tutkintonsa hankkimaan muulta alalta, katkaisten taiteellisen opintopolun. Taiteilijoille taiteileminen on usein tapa elää: sitä voisi kuvailla yhtä luonnolliseksi kuin hengittämistä. Taiteilijoiden työn tärkeyttä ei voi kiistää, vaikka heidän taiteella työllistyminen onkin vielä vuonna 2017 melko haastavaa. Kuitenkin Nuorisotutkimusseuran Mikko Piispan ja Mikko Salasuon tekemässä Taiteilijan elämänkulku -selvityksessä, sekä taiteilijahaastatteluissamme kävi ilmi, että vaikka epävarmuuskijöitä on kohdattu ja taiteilijana elämä koetaan välillä kuluttavaksi, on se palkitseva ja tuottaa onnistumisen tunteita. (Finlex 1999, Piispa 2014, Pulkkinen 2017).

## 2.2 Asbestos Art Space

Asbestos on neljäntoista taide-, kulttuuri- ja sosiaalialan toimijan kollektiivi. Jäsenten eri taustat ja ammatit muodostavat kollektiivin monimuotoisuuden, joka näkyy vahvasti heidän toiminnassaan. Asbestoksen toiminta rakentuu Helsingin Mäkeläncadulla sijaitsevan tapahtumatilan Asbestos Art Spacen ympärille. Tila toimii avoimena kaupunkitilana, jolla luodaan alusta poikkitaiteelliselle toiminnalle ja kulttuuritapahtumille. Tilalla halutaan mahdollistaa myös vierailevien tekijöiden toimintaa. Asbestos kollektiivi haluaa rikkoa taidemaailman perinteisiä rakenteita ja kaupallisuutta. Kollektiivi ei hyväksy rasismia, seksismiä tai syrjintää ja on poliittisesti riippumaton. Kollektiivin tavoite on edistää joustavampaa ja avoimempaa toimintatapaa taiteen kentällä ja luoda osallistava matalan kynnyksen kaupunkitila.

Kollektiivi järjestää seminaareja, työpajoja, näyttelyitä, teatteriesityksiä ja tarjoaa pienille ryhmille mahdollisuuden vapaasti käyttää tilaansa epäkaupalliseen toimintaan. (UN)KNOWN FUTURE -taidenäyttely on mahdollinen viimeiseksi mainitun vuoksi. Asbestos Art Space on voittoa tavoittelematon ja haluaa tuoda taiteen mahdollisimman lähelle ihan jokaista solidaarisilla arvoilla.

Asbestos -kollektiivi ei saa toimintaansa mitään ulkopuolista rahoitusta, tai avustusta. Tilan vuokra ja muu ylläpito menevät kollektiivin omasta taskusta. Erilaisilla varainkeruutapahtumilla on kerrytetty kassaa, millä tilaan on voitu hankkia pieniä välttämättömyyksiä, kuten esimerkiksi paperia tai siivousvälineitä. Tilassa olevat huonekalut ja tavarat on saatu lahjoituksina, tai löydetty roskalavoilta.

Koska Asbestos Art Space on nuori ja tee-se-itse henkiselläkin toiminnalla pyörivä galleriatila, on tärkeää luoda sille laaja kävijäverkosto. Vaikka Asbestos Art Space toimii vielä harrastelijamaisella tasolla, on selvästi nähtävissä, että toiminnalle on jatkoa ehkä jopa ammattimaisemmalla otteella. Tila kehittyy jatkuvasti tekijöiden myötä. Uudet kävijät voivat helposti käytyään tilassa innostua itsekin järjestämään tapahtumaa tilaan, mikä lisää taas Asbestoksen verkostoja. Saman tyyppistä tilaa ja (UN)KNOWN FUTURE -taidenäyttelyn tapaisia tapahtumia kaivataan siis lisää Helsinkiin. Esittelemämme kehittämistoimet toivovat yhtenäistävän tilassa järjestettävien tapahtumien tuotantoa, ja antavan esimerkkiä sekä inspiraatiota saman tyyppiselle tapahtumatuotannolle tulevaisuudessa.

### 2.3 Teeman valinta

Ajatus siitä, että näyttelyyn kuvataiteilijoiksi ja muun ohjelman tekijöiksi kutsutaan omista verkostoista ihmisiä ei ollut sattumaa. Nämä ovat juuri ne ihmiset, joiden kanssa me tuottajina ja he taiteilijoina tai taiteen harrastajina tulemme tekemään töitä tulevaisuudessa. Tapahtuma on hieno hetki kasvattaa verkostoja, ja antaa valitsemillemme kuvataiteilijoille tilaisuus tuoda taidettaan näyttille Helsinkiin ilmaiseksi. Helsinki paikkana on suuri, ja verkostojen merkitys niin työllistymisen kuin muunkin toiminnan kannalta on keskeinen.

Tulevaisuus teemana innosti myös kuvataiteilijoitamme luomaan täysin uusia teoksia näyttelyä varten. Myös taideteosten valikointi käytiin tietyn tulevaisuuslinssin läpi. Oli kyseessä sitten tulkinta hetken huolettomuudesta, missä tulevaisuutta ei haluta ajatella tai kärsivät demoniset figuurit edustamassa pelottavaa tulevaisuutta, oli teema

kaikkia yhteen sitova. Myös tilassa lausuttu novelli ja esitetty tanssi-installaatio olivat luotu vain tapahtumaa varten.

### 3 (UN)KNOWN FUTURE -NÄYTTELY

(UN)KNOWN FUTURE -näyttely järjestettiin 16.-19.2.2017 Helsingin Vallilassa. Taidenäyttely sisälsi kuvataidetta viideltä eri kuvataiteilijalta. Lisäksi tilassa järjestettiin muuta poikkitaiteellista toimintaa. Torstain avajaisissa kuulumme live-musiikkia, perjantaina tilassa oli kestollinen tanssi-installaatio ja lauantaina kuulumme novellien lausuntaa. Tapahtuma oli kaikille avoin ja maksuton. Näyttelyn neljän päivän aikana kävijöitä oli arviolta vajaa pari sataa. Näyttely sai paljon kiitosta niin näyttelyssä kävijöiltä, taiteilijoilta kuin Asbestos-kollektiiviltakin.

Paikan päällä oli vieraskirja sekä kyselytutkimus, johon vierailijoiden oli helppo jättää palautetta näyttelystä anonymisti. Kyselytutkimukseen vastasi 60 henkilöä, mikä oli hyvä määrä ottaen huomioon sen, että torstain avajaiset olivat niin täynnä ihmisiä, ettei kyselytutkimuksesta ollut mukava muistutella kuohuviinin kaadon ja jokaisen kohdalla lyhyen rajoitetun keskustelun lomassa. Tapahtuman jälkeen suoritimme myös toisen kyselytutkimuksen saadaksemme lisää dataa kehittääksemme Asbestos Art Spacea tilana edelleen sekä vertaillaksemme paikan päällä tehdyn kyselyn ja nettikyselyn eroa. Tähän kyselyyn vastasi 38 henkilöä. Asbestos Art Spacella tehty kysely on tässä työssä Kysely 1 ja netissä suoritettu kysely on nimellä Kysely 2. Kyselyn tuloksia analysoimme lisää myöhemmässä kappaleessa.

Kyselytutkimuksen tulokset paljastivat, että 100% taidenäyttelyn vieraista tulisivat saman tyyppiseen tapahtumaan uudelleen (Kysely 1). Vieraskirjan kommentit voisikin tiivistää tähän anonymina annettuun kommenttiin: "Tapahtuma oli huolellisesti järjestetty ja kaikki meni upeasti! Kävijöitä tervehdittiin ja esillepano oli onnistunut. Hieno kokonaisuus!"

### 3.1 Taiteilijoiden ja taiteen valinta

Taiteilijat joutuvat usein ottamaan isojakin taloudellisia riskejä järjestäessään itselleen näyttelyä, sillä tilavuokrat ovat kalliita eikä voi olla varmuutta, että omia töitä saadaan kaupaksi. Tapahtuman markkinointi saattaa olla hankalaa kokemattomalle ja tapahtuman järjestäminen voi yksinkertaisesti tuntua liian isolle palalle haukattavaksi. Tuottajana työskentely taiteen luonnin ohessa voi käydä myös työtaakasta. Muun muassa edellä mainituista syistä (UN)KNOWN FUTURE -taidenäyttely osoitautui erittäin halutuksi taidenäyttelyksi olla osallisena: tuottajilla on kaikki vastuu tapahtuman onnistumisesta ja taiteilijat saivat keskittyä tuottamaan parhaat mahdolliset teokset näyttelyyn. Myös haastattelut osoittivat, että taiteilijat kokivat (UN)KNOWN FUTURE -taidenäyttelyn erittäin mieluksena tilaisuutena verkostoitumisen, ilmaisen tilavuokran sekä kokemuksenkin kannalta. Myös taiteilijoiden kommentit jälkikäteen tapahtumasta olivat erittäin positiivisia, ja Minttu Vaittinen onnistui tapahtumamme aikana myymään toisen taulunsa.

Näyttelyyn olisi ollut helppo pyytää jo paljon nimeä Helsingissä saavuttaneita taiteilijoita, mutta se ei olisi kuitenkaan palvellut opinnäytetyön päämäärää. Kehittämistyön toiminnallisen osuuden tarkoitus oli parantaa valitsemiemme taiteilijoiden asemaa järjestämällä verkostoitumistapahtuma, mikä loi jalansijaa taidekentälle astumiseen Helsingissä. Taiteilijoiksi valikoitui näin lahjakkaimpia ihmisiä tämän opinnäytetyön luoja lähipiiristä. Tuottajien näkökulmasta he ovat ihmisiä, joiden kanssa haluttiin jakaa kulttuuriverkostot ja heidän tulevaisuudesta taiteilijana haluttiin tehdä hieman varmempi. Myös innokkuus järjestää uusia tapahtumia samojen ihmisten kanssa kasvoi, sillä yhteistyö sujui paremmin kuin hyvin. Valitsemamme kuvataiteilijat ja heidän tyylinsä ovat seuraavat:

Elina Ahlstedtin akryylia ja tussia yhdistelevien teosten kuva-aiheissa yhdistyy rationaaliset ja irrationaaliset mielenmaisemat. Elina on kiinnostunut värien tasapainosta ja muotojen harmoniasta, joita tavoittelee työskentelyprosessissaan yhdistämällä erilaisia maalausvälineitä ja -tapoja.

Maaria Jokimiehen töissä dekoratiiviset kuosit ja puhtaat väririnnastukset kohtaavat ihmisten realistisen arjen. Näyttelyssä Jokimies esittää piirustuksia, jotka käsittelevät tulevaisuutta yksilön elämän ja odotusten sekä toisaalta alati muuttuvan yhteiskunnan kautta, kuvaten henkilöitä ja tilanteita sekä menneisyydestä että nykyisyydestä.

Joanna Lamberg on tamperelainen kuvataiteilija, joka miettii, katosiko moraalitietoisuus meidän mukana ja järki jäiden.

Susanna Storbackalle oma kokemus ja suhde taiteen tekemiseen on teosta työstäessä keskiössä. Olennainen osa on itse työskentelyvaihe, jossa saa tehdä ja tuntea, nähdä ja koskea miten prosessi edistyy. Storbacka on kiinnostunut tutkimaan vaihtoehtoisten materiaalien käyttöä, perinteisten materiaalien sijaan. Vähemmän tuttu, harkittu, materiaalivalinta auttaa löytämään uusia muotoja ja merkityksiä teoksen olemassaololle. Hän tulkitsee työnsä olevan yksityisen ja julkisen välisessä rajamaassa.

Minttu Vaittista kiinnostaa ihmisenä oleminen, ja sen vaikeus. Vaittisen maalausten teemat kumpuavat usein jostain sosiaalipsykologisesta tai filosofisesta pohdinnasta. Hänelle on tärkeää olla alleviivaamatta liikaa teostensa sanomaa, sillä hän tahtoo jättää tilaa katsojan omalle tulkinnalle. Kirkkaat pastellivärit, syvät mätänemisen sävyt ja epätäydellisyys inspiroivat häntä.

### 3.2 Avajaiset

Avajaiset ovat tärkeä osa taidenäyttelyitä. (UN)KNOWN FUTURE näyttelyn avajaiset pidettiin torstaina 16.2.2017 klo 18-22. Avajaiset olivat avoin ja maksuton tapahtuma. Virallisia postitse lähetettäviä kutsuja ei lähetetty, mutta suullisia kutsuja senkin edestä. Tapahtumaa markkinoitiin sosiaalisessa mediassa, julisteilla sekä Helsingin tapahtumakalentereissa.

Avajaisissa on usein puheita ja pieniä esityksiä. Nämä sijoittuvat yleensä avajaisten alkupäähän. (UN)KNOWN FUTURE -avajaisissa esiintyi Matias Kontula. Kontula on

lappeenrantalainen muusikko, joka on keskittynyt viulun ja kitaran soittoon. Hän soittaa viulua maailman kansanmusiikkia improavassa Paikallinen Ryhmä -bändissä, joka voitti Vuoden katutaiteilija 2016 kilpailun. Kontula on myös aktiivisesti muissa bändi-projekteissa mukana Lappeenrannan seudulla. Avajaisissa Kontula soitti rauhallisia äänimaailmoja kitaralla ja viululla, välillä molemmilla. Tapahtumaan sisältyi myös pieni puhe, jossa kiitettiin taiteilijoita sekä Asbestos-kollektiivia yhteistyöstä ja kiitollisuuden merkinä jaettiin kukat.

Parhaimmillaan avajaisissa on rentoa keskustelua vieraiden kesken, sekä kiinnostavia keskusteluja taiteilijoiden kanssa. Mahdollisesti myös joitain töitä myydään ja verkostoidutaan uusien tekijöiden kanssa, sekä vahvistetaan omia vanhoja taide-verkostoja. Yleisön innostuneisuus taideteoksista näkyy suoraan tapahtuman tunnelmassa. Näin kävi myös (UN)KNOWN FUTURE -taidenäyttelyn avajaisissa. Avajaisiin oli varattu 70 ihmiselle kuohuviiniä, jonka lisäksi tarjottiin viiniä sekä pientä suolaista ruokaa. Tätä varten suoritettiin erillinen reissu Tallinnaan kulujen säästämiseksi.

Tapahtumassa oli tilan kokoon nähden todella paljon ihmisiä, arviolta 100 ihmistä kävi Asbestoksella illan aikana. Taidenäyttelyille ominaista varsinkin pienissä ja intiimeissä gallerioissa on se, että siellä käydään ja lähdetään pian jatkamaan matkaa. (UN)KNOWN FUTURE -taidenäyttelyssä ihmiset kuitenkin jäivät viettämään iltaa taidenäyttelyyn. 65,8% kyselyyn vastanneista henkilöistä ilmoitti viihtyneensä tilassa 30 minuuttia tai pidempään (Kysely 2). Tämä piti tunnelman tiiviinä ja tarkoitti sitä, että olimme tuottajina saaneet tuotettu viihtyisän ja lämpimän tilan. Kävijöistä 63,2% kertoi myös tutustuneensa näyttelyssä uusiin ihmisiin, mikä todistaa, että avajaiset onnistuivat verkostoimaan tekijöitä keskenään.

Kommentit avajaisista olivat lähestulkoon kaikki positiivisia; taiteilijat kiittelivät kovasti lämpimän tilan luonnista, missä ei tarvinnut jäykistellä. Livemusiikkia keuhuttiin erikseen myös suullisissa kommentteissa, sekä Kysely 2: ssäkin. Sanat rento, viihtyisä ja onnistunut esiintyivät useissa vastauksissa, mistä päätellen avajaiset olivat onnistuneet. Paikalle tosin kaivattiin lisää istumatilaa, ja tilan pienuutta harmiteltiin hieman. Asbestos Art Space voisikin nyt kesän tullessa ottaa hieman gallerian ulkopuolelta tilaa käyttöönsä asentamalla muutamia tuoleja ja pöytiä kadulle ikkunan läheisyyteen.

Lämpiminä iltoina ovea voi pitää auki, jolloin myös ulkona istuvat ovat mukana koko ajan. Ulkona istuvat ihmiset myös varmasti herättävät ohikulkevien ihmisten mielenkiinnon.

### 3.3 Muu kulttuuritarjonta tapahtumassa

Perjantaina 17.2. tapahtuman ohjelmaan kuului kolme tuntia kestänyt esitys-installaatio Harjoituksia olemisesta, joka koostui teksteistä ja esitys-elementeistä. Se oli pieni maisema, jota kaksi ihmistä asutti. Teoksen sai tulkita itselleen sopivalla tavalla: kuin lukisi runoa, katsoisi esitystä, tai tarkkailisi ihmistä. Esitykseen sai saapua milloin tahansa esityksen aikana ja viipyä niin kauan tai vähän aikaa kuin halusi. Teos valmistettiin näyttelyä varten, ja tilassa nähty esitys oli teoksen ensimmäinen demoesitys. (Ote käsiohjelmasta).

Inari Hulkkonen oli entuudestaan tuttu Lappeenrannasta, ja keskustelut Inarin kanssa hänen valmistumisen jälkeisistä intresseistä loivat ajatuksen siitä, että taidenäyttelyssä olisi hienoa pitää kokeileva installaatio. Hulkkonen on valmistunut tanssijaksi englantilaisesta Northern School of Contemporary Dance -konservatoriosta ja opiskellut Berliinissä SMASH-nimisessä kokeellisen tanssin ja esityksen ohjelmassa. Inarin kautta Harjoituksia olemisesta - installaatioon tuli Hulkkoson kanssa Berliinissä tanssinut nykyään Helsingissä asustava Amel Sihvonen.

Harjoituksia olemisesta oli kokeellisena ja poikkitaiteellisena esityksenä onnistunut. Paikalle saapui ja oleskeli kolmen tunnin aikana noin kolmekymmentä ihmistä. Suuri osa seuraajista viipyi katselemassa teosta ja taidenäyttelyä yli 20 minuuttia. Teoksesta saimme jälkikäteen positiivista palautetta, ja tilana Asbestos toimi hyvin tähän tarkoitukseen.

Lauantaina 18.2. paikalle saapui myös Lappeenrannasta kotoisin oleva Turkka Kyliäinen lukemaan kirjoittamiaan novelleja ja tekstejä. Taustalle tunnelmaa loivat Matias Kontulan äänimaailmat. Settejä oli kolme, joista kaksi ensimmäistä vetivät eniten ihmisiä. Toisen setin päätimme livestreamata Facebookissa, jotta ihmiset, jotka eivät



päässeet paikalle pääsivät kuuntelemaan ja katsomaan menoa kotisohviltaan. Facebook tapahtumassa streamattu video ei ollut järin suuri hitti, mutta antoi lisäarvoa tapahtumalle, sekä jätti pysyvän tallenteen. Kolmanteen settiin saimme yllätysvierailijana Kontulan lisäksi äänimaailmaa luomaan imatralaislähtöisen Nikita Rytkösen.

#### 4 TUTKIMUKSEN KULKU JA TUTKIMUSMENETELMÄT

Humanistisessa ammattikorkeakoulussa opinnäytetyöllä usein tarkoitetaan kehittämistehtävää, millä halutaan kehittää jotenkin työn tilaajan toimintaa. Kehittämistyössä on usein tapana käyttää useampaa menetelmää. Nämä menetelmät ovat jaettavissa määrällisiin (kuten kyselytutkimukset) sekä laadullisiin (mm. haastattelut). Useiden menetelmien käyttäminen rinnakkain tuo paljon erilaista tietoa, mitä yhdistelemällä löydetään uusia kehittämiskohteita tai ratkaisuja jo valmiisiin ongelmiin. (Ojasalo, Moilanen, Ritalahti 2009, 40)

Tutkimusongelmia nousi kaksi. Ensimmäisenä ongelmana halusimme selvittää taideopiskelijoiden asemaa Suomessa, ja kuinka verkostoilla voi parantaa asemaansa täällä Helsingissä. Verkostojen tutkimiseen ja luomiseen käytimme opinnäytetyön toiminnallista osaa; taidetapahtumaa. Tässä ei käytetty varsinaista tutkimusta, vaan tarkoituksena oli saada lisätietoa taiteilijoiden tai taideopiskelijoiden tilasta Suomessa, mitä kautta pystyimme luomaan ja muokkaamaan tapahtumaa juuri heiltä nousseisiin tarpeisiin sopiviksi. Pohjasimme toiminnallista osuutta ja tätä tutkimusongelmaa aiheeseen sopivan aineiston lukemisella ja analyysillä. Tätä tutkimusongelmaa lähdimme selvittämään myös taiteilijahaastattelun avulla.

