

www.humak.fi

Opinnäytetyö

Kaupunkitaidetapahtuman kehittäminen –

Yleisön kokemuksia Olohuone 306.4 km² -tapahtumasta

Laura Kause

Kulttuurituotannon ko.
(240 op)

4/2019



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

TIIVISTELMÄ

Humanistinen ammattikorkeakoulu
Kulttuurituotannon ko.

Tekijät: Laura Kause

Opinnäytetyön nimi: Kaupunkitaidetapahtuman kehittäminen – Yleisön kokemuksia Olohuone 306.4 km² -tapahtumasta

Sivumäärä: 61 ja 2 liitesivua

Työn ohjaajat: Minna Hautio, Pekka Vartiainen.

Työn tilaaja: Taideyhdistys Olohuone ry.

Tässä opinnäytetyössä selvitän Olohuone 306.4 km² -kaupunkitaidetapahtuman vaikuttavuutta. Selvitän kulttuuri- ja taidetapahtuman vaikuttavuuteen liittyvät tekijät, ja teen niiden pohjalta ehdotukset Olohuone 306.4 km² -tapahtuman vaikuttavuuden kehittämiseksi.

Tapahtuman vaikuttavuuden arvioimiseksi toteutin vuoden 2018 tapahtuman aikana kyselytutkimuksen, jonka avulla tutkin kahden Olohuone 306.4 km² -tapahtuman teoksen vaikuttavuutta yleisönsä. Valitsemani teokset olivat yhteiskunnallisia asioita käsittelevä ja osallistava performanssiteos Acts of Care, sekä Käyrän vankilassa toteutetusta yhteisöllisestä valokuvataideprojektista koottu vankien arkea ja muistoja käsittelevä valokuvanäyttely Torakan päiväkirjat. Kyselyn oleellisina aiheina oli tapahtuman kokemuksellisuus sekä sen saavutettavuus. Aineiston avulla tutkin, millainen tapahtuman teoksia kohdannut yleisö oli ja mitkä ovat sen asenteet ja kokemukset tapahtumasta sekä kaupunkitaiteesta. Lisäksi tutkin millaisia kokemuksia ja ajatuksia teokset yleisössään synnyttivät.

Olohuone 306.4 km² -tapahtumalla on merkittäviä vaikutuksia yksilöön sekä taiteen asemaan. Tapahtuma tavoitti laajan yleisön, ja sen teokset vastasivat myös taiteen ei-perinteisen yleisön makua. Tapahtuman kehittämisen avulla vaikuttavuutta voidaan lisätä.

Asiasanat: Kaupunkitaide, julkinen taide, kulttuuritapahtuma, taidetapahtuma, vaikuttavuus, kokemuksellisuus, saavutettavuus.

ABSTRACT

Humak University of Applied Sciences
Cultural Management

Author: Laura Kause

Title: Developing the urban art event – Audience experiences of the Olohuone 306.4 km² event.

Number of Pages: 61 and 2 attachment pages

Supervisors: Minna Hautio, Pekka Vartiainen

Subscribers: Taideyhdistys Olohuone ry

In this thesis, I study the influence of the Olohuone 306.4 km² urban art event. I find out which factors affect culture and art events influence and make suggestions on how to improve the effectiveness of the event.

In order to assess the influence of the 2018 event, I conducted a survey to study two different Olohuone 306.4 km² events' art works impact on their audience. The works I selected were a social and engaging performance "Acts of Care" and "Torakan päiväkirjat", a photographic exhibition of the everyday life of prisoners, compiled from a community photo project implemented in Käyrä prison. The key topics of the survey were the accessibility and the experiences. With the help of the material, I study the variety of the audience, its experiences and attitudes towards the event and urban art, and what type of the experiences and thoughts the event's art generated in the audience.

The Olohuone 306.4 km² event has a significant impact on the individual and the role of the art in the society. The event reached a wide audience, and its' works matched even the taste of the non-traditional audience of art. The development of the event can further increase its influence.

Keywords: Urban art, public art, culture event, art event, effectiveness, experiences, accessibility.

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1.	JOHDANTO	6
2.	TOIMINTAYMPÄRISTÖ	8
2.1.	Olohuone 306.4 km ² -tapahtuma	8
2.2.	Kaupunkitaide	9
2.2.1.	Kaupunkitaiteen merkityksiä	13
2.2.2.	Kaupunkitaiteen rooli taiteen saavutettavuudessa	16
2.3.	Kaupunkitaide Turussa	18
2.4.	Tapahtuman kulmakivet	20
2.4.1.	Tapahtuman kehittäminen ja kiinnostavuus	21
2.4.2.	Tapahtuman organisointi ja resurssit	22
2.4.3.	Tapahtuman saavutettavuus	23
2.5.	Kokemus	24
3.	TAPAUSTUTKIMUS KAUPUNKITAIDETAPAHTUMASTA	26
3.1.	Menetelmät	27
3.2.	Kyselylomake	28
3.3.	Teokset ja teosten valinta	29
3.4.	Tutkimusaineiston kerääminen	31
3.5.	Aineiston analyysi ja arviointi	31
4.	TUTKIMUSTULOKSET – YLEISÖN KOKEMUKSIA OLOHUONE 306.4 KM ² - TAPAHTUMASTA.....	33
4.1.	Kyselyyn vastanneet	33
4.1.1.	Millainen yleisö piti teoksista?	36
4.1.2.	Millainen yleisö ei pitänyt teoksista?	37
4.2.	Markkinointi ja tunnettuus	39
4.2.1.	Markkinoinnin kohdannut yleisö	39
4.3.	Kokemukset kaupunkitaidetapahtumasta	40
4.4.	Kokemukset teoksista	41

4.4.1. Kokemukset teoksesta Torakan päiväkirjat	42
4.4.2. Kokemukset teoksesta Acts of Care	45
4.5. Yhteenveto tuloksista.....	48
5. JOHTOPÄÄTÖKSET JA TOIMENPIDE-EHDOTUKSET OLOHUONE 306.4 KM ² -TAPAHTUMALLE	49
5.1. Tapahtuman organisointi ja kehittäminen	50
5.2. Markkinointiviestinnän avulla lisää yleisöä ja -tunnettuutta.....	50
5.3. Tapahtuman saavutettavuus ja kiinnostavuus.....	51
5.4. Resurssien lisääminen	53
5.5. Kehitysehdotukset	53
6. LOPPUSANAT	54
LÄHTEET	57
LIITTEET	62

1. JOHDANTO

Kaupunkitaide on vielä jokseenkin uusi taiteen muoto, jonka merkityskään ei ole vielä täysin vakiintunut. Sen rikkaus on vapaus olla mitä vain. Se voi olla hetkellistä, mikä mahdollistaa sen tuottamisen paikkoihin joihin pysyvää julkista taidetta ei voida sijoittaa. Se ottaa hetkellisesti kantaa tietyssä paikassa, puhuttelee ihmisiä, ja ilostuttaa ihmisiä. Kiven, betonin, historiallisten ja realististen julkisten teosten aika on muuttumassa yksilöä ja yhteiskuntaa voimauttavaksi viihdyttäväksikin taiteeksi. Kaupunkitaide on tehty ilostuttamaan ja puhuttelemaan meitä omien yksilöllisten kokemustemme kautta. Se ei pakota meitä tiettyyn kaavamaiseen ajatteluun, vaan mahdollistaa vapauden tulkita taiteen oman kokemuksemme mukaan. Kaupunkitaide on kansalaisten taidetta – tehty meitä varten.

Taide on kautta aikojen ollut ihmisten tukena ja apuvälineenä elämässä. Lähihistoriamme yhteiskunnallisten haasteiden aikana mahdollisuus taiteeseen on ollut vähäisempää niin taloudellisten kuin sosiokulttuuristenkin seikkojen takia (ks. Saresma 2002). Nykyaika mahdollistaa sen vahvistuvan jälleen osaksi meitä ja arkielämäämme. Taide on monille tärkeä työväline elämän- ja henkisen kasvun tukena (mt. 2002; Saarinen 2015, 25).

Taidetta voidaan tarjota ihmisten arkeen kaupunkitaiteen muodossa. Säännöistä vapaalla kaupunkitaiteella on mahdollisuus tavoittaa kohderyhmä – yksilöt, joita perinteinen taidekäsitelmä ei ole tavoittanut (Turun Taiteilijaseura 2002, 7; Naukkarinen 2003, 7; Rosewall 2014, 255). Sillä on mahdollisuus tarjota niin yksilön, kuin yhteisön henkisiä tarpeita ja kasvamista vahvistavaa taidetta osana päivittäistäkin ympäristöä (Rosewall 2014, 255). Se on saavutettavaa laajemmalle yleisölle.

Kaupunkitaiteella on vaikuttava merkitys niin tulevaisuuden taidekentälle kuin yhteiskunnallekin. Se saa ihmiset ymmärtämään taiteen syvempää merkitystä ja on merkittävässä asemassa taiteen saavutettavuudessa. (Turun Taiteilijaseura 2002, 7; Naukkarinen 2003, 7.) Kaupunkitaide saa yleisön tuntemaan ja ajattelemaan arkiympäristössään taiteen keinoin. Se saa yleisön kokemaan taiteen hyvinvointivaikutuksia tavoitellen aikaa, jossa yhä useampi ihminen käyttää taiteen hyvinvointivaikutuksia tukena omassa elämässään.

Minulla ei ole ollut aiemmin kytköksiä ympäristötaiteeseen. Opintojeni loppuvaiheilla ajauduin sattumalta käyttämään opintojani ympäristötaiteeseen, kaupunkitaiteeseen ja ylipäättänsä julkiseen taiteeseen tutustumiseksi. Kiinnostuin aiheesta, ja tutustuin syvemmin taiteen vaikutuksiin yhteiskunnassa ja yksilössä. Taiteen hyvinvointivaikutukset olivat ennestään kyllä minulle tuttuja, mutta vasta silloin ymmärsin kuinka vaikuttava merkitys taiteella voi olla.

Tämän opinnäytetyön avulla tarjoan opinnäytetyöni tilaajalle Taideyhdistys Olohuone ry:lle tietoa ja kehitysehdotuksia – työkaluja, sen tuottaman tapahtuman Olohuone 306.4 km² -tapahtuman vaikuttavuuden lisäämiseksi – tapahtuman kehittämiseksi sekä kaupunkitaiteen agendan toteutumiseksi.

Löytäessäni Taideyhdistys Olohuone ry:n työni tilaajaksi, muokkaantuivat tavoitteeni koskemaan sen tuottamaa Olohuone 306.4 km² -tapahtumaa ja sen teoksia. Taustoitusta tehdessäni tutustuin Kotilaisen ja Kempvaisen (2009) opinnäytetyöhön ”Kuka on jättänyt tuolin?”, jossa tutkitaan samaisen Olohuone 306.4 km² -tapahtuman teosten vaikutuksia ja merkityksellisyyttä. Tutkimuksessa kerättiin tapahtuman yleisön kokemuksia tapahtuman teoksista. Kotilaisen & Kempvaisen työn ollessa hyvin samankaltainen kuin ajatukseni omasta opinnäytetyöstäni, päätin pitää heidän opinnäytetyötään pohjana omalle opinnäytetyölleni ja kehittää tutkimusta askeleen edemmäs. Kysyin yhdistyksen edustajilta, tuntevatko he kohderyhmäänsä tai tietävätkö, kuinka hyvin turkulaiset tuntevat tapahtuman tai yhdistyksen? Yhdistys ei ollut pitänyt seuranta tapahtumansa menestyksestä, ja se oli kiinnostunut saamaan tietoa siitä, miten yleisö kokee tapahtuman ja millainen yleisö tapahtumalla on. Lisäksi yhdistys kaipasi lisää resursseja tapahtuman kehittämiseen, joten selvitän tutkimuksellani myös keinoja resurssien lisäämiseksi. Vaikka Kotilaisen & Kempvaisen työssä kysyttiin kokemuksia tapahtuman teoksista, oli samaa asiaa mielestäni oleellista kysyä uudelleen näin yhdeksän vuotta myöhemmin. Teokset kuitenkin ovat tapahtuman ja koko yhdistyksen toiminnan keskipisteenä.

Opinnäytetyöni kehittämiskohteena on tapahtuman vaikuttavuuden lisääminen. Tapahtuman vaikuttavuutta selvitän tutkimalla yleisön kokemuksia tapahtumasta. Tutkimusaineistoksi selvitän yleisön rakenteen, ja kokemuksia teoksista, tapahtumasta sekä kaupunkitaiteesta. Tapahtuman sisällön vaikuttavuuden lisäämiseksi työni selvittää, millaiset tekijät vaikuttavat onnistuneeseen tapahtumaan.

Työni tutkimuskohteita ovat tapahtuman markkinoinnin tavoitavuus sekä yleisön kokemukset teoksista ja kaupunkitaiteen merkityksistä. Opinnäytetyöni avulla voidaan tunnistaa asiakaskunta paremmin, ja saadaan tietoa siitä, mitkä ovat tapahtuman kehittämistä vaativat osa-alueet. Tapahtuman vaikuttavuuden parantaminen edistää myös lisäresurssien saamista.

Aloitin opinnäytetyöni kertomalla perustietoa opinnäytetyön tilaajastani sekä työni aiheesta, ja selitän oleelliset käsitteet, joita tässä opinnäytetyössä käytän. Jotta yhdistyksen toiminnan ja roolin saa turkulaisessa mittakaavassa kontekstiin, on mielestäni oleellista avata hieman turkulaisen kaupunkitaiteen kulttuuria. Lopussa esittelen tutkimustulokset sekä esitän kehitysehdotuksia Olohuone 306.4 km² -tapahtuman kehittämiseksi.

Yhtenä tärkeänä taidetta ja kulttuuria edistävänä tavoitteena on jakaa tietoa eri tahoille taiteen vaikutuksista yksilölle, yhteisöille kuin yhteiskunnallekin (Bazalgette 2014, 4). Tätä ajatusta tukien otan opinnäytetyössäni kantaa kaupunkitaidetapahtuman tuottamisen tärkeyteen niin taiteen tehtävän- kuin yksilö- ja yhteiskunnankin tasolla. Tavoitteena on antaa tietoa opinnäytetyöni lukijoille, sekä muistuttaa tapahtuman tuottajia sekä rahoittajia siitä, miksi kaupunkitaiteen tukeminen ja tuottaminen on tärkeää ja miksi sitä täytyy aktiivisesti kehittää. Etsin opinnäytetyössäni perusteluja kysymyksiin: Miksi kaupunkitaide on tärkeää ja miksi sitä pitäisi tuottaa? Millaisia vaikutuksia kaupunkitaiteella voidaan saavuttaa?

2. TOIMINTAYMPÄRISTÖ

2.1. Olohuone 306.4 km² -tapahtuma

Taideyhdistys Olohuone ry on vakiintunut ja jokseenkin tunnettu kaupunkitaiteen tuottaja Turussa. Yhdistys perustettiin vuonna 2005 turkulaisen kaupunkitaidetapahtuman järjestäjäksi. Sen tavoitteena on ”[l]isätä taiteilijoiden mahdollisuuksia paikkasidonnaisten, perinteisten esiintymis- ja näyttelytilojen ulkopuolelle sijoittuvien teosten tekemiseen-”. (Taideyhdistys Olohuone, 2017). Yhdistyksen tavoitteena on kehittää taiteilijoiden työllisyyttä sekä edistää paikkasidonnaisen- sekä ympäristötaiteen asemaa. Yhdistys pyrkii tuottamaan muutakin toimintaa, mutta kaupunkitaidetapahtuma on sen pääasiallinen painopiste. (mt. 2017)

Olohuone 306.4 km² on Taideyhdistys Olohuoneen tuottama jokavuotinen kaupunkitaidetapahtuma. Tapahtuma järjestetään kesäkuun alussa. Tapahtuma sijoittuu useampaan pisteeseen ympäri Turkuun, ja tarjoaa taideteosten lisäksi avajaisia päätösklubin. Tapahtuman tavoitteena on tarjota mahdollisuus kokea taidetta yllättävissä paikoissa ja tilanteissa (Taideyhdistys Olohuone 2017).

Tapahtumasta on tehty aiemminkin tutkimuksia. Riina Kotilainen ja Paula Kempainen sekä Miika Neulaniemi tutkivat teosten vaikutuksia vuonna 2009. Kotilainen & Kempainen tutkivat opinnäytetyössään – ”Kuka on jättänyt tuolin?” – kaupunkilaisten kokemuksia tapahtuman teoksista. Neulaniemi tutki pro gradussaan ”Mielikuvia ja kokemuksia Turun kaupunkitiloista” -tapahtuman teosten vaikuttavuutta Turun työttömät ry:n jäsenten kokemuksiin kaupunkitiloista. Osallistava teos Sanojen kasvatuslaitos nähtiin tuolloin onnistuneena ja vaikuttavana, kun teos Paikalla nähtiin negatiivisemmin ja vaikeasti löydettävänä. (Kotilainen & Kempainen 2009; Neulaniemi 2009)

Vuoden 2018 tapahtuma pidettiin Turussa 7.–9.6, ja se oli yleisölle ilmainen. Tapahtuman ajan oli kolea ja tuulinen ilma. Kaupungilla oli yhteensä yhdeksän teosta, jotka olivat ihmisten nähtävillä tietyn ajan. Tapahtumassa oli kaupunkitaiteen mukaisesti veistos, installaatioita, performansseja, osallistavaa taidetta, tanssia ja erilaisia pajoja. Osa teoksista oli lyhytaikaisia (esim. tanssiesitys), tai avoinna tiettyyn aikaan, ja osa oli julkisesti nähtävillä kaupungilla koko tapahtuman ajan, eli kolme päivää. Osa esitettiin ennakkoon ilmottautuneelle ryhmälle suljetuissa tiloissa.

Teokset valitaan kevään aikana avoimella teoshaulla vuosittaisen teeman mukaan. Vuonna 2018 teema oli: ”Paluu taiteen juurille: juuri taide on väline ilmaista sitä, mitä puhuttu tai kirjoitettu kieli ei voi ilmaista”. (Taideyhdistys Olohuone 2017.)

2.2. Kaupunkitaide

Nykytaide ja sen määritelmät ovat murroksessa. Julkisen taiteen käsitys on muuttunut, ja uusia taiteen lajeja on muodostunut. (Sarpola 2015, 91.) Taide ei ole enää pelkästään taiteilijan itseilmaisua, vaan siitä on kehittynyt keskustelun ja kannanoton väline (Kaitavuori 2017, 206). Seuraavana avaan kaupunkitaiteen määritelmää, ja selvitän tässä opinnäytetyössä käyttämieni sanojen sekä termien merkityksiä.

Kaupunkitaiteen käsitteestä ei ole vakiintunut vielä tarkkaa, ja yhdenmukaista määritelmää. Selvää tuntuu olevan se, että se on ympäristötaiteen alalaji, mutta eriäviä mielipiteitä tuntuu kentällä olevan esimerkiksi siitä, onko se julkista taidetta, tai onko se aina paikkasidonnaista taidetta. Kaupunkitaide on osa ympäristötaidetta ja sen tavoite on käyttää ja ottaa haltuun julkisia tiloja. (Ridell, Kymäläinen & Nyysönen 2009, 8–9.) Suoraan luettuna kaupunkitaide sanana kuvaa mitä tahansa taidetta, joka on sijoitettu kaupunkiin, mutta aiheen asiantuntijat tuntuvat haluavan erotella sen erilleen esimerkiksi julkisesta taiteesta ja julkisesta veistotaiteesta viitaten sen filosofiseen määritelmään.

Kaupunkitaide -termiä ei sellaisenaan juurikaan kirjallisuudessa käytetä, vaan se on kytköksissä kattokäsitteisiin. Yleisimmin kaupunkitaiteen yhteydessä suomenkielisessä tekstissä käytetään käsitettä ympäristötaide, joka käsittää uudet syntyneet julkisen taiteen lajit. Ympäristötaide tarkoittaa taidetta, joka on tehty gallerioiden tai museoiden ulkopuolelle. Se on taidetta, joka ottaa kantaa ympäristöönsä, tilaan, aikaan, paikkaan tai käsitteelliseen ympäristöön, eli se kuvaa tietoisuutta taideteoksen ympäristöstä. (Sarpola 2015, 91; Reinikka 2001, 12.) Myös Turun Taiteilijaseura mukailee filosofiaa ympäristötaiteen käsityksestä lisäten siihen tietoisuuden lisäksi vuorovaikutuksellisuuden oleellisena tekijänä ja huomauttaa, ettei ympäristötaiteenkaan määritelmä ole vakiintunut (Turun Taiteilijaseura 2012, 7). Esimerkkejä ympäristötaiteesta Ympäristötaiteen säätiön mukaan on esimerkiksi tienvarsitaide, kaupunkitaide tai maataide (Naukkarinen 2003, 28). Se voi olla niin pysyvä kuin tilapäinenkin, konkreettinen teos tai hetkellinen tapahtuma tai prosessi (Taidemaalari liitto 2018, Tieteen termipankki 2018). Turun Taiteilijaseura kuvaa kaupunkitaiteen kaupunkikuvaan sijoitettuna ympäristötaiteena (Turun Taiteilijaseura 2012, 7). Seuraavassa kuitenkin avaan hieman lisää näiden sanojen etymologiaa.

Johanssonin (2004) mukaan ympäristötaide on muodostunut eräänlaiseksi sateenvarjokäsitteeksi, joka kattaa nykyisin laajentuvan kentän taidetta, sen alle voi nimetä maataiteen ja kaupunkitaiteen (Johansson 2004, 26). Näiden lisäksi Sarpolan (2015) mukaan sosiaalinen taide ja julkinen veistotaide sekä ulkoilmaveistokset voidaan lukea ympäristötaiteeksi tietyin ehdoin (Sarpola 2015, 91). Sarpola kuvailee ympäristötaiteen pikemminkin julkisen taiteen rinnakkaislajiksi, kun Ympäristötaiteen säätiö ja Reinikka näkevät julkisen taiteen ympäristötaiteen alalajina

(Sarpola 2015, 91; Naukkarinen 2003, 28; Reinikka, 2001, 11–12). Englanninkielisissä lähteissä käytetään pääosin termiä ”public art”, eli julkinen taide. Rosewall (2014) kertoo julkisen taiteen merkityksen murroksesta, ja kertoo sen kattavan myös näyttelyt, osallistavat teokset, performanssit sekä erikoisemmat materiaalit ja sijannit. (Rosewall 2014, 255.)

Ympäristötaiteen alalajina julkinen taide tarkoittaa taidetta, joka ympäristötaiteesta eriytyen hakee aktiivisesti katsojia, eli kuten Sarpola ne erottelee: ”Julkisen taiteen olemukseen liittyvä saavutettavuus, eli ehto kehollisesta kohtaamisesta ei täyty ympäristötaiteen kohdalla... julkinen taide hakee aktiivisesti passiivistakin katsojaa.” (Sarpola 2015, 91.) Ympäristötaiteen ja julkisen taiteen suhteen määritelmä tuntuu olevan vielä murroksessa ja osa lähteistä tuntuukin käyttävän sanoja pikemminkin synonyymeinä. Reinikka (2001) esittää, että ympäristötaide ja julkinen taide kietoutuvat toisiinsa. Reinikan mukaan julkinen taide kattaa kaiken julkisessa tilassa olevan taiteen, mutta ympäristötaide vain ympäristöönsä kantaaottavan ulkotiloissa olevan julkisen taiteen. (Reinikka 2001, 11–12) Julkiseen taiteeseen liitetään myös saavutettavuus sekä vuorovaikutuksellisuus, jota ympäristötaiteessa ei aina vaadita (Sarpola 2015, 91; Ridell ym. 2009, 8–9). Turun Taiteilijaseura (2012) kertoo tästä poiketen ympäristötaiteen toimivan vasta vuorovaikutuksesta ympäristön ja katsojan kanssa (Turun Taiteilijaseura ry 2012, 7). Kuitenkaan esimerkiksi ympäristötaiteeksi luokitellun maataiteen kohdalla ei tämä vuorovaikutus vaadi välitöntä saavutettavuutta, vaan teosta voidaan näyttää myös videoina (Naukkarinen 2003, 28–29; Sarpola 2015, 88). Julkinen taide on Sarpolan (2015, 94) mukaan julkiseen ja rakennettuun kaupunkitilaan sijoitettua taidetta, jolloin sen ero kaupunkitaiteeseen on enää filosofinen. Julkinen tila sen sijaan määritellään siten, että julkiseen tilaan on avoin pääsy. Julkinen tila voi siis olla myös julkisen rakennuksen sisällä, kuten esim. kirjastossa. Julkisissa tiloissa on omat sääntönsä ja rajoituksensa, ja tila saakin luonteensa ja merkityksensä vasta vuorovaikutuksesta ihmisten kanssa. (Ridell ym. 2009, 8–9.) Julkisella taiteella on perinteisesti tarkoitettu julkisen sektorin tuottamia teoksia (Sarpola 2015, 94; Rosewall 2014, 255), mutta määritelmä on vanhentunut, eikä sitä juuri enää käytetä.