Toisena tutkimusongelmana loimme Asbestos Art Spacelle kaksi kävijätutkimusta. Tutkimusmenetelmäksi valikoitui kvantitatiivinen lomaketutkimus. Luomamme kävijätutkimukset pyrkivät tutkimaan millainen on Asbestos Art Spacen vakioasiakas, ovatko tapahtumassa kävijät tyytyväisiä kyseisenlaisen tapahtumatarjontaan, millaisia ovat toimivimmat markkinoinnin keinot sekä pitäisikö vastaavanlaisia tapahtumia järjestää enemmän. Kävijöistä selvitettiin taustatietoja, kuten ikä ja sukupuoli, sekä

kiinnostusta taidetapahtumiin, tietoa Asbestoksesta sekä innokkuutta olla tekemässä tilasta parempaa tulevaisuudessa.

Luomamme ensimmäinen kysely ei ollut tarpeeksi laaja, joten loimme toisen kyselyn näyttelyn jälkeen, minkä linkkiä jaoimme netissä paperisen version sijaan. Halusimme haastaa itsemme tekemään erilaisia kyselyitä myös oman oppimisen kannalta. Kyselyt on nimetty Kysely 1 ja Kysely 2. Kysely 1 käsitteli (UN)KNOWN FUTURE- taidenäyttelyn onnistumista vierailijan näkökulmasta ja Kysely 2 kartoitti laajemmin kävijöiden suhtautumista ja tietoa Asbestos Art Spacesta. Eli ensimmäinen kysely kartoitti järjestämämme tapahtuman onnistumista ja jälkimmäinen kysely kartoitti miten Asbestos Art Spacea voi kehittää ja missä se on jo onnistunut.

#### 4.1 Benchmarking

Benchmarkingissa kyse on toiselta oppimisesta, ja oman kehittämiskohteen vertaamisesta toiseen. Benchmarkingilla voidaan kyseenalaistaa omia toimia, ja etsiä parhaimpia käytäntöjä muualta. Oppimisen kohteet voivat olla saman alan toimijoita, tai kohde voi löytyä aivan toiselta alalta. Benchmarkingia toteutetaan useimmiten fyysisillä vierailuilla, mutta sitä voi harjoittaa myös seuraamalla organisaatioiden tunnuslukuja (mittareita) tai etsimällä tietoa parhaista käytännöistä erilaisista julkaisuista. Miksei myös kehitysyhteistyönä saman alan organisaatioiden keskeen hyödyntäen eri menetelmiä. (Ojala ym. 2009, 43-44).

Koska benchmarkingissa on hyvä vertailla menestyvämpiä organisaatioita, kävimme opinnäytetyötä varten useissa Helsingin piengallerioissa ja museoissa. Mieleenpainuvimpana Taidehallissa Tommi Grönlundin ja Petteri Nisusen Grey Area näyttelyn avajaisissa, mistä saimme vähän koppia, miltä avajaiset isossa skaalassa näyttivät. Benchmarkatessa kiinnitimme huomiota seuraaviin kohtiin: gallerioiden sijainti ja aukiolo, ripustus, taiteilijoiden valinta, tekniset speksit, teema, mahdollinen tarjoilu ja sisäänpääsymaksu.

Useat galleriat Helsingissä ovat auki 11-19 välillä arkisin, ja suppeammin viikonloppuisin. Avajaispäivänä torstai on ehdottomasti vilkkain. Myös tiistaisin ja keskiviikkoin on avajaisia, joskaan ei niin usein. Avajaisten alkamisaika vaihtelee 17-19 välillä, mutta ei juuri koskaan aikaisemmin. Tämän perusteella suunnittelimme myös omat näyttelyaikamme. Sunnuntaina useat paikat ovat auki neljään, mikä palveli myös meitä, sillä näyttely piti jo purkaa sinä iltana. Näyttely tavoitti yleisöä ja varsinkin sunnuntai iltapäivänä erityisen hyvin niin, että ihmisiä olisi tullut vielä neljän jälkeenkin.

Käymissämme avajaisissa tarjolla ei ollut paljoa, ehkä kuohuvaa ja Pommacia ja pientä purtavaa. Myöskin tunnelma ja valaistus olivat joissain gallerioissa todella räikeitä, mikä luo osaltaan fiilistä lyhyestä käynnistä, missä keskitytään vain taiteeseen verkostojen luomisen sijaan. Näyttelymme avajaisissa halusimme luoda tilan, missä ihmiset jäisivät pidemmäksi aikaa paikalle seurustelemaan ja luomaan verkostoja taiteesta nauttimisen ohella. Näin todella panostimme tarjoiluihin ja kävimme lainaamassa kohdevalot tunnelman luomiseksi Helsingin Aalto-yliopistolta.

## 4.2 Kysely

Kysely (Survey) on määrällisen tutkimusmenetelmän yleisin tiedonkeruutapa. Jokaiselta vastaajalta tietyssä otannassa kysytään täsmälleen samat kysymykset. Kyselyn voi suorittaa joko sähköisesti tai paperisella lomakkeella, tai vaikka puhelimesta. Kyselyn avulla hankittu tieto analysoidaan tilastollisin menetelmin, ja otannan vastauksista saadut hypoteesit laajennetaan koskemaan koko joukkoa. (Ojasalo ym. 2009, 93).

Kysely vaatii haastattelun tavoin paljon etukäteisvalmisteluja. Kyselyyn vastaajan halu, taidot ja aika vastata kyselyyn tulee huomioida. Liian pitkä kysely ja hankalat tai epäselvät kysymykset väsyttävät vastaajan helposti. Kyselytutkimuksessa tulee pyrkiä helppotajuiseen kysymysten asetteluun, joka kuitenkin vastaa kattavasti tutkimusongelmaan. Kyselyä ei kannata aloittaa haastavammilla kysymyksillä, sillä se saattaa pysäyttää vastaajaan mielenkiinnon kyselyä kohtaan.

Kyselytutkimuksessa on monia vahvuuksia ja heikkouksia. Etuna voi pitää sen, että kysely on erittäin nopea ja kustannustehokas menetelmä saada verrattain iso joukko

vastauksia. Tuloksia voidaan myös käsitellä helposti erilaisilla ohjelmilla, mikä antaa numeroihin perustuvia tuloksia, mistä voidaan vetää johtopäätöksiä. Luotettavuutta tässä herättää myös se, että kysymykset esitetään aina täsmälleen samassa muodossa, eikä kyselijän läsnäolo vaikuta vastauksiin. Heikkoutena voidaan pitää tiedon pinnallisuutta. Otetaanko vastaaminen tosissaan, tai ymmärretäänkö kysymykset väärin saattaa luoda vääristymiä otantaan. (Ojasalo ym. 2009, 108-109).

Asbestos Art Spaceen ja (UN)KNOWN FUTURE - näyttelyyn luotu ensimmäinen lyhyt kävijätutkimus pyrki luomaan yksinkertaista vakioasiakkaan profiilia, sekä mittaamaan tapahtuman onnistumista. Asbestokselle ei ole aikaisemmin tehty minkäänlaista kävijätutkimusta, joten tulevaisuudessa olisi hyvä tehdä perusteellisempi tutkimus usean näyttelyn tai tapahtuman ajalta. Fyysinen kyselylomake toimi tässä tarkoituksessa kaikista parhaiten, sillä näyttelyaika oli lyhyt ja tilassa ei ollut mahdollisuutta tietokoneella täyttämiseen. Kyselyssä selvitettiin erityisesti siis Asbestos Art Spacen asiakasprofiilia ja sen lisäksi oliko järjestämässämme tapahtumassa joitain kehittämiskohtia.

Tavoitteena oli saada 50 vastausta näiden neljän päivän aikana ja ylittimmekin tavoittemme. Lopullinen vastausten määrä oli 60. Avajaisissa kyselyyn vastaaminen jäi pitkälti suorittamatta avajaisten suuren kävijämäärän vuoksi, sillä avajaiset oli hetki, kun oli hyvä keskittyä myös omaan verkostoitumiseen sekä siihen, että kaikki avajaisissa sujui hyvin eikä mitään puuttunut. Kyselyn helppous ja lyhyys vaikuttivat monen päätökseen vastata. Myös monet vastasivat mielellään, kun kuulivat, että vastaaminen auttaisi opinnäytetyössämme. Saimme siis koko ajan kävijämäärään verrattuna hyvän ja laajan otoksen, kun neljän päivän näyttelyssä kävi yhteensä vajaa 200 ihmistä.

Siinä missä ensimmäinen kysely selvitti järjestämämme tapahtuman onnistumista ja Asbestoksen asiakasprofiilia, jälkimmäinen kysely vastasi, miten tilaa voidaan kehittää tulevaisuudessa. Toinen luomamme kysely oli internetissä, ja jaoimme linkkiä kyselyyn tapahtumassa kävijöille ja saimme 38 vastausta. Myös jälkimmäinen kysely oli onnistunut, sillä melko vähäisestä vastaajamäärästä huolimatta saimme hyviä kehittämisenäkökulmia Asbestos-kollektiivia ajatellen. Verkossa toteutettu kysely oli myös

meille opettava. Kyselyssä varsinkin avoimiin kohtiin saimme ilahduttavan paljon kommentteja, vaikka olimmekin määrittäneet ne vapaavalintaisiksi vastata. Toisessa kyselyssä kysyimme, minkälaista taidetta Asbestoksella halutaan mieluiten nähdä tulevaisuudessa, minkä vastausten perusteella saimme hyviä kehitysehdotuksia Asbestos-kollektiiville.

#### 4.3 Kyselyn analysointi

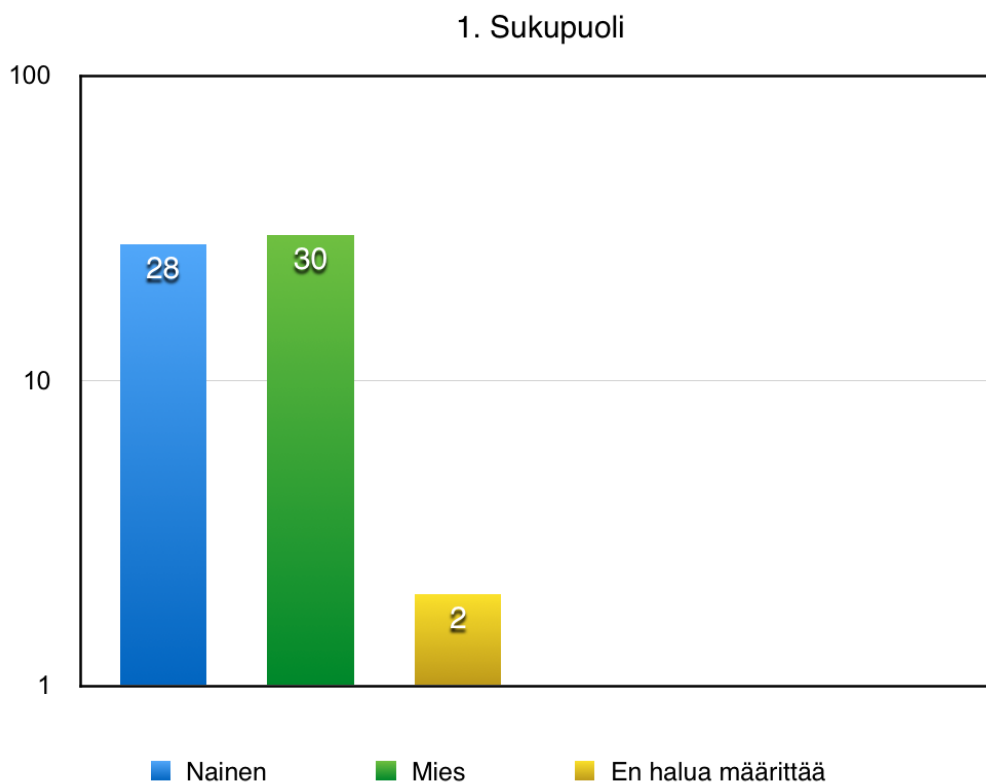
Asbestos Art Spaceen ja (UN)KNOWN FUTURE -taidenäyttelyyn luotiin lyhyt kävijä-tutkimus, joka pyrki selvittämään vakioasiakkaan profiilia, selvittämään toimivimmat markkinoinnin keinot sekä pitäisikö (UN)KNOWN FUTURE -taidenäyttelyn kaltaisia tapahtumia järjestää enemmän. Kävijöistä selvitettiin taustatietoja, kuten ikä ja sukupuoli sekä kiinnostusta taidetapahtumia kohtaan. Kyselytutkimukseen saatiin yhteensä 60 vastausta, joka on varsin hyvä tulos tapahtuman vajaan 200 vierailijaan nähden.

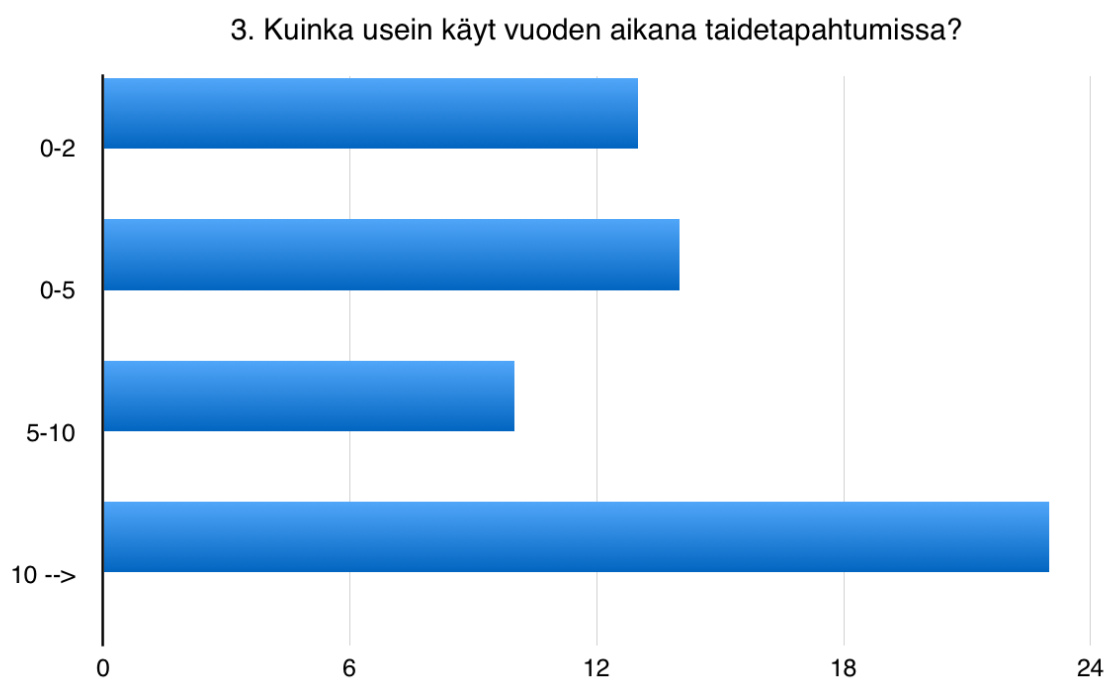
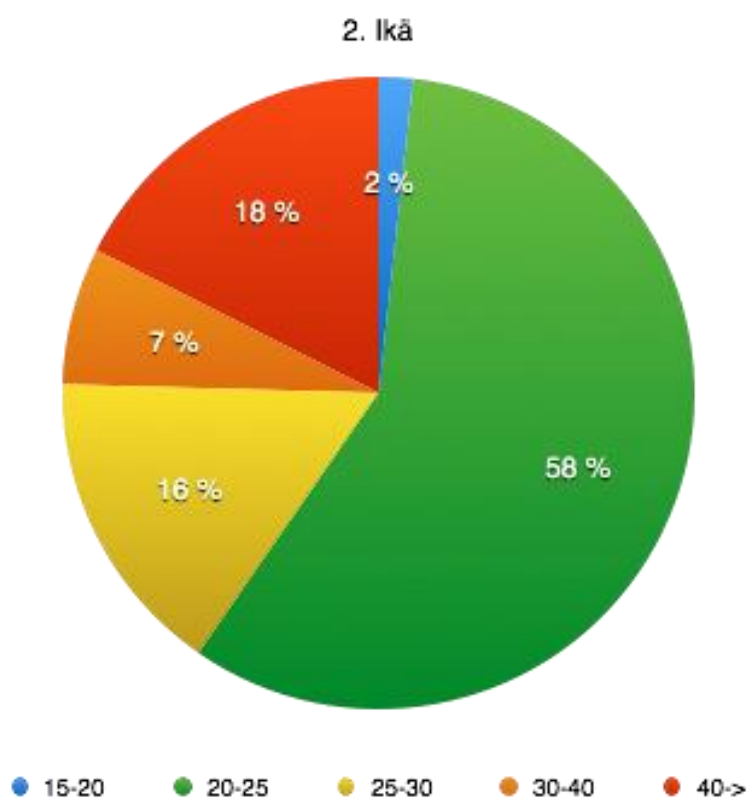
Päätimme tehdä vielä toisen kyselyn, sillä ensimmäinen kysely ei vastannut kysymykseen, miten Asbestos Art Space voi kehittyä tulevaisuudessa. Halusimme myös syventää asiakasprofiilin kuvausta, sillä jälkiviisaina tuli mieleen asioita, jotka kiinnostivat meitä kehittämisen kannalta. Jälkimmäinen kysely suoritettiin internetissä ja siihen vastasi 38 henkilöä. Ensimmäinen kysely kulkee tässä työssä nimellä Kysely 1 ja jälkimmäinen kysely nimellä Kysely 2.

Kyselytutkimus 1 osoitti, että Asbestos Art Spacella vierailee suunnilleen yhtä paljon naisia ja miehiä ja hieman myös ihmisiä, jotka eivät halua määrittää sukupuoltaan. (Kuva 1.) 58% taidenäyttelyn kyselytutkimukseen vastanneista oli 20-25-vuotiaita, mikä oli reilusti suurin osa kävijöistä. Kyselyyn osallistuneista 18% oli yli 40-vuotiaita, 16% 25-30-vuotiaita ja 7% 30-40-vuotiaita. 18-20-vuotiaita oli kuitenkin tapahtumassa vain 2%. (Kuva 2.)

Taidetapahtumissa kyselyyn vastaajat kävivät vaihtelevasti, kuitenkin suurin osa erittäin paljon. Taidetapahtumissa 23 henkilöä 60:stä kertoi vierailevansa 10 kertaa tai useammin vuoden aikana. 10 henkilöä kertoi vierailevansa taidetapahtumissa 5-10

kertaa vuodessa. (UN)KNOWN) FUTURE -näyttelyssä vieraili kuitenkin myös vähemmän taidetapahtumissa käyviä ihmisiä. 14 henkilöä ilmoitti käyvänsä taidetapahtumissa 2-5 kertaa vuodessa ja 13 henkilöä ilmoitti käyvänsä taidetapahtumissa vain 0-2 kertaa vuodessa. Onnistuimme siis kutsumaan tapahtumaan täysin uusia henkilöitä, joille toivottavasti jää kipinä taidetapahtumissa käyntiin. (Kuva 3.)





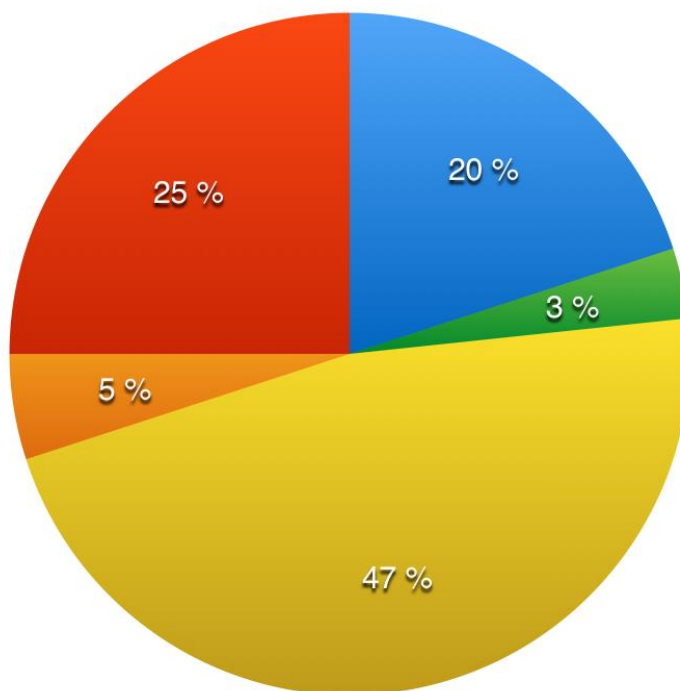
Asbestos Art Spacen ja erityisesti (UN)KNOWN FUTURE -taidenäyttelyn asiakasprofiiliksi voisi siis päätellä 20-25-vuotiaan naisen tai miehen, joka on kiinnostunut taiteista ja käy 10 kertaa tai useammin vuoden aikana taidetapahtumissa. Näyttelyn järjestäjät ja näyttelyyn osallistuneet taiteilijat ovat tosin olleet 20-25 vuotiaita, jolla todennäköisesti on suorasti yhteyksiä vierailijoiden ikähaarukan kanssa. Tässä kuitenkin loimme verkostoja tulevaisuutta ajatellen, minkä takia saman ikäisyys ei ole ollenkaan huono asia.

Markkinoinnissa ylivoimaisesti vaikuttavimmaksi nousivat henkilökohtaiset kutsut tapahtumaan. Melkein puolet vastanneista (47%) olivat saapuneet tapahtumaan kutsun myötä. Fyysiselle kutsulle ei siis välttämättä ole tällaisissa tapahtumissa ollenkaan tarvetta. Sosiaalisen median voima nähtiin myös taas, kun 20% kävijöistä oli tullut paikalle tapahtumaan sosiaalisen median markkinoinnin ansiosta. 5% oli löytänyt tiensä näyttelyyn erilaisten tapahtumakalenterien ilmoituksista ja 3% ympäri Helsinkiä jakamistamme julisteista. Pystyimme myös keskustelemaan muutaman ihmisen kanssa, jotka olivat löytäneet (UN)KNOWN FUTURE -näyttelyn juuri tapahtumakalenterien kautta. Tämä loi vahvaa luottoa siihen, että jatkossa on hyvä tiedottaa myös näissä kanavissa tulevaisuuden tapahtumista, mikäli mieli kasvattaa kävijäkuntaa. Taidenäyttelyn vieraista 25% oli vastannut kuulleen taidenäyttelystä jotain muuta kautta. Sosiaalisen median, julisteiden, tapahtumakalentereiden ja kutsujen lisäksi ta-



pahtumasta oltiin kuultu liikkumalla tapahtumapaikan ohitse oikeaan aikaan sekä ka-  
veri- ja tuttavapiiriltä. (Kuva 4.)

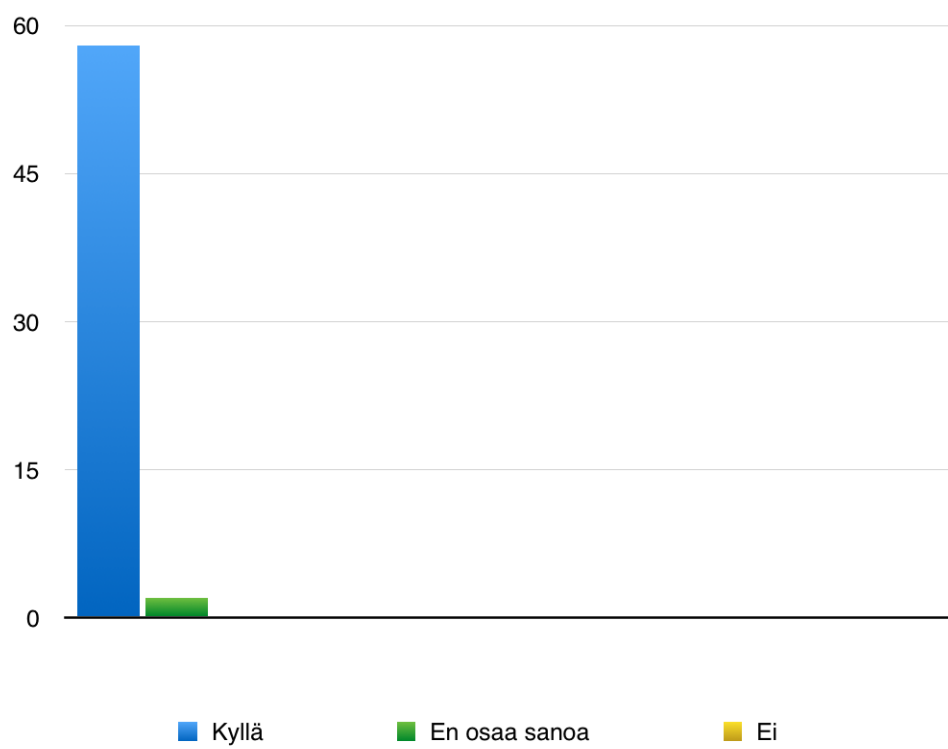
4. Mistä kuultit (UN)KNOWN FUTURE  
-taidenäyttelystä?



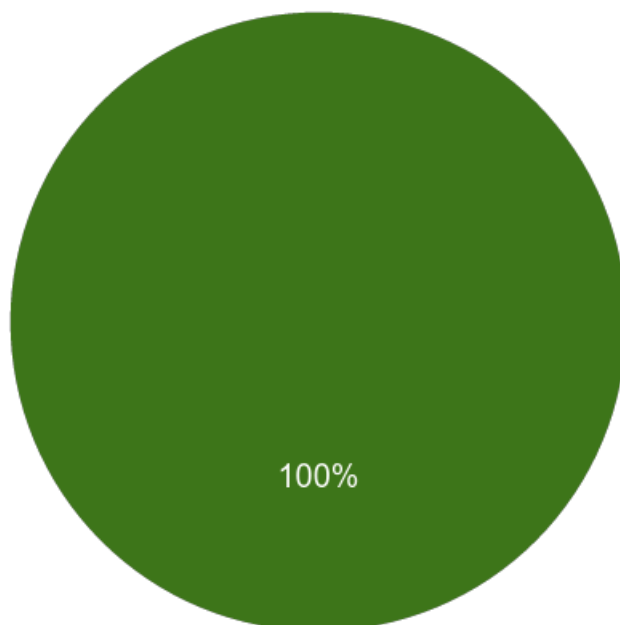
---

● Sosiaalinen media ● Juliste ● Kutsu ● Tapahtumakalenterit ● Muu

## 5. Pitäisikö vastaavia tapahtumia olla enemmän?



## 6. Tulisitko samantyyppiseen tapahtumaan uudelleen?



■ Kyllä

■ Ei

Kyselytutkimuksen myötä selvisi, että vastaavanlaisia tapahtumia tulisi kiistattomasti järjestää enemmän. 60:stä vastaajasta 58 vastasi että vastaavia tapahtumia pitäisi olla enemmän, 2 vastasi ettei osaa vastata ja kukaan ei vastannut, että (UN)KNOWN FUTURE -näyttelyn kaltaisia tapahtumia ei pitäisi olla enemmän. 100% kävijöistä vastasi, että tulisi tapahtumaan uudelleen. (Kuvat 5. ja 6.)

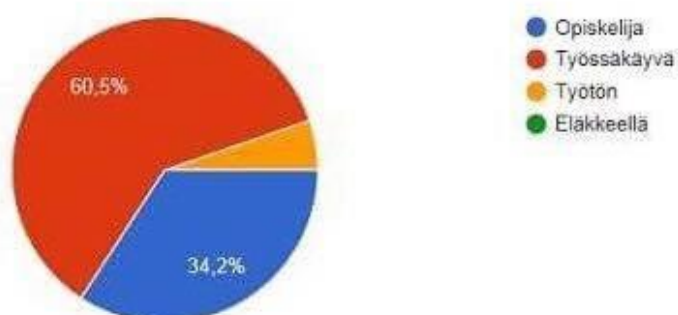
Ensimmäinen kysely siis selvitti, että Asbestos Art Spacen ja erityisesti (UN)KNOWN FUTURE -taidenäyttelyn asiakasprofiiliksi voisi siis päätellä 20-25-vuotiaan naisen tai miehen, joka on kiinnostunut taiteista ja käy 10 kertaa tai useammin vuoden aikana taidetapahtumissa. Kysely 2 tarkensi asiakasprofiilia, kun sen tulokset osoittivat, että kyselyyn vastanneista 63,2% oli pääkaupunkiseutulaisia, mutta tapahtuma houkutteli paikalle myös todella paljon vieraita muualta Suomesta ja tavoitti jopa ulkomailla asuvia henkilöitä. Tietysti taiteilijoista Lamberg ja Jokimies asuivat toisella paikkakunnalla, niin kyselyn vastauksien muualla Suomessa asuvien osuus on ymmärrettävä,

sillä heidän verkostonsa taasen ovat pääosin kotipaikkakunnillaan. Suurin osa kyselyyn osallistuneista oli työssäkäyviä (60,5%) ja moni myös opiskelija (34,2%). Senioreita tapahtumamme ei saavuttanut.

### Asuinpaikka (38 vastausta)



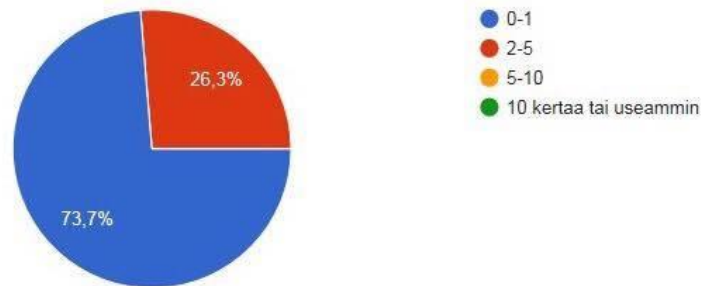
### Olen (38 vastausta)



Kysely osoitti, että järjestämämme (UN)KNOWN FUTURE -taidenäyttely toi Asbestos Art Spacelle paljon uutta näkyvyyttä, kun vain 21,1% kyselyyn vastanneista oli kuullut tilasta ennen näyttelyä. Tapahtumamme kehitti myös tilaa sitouttamalla sille uusia kävijöitä, kun 84,2% kyselyyn vastanneista aikoo tulla vierailemaan Asbestos Art Spacella tulevaisuudessakin.

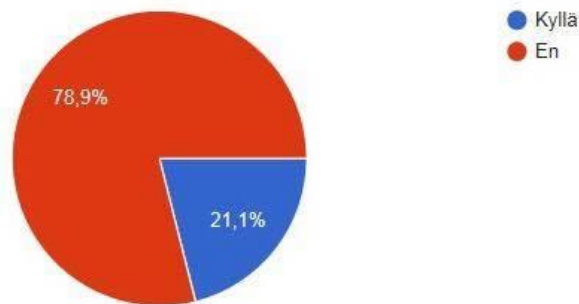
Kuinka monta kertaa olet käynyt Asbestos Art Spacessa puolen vuoden sisään?

(38 vastausta)

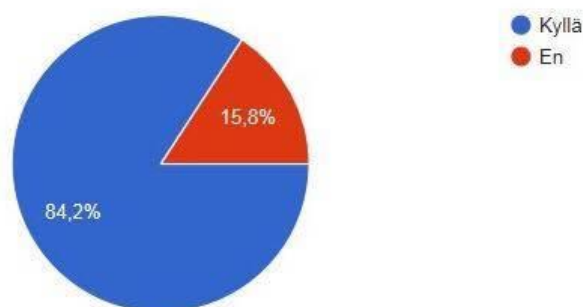


Olitko kuullut Asbestos Art Spacesta ennen (UN)KNOWN FUTURE -näyttelyä?

(38 vastausta)



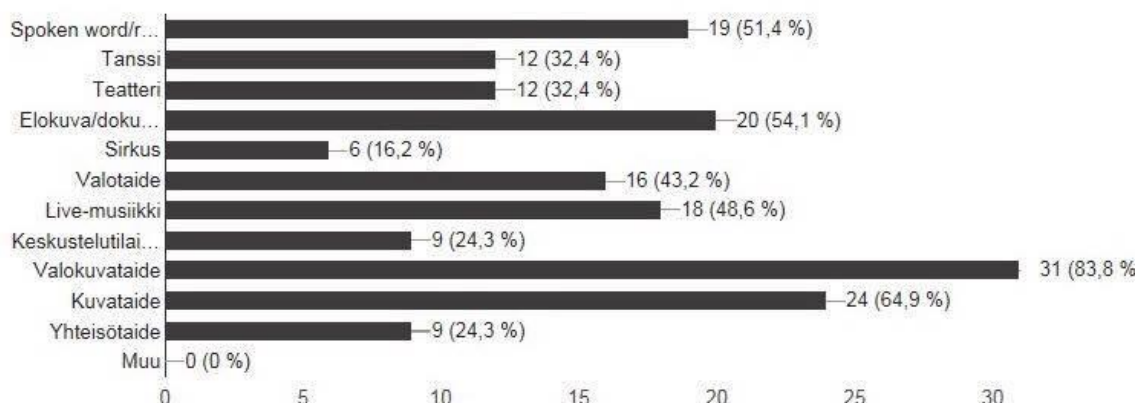
Aiotko vierailla tulevaisuudessa tilassa uudelleen? (38 vastausta)



Kysyimme vierailta, miten Asbestos Art Space voisi tulevaisuudessa kehittää toimintaansa entisestään. Tässä selvisi, että yleisö haluaa erityisesti kokea tilassa valokuvataidetta, kuvataidetta, dokumentti- ja elokuvataidetta sekä runoutta. Asbestos Art Spacen kannattaakin tulevaisuudessa ohjelmaa suunnitellessaan käyttää alapuolella olevaa taulukkoa hyväkseen.

## Millaista aktiviteettia haluaisit nähdä enemmän tilassa tulevaisuudessa?

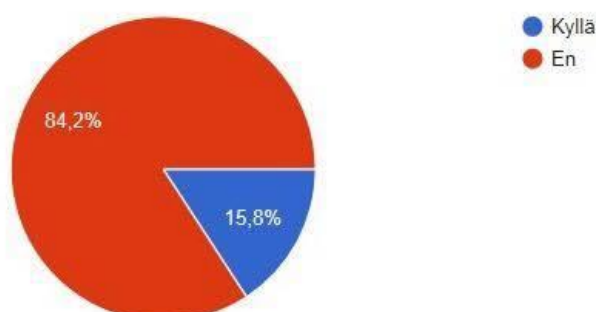
(37 vastausta)



Näyttelyyn osallistuneista todella pieni määrä (15,8%) oli tietoisia siitä, että Asbestos Art Space ei saa ulkopuolista rahoitusta tilan ylläpitoon. Kuitenkin kyselyyn vastanneista 13,2% olivat valmiita tukemaan tulevaisuudessa tilaa rahallisesti ja 76,3% mahdollisesti halukkaita. Rahan puute on suurin haaste tilan todelliselle kehittymiselle niin esteettömyyden, nettisivujen, yleisön toivoman videotykin ja monen muunkin asian kohdalla, joten tämä tieto lupaa jo pientä kehittymistä ja voi sanoa, että järjestämämme tapahtuma vastasi kehittämisen tarpeeseen. Onkin nyt Asbestos kollektiivin vuoro ottaa koppi tästä ja saada tilaa tukemaan halukkaat käytännössä mukaan.

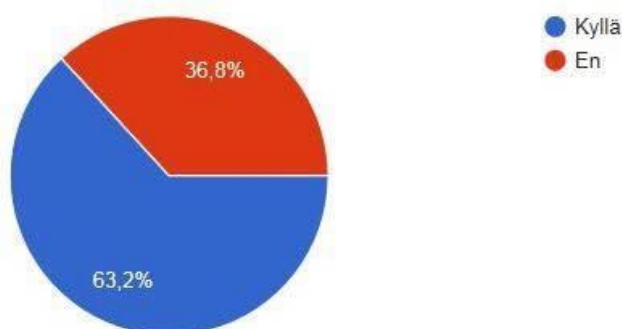
## Oletko tietoinen, että Asbestos-kollektiivi ei saa ulkopuolista rahoitusta Asbestos Art Spacen ylläpitoon?

(38 vastausta)



Opinnäytetyön yksi suurimmista kehittämistehtävistä oli verkostoida taidealan osaajia ja harrastajia keskenään. Koimme verkostojen luomisen onnistuneen, sillä 63,2% näyttelyssä käyneistä tutustui näyttelyssä uusien ihmisten kanssa. Kuulemamme suullinen palaute myös tuki kyselyssä saatuja vastauksia.

Tutustuitko näyttelyssä uusien ihmisten kanssa? (38 vastausta)



#### 4.4 Haastattelu

Haastattelun avulla on tarkoitus hankkia lisää tietoa suppeasta kohteesta, ja oppia ymmärtämään tätä käsiteltävää kohdetta tai ilmiötä paremmin. Haastattelumenetelmiä on erilaisia, ja näiden eri menetelmien erot liittyvät haastattelun rakenteeseen. Haastattelun eri muotoja ovat strukturoitu eli standardoitu haastattelu, puolistrukturoitu haastattelu eli teemahaastattelu, avoin haastattelu, ryhmähaastattelu ja syvähaastattelu. Haastattelut kannattaa usein nauhoittaa, ja tallenne toimii myös muistina. Tämä kuitenkin vaatii sen, että haastattelut litteroidaan jälkikäteen, mikä vie aikaa. (Ojasalo ym. 2009, 95-96).

Haastatteluun on aina valmistauduttava hyvin etukäteen. Haastateltavat ja heidän määränsä tulee miettiä huolella. Kysymykset tulee luoda tarkoin miettien, mitä tietoa kehittämistyöhön todella tarvitaan. Kysymykset kannattaa myös järjestää helpoimista "lämmittelevistä" kysymyksistä hankalimpiin ja lopuksi kannattaa jättää pari keventävää kysymystä. Jos haastattelu nauhoitetaan tai kuvataan, on ehdottoman tärkeää toteuttaa testihaastattelu kollegalle tai ystävälle etukäteen varmistaakseen, että

kaikki menee sujuvasti ja oikein. Ennen haastattelua on ehdottoman tärkeää saada haastatteluun haastateltavan lupa, kerrottava haastattelun luottamuksellisuus sekä kerrottava kehittämistyön tarkoitus. Haastattelun paikan tulee olla rauhallinen ja viihtyisä. (Hirsijärvi & Hurme, 2008.)

Haastattelumenetelmäksi valikoitui puolistrukturoitu haastattelu, mihin kysymykset oli laadittu ennakkoon, mutta jossa kysymysten järjestystä ja sanamuotoja on mahdollista vaihdella, tai jättää tarvittaessa jotain kysymättä ja esittää lisäkysymyksiä (Ojasalo ym. 2009, 97).