1990-luvun alussa Suzanne Lazy loi uuden määritteen, ”New genre public art”, joka kuvaa paremmin käsitystä julkisen taiteen termistä nykyisessä käytössään. Se ei tarkoita enää julkisia veistoksia tai julkisen tahon tuottamaa taidetta, vaan ulos

ihmisten saataville vietyä taidetta, joka pyrkii vuorovaikutukseen yleisönsä kanssa. (Tate 2018). Neulaniemi on käyttänyt teoksessaan käsitteestä suomennosta “uusi julkinen taide” (Neulaniemi 2010, 12–13). Vaikka tämä käsite tuntuu yksinkertaistavan näiden käsitteiden erimielisyyksien ja sekavuuden kenttää ainakin jossain määrin, on tätä käsitettä kuitenkin käytetty suomalaisissa painoksissa varsin vähän. Malcolm Miles (1997, 84) lajittelee kaupunkitaiteen osaksi uutta julkista taidetta. Se saavuttaa monia yleisöjä mahdollistaen taiteen suuremmalle ja laajemmalle yleisölle (mt. 1997, 84). Myös Neulaniemi (2010) kertoo Haapalaan (1999) viitaten, että uusi julkinen taide sekä kaupunkitaide sisältävät samat tunnusmerkit, ja ovat näin ollen samassa ”sukupuussa” (Neulaniemi 2010, 17). Karttunen (2000) lisää, että uusi julkinen taide tavoittaa heterogeenisemmän yleisön ollessa yhteydessä paremmin nykypäivään kuin perinteinen julkinen taide (Karttunen 2000, 46). Visuaalinen taide ei ole uuden julkisen taiteen myötä enää pelkästään korkeakulttuuria, ja sen kohderyhmä on laajentunut. Uusi julkinen taide on tarkoitettu kaikille.

Myös paikkasidonaisuus on käsite, joka lisättyä esimerkiksi julkiseen taiteeseen antaa sille syvemmän filosofian. Paikkasidonaisuus voi olla vahvasti läsnä niin maataiteessa, kaupunkitaiteessa kuin julkisessakin taiteessa, jos se täyttää paikkasidonaisen taiteen ehdot. Paikkasidonaisuus voidaan kuitenkin ottaa huomioon monin eri tavoin, ja se voi näkyä toisinaan varsin filosofisella tavalla, eikä välttämättä näy suoraan katsojalle. Paikkasidonainen taide on suunniteltu tiettyyn paikkaan sen luonteen mukaan, sen ehdoilla. Se tarkoittaa teoksen paikkaan liittyvän luonteen, ympäristön tai sijainnin huomioonottamista henkisellä tai fyysisellä tasolla (Sarpola 2015, 100; Sederholm 2000, 96; Taidemaalariliitto 2018). Se voi liittyä taiteilijan ajatuksiin paikasta, johon teosta tehdään, tai asukkaisiin jota alueella asuu. Se voi myös liittyä teoksen sijoituspaikan luonteeseen tai historiaan, tai sen ympäristössä oleviin tekijöihin (Sederholm 2000, 96; Kiasma 2018).

Näitä määrittelyjä mukaillen luokittelen Olohuone 306.4 km² -tapahtuman kaupunkitaiteen kantaaottavaksi paikkasidonaiseksi julkiseksi taiteeksi, jonka elementtiin liittyy lisäksi hetkellisyys sekä arkiympäristö.

Tässä opinnäytetyössä käsittelemäni kaupunkitaidetapahtuma on taidetta sisältävä yleisötapahtuma, eli taide- sekä kulttuuritapahtuma, ja näin ollen sen voi yhdistää käsitteeseen taide- ja kulttuuri.

2.2.1. Kaupunkitaiteen merkityksiä

Kerroin esipuheessani omasta suhtautumisestani siihen, miksi kaupunkitaide on tärkeää. Jotta voidaan ymmärtää kaupunkitaiteen tärkeys laajemmassa mittakaavassa, olen kerännyt tähän kappaleeseen tiivistetysti tietoa taiteen- ja kulttuurin merkityksistä. Kerron kappaleessa myös kulttuuripoliittisista tavoitteista, joihin kaupunkitaide osaltaan vaikuttaa taiteen- tai kulttuurin kentällä. Tietoa on kerätty taiteen hyvinvointivaikutuksia kuvaavista kirjoituksista ja tutkimuskoosteista sekä kulttuuripoliittikkaa käsittelevistä julkaisuista sekä tutkimuksista.

Taiteen hyvinvointivaikutukset ovat kiistattomat (ks. Lehikoinen & Vanhanen 2017; Jakonen 2016; Laitinen 2017). Ilman taiteen kohtaamisesta syntyviä taidekokemuksia ei synny taiteen hyvinvointivaikutuksia (Lehikoinen ym. 2017, 7). Saavutettavan kaupunkitaiteen avulla voidaan tarjota taidetta laajallekin yleisölle. Julkisen taiteen uskotaankin lisäävän yleistä hyvinvointia, parantavan elämänlaatua ja humanisoivan ympäristöä (Karttunen 2000, 46). Kaupunkitaide synnyttää uusia taiteenaloja, ja kehittää toiminta- ja ajattelutapoja. (Herranen 2016, 160; Naukkarinen 2003, 7.) Se vaikuttaa laajasti sitä ympäröivään maailmaan.

Vaikka arvostamme taidetta pääosin sen antamien taidekokemusten kautta, se kuitenkin vaikuttaa meihin paljon kokonaisvaltaisemmin. Lilja-Viherlampi & Rosenlöf (2018) kertovat taiteen ja kulttuurin tärkeydestä ihmisen kulttuuristen tarpeiden tyydyttämisessä. (Taikusydän 2018). Taiteen kokeminen tuo hyvinvointia, ja tekee elämästämme merkityksellisen (Lehikoinen ym. 2017, 15–16).

Jakonen (2016) kertoo julkaisussaan siitä, miten taiteen ja kulttuurin vaikutukset määritellään usein kulttuuripoliittisten tavoitteiden kautta. Vaikutusten ja vaikuttavuuden tarkkailu riippuu kysymyksenasettelusta, eikä näin ollen kaikkia vaikutuksia oteta samalla tavoin huomioon. Vaikutuksen ja vaikuttavuuden määritelmät tarkoittavat tässä yhteydessä vaikutusten olevan välineitä vaikuttavuuteen, eli asioihin vaikuttamiseen. (Jakonen 2016, 22.) Myös Jansson (2014) sekä Opetus- ja kulttuuriministeriö (2016) kertovat vaikutusten ja

vaikuttavuuden tutkimusten tulosten hankalasta asettelusta. Tuloksia kerätessä on voitu käyttää erilaisia mittareita, ja ne on kerätty erilaisin tavoittein erilaisista tapausesimerkeistä, eivätkä taiteen- ja kulttuurin määritelmät ole tutkimuksissa yhtenäisiä. (Jansson 2014, 3; OKM. 2016, 13.)

Kulttuuripoliittisina vaikutuksina Jakonen (2016) kertoo taiteen ja kulttuurin luovan esteettisiä elämyksiä, taiteen kansainvälisiä läpimurtoja, taiteen harrastamisen ja kokemisen sosiaalisia- ja hyvinvointivaikutuksia, taiteen ja kulttuurin tuottamia taloudellisia hyötyjä, kansallisen identiteetin ylläpitoa, kulttuurisen moninaisuuden edistymistä ja paikkojen imagon kohentumista. (Jakonen 2016, 21).

Jansson on lajitellut kulttuurin- ja taiteen vaikutukset kulttuuripoliittisten, taloudellisten, sosiaalisten, hyvinvoinnin, organisaatiokehittämisen ja oppimisen sekä kriittisten -vaikutusten tulokulmaan (Jansson 2014, 4). Honkala & Laitinen lisäävät vaikutukset ympäristöön sekä kulttuuriseen kestävyteen (Honkala ym. 2017). Lehikoinen ym. (2017) kertovat lisäksi taiteen tehtävän vaikutuksista, ”... taiteella voi olla esimerkiksi eettisiä, moraalisia, kasvattavia, terapeuttisia, terveyttä vahvistavia ja ratkaisuja etsiviä tehtäviä yhteiskunnassa. Taide voi esimerkiksi haastaa vallitsevia arvoja, normeja, moraalialia, toimintaa, stereotyyppioita ja vallankäyttöä.” (Lehikoinen ym. 2017, 9.)

Tapahtuman tavoitteena on kerätä yleisöä nauttimaan tapahtumassa tarjottavista elämyksistä, joten yleisöön kohdistuvat vaikutukset ovat sen avainasemassa. Tapahtumaan osallistuminen jo itsessään tuo ihmiselle iloa ja poikkeuksen arjesta (Silvanto 2016, 16). Yleisöön kohdistuvia vaikutuksia on selkeämpi käydä läpi yksilötasolla.

Janssonin sosiaalisten vaikutusten tulokulmassa yksilö rikastuttaa niin sosiaalista kuin henkistäkin pääomaansa pelkällä osallistumisella tapahtumaan (Jansson 2014, 3–4; Silvanto 2016, 16). Se tuottaa ilon tunteita ja vahvistaa aktiivista kansalaisuutta. Yhteisössä mukana oleminen tuo yhteenkuuluvuuden tunteita, ja vahvistaa yksilön osallisuutta ja itseyttä omanarvontunteen sekä itsetuntemuksen kautta. Jansson huomauttaa, että taiteeseen osallistumisen aste vaikuttaa vaikutusten syntymiseen. Osallistuminen jaetaan aktiiviseen sekä vastaanottavaiseen osallistumiseen, jossa vaikutukset voivat olla kovinkin erilaiset, joskin silti merkitykselliset. (Jansson 2014, 7–8.)

Tapahtuman sisältö antaa osallistujalle oman osuutensa. Varsinaisten taidekokemusten ja tunteiden lisäksi taidetapahtuma lähentää käsitystä taiteesta, tutustuttaa kaupunkitaiteen monipuoliseen tarjontaan ja opettaa meidät ymmärtämään mitä taide tänä päivänä on. Parhaimmillaan se antaa yksilötasolla tunteiden kautta syviä ajatuksia ja synnyttää yhteiskunnallisiakin näkökulmia. Janssonin (2014) organisaatiokehittämisen ja oppimisen tulokulmassa määritellään taiteen yksilövaikutuksissa henkilökohtainen kehitys, jonka vaikutuksiin on lueteltu mm. itsensä löytäminen, henkilökohtainen kasvu, itseluottamuksen lisääntyminen ja uusien taitojen kehittyminen (Jansson 2014, 9–11).

Taidekokemusten tuomilla identiteettiä muokkaavilla negatiivisilla ja positiivisilla ajatuksilla on yhteys merkityksellisyyden sekä onnellisuuden tunteisiin (Silvanto 2016, 16). Näiden tunteiden syntyminen luokitellaan Janssonin mukaan hyvinvoinnin näkökulmaan. Jotkut ihmiset tarvitsevat onnellisuuden ja merkityksen tunteeseen konkreettisempia asioita, jolloin vapaaehtoisena toimiminen tapahtumassa voi olla osuvampi tapa (Silvanto 2016, 14). Terveysvaikutuksina taiteen on todettu parantavan yksilön fyysistä sekä henkistä terveyttä (Jansson 2014, 8–9; Honkala ym. 2017).

Kulttuurihyvinvoinnin perustana taiteen- ja kulttuurin kerryttämät kokemukset kasvattavat yksilön kulttuurista ja sosiaalista pääomaa. Niistä saadut kokemukset ja ajatukset muokkaavat meistä omanlaisia yksilöitä. Taide- ja kulttuuri ovat siis tärkeässä asemassa identiteettimme kehittymisessä ja kasvamisessa läpi elämän. (Lehikoinen ym. 2017, 16.)

Tapahtumat tuottavat työtä niin tuottajille, taiteilijoille kuin muidenkin alojen työntekijöille – suoraan ja välillisesti. Niillä on todettu olevan tärkeä rooli taiteilijoiden ammatillisen yrittäjyyden kehittymisessä kokemusten, kannustuksen sekä vertaistuen avulla (Silvanto 2016, 11). Ne yhdistävät niin taiteen ystävät kuin taiteilijatkin mahdollistaen verkostojen ja yhteisöjen rakentumisen. Tapahtumat vaikuttavat myös festivaaliorganisaation yhteistyökumppaneihin, alihankkijoihin sekä vapaaehtoisiin. (mt. 2016, 14–15.) Tapahtuma on sitä tärkeämpi ja merkityksellisempi, mitä useampiin tahoihin se vaikuttaa.

Tapahtumat synnyttävät taloudellisia vaikutuksia työllistäjänä sekä tuloina. Suuremmissa tapahtumissa taloudelliset vaikutukset voivat olla kovinkin merkittäviä, ihmisten matkustaessa tapahtumaan kauempaa ja viettäessään alueella pidempiä

aikoja (esimerkiksi hotellimajoituksessa, käyttäen monipuolisesti alueen palveluja festivaalitarjonnan lisäksi).

Kaupunkitaiteella on merkityksensä myös kaupunkikuvassa. Se tekee kaupungista viihtyisämmän (esim. Rosewall 2014, 255; Honkala ym. 2017). Tepperin (1999) mukaan yleisö ottaisi taiteen paremmin vastaan, jos pääsisi osallistumaan sen valintaan (Karttunen 2000, 50). Taidekriitikko Nicolas Bourriaudin mukaan osallistavasta kaupunkitaiteesta on tullut trendi (Neulaniemi 2010, 14).

Taide- ja kulttuuritapahtumat vaikuttavat monin tavoin niitä ympäröivään maailmaan. Vaikutukset kohdistuvat yksilöön, yleisöön, tuottajiin, taiteilijoihin, yhteistyökumppaneihin sekä lopulta yhteisöihin ja yhteiskuntaan. (Honkala ym. 2017) Seuraavassa kerron taiteen- ja kulttuurin kulttuuripoliittisista merkityksistä.

Taide- ja kulttuuri on välineistetty moniin eri hallintosektoreihimme, ja niiden rooli kulttuuripoliittisten tavoitteiden täyttymisessä on tärkeä. Kansalaisten hyvinvointiin liittyvien vaikutusten lisäksi ne vaikuttavat työllistäjänä ja ammattialojen kehittäjänä, ollen merkittävä osa kansalaisyhteiskunnan aktiivista toimintaa sekä kulttuurin taloutta ja näin koko maan elinkeinorakennetta. (Herranen 2016, 158–159; Heiskanen, Kangas & Michell 2002, 80; OKM 2016, OKM 2017.)

Opetus- ja kulttuuriministeriö on tehnyt Taide- ja kulttuurifestivaalien edistämiseksi toimenpideohjelman vuosille 2017–2025. Toimintaohjelman tavoitteena on vahvistaa taide- ja kulttuurifestivaalien arvostusta ja asemaa taide- ja kulttuuripoliitikassa. Ohjelman mukaan taloudellisia resursseja tulisi osoittaa uusien taiteellisten sisältöjen ja uutta luovan toiminnan kehittämistyöhön. (OKM 2016, 40.)

Opetus- ja kulttuuriministeriön vuosien 2016–2019 toiminta- ja taloussuunnitelmassa on kirjattu neljä kulttuuripoliittista tavoitetta. Nämä tavoitteet ovat: kulttuurin perustan vahvistaminen, luovan työn tekijöiden toimintaedellytysten parantaminen, kaikkien väestöryhmien kulttuuriin osallistumismahdollisuuksien tukeminen sekä kulttuurin talouden ja luovan talouden vahvistaminen. (OKM 2015, 46.)

2.2.2. Kaupunkitaiteen rooli taiteen saavutettavuudessa

Saavutettavuutta on monenlaista. Perinteisimmin sanaa on käytetty taiteen saavutettavuudessa vähemmistöjen ja erityisryhmien, kuten vammaisten, maahanmuuttajien tai ikäihmisten saataville. Sen käyttö on kuitenkin laajentunut niin

viestintään, maantieteellisiin tekijöihin kuin kulttuurisiin ja sosiaalisiin tekijöihin. Yleisesti ottaen saavutettavuudella tarkoitetaan yksilön mahdollisuutta osallistua täysipainoisesti johonkin toimintoon. (esim. OPM 2006, 7.) Tasavertainen osallistuminen on haasteellista toteuttaa tavoitettavan kohderyhmän ollessa niin laaja ja rosainen. Kaupunkitaiteesta puhuttaessa fyysinen saavutettavuus on vahvaa, mutta osallistaminen kaupunkitaiteeseen, eli kaikkien kaupunkilaisten tavoittaminen mukaan toimintaan, on mahdotonta. (Karttunen 2000, 50–51.)

Lehikoinen ym. (2017, 8) tiivistävät saavutettavuuden tarkoittavan ihmisten yhdenvertaista mahdollisuutta päästä osallisiksi taiteista. Ensisijainen saavutettavuuden tavoite on fyysinen saavutettavuus. Kaupunkitaide on tuotu pois gallerioista ja museoista, mikä mahdollistaa sen olevan yleisölle julkisesti esillä hinnan, viestinnän, kiinnostuksen kohteiden tai vapaa-ajan kiireiden vaikuttamatta sen kohtaamiseen. Taide kuuluu kaikille, ja siksi mielestäni kaupunkitaiteella on suuri rooli taiteen saavutettavuuden parantamisessa. Tasavertainen taiteen saavutettavuus nähdäänkin Lehikoisen ym. sanoin ”...osana kulttuuristen perusoikeuksien ja hyvinvoinnin toteutumista, hyvää elämänlaatua ja elinikäistä oppimista” (Lehikoinen ym. 2017, 8). Jotta mahdollistetaan ihmisen yhdenvertainen mahdollisuus taiteeseen, on saavutettavan sijainnin lisäksi edistettävä taiteen saavutettavuutta myös sosiaalisella ja psyykkisellä tasolla.

Yhdysvaltalaisen moraalifilosofi John Rawlsin oikeudenmukaisuusperiaatteen mukaan liberaalisen tasa-arvon toteutumiseksi pitäisi fyysiset, maantieteelliset, sosiaaliset sekä taloudelliset esteet raivata taiteeseen ja kulttuuriin osallistumisen tieltä, jotta perustuslain mukaiset kulttuuriset oikeudet voivat toteutua. Sen mukaan heikommassa asemassa olevia ”vähempiosaisia” täytyy tukea enemmän taiteeseen ja kulttuuriin osallistumisen tasa-arvon täyttymiseksi, ja heidän osallistumisensa tiellä olevia asenteellisia ja rakenteellisia esteitä pitää purkaa. (Lehikoinen ym. 2017, 19.)

Ihmiset ovat eriarvoisessa roolissa taiteen harrastamiseen. Taide on taiteen ystäville helposti lähestyttävissä ja sen kautta saavutettavissa, mutta niille, joille taide on vierasta, se on saavuttamattomissa. Yksilön taustalla olevat seikat, kuten sosiaalinen ja sosioekonominen tausta ohjaavat meitä taiteen kohtaamisen hetkellä. Bourdieun (1984) mukaan korkeamman luokka-aseman omaavilla on runsaampi kulttuurinen pääoma, joka vaikuttaa heidän taidemakuunsa. (Purhonen 2014, 18.) Myös

Naukkarinen (2003) korostaa taiteen *todellisen* saavutettavuuden suhdetta yleisön omaan kulttuuritaustaan. Teos saattaa avautua ainoastaan tietyille kohderyhmälle, ja jäädä muilta ajatusmaailmaltaan tavoittamattomiin. (Naukkarinen 2003, 69.) Saresma (2002) muistuttaa että toisinaan taide nähdään turhana, jopa haitallisena (Saresma 2002, 100), eikä näin välineitä taiteen kohtaamiseen synny. Yksilölle, joka ei ole orientoitunut taiteeseen, ei taide ole saavutettavaa vaikka se olisikin osana ympäristöä. Käsittelen taiteen saavutettavuutta siis taiteen kohtaamisen mahdollistamisena, sekä taiteen psyykkisenä ja henkisenä saavuttamisena.

Lähihistoriassa taiteen arvostus on ollut kovinkin vaihtelevaa erilaisiin sosiologiisiin ja sosioekonomisiin syihin liittyen (ks. Saresma 2002). Kaupunkitaiteella on monimuotoisuutensa ansiosta mahdollisuus lähestyä yleisöä, joka ei nauti, tai ole muuten kiinnostunut perinteisestä visuaalisesta taiteesta. Yhdenvertaiset taidekokemukset vievät meitä lähemmäs kohti samanarvoisia mahdollisuuksia kokea taide ja olla sen tekemisessä osallisena. Ihmisiä puhuttelevan uuden julkisen taiteen avulla yleisö tutustuu ja tottuu nykytaiteeseen ja vanhat käsitykset julkisen taiteen tylsyydestä hälvenevät, jolloin taiteeseen käsitteenäkin totutaan ja suhtautuminen perinteiseen taiteeseen voi muuttua (Turun Taiteilijaseura 2002, 7; Naukkarinen 2003, 7; Rosewall 2014, 255). Kaupunkitaiteen rooli on tärkeä yleisön tutustuttamisessa uusiin taiteen muotoihin, ja sen kautta myös kaikkeen visuaaliseen taiteeseen.

2.3. Kaupunkitaide Turussa

Kaupunkitaide tuntuu olevan vahvana osana turkulaista kulttuuria. Yksi merkittävä vaikuttaja tähän on varmasti vuosi 2011, jolloin Turku oli valittu Euroopan kulttuuripääkaupungiksi ja tuotti laajasti erilaista ympäristötaidetta ja taidetapahtumia osana Kulttuuripääkaupunki-ohjelmaansa. Tästä vuodesta on kulttuuripääkaupunkivuoden tavoitteidenkin mukaisesti Turkuun jäänyt elämään kehittyvä ympäristötaidekulttuuri. (Turku 2012, 4.) Myös erilaiset hankkeet ja tapahtumat, kuten Upeart, Turku 365 sekä Prosenttiperiaate, ovat vaikuttaneet osallaan turkulaisen kaupunkitaiteen kehitykseen ja elinvoimaisuuteen (Turku 2019). Suomen Taiteilijaseuran selvittämän tutkimuksen mukaan 79 % turkulaisista haluaa lisää taidetta julkisiin kaupunkitiloihin ja asuinympäristöönsä (Suomen Taiteilijaseura 2016). Turkulaisesta taideystävällisyydestä kertoo myös suosittu ILMIO-festivaali,

joka tuottaa tapahtuma-alueellaan monipuolisesti ympäristötaidetta kattavan musiikkitarjonnan lisäksi. Tapahtuma on maksullinen, ja se sijaitsee suljetulla tapahtuma-alueella, eikä sillä ole Olohuone 306.4 km² -tapahtuman kaltaista saavutettavuutta.

Tähän kappaleeseen olen tiivistänyt Turun Kaupungin (2018) strategisia linjauksia, joihin Olohuone 306.4 km² -tapahtuma osaltaan vaikuttaa. Strategia on kaupungin vision dokumentti, jonka päämääriin on sitouduttu. Siinä määritellään kaupungin linjaukset tulevaisuuden visiolle. (Turku 2018/a)

Kolmannen sektorin työ ja kaupungin yhteistyö kolmannen sektorin kanssa mainitaan oleellisesti strategiassa. Siinä korostetaan kolmannen sektorin merkittävyyttä kulttuuripalveluiden tuottamiseksi ja kulttuuritarjonnan vahvistamiseksi. Kaupunki tarvitsee kolmannen sektorin toimintaa järjestääkseen asukkailleen kustannustehokkaasti kattavan kulttuuritarjonnan. Strategiaan onkin kirjattu erityisesti kolmannen sektorin yhteistyön vahvistamiseksi tavoitteita, joiden avulla tiivis ja luotettava yhteistyö on mahdollista. Strategiassa korostetaan lisäksi kolmannen sektorin toimintaan osallistumisen hyötyjä asukkaiden hyvinvoinnin ja osallisuuden lisäämiseksi. (Turku 2018/a, 23.)

Turun Kaupungin strategiassa on jaettu tavoitteet erilaisiin ohjelmiin. Olohuone 306.4 km² tapahtuma tukee monia Turun strategisia tavoitteita. Strategiaan kuuluu kolme kärkihanketta, Keskustan kehittäminen, Turun tiedepuisto sekä Smart and Wise Turku, joihin kaikkiin liittyy oleellisesti ympäristön viihtyvyyden kehittäminen.