Kehittämistyötä varten haastateltiin kahta jo valmistunutta taiteilijaa. Haastattelulla haluttiin kartoittaa taiteilijoiden omaa taustaa, näkemystä taiteilijana työskentelystä nyt ja tulevaisuudessa sekä järjestämämme (UN)KNOWN FUTURE -taidenäyttelyn hyödyllisyyttä, sekä samankaltaisten tapahtumien tarvetta tulevaisuudessa. Haastattelupaikat vaihtelivat paljon, mutta haastattelun paikoiksi valikoitui baari ja kotikäynti. Tilaan haluttiin panostaa ja haastateltavalle haluttiin antaa rento ja mukava olo. Haastattelut äänitettiin, litteroitiin ja analysoitiin. Haastatteluiden aikana oli välillä tärkeää ohjata keskustelua oikeaan suuntaan sekä muistaa todella kuunnella. Haastateltaviksi valikoituivat kuvataiteilijoista Maaria Jokimies ja Minttu Vaittinen. Käytimme myös pohjana Asbestos kollektiivin kanssa käytyjä keskusteluita, mistä valitettavasti ei ole tallennetta. Kaikki haastateltavat suhtautuivat haastatteluun positiivisesti.

#### 4.5 Haastattelun analysointi

Haastatteluiden analyysi lähtee litteroidun aineiston lukemisella huolellisesti useaan otteeseen. Mikäli tietyt ilmiöt tai asiat ovat haastateltaville yhteisiä, tarkastellaan näitä yhteyksiä. Laadullisen tutkimusaineiston analyysitapoja on useita. Me lähdimme liikkeelle samankaltaisuuksien etsimisestä. (Ojasalo ym. 2009, 98-100).

Haastatteluista kävi selkeästi ilmi haastateltavien voimakas palo taiteeseen aina lapsuudesta saakka, jonka jälkeen taidekoulut on käyty ja niihin ollaan oltu kohtuullisen



tyytyväisiä, erityisesti koulujen tukemiin ulkomaanvaihtoihin. Haastatteluissa kävi kuitenkin ilmi, että taiteilijat kokivat tulevaisuuden erittäin epävarmaksi. Taiteen turvin menestymisen Suomessa taiteilijat kokivat epärealistiseksi. Taiteen apurahoista koettiin olevan valtava kilpailu sekä koettiin etteivät omat kulttuuriverkostot ole tarpeeksi riittävät. Haastateltavat kokivat, että taiteilijana työskentelyyn suhtaudutaan pääasiassa positiivisesti, toki poikkeuksiakin on. Taiteilijat painottivat, että taiteilijana työskentely ei ole heille palkkatyö, vaan joutuvat itse kustantamaan uransa ja tähän erityisesti toivottiin muutosta esimerkiksi ottamalla käyttöön Suomessa jo Ruotsissa käytössä oleva taiteilijarahana/näyttelyraha.

Asbestos Art Spacen kaltaisia tiloja toivottiin olevan tulevaisuudessa paljon enemmän. Tilaisuus päästä (UN)KNOWN FUTURE -taidenäyttelyyn koettiin erittäin mielekkäänä ja hyvänä tilaisuutena verkostoitua sekä saada näkyvyyttä. Haastatteluista voi päätellä (UN)KNOWN FUTURE -taidenäyttelyn todella vastaavan kehittämisen tarpeeseen onnistuneesti, mutta ei luonnollisesti voi olla ratkaisu syvemmillä rakenteissa oleviin taiteilijana työskentelyn ongelmiin kuten rahoitukseen, ja kulttuurialan työpaikkojen vähyteen.

## 5 TAITEEN SAAVUTETTAVUUS

Saavutettavuus kuvaa tuotteen tai palvelun helppoa ja yhdenvertaista tavoitettavuutta. Saavutettavuus on helposti lähestyttävää kaikille ihmisten yksilöllisistä taustoista, kuten uskonnosta, varallisuudesta tai ihonväristä riippumatta. Saavutettavuus ei tarkoita samaa kuin esteettömyys, vaikka näitä usein käytetäänkin synonyymeina. Esteettömyys on konkreettinen este, kuten portaat ja käytettynä taidetapahtumien yhteydessä kuvaa enemmänkin tapahtumapaikan esteettömyyttä, vaikka liikuntarajoitteisille. Saavutettavuus taas on paljon laajempi käsite kuvaamaan niin taiteen kuin tapahtuman saavutettavuutta.

Suomen kulttuuripolitiikka tukee kulttuurin saavutettavuutta ja monimuotoisuuden lisäämistä. Huolimatta siitä, että Asbestos Art Space toimii jo ennestään esteettömien

periaatteiden mukaisesti ja on melko saavutettavissa, koimme kyseisen segmentin tärkeäksi kohdaksi käsitellä ja kehittää entisestään opinnäytetyössämme. Yksi opinnäytetyön tarkoitus oli lisätä Asbestos Art Spacen kävijöiden määrää sekä sitouttaa heitä tilaan. Sen lisäksi, että saavutettava ja esteetön tila lisää yhdenvertaisuutta, se lisää kävijöiden määrää. Kulttuuritapahtumissa saavutettavuus voidaan jakaa useampaan osa-alueeseen, mihin osana kuuluu myös esteettömyys.

## 5.1 Hinnoittelu

Hinnoittelussa on otettava huomioon, että lippujen hinnat saadaan pysymään tarpeeksi matalina houkuttelemaan ihmisiä, kun taas tarpeeksi korkeina, jotta lipputulovirrasta jää voittoa. Esimerkiksi hinnoittelun porrastaminen lisää kulttuuri- ja taidetapahtumien saavutettavuutta. Pienituloisille, kuten opiskelijoille, työttömille, eläkeläisille ja varusmiehille on useasti jopa puolta huokeampi lippu. Saavutettavuuteen kuuluu myös, että liikuntarajoitteisen avustaja pääsee useimmiten ilmaiseksi kulttuuritapahtumiin.

Mikäli kulttuuritapahtuma on täysin ilmainen, on sen mahdollista houkutella täysin uusia kävijöitä. Useat, elleivät jopa kaikki Helsingin gallerioista, tarjoavat sisäänkäynnin taidenäyttelyihinsä täysin ilmaiseksi tai vapaaehtoisella sisäänkäsymaksulla. Kova kilpailu, maineen kasvattaminen ja usein lyhyet näyttelyajankohdat lähes pakottavat tähän. Saavutettavuuden kannalta tämä on tietysti mahtava asia, sillä näin esimerkiksi vain katuja kävelevä ihminen voi mielen tehdessä helposti pistäytyä katsomassa taidenäyttelyä läheisessä galleriassa. Kyselytutkimuksessa kävi ilmi, että niin kävi myös (UN)KNOWN FUTURE -taidenäyttelyn kohdalla.

Asbestos Art Space järjestää erilaisia rahankeruu -tapahtumia, kuten joulumyyjäisiä ja pyrkii hankkimaan rahaa esimerkiksi Bassoradion NOST€-kampanjasta videoprojektoriin. Rahalla saataisiin monipuolisempaa kulttuuria elokuvien ja muun videotaitteen myötä, eikä kyseisten taidelajien esittäminen riippuisi järjestäjän varallisuudesta. (Bassoradio 2017). (UN)KNOWN FUTURE -taidenäyttelyyn osallistuneista kyselyyn

vastaajista 13,2% olisi halukas tulevaisuudessa osallistumaan vastaavanlaisiin tempauksiin ja 76,3% mahdollisesti halukkaita. 78,8% kyselyyn vastanneista kävi Asbestos Art Spacella ensimmäistä kertaa UN(KNOWN) FUTURE -taidenäyttelyssä, josta voimme päätellä, että näyttely todennäköisesti tulee tulevaisuudessa tuomaan taidetilalle myös uusia taloudellisia avustajia. Asbestos-kollektiivi kustantaa itse tilan ja tilan elementit, joten kaikki uudet rahankeruu -tapahtumiin osallistujat kehittävät Asbestoksen toimintaa paljon entisestään.

## 5.2 Alueellinen saavutettavuus

Alueellinen saavutettavuus voi vaihdella paljonkin eri alueiden kesken. Melko monelle kulttuuritoimijalle elinehto on tila kantakaupungissa. Tämä ei tietysti ole pakollista, mutta toimipaikka keskustan alueella alentaa kynnystä tulla paikan päälle tutustumaan. Alueellinen saatavuus ei kuitenkaan ole pelkkä tila keskustassa, vaan myös esimerkiksi hyvien liikenneyhteyksien päässä oleva tila. Hyvien julkisten liikenteen kulkuneuvojen ja hyvän parkkipaikan lähellä olevan kulttuuritilan veto lisääntyy.

Helsingin alueella julkisen liikenteen toimivuus on monen kaukanakin olevan toimitilan pelastus. Asbestos Art Space tilana hieman kauempana keskustasta ei ole ollenkaan haaste, sillä paikalle vie niin linja-autot, kuin raitiolinjatkin. Kuitenkin vielä muutama näyttelyssä kävijöistä koki paikalle pääsyn hankalaksi kyselyn mukaan (Kysely 2.). Tähän syynä saattaa olla se, että suurimmalla osalla on mielikuva, jonka mukaan näyttelyt sijaitsevat ydinkeskustassa. Tähän vaikuttaa myös tietämättömyys, miten helposti julkisella liikenteellä pääsee perille. Suosittelemmekin Asbestos Art Spacen Facebook-sivuille selkeitä ohjeita julkisesta liikenteestä näyttelytilalle.

Asbestos Art Space hukkuu helposti betoniviidakkoon ja emme itsekään löytäneet ensimmäisellä kerralla paikalle. Tilaan kannattaisi laittaa ikkunoihin näkyvät tarrat sekä mahdollisesti tehostaa näkyvyyttä valojen avulla. Hyvä ständi ulkona riittää jo kohdistamaan ohikulkijan katseen. Koska tilaa ei helposti huomaa, arvelimme monen paikallisenkin olevat tietämätön Asbestos Art Spacesta. Tämän vuoksi kohdensimme

markkinoinnin lähellä oleviin taidekouluihin sekä ripustimme julisteita erityisesti Vallilan alueelle.

### 5.3 Esteettömyys

Esteettömyys kuvaa palvelun saatavuutta juuri toimintarajoitteisen ihmisen kannalta. Esteettömyys siis kuvaa esimerkiksi tapahtumapaikan esteettömyyttä, kuten onko paikalle helppo liikkua pyörätuolilla. Esteettömyys rakennetussa ympäristössä kuvaa koko reitin saavutettavuutta, aina sisääntulosta tarpeeksi suuriin hisseihin ja invawchen. Tarpeeksi näkyvä opastus ja induktiosilmukan tarjoaminen kuulovammaisille luovat asiakaslähtöisen kokemuksen tasapuolisesti kaikille.

Rakennetun ympäristön esteettömyys on määritelty Suomen rakentamismääräyskoelmassa, jonka säädökset ovat velvoittavia. Säädöksissä käsitellään esimerkiksi sisäilman kosteutta, kulkuaukkojen leveyttä sekä sukupuolineutraaleja hygieniatiloja fyysisissä rakenteissa. Rakennuksen ollessa ei- esteetön on siitä ilmoitettava etukäteen. Liikuntarajoitteisten huomiointi esimerkiksi tarjoamalla soveltavalla tavalla omaa palveluaan on hyvää asiakaslähtöisyyttä. Kuitenkin esteettömyys ja saavutettavuus eivät välttämättä tarkoita sitä, että palvelu olisi tarjolla mahdollisimman optimaalisella tavalla. (Esteettömyystiedon keskus 2017).

Asbestos Art Space toimii turvallisemman tilan periaatteiden mukaisesti. Kuitenkin ovea ennen on kynnys ja wc ei ole esteetön. Kynnyksestä on mahdollista päästä pyörätuolilla läpi avun kanssa ja lähialueella on paljon ravintoloita ja baareja, joista löytyy esteetön vessa. Asbestos Art Spacen olisi hyvä kehittää esteettömyyttään lisää, mutta tässä tulee taas vastaan raha. Olisimme kokeneet tämän tärkeäksi kehittämiskohdaksi työssämme, mutta valitettavasti emme voineet tehdä asialle mitään ilman suuria resursseja.

### 5.4 Sosiaalinen saavutettavuus

Sosiaalinen saavutettavuus on asiakaslähtöisyyttä yhdenvertaisuuden periaatteiden mukaisesti. Jokainen ansaitsee tulla palveluksi samalla tavalla taustastaan tai ulkoonäöstään riippumatta. Jokaisen on tunnettava itsensä tervetulleeksi. Sosiaalinen saavutettavuus on muun kuin valtavirtaväestön toimintamallien ja näkökulman ymmärtämistä, vaikka ei itse sitä tukisikaan. Sosiaalista saavutettavuutta voi myös huomioida tarjoamalla taidetapahtumissa sisällöltään sellaisia asioita, jotka luovat asiakkaalle kokemuksen juuri hänen huomioinnistaan. (Kulttuuria kaikille 2016).

Turvallisen tilan politiikka on sitä, että ihmiset kokevat olonsa mahdollisimman turvalliseksi tilassa. Kaikille on kuitenkin mahdotonta luoda täysin turvallista tilaa, siksi sanamuoto turvallisemmasta tilasta. Se, että kaikki puuttuvat tilanteisiin, jossa havaitaan häiritsevää käyttäytymistä, on erittäin olennaista turvallisen tilan luonnissa. Tarkoitus on saada ihmiset itse miettimään omaa käytöstään osallistamalla kaikki sosiaalisen turvallisen tilan luomiseen. Minkäänlaista syrjintää tai erottelua ei suvaita, ja tämä tulee tuoda ilmoille niin käytöksessä kuin viestinnässäkin. (Utopia Helsinki 2017).

Turvallisen tilan politiikka on yhteisöllinen menetelmä, joka on lähtöisin vaihtoehtokulttuurien tapahtumista, missä on haluttu varmistaa, että tilaisuudessa on mahdollista olla oma itsensä. Kun voi luottaa siihen, että turvattomuuden tunnetta ja sitä aiheuttavia asioita kuunnellaan, luo se rennomman ilmapiirin ongelmakohtien jakamiselle. (ym.)

Asbestos Art Space noudattaa turvallisen tilan periaatteita. Heillä turvallisen tilan periaatteisiin kuuluu neljä eri kohtaa:

- Emme suvaitse seksismiä, rasismia, homofobiaa tai mitään vähemmistöihin kohdistuvaa syrjintää (esim. transfobiaa, islamofobiaa yms.) tiloissamme.
- Ole avoimin mielin. Kaikilla on erilaiset kokemukset, ajatukset ja elämäntilanteet, eikä kukaan voi määritellä toisen identiteettiä hänen puolestaan.
- Kunnioitus on kaiken alku ja juuri. Älä kyseenalaista toisen erilaisuutta.
- Anna kaikille tilaa. Älä häiritse ketään sanallisesti, tuijottamalla tai koskemalla. (Asbestos 2015)

Sosiaalinen saavutettavuus on hyvä nostaa aina uudelleen ja uudelleen esille ja sitä tulee kehittää aina lisää. Kyselyjen vapaissa kentissä oli useita mainintoja siitä, kuinka mukava on, kun heidät toivotettiin henkilökohtaisesti tervetulleeksi. Näyttelyssä panostimme siihen, että jokaisella on mahdollisuus kysyä henkilökohtaisesti joko taiteilijoilta tai sitten meiltä tuottajilta kysymyksiä taiteeseen ja tilaan liittyen. Tarjosimme myös koko näyttelyn ajan juotavaa ja purtavaa, sillä halusimme tilan olevan sellainen, jossa on kotoisa ja helppo olla. Tapahtuman aikana kävimme vieraiden kanssa keskustelua siitä, että näyttelyiden tulisi olla jatkossakin "meet and greet" -tyylisiä, jolloin taide-elämyksestä saa eniten irti. 100% kyselystä vastanneista tulisi järjestämämme kaltaiseen näyttelyyn uudelleen, mikä kertoo sosiaalisen saatavuuden ehdottomasti onnistuneen.

## 5.5 Viestintä

Viestinnän saavutettavuus kuvaa mahdollisimman selkeää kommunikaatiota. Oli kyse sitten kirjallisesti viestinnästä tai kasvokkain käytävästä keskustelusta, on tärkeää, että viestiminen on ymmärrettävää. Saavutettavaa viestintää suunniteltaessa kannattaa miettiä mitä viestitään, kenelle viestitään ja milloin. Eri viestintäkanavien tärkeys ja sisällöntuotanto korostuvat saavutettavaa viestintää ajatellessa. Saavutettava viestintä onkin tärkeä tuottajan taito, ja markkinoinnin taitaminen on tärkeä työkalu. (Esok 2017, Kulttuurilla kaikille 2017)

Verkkoviestinnässä tärkein ja näkyvin saavutettavan viestinnän muoto on verkkosivut, jotka Asbestos Art Spacelta toistaiseksi puuttuu. Verkkosivuja on hyvä miettiä niin ulkoasun, kuin käytettävyydenkin kannalta. Sivujen helppokäyttöisyys ja käyttäjystävällisyys palvelevat jo olemassa olevia asiakkaita, kuin myös luovat uusia kiinnostuneiden joukkoja. Asbestos kollektiivi voisi esitellä nettisivuillaan esimerkiksi edellisiä tapahtumia, esitellä kollektiivin jäseniä ja heidän työtään sekä kerätä rahaa tilan kehittämiseen. Verkkosivut ovatkin Asbestos Art Spacen suurin viestinnän kehittämisen kohta, joka vie taas uudelleen meidät ongelmaan rahasta: verkkosivut ovat

ammattilaisen tekeminä satoja euroja, joka selittää niiden puuttumisen. Mikäli tietotaitoa niiden luomiseen löytyy kollektiivilta, vie nettisivujen toteutus sen verran aikaa, että sitä on hankala tehdä leipätyön ohella.

Viestinnän saavutettavuutta on aika ajoin hyvä miettiä strategisesti. Tietotaitoa on hyvä päivittää, ja ohjeistus viestinnästä sekä viestijöistä pidetään ajan tasalla. On hyvä myös huolehtia, että viestintään on suunnattu tarpeeksi voimavaroja. Saavutettava ja selkokielineen viestintä ei ole sen hankalampaa, vaatii vain ajatusta. Markkinointi- ja kriisiviestintäsuunnitelman laatiminen organisaatioissa, ja näiden ohjeiden päivittäminen aika ajoin auttaa selkeämmän viestinnän suunnittelussa ja toteutuksessa.

Asbestos Art Spacella tärkein viestinnän muoto virallisten verkkosivujen puuttuessa on heidän Facebook-sivunsa. Sivustoa ylläpitävät pääasiassa Asbestos-kollektiivin markkinointivastaavat, mutta kaikilla jäsenillä on mahdollisuus päivittää sivuille. Pääasiassa sivuilla jaetaan tapahtumia tilassa, sekä erilaisia kuvia sekä Asbestos-kollektiiviin liittyviä uutisia. Toinen aktiivinen tiedotuskanava on Instagramissa. Tuoreen tilan viestinnässä tärkeäksi tekijäksi nousee näin ihmisten arjessa tekemä viestintä ja keskustelu tilasta, sekä järjestämämme kaltaiset uudenlaiset tapahtumat, jotka tuovat uusia tekijöitä yhteen.

## 6 TAPAHTUMAN MARKKINOINTI

Tapahtuman markkinointia suoritettiin pääasiallisesti verkkoviestinnän, varsinkin sosiaalisen median kautta. Päädyimme myös jakamaan tietoa suullisesti eteenpäin lähipiirille, sekä jakamaan julisteita ympäri Helsinkiä. Vahva panostus kuitenkin Facebookin käyttöön, mikä tavoitti suuren osan ihmisiä myös kyselytutkimuksen perusteella: viidesosa kävijöistä saapui näyttelyyn sosiaalisen median ansiosta (Kysely 1). Suoritimme markkinointia varsin itsenäisesti omilla henkilökohtaisilla tileillämme, ja

Asbestos jakoi tekemäämme sisältöä eteenpäin seuraajilleen. Tapahtumasta Facebookissa jaoinme lauantailta livestreamauksena Turcka Kylliäisen lausuntaa, ja video myös säilyy siellä katsottavaksi myöhemminkin.

## 6.1 Kohderyhmäajattelu

Tehokkaan ja selkeän viestinnän luomiseksi, on markkinointia hyvä kohdentaa. Näin saat selkeitä tavoitteita viestinnälle ja kohdistettu viestintä myös puhuttelee ihmistä. Kaikki asiakkaat eivät ole samanlaisia, ja eroavat toisistaan yhdellä tai useammalla tavalla. Näin asiakkaat on helppo jakaa osiin, eli segmentteihin. Segmentoinnin myötä markkinointia voidaan paremmin kohdistaa halutuille ryhmille. Segmentointiperusteet on jaettavissa koviin ja pehmeisiin. Kovia ovat esimerkiksi ikä, sukupuoli, asuinpaikka ja uskonto. Pehmeät ovat häilyväisempiä ja valinnaisempia, kuten esimerkiksi arvot, harrastukset ja persoonallisuus. (Republica.fi 2017)

Segmentoimalla kohderyhmää saa siitä enemmän irti. Kohdesegmenttien tarpeiden mukaan lähdetään luomaan juuri tälle ryhmälle sopivaa viestintäsuunnitelmaa. Segmentoinnin pohjana voi käyttää esimerkiksi kävijätutkimusta tai asiakasrekisteriä ja tietoja voi syventää erilaisten kyselytutkimusten avulla.

Viestintäsuunnitelmaa tehdessä on tärkeää määrittää, mitä halutaan kertoa, kenelle halutaan kertoa, miten kohderyhmä tavoitetaan ja miten voidaan erottua muiden viestintätavoista. Kun mietitään mitä halutaan kertoa, kiteytetään tällöin viestinnän pääviesti. Kun taas mietitään, kenelle halutaan kertoa, määritellään tällöin viestinnän kohderyhmä. Kohderyhmän tavoitettavuutta mietittäessä päätetään, mitä medioita kohderyhmän saavuttamiseksi käytetään. Viestinnän luova osuus on puolestaan sitä, kun mietitään, miten viestinnässä erotutaan kilpailijoista, eli miten viestinnästä tehdään kiinnostavaa. (Prcloud 2015).

Jotta markkinointia voidaan toteuttaa kohdistetusti, on ensin selvitettävä Asbestos Art Spacen asiakasprofiili. Asbestos on melko uusi tila, joten paikalle ei ole koskaan



tehty esimerkiksi kävijätutkimusta. Tapahtumassa toteutimme kyselytutkimuksen kävijöille, mistä saimme hyvää alustavaa dataa, minkä tyyppisiä ihmisiä tilassa vieraillee. Syvensimme saamaamme dataa toisessa netissä tehdyssä kyselyssä. Karkeasti saamamme asiakasprofiili on 20-25-vuotias mies tai nainen, joka on kiinnostunut taiteesta ja käy taidetapahtumissa vuoden aika 10 kertaa tai useammin. Hän on pääkaupunkiseutulainen ja työssäkäyvä. Mikäli resursseja riittää, olisi Asbestoksen hyvä pitää pidemmän aikaa kyselytutkimusta, millä saataisiin suurempi otanta kävijöistä. Asbestoksen tapahtumat kuitenkin vaihtelevat järjestäjien mukaan, niin on oletettavaa, että myös asiakaskunnassa on hienoisia muutoksia.

## 6.2 Toimintaympäristö

Helsinki on taiteilijoiden ja näytteilleasettajien paratiisi tarjoten yli 70 piengalleriaa, suuria museoita ja taidehalleja. Persoonalliset tilat tarjoavat vaihtuvia näyttelyitä ympäri vuoden, ja runsaudenpula voikin iskeä. Helsingissä on myös runsaasti muutakin kulttuuritoimintaa; museoita, teattereita, keikkoja jne. Tässä mielessä moni kulttuuritila ja -toimija kilpaileekin näkyvyydestä, ja asiakkaista. Piengallerioiden kävijäkunta on usein homogeenistä. Taiteen opiskelijat, ystävät, kulttuuriaktiivit, kriitikot ja artistit kansoittavat pääosin eri näyttelyitä.

Taidegallerioissa käyminen on usein maksutonta, mikä alentaa kynnystä käydä eri näyttelyissä. Kuitenkin taiteilijoille näyttelyn pystyttäminen ei ole halpaa puuhaa ja vuokrat Helsingin gallerioissa voivat vaihdella satasista tuhansiin puhuttaessa alle kuu-kauden näyttelyajoista. (Ylöstalo 2017)

Asbestos tarjoaa tilaansa taidekäyttöön ilman kalliita vuokria, joten ei ihme, että paikka on varattu seuraavaksi puoleksi vuodeksi. Asbestos Art Space tarjoaakin virkistävän ja yhteisöllisen tilan, mille ei aivan lähiseuduilta löydy kilpailijaa. Tällä hetkellä tieto Asbestoksesta on kuulunut lähinnä suusta suuhun, mutta tieto ilmaisesta näyttely- ja kulttuuritilasta kiertää nopeasti Helsingin taidepiireissä. (ym. 2017)

Toisen kyselytutkimuksen mukaan 63,2% kävijöistä oli pääkaupunkiseudulta, mutta koko vastaajamäärästä yli puolet (78,9%) ei ollut kuullut aikaisemmin Asbestos Art Spacesta. Järjestäessämme siis (UN)KNOWN FUTURE -taidenäyttelyä toimme mahdollisimman monelle tietoon kyseisen tilan, ja juuri sen maksuttomuuden. Jopa vieraskirjaan oli siteerattu, että "Ihana paikka, missä muut samanlaiset tilat?", nosti taas mieleen, että Asbestos Art Spacea voikin huoletta markkinoida Helsingin kantakaupungin yhtenä ainoana tilana, mikä tarjoaa nouseville taiteilijoille ja tuottajille tilaisuuden luoda uusia elämyksiä ilmaiseksi.

### 6.3 Verkkomarkkinointi

Verkkomarkkinointi on nykyään yksi keskeisimmistä markkinoinnin muodoista. Suomessa verkkomarkkinointiin ollaan vasta heräämässä, ja verkon tuomia mahdollisuuksia ei välttämättä osata hyödyntää sen tarjoamalla täydellä potentiaalilla. Verkkomarkkinoinnin hyviä puolia ovat helppo saatavuus ja pienet tai olemattomat kustannukset. Verkossa markkinointi vaatii ajan lisäksi vain hieman tekniikkaa ja taitoa toimia eri medioiden sisällä. Suurten rahavirtojen sijasta käytetään luovuutta, järkeä ja aikaa. (Maksimainen 2011, 5-8).

Digitaalisen markkinoinnin muodoista erityisesti sosiaalinen media on nostanut viime vuosina päätään. Mahdollisuus asiakasdialogiin onkin ehkä syy sosiaalisen median merkittävään kasvuun. Enää viestintä ei ole vain yksipuoleista markkinointia kohderyhmille, vaan verkkoviestintä antaa eväät olla helposti lähestyttävä ja viestintä on molemminpuolista (Divia 2014). Tässä asiakkaan maailmassa kohderyhmäajattelua voidaan häivyttää hieman, ja siirtyä personointiin. Asiakas voi itse päättää milloin tulee hakemaan tietoa, joten yrityksenkin tulisi olla helposti löydettävissä verkossa.

Verkkomarkkinointi palvelee myös myynninedistämistä, sillä internetiin on mahdollista tallettaa valtavat määrät niin informaatiota kuin viihteellistä sisältöä. Huonona puolena verkossa on kuitenkin se informaation määrä, minkä kävijä saa pelkällä vilkaisulla. Tämän takia kaikkia verkkoviestinnän väylät tulisi pitää mahdollisimman yksinkertaisina ja tiivistää informaatio kaikkein olennaisimpaan, mistä halutessaan saa lisätietoa.

Marko Merisavo (2006) luokittelee verkkomarkkinoinnin tavoitteet pitkän ja lyhyen aikavälin tavoitteisiin. Myyntiä voidaan edistää kilpailuilla ja tapahtumilla, mutta brändin rakentaminen ja tuotekehitys vaativat pitkäjänteisempää lähestymistä. (Maksimainen 2011, 9).

Tulevaisuudessa erilaiset verkkoviestinnän keinot tulevat valtaamaan alaa perinteisemmältä viestinnältä. Siksi onkin tärkeä pysyä ajan tasalla. Oma tietotaito erilaisista palveluista ja sovelluksista tulee jatkuvasti päivittää, sillä kehitys on niin nopeaa, että siitä voi helposti jäädä jälkeen. Varsinkin lasten ja nuorten aikuisten tavoittamisessa on tärkeää ostaa viestiä oikein verkossa ja oikeilla kanavilla. Juurikin segmentointi auttaa tässä.

Asbestos on tilana vielä niin nuori, joten kunnollista markkinointisuunnitelmaakaan ei ole. Markkinointia toteuttavat kaikki kollektiivin jäsenet, toiset enemmän kuin toiset. Olisikin hyvä, että markkinointia lähdetäisiin yhtenäistämään, jotta ihmisille muodostuisi yksi vahva kuva Asbestos Art Spacesta. Tämä tietysti vaatii juurikin suunnitelmallisuutta, ja kärsivällisyyttä, sekä resursseja kunnollisen verkkoviestintäsuunnitelman laatimiseksi. Tämä kaikki kuitenkin pitkällä tähtäimellä olisi luomassa Asbestokselle toimivaa brändiä.

#### 6.4 Sosiaalinen media

Sosiaalinen media on viime vuosina kasvattanut suosiotaan. Tämän median tunnuspiirteitä onkin yhteisöllisyys ja jakaminen. Huonona puolena sosiaalisen median palveluissa on se, että ihmiset ovat huonoja sitoutumaan ilmaiseen palveluun. Myös mobiilisovellukset ovat viime vuosina kasvattaneet suosiotaan ja mobiilisivustojen ja -palvelujen käytön suosio on jo lähes samalla tasolla kuin sosiaalinen media oli vuonna 2010. (Divia 2014). Tärkeintä sosiaalisen median markkinoinnissa onkin perehtyä minkälaisia ihmisiä missäkin palveluissa käy, ja onko näiden palveluiden suurin käyttäjäryhmä myös potentiaalinen asiakas.

Sosiaalinen media on nykypäivänä entistä tärkeämpi osa yritysten ja organisaatioiden markkinointiviestintää. Se ei ole mikään erillinen palikka, joka liimataan markkinointiviestinnän kylkeen, vaan se tulisi sisällyttää viestintästrategiaan. Monet markkinoijat ovatkin alkaneet satsata merkittäviä summia rahaa sosiaalisessa mediassa toteutettavaan markkinointiviestintään, ja siksi olisikin kilpailun kannalta tärkeää pyrkiä kehittää myös oman yrityksen toimintaa kokonaisvaltaiseksi ja jatkuvaksi toiminnaksi pelkkien kilpailujen ja mainoskampanjoiden sijaan. Samalla kehitetään yrityksen verkkopresenssiä, eli näkyvyyttä internetissä. (Valtari 2013).

Facebook on edelleen Suomen suosituin sosiaalisen median palvelu, kuitenkin nuorten keskuudessa Facebookin käyttö on vähenemässä. Facebookissa viestiminen on helppoa, mutta vaatii rekisteröitymisen. Facebookissa käyttäjät ovat iältään 13-vuotiaasta ylöspäin, käytännössä kuitenkin palvelussa on nuorempiakin. Tilastokeskuksen julkaiseman selvityksen mukaan jo puolet suomalaisista on mukana verkon yhteisöpalveluissa, kuten blogeissa, foorumeilla ja muilla sosiaalisen median kanavilla. Facebook on edelleen kanavista suosituin, sillä sitä käyttää yli 2 miljoonaa suomalaista. Vaihtoehtoisten kanavien suosio on kuitenkin jatkuvassa nousussa ja mikä tärkeämpää, spesifeillä kanavilla tavoittaa tietynlaista asiakaskuntaa. Instagram on yltänyt käyttäjämäärältään jo Twitteriäkin suosituimmaksi sosiaalisen median kanavaksi. Alustana Facebook on mitä monipuolisin, ja se tarjoaa mahdollisuuksia vaikka mihin. Facebook on oiva paikka asiakasdialogin muodostamiselle, ja erilaiset kyselyt, kilpailut ja keskustelunavaukset ovat arkipäivää tässä sosiaalisessa mediassa. (ebrand Suomi Oy 2016, Prcloud 2015).

Kuvanjakopalvelu Instagram on neljänneksi suosituin sosiaalisen median palvelu Suomessa, ja Instagram-tili on 16 %:lla suomalaisista. Eniten Instagramin käyttäjiä on alle 34-vuotiaissa, aktiivisinta käyttöä parikymppisiltä naisilta erityisesti. (Taloustutkimus 2014). Instagramissa jaetaan kuvia, joita on muokattu Instagramin omassa sovelluksessa, tai jollakin muulla kuvanmuokkausohjelmalla, esimerkiksi VSCO-cam ja Insta-Box. Hashtagien käyttö on Instagramissa tärkeää. Kalastelemaan ei sentään tarvitse ryhtyä, mutta tietyt yhtenäiset hashtagit tuovat ihmisiä katsomaan Instagram-profiilia. (ebrand Suomi Oy 2016).

Yhteisö- ja mikroblogipalvelu Twitterissä sen käyttäjät jakavat 140 merkin mittaisia postauksia eli twiittejä. Suomessa twitter ei ole vielä kukaan kivunnut suosiossa yhtä korkealle tasolle, mitä se on esimerkiksi Yhdysvalloissa. Twitterin käyttäjämäärät Suomessa ovat melko vähäiset, mutta käyttäjät ovatkin suurimmalta osin aktiivisia. Twitterin hyviin puoliin kuuluu, että se on helppokäyttöinen, ajankohtainen ja ilmainen. Hashtageilla voi helposti etsiä tietoa niin itseä kiinnostavista jutuista, kuin polttavista puheenaiheista. Twitter on myös oiva alusta verkostoitua muiden käyttäjien kanssa. Asbestoksella ei ole vielä Twitter-tiliä, mutta Twitter olisi oiva paikka esimerkiksi keskustelutilaisuuksien aiheiden jakamiseen myös henkilöille, jotka eivät fyysisesti pääseet paikalle. Erilaiset kollektiivilaisia koskettavat twiitit ja uutiset voisi myös helposti jakaa tuolla tilillä. Nuorten tavoittamiseen Twitter on kuitenkin melko huono, sillä ebrandin vuonna 2016 tehdyssä tutkimuksessa nuorten sosiaalisen median käytöstä, Twitter on vasta sijalla yhdeksän.

Sosiaaliseen mediaan panostaminen on nykypäivää melkein joka yrityksessä. Mikäli yrityksen tai organisaation mieltä saada lisää näkyvyyttä, ovat Facebookin ja Instagramin maksulliset palvelut tulleet avuksi. Rahalliset palvelut kuitenkin eivät korvaa puutteellista tai huonoa sisällöntuotantoa. Livestriimaus tulee nousemaan uuteen huippuunsa, kun Facebook on ottanut käyttöönsä livelähetys-toiminnon. Aikaisemmin sosiaalisen median edelläkävijät olivat ottaneet livelähetykset omakseen palveluiden kuten Periscope ja Snapchat kautta. (Valtari 2016).

Päädyimme markkinoimaan tapahtumaamme pääosin Facebookissa, sillä sieltä tavoitimme suuren joukon ihmisiä, ja Asbestos Art Space on aktiivisimmillaan juuri Facebookissa. Heillä on 629 tykkääjää omalla Facebook-sivullaan, ja päivityksiä tulee melko useasti, yleensä tapahtumailmoituksina tilassa. (Asbestoksen facebook 2017). Myös Instagramissa heillä on oma profiilinsa, jolla on 556 seuraajaa. Kaikilla asbestoskollektiivin jäsenillä on käyttöoikeus molempiin sosiaalisen median kanaviin, mutta pääasiallisesti vain muutama kollektiivista painottaa markkinointia.

Juuri verkkoviestintäsuunnitelman ja kunnollisten verkkosivujen puuttuessa, olisi tärkeää pitää sosiaalisessa mediassa yhtenäistä linjaa. On tietysti hyvä, ettei ketään kollektiivilaista kuormitettaisi liikaa, sillä onhan Asbestos Art Space muiden töiden ohella

ylläpidettävä tila. Tulisi kuitenkin harkita, josko sosiaaliseen mediaan laitettavaa sisältöä voisi jakaa jossakin muussa kanavassa kollektiivilaisten kesken, ennen kuin se julkaistaisiin virallisilla sosiaalisen median kanavilla. Näin myös varmistuttaisiin siitä, että mitään ei tuplapostata, ja vain paras sisältö näkyy seuraajille. Ryhmäkeskustelu esimerkiksi pikaviestipalvelu Whatsappissa voisi toimia reaaliaikaisena sisällönjakokanavana tuota tarkoitusta parhaiten palvelevana keinona. Näin se kollektiivilaisista keillä on eniten aikaa, voisi julkaista sosiaalisissa medioissa.

Kyselytutkimuksesta 2 kävi ilmi, että Asbestos Art Spacen kävijöistä noin 85% on alle 35-vuotiaita. Sosiaalisen median muiden kanavien käyttöönotto ei siis olisi ollenkaan huono ratkaisu, vaan monipuolistaisi nykyhetkistä tarjontaa. Esimerkiksi nuorten tavoittamiseen sopiva kanava voisi olla kuvan- ja viestinjakopalvelu Snapchat, mikä on kasvattanut suosiotaan muutamassa vuodessa räjähdysmäisesti ollen nyt nuorten kuudenneksi suosituin sosiaalisen median palvelu (ebrand Suomi Oy 2016). Snapchat olisi helppo väylä jakaa sisältöä ns. esiripun takaa. Esimerkiksi näyttelyiden rakentamisen arki, erilaiset välähdykset tulevaisuuden kuvioista tai vain kollektiivilaisten perusarki toisivat mielestämme hyvän lisän tavoittaa Asbestos Art Spacesta kiinnostuneita ihmisiä tarjoten vähän kevyttä extrasisältöä. Erilaiset tapahtumat tilassa voi Snapchatin MyStoryn kautta jakaa melko reaaliaikaisesti seuraajille ja hetken huuman teho ei haihdu, sillä tarinat ovat esillä vain vuorokauden, jonka jälkeen ne katoavat.

## 7 LOPUKSI

Taiteilijan asema Suomessa vuonna 2017 on epävarma, joka käy ilmi niin lähdeaineistosta kuin myös opinnäytetyön haastatteluista. Mittavat tutkintorakenteen uudistukset, apurahoista kilpailu, kalliit tilavuokrat ja yrittäjyyden ja itsensä työllistämisen häilyvä raja ovat arkipäivää opiskelevalle, vastavalmistuneelle sekä jo työkseen taidetta tekeväälle. Verkostojen tärkeys nousee yhä tärkeämmäksi niin työllistymisen kuin itsensä markkinoinnin kannalta. Kasvukeskuksena Helsinki on tulevaisuuden kannalta hyvä paikka luoda verkostoja, sillä todennäköisesti taiteilijamme tulevat täällä työskentelemään enemmän tai vähemmän.

Jos Asbestos Art Spacen kaltaisia avoimia kaupunkitiloja, jotka rikkovat taidemaailman perinteisiä rakenteita ja kaupallisuutta olisi enemmän, taidetta saattaisi olla helpompi lähestyä, aloittavien taiteilijoiden helpompi saada jalkaa oven väliin ja taiteilijoiden verkostot olisivat todennäköisesti laajemmat. Asbestos Art Spacella järjestetty (UN)KNOWN FUTURE -taidenäyttely onnistui tavoitteessaan luoda taiteilijoille uusia verkostoja ja näkyvyyttä sekä jokainen kyselytutkimukseen vastannut henkilö vastasi, että tulisi vastaavanlaiseen taidetapahtumaan uudestaan. Tästä voi päätellä, että Asbestos Art Space sai (UN)KNOWN FUTURE -taidenäyttelyn myötä uutta kävijäkuntaa. Tapahtuma myös innosti muutamia kävijöitä tuottamaan mahdollisesti samanlaisella konseptilla tulevaisuudessa tapahtumia niin Asbestos Art Spacessa kuin muualla Suomessakin.