”Keskustan asemaa kaupunkilaisten yhteisenä ja viihtyisenä olohuoneena kehitetään parantamalla korkeatasoisia julkisia kaupunkitiloja ja kävelypainotteisia alueita erityisesti jokirannassa, Kauppiaskadulla, Kauppahallin korttelissa ja Fortuna-korttelissa.” (Turku 2018/a, 38.)

Strategiaan on kirjattu kärkihankkeiden lisäksi tavoiteohjelmia, joista erityisen oleellisia Olohuone 306.4 km² -tapahtuman kannalta ovat Hyvinvointi ja aktiivisuus sekä Kulttuuri tekee hyvää. Tapahtumalla on mahdollisuus tukea näitä ohjelmia taiteen hyvinvointivaikutusten ja taiteen vaikutusten lisäksi lisäämällä vapaa-ajan aktiivisuutta, osallistamalla asukkaat kolmannen sektorin toiminnan kehittämiseen ja siihen vaikuttamiseen. Lisäksi strategiassa on mainittu yhteisöllisyys sekä itsensä toteuttamisen muodot, joita yhdistys voi osaltaan edistää. Strategiassa korostetaan hyvinvointia, tasa-arvoista sekä aktiivista osallisuutta, terveyden edistämistä ja

yhteisöllisyyttä. Taiteella ja kulttuurilla on merkittävä osa nimenomaan näiden tavoitteiden täyttymisessä. Tavoitteissa mainitaan monipuolisen kulttuurin, ja elämysten tarjonta osana asukkaiden arkea ja vapaa-aikaa. Myös työllisyyden lisääntyminen, matkailun vetovoimaisuus, tapahtumat sekä ympäristön kehittäminen ja viihtyisyyden lisääminen on mainittu oleellisina strategiassa. Luonto, meri ja vesi ovat teemana kaupungin vetovoimaisuuden lisäämiseksi. (Turku 2018/b, 22.)

2.4. Tapahtuman kulmakivet

Tapahtumien tuottaminen on murroksessa. Harrastetapahtumat jalostuvat koko ajan ammattimaisemmiksi tapahtumiksi, joilta vaaditaan laatua. (Amberla 2011, 71.) Finland Festivals -yhdistyksen toiminnanjohtaja Kai Amberla mainitsee vision, mission, strategian, yhteiskunnallisten velvoitteiden, viestintästrategian sekä aggressiivisen markkinoinnin lisäksi myös tehokkuuden, nopeuden, systemaattisuuden, tulosten mittaamisen, verkostojen rakentamisen, ammattitaidon kehittämisen sekä strategisen uusiutumisen nykytapahtuman kriteereinä. Vaikka Amberla materialisoi tapahtumat ja siinä samassa jossain määrin taiteen kylmäksi yritystoiminnaksi, hän kuitenkin korostaa, että tapahtumien tehtävä on olla taiteen ja kulttuurin palveluksessa. (Amberla 2011, 71.) Kuitenkin on muistettava, että jotta tapahtuma voisi palvella mahdollisimman hyvin taidetta ja kulttuuria, on sen kyettävä näyttämään arvonsa niin yleisölle kuin rahoittajille. Ilman niitä ei ole tapahtumaa.

Seuraavassa tarkastelen onnistuneen tapahtuman ominaisuuksia ja tapahtuman kehittämistä lähdekirjallisuuden avulla ja kartoitan Olohuone 306.4 km² -tapahtuman nykytilaa. Tapahtuman onnistumista voi tarkastella monesta eri näkökulmasta. Silvanto (2016) määrittelee onnistuneen tapahtuman yleisön kokemuksellisuuteen liittyvien seikkojen mukaan (Silvanto 2016, 14). Rosewall (2014) sen sijaan määrittelee onnistuneen tapahtuman tavoitteiden täyttymisen mukaan, ja korostaa toiminnan suunnittelun merkitystä (Rosewall 2014, 108). Kinnunen (2014) tarkastelee asiaa tapahtuman organisoinnin näkökulmasta (Kinnunen 2014, 23–57). Näiden lähteiden mukaan keskeisimpiä onnistuneen tapahtuman kulmakiviä Olohuone 306.4 km² -tapahtuman kannalta ovat kokemuksellisuus, hyvä organisointi, oheispalvelut, saavutettavuus, ohjelman laatu (Silvanto 2016, 14), taiteellisen tason-, yleisö- sekä imagon luomisen -tavoitteiden täytyminen (Rosewall 2014, 108–109, 46–59), sekä

markkinointiviestintä, verkostot, tekniset järjestelyt sekä ulkoinen toimintaympäristö (Kinnunen 2014, 27).

2.4.1. Tapahtuman kehittäminen ja kiinnostavuus

Rosewall korostaa, etteivät taloudellinen onnistuminen tai yleisön suuri määrä ole onnistumisen kriteerejä, vaan ne on suhteutettava tapahtuman luonteeseen. Asiakkaiden odotusten täyttäminen on tärkeää, jotta saadaan vakiintuneita kävijöitä tapahtumaan. (Rosewall 2014, 108–109.)

Jokaisella tapahtumalla on omat valikoituneet tavoitteensa, jotka tukevat tapahtuman suunnittelua sekä imagoa. Rosewall kertoo selkeiden tavoitteiden asettamisen tärkeydestä. Mission, vision ja arvojen pohjalta suunnitellaan tavoitteet, jotka vievät tapahtumaa tulevaisuuden näkymiään kohti. Hyvin suunniteltu toiminta vakuuttaa myös rahoittajia. (Rosewall 2014, 46–47.) Tavoitteiden täyttymisen tueksi suunnitellaan käytännön toimia, joilla tavoitteet saavutetaan. (mt. 2014, 56–57); Kauhanen ym. 2002, 45.) Tavoitteet voivat koskea kävijämäärää, talouden menoja tai tuloja, tapahtuman sisältöä tai jotain kehittämisen osa-aluetta, esimerkiksi vaikuttavampaa markkinointia, kattavampia oheispalveluja, tai tyytyväisempiä asiakkaita.

Kinnunen jaottelee tapahtuman tuotteeksi, jolla on kaksi pääosaa – varsinainen tuote eli tapahtuma sekä oheispalvelut (Kinnunen 2014, 26). Oheispalveluilla lisätään tapahtuman kiinnostavuutta ja palveluja. Tapahtuman imago on osa sen saavutettavuutta. Se kertoo millaisia ihmisiä tapahtuma houkuttelee. Hyvän imagon luominen on elintärkeää tapahtumalle. Tapahtuman imagoon vaikuttavat tuote, paikka, tarjonta, yhteistyökumppanit sekä niiden imago. (Kauhanen ym. 2002, 40.)

Olohuone 306.4 km² -tapahtuma ei ole tehnyt erityistä kehittämissuunnitelmaa tapahtumalle. Missio ja visio on määritelty toimintasuunnitelmassa tavoitteina. Tavoitteina mainitaan paikkasidonaisuuden merkitys, arkisen ympäristön toisin kokeminen, taiteen kohtaamisen mahdollistaminen odottamattomissa tiloissa ja tilanteissa, sekä osallistava ja yhteisöllinen toiminta oheistapahtumien muodossa. (Taideyhdistys Olohuone 2017.) Konkreettisia toimia ja tavoitteiden seuranta ei ole suunniteltu tavoitteiden toteutumiseksi. Olohuone-yhdistys kertoi imagon olevan rento ja avoin. Oheispalveluja ei tapahtumaan ole tuotettu.

2.4.2. Tapahtuman organisointi ja resurssit

Kinnusen (2014) mukaan tapahtuman organisoinnin haasteina ovat poikkeuksellinen toimivuosi, käytettävä työvoima ja organisaatorakenne, tuki- ja kohdeavustuksiin perustuva toimintapata sekä suuri yhteistyökumppaneiden määrä. (Kinnunen 2014, 24–27)

Kinnunen kertoo teoksessaan, että vaikka toiminta nojaa paljon vapaaehtoisuuteen, on tapahtumalla oltava vastuullinen järjestäjä (Kinnunen 2014, 26). Tapahtumaa suunniteltaessa tuottaja esittelee organisaatiolle suunnitelmansa, ja siitä tehdään kehitysehdotuksia ennen lopullista suunnitelmaa (Kauhanen ym. 2002, 29, 42). Tapahtuman suunnittelemiseksi on hyvä luoda pohjaksi standardit ja tavoitteet, joista kannattaa pitää kiinni vuodesta toiseen (Rosewall 2014, 48–49, 56–58; Kauhanen ym. 2002, 36, 45–46). Uuden tapahtuman suunnitelma kannattaa aina tehdä edellisen vuoden tapahtuman loppuraportin avulla (Kauhanen ym. 2002, 50). Loppuraportti on ensisijainen työväline tapahtuman tuottamiseksi, ja sen avulla voidaan tapahtumaa kehittää työntekijöiden vaihtuvuudesta huolimatta. Tapahtuman laadun seuranta on myös tärkeää tapahtuman tason ylläpitämiseksi ja sen kehittämiseksi (Rosewall 2014, 114; Kinnunen 2014, 55).

Lisäksi työvälineenä voi käyttää tulevaisuudentutkimisen välineinä olevia skenaarioita ja trendien seurantaa. Trendit tarkoittavat erilaisia tulevaisuuteen vaikuttavia ilmiöitä, kuten ekologisuus tai elämyksellisyys, ja skenaariot kuviteltuja suuntia tai tapahtumia, joita voi arvella tapahtuvan tulevaisuudessa. (Iso-Aho & Kinnunen 2014, 77.)

Riskienhallinta on erityisen tärkeää tapahtuman tuottamisessa. Riskikartoitukseen on olemassa monia työkaluja. Näistä useimmiten näkee käytettävän SWOT-analyysiä. Sillä kartoitetaan niin tapahtuman riskit kuin mahdollisuudetkin. (Kinnunen 2014, 29; (Kauhanen 2002, 27, 54; Rosewall 2014, 54–55.)

Tapahtuma tarvitsee menestyäkseen myös yhteistyökumppaneita. Yhteistyökumppaneiden avulla saadaan tuotettua monipuolinen tapahtuma, joka vastaa monenlaisiin asiakkaiden tarpeisiin. Niillä voidaan parantaa tapahtuman sisältöä ja tarjota oheispalveluja. (Kauhanen ym. 2002, 41; Kinnunen 2014, 27.) Yhteistyökumppanit ovat tärkeitä myös tapahtuman organisoinnin kannalta esimerkiksi markkinoinnissa. Kinnunen huomauttaakin, että mitä suurempi tapahtuma on sitä suuremmat verkostot se tarvitsee (Kinnunen 2014, 27).

Taideyhdistys Olohuone ry on itsenäinen kulttuuritoiminnan tuotantojärjestö, jolle julkinen tuki on ensisijaisen tärkeä. Sen toiminta on tärkeää kolmannen sektorin vapaaehtoistyötä edistävänä yhdistyksenä. Tämänkaltaiset yhdistykset hyötyvät tuesta, jota myönnetään projekteille, tapahtumille tai festivaaleille. (Heiskanen ym. 2002, 79.) Performanssi- ja esitystaiteen avustussummat ovat lisääntyneet paljon viime vuosina. Yhdistysten rahoitusmalli on usein hybridi eli rahoitusta saadaan oman toiminnan tuoton lisäksi myös julkiselta ja yksityiseltä sektorilta. (Herranen 2016, 160.)

Poikkeuksellisen toimintavuoden takia Olohuone 306.4 km² -tapahtumalla ei ole vakituista tuottajaa, vaan tuottaja vaihtuu vuosittain. Yhdistys on nähnyt tämän jopa vahvuudeksi, jotta tapahtuma saadaan aina erilaiseksi, uuden tuottajan näköiseksi tapahtumaksi. Vakituksia standardeja tai tavoitteita ei tapahtumalle ole luotu.

Taideyhdistys Olohuone ry:n resurssit eivät ole mahdollistaneet tapahtumalle erityistä seuranta- tai tilastointia. Tietoa tapahtumasta ja sen vaikutuksista kuitenkin on saatu opinnäytetöistä, joita yhdistys on tilannut opiskelijoita.

Tapahtuman yhteistyökumppaneina ovat toimineet aloitus- ja päätösklubin ravintolat, ja muita yhteistyökumppaneita on yritetty saada lisää tapahtuman aikana tarpeen mukaan. Yhteistyökumppaneita ei ole etsitty tavoitteellisesti tapahtuman suunnittelun yhteydessä, eikä tapahtuman arvon lisäämiseksi.

Tapahtuma pyörii pääosin yhdistyksen toiminta-avustuksella, mutta myös muilta organisaatioilta on saatu rahoitusta. Muu rahoitus on haettu teosten hankkimiseksi. Tapahtumaan on haettu vapaaehtoisia työntekijöitä erillisellä vapaaehtoishauulla. Haku on markkinoitu sosiaalisessa mediassa sitä seuraaville.

2.4.3. Tapahtuman saavutettavuus

Saavutettavuutta käsitellään tässä luvussa markkinoinnin tehokkuutena sekä sijaintia koskevana määritteenä. Tapahtuman saavutettavuutta ajatellen on oleellista ottaa huomioon sen kohderyhmä. Millaisia ihmisiä tapahtuman halutaan houkuttelevan? Kenelle markkinointi on kohdennettu, ja kenelle sijainti on saavutettavissa, ja millä ehdoin?

Sijaintia ajatellessa on mietittävä niin tapahtuman kuin paikankin imagoa. Esimerkiksi yrityksille suunnatun tapahtuman voi järjestää vaikka messukeskuksessa,

rock -festivaalin leirintäalueella jne. Tapahtumalla on oltava selkeä tapahtumakokemuksen tarjoava keskusta, tapahtumapaikka johon yleisö houkutellaan. (Kauhanen ym. 2002, 38.)

Markkinointi on erityisen tärkeä onnistuneen tapahtuman aikaansaamiseksi. Se on avainasemassa niin tapahtuman imagon syntymisessä kuin yleisön kasvattamisessa. Minimalistinen, kuten Rosewall teoksessaan esittää – ”getting the word out” – markkinointi, ei riitä onnistuneen taidetapahtuman toteutumiseksi. Näkyvyyden, ja tapahtuman perustietojen kertomisen lisäksi markkinoinnin on pystyttävä motivoimaan yleisö osallistumaan vastaamalla yleisön tarpeisiin (Rosewall 2014, 200; Colbert 2001, 82). Sosiaalinen media ei ole varsinainen markkinointityökalu, vaan vuorovaikutuksellinen foorumi. (Rosewall 2014, 211–213).

Kohderyhmälle markkinointi voi olla haasteellista (Kinnunen 2014, 26–27, 30–31.). Yleisön ikä, koulutustaso ja muu rakenne ei välttämättä ole enää yhdenmukainen, ja jo markkinoinnin kohderyhmän määrittely voi syntyä haasteeksi. (Kauhanen ym. 2002, 113.) Jos markkinointi ja taidetapahtumat suunnattaisiin aina vain perinteiselle taiteen yleisölle, ei muulla yleisöllä voisikaan olla mahdollisuutta kiinnostua niistä (Rosewall 2014, 201).

Olohuone 306.4 km² -tapahtumalla ei ole tapahtumapaikkaa, vaan teokset ovat ripoteltuna ympäri kaupunkia. Tapahtuman info-pisteellä on ollut tavoitteena toimia kiinteänä tapahtumapaikkana. Info-pisteellä on tarjottu kahvia ja tietoa tapahtumasta. Olohuone-yhdistys on järjestänyt vuosittain Olohuone 306.4 km² -tapahtuman markkinoimiseksi ja tunnettuuden lisäämiseksi Föritanssit-ilmaistapahtuman. Föritansseja on mainostettu yhdistyksen sosiaalisen median sivustoilla. Tapahtumalle on painettu myös julisteita ja esitteitä. Esitteet on jaettu ympäri keskustaa kahviloihin ja baareihin, ja julisteet ripustettu esille katu-kuvaan. Tapahtumaa on mainostettu myös tapahtuman nettisivuilla sekä sosiaalisessa mediassa sitä seuraaville, ja se on saanut näkyvyyttä paikallisessa mediassa.

2.5. Kokemus

Opinnäytetyöni käsitellessä kokemuksellisuutta, on aiheellista avata hieman myös kokemuksen käsitettä, ja sen tutkimiseen liittyviä kysymyksiä.

Jokainen kokemus on omakohtainen, subjektiivinen kokemus. Kokemus on sidonnainen aikaan sekä yksilön senhetkisiin tuntemuksiin itsestään ja ympäristöstään. Tiedon, totumuksen, henkisyiden ja aistien tuntemusten rajoissa jokainen meistä kokee asiat eri tavalla. (Suorsa 2011, 174–176.) Kokemus voi vaikuttaa voimakkaasti tai ei juuri ollenkaan, tai se voi vaikuttaa syvästi ja muodostaa elämyksen (Linko 1998, 11–12). Taiteesta saadun kokemuksen vaikutus jatkuu teoksen näkemisen jälkeenkin ja kokemus muuttuu reflektoinnin tuloksena (Moisio 2016, 158). Johanssonin (2016) mukaan kokemusta tutkittaessa pitäisi ottaa huomioon kokemuksen vaikutukset myös yksilön tulevaisuuteen (Moisio 2016, 158).

Yhdysvaltalainen filosofi ja psykologi John Dewey on selittänyt kokemuksen vuorovaikutuksena elävän olennon ja sitä ympäröivien olosuhteiden välillä. Hän kertoo kokemuksen syntyvän tunteiden, havaintojen ja ajatusten välisenä kiistelynä. (Dewey 2010, 49.) Kotkavirta (2002) kuvailee Hegelin ajatuksia mukaillen kokemuksen tietoisuuden matkalla uuteen, kehittyneempään tietoisuuteen (Kotkavirta 2002, 22). Kognitiivista taiteen kokemista korostaa Goodman (1968), jonka mukaan kokeminen syntyy havaitsemalla, ja johtaa siksi kognitiiviseen-, eli oppimisen ja oivaltamisen prosessiin (Rantala 2002, 158). Tämän kognitiivisuuden tiedostaminen on oleellista taiteen vaikutusten ymmärtämisessä yksilölle.

Kokemuksella tässä työssä tarkoitan tilanteeseen sidottua hetkellistä prosessia, joka syntyy keskustelusta itsensä, omien arvojen, tunteiden, aistien ja ympäristön kanssa. Sen vaikutus on pysyvä, ja osana ihmisen kehittymistä ja oppimista. Taiteen yksi tehtävistä on luoda näitä kokemuksia ja näin saada aikaan ihmisessä vaikutuksia. Taiteen kokeminen on moniaistillista kokemista. Varsinkin yhteiskunnallisiin kysymyksiin kantaaottavan kaupunkitaiteen ja osallistavan kaupunkitaiteen teoksen kokemisessa yhdistyvät monet aistit, aiempi tieto sekä ymmärrys ja asenteet.

Vilkka (2015) kertoo, miten kokemukset ilmaistaan merkityksinä, ja merkityksenantoina, jolloin niihin vaikuttavat kulttuurinen perusta, toiminta- ja ajattelutavat sekä tarinat. Merkitykset eivät siis ole puhtaasti subjektiivisia. (Vilkka 2015, 161.) Dewey (2010) kertoo, että toisinaan on helpompaa kuvata kokemusta hyväksytyjen arvojen tai kulttuurin mukaan, sen sijaan että antaisi teoksesta syntyvien kokemusten vaikuttaa itseensä (Dewey 2010, 362). Bourdieun (1984)

mukaan runsas kulttuurinen pääoma näkyy taidemaun lisäksi taidossa keskustella taiteesta ja arvioida taidetta. (Purhonen 2014, 98–111.)

Acts Of Care -hoivateltan läheisyydessä sain seurata teokseen tutustuvien kokemuksia ja käyttäytymistä. Teltan sisällä käyneiden kokemukset tuntuivat olevan todella vahvoja ja voimauttavia, ja yleisö kertoi tunteneensa yhteenkuuluvuuden tunnetta. He jakoivat kokemuksiaan avoimesti. Toiset viettivät teltassa hetken, ja toiset kovinkin pitkiä aikoja tullen teltasta unisen ja tyytyväisen näköisenä ulos. Richardsin mukaan tapahtumaan osallistuvat kokevat yhteisöllisyyden tunteita, iloa ja hyväksyntää (Silvanto 2016, 12).

3. TAPAUSTUTKIMUS KAUPUNKITAIDETAPAHTUMASTA

Opinnäytetyöni kehittämiskohteena on lisätä tapahtuman vaikuttavuutta. Nykytilan kartoittamiseksi tutkin tapahtuman vaikuttavuutta selvittämällä sen kokemuksellisuutta ja tavoitavuutta. Tavoitavuudella tarkoitan saavutettavuuden osaa – tässä tapauksessa sitä, miten tapahtuman markkinointiviestintä on tavoittanut yleisön. Käytän määritelmästä yleisesti käsitettä saavutettavuus.

Tapahtuman kokemuksellisuutta tutkin selvittämällä millaisia kokemuksia, ja merkityksenantoja teokset ovat yleisössä synnyttäneet. Tapahtuman saavutettavuuden nykytilaa kartoitan selvittämällä tapahtuman tunnettuutta ja yleisön kokemuksia tapahtumasta sekä tutkimalla millaisen yleisön tapahtuman markkinointi on saavuttanut.

Vaikuttavuuden lisäämiseksi tarjoan työvälineitä tapahtuman saavutettavuuden, kiinnostavuuden sekä kokemuksellisuuden lisäämiseksi. Lisäksi tarjoan tietoa ja ehdotuksia lisäresurssien hankkimiseksi tapahtuman vaikuttavuuden lisäämiseen. Saavutettavuuden lisäämiseksi tarjoan tietoa yleisöstä markkinoinnin kohdentamiseksi ja selvitän millaisen yleisön makua teokset vastasivat. Tapahtuman kiinnostavuuden ja kokemuksellisuuden lisäämiseksi annan yleistä tietoa tapahtuman kiinnostavuuteen ja kokemuksellisuuteen vaikuttavista tapahtumatuotannollisista seikoista sekä tarjoan nykytilan kartoituksen avulla työvälineitä seuraavien vuosien tapahtuman teosvalintaan.

Työlläni tutkin, millainen yleisö teoksia kohtaa, ja millainen on teoksista pitävä kohderyhmä? Selvitän myös, millainen yleisö ei pidä teoksista, ja ovatko he kohderyhmää jota monipuolisempi kaupunkitaide voisi tavoittaa? Lisäksi tutkin, millaisia kokemuksia ja merkityksenantoja teokset synnyttivät yleisössä.

Saadakseni tietoa kyseisten teosten synnyttämistä kokemuksista niitä kohtaavilta ihmisiltä hakeuduinkin näiden ihmisten luokse ja kysyin asiaa heiltä. Tutkimukseni aineisto on siis kerätty Turun keskustassa, teosten välittömässä läheisyydessä, jossa saatoinkin tavoittaa teoksia kohtaavia ihmisiä.

3.1. Menetelmät

Valitsin lähestymistavakseni työhöni tapaustutkimuksen. Tapaustutkimus on hyvä lähestymistapa silloin, kun halutaan ajantasaista tietoa ilmiöistä tietyssä ympäristössä, luonnollisissa tilanteissa (Ojasalo & Moilanen & Ritalahti 2014, 52). Työni mukailee tapaustutkimuksen tavanomaista etenemistä Ojasalon ym. (2014) mukaan. Ensin selvitetään kehittämistehtävä tai ongelma, jonka jälkeen tutustutaan aiheeseen laajasti perehtymällä teoreettiseen aineistoon. Tämän jälkeen toteutetaan aineiston keruu ja analysoidaan se. Lopuksi esitetään kehittämisehdotukset. (Ojasalo ym. 2014, 54.)

Lehikoinen ym. (2017) kertoo, että taiteen vaikutuksia on tutkittu pääosin kyselylomakkeilla, jolloin saatu tulos on suppea suhteessa ihmisten taidekokemuksiin. Yksilölliset kokemukset tulisivat esiin laadullisessa tutkimuksessa, mutta sitä on tehty varsin vähän sen tulosten ollessa vaikeita mitata. (Lehikoinen ym. 2017, 11.) Liimakka (2012) lisää, että kokemuksia tutkittaessa kysymysten olisi hyvä olla mahdollisimman avoimia (Liimakka 2012, 104). Toteutin tutkimusaineiston keruun kyselyllä yhdistäen kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen lähestymistavan. Vaikka avoimen kysymyksen lisääminen kyselylomakkeeseen ei automaattisesti tarkoita kvalitatiivista tutkimusta, se kuitenkin riippuu vastausten analysointitavasta (Vilka 2015, 106). Lisäksi havainnoin teosten kohtaamista, mutta tätä en tehnyt systemaattisesti tai aineistoa keräten, ja siksi havaintoni tulevat tutkimusaineiston sijasta ilmi ripoteltuina asiayhteyksissään.