Tulevaisuus teemana kiteytti kulttuurialan ammatillisen epävarmuuden. Taiteilijoiden taideteokset olivat valtavan erilaisia ja silti niin yhteen sopivia. Kiinnostavaa oli huomata miten tulevaisuudenkuva muovaa tapaa tehdä taidetta, ja päätöksiä omalla alallaan. Teemana epävarma tulevaisuus sopii myös hyvin tilaan, ja sitoi omalla tavallaan kaikki tapahtumaan osallistuvat ihmiset yhteen.

Asbestos Art Space on vasta puoli vuotta vanha, joten Asbestos-kollektiivin olisi hyvä kiinnittää markkinointiin jatkossa entistä enemmän huomiota. Asbestokselle luotu alustava kävijäprofiili auttaa markkinoinnin suunnittelussa. Yhtenäinen markkinointisuunnitelma, panostaen erityisesti verkkoviestintään, toisi markkinoinnille yhtenäisemmän sävelen ja tasaisuutta. Tekemämme kyselylomake paljasti, että erityisen hyviä markkinoinnin muotoja olivat sosiaalinen media ja henkilökohtaiset kutsut. Sosiaalisesta mediasta Asbestos Art Space käyttää Facebookia ja Instagramia aktiivisesti. Jatkossa oli hyvä kokeilla myös uudempia sosiaalisen median kanavia, kuten Snapchatia ja Facebookin livestreamaus voisi toimia Asbestoksen tapahtumien markkinoinnissa. Asbestos Art Spacella ei vielä ole omia nettisivuja ja tähän ehdottaisimme muutosta mahdollisimman pian, mikäli resursseja vain löytyy.

Tulevaisuudessa Asbestos Art Spacen toiminnan laajentuessa olisi hyvä jatkaa työtä kävijöiden parissa ja toteuttaa mittavampi ja laajempi kävijätutkimus. Myöskään pelkän

tuottajan ottaminen mukaan kollektiiviin ei olisi ollenkaan hassumpi idea, sillä näin kollektiivilaisille jäisi itselleen enemmän aikaa taiteelliselle työlleen. Kysely 2:n vastan-  
neista yli  $\frac{2}{3}$  tulisi tilaan uudestaan, joten nyt on aika sitouttaa näitä kiinnostuneita. Koppia kollektiivin tai muiden tahojen järjestämien tapahtumien sisällöille voi ottaa Kysely 2:ssa ilmi tulleista vastauksista, minkälaista tapahtumaa tilassa halutaan tulevaisuudessa nähdä. Kuva- ja valokuvataiteen lisäksi tilassa haluttaisiin eniten nähdä elokuvia ja dokumentteja sekä spoken word -tilaisuuksia. Myös valotaide ja livemusiikki kiinnostavat. Kesään kohden erityisesti akustinen livemusiikki varmasti toimii tilassa, kun taas iltojen pimetessä valotaide on varmasti erityisen näyttävää.



## LÄHTEET

Asbestos kollektiivi 2015. Asbestos. Helsinki: Tim1 digipaja.

Asbestos kollektiivin Facebook profiili. Viitattu 24.2.2017. <https://www.facebook.com/asbestosartspace1/>

Bassoradion NOSTE. Asbestos Art Space. Viitattu 28.3.2017. <http://www.basso.fi/noste/asbestos-art-space/>

Divia. Digitaalisen markkinoinnin barometri 2014. Aalto University. Viitattu 8.2.2017. [http://www.divia.fi/divia/sites/default/files/DiViA\\_Digibarometri\\_2014.pdf](http://www.divia.fi/divia/sites/default/files/DiViA_Digibarometri_2014.pdf)

ebrand Suomi Oy. SoMe ja nuoret 2016. Kyselytutkimus nuorten sosiaalisen median käytöstä. Viitattu 3.4.2017. <http://www.ebrand.fi/somejanuoret2016/2-suosituimmat-sosiaalisen-median-palvelut/>

ESOK.fi. Käsitteet ja sanasto. Viitattu 23.11.2016. <http://www.esok.fi/stivisuositus/termit/kasitteet-ja-sanasto>

Esteettömyystiedon keskus. Suomen rakentamismääräyskokoelma RakMK. Viitattu 25.1.2017. [http://www.esteeton.fi/portal/fi/esteettomyys/lainsaadanto/suomen\\_rakentamismaarayskokoelma\\_rakmk/](http://www.esteeton.fi/portal/fi/esteettomyys/lainsaadanto/suomen_rakentamismaarayskokoelma_rakmk/)

Finlex. Suomen perustuslaki 1999. Viitattu 28.3.2017. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990731#L2P16>

Hirsijärvi, Sirkka & Hurme, Helena 2008. Tutkimushaastattelu. Helsinki: Gaudeamus.

Kantokorpi, Otso & Sakari, Marja 2004. Mistä taiteilijat on tehty? Myyttinen taiteilija – myytti taiteilijasta. Kustannus Oy Taide. Helsinki 2004.

Kulttuuria kaikille. Mitä on saavutettavuus. Viitattu 22.11.2016. [http://www.kulttuuria-kaikille.info/saavutettavuus\\_mita\\_on\\_saavutettavuus](http://www.kulttuuria-kaikille.info/saavutettavuus_mita_on_saavutettavuus)

Kylmäkoski, Merja & Lindholm, Arto & Rainò, Päivi & Viitanen, Reijo 2013. Opinnäytetyöopas. Humanistinen ammattikorkeakoulu.

Maksimainen, Teija 2011. Joensuun kaupunginorkesterin verkkomarkkinoinnin kehittäminen. Pohjoiskarjalan ammattikorkeakoulu: Viestinnän koulutusohjelma.

Ojasalo, Katri & Moilanen, Jarmo & Ritalahti, Jarmo 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 1.painos. Helsinki: WSOYpro.

Opetus- ja kulttuuriministeriö. Taiteen ja kulttuurin saavutettavuus. Viitattu

23.11.2016. [http://www.minedu.fi/OPM/Julkaisut/2014/Taiteen\\_ja\\_kulttuurin\\_saa-vutettavuus.html](http://www.minedu.fi/OPM/Julkaisut/2014/Taiteen_ja_kulttuurin_saa-vutettavuus.html)

Piispa, Mikko 2014. Miten tämän ajan taiteilijat ovat kasvaneet taiteilijoiksi?

Viitattu 28.3.2017. <http://areena.yle.fi/1-2548201>

Piispa, Mikko & Salasuo, Mikko 2014. Taiteilijan elämänselitys. Tutkimus nuorista taiteilijoista 2000-luvun Suomessa. Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 156. Prcloud 2015. Instagram on nyt suurempi some-kanava kuin Twitter. Viitattu 19.02.2017.

<http://www.prcloud.fi/uutiset-ja-blogi/pr-cloud-blogi/kirjoitus/instagram-on-nyt-suurempi-some-kanava-kuin-twitter-vinkit-yrityksille.html>

Puhakka, Sirpa 2016. Kuvataiteessa vain muutama tähti pärjää omillaan. Viitattu

28.3.2017. <http://www.kansanuutiset.fi/artikkeli/3489625-kuvataiteessa-vain-muutamatahti-parjaa-omillaan>

Pulkkinen, Miisa 2017. Kuvataide menetti oman tutkintonsa ammatillisen koulutuksen uudistuksessa. Viitattu 26.2.2017. <http://taiteilijalehti.fi/kuvataide-menetti-oman-tutkintonsa-ammattillisen-koulutuksen-uudistuksessa/>

Rensujeff, Kaija 2014. Taiteilijan asema 2010 – Taiteilijakunnan rakenne, työ ja tulonmuodostus. Taiteen edistämiskeskus, Helsinki.

Republica.fi. Kohdentaminen ja segmentointi. Viitattu 8.2.2017. <http://republica.fi/kohdentaminen-ja-segmentointi/>

Suomen Taiteilijaseura. Kuinka elää kuvataiteella. Viitattu 3.4.2017.

<http://artists.fi/kategoria/kuinka-elaa-kuvataiteella/>

Taiteen edistämiskeskus 2012. Uudenmaan näyttelytilaopas 2012. Viitattu 8.2.2017.

<http://www.taike.fi/documents/10610/0/n%C3%A4yttelytilaopasHL.pdf>

Taloustutkimus 2014. Somekysely. Viitattu 20.1.2017. [http://www.yle.fi/tvuutiset/uutiset/upics/liitetiedostot/yle\\_somekysely.pdf](http://www.yle.fi/tvuutiset/uutiset/upics/liitetiedostot/yle_somekysely.pdf)

Utopia Helsinki. Turvallisemmat tilat. Viitattu 3.2.2017. <https://utopiahelsinki.wordpress.com/2013/03/14/turvallisemmat-tilat-2/>

Valtari, Minna 2013. Someco: Sosiaalinen media ja markkinointiviestintä vuonna

2014. Viitattu 20.2.2017. <http://someco.fi/blogi/sosiaalinen-media-ja-markkinointiviestinta-vuonna-2014/>

Valtari, Minna 2016. Someco: Sosiaalisen median markkinointi Suomessa vuonna 2016. Viitattu 21.2.2017. <http://someco.fi/blogi/sosiaalisen-median-markkinointi-suomessa-vuonna-2016/>

Ylöstalo, Mia 2017. Asbestoksen toiminta. 19.2.2017. Helsinki: Asbestos Art Space.

## LIITTEET

Liite 1: Juliste

Liite 2: Kyselylomake 1 (paperisena toteutettu)

Liite 3: Kyselylomake 2 (verkossa toteutettu)

Liite 4: Maaria Jokimiehen litteroitu haastattelu

Liite 5: Minttu Vaittisen litteroitu haastattelu

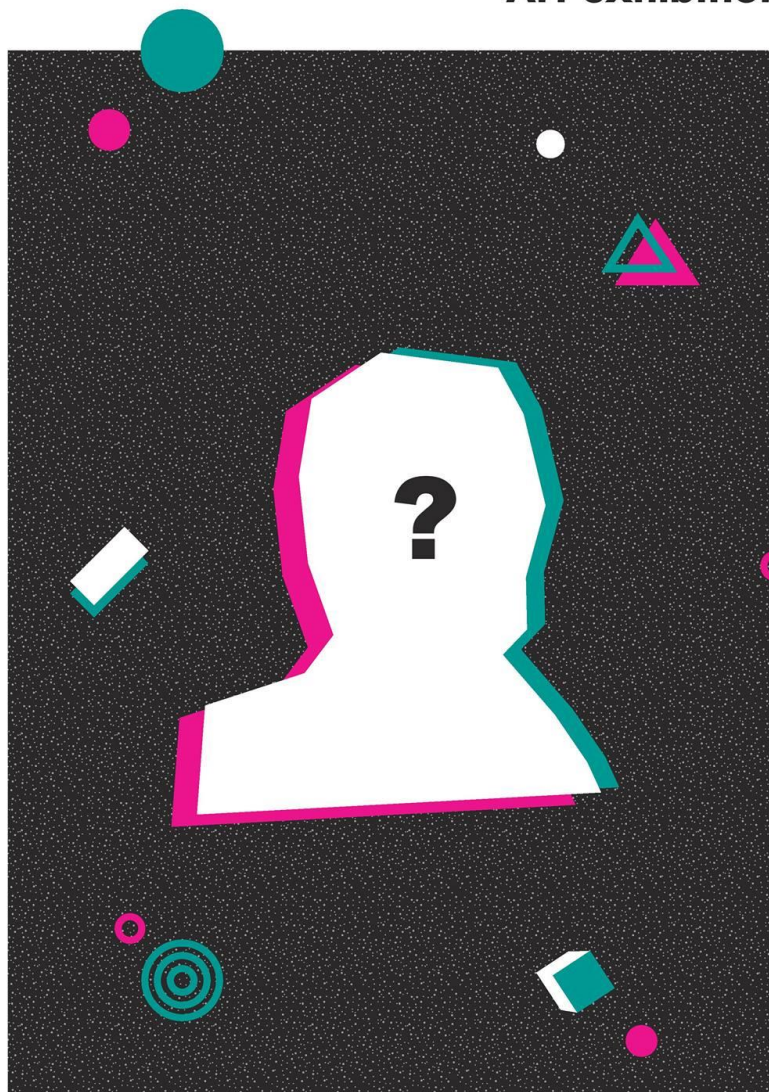
Liite 6: Harjoituksia olemisesta käsiohjelma

Liite 7: Kuvia

# (UN)KNOWN FUTURE

Art exhibition

TO – 18 – 22 | PE – 17 – 22 | LA – 12 – 17 | SU – 12 – 16 **Tervetulo!**



Asbestos Art Space - Mäkelänkatu 45, 00550 Helsinki

**16.–19.2.2017**

Avajaiset to 16.2 klo 18-22

**Ilmainen sisäänpääsy!**

Elina Ahlstedt  
Maaria Jokimies  
Joanna Lamberg  
Susanna Storbacka  
Minttu Vaittinen

Liite 1: (UN)KNOWN FUTURE – näyttelyn juliste

Liite 2: Kysely 1:n kysymykset olivat:

Sukupuoli?

nainen  mies  en halua määritellä

Ikä?

15-20  20-25  25-30  30-40  40→

Kuinka usein käyt vuoden aikana taidetapahtumassa?

0-2  2-5  5-10  10 tai enemmän

Mistä kuulin (UN)KNOWN FUTURE -näyttelystä?

sosiaalinen media  juliste  kutsu  tapahtumakalenterit  jostain muualta, mistä?

Pitäisikö vastaavia tapahtumia olla enemmän?

kyllä  ei

Tulisitko kyseiseen tapahtumaan uudelleen?

kyllä  ei

Kiitos osallistumisestasi kyselyyn! Kyselyn tuloksia käytetään Milja Haltsosen ja Satu Kinnusen kulttuurituotannon koulutusohjelman opinnäytetyössä.

## Liite 3: Kysely 2

Hei! Suoritamme tätä kävijätutkimusta osana opinnäytetyötämme Humanistiselle ammattikorkeakoululle ja vastaukset pysyvät anonyymeinä. Vastaaminen kestää n.5 minuuttia ja jokainen vastaus on hyödyksi!

## 1. Sukupuoli

Nainen	Mies	En halua määritellä	
	En halua kertoa		

## 2. Ikä

0-18	18-25	25-35	35-50
	50-65	65->	

## 3. Asuinpaikka

Pääkaupunkiseutu	Muu Suomi	Ulkomailla
------------------	-----------	------------

## 4. Olen

Opiskelija	Työssäkäyvä	Työtön	Eläkeläinen
------------	-------------	--------	-------------

## 5. Olitko aikaisemmin kuullut Asbestos Art Spacesta?

kyllä	en
-------	----

## 6. Kauanko viivyit tilassa?

0-5min	5-15min	15-30min	30min->
--------	---------	----------	---------

## 7. Oliko paikalle helppo suunnistaa, vai olisitko kaivannut lisäopastusta?

olisin kaivannut lisäopastusta 1---2---3---4---5 kyllä oli

## 8. Kävitkö (UN)KNOWN FUTURE -näyttelyn avajaisissa to 16.2.2017?

kyllä	en
-------	----

9. Vapaa kommentti avajaisista. Missä onnistuimme ja mitä olisit toivonut olevan erilailla?

.....

10. Kuinka monta kertaa olet käynyt Asbestos Art Spacessa puolen vuoden sisään?

ensimmäinen kerta tilassa                      2-5                      5-10                      10->

11. Aiotko vierailla tilassa tulevaisuudessa uudelleen?

kyllä    en

12. Jos vastasit ettet, niin miksi?

.....

13. Oletko tietoinen, että Asbestos-kollektiivi ei saa ulkopuolista rahoitusta Asbestos Art Spacen ylläpitoon?

kyllä    en

14. Olisitko valmis tukemaan taloudellisesti tilaa tai osallistumaan johonkin varainkeruutempaukseen (esim. joulumarkkinat tms)?

Kyllä    en    ehkä

15. Millaista aktiviteettia haluaisit nähdä enemmän tilassa tulevaisuudessa?

spoken word/runous	tanssia	teatteriesityksiä
	elokuvia/dokumentteja	sirkusta
	valotaidetta	keskustelutilaisuus
	valokuvataide	kuvataide yhteisötaide
	muuta, mitä?	

KIITOS KYSELYYN OSALLISTUMISESTA! :)



## Liite 4:

## Taiteilijakuva

1. Missä vaiheessa huomasit, että taide ja kulttuuri kiinnostavat sinua? Kenties jo lapsuudessa? Oliko muita haave-ammatteja? Onko perheessäsii taiteilijoita tai taiteen harrastajia?

Maaria Jokimies, 24 vuotta, Lappeenrannasta kotoisin oleva kuvataiteilija. Mie huomasi jo lapsena, että piirtäminen ja ylipäättänsä kaikki kulttuuri kiinnosti. Ala- ja ylästeen alun vietin piirtäen joka päivä ja viihdyin aikalailla yksin. Pitkään miulla oli muitakin haaveammatteja kuin kuvataiteilija, mutta ei niin selkeitä. Jossakin vaiheessa esiteininä tuli tosi epärealistiset odotukset, että kun oon 18 niin olen saavuttanut tietyn määrän asioita. Viimeistään lukiossa oli aika selvää, että haluan olla kuvataiteilija. Perheessä ei ole hirveästi kuvataiteilijoita, äidin puolella on pari tättiä jotka on harrastanu maalaamista. Kiinnostusta taiteita kohtaan löytyy kyllä suvusta.

2. Millainen on opiskelupolkuusi peruskoulun jälkeen?

Peruskoulun jälkeen lähdin taidelukioon Savonlinnaan kuvataidepuolelle, jolloin miun taidekoulutus alkoi. Mielestäni oli hyvä ratkaisu lähteä sinne. Tämän jälkeen olin puoli vuotta Oriveden opistossa, joka on kanssa tosi hyvä tällainen maksullinen kansanopisto. Oriveden opistosta sit Lahden taideinstituuttiin josta sain siis ammattikorkeakoulututkinnon. Orivedeltä mein opettaja Sampsa Virkajärvi sanoi, että sopisin Lahteen hyvin. Oltiin viimeinen vuosikurssi, ja taideinstituutin lakkautuspäätös oli tullu just sinä keväänä kun haettiin kouluihin.

3. Oletko ollut tyytyväinen koulutukseesi (opetuksen laatu, koulun tarjoamiin verkostoihin, valmistiko se hyvin tulevaisuuteen)? Jos et, mitä olisit voinut koulultasi enemmän? 4. Millaista taidetta teet ja mikä siinä on tärkeää? Mitä toivot välittäväsi ihmisille taiteellasi? 5. Millaiset taiteilijaverkostot sinulla on? Missä olet luonut niitä?

Orivedellä opetus oli todella intensiivistä, et melkein kädestä pitäen näytettiin kaikki ja ohjattiin sopiviin kouluihin. Et oli varsin erilaista siellä ammattikorkeakoulussa alkuun. Taideinstituuttihan ei siis aina ole ollut ammattikorkeakoulu et kun se laitettiin siihen järjestelmään niin siitä on tullut kurssimuotoinen. Alussa

peruskurssit tuntui olevan tosi lyhyitä ja piti tarttua ekaan ideaan, miks sitten ei tehnyt välttämättä niin hyviä töitä. Myös kritiikkiä toivottiin alussa enemmän. Myöhemmin on tajunnut et se oli sitä tekniikan opettelemista. Loppupeleissä voin sanoa olevani tyytyväinen. Kritiikkitalanteissa meillä oli vieraita nimiä ja itse oltiin myös tosi aktiivisia kutsumaan kuvataiteilijoita ja kuraattoreita keskustelemaan. Verrattuna Helsinkiin missä verkostoituminen tapahtuis siinä samalla opiskellessa ei meillä niin ollut, varsinkin kun uusia opiskelijoita ei enää tullut. Hyvää mei koulussa oli mahdollisuus kutsua lopputyölle ohjaaja, jolle ammattikorkeakoulu maksoi palkkaa ja kutsuin itse Rauha Mäkilän. Kävin myös vaihdossa Varsovan taideakatemiassa, missä meille professorit anto aika vapaat kädet. Siellä oli myös tosi hyviä valinnaisia kursseja ja mukavaa on, että vaihtarikaverit on jäänyt ympäri Eurooppaa verkostoksi. Itse maalasin Varsovassa ja työskentelen pääasiassa maalaten tai piirtäen figureita. Tärkeää on, et miu taiteesta pystyy nauttimaan ilman mitään taidetaustaakin.