Kysely on resurssitehokas tapa kerätä tietoa, joka on helppo saada tilastoitavaan muotoon (Ojasalo ym. 2014, 121; Vilka 2015, 70, 94). Tein kyselyn asianmukaisesti ja anonymiksi. Kvantitatiivisella menetelmällä saadaan pinnallista, mutta luotettavaa

tietoa, ja kvalitatiivisella menetelmällä syvällistä, mutta huonosti yleistettävää tietoa (Ojasalo ym. 2014, 121.) Useamman menetelmän käyttäminen yhdessä saa tulokset täydentämään toisiaan (Hirsijärvi & Remes & Sajavaara 2007, 132). Kvantitatiivinen tutkimus on tyypillinen menetelmä silloin, kun halutaan kerätä laaja tutkimusaineisto isolta joukolta ihmisiä (Ojasalo ym. 2014, 104, 121). Kvalitatiivista tutkimusta käytän täydentämään tutkimuksen tuloksia, jotta vastaajat saavat määrittää merkityksiä omin sanoin. Lisäksi aineistotriangulaation avulla kvalitatiivinen tieto täydentää kvantitatiivisen tiedon merkitysten ymmärtämistä. (Vilka 2015, 66–70.)

Kvalitatiivisen aineiston analysointiin käytän empiirisanalyttisen tieteenperinteen teoriaa. Subjektivistista kokemusta tutkiessani lähestymistapana käytän hermeneuttista ymmärtävää psykologiaa. Ymmärtävän psykologian tavoite on löytää ihmisten antamat merkitykset sellaisena kuin ne on koettu. (Latomaa 2011, 45; Latomaa 2012, 23.)

3.2. Kyselylomake

Suunnittelin kyselylomakkeen seuraten Heikkilän (2008, 48–63) hyvän tutkimuslomakkeen tunnusmerkistöä ja ohjeistusta. Toteutin kyselyni kyselylomakkeella, jossa kysyin perustiedot, saavutettavuuteen liittyvät kysymykset sekä kokemuksellisuutta mittaavat kysymykset, jotka lajittelin kokemuksiin Olohuone 306.4 km² -tapahtumasta sekä itse teoksesta, sekä viimeiseen avoimeen kysymykseen, jossa vastaaja sai vapaasti kommentoida ajatuksiaan. Perustietojen avulla voidaan etsiä varsinaisten tutkimuskysymysten tulosten selittäviä tekijöitä (Vilka 2015, 105). Ojasalon, Moilasan ja Ritalahden (2014) mukaan kyselyn haittapuolina on, ettei vastaajien motivoituneisuutta kyselyyn, ja perehtyneisyyttä aiheeseen voida taata (Ojasalo ym. 2014, 121). Joten sisällytin perustietoihin kolme taustatietoa selvittävää kysymystä, jotka olivat: (Kysymys 6) ”Oletko ennen osallistunut taidetapahtumaan?”, (Kysymys 7) ”Koetko olevasi jonkin taiteen alan harrastaja?” sekä (Kysymys 9) ”Mikä on kokemuksesi kaupunkitaiteesta Turussa?”. Halusin pitää kysymykset avoimina vastaajan omille tulkinnoille taiteen määrittelystä korostaen vastaajalle sitä, kuinka läheiseksi hän kokee taiteen elämässään.

Kokemuksen merkityksiä kysyin Heikkilän (2008, 54) ohjeen mukaan Osgoodin asteikolla keräämällä kuvauksia kokemuksista. Adjektiivivastapareja määrittelin ja pohdin tarkoin, ja korjailin lopulliseen muotoonsa lomaketta testaavan testiryhmän

palautteen perusteella. Vastaajat saivat merkitä vastauksensa pystyviivalla tyhjälle Osgoodin asteikko-janalle, jottei numeroiden tai viivojen näkeminen ohjaa vastaamista. Vastausten kirjaamiseksi numeeriseen muotoon käytin apuna kalvolle piirrettyä janaa, johon olin piirtänyt poikkiviivoin seitsenasteikkoisen taulukon.

Monimetodisen lähestymistavan avulla (Vilkka 2015, 70) sain tutkimukseeni syvyyttä. Toteutin sen lisäämällä kyselyyn avoimen kysymyksen, jonka tuloksista tutkin yleisön antamia merkityksiä kyseisille aiheille. Kysymyksen aihealuetta rajasin määrittelemällä kysymykseksi: ”Mikä teoksessa miellyttää/ ei miellytä sinua? Mitä teos kertoo sinulle? Mistä se puhuu? Mitä ajatuksia tai tunteita se sinussa herättää?”.

Kyselylomakkeen tein käyttäen apuna Microsoft Word -ohjelmaa, ja tulokset kirjasin Webropoliiin. Webropol ei vastannut odotuksiani tulosten tarkastelemiseksi ja vertailemiseksi, joten latsin Webropolin luomat tiedostot koneelleni, jonka jälkeen suoritin Excelin avulla tulosten tarkastelun, ristiintaulukoimisen sekä kuvioiden luomisen.

Vastaajien pystyviivalla merkittyjen vastauksen tuloksen kirjasin sen mukaan, mistä kohtaa janaa pystyviiva risteää. Rastilla merkityt vastaukset kirjasin sen mukaan, mihin rastin viivojen risteyskohta sijoittuu janalla.

Vastauksia halusin kerätä jokaisesta teoksesta saman määrän. Tavoitteena oli kerätä 100 täytettyä lomaketta. Rajausta osottautui hyväksi.

3.3. Teokset ja teosten valinta

Tapahtumassa oli esillä useampia teoksia. Tutkimukseni kannalta halusin valita teokset, jotka ovat helposti saavutettavissa – lähellä ihmisiä ja avoimesti esillä, jotta saan tutkimukseeni laajan yleisön. Tapahtumassa oli viisi teosta, joiden sopivuutta tutkimukseen selvitin ennen tutkimustulosten keräämistä. Eräs teoksista oli video-installaatio, joka sijaitti Turun ydinkeskustassa. Teos oli vaikeasti löydettävissä, enkä sen rajoitetun saavutettavuuden takia halunnut ottaa sitä mukaan tutkimukseeni.

Myös veistos Dorindo sekä ääni-installaatio Kivapuhe osoittautuivat epäsoviksi tutkimukseeni. Dorindon sijainti oli kovin syrjäinen, eikä sen ympäristössä tuntunut kulkevan tarpeeksi yleisöä. Kivapuhe sen sijaan ei kuulunut tuulisen sään vuoksi. Huonon kuuluvuuden vuoksi teoksen kokeva kohderyhmä valikoituisi suppeammaksi ja tutkimukseen vastanneiden vastaukset menettäisivät luotettavuuttaan.

Tutkimuksen kohteeksi siis valikoitui Torakan päiväkirjat sekä Acts Of Care, jotka olivat erityisen hyviä tutkimuksen kohteita. Torakan päiväkirjat oli Juha Allan Ekholmin yhteisöllinen valokuvataideprojekti Käyrän vankilan arjesta ja vankien muistoista (Olohuone 306.4 km² -tapahtuman markkinointimateriaali 2018). Projektista toteutettiin valokuvanäyttely, jossa vankien ottamat polaroid-kuvat oli ripustettu pieniin puihin. Näiden monien kuvien joukossa oli niin suloisia kissakuvia ja talvisia maisemia kuin ahdistaviakin, lavastettuja kuvia muistoista.



Kuva 1. (vas.) Juha Allan Ekholmin yhteisöllisestä valokuvaprojektista koottu valokuvanäyttely. Kuvat on ripustettu pieniin valopuihin kauppakeskuksen käytävällä.



Kuva 2. (oik.) Näyttely koottiin vankien ottamista Polaroid-kuvista.

Acts of Care oli Milla Martikaisen, Kati Raatikaisen sekä Petra Vehviläisen luoma aurinkovoimalla toimiva suuri valkoinen kuplateltta puiston reunalla. Teltan ideana oli antaa saattohoitoa ihmisille ”väistämättömän muutoksen” edessä, ja sen tarkoitus oli tutkia taiteen tekemistä fossiilisten polttoaineiden jälkeisenä aikana (Olohuone 306.4 km² -tapahtuman markkinointimateriaali 2018). Taiteilijat olivat läsnä teoksen esityksen ajan. Valtavalta tyynyltä näyttävään telttaan pääsi sisälle rauhoittumaan ja rentoutumaan arjen kiireessä. Siellä sai hoivata itseään lepäämällä, musiikkia kuuntelemalla tai rauhoittavalla hoidolla. Telttaan pukeuduttiin lämpimään



Kuva 3. (vas.) Valtavalta tyynyltä näyttävä teltta oli Milla Martikaisen, Kati Raatikaisen ja Petra Vehviläisen osallistava performanssiteos Raatihuoneen torin puistossa.

Kuva 4. (oik.) Teltassa oli tarjolla aktiviteetteja ja siellä sai rentoutua.



talvihaalariin ja siellä juotiin kuohuviiniä tai vettä tuttipullosta. Teltassa sai istuttaa siemeniä laatikoihin ja tuntee eristäytymisen tunteen muusta maailmasta. Joillekin se saattoi olla paikka, jonka avulla eletään hektisessä tai tuhoutuvassa maailmassa.

Molempien teosten sijainti oli hyvä niin tutkimuksen tekemisen näkökulmasta, kuin teoksen esittämisen näkökulmasta. Teokset saivat paljon yllättäviä kohtaamisia kohderyhmältä, joka ei muuten olisi teoksista tai kaupunkitaidetapahtumasta ollut tietoinen. Innostin tutkimukseen mukaan myös yleisöä joka tarkkaili teoksia, muttei lähestynyt niitä. Kerroin kaikille vastaajille samat tiedot teoksista ennen kyselylomakkeen täyttämistä.

3.4. Tutkimusaineiston kerääminen

Torakan päiväkirjat sijaitsi Forumin eli turkulaisen kauppakeskuksen käytävällä. Sen vastaajista monet kertoivat olevansa lounastauolla. Acts of Care oli sijoitettu Turun ydinkeskustaan puistoalueelle bussipysäkin läheisyyteen. Acts of Care oli näytillä rajatusti muutaman tunnin kahtena päivänä.

Kyselykansioni kääntöpuolelle teippasin näkyvästi lapun, jossa kerroin tekeväni opinnäytetyötä. Tämän tarkoituksena oli ”valmistella” ihmisiä kohtaamiseen kanssani, ja ilmoittaa jo hyvän matkan päästä, millä asialla kansioni kanssa olen. Lähes kaikki tavoittelemani ohikulkijat osallistuivat kyselyyn.

Haastattelijan kysyessä itse haastateltavalta lomakkeen kysymyksiä varmistetaan, että vastaukset on ymmärretty ja merkitty oikein, mutta vaarana on, ettei vastaaja tohdi vastata kysymyksiin rehellisesti ja avoimesti (Ojasalo ym 2014, 121). Resurssitehokkuuden takia päätin antaa vastaajien täyttää itse kyselylomakkeet, ja olla tilanteessa vastaajille läsnä tarvittaessa. Lomakkeiden palautuessa minulle tarkistin että jokaiseen kohtaan oli vastattu, ja arkistoin ne.

3.5. Aineiston analyysi ja arviointi

Ennen aineiston analysoimista, määrittelin lomakkeiden täyttäneille vastaajille koodit teoksen ja vastausten järjestyksen mukaan niin, että koodin ensimmäinen merkki kuvaa teosta (A= Act of Care, T= Torakan päiväkirjat), ja seuraavat numerot kuvaavat vastaajan järjestysnumeroa (esim. vastaaja 3 tai vastaaja 12). Kvantitatiivisten tulosten esittämisen lisäksi ristiintaulukoin aineiston ja etsin aineistosta säännönmukaisuuksia tuodakseni esiin kausaalisia syy-seuraussuhteita, joiden avulla saa esiin aineiston

lainalaisuudet (Ojasalo ym. 2014, 67). Induktiivisen aineiston analyysin tein Miles ja Hubermanin (1994) mukaan redusoimalla, klusteroimalla ja abstrahoimalla, jonka jälkeen kvantifioin aineiston saadakseni sen esitettävään muotoon (Tuomi & Sarajärvi 2009, 107–108, 121; Vilkkä 2015, 163). Ryhmittelyyn tein Laineen (2001) mukaisesti etsimällä aineistosta merkityskokonaisuuksia aiheiden ja sisältöjen yhteenkuuluvuuden sekä samanlaisuuden perusteella (Tuomi ym. 2009, 101). Latomaa (2011) kertoo merkityksenantojen olevan kokemuksia, kuten ”[h]avainto- ja tunteet, vaikutelmat, tunteet, mielikuvat, uskomukset, mielipiteet, ajatukset..” (Latomaa 2011, 28.) Tämän tyyppisissä tutkimuksissa on kuitenkin muistettava, että ihmisten kokemukset ja merkityksenannot ovat subjektiivisia, kuten myös aineistosta tekemäni tulkinta (Lehikoinen ym. 2017, 11; Suorsa 2011, 174–175; Liimakka 2012, 103).

Etsin vastaustekstistä tutkimuskysymyksen kannalta merkittäviä merkityksenantoja, jotka voivat löytyä yksittäisestä sanasta tai lauseesta (Latomaa 2011, 41). Esimerkiksi tunteet on löydettävissä tekstistä pelkistettyinä adjektiiveina (rauhallinen), kun taas esimerkiksi kokemuksen laatu tulee ilmi useamman sanan ilmaisusta (Oli mukava käydä -> positiivinen kokemus). Jokaisen vastaajan vastauksen olen jaotellut niin moneen osaan kuin merkityksenantoja löytyi. Jokainen vastauksessa mainittu kokemusta kuvaava sana, tai siinä selkeästi tulkittavissa oleva kokemus, on siis eritelty omaksi merkityksenannokseen. Käsittelin aineistoa mahdollisimman vähän välttääkseni omien subjektiivisten tulkintojeni vaikutuksia tuloksiin (Liimakka 2012, 101). Teosten ollessa erilaiset myös niiden vastaukset olivat kovin erilaisia, ja siksi myös aineistojen analyysin toteutus käytännössä oli teosten kesken erilainen.

Vaikka testasin kyselylomaketta ja mietin tarkoin tavat kysyä kysymyksiä, on tämän tyyppinen kysely aina vaikea tulkita. Ihmiset arvottavat niin sanat kuin merkityksetkin eri tavalla, eikä vastaajien kesken ole yhtenäisiä määritelmiä, jotta vastauksia voisi mitata yhtenäisenä. Ihmisten vastaukset eivät aina vastaa heidän syvää kokemustansa, vaan vastaukset voivat olla kovinkin pinnallisia ja harkitsemattomia. Toisinaan huomasin ihmisten vastaavan Deweyn mainitsemalla tavoin tietyn standardin, käyttäytymiskulttuurein (Dewey 2010, 362), jolloin varsinaisiin kysymyksiin ei perehdytty kovinkaan syvällisesti, vaan vastauksena haluttiin antaa pikemminkin yleinen vastaus koko aiheeseen. Näistä tulosten luotettavuuteen vaikuttavista seikoista huolimatta, olen kirjannut vastaukset kuvioihin vastaajien merkintöjen perusteella.

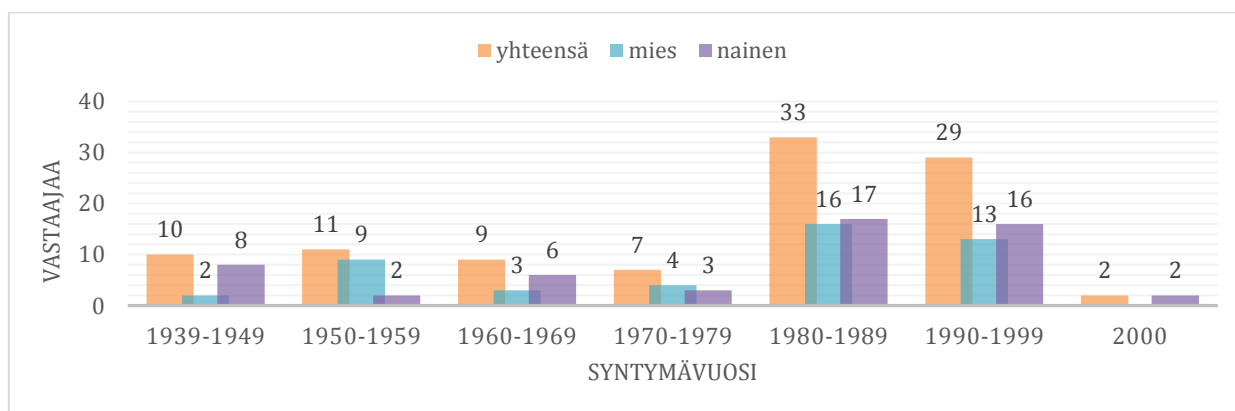
4. TUTKIMUSTULOKSET – YLEISÖN KOKEMUKSIA OLOHUONE 306.4 KM² - TAPAHTUMASTA

Kyselyyn vastasi 101 vastaajaa, joista 50 Torakan päiväkirjan yhteydestä, ja 51 Acts of Caren yhteydestä. Tarkastelen tuloksia niin teoskohtaisesti erillään kuin yhdistettynäkin. Esitän tulokset vastausten mukaan asteikolla 1–7. Numero 1 vastaa adjektiiviparin ensimmäistä väittämää ja numero 7 vastaa toista väittämää. Esimerkiksi adjektiivipari rauhallinen–rauhaton kohdalla, vastausnumero 1 vastaa väittämää rauhallinen ja 7 vastaa väittämää rauhaton. Numerot 2–6 vastaavat vastaajan kokemuksia näiden adjektiivien väliltä.

4.1. Kyselyyn vastanneet

Tässä kappaleessa tarkastelen kyselyyn vastanneiden ryhmää kolmesta eri näkökulmasta. Ensin tarkastelen kokonaisyleisöä eli sitä, millainen yleisö teoksia kohtaa. Sen jälkeen tarkastelen ryhmää, joka piti teoksesta ja ryhmää, joka ei pitänyt teoksesta. Halusin tutkimuksessani selvittää teosten tavoittaman yleisön rakennetta. Yleisön rakenteeseen vaikuttaa kyselyn toteutuksen sijainti ja aika, jolloin vastauksia kerättiin.

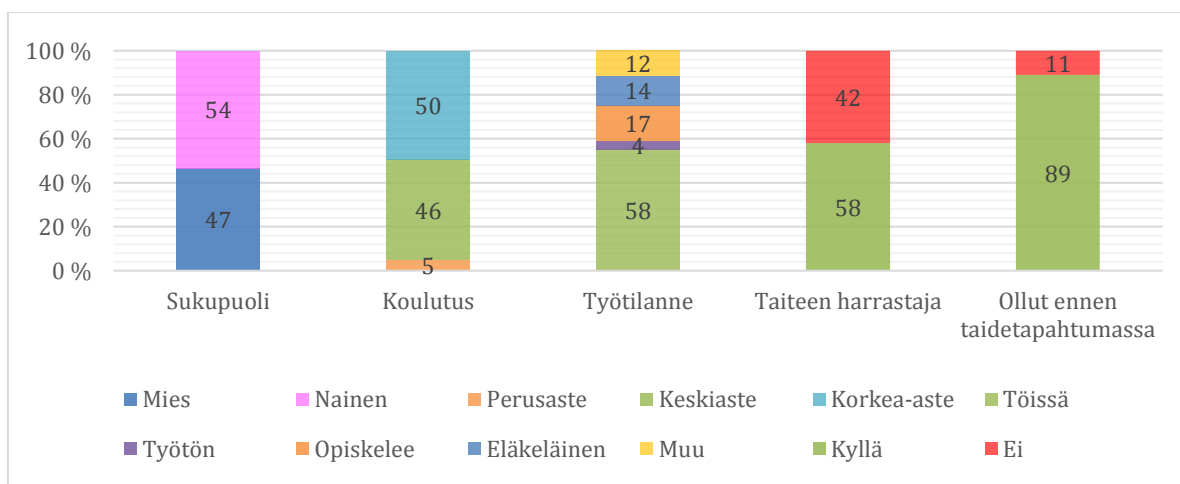
Vastaajista suurin osa oli syntynyt 1980-luvulla (33 %). 61 % vastaajista oli syntynyt vuosien 1980–1999 välillä. (Kuvio 1). Kotilaisen & Kemppaisen tutkimuksessa lähes 10 vuotta sitten suurin vastaajien ikäryhmä oli syntynyt vuosien 1970-1989 välillä (67 %). Myös tuolloin 1980-luvulla syntyneitä oli eniten (43.5 %). Tuloksista on nähtävissä, että edelleen tapahtuman suurin yleisö on iältään noin 20–40 vuotiaita.



Kuvio 1. Kaikkien vastaajien ikäjakauma.

Seuraavassa perustietokuviossa tarkastelen kohderyhmää tarkemmin (Kuvio 2). Olen lajitellut koulutuksen Tilastokeskuksen koulutusastejaottelun mukaan perusasteeseen (peruskoulu, keskikoulu), keskiasteeseen (ammattitutkinto, erikoisammattitutkinto, ylioppilastutkinto) ja korkea-asteeseen (ammattikorkeakoulu-, yliopistotutkinto) (Tilastokeskus 2019), sekä muuhun tutkintoon. Muun tutkinnon vastanneista (4) kolme kertoi tutkinnoistaan, jotka olivat keskikoulu, liikenteenopettajan tutkinto, sekä korkeakoulututkinto. Lisään nämä analyysissäni tutkintoa vastaavaan koulutusastejaotteluun Tilastokeskuksen (2019) ohjeen mukaan. Taide-orientoituisuutta kysyin kyselyssäni kahdella tarkentavalla kysymyksellä: ”Koetko olevasi jonkin taiteen alan harrastaja?”, ja: ”Oletko ennen osallistunut taidetapahtumaan?”. Nämä kysymykset olen kuvioihin lyhentänyt käsittein ”Taideharrastaja” ja ”Ollut ennen taidetapahtumassa”.

Vastaajien sukupuoli jakaantui lähes tasan. Kukaan vastaajista ei valinnut sukupuolta kysyttäessä vastausvaihtoehtoa ”muu”. Koulutustaustaltaan vastaajat jakaantuvat myöskin hyvin tasaisesti. Hieman alle puolet vastaajista oli korkeasti koulutettuja. Huomattavaa on, että yli puolet vastaajista kertoi harrastavansa jotain taiteen alaa, ja lähes kaikki kertovat olleensa ennenkin taidetapahtumassa.

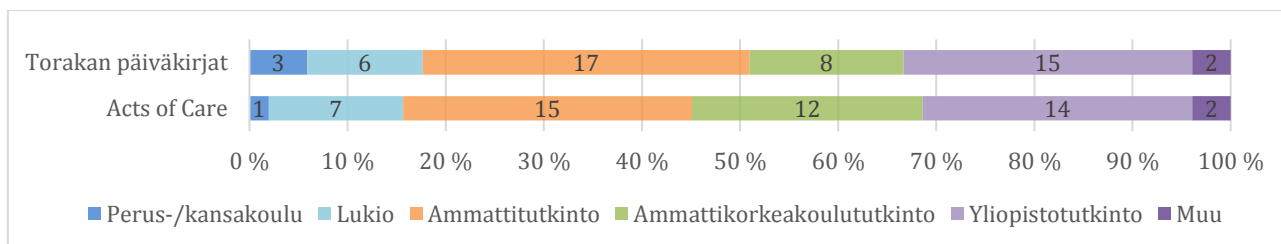


Kuvio 2. Perustiedot kaikista kyselyyn vastanneista.

Kotilaisen & Kemppaisen tuloksiin verrattuna perustietojen tulokset ovat samankaltaiset. Heidän tutkimukseensa vastanneet olivat pääosin naisia (60.9 %) ja ammattikorkeakoulun tai yliopiston käyneitä (56 %). Kotilaisen & Kemppaisen tutkimuksessa kysyttiin samankaltaiset taide-aiheiset taustakysymykset. Heidän

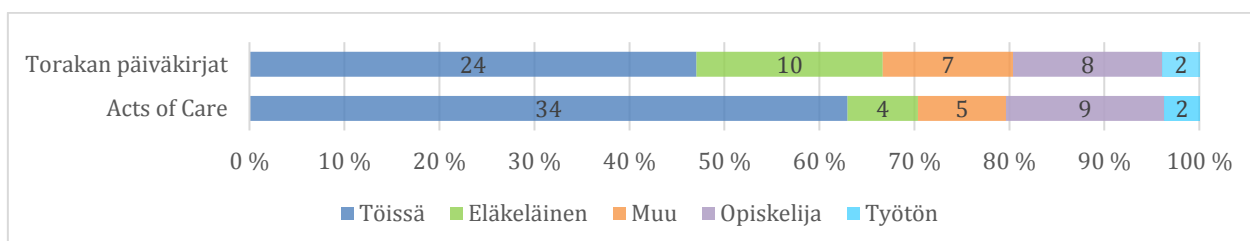
tutkimukseensa vastanneista 63 % harrasti jotain taiteen alaa, ja 76 % kertoi käyvänsä jossain taidetapahtumassa vähintään kerran kuukaudessa.

Sukupuoli jakaantui molempien teosten kohdalla tasaisesti, joskin teokseen Acts of Care vastanneista hieman suurempi osa oli naisia (Torakan päiväkirja, m50/n50, Acts of Care, m43/n57). Myös koulutus jakaantui lähes samoin teoksiin vastanneiden välillä (Kuvio 3).



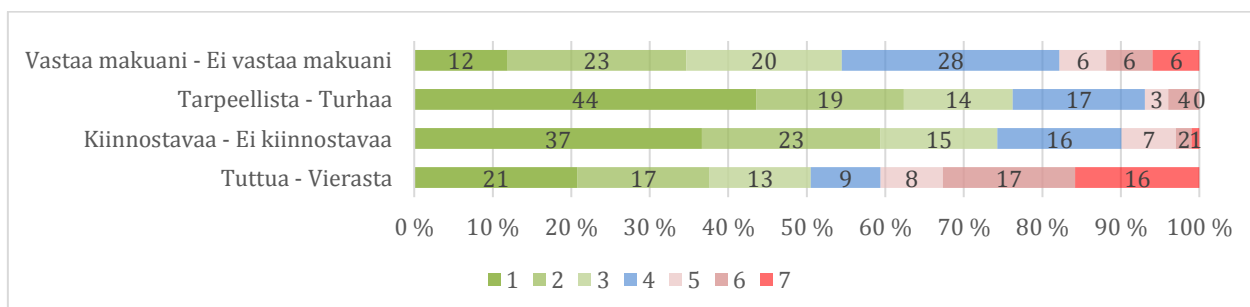
Kuvio 3. Koulutus. Kaikkien vastanneiden tiedot.

Vastaajien työtilannetta tarkastellessa suurin ero on työssäkäyvien ja eläkeläisten suhteen vaihtelussa teosten kesken. Acts of Caren vastaajista 67 %/8 % ja Torakan päiväkirjojen vastaajista 48 %/20 %. (Kuvio 4.)



Kuvio 4. Työtilanne. Kaikki vastaajat.

Vastaajien mielikuvat kaupunkitaiteesta Turussa ovat pääosin myönteiset. Vastaajat kokevat kaupunkitaiteen tarpeelliseksi sekä kiinnostavaksi, mutta jokseenkin vieraaksi. (Kuvio 5.)

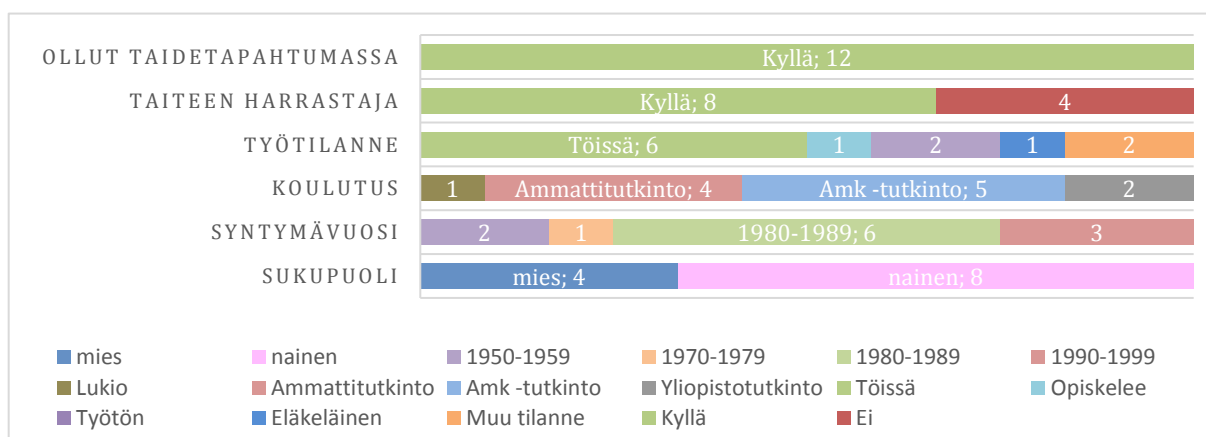


Kuvio 5. Kaikkien vastaajien (101) tulokset kysymyksestä ”Mikä on kokemuksesi kaupunkitaiteesta Turussa?”.

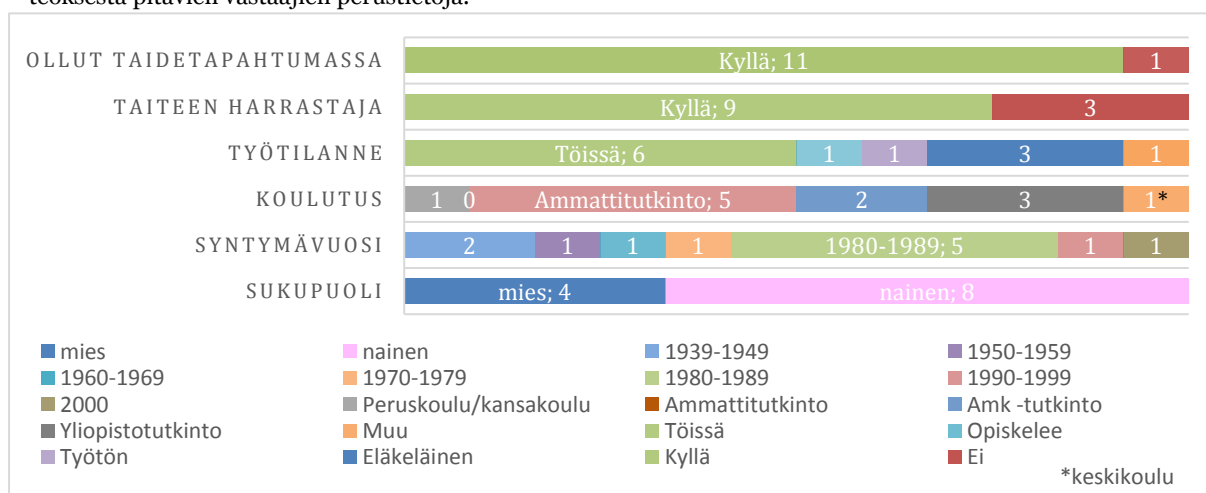
4.1.1. Millainen yleisö piti teoksista?

Seuraavaan kuvioon olen eritellyt teoksista pitävien vastaajien perustiedot. Rajatakseni vastaajat selkeästi teoksista pitäviin, luokittelin tähän ryhmään vastaajat jotka kertoivat teosten vastaavan makuaan arvolla 1 tai 2. Kaikista vastaajista lähes kaikki (Torakan..., n.46/n.50) (Acts..., n.49/n.51) ovat vastanneet niin tapahtuman kuin teoksenkin vastaavan heidän makuaan joko täysin samalla arvolla tai lähes samalla arvolla (+/-2).

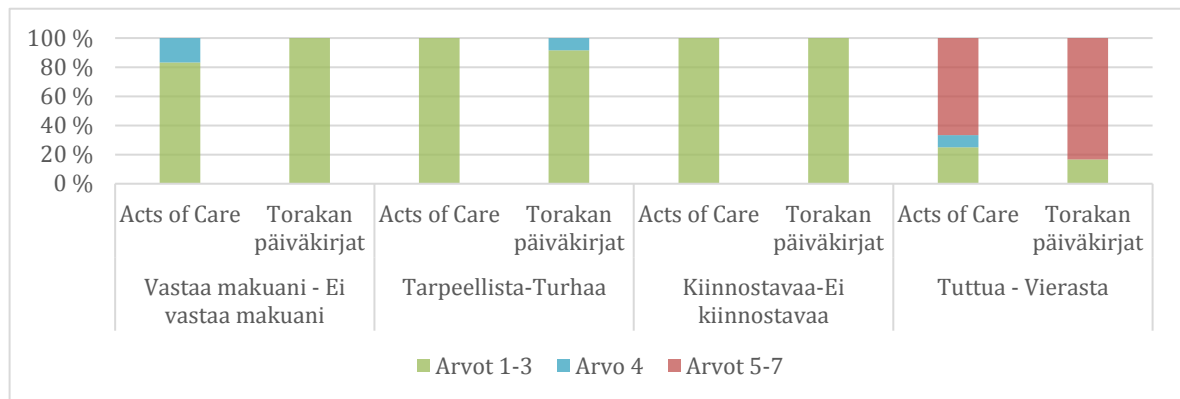
Molemmista teoksista löytyi 12 vastaajaa, joiden makua teos vastasi. Tulokset vastaavat toisiaan suuressa määrin. Teoksista pitävät ovat pääosin työssäkäyviä 80-luvulla syntyneitä naisia, jotka kokevat olevansa taiteen harrastajia, ja ovat osallistuneet ennenkin taidetapahtumaan. Ainut jokseenkin merkittävä ero on koulutuksessa. Teoksesta Acts of Care pitävät ihmiset ovat hieman korkeammin koulutautuneita. (Kuviot 6 ja 7.)



Kuvio 6 (Yllä). Acts of Caren vastaajista 12 kertoi teoksen vastaavan makua arvolla 1 tai 2. Kuviossa kuvataan teoksesta pitävien vastaajien perustietoja.



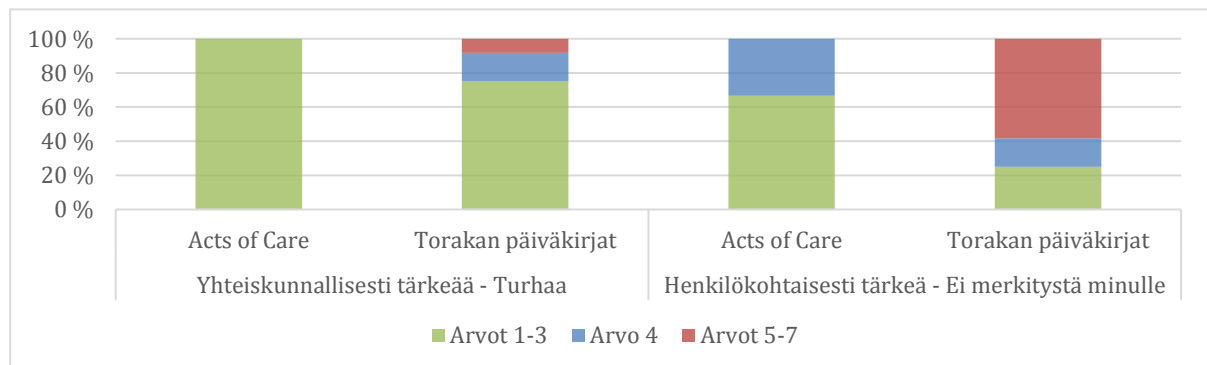
Kuvio 7. Torakan päiväkirjat- teoksesta pitävien perustiedot.



Kuvio 8. Teoksista pitävien vastaajien kokemus turkulaisesta kaupunkitaiteesta vertailtuna asteikolla 1-7. Merkittävä määrä vastaajista kokee turkulaisen kaupunkitaiteen vieraaksi.

Teoksista pitävien ryhmässä valtaosa vastaajista koki turkulaisen kaupunkitaiteen vieraaksi, kun kokonaisotannassa vain 41 % koki turkulaisen kaupunkitaiteen vieraaksi arvoilla 5–7. (Kuvio 8.)

Olohuone 306.4 km² -tapahtumaa käsittelevässä kysymyksessä teoksista pitävien ryhmät olivat vastanneet pääosin samoin. Torakan päiväkirjoista pitävä ryhmä kokee kaupunkitaidetapahtuman merkityksettömämmäksi niin yhteiskunnallisesti kuin henkilökohtaisestikin kuin teoksesta Acts of Care pitävä ryhmä. (Kuvio 9.)



Kuvio 9. Teoksista pitävien (n.12/12) vastaajien kokemus Olohuone 306.4 km² -tapahtumasta.

4.1.2. Millainen yleisö ei pitänyt teoksista?

Seuraavassa kuviossa esittelen yleisön joka ei pitänyt teoksista Acts of Care ja Torakan päiväkirjat. Tässä ryhmässä olevat ovat vastanneet teosten vastaavan makuuan arvolla 6 tai 7.

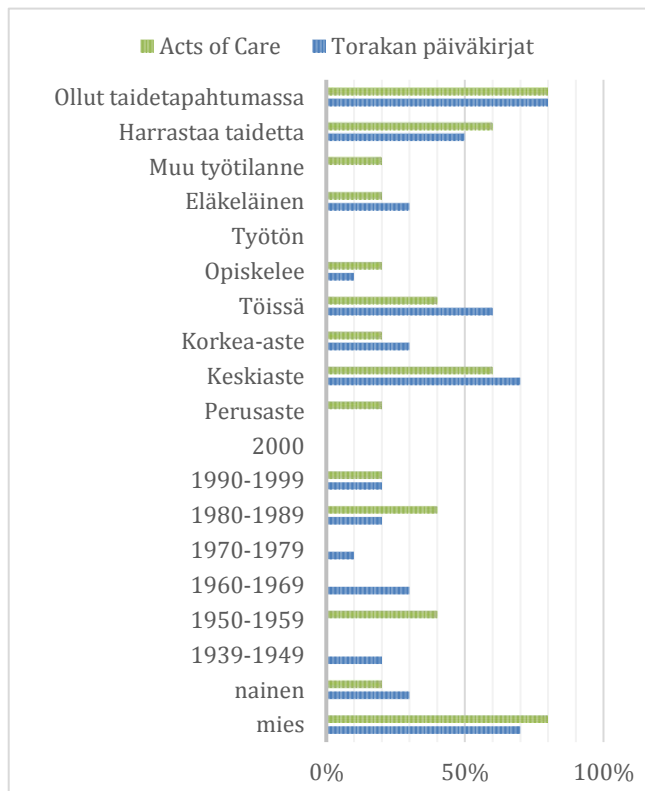
Kymmenen vastaajaa kertoi ettei pidä teoksesta Torakan päiväkirjat, kun teoksen Acts of Care –kohdalla tällaisia vastaajia oli vain viisi. (Kuvio 10.)

Yleisö joka ei pitänyt teoksesta Acts of Care, kertoivat harrastavansa taidetta hieman enemmän (75 %), kuin vastaajat jotka eivät pitäneet teoksesta Torakan päiväkirjat (50 %). Vastaajat, jotka eivät pitäneet teoksesta Torakan päiväkirjat, olivat korkeammin kouluttautuneita.

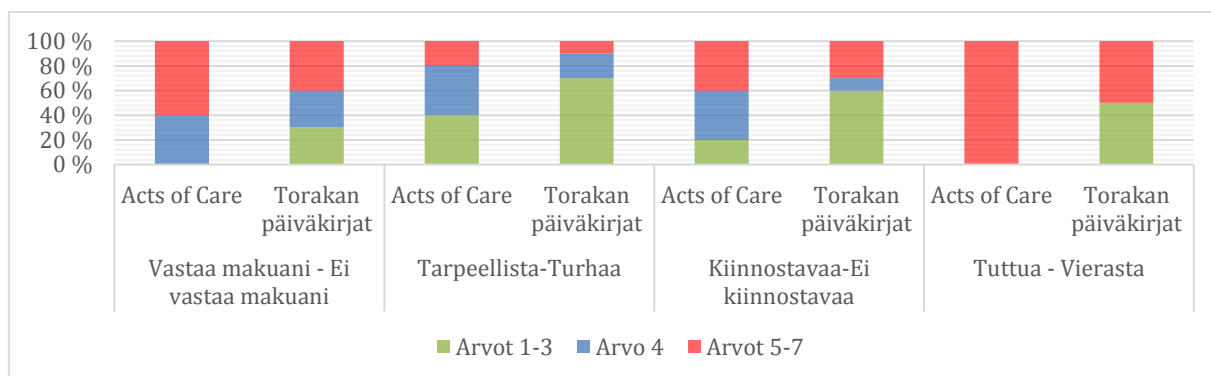
Teoksista ei-pitävät olivat pääosin keskiasteen suorittaneita miehiä, jotka ovat osallistuneet ennenkin taidetapahtumaan. Noin puolet ei-pitävistä kertovat harrastavansa jotain taiteen alaa.

Yleisöstä, joka ei pitänyt teoksesta Torakan päiväkirjat, suurempi osa (60 %) oli työssäkäyviä kuin yleisöstä joka ei pitänyt teoksesta Acts of Care (40 %).

Torakan päiväkirjat -teoksesta ei-pitävät ovat kiinnostuneempia (60 %) turkulaisesta kaupunkitaiteesta ja näki sen tarpeellisemmaksi (70 %), kuin vastaajat, jotka eivät pitäneet teoksesta Acts of Care. Yleisö joka ei pitänyt teoksesta Acts of Care koki turkulaisen kaupunkitaiteen täysin vieraaksi. (Kuvio 11.)



Kuvio 10. Teoksista ei-pitävien perustiedot



Kuvio 11. Teoksista ei-pitävien vastaukset koskien kysymystä kokemuksesta kaupunkitaiteesta Turussa. Vastaajia Torakan päiväkirjat (10) Acts of Care (5).

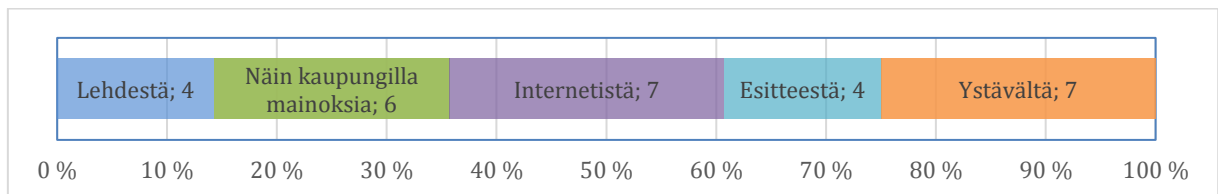
Teoksista ei-pitävien vastauksissa kokemuksesta Olohuone 306.4 km² -tapahtumasta ei ole merkittäviä eroja teosten välillä, eikä suuria eroja ole myöskään suhteessa kokonaisotannon tuloksiin.

4.2. Markkinointi ja tunnettuus

Tapahtuman markkinointi tavoitti 24 % vastaajista. Jopa 76 % kaikista vastaajista kertoi, ettei tiennyt tapahtumasta ennalta. 28 % vastaajista tiesi, että tapahtuman tuottaa Taideyhdistys Olohuone ry.

4.2.1. Markkinoinnin kohdannut yleisö

Vastaajista 24 kertoi kohdanneensa tapahtuman markkinointia. Halusin tutkia hieman tätä kohderyhmää selvittääkseni onko markkinointi tavoittanut myös taiteen ei-perinteistä yleisöä. Markkinoinnin kohdanneiden sukupuoli jakaantui lähes tasan. Tästä ryhmästä 96 % oli osallistunut ennenkin taidetapahtumaan ja 58 % kertoi harrastavansa taidetta. Jopa 79 % tästä ryhmästä tunsi tapahtuman tuottajaksi Olohuone-yhdistyksen. Markkinoinnin kohdanneiden koulutus jakaantui tasan keskiasteen ja korkea-asteen välillä. ”Muualta” vastanneet (n.2) kertoivat olleensa mukana aiempina vuosina tapahtuman järjestämisessä.



Kuvio 12. Markkinoinnin tehokkuus. Kuviossa esitetään minkä markkinointiväylän kautta vastaajat saivat tietää tapahtumasta.

Markkinoinnin kohdanneista 70 % kertoi kokevansa tapahtuman tutuksi arvoilla 1–3. Ryhmä koki turkulaisen kaupunkitaiteen tutuksi, tarpeelliseksi sekä kiinnostavaksi, ja kokemukset teoksesta oli pääosin positiiviset (arvoilla 1–4), vaikkei se aina vastannut makua (Taulukko 1).

Kokemukset turkulaisesta kaupunkitaiteesta	ACTS OF CARE 10 vastausta	TORAKAN PÄIVÄKIRJAT 14 vastausta	YHTEENSÄ 24 vastausta
Tuttua (arvo 1–3)	8/10	9/14	17/24 (71 %)
Kiinnostavaa (arvo 1–3)	8/10	13/14	21/24 (88 %)
Tarpeellista (arvo 1–3)	10/10	12/14	22/24 (92 %)
Vastaa makuani (arvo 1–3)	8/10	6/14	14/24 (58 %)

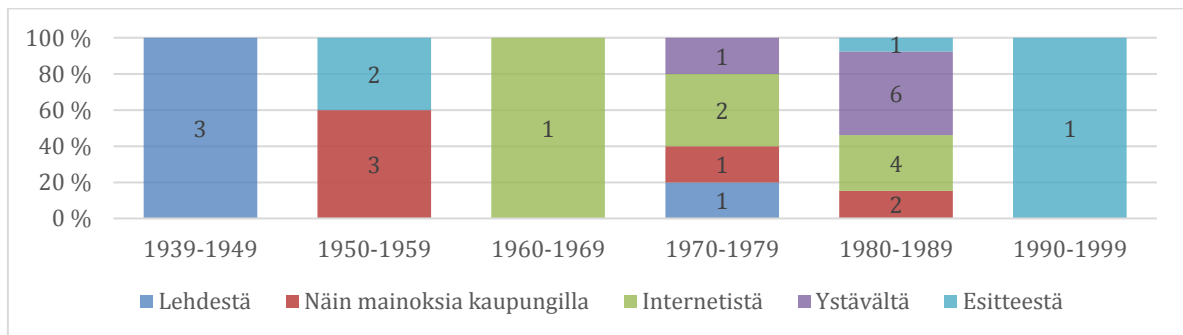
Taulukko 1. Markkinoinnin kohdanneiden vastaajien kokemus turkulaisesta kaupunkitaiteesta.

Taulukossa 14 nähdään, miten tämän vuotisen Olohuone 306.4 km² -tapahtuman teokset, sekä itse tapahtuma vastasivat tapahtuman markkinoinnin tavoittaneiden makua.

Markkinoinnin tavoittaneiden maku	ACTS OF CARE 10 vastausta	TORAKAN PÄIVÄKIRJAT 13 vastausta	YHTEENSÄ 23 vastausta
Teos vastaa makuani (arvo 1–3)	7/10	5/14	12/24 (48 %)
Tapahtuma vastaa makuani (arvo 1–3)	7/10	6/14	13/24 (53 %)

Taulukko 2. Markkinoinnin kohdanneiden vastaajien maku.

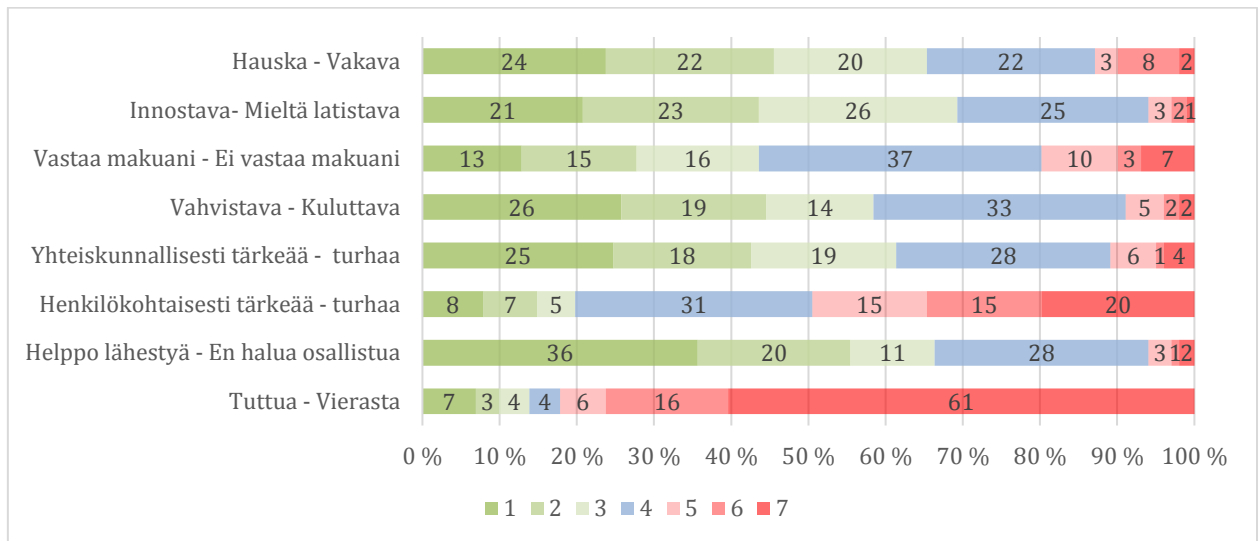
Seuraavassa taulukossa esitän markkinoinnin tehokkuutta ikäryhmittäin (Kuvio 13). Lehtimainonta tavoitti parhaiten 1940-luvulla syntyneet. Suurin osa 1980-luvulla syntyneistä oli saanut tietää tapahtumasta ystävältään. Internetin avulla oli tavoitettu 30 %, ja kaupungilla olevilla mainoksilla ja esitteillä 43 % markkinoinnin tavoittaneista.