#### Taiteilija ja raha

1. Uskotko että pystyisit elättämään itsesi vain taiteellasi? Jos et, niin miksi ei?

Uskon aina tekeväni pääasiassa taidetta. Pelkästään taiteella eläminen on kuitenkin aika epärealistinen toive täällä Suomessa. Virallisesti oon siis työtön. Instituutissa opettajat oli kaikki kuvataiteilijoita, että tulevaisuudessa sellaisia hommia näkisin tekeväni. Tietysti voi toimia tällaisena "asiantuntijana" ja tilaustöitä voi ottaa vastaan. Tähän mennessä oon tehnyt kavereille taskurahasta levynkansia yms. Pari maalausta oon myös myynyt viime kesänä tuolta lopputyönäyttelystä, toisen osti Lahden ammattikorkeakoulu. Jos käy niin iloisesti, että tästä tulot lähtee ylös niin pitäis y-tunnus ottaa.

2. Oletko koskaan hakenut apurahoja omiin taideprojekteihin? Oletko saanut apurahaa hakemuksillasi? Tiedätkö miten hakea?

Oon valmistumisen jälkeen hakenut työskentelyyn ja näyttelyn järjestämiseen apurahaa, mut näistä ei oo tullut päätöstä. Luokan kanssa haettiin viime keväänä opinnäytetyönäyttelyä varten avustusta mm. Päijät-Hämeen rahastosta. Ei näitä kyllä hirveän helpolla saa. Tulee paljon hakemuksia joten kilpailu on kovaa, ja monella järjestöllä tuntuu olevan suuri painoarvo verkostoilla. Näyttää

myös, että kun kerran on saanut rahaa niin helpommin saa uudestaan. Tuntuu, että pelkkään työskentelyyn on vaikeampi saada avustusta, kun suurempaan projektiin.

3. Oletko järjestänyt itse useita näyttelyitä/esityksiä? Tuntuuko, että tähän tarvitsisi tuottajaa avuksi? Tarjoaako koulutuksesi tuotannon työkaluja? Mie oon ollut monessa näyttelyssä mukana ja oon pitänyt pari omaa näyttelyä eli oon itse vuokrannu galleriatilan. Instituutissa pidettiin sillä porukalla viisi näyttelyä ja oltiin monessa muussa ryhmänäyttelyissä mukana. Pariin on kuraattori pyytänyt mukaan, esimerkiksi Minna Henriksson kutsui miun portfolion nähtyään Tampereelle Maailmantango-nykytaidefestivaaliin mukaan. Kuulun myös Artist Birth yritykseen, joka on nuoren taidehistorioitsija Katarzyna Szulcin perustama voittoa tavoittelematon yritys, joka auttaa nuoria taiteilijoita. Hän opetti miuta myös Lahdessa. Meillä oli yrittäjäyyskurssi koulussa, missä käytiin läpi käytännön asioita. Kaikki nää tuotannolliset jutut tulee aikalailla siinä opetuksen sivussa. En itse oo mikään tyrkyttävä, mut oon sosiaalista mediaa oppinut hyödyntää ja se on kätevä työkalu.

4. Tuntuuko että alalla on kova kilpailu? Itselläni ei Lahdessa tullut semmonen fiilis et ois kilpailua, tiedä sit oisko eri asia ollut Helsingissä opiskellessa. Näyttelyajoista ja apurahoista on luonnollisesti kilpailua, mut en koe että kollegat on mitenkää miu kilpailijoita.

5. Arvostetaanko Suomessa tarpeeksi taiteilijoita ja taidetta? Yleensä ihmiset suhtautuu tosi hyvin tähän ammatinvalintaan, mutta välttämättä ei ihan ymmärretä mitä tämä käytännössä sit on. Eli joutuu selittämään mitä sitä nyt oikeasti tekeekään. Jotkut myös luulee et tällä alalla menestyy, vaikka tuntuu et juuri päinvastoin. Tietty joskus tulee myös tätä menisit sinäkin oikeisiin töihin asennetta. Monella ei oo sitä tietoa, et me itse kustannetaan oma uramme, et tää ei oo mikää palkkatyö.

Taiteilija ja tulevaisuus

1. Mikä määrittelee taiteilijan?

Taiteilija on henkilö, joka tekee ammatikseen sitä tietysti. Koulutus ei tässä välttämättä oo relevanttia. Taiteilijuutta iso määrittävä asia on työn lisäksi se, että se on elämäntapa. Miten katsoo maailmaa ja jäsentää sitä. Täällä Suomessa on mahtava tee-se-ite-taidekenttä et ei välttämättä tarvitse koulutusta tullaan taiteilijaksi, vaikka onhan siinä hyödyt.

2. Missä näet itsesi 10 vuoden kuluttua ammatillisessa mielessä?

Näen itseni kuvataiteilijana, ja aion vielä opiskella itseni maisteriksi. Hain jo viime keväänä ja haen uudestaan taas maisterihaussa Kuvataideakatemiaan Helsinkiin sekä ulkomaille pariin kouluun. Eihän tässä kyllä mikään kiire oo, et hyvä ois kokeilla vähän aikaa mitä tää työ oikein on. Eli 10 vuoden päästä koulut oon luultavasti jo käyty, ja toivottavasti näyttelyä pukkaa ja ehkä myös niitä opetushommia.

3. Toivotko, että taiteilijoiden asema olisi muuttunut 10 vuoden kuluttua?

Millä tavalla?

Puhutaan paljon instituutioista, mut ei juuri niistä henkilöistä jotka tuottaa sitä sisältöä sinne. Taide oli tapetilla yhtäkkiä Guggenheim keskustelun myötä, niin ei puhuttu ollenkaan niistä mahdollisista taiteilijoista. Tietysti tosi naiivia ajatella, että kaikki raha meille taiteilijoille heti, ku yhteiskunta nyt pyörii myös ilman meitä. Voitaisiin ehkä vähän ottaa Ruotsista mallia, kun siellä on käytössä tällainen taiteilijarahana. Mie oon työttömyystuella itse nyt, et siellä työkkärissä oltiin jo nyt tosi ymmärtäväisiä miu alavalinnasta, et toivottavasti ainaki tää jatkuu.

4. Mihin suuntaan uskot että taide- ja kulttuurisuuntaukset menevät 10 vuodessa?

En usko et tää järjestelmä on mihkää muuttumassa, et galleriat tulee tulevaisuudessaakin perimään isoja vuokria yms. Esimerkiksi katutaiteeseen suhtautuminen on muuttunu suopeammaksi jo täs muutamassa vuodessa, ja jatkuu varmasti. Kyllähän ihmiset kokee taiteen tärkeäksi. Toivoisin et taide ei menis elitistisempään suuntaa. Itsekin tykkään tehdä sellaista taidetta joka ois myös ymmärrettävissä ihmisille, jotka tulee taidemaailman ulkopuolelta et hekin vois saada kokemuksia siitä.

## Taiteilija ja Asbestos Art Space

1. Miksi halusit lähteä mukaan tapahtumaan?

Miut pyydettiin tähän.

2. Mitä odotat tapahtumalta? Toiveita?

Kivaa, että tää järjestetään Helsingissä ja aion kutsua paljon kavereita sieltä suunnalta.

3. Pitäisikö samantapaisia tapahtumia järjestää lisää?

Todellakin tää mahdollisuus tuoda ilmaiseksi omia töitä galleriaan esille. Sorbus kutsuu pitämään näyttelyä, mut suuressa osassa ne on sellaisissa summissa ne vuokrat, et ite en ainakaa heti oo siellä suunnalla pitää näyttelyä. Jos saa teosmyynnin, niin sehän se raha meneekin aikalaila kiertoon.

## Liite 5:

### Taiteilijakuva

1. Missä vaiheessa huomasit, että taide ja kulttuuri kiinnostaa sinua? Kenties jo lapsuudessa? Oliko muita haave-ammatteja? Onko perheessäsi taiteilijoita tai taiteen harrastajia?

Mulla on hyvin perinteinen vastaus tähän. Oon aina tykännyt piirtää ja ollut taiteellisesti lahjakas. Myös mun vanhemmat vei mut nuorena kuvataidekouluun Toijalaan, joka itseasiassa taitaa olla ensimmäinen suomalainen kuvataide-päiväkoti. Sitten lukion jälkeen pidin välivuotta ja en oikein vielä tiennyt, mikä mua kiinnostaisi. Äiti itse asiassa sitten huomautti mulle, että oonko huomannut, että nyt ois haku tänne kuvataidekouluun ja sitten ajattelin hakea kouluun vähän asenteella "katotaan nyt mitä tästä tulee". Kuitenkin sitten pääsin ensimmäisellä yrittämällä kouluun sisään. Mun oma perhe on ihan tavallinen työläisperhe ja olin ensimmäinen kuka lähti kulttuurialalle, onneksi kuitenkin perheeni suuresti tukemana ja he ovatkin osoittaneet kuitenkin paljon kiinnostusta siihen mitä teen.

2. Millainen on opiskelupolkuusi peruskoulun jälkeen?

Tutkintoni suoritin Tampereen Taiteen ja viestinnän oppilaitoksella, eli siis Tampereen ammattikorkeakoulun taidepuolella heti välivuoteni jälkeen.

3. Oletko ollut tyytyväinen koulutukseesi (opetuksen laatu, koulun tarjoamiin verkostoihin, valmistiko se hyvin tulevaisuuteen)? Jos et, mitä olisit voinut koulultasi enemmän?

Olin sinänsä. Kuitenkin itselläni oli kriisi: Ensimmäisenä vuonna koulu tuntui kivalle ja hyvälle, mutta mietin toisinaan, että ehkä mun pitäis hakea kauppakorkeaan tai johonkin muuhun niin sanottuun "järkevään kouluun", mikä kumpusi pitkälti mun sen aikaisesta elämän tilanteesta ja siitä minkälaisien ihmisten kanssa vietin aikaa. Välillä tuntui, että koulu meni vaan jotenkin ohi. En myöskään oppinut arvostamaan kouluani ehkä sen takia, että pääsin niin helposti ensimmäisellä yrittämällä sisään. Se tuntuu nyt hassulle, koska mulla oli sellaisia koulukavereita, jotka olivat hakeneet koulutukseen neljäkin kertaa. Eli sanoisin, että koulussa ei sinänsä ollut mitään vikaa, mutta en ehkä itse ollut vielä tarpeeksi kypsä kyseiseen kouluun. Koulusta sain mielestäni ihan hyviä verkostoja ja mahdollisuuksia. Esimerkiksi olisin päässyt New Yorkin taideinstituuttiin harjoitteluun, mutta kaikki viisumiasiat ja muu meni niin hankalaksi neljä päivää ennen lähtöäni, että he itsekkin sieltä päästä mulle sanoivat, että he eivät yksinkertaisesti pysty odottamaan mua. Eli koulusta ja sen tuomista mahdollisuuksista olisi voinut saada enemmän irti omalla aktiivisuudella ja silloin se olisi tietenkin valmistanut myös enemmän tulevaisuuteen.

4. Millaista taidetta teet ja mikä siinä on tärkeää? Mitä toivot välittäväsi ihmisille taiteellasi?

Jos teknisesti puhutaan, niin teen akryylimaalauksia. Yleensä lähdän vaan tekemään jotain, mikä on mun mielestä esimerkiksi visuaalisesti mielenkiintoista. Mulla myös saattaa olla joku aihe mielessä tai tietty elementti, minkä haluan sii-

hen tuoda. Usein myös ajankohtaiset aiheet heijastuu taiteeseen. Mulla ei kuitenkaan ole sellaista, että nyt pitää sydän verellä maalata tai että taiteen täytyisi olla todella kantaa ottava. Itselleni riittää usein se, että taide on visuaalisesti puhuttelevaa. Luotan siihen, että katsoja löytää taiteestani ne merkitykset ilman, että mun täytyy niitä erikseen alleviivata. Jokainen kuitenkin näkee taideteoksen lopulta omalla tavallaan.

5. Millaiset taiteilijaverkostot sinulla on? Missä olet luonut niitä?

On joo, muttei mitään aktiivisia. Ne on tulleet vahingossa oikeastaan mun nykyisen työn kautta. Oon tarjoilijana ravintolassa ja meillä käy asiakkaana usein taiteilijoita ja he saattaa esimerkiksi kutsua mut käymään heidän työhuoneilla. Kuitenkin työvuorojeni takia taas en pysty käymään taideavajaisissa usein, jossa varmasti voisin verkostoitua. Voisin sanoa omien verkostojeni siis olevan aika pienet.

#### Taiteilija ja raha

1. Uskotko että pystyisit elättämään itsesi vain taiteellasi? Jos et, niin miksi ei?

Jos irtisanoutuisin nykyisestä työstäni ja hankkisin työhuoneen ja tosissani tekisin pelkästään taidetta, ehkä ottaisin tähän alkuun pienen taloudellisen riskinkin, että saisin kaikki materiaalit, hakisin paljon eri näyttelyihin ja olisin muutenkin tosi aktiivinen ja verkostoitunut, niin silloin ehkä uskon, että pystyisin elättämään itseni taiteella. En varmaan siltikään rikastuisi mitenkään. Tässä tilanteessa kuitenkin, missä nyt olen, en usko että pystyisin elättämään itseäni taiteella.

2. Oletko koskaan hakenut apurahoja omiin taideprojekteihin? Oletko saanut apurahaa hakemuksillasi? Tiedätkö miten hakea?

Juuri valmistuttuani hain apurahaa, mutta se ei tuottanut tulosta. Apuraha hakemuksen tekeminen oli helppoa ja prosessinakin yksinkertaista. Kuitenkin haki-

joita on valtava määrä, eli kuinka hyvä sun tosissaan pitää olla, että sulle myönnettäis sieltä jotain? Kilpailun takia apurahan saaminen Suomessa on niin hankalaa, vaikka sillä apurahalla sä voisit tehdä ehkä puol vuotta taiteilijan hommia. Mitäs sitten? Uudelleen hakemaan apuraha.

3. Oletko järjestänyt itse useita näyttelyitä/esityksiä? Tuntuuko, että tähän tarvitsisi tuottajaa avuksi? Tarjoaako koulutuksesi tuotannon työkaluja?

Valmistumiseni (2014) jälkeen en ole järjestänyt näyttelyitä. Omalla kohdallani se johtuu siitä, että olen jämähtänyt työelämään. Välillä tulee oltu kateellinen, kun jotkut onnistuu olemaan tosi aktiivisia taidekentällä ja verkostoitumaan niin hyvin.

Persoonasta riippuen tietenkin. Mutta itseni kohdalla, jos pitäisi tehdä kaikki flyerit, kutsut, avajaiset, tilavuokrat ja ripustukset, niin itselleni henkilökohtaisesti se olisi iso projekti. Itse tykkään tulla enemmän "valmiiseen pöytään". On kuitenkin tyyppejäkin, jotka haluavat tehdä kaiken ihan alusta alkaen.

4. Tuntuuko että alalla on kova kilpailu?

Tuntuu.

5. Arvostetaanko Suomessa tarpeeksi taiteilijoita ja taidetta?

Silloin jos olet menestynyt taiteilija, niin silloin saat eliittipiireissä vau-reaktion, mutta sitten sen näkyy esimerkiksi tässä Guggenheim-hommassa, jota en tosin itse kannattanut, että ei ihmiset sit kuitenkaan oo valmiita panostamaan rahallisesti taiteeseen. Joku ehdotti, että raha mikä ois mennyt Guggenheim-projektiin ois jaettu yksittäisille taiteilijoille, mutta eihän siitä innostuttu. Suomesta tuntuu välillä puuttuvan kulttuuri tällaiselle taiteentukemiselle laajassa mittakavassa.

Taiteilija ja tulevaisuus



### 1. Mikä määrittelee taiteilijan?

Mielestäni taiteiluus ei välttämättä tarvitse välttämättä koulutusta alle. Jos miettii esimerkiksi useita laulajia, kirjailijoita, runoilijoita ja niin edelleen niin ei useaakaan heistä tarvitse koulutusta alle, jos heiltä löytyy lahjakkuus ja intohimo siihen. Tekemällä voi tietenkin aina myös oppia lisää. Osa on varmasti niin valmiita siinä taiteilijuudessaan, että koulun merkitys on lähinnä verkostoituminen monelle. Ja tietenkin ehkä se, että saat jonkun ulkopuolisen katsomaan sun töitä.

### 2. Missä näet itsesi 10 vuoden kuluttua ammatillisessa mielessä?

Jos saisin päättää ihan mitä vaan, olisin menestynyt taiteilija. Lähtisin ehkä uudestaan taidekouluun, saattaisin jopa käydä kandin uudestaan ja tosissani antaisin sille kaikkeni ja keskittyisin. Ehkä kävisin jopa maisterin ja lähtisin ulkomaille kokeilemaan.

### 3. Toivotko, että taiteilijoiden asema olisi muuttunut 10 vuoden kuluttua? Millä tavalla?

Toivon, että taidetta tuettaisiin enemmän. Taidegallerioiden vuokrat on ihan älyttömän hintaisia. Jos taiteilija myy näyttelyssä pari taulua, niin se on aikalti plus-miinus-nolla tilanne. Varsinkin jos sulla ei oo mitään apurahaa taustalla tai varakasta sukua. Näyttelyt on iso taloudellinen panostus varsinkin jos sulla on vaikka perhe. Ei monella oo varaa ottaa sitä riskiä. Kuulostaa naivilta, mutta toivon että tulevaisuudessa tuettaisiin enemmän taiteilijoita. Ilmaset näyttelytilat olisi tosi hieno juttu, mihin sitten valittaisiin myös sellaisia taiteilijoita, jotka ei oo kaikkein tunnetuimpia. Olisi kiva, että aina noissa tapahtumissa ei pyörisi samat nimet.

### 4. Mihin suuntaan uskot että taide ja kulttuurisuuntaukset menevät 10 vuodessa?

Silloin kun valmistuin, oli isona trendinä videotaideteokset, mediateoksia ostettiin paljon erilaisiin kokoelmiin. Perinteinen maalaustaide unohtui paljonkin. Vaikea kysymys. Uskon kuitenkin, että tulee uusi sukupolvi näkyviin. Kokoelma-näyttelyissä on ollut nimekkäitä vanhoja tekijöitä vielä toistaiseksi. Toivon, että taidetta alettaisiin katsoa laajemmin, eikä kategorisoitaisi niin paljoa.

#### Taiteilija ja Asbestos Art Space

##### 1. Miksi halusit lähteä mukaan tapahtumaan?

On pitkään jo miettinyt, että olisi tosi kivaa pitää joku näyttely ja koska mulla ei oo viime aikoina ollut deadlineja taiteen tekemisen suhteen niin ajattelin haastaa itseni tekemään helmikuuhun mennessä tietyn verran taidetta. Mua on harmittanut paljon se, että mulla ei oo ollut näyttelyitä, joten katsoin tän tosi hienoksi mahdollisuudeksi.

##### 2. Mitä odotat tapahtumalta? Toiveita?

Ei ole toiveita, oon tosi avoimin mielin. Tapahtuma kuulostaa tosi hyvälle ja odotan että tapahtumasta tulee tosi hieno. Ja verkostoitumista!