Kuvio 13. Markkinoinnin tavoittavuus ikäryhmittäin.

4.3. Kokemukset kaupunkitaidetapahtumasta

Kokemukset Olohuone 306.4 km² -tapahtumasta jakautuivat tasaisesti arvojen 1–4 välillä. Kuitenkin vastaajista 61 % koki tapahtuman täysin vieraaksi, ja arvoilla 5–7 vastanneista 83 % koki tapahtuman vieraaksi. Tapahtuma nähtiin erityisesti helposti lähestyttävänä ja sen yhteiskunnallinen merkitys tunnistettiin. Vaikka tapahtuman henkilökohtaiset vaikutukset näkyvät vahvasti tuloksissa, ei tapahtumaa nähty henkilökohtaisesti erityisen tärkeänä. Vaikkakin käsitys tapahtumasta oli pääosin positiivinen, voi sen vieraus selittää arvon 4 vastausten runsaamman määrän. (Kuvio 14.)



Kuvio 14. Kaikkien vastanneiden (101) tulokset kysymyksestä ”Kokemuksesi Olohuone 306.4 neliökilometriä - tapahtumasta”.

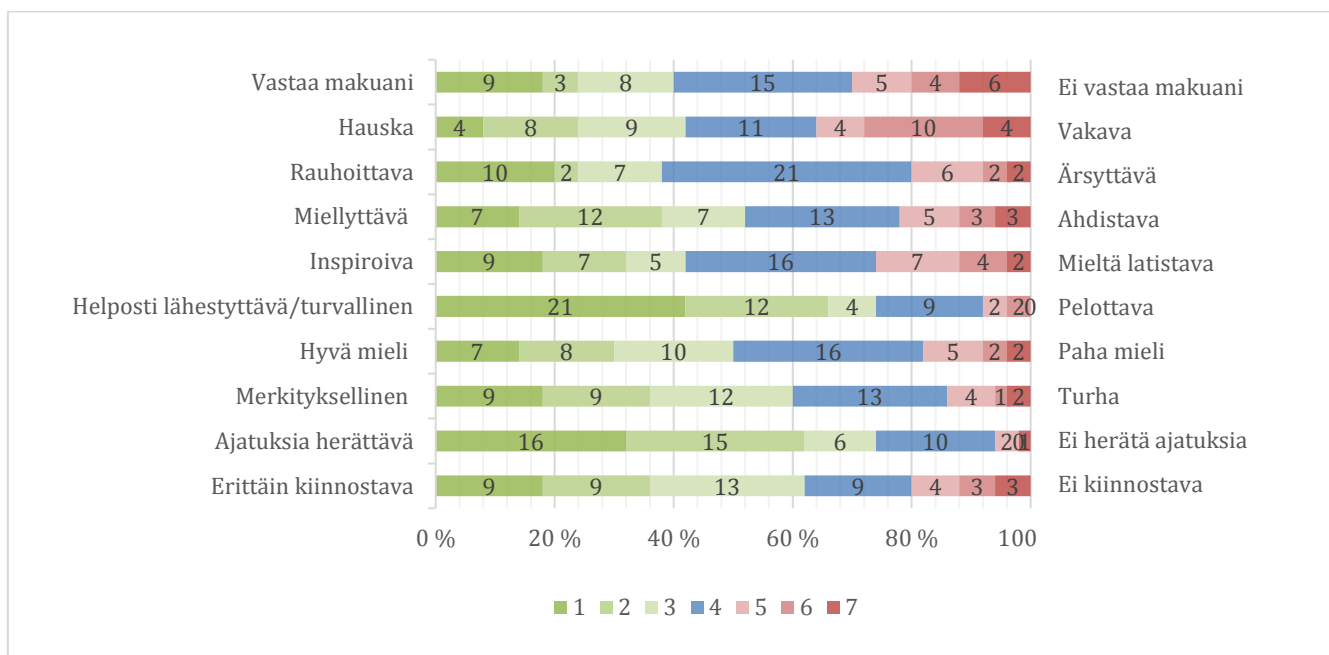
4.4. Kokemukset teoksista

Teosten kokemuksellisuutta tutkivassa kysymyksessä kysyin teosten kohtaamiseen liittyviä mielipiteitä sekä teosten herättämiä tunteita. Teosten synnyttämiä merkityksenantoja ajatellen monet adjektiiviparini ovat haastavat, sillä teos voisi vastata monipuolisuutensa takia molempia vastakkaisia adjektiiveja. Tulosten hahmottamiseksi esitän ne keskiarvoilla. Teoksen kokemuksellisuuden laajuuden selvittämiseksi esitän molempien, positiivisen sekä negatiivisen adjektiivin keskiarvot, jotta kaikki teoksen synnyttämät tunteet tulevat analyysissä esiin. Teoksen synnyttämien kokemusten keskiarvon laskemiseen käytän Kotilaisen & Kemppaisen (2009) opinnäytetyössään käyttämää tekniikkaa, jossa negatiivisten adjektiiviparien kohdalla pistetaulukon arvot käännetään toisinpäin niin, että arvo 7 vastaa arvoa 1, arvo 6 arvoa 2 jne. Eli mitä pienempi luku keskiarvoksi muodostuu asteikolla sitä vahvemmin vastaajien kokemukset vastaavat väittämää. Suurin mahdollinen arvo on 7.

Avointen kysymysten vastaukset kerron kuvioiden avulla määrällisessä muodossa aineistosta löytyneiden merkityksenantojen mukaan sekä esittelen esimerkkejä vastaajien kommentteista kirjallisena.

4.4.1. Kokemukset teoksesta Torakan päiväkirjat

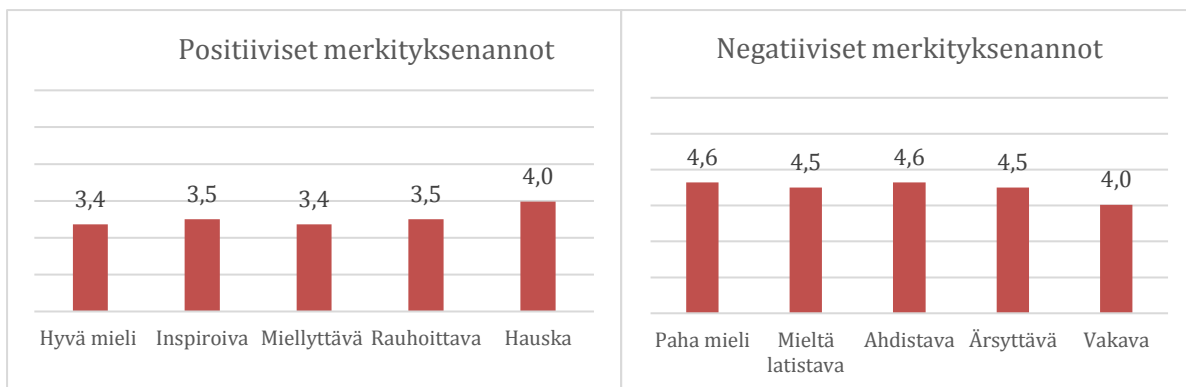
Kokemukset teoksesta Torakan päiväkirjat olivat pääosin positiivisten merkitysten puolella. Kuitenkin sen vakava- ja ahdistavakin luonne näkyy vastauksista. Lähes kaikkien kysymysten kohdalla eniten vastauksia kuitenkin annettiin arvolla 4. (Kuvio 15.)



Kuvio 15. Kokemukset teoksesta Torakan päiväkirjat. 50 vastaajaa. Vastaukset arvoilla 1–7 kuvaavat seitsemän asteista Osgoodin asteikkoa.

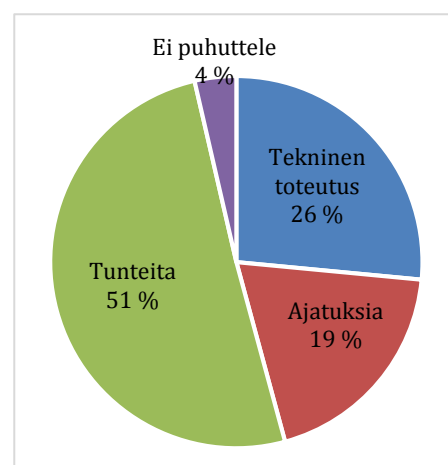
Teos oli valtaosan mielestä kiinnostava keskiarvolla 3.22. Suurin osa vastaajista vastasi kysymykseen arvolla 3. Teos nähtiin varsin ajatuksia herättäväksi, jopa 32 % vastasi teoksen herättävän ajatuksia arvolla 1, ja keskiarvoksi muodostui 2.42. Suurin osa vastasi teoksen olevan merkityksellinen arvolla 4, keskiarvoksi muodostui 3.1. Vastaukset siihen, miten teos vastasi omaa makua, olivat hajanaisimmat. Keskiarvoksi muodostui 3.51. Teos oli helposti lähestyttävä keskiarvolla 2.3.

Teos synnytti paljon tunteita, pääosin kuitenkin positiivisia. Seuraavaan kuvioon olen kuvannut teoksen synnyttämät tunteet. Positiivisina tunteina ”hyvä mieli” sekä ”miellyttävä” saivat eniten väittämää kuvaavat keskiarvot. (Kuvio 16.)



Kuvio 16. Torakan päiväkirjat -teoksen synnyttämät kokemukset keskiarvoina asteikolla 1–7.

Torakan päiväkirjojen avoimen kysymyksen 33:sta kommentista erottui 84 merkityksenantoa (Kuvio 17). Teoksen vastauksista ilmeni puhuttelevia ajatuksia, tunteita sekä erinäisiä ajatuksia teoksen teknisestä toteutuksesta, kuten havaintoja ja mielipiteitä sen ulkonäöstä. Tunteiden ilmaisuja vastauksista löytyi 41 ja ajatuksia 17. Neljä vastaajaa kertoi, ettei teos puhutellut heitä lainkaan. Teknistä toteutusta kommentoi yhteensä 22 vastaajaa.



Kuvio 17. Torakan päiväkirjat -teoksesta syntyneet kokemukset ryhmiteltyinä.

Torakan päiväkirjan teknisen toteutuksen luokat ovat aiheen ja toteutuksen valinta, kehitysehdotukset, sekä esillepano. Kommentin edellä vastaajan koodi, josta ensimmäinen merkki vastaa teosta Torakan päiväkirjat, ja numero vastaajan järjestysnumeroa.

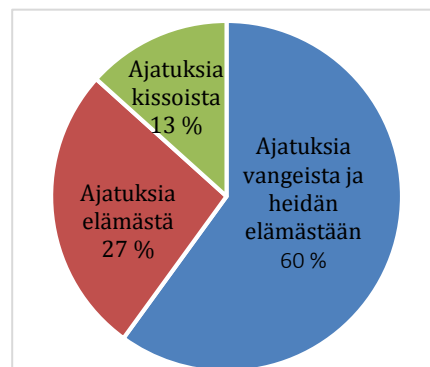
T9. ”Hauskat valot...”

T15. ”...Tulee heti mieleen että voisi toteuttaa isommassa mittakaavassa isommilla polaroidkuvilla.”

T25. ”Toteutus mielenkiintoinen. Aihe vangit ei niin kolahda.”

T17. ”Miellyttää että vangit itse tehneet...”

Teos puhutteli vastaajia erinäisillä ajatuksilla. Ajatukset luokittelin kolmeen ryhmään, jotka ovat, ”ajatuksia vangeista ja heidän elämästään”, ”ajatuksia elämästä”, sekä yllättävänä ryhmänä esiintynyt ”ajatuksia kissoista” (Kuvio 18).



Kuvio 18. Teoksen Torakan päiväkirjat synnyttämät ajatukset

Seuraavassa esittelen esimerkkejä vastauksista, joissa esiintyi ajatuksia. Vastausten edellä näkyy vastaajan koodi.

T1. ”Elinpiiri on kovin suppea. Tappavan rutiininomainen. ’Miten saat päivät kulumaan.’”

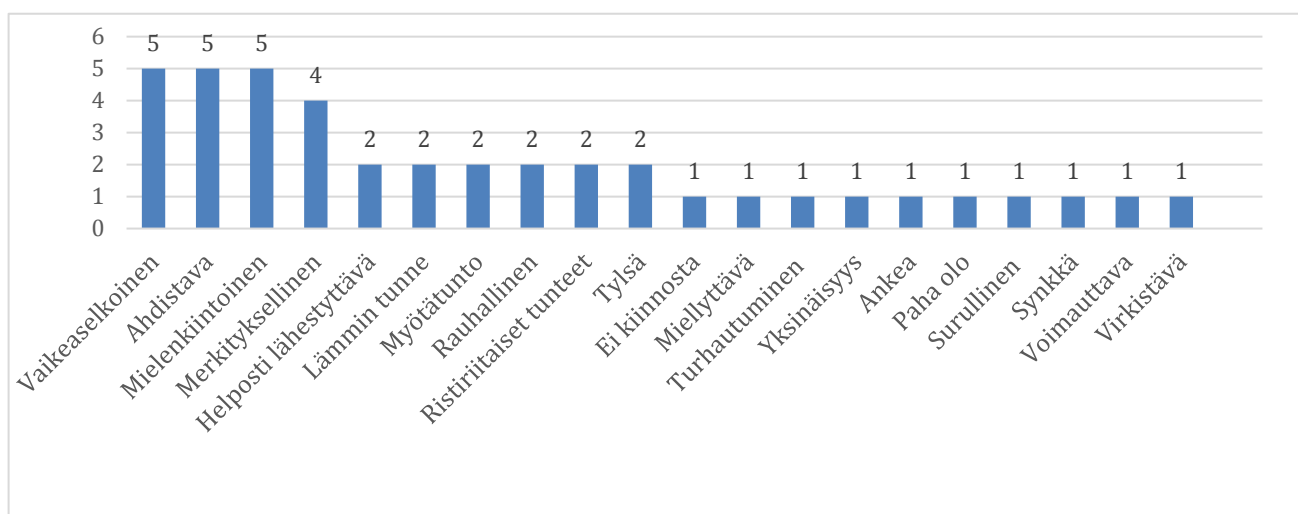
T19. ”Se mielestäni kuvastaa hyvin elämän raadollisuutta. Ensimmäisenä kuvista tuli mieleen että mitä kuvien henkilöt ovat tehneet että ovat joutuneet vankilaan.”

T20. ”Se kertoi minulle tavallisista hetkistä ihmiselemästä.”

T11. ”... ihmisen ja uskonnon liitto, toisaalta ihmisen hetken..”

T10. ”...jopa kissakuvien kohdalla pelotti mitä seuraavaksi, kiusataanko kissaa. Oli muuten kaunis kissa.”

Tunteita kuvaavista merkityksenannoista löytyi niin positiivisia-, negatiivisia-, kuin ristiriitaisiakin merkityksenantoja. Teos koettiin mielenkiintoiseksi, ahdistavaksi, merkitykselliseksi, sekä vaikeaselkoiseksi. (Kuvio 19.)



Kuvio 19. Torakan päiväkirjat -teoksen synnyttämät tunteet (n.42).

Vaikeaselkoisuus ilmeni yllättävän vahvana merkityksenantona. Jopa 80 % näistä vastaajista oli korkea-asteen tutkinnon suorittaneita. Seuraavassa vastaajien T26 ja T16 esimerkkejä vastauksista, joissa teos ilmeni vaikeaselkoisena:

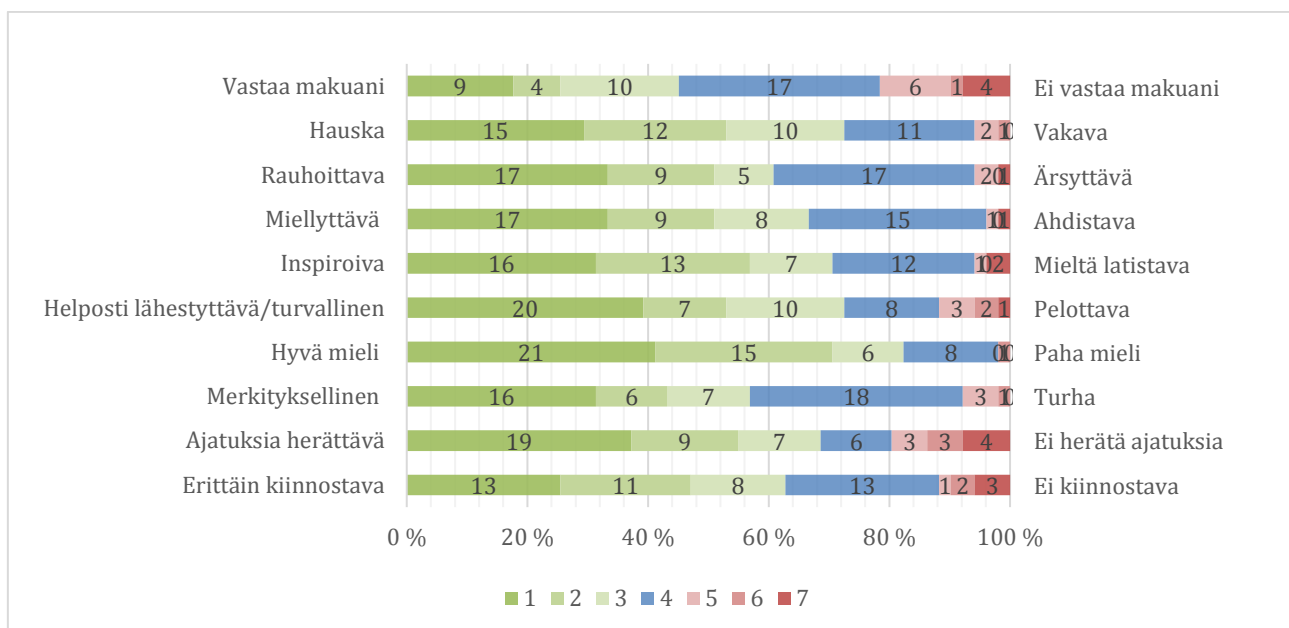
T26: ”..paljon samanlaisia ja aika abstrakteja kuvia. Jäi ehkä hieman jotenkin sekavaksi. Mikä tässä oli tarkoitus /ajatus taustalla?”

T16: ”...aihe vaikea hahmottaa, ei saa kokonaiskuvaa valokuvista.”

”Vaikeaselkoinen” sekä ”yllätyksellinen” olivat merkityksenantoja, jotka tulivat avoimen kysymyksen vastauksissa voimakkaimmin esille kyselyssä esitettyjen merkityksenantojen lisäksi. Tunteita kuvaavat merkityksenannot olivat jopa päinvastaisia. Ainoastaan ”merkityksellinen” oli merkityksenanto, joka näkyi vahvasti molemmissa tuloksissa.

4.4.2. Kokemukset teoksesta Acts of Care

Acts of Caren kohdalla myöskin kokemukset olivat pääosin positiivisia. Lähes kaikkiin kysymyksiin vastattiin eniten arvolla 1. (Kuvio 20.)

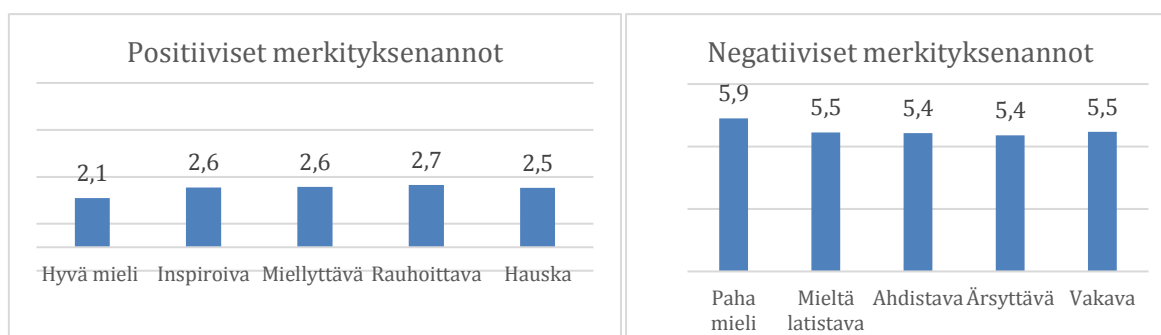


Kuvio 20. Kokemukset teoksesta Acts of Care. 51 vastaajaa.

Teos oli vastaajien mukaan kiinnostava ja vastasi väittämää keskiarvolla 2.92. Suurin osa vastaajista koki sen olevan ajatuksia herättävä, ja keskiarvoksi muodostui 2.8. Merkityksellisyyttä kysyvään kysymykseen oli vastattu eniten arvolla 4, ja negatiiviselle puolelle eksyi vain kolme vastausta. Merkityksellisyyden keskiarvoksi

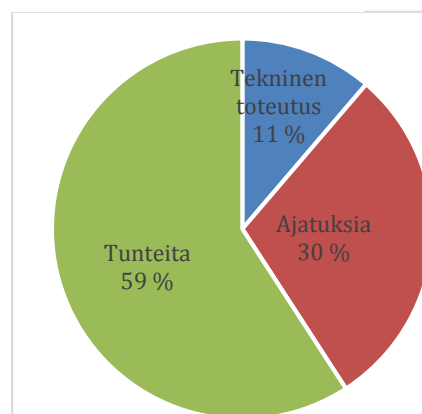
tuli 2.78. Suurin osa vastasi teoksen vastaavan makuaan arvolla 4, ja keskiarvoksi tuli 3.51. Vastaajat kokivat teoksen helposti lähestyttäväksi arvolla 2.55.

Acts of Care:n kohdalla positiivisten tunteiden keskiarvot vastasivat väittämää vahvemmin ja negatiiviset vieläkin huonommin. Positiivisena kokemuksena ”hyvä mieli” sai pienimmän arvon, ja vastasi väittämää parhaiten. Ero muiden väittämien arvoihin ei kuitenkaan ollut suuri. Negatiivisista tunteista ”ärsyttävä” ja ”ahdistava” saivat pienimmät arvot. (Kuvio 21.)



Kuvio 21. Acts of Care -teoksen synnyttämät kokemukset keskiarvoina asteikolla 1–7.

Acts of Care sai avoimista kysymyksistä 31 kommenttia, joista muodostui 71 merkityksenantoa. Ajatuksia näistä oli jopa 35. Teknisen toteutuksen, tunteiden ja ajatusten lisäksi esiin nousi vahvoja teemoja, kuten luonto, tila kaupunkiympäristössä ja kuolema. Teos synnytti mielikuvia vastaanottokeskuksesta, tyynystä ja scifi-tv-sarjasta. Teoksen aiheena ollut ilmastonmuutos puhutteli paljon ja johdatti syvällisempiinkin ajatuksiin elämästä, minuudesta ja sen suhteesta ympäristöön ja muihin ihmisiin.



Kuvio 22. Teoksen Acts of Care synnyttämät kokemukset ryhmiteltyinä.

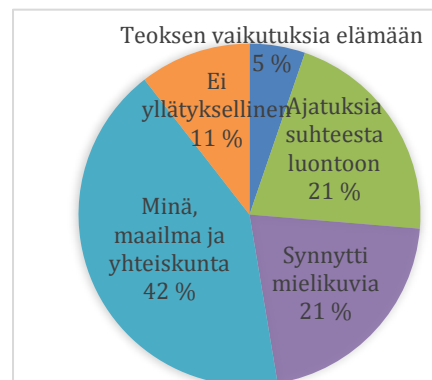
Acts of Care:n teknisen toteutuksen luokat ovat: ajatuksia teoksen ulkonäöstä, sekä ajatuksia taiteilijoista ja aiheen valinnasta. Seuraavana vastaajien esimerkkejä vastauksista, joissa on käsitelty teknistä toteutusta:

A4. ”Minua miellyttää taiteilijoiden rohkeus tehdä uusia erilaisia juttuja.”

A22. ”...Pressumaisuus ei niin miellytä...”

A14. ”...Jotain erilaista ja taiteilijaa inspiroivaa tehty...”

Teos synnytti monipuolisesti erilaisia ajatuksia. Niin syvälliset kuin pinnallisemmatkin ajatukset kuvasivat teoksen vaikuttavuutta. Osa vastaajista kuvasivat teoksen vaikutuksia myös itseensä ja tulevaisuuteensa.



Kuvio 23. Teoksen Acts of Care synnyttämät ajatukset teemoittain.

Seuraavassa esittelen esimerkkejä vastaajien ajatuksista teoksesta Acts of Care:

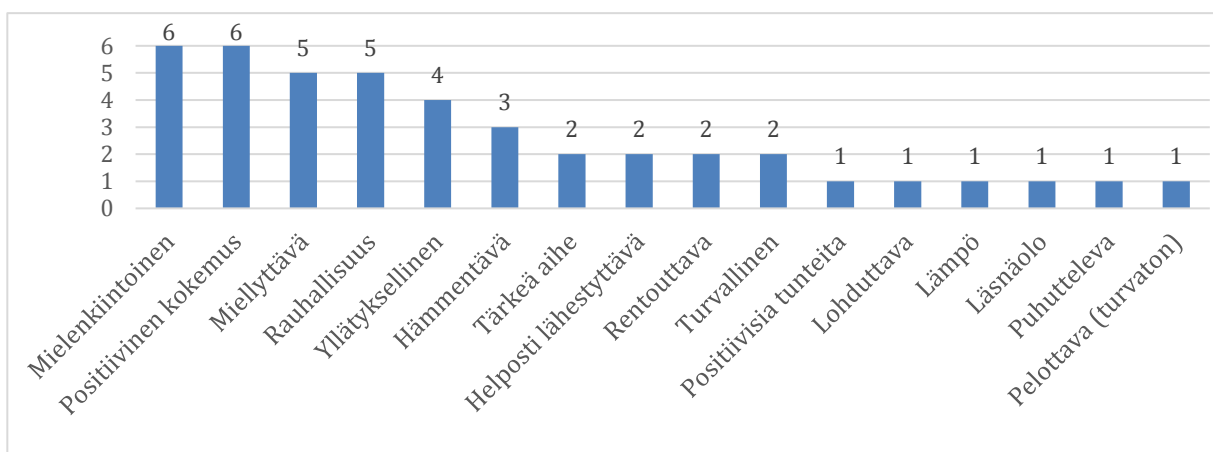
A18. ”Pienyyden kokemus mahdollisten universumien loppujen keskellä. Ihana turtuneisuus, rauhoittuminen, ajatuksia tyhjentävä. Kertoo, että it's gonna be fine.”

A17. ”Teoksessa oli miellyttävä rauhoittava ilmapiiri, luulen teoksen teemojen olleen rauhoittuminen, matkustus, meditaatio ja kuolema.”

A3. ”Miellyttävä rauhantunne, on muutakin kuin minä. Ykseydestä. Tämän pitäisi kaikkien kokea.”

A13. ”Teoksen aihepiiri on itseäni lähellä ja erittäin ajankohtainen, sekä tarpeellinen. Osuin paikalle sattumalta, ja osallistuin teoksesta ennalta enempää tietämättä - erittäin positiivinen kokemus, katkaisi hienosti iltapäivän ja loi kokonaan oman tilan/tunnelman.”

A28. ”Pistää miettimään kuinka isosta mullistuksesta ilmastonmuutoksessa on kyse. Rauhallisuus oli todella hyvä.”



Kuvio 24. Teoksen Acts of Care synnyttämät tunteet.

Acts of Care synnytti yleisössään paljon tunteita (Kuvio 24). 31:sta vastauksesta tuli esiin jopa 42 tunteen ilmaisu. Yleisö koki teoksen mielenkiintoiseksi, miellyttäväksi, rauhalliseksi sekä yllätykselliseksi. Teos koettiin positiivisena kokemuksena.

Teoksesta Acts of Care annetut merkityksenannot mukailivat jossain määrin kyselyn tuloksia. Teos oli niin kyselyn kuin avoimen kysymyksen tulosten perusteella ajatuksia herättävä, mielenkiintoinen, miellyttävä sekä rauhallinen.

4.5. Yhteenveto tuloksista

Teokset kohdannut yleisö vastaa laajaa kohderyhmää. Tapahtuma tavoitti eniten 20–40 -vuotiaita työssäkäyviä, joista puolet oli korkeasti koulutettuja. Tulokset vastaavat pääosin Kotilaisen & Kemppaisen (2009) keräämiä tuloksia. Hieman yli puolet vastaajista kertoi harrastavansa taidetta ja lähes kaikki kertoivat osallistuneensa ennenkin taidetapahtumaan. Vastaajissa oli miehiä ja naisia lähes yhtä paljon. Turkulainen kaupunkitaide nähdään kiinnostavana ja tarpeellisena, mutta jokseenkin vieraana.

Teoksesta pitävien taustatiedot vastasivat suurelta osin kaikkien vastanneiden taustatietojen rakennetta. Naiset erottuivat teoksista pitävistä hieman miehiä paremmin. Acts of Care vastasi korkeammin koulutettujen makua, kun taas Torakan päiväkirjat alemman koulutuksen käyneiden makua. Turkulainen kaupunkitaide nähtiin tässä kohderyhmässä lähes kaikkien mielestä makua vastaavana, kiinnostavana ja tarpeellisena, mutta huomattavasti vieraampana kuin kokonaisotannassa. Torakan päiväkirjat -teoksesta pitävät kokivat tapahtuman henkilökohtaisesti jopa turhaksi, kun Acts of Caresta pitävät näkivät sillä olevan myös henkilökohtaista merkitystä.

Markkinointi tavoitti yleisöä heikosti. Sen tavoittama kohderyhmä oli hajanaista, eikä selkeitä yhtenäisyyksiä ollut havaittavissa. Tämän ryhmän kokemukset turkulaisesta kaupunkitaiteesta olivat yhtenäiset. Se nähtiin kiinnostavana ja tarpeellisena, mutta myös tutumpana kuin kokonaisotannassa. Tämä ryhmä tunsu niin tapahtuman kuin yhdistyksenkin sen tuottajana. Vain puolet tästä ryhmästä piti teoksista.

Yleisö koki molemmat teokset kiinnostaviksi, helposti lähestyttäväksi sekä ajatuksia herättäväksi. Acts of Care nähtiin merkityksellisenä, ja synnytti yleisössään rauhallisuuden tunnetta ja hyvää mieltä. Teos puhutteli yleisöään syvällisillä ajatuksilla yhteiskunnasta, tulevaisuudesta ja elämästä. Torakan päiväkirjat oli vaikeaselkoinen ja synnytti yleisössään ahdistaviakin tunteita. Se koettiin kuitenkin miellyttäväksi, ja toi yleisölleen hyvän mielen.

5. JOHTOPÄÄTÖKSET JA TOIMENPIDE-EHDOTUKSET OLOHUONE 306.4 KM² -TAPAHTUMALLE

Olohuone 306.4 km² -tapahtuman tavoittama yleisö oli tasaisesti jakaantuva ja laaja. Kaupunkitaide nähdään yleisesti kiinnostavana ja tarpeellisena, mutta se koetaan vieraaksi. Teoksista pitävien suhtautuminen kaupunkitaiteeseen on positiivinen, mutta lähes kaikki tästä ryhmästä kokivat turkulaisen kaupunkitaiteen vieraaksi. Yleisö joka ei pitänyt teoksista, kuului myös taiteen perinteiseen yleisöön, ja heidän kokemuksensa kaupunkitaiteesta vaihtelivat teosten kesken. Tuloksista voi päätellä, että tapahtuma saavutti kohderyhmän, jota turkulainen kaupunkitaide ei ole saavuttanut ja joka ei kuulu taiteen perinteiseen yleisöön.

Markkinoinnin kohdanneen yleisön voidaan ajatella pääosin kuuluvan kaupunkitaiteen perinteiseen yleisöön, ja yhdistyksen aktiivisiksi asiakkaiksi. Kaupungille ripustetut julisteet ovat tehokkain keino tavoittaa laajaa yleisöä vakituisten some-seuraaajien lisäksi. Positiivisena seikkana voidaan nähdä se, että tapahtumasta on kerrottu myös ystäville.

Teokset vastasivat eri yleisön makua. Realistista aihetta valokuvien esittävästä Torakan päiväkirjoista piti matalammin kouluttautunut yleisö, kun tulevaisuuden yhteiskunnallisia asioita mielikuvituksellisesti käsittelevä performanssi Acts of Care vastasi korkeammin kouluttautuneiden makua. Torakan päiväkirjat teoksen vastauksista erottuvat vahvat teemat olivat kiinnostava aihe, osallistava menetelmä, sekä tekninen toteutus. Sen synnyttämistä tunteista esiin nousi ahdistus, vaikeaselkoisuus sekä myötätunto. Teoksen Acts of Care teemoiksi nousivat yhteiskunnallinen tärkeä aihe, kokemuksen merkitys, taiteilijoiden luovuus ja visuaalinen toteutus. Vahvoina tunteina erottui rauhallisuus sekä lämpö. Tulokset mukailevat Purhosen (2014) päätelmiä siitä, että matalamman koulutuksen suorittaneet pitävät yksinkertaisemmasta ja realistisemmasta taiteesta, ja korkeamman koulutuksen suorittaneet abstraktimmasta taiteesta (Purhonen 2014, 104).

Teosten vaikuttavuutta korostaa avoimen kysymysten vastausten määrä ja merkityksenantojen runsaus. Teokset synnyttivät yleisössään paljon tunteita sekä yhteiskunnallisia ja henkilökohtaisia ajatuksia. Voidaan päätellä, että tapahtuman teokset synnyttävät yleisössään tunteita ja ajatuksia joilla on niin lyhyt- kuin

pitkäaikaisiakin vaikutuksia. Olohuone 306.4 km² -tapahtuma nähtiin yhteiskunnallisesti merkittävänä, hauskana, innostavana, helposti lähestyttävänä ja vieraana. Tapahtumalle on siis yleisö, vaikkei markkinointi ole sitä saavuttanut.

Vaikka toimintaa tuotetaan ensisijaisesti taiteen asialla, on toiminnan kehittämiseksi pidettävä mielessä myös rahoittajia kiinnostavat kulttuuripoliittiset tavoitteet. Vaikka jo nyt tapahtuma täyttää monet tämän hetken kulttuuripoliittiset tavoitteet, voisi toiminnan kehittämistä pohtia niin, että vaikutusten vaikuttavuus olisi vieläkin merkittävämpää. Näin tapahtuman arvo nousee myös rahoittajien silmissä.

5.1. Tapahtuman organisointi ja kehittäminen

Merkittävänä haasteena Olohuone 306.4 km² -tapahtumalla on vaihtuva tapahtuman tuottaja. Haasteeseen voidaan varautua ja sen riskit minimoida huolellisella dokumentoinnilla. Selkeiden tavoitteiden asettaminen ylläpitää tapahtuman laatua ja kehitystä. (Rosewall 2014, 108–109, 46–59.) Tapahtuman suunnittelu ja seuranta on yhdistyksen tehtävä. Yhdistyksen on ohjattava ja opastettava tuottaja kehittämään tapahtumaa vuorollaan. Dokumenttien ja raporttien avulla saadaan uudelle tuottajalle tietoa ja kehitysideoita tuotantoonsa, ja näin mahdollistetaan tapahtuman kehittyminen haasteesta huolimatta. (Kinnunen 2014, 24–27.)

Suosittelen että tapahtumalle laaditaan raporttipohja, jonka avulla tuottajat pystyvät raportoimaan tapahtumasta yhdenmukaisesti. Raporttiin merkittäisiin asiat tavoitteiden ja kriteerien mukaisesti, ja näin myös raportteja vertaillen pystytään arvioimaan tapahtuman kehitystä, huomaamaan sopivat ja onnistuneet ideat joista kannattaa pitää kiinni, ja osa-alueet joita pitäisi vielä kehittää.

Toiminnan vaikutusten laajuuden ja tärkeyden osoittaminen rahoittajille parantaa mahdollisuutta heidän osallistumiseensa toiminnan kehittämiseksi (Kauhanen ym. 2002, 48). Suosittelisin pohtimaan tapahtumalle sopivia tapoja tapahtuman vaikuttavuuden tilastoinniseksi. Keinoja tiedon keräämiseksi ovat esimerkiksi kävijämäärän laskeminen sekä palautteen aktiivinen kerääminen.

5.2. Markkinointiviestinnän avulla lisää yleisöä ja tunnettuutta

Kuten aiemmin työssäni selvitin, yksi tapahtuman onnistumisen edellytys on onnistunut markkinointi. Vaikka yhdistys on pieni voittoa tavoittelematon yhdistys, jonka avustukset markkinointiin ovat pienet, on tapahtuma siitä huolimatta

markkinoitava niin, että kohderyhmä saa tietää tapahtumasta. (Kauhanen ym. 2002, 113; Rosewall 2014, 218–222.)

Olohuone 306.4 km² -tapahtuman tunnettuus ilmeni tutkimuksessani heikoksi. Tapahtuman tunnettuutta voi kasvattaa tehostamalla markkinointiviestintää. Markkinointi on saatava houkuttelevaksi, ja se on saatava potentiaalisen kohdeyleisön saavutettaviin. Markkinoinnilla on oltava tavoite – onko tavoitteena markkinoida vain tapahtuman vanhoille asiakkaille, vai tavoittaa myös uusia asiakkaita? Markkinointia suunniteltaessa on tunnettava kohdeyleisö, ja ymmärrettävä sen toiminta sekä kiinnostuksen kohteet. On käytettävä sellaisia markkinointikeinoja, joita kyseinen kohderyhmä näkee, järjestettävä tapahtuma paikassa, joka sopii kohderyhmälle, sellaiseen aikaan, joka sopii kohderyhmälle. Ja tuotettava sisältöä ja oheispalveluja jotka houkuttelevat kohderyhmää. (Rosewall 2014, 201; Kauhanen ym. 2002, 113; Colbert 2001, 80.) Tapahtuman imago on avainasemassa markkinointia tehdessä. (Colbert 2001, 32; Rosewall 2014, 223–224.) Suosittelen pohtimaan tapahtuman imagoa ja sitä miten tapahtuma näyttäytyy yleisölle.

Markkinoinnin kohderyhmän selvittäminen ei ole täysin yksiselitteinen asia. Toki markkinointi suunnataan taideystävälle, mutta on otettava huomioon myös kaupunkitaiteen mahdollisuudet taiteen ei-perinteisimmälle yleisölle. Kuten tutkimukseni tuloksista voi todeta, Olohuone 306.4 km² -tapahtuman yleisö koostui laajasta kohderyhmästä, josta kaikki eivät kokeneet olevansa taiteen perinteistä yleisöä, mutta olivat kiinnostuneita – ja nauttivat tapahtuman taiteesta.

5.3. Tapahtuman saavutettavuus ja kiinnostavuus

Tapahtuman saavutettavuus on oleellinen kehittämisen alue. Saavutettavan markkinoinnin lisäksi on pohdittava itse tapahtuman saavutettavuutta. Teosten esittämispaikka ja -aika on harkittava huolellisesti, sillä ne vaikuttavat teoksen kohtaamaan kohderyhmään (Kauhanen ym. 2002, 37–38. Myös teoksen fyysinen olemus vaikuttaa sen huomaamiseen. Seuraavassa kerron hieman havaintojani Olohuone 306.4 km² -tapahtuman teosten saavutettavuudesta havainnollistaakseni, millaiset seikat vaikuttivat niiden saavutettavuuteen.

Valokuvanäyttely Torakan Päiväkirjat sai selvästi paljon yleisöä lounasaikaan, mutta iltapäivällä ohikulkijoita oli huomattavasti vähemmän. Teos oli selkeällä paikalla, ja

sitä katsomaan tulleet löysivät sen helposti. Myös Acts of Care tavoitti sijainnillaan paljon katseita, mutta moni ihmetteli teltaa eikä ymmärtänyt sen merkitystä, eikä näin osannut lähestyä sitä. Ihmiset kokivat monen teoksen kohdalla, että kadulla ollut ständi jossa teos esiteltiin, ei näkynyt yleisölle. ”Kiva puhe” oli todella vaikea löytää tapahtuman esitteessä olevien ohjeiden avulla, eikä tämä ääni-installaatio kuulunut. Myös pop-up-liiketilassa sijaitsevan ”Sydänten ollessa kaukana, ihmiset huutavat tullakseen kuulluiksi” – kohdalla saavutettavuus oli huonoa, eikä tilassa työskennelleiden vapaaehtoisten työntekijöiden mukaan sitä tullut katsomaan ”kuin pari ihmistä”. Osa tapahtuman teoksista vaati ilmottautumista etukäteen, ja vain pienen ryhmän oli mahdollista päästä katsomaan teosta jolloin saavutettavuus on huomattavasti heikompaa, etenkin jos yleisö ei tiedä koko tapahtumasta.

Saavutettavuutta lisäisi se, että vaikka teoksia olisi ympäri kaupunkia ripotellusti, varsinainen tapahtuma sijoittuisi tiettyyn paikkaan (Kauhanen ym. 2002, 38). Houkutteleva tapahtumapaikka auttaisi yleisöä havaitsemaan tapahtuman ja sitä olisi myös helpompi markkinoida. Tapahtumapaikalla voisi lisätä tapahtuman kiinnostavuutta myös oheispalveluiden muodossa (Silvanto 2016; Kinnunen 2014, 26). Tapahtumapaikka toisi näkyvyyttä ja innostaisi etsimään myös muita kaupungilla olevia teoksia. Tapahtumapaikassa voisi olla lisäksi teltoja yhteistyökumppaneille, esimerkiksi gallerioille tai taiteilijoille. Myös kahvila olisi hyvä lisä tapahtumapaikalla. Halosen (2011) mainitsema ”Kaupunkitilat vallataan uudeksi leikkikentäksi”, on yksi Olohuone 306.4 km² -tapahtuman perusideoista. Tapahtumapaikka voisi vahvistaa sitä näkyvämmäksi esimerkiksi kokoamalla useampia osallistavia teoksia tiettyyn paikkaan ”aikuisten leikkipuistoksi”. Olohuone 306.4 km² -tapahtumassa on otettu huomioon useita Halosen mainitsemista Megatrendeistä, kuten esimerkiksi moniaistisuuden, sekä oman ajan arvostamisen ja hiljentymisen muodoissa. (ks. Halonen 2001.) Megatrendit kannattaa ottaa jatkossakin toiminnassa huomioon ja jalostaa niitä edelleen.

Jos teoksen paikkasidonnaisuus vaati teoksen olemisen juuri tietyssä paikassa, voisi harkita teoksen jättämistä sijainnilleen tapahtuman jälkeenkkin suuremman yleisön saavuttamiseksi. Pysyvien tai pitkäaikaisten teosten saaminen tapahtumaan lisäisi sen vaikuttavuutta merkittävästi. Tapahtuman osallistavien teosten valitseminen tapahtumaan on ollut kannattavaa, ja niiden valitseminen jatkossakin on perusteltua (Kotilainen ym. 2009; Neulaniemi 2009).

Teosten kiinnostavuus on oleellinen tapahtuman houkuttelevuuteen liittyvä seikka. Teokset on valittava kohderyhmää ajatellen. Monipuolisen taiteet tarjoaminen saavuttaa laajan yleisön. Kaupunkilaisten osallistaminen tapahtumaan lisää sen arvoa ja vaikuttavuutta (Rosewall 2014, 255; Honkala ym. 2017; Karttunen 2000, 50; Turku 2018/a). Olohuone 306.4 km² -tapahtuma voisi lisätä osallisuutta esimerkiksi vaikuttamalla pysyvien teosten valintaan. Tapahtumalla voisi olla perinteisen teoshaun lisäksi pysyvien teosten taidehaku, johon turkulaiset saavat osallistua valitsemalla kaupunkiinsa itse yhden taikka kaksi pysyvää teosta.

5.4. Resurssien lisääminen

Olohuone 306.4 km² -tapahtumaa voidaan kehittää monin tavoin, mutta osa kehityskohteista vaatii lisärahoitusta. Kehittyvällä tapahtumalla on potentiaalia lisärahoituksen saamiseksi. Säätiöiden avustukset ovat lisääntyneet kuntien ja Opetusministeriön avustusten rinnalla. (Heiskanen ym. 2002, 79–82) Tapahtumaan voisi hakea lisärahoitusta perustellusti. Yhteistyökumppanit ovat merkittävä resurssi (Kinnunen 2014, 26–27) ja niiden lisääminen on oleellista myös lisärahoituksen saamiseksi. Rahoituksen hakeminen teosten lisäämiseksi on tärkeää tapahtuman kehittämiseksi.

Yhteistyökumppaneiden ja oheispalveluiden lisääminen on ensisijainen keino taloudellisten vaikutusten kasvattamiseksi. Markkinoinnin avuksi voi etsiä tahon, jolla on yhteistyökumppanuuden vaatimat intressit, sekä resursseja tavoittaa markkinoinnilla haluttu kohderyhmä. Paikallisilla toimijoilla voi olla vahvoja verkostoja ja markkinointiväyliä kohderyhmän tavoittamiseksi. Kahvilat ja taiteilijat oheispalvelujen tuottajina voisivat saada näkyvyyttä ja asiakkaita tapahtuman avulla.

Tapahtuman tunnettuuden ja markkinoinnin parantaminen mahdollistaa resurssien lisääntymisen myös useampien vapaaehtoisten työntekijöiden tavoittamisena mukaan toimintaan. Vapaaehtoisten työntekijöiden tavoittaminen on tehtävä suunnitelmallisesti.

5.5. Kehitysehdotukset

Tapahtumalla on mielestäni hienot mahdollisuudet kehittyä näkyväksi ja vaikuttavaksi kaupunkitaidetapahtumaksi. Kehottaisinkin tuotantoväkeä ideoimaan tapahtumaa ilman rajoja, ja rakentamaan mielikuvaa siitä, mitä tapahtuma voisi olla:

Tapahtuma voisi tarjota lisärahoituksen sekä yhteistyökumppaneiden avulla monia erilaisia teoksia ympäri Turkuu. Tapahtuma tunnettaisiin kaupungille sijoitetuista hauskoista ja kantaottavista teoksista, joita turkulaiset saavat itse olla valitsemassa vuosittain. Tapahtumalla olisi yksi yhtenäinen tapahtumapaikka, jossa olisi useita erilaisia teoksia, osallistavia, yllättäviä, viihdyttäviä ja keskustelevia. Tämän aikuisten leikkikentän lomassa olisi taiteilijoiden ja gallerioiden kokuja, ja kahvila johon voi istahtaa taiteen ympäröimänä arjen keskellä. Tapahtuman kohokohtia ovat uuden pysyvän teoksen julkistaminen, keskustelupaneeli teoksista – ja illan taidebileet. Tapahtuman laadukas ja houkutteleva markkinointi näkyy pitkin kaupunkia kutsuen yleisön erilaisten taide-elämysten ja uusien kokemusten pariin.

Tapahtuman vaikuttavuutta voi lisätä tapahtuman oheispalveluiden, osallisuuden, tunnettuuden sekä markkinoinnin kehittämällä tapahtuman kasvattamiseksi. Seuraavassa listaan kehitysehdotukset.

1. Tapahtuman kehityskohteiden ja selkeiden tavoitteiden asettaminen.
2. Tuottajan raporttipohjan luominen ja käyttöönotto toiminnan kehittämisen- ja tuottamisen tueksi.
3. Tavoitteellisen ja näkyvän kohderyhmälle suunnatun markkinointiviestinnän suunnittelu.
4. Vahvasti kokemuksellisten teosten lisääminen (osallistavat teokset, yhteiskunnalliset ja vahvat aiheet).
5. Kaupunkilaisten osallistaminen teosten valintaan.
6. Yhteistyökumppaneiden sekä oheispalveluiden lisääminen.
7. Laajan kohderyhmän huomioonottaminen monipuolisen ja saavutettavan kaupunkitaiteen tuottamiseksi teosvalinnan yhteydessä.

6. LOPPUSANAT

Uuden julkisen taiteen kohderyhmä on laaja, eikä perinteinen kaupunkitaide vastaa kaiken yleisön makua. Olohuone 306.4 km² -tapahtumalla on mahdollisuus tarjota monipuolista taidetta kaiken yleisön saataville.