##### 3. Pitäisikö samantapaisia tapahtumia järjestää lisää?

Kyllä!

## Liite 6:

*Harjoituksia olemisesta (work in progress)*

Perjantaina 17.2. klo 17-20

Harjoituksia

yksin olemisesta,

kanssaolemisesta,

katseen alla olemisesta,

poissaolemisesta,

läsnä-olemisesta.

Harjoituksia olemisesta on kestollinen esitysinstallaatio, joka koostuu teksteistä ja esityselementistä. Se on pieni maisema, jota kaksi ihmistä asuttaa.

Voit lukea sitä niin kuin lukisit runoa, tai voit lukea sitä niin kuin lukisit esitystä, tai voit lukea sitä niin kuin lukisit ihmistä. Voit saapua milloin tahansa esityksen aikana ja viipyä niin kauan tai vähän aikaa kuin haluat.

Konsepti, ohjaus, tekstit: Inari Hulkkonen

Esitys & koreografia: Amel Sihvonen & Inari Hulkkonen

Musiikki: Odkid

*Meistä*

**Inari Hulkkonen** on valmistunut tanssijaksi englantilaisesta Northern School of Contemporary Dance -konservatoriosta ja opiskellut Berliinissä SMASH-nimisessä kokeellisen tanssin ja esityksen ohjelmassa. Tällä hetkellä Inari on kiinnostunut poikkitaiteellisuudesta, installaatiosta, kestollisesta esityksestä ja paikkasidonnaisesta taiteesta: esityksestä, joka ottaa aikansa ja menee paikkoihin, joita ei ole sille osoitettu.

**Amel Sihvonen** on tällä hetkellä Helsingissä asuva suomalais-ranskalainen nuori lintu. Hän on juuri palannut Berliinistä, missä hän kävi kolmen kuukauden esittävän taiteen koulutuksen (SMASH). Omassa työskentelyssään Amel on kiinnostunut kehosta. Sen mielestä, historiasta, ulottuvuuksista, monitasoisuudesta, kehon spirituaalisesta potentiaalista – äärettömyydestä.

### *Teoksen taustaa*

Ajatus tähän installaatioon on syntynyt pyrkimyksestä löytää linkejä kirjoittamisen ja liikkeellisen praktiikkani välillä. Halusin luoda teoksen, jossa teksti on osa esityksen visuaalista maisemaa. Minua kiinnosti myös ajatus siitä, että katsoja voi lukea teosta konkreettisesti tekstin läpi. Tekstit ja esitys toimivat sekä omina kokonaisuuksinaan että limittyen ja heijastaen toisiinsa - katsojalla on vapaus valita ja seurata teosta oman kiinnostuksensa mukaan.

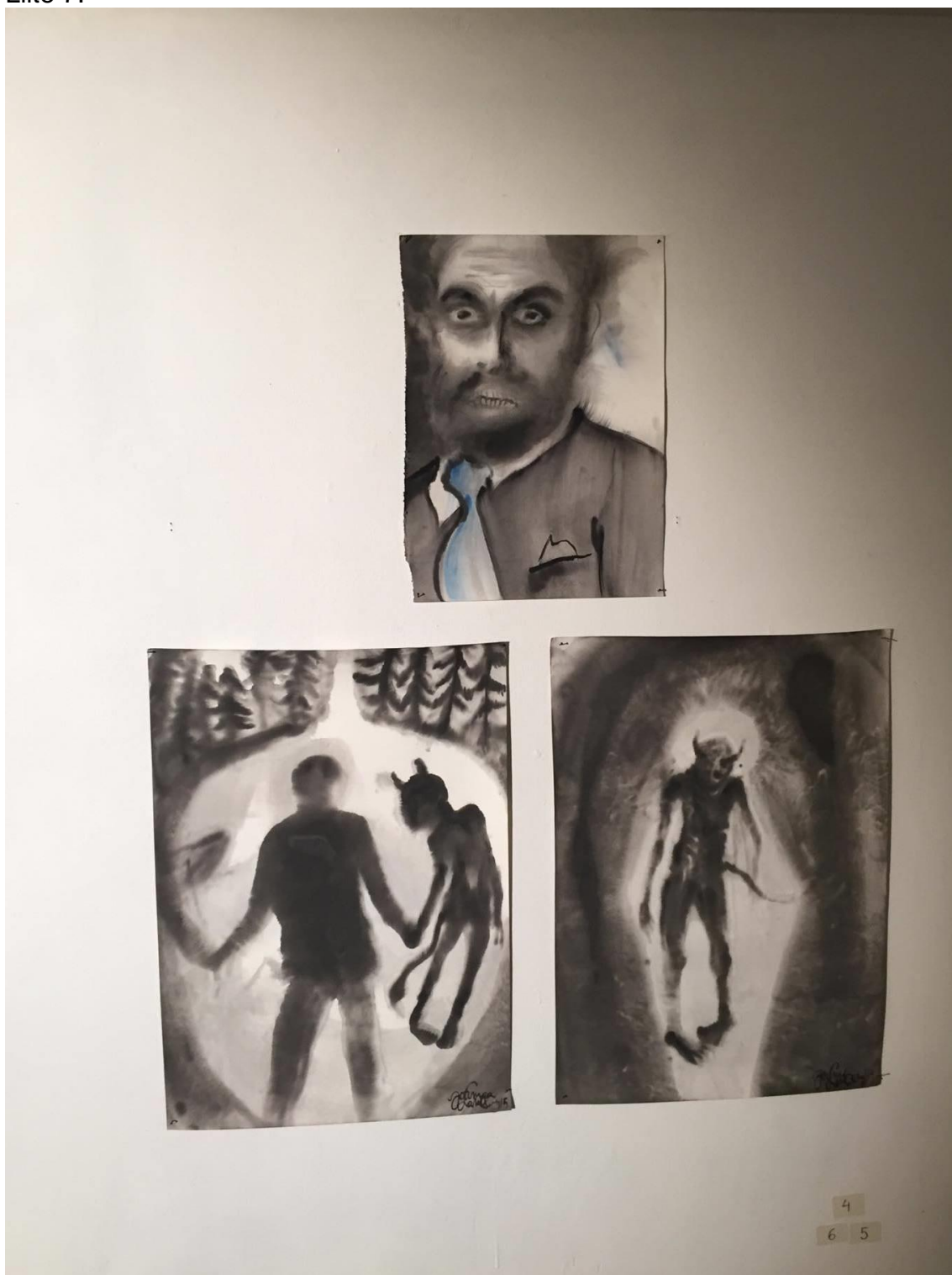
Esityksessä kehomme asettuvat jatkuvasti eri rooleihin: olemme vaihdellen toisillemme joko ihmisiä - toimijoita ja todistajia, tai materiaalia, jota tutkia, tai maisemaa, jossa olla.

Esityksen improvisaatiotehtäviin perustuvassa rakenteessa toistuvat kysymykset kontrollista, tietämättömyydestä, yhteydestä ja kohtaamattomuudesta – vaikutamme tietoisesti ja tiedottomatta jatkuvasti toistemme päätöksiin ja olemiseen ja toisaalta olemme jatkuvasti tilanteissa ja hetkissä, joissa toista ei voi tietää. Etsimme ja löydämme tapoja olla yhdessä ja erillämme, läsnä ja poissa. Toimijoina ja taustalla. Lähestymme yhdessä – ja toisaalta omista lähtökohdistamme – tuntematonta ja kysymyksiä siitä, mitä kanssaoleminen tarkoittaa. Toisen kanssa samassa maisemassa oleminen.

Monet tämän teoksen prosessissa käytetyt harjoitteet ja lähestymistavat pohjaavat yhteiseen taustaamme Berliiniläisessä SMASH-ohjelmassa syksyllä 2016.

Tämä on teoksen ensimmäinen kokeilu ja demoesitys.

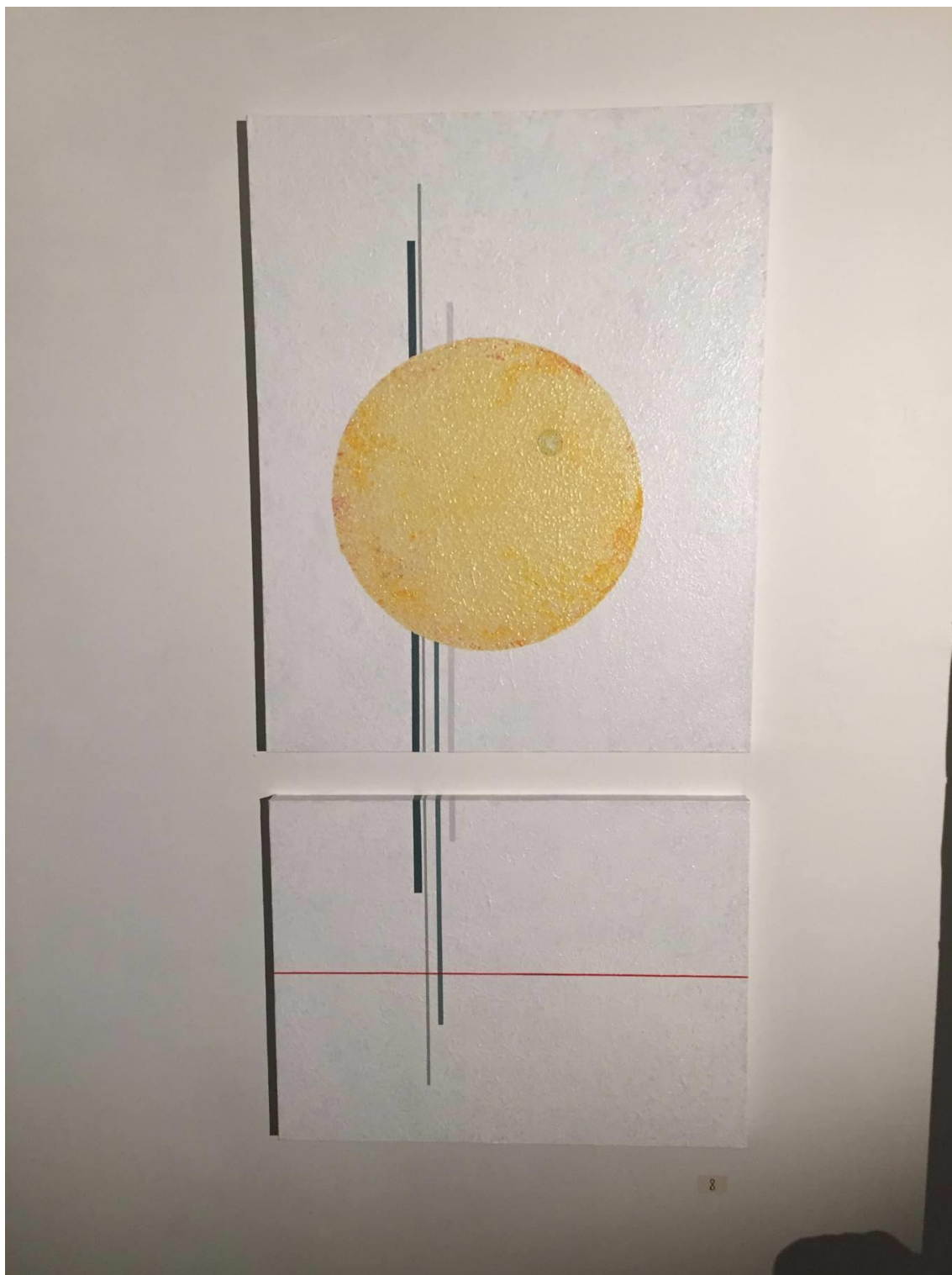
Liite 7:



Joanna Lamberg: "Päättjä (Uhka ja Muodollisuus) 2015  
"Valinta" 2015  
"Piruparka, burn out" 2015



Joanna Lambergin teos "Nyt on piru irti" 2015



Elina Ahlstedtin teos "Kaikkeä aikansa" 2017

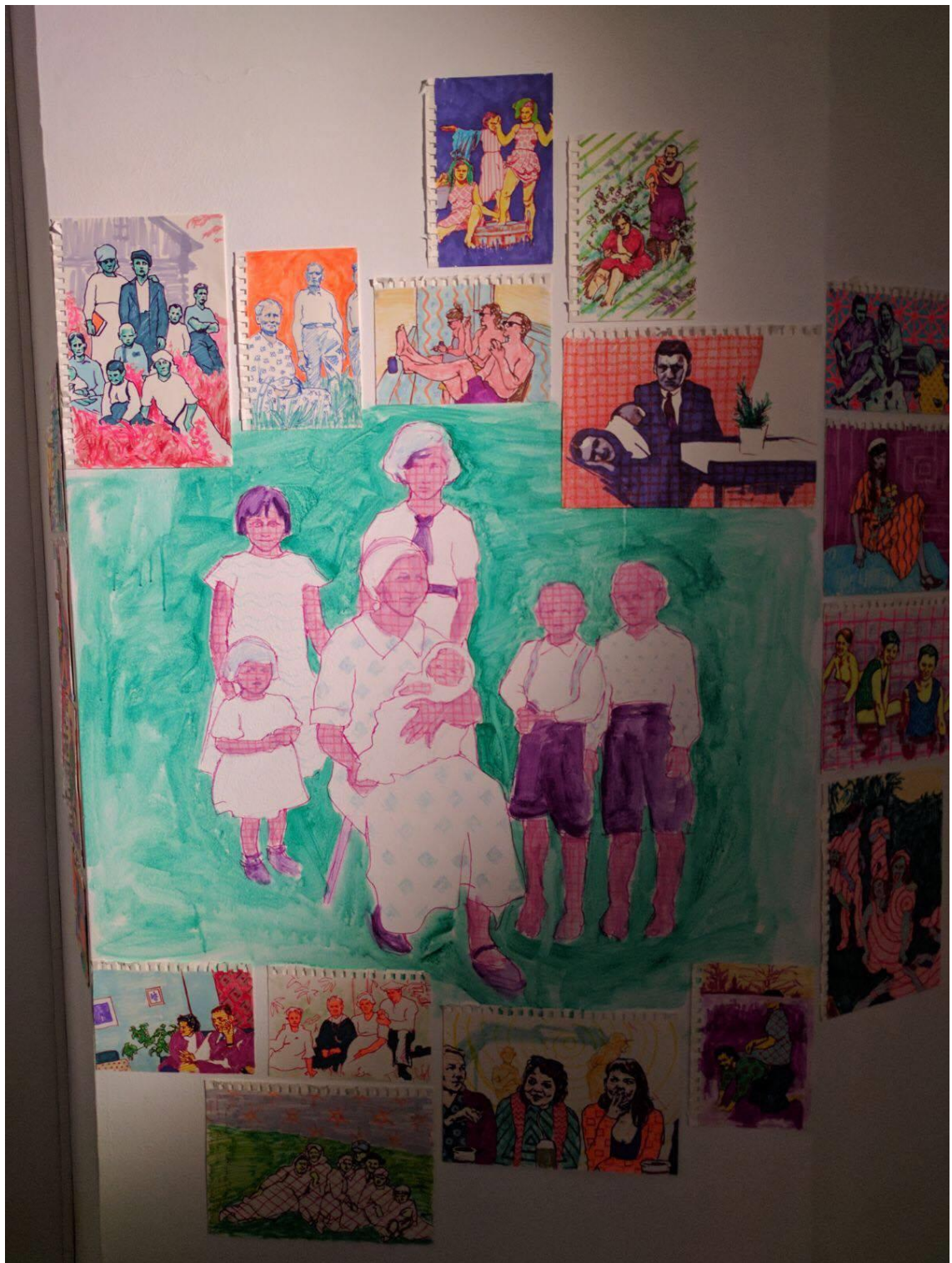


Minttu Vaitinen: "Lokin karkotus" 2017





Minttu Vaittinen: "Tarkkailija" 2017 SOLD



Maaria Jokimiehen piirustusinstallaatio "Eilisiä huomisia" 2017



Susanna Storbackan teos "ennen oli kaikki paremmin" 2017



Avajaistunnelmaa



Avajaispäivän illan viimeiset hitaat



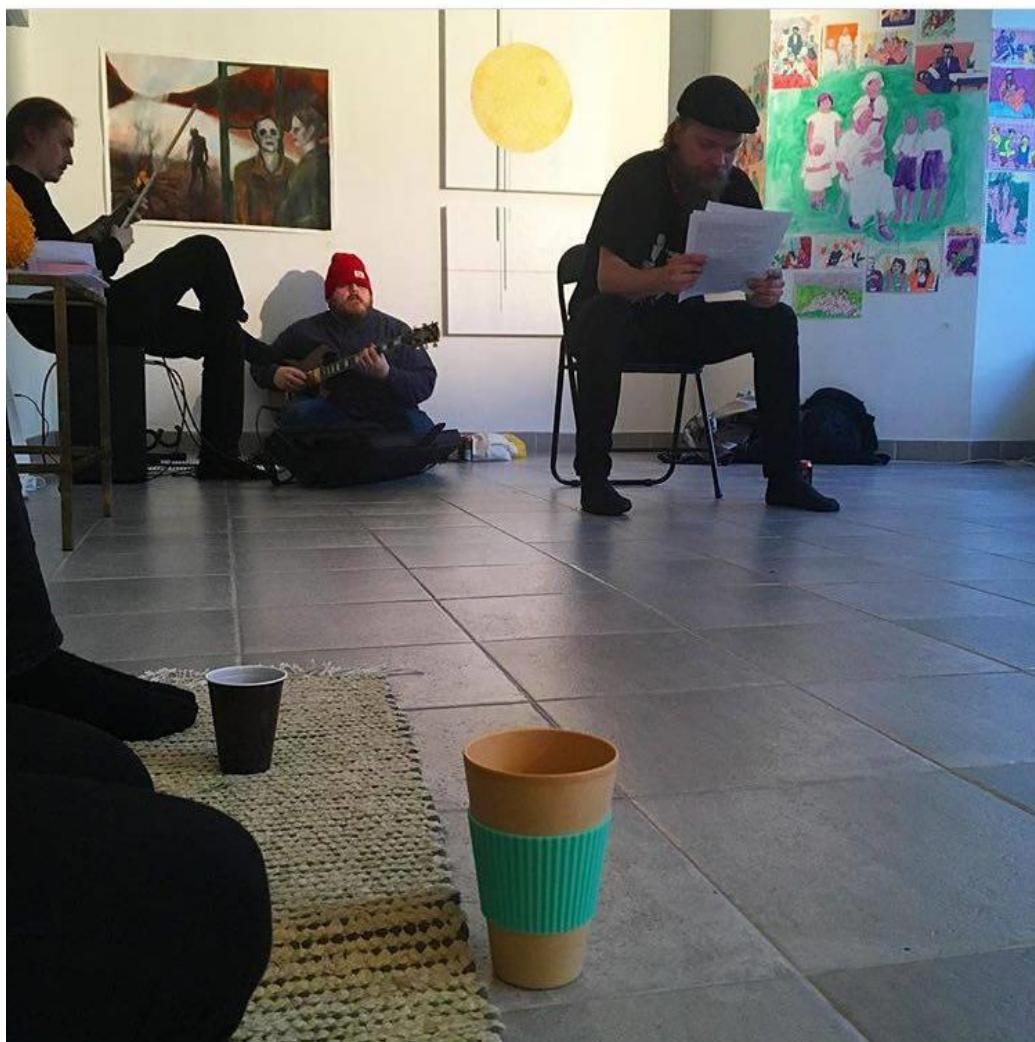
Harjoituksia olemisesta -esitysinstallaatio: Inari Hulkkonen



Harjoituksia olemisesta, Inari Hulkkonen ja Amel Sihvonen



asbestos\_art\_space



salsatu ja 9 muuta tykkäävät

asbestos\_art\_space Tänään mestoilla oli lausuntaa ja säestystä. #asbestosartspace #lauantai #lauantiaafterwork



Asbestos Art Spacen Instagram-jako lauantailta. Kuvassa Turkka Kylliäinen, Ma-

tias Kontula ja Nikita Rytönen.