Vaikka Olohuone 306.4 km² -tapahtuma on kooltaan pieni ja lyhytkestoinen, sen vaikutukset sitä koskevaan ympäristöön ovat vahvat. Tapahtuman vaikutukset kohdentuvat pääosin yleisöön, tuottajaan sekä taiteilijoihin, ja välillisesti yhteisöön,

yhteiskuntaan sekä taiteen asemaan. Sillä on niin pitkäaikaisia kuin hetkellisiäkin vaikutuksia. Tapahtuman yleisö on laaja, ja sen kokemukset kaupunkitaiteesta sekä Olohuone 306.4 km² -tapahtumasta ovat pääosin positiiviset. Olohuone 306.4 km² on avoin ja helposti tavoitettavissa oleva tapahtuma johon on hyvä osallistumisen mahdollisuus, mutta tapahtuman tunnettuus osoittautui tutkimuksessani heikoiksi.

Kyselyn vastauksista nousi vahvoiksi positiivisiksi teemoiksi tärkeä aihe, kokemuksen merkitys sekä teoksen tuomat tunteet. Negatiivisina teemoina esiintyi vaikeaselkoisuus sekä vanhentunut aihe. Teoksista pitävät olivat pääosin taiteen ystäviä, mutta teokset vastasivat myös taiteen ei-perinteisen yleisön makua. Tutkimuksella saatiin arvokasta tietoa tapahtuman yleisöstä ja heidän asenteistaan ja kokemuksistaan kaupunkitaiteesta. Tutkimuksen tarjoamalla tiedoilla pystytään kohdentamaan tapahtuman markkinointi kohderyhmälle, sekä suunnittelemaan teosvalinnat entistä paremmin yleisön makua vastaavaksi.

Olohuone 306.4 km² -tapahtuma tuottaa taidetta arkiympäristöön, ja mahdollistaa sen kohtaamisen myös ei-perinteiselle taiteen yleisölle. Tapahtuman taide tuottaa niin positiivisia kuin negatiivisiakin tunteita ja taidekokemuksia yleisölleen. Yhteisöllisten ja osallistavien teosten avulla se synnyttää syviäkin vaikutuksia yksilöissä. (Lehikoinen ym. 2017, 16.) Olohuone 306.4 km² -tapahtuman taiteen vaikutukset yksilöön ovat merkittävät. Tapahtuman synnyttämät kokemukset lähentävät ihmisten suhdetta taiteeseen ja kaupunkitaiteeseen, ja herättävät ajatuksia sekä keskustelua taiteesta, yhteiskunnallisista asioista, sekä omista käsityksistä ja tunteista. (Jansson 2014; Silvanto 2016, 16.) Yksilöön kohdistuvia vaikutuksia voi kasvattaa osallistavien teosten lisäämisellä, taiteen monipuolisella tuottamisella, yleisön osallistamisella toiminnan suunnitteluun, sekä yleisön kasvattamisella ja vapaaehtoisten työntekijöiden lisäämisellä. Taiteen aseman edistämisen vaikuttavuutta lisää ensisijaisesti tapahtuman kasvattaminen. Olohuone 306.4 km² -tapahtuma vaikuttaa talouteen ensisijaisesti työllistäjänä, ja sen taloudelliset vaikutukset voidaan nähdä myös julkisten kustannusten säästöinä kolmannen sektorin kulttuuripalveluiden tuottajana. Sen taloudellisia vaikutuksia voi parantaa merkittävästikin oheispalvelujen tuottamisella sekä tapahtuman kasvattamisella, jolloin myös työllistävä vaikutus kasvaa. Selkeä tapahtumapaikka, sekä vakuuttava markkinointiviestintä ovat tehokkaita keinoja tapahtuman kasvattamiseksi.

Esitellessäni työni tilaajalle, olin positiivisesti yllätynyt innostuksesta jota se yhdistyksen edustajissa herätti. Vaikka kehitysehdotuksia oli paljon, kaikki niistä herättivät keskustelua, ja ideointi niiden toteuttamiseksi käynnistyi heti tapaamisellamme. Yhdistyksen edustajat pitivät kehitysehdotuksiani ja tuloksiani kiinnostavina ja tärkeinä. Edustajat totesivat, että osa kehitysehdotuksistani on helppo toteuttaa, ja niiden vaikuttavuus toimintaan on merkittävä. Vaikeammin toteutettavat ehdotukset sen sijaan otettiin ilolla ja innostuksella vastaan, mutta niiden toteuttamiseksi tarvitaan myös tapahtuman tuottajan panostusta. Näkyvyyttä yhdistys aikoi lisätä jo tämän vuoden tapahtumaan. Myös ehdottamani raporttipohja aiottiin ottaa käyttöön pikimmiten tuottajan avuksi ja toteuttaa tapahtuman kehittämiskohteiden määrittely. Oheispalvelut, yleisön osallistaminen, pidempiaikaiset teokset ja tapahtumapaikka olivat vahvoja aiheita keskustelussamme.

Tutkimukseni tulokset vastasivat pääosin odotuksiani, mutta yllätyksenä koin sen, että tapahtuma tosiaan saavutti kaksi eri yleisöä kahdella teoksella. Kiinnostukseni kaupunkitaiteen yleisön asenteiden ja maun tutkimiseen lisääntyi. Haluaisin tutkia, millaisista teoksista koostuisi tapahtuma, joka tavoittaisi vielä suuremman yleisön?

Tutkimuskysymykseni osoittautuivat melko hyviksi, vaikkakin teoksen kokemuksellisuutta kysyvissä kysymyksissä olisi pitänyt ottaa huomioon positiivisten- ja negatiivisten merkityksenantojen mahdollinen päällekkäisyys teoksen kokemuksissa. Suuremmalla aineistolla olisin pystynyt tarkastelemaan yleisöstä esiin tulevia kohderyhmiä tarkemmin ja luotettavammin. Olisin mielelläni käsitellyt työssäni markkinointia sekä ei-osallistujia enemmän, mutta tässä työlle asetettu rajaus työn pituudesta tuli esteeksi. Kaiken kaikkiaan olen tyytyväinen työhöni, ja uskon sen pystyvän vastaamaan moniin kaupunkitaiteeseen- ja sen tuottamiseen liittyviin kysymyksiin, ja toimivan työkaluna pienien tapahtumien kehittämisessä.

Toivon, että tutkimukseni on apuna niin tapahtuman kehittämisessä kuin tahojen vakuuttamisessa siitä, että toiminnalla on suuri arvo, joka voisi olla paljon suurempikin tapahtuman kehittyessä. Onkin tärkeää muistaa, miksi tapahtumaa tehdään, ja miettiä miten sen hyödyt voidaan saada vaikuttamaan mahdollisimman moneen tahoon ja asiakkaaseen. Tapahtumassa on paljon potentiaalia, ja onkin sen tuotanto-organisaation sekä rahoittajien käsissä, kuinka paljon siihen panostetaan, ja kuinka paljon iloa ja merkityksiä sillä voidaan antaa.

LÄHTEET

- Amberla, Kai 2011. Hilpeästä harrastuksesta taiteen tehotuotannoksi. Teoksessa Juha Iso-Aho & Joni Kinnunen 2011. Tapahtumatuotannon palapeli – Näkökulmia merkityksiin, muutoksiin ja kehittämiseen. Humanistinen Ammattikorkeakoulu. 70-75. Viitattu 28.8.2018. Verkko: ISBN 978-952-465-122-8. <https://www.humak.fi/julkaisut/tapahtumatuotannon-palapeli/>
- Bazalgette, Peter (Sir) 2014. Esipuhe teoksessa Andrew Mowlah & Vivien Niblett & Jonathon Blackburn & Marie Harris. The Value of Arts and Culture to People and Society. Toinen painos. Arts Council England. 4-5. Viitattu 17.7.2018. ISBN: 978-0-7287-1540-0. <https://www.artscouncil.org.uk/publication/value-arts-and-culture-people-and-society>
- Colbert, Francois 2001. Marketing Culture and Arts (Second edition). Montreal: Chair in Arts Management.
- Dewey, John 2010. Taide kokemuksena. Suom. Antti Immonen & Jarkko S. Tuusvuori. Tampere: Eurooppalaisen filosofian seura.
- Halonen, Katri 2011. Kulttuuri katalysoi - Megatrendien tähtäminen kulttuurituotannon kenttään. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Tuottaja 2020 – Osaraportti. Viitattu 10.7.2018. ISBN 978-952-5797-34-3. http://tuottaja2020.metropolia.fi/fileadmin/user_upload/2_Kulttuuri_katalysoi_Halonen_WEB.pdf
- Heikkilä, Tarja 2008. Tilastollinen tutkimus (7. uudistettu painos). Helsinki: Edita Prima.
- Herranen, Kaisa 2016. Artikkelit. Teoksessa Satu Silvanto (toim.) Festivaalien Suomi. Cuporen julkaisuja 29. Helsinki: Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämisyhdistys. 158-164.
- Hirsijärvi, Sirkka & Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2007. Tutki ja kirjoita (13. osin uudistettu painos). Helsinki: Tammi.
- Honkala, Niina & Laitinen, Liisa 2017. Näkökulmia taiteen ja kulttuurin tutkituista vaikutuksista. Julkaistu 21.11.2017. Artikkelit. Sitra. Viitattu 21.8.2018. <https://www.sitra.fi/artikkelit/nakokulmia-taiteen-ja-kulttuurin-vaikutuksiin/>
- Iso-Aho, Juha & Kinnunen, Joni 2011. Tapahtumatuotannon palapeli – Näkökulmia merkityksiin, muutoksiin ja kehittämiseen. Verkko: ISBN 978-952-465-122-8. Humanistinen Ammattikorkeakoulu. 76-80. Viitattu 12.8.2018. <https://www.humak.fi/julkaisut/tapahtumatuotannon-palapeli/>
- Jakonen, Olli 2016. Kulttuuri puntarissa – Kulttuuripoliittikan vaikutusten ja vaikuttavuuden arviointi Cuporessa. Cuporen työpapereita 2. ISBN: 978-952-7200-15-5. Viitattu 28.8.2018. <https://www.cupore.fi/fi/julkaisut/tyopaperit/kulttuuri-puntar>
- Jansson, Satu-Mari 2014. Mittaamattoman arvokasta – Taiteen ja kulttuurin vaikutustutkimuksia ja -metodologioita. Taideyliopiston julkaisuja. Viitattu 24.9.2018. ISBN 978-952-6670-42-3. https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/135814/Kokos_2_2014.pdf?sequence=1

Kaitavuori, Kaija 2017. The Paradigm of Contemporary Art – A Review. Kulttuuripolitiikan Tutkimuksen Vuosikirja. 204-206. Viitattu 13.9.2018. <https://doi.org/10.17409/kpt.64192>

Kauhanen, Juhani & Juurakko, Arto & Kauhanen, Ville 2002. Yleisötahtuman suunnittelu ja toteutus. Helsinki: WSOY.

Karttunen, Sari 2000. Julkisen taiteen monet käytöt. Artikkelit Tilastokeskuksen hyvinvointikatsauksesta 3/2000. Tilastokeskus. 46-51. Viitattu 22.8.2018. https://www.stat.fi/tup/hyvinvointikatsaus/hyv_003.html

Kempainen, Paula & Kotilainen, Riina 2009. Kuka on jättänyt tuolin? Kaupunkilaisten kokemukset kaupunkitaiteen perustelijana. Opinnäytetyö. Kulttuurituotanto. Humanistinen ammattikorkeakoulu.

Kiasma 2018. Nykyaiteen sanasto. Viitattu 18.7.2018. <https://kiasma.fi/kokoelmat/nykyaiteen-sanasto/>

Kinnunen, Joni 2011. Tunne tapahtumasi - työväliteitä arviointiin ja kehittämiseen. Teoksessa Juha Iso-Aho & Joni Kinnunen 2011. Tapahtumatuotannon palapeli – Näkökulmia merkityksiin, muutoksiin ja kehittämiseen. Humanistinen Ammattikorkeakoulu. 23-57. Viitattu 12.8.2018. Verkko: ISBN 978-952-465-122-8. <https://www.humak.fi/julkaisut/tapahtumatuotannon-palapeli/>

Kotkavuori, Jussi 2002. Kokemuksen ehdot ja hahmot. Teoksessa Haaparanta, Leila & Oesch, Erna (toim.) Kokemus. Tampere: Tampereen yliopisto. 15-57.

Kulttuuria kaikille 2018. Mitä on saavutettavuus? Viitattu 18.7.2018. http://www.kulttuuriakaikille.fi/saavutettavuus_mita_on_saavutettavuus

Laitinen, Liisa 2017. Vaikuttavaa – Taiteen hyvinvointivaikutusten tarkastelua. Turun ammattikorkeakoulun julkaisu. ISBN 978-952-485-826-7. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus. Viitattu 23.8.2018. <http://julkaisumyynti.turkuamk.fi/PublishedService?file=page&pageID=9&groupID=269&action=viewPromotion&itemcode=9789522166159>

Lehikoinen, Kai & Vanhanen, Elise. 2017. Taide ja hyvinvointi – katsauksia kansainväliseen tutkimukseen. Taideyliopiston julkaisuja. Arts Equal. Viitattu 23.8.2018. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-7218-16-7>

Lampinen, Meiju 2011. Ehdotus kaupunkitaiteen reaktioyhtälöksi - Kaupunkitaiteen määrittelyä historian ja nykyhetken kautta. Opinnäytetyö. Esittävä taide. Metropolia Ammattikorkeakoulu.

Latomaa, Timo 2011. Psykologia rekunstriktiivisena tieteenä. Teoksessa Juha Perttula & Timo Latomaa (toim.). Kokemuksen tutkimus, merkitys – tulkinta – ymmärtäminen (4. painos). Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus. 17-89.

Latomaa, Timo 2012. Ymmärtävä psykologia – subjektiivisen kokemuksen ja toiminnan subjektiivisen mielekkyyden tutkimusta. Teoksessa Teemu Suorsa (toim.). Kokemuksen tutkimus 3 – teoria, käytäntö, tutkija. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus. 15-48.

Liimakka, Satu 2012. Kokemus, kieli ja kokemuksen mieli – metodologisia pohdintoja. Teoksessa Teemu Suorsa (toim.) Kokemuksen tutkimus 3 – teoria, käytäntö, tutkija. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus. 101-117.

- Linko, Maaria 1998. Aitojen elämysten kaipuu. Saarijärvi: Gummerus.
- Miles, Malcolm, 1997. Art, space and the city - Public art and urban futures. London: Routledge. Viitattu 1.4. 2019. <https://epdf.tips/download/art-space-and-the-city.html>
- Moisio, Saara 2016. Ymmärrystä yleisöistä sekä taiteen ja kulttuurin vaikuttavuudesta: kokemus yleisötutkimuksen kohteeksi. Kulttuuripolitiikan Tutkimuksen Vuosikirja. 155-161. Viitattu 1.4.2019. <https://doi.org/10.17409/kpt.60110>
- Naukkarinen, Ossi 2003. Ympäristön taide. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.
- Neulaniemi, Miika 2010. Mielikuvia ja kokemuksia Turun kaupunkitiloista Olohuone 306,4km² kaupunkitaidetapahtumassa Ympäristöestetiikan ja humanistisen maantieteen tulkintoja turkulaisista kaupunkitiloista uuden julkisen taiteen kontekstissa. Pro Gradu. Taidekasvatus. Kulttuuripolitiikan maisteriohjelma. Jyväskylän Yliopisto.
- Nyysönen, Timo & Kymäläinen, Päivi & Ridell, Seija (toim.) 2009. Julkisen tilan poetiikkaa ja politiikkaa, Tieteidenvälisiä otteita vallasta kaupunki-, media- ja virtuaalituloissa. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2015. Kehittämistyön menetelmät (3.-4. painos). Helsinki: Sanoma Pro.
- Opetusministeriö 2006, Taiteen ja kulttuurin saavutettavuus. Opetusministeriön toimenpideohjelma 2006-2010. Opetusministeriön julkaisuja. ISBN 952-485-099-0. <http://urn.fi/URN:ISBN:952-485-099-0>
- Opetus- ja kulttuuriministeriö 2015. Toiminta- ja taloussuunnitelma 2016-2019. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2015:2. ISBN 978-952-263-329-3. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-263-329-3>
- Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016. Taide- ja kulttuurifestivaalit – vahvistuva kulttuurinen voimavara; Esitys toimintaohjelmaksi vuosille 2017–2025. ISBN 978-952-263-437-5 <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-263-437-5>
- Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017. Opetus- ja kulttuuriministeriön kulttuuripolitiikan strategia 2025. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2017:20. ISBN 978-952-263-467-2 <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-263-467-2>
- Purhonen, Semi (toim.) Gronow, Jukka & Heikkilä, Riie & Kahma, Nina & Rahkonen, Reijo & Toikka, Arho 2014. Suomalainen maku, Kulttuuripääoma, kulutus ja elämäntyylien sosiaalinen eriytyminen. Helsinki: Gaudeamus.
- Rantala, Veikko 2002. Esteettinen kokemus ja metaforat. Teoksessa Haaparanta, Leila & Oesch, Erna (toim.) Kokemus. Tampere: Tampereen yliopisto. 157-167.
- Reinikka, Satu 2001. Kolahtaako Posankka? Eli mitä tarkoitetaan ympäristötaiteella. Teoksessa Turun ympäristötaideprojektin teokset – 14 kohdetta kaupunkikuvassa. Wäinö Aaltosen museon julkaisu nro. 30. 8-12.
- Rosewall, Ellen 2014. Arts Management. New York: Oxford University.
- Saarinen, Timo 2015. Arjen ympäristöihin taidetta ja kulttuuria. Taiteesta ja kulttuurista hyvinvointia – toimintaohjelman loppuraportti. Sosiaali – ja terveysministeriö. Helsinki. Viitattu 10.7.2018. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-00-3578-5>

Saresma, Tuija 2002. Häivähdys kauneutta, Taide suomalaisten arjessa. Helsinki: Kansanvalistusseura.

Sarpola, Jouni 2015. Spectapoliksen patsaat, Avaruuslaivue, Liikavarvas ja muutama muu julkinen veistos vuosituhannan vaihteessa. Väitöskirja. Helsinki : Aalto University.

Sederholm, Helena 2000. Tämäkö taidetta. Helsinki: WSOY.

Silvanto, Satu 2016. Teoksessa Satu Silvanto (toim.) Festivaalien Suomi. Cuporen julkaisuja 29. Helsinki: Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissätiö. 8–18.

Suomen Taiteilijaseura 2016. Kansalaisten käsityksiä taiteesta osana arkiympäristöä ja julkisia tiloja -Tutkimuskooste Turku. TNS. Viitattu 21.8.2018. <https://prosenttiperiaate.fi/tutkimus2016/>

Suorsa, Teemu 2011. Kokemuksen yksilöllisyys, yhteisyys ja yhteiskunnallisuus. Teoksessa Timo Lomaa & Teemu Suorsa. Kokemuksen tutkimus 2. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus. 174-232.

Taidemaalariilitto 2018. Viitattu 18.7.2018. <https://www.painters.fi/taiteenhankintamalli/paikkasidonnainen-taide>

Taikusydän 2018. Käsitteet, kulttuurihyvinvointi. Viitattu 23.8.2018. <https://taikusydan.turkuamk.fi/tietopankki/kasitteet/>

Tate 2018. New genre public art. Viitattu 21.8.2018. <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/n/new-genre-public-art>

Tieteen termipankki 2018. Estetiikka:ympäristötaide. Viitattu 18.7.2018. <http://www.tieteentermipankki.fi/wiki/Estetiikka:ympäristötaide>

Tilastokeskus 2019. Koulutusastejaottelu. Viitattu 15.2.2019. <http://www.stat.fi/tk/tt/luokitukset/popup/kouluste.html>

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli 2013. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi (11.painos). Helsinki: Tammi.

Turku 2012. Euroopan kulttuuripääkaupunki turku 2011 - Turku 2011 -säätien loppuraportti kulttuuripääkaupunkivuoden toteutumisesta. Viitattu 14.3.2019. https://www.turku.fi/sites/default/files/atoms/files//turku2011_loppuraportti.pdf

Turku 2018/a. Strategiset ohjelmat. Turun Kaupungin julkaisu. Viitattu 29.8.2018. https://www.turku.fi/sites/default/files/atoms/files/strategiset_ohjelmat.pdf

Turku 2018/b. Kärkihankkeet. Viitattu 29.8.2018. <https://www.turku.fi/karkihankkeet>

Turku 2019. Näyttelyt ja julkinen taide. Viitattu 21.2.2019. <http://www.turku.fi/kulttuuri-ja-liikunta/nayttelyt-ja-julkinen-taide>

Vilkkä, Hanna 2015. Tutki ja kehitä. Jyväskylä: PS-kustannus.

Muut lähteet:

Taideyhdistys Olohuone 2017. Taideyhdistys Olohuone ry:n toimintasuunnitelma vuodelle 2018.

Taideyhdistys Olohuone 2018. Olohuone 306.4 km² -tapahtuman vuoden 2018 markkinointimateriaali.

LIITTEET

Kysely

OLOHUONE
306,4 KM²

Kysely on osa opinnäytetyötäni, jossa tutkin Taideyhdistys Olohuone Ry:n tuottaman kaupunkifestivaali Olohuone 306,4km² -tapahtuman vaikutuksia sekä asiakaskuntaa. Tietoja käytetään ainoastaan tämän opinnäytetyön tekemiseen, ja ne ovat anonyymejä. Vastaaminen kestää n. 5min, kiitos ajastasi!

Laura Kause
Kulttuurituotannon opiskelija
Humanistinen Ammattikorkeakoulu

Lisätiedot
040 410 4310
laurakause@gmail.com

1. **SUKUPOULESI** Mies Nainen Muu

2. **SYNTYMÄVUOTESI** _____ (muodossa xxxx) esim. 1962

3. **KOULUTUKSESI**

- Peruskoulu/ Kansakoulu Lukio
 Ammattitutkinto Ammattikorkeakoulututkinto
 Yliopistotutkinto Muu, mikä? _____

4. **TYÖTILANTEESI**

- Töissä Opiskelen Työtön
 Eläkeläinen Muu (valitse tämä jos mikään muu vaihtoehto ei kuvaa tilannettasi)

5. **OLETKO ENNEN OSALLISTUNUT TAIDETAPAHTUMAAN?** Kyllä Ei
(Mikä tahansa tapahtuma jossa esitetään tai tehdään taidetta)

6. **KOETKO OLEVASI JONKIN TAITEEN ALAN HARRASTAJA?** Kyllä Ei

7. **TIESITKÖ ETTÄ TAPAHTUMAN TUOTTAA TAIDEYHDISTYS OLOHUONE RY?** Kyllä Ei

8. **MITEN SAIT TIETÄÄ TAPAHTUMASTA?**

- Näin mainoksia kaupungilla Ystävältä Internetistä
 Esitteistä Lehdestä En tiennyt tapahtumasta ennalta

Muualta, mistä? _____

9. **MIKÄ ON KOKEMUKSESI KAUPUNKITAITEESTA TURUSSA?** Kuinka hyvin väittämä vastaa kokemustasi?
Merkitse pystyviivalla jänalle kokemustasi vastaavaan kohtaan. Turkulainen kaupunkitaide on minulle...

...tuttua	_____	...vierasta
Kiinnostavaa	_____	Ei kiinnostavaa
Tarpeellista	_____	Turhaa
Vastaa makuani	_____	Ei vastaa makuani

10. MIKÄ ON KOKEMUKSESI OLOHUONE 306,4 NELIÖKILOMETRIÄ –TAPAHTUMASTA?

Merkitse pystyviivalla janalle kokemustasi vastaavaan kohtaan. Tapahtuma on...

... minulle tuttu	_____	... minulle täysin vieras
Helppo lähestyä/osallistua	_____	En halua osallistua
Henkilökohtaisesti tärkeää	_____	Ei merkitystä minulle
Yhteiskunnallisesti tärkeää	_____	Yhteiskunnallisesti turhaa
Vahvistava	_____	Kuluttava
Vastaa makuani	_____	Ei vastaa makuani
Innostava	_____	Mieltä latistava
Hauska	_____	Vakava

11. MIKÄ ON KOKEMUKSESI TÄSTÄ TEOKSESTA?

Merkitse pystyviivalla janalle kokemustasi vastaavaan kohtaan, esim. kuinka kiinnostava jne.

Erittäin kiinnostava	_____	Ei kiinnostava
Ajatuksia herättävä	_____	Ei herätä ajatuksia
Merkityksellinen	_____	Turha
Hyvä mieli	_____	Paha mieli
Helposti lähestyttävä/ turvallinen	_____	Pelottava
Inspiroiva	_____	Mieltä latistava
Miellyttävä	_____	Ahdistava
Rauhottava	_____	Arsyttävä
Hauska	_____	Vakava
Vastaa makuani	_____	Ei vastaa makuani

12. Mikä teoksessa miellyttää/ ei miellytä sinua? Mitä teos kertoo sinulle? Mistä se puhuu? Millaisia ajatuksia se sinussa herättää?
