



Osaamista
ja oivallusta
tulevaisuuden
tekemiseen

Anna Martikainen

Tulevaisuuden yleisöt

Yleisötyö markkinoinnin ja viestinnän välineenä –

Case Nukketeatteri Sampo

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Kulttuurituottaja YAMK

Kulttuurituotannon tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

28.11.2019

| | |
|---|---|
| Tekijä Otsikko | Anna Martikainen Tulevaisuuden yleisöt. Yleisötyö markkinoinnin ja viestinnän välineenä - Case Nukketeatteri Sampo |
| Sivumäärä Aika | 65 sivua + liitteet (2) 28.11.2019 |
| Tutkinto | Kulttuurituottaja YAMK |
| Tutkinto-ohjelma | Kulttuurituotannon tutkinto-ohjelma |
| Suuntautumisvaihtoehto | Kulttuurituottaja YAMK |
| Ohjaaja | Pia Strandman, lehtori |
| <p>Yleisötyö on nykyisin tärkeä osa minkä tahansa kulttuurilaitoksen toimintaa. Kilpailu ihmisten ajasta on kiristynyt ja median kiinnostuksen herättäminen on entistä vaikeampaa pienillä resursseilla. Tämä kehittämistyö käsittelee yleisötyötä lastenteatterissa ja sen tilaaja on Nukketeatteri Sampo. Työn tavoitteena oli löytää uusia keinoja kasvattaa teatterin yleisömääriä ja löytää uusia yleisöjä. Tässä yleisötyön menetelmistä voi olla hyötyä.</p> <p>Työni tarkoitus oli kehittämällä Nukketeatteri Sampon yleisötyötä tehdä teatterista entistä houkuttelevampi ja saavutettavampi kohde nykyisille ja uusille yleisöryhmille. Yleisötyön kehittämisen kautta myös teatterin viestintä ja asiakaspalvelun käytännöt kehittyivät.</p> <p>Kehittämistyöni on tapaustutkimus, jonka menetelminä käytin benchmarkingia, kyselytutkimuksia, kävijähaastatteluja ja dokumenttianalyysiä. Lisäksi järjestin muutaman keskusteluseSSION. Tietoa sain teatterin katsojatilastoja analysoimalla ja kartoittamalla, missä esityksissä ja minä aikoina eri ryhmät käyvät katsomassa esityksiä. Hyödynsin yleisötyön tutkimusta ja markkinointiin ja viestintään liittyvää kirjallisuutta. Palvelumuotoilun opiskelija Suvi Otraseen syksyllä 2018 tekemä Nukketeatteri Sampon palvelupolun kartoitus oli myös osa lähdemateriaalia.</p> <p>Osana kehittämistyötäni ovat Otraseen kanssa yhteistyössä rakennetut teatterin eri yleisöryhmien kävijäprofiilit. Niistä on hyötyä tulevan esitystoiminnan, yleisötyön muotojen ja viestinnän suunnittelussa. Keskityin työssäni erityisesti lapsiryhmiin, koska ne kaipasivat enemmän huomiota, sillä Otraseen työ oli selvittänyt jo perheyleisöjen tilannetta.</p> <p>Kehittämisehdotuksina nousivat esiin Nukketeatteri Sampon taiteilijataapaamisten ja opettajien iltojen kehittäminen, opettajan materiaalin luominen esityksiä varten, muun sidosryhmäyhteistyön kehittäminen, ja teatterissa käymiseen liittyvien ohjeistusten valmistelu yleisölle (teatterietiketti). Lisäksi hahmoteltiin ideoita teatterin viestinnän kehittämiseksi.</p> <p>Uusien yleisöjen houkutteleminen on useimmille teattereille ja muille taidelaitoksille jatkuva kehittämisen kohde. Kehittämistyöni on siksi ajankohtainen ja palvelee kulttuurialaa laajemminkin.</p> | |
| Asiasanat | yleisö, yleisötyö, viestintä, saavutettavuus |

| | |
|--|--|
| Author Title | Anna Martikainen Future audiences. Audience development as a tool for marketing and communication – Case Puppet Theatre Sampo |
| Number of Pages Date | 65 pages + 2 appendices 28.11.2019 |
| Degree | Master of Arts and Culture |
| Degree Programme | Degree programme of cultural management |
| Specialisation option | Master of Arts and Culture |
| Instructor | Pia Strandman, Senior Lecturer |
| <p>Audience development is nowadays an important part of any cultural institution. The competition for people's time has become fiercer, and it is even harder to attract media attention with few resources. This thesis is a development work that deals with audience development in a children's theatre and is commissioned by Puppet Theatre Sampo. The aim of the development work was to find new ways to increase the audience of the theatre and find new audiences.</p> <p>The purpose of the thesis was to develop Puppet Theatre Sampo's audience development work and make the theatre a more attractive and accessible destination for current and new audience groups. At the same time, I also managed to develop the theatre's communication and customer service practices.</p> <p>My work is a case study, and the methods I have used include benchmarking, questionnaire surveys, visitor interviews and document analysis. I also organized some discussions. I got information by analyzing theatre spectator statistics and finding out, at which shows and at what times different groups go to see performances. I utilized research in audience development and literature on marketing and communications. A study of the Service Path of Puppet Theatre Sampo, made by Suvi Otranen, a student of service design, was also used as a source material.</p> <p>As a part of this work I created visitor profiles for different audience groups in the theatre in collaboration with Otranen. They are useful in planning future performances, new methods of audience development, and communications. I focused especially on groups of children: they needed more attention because the work of Otranen had already clarified the situation of family audiences.</p> <p>The results include developing Puppet Theatre Sampo's artist meetings and teacher evenings, creating a teacher's material for performances, developing collaboration with new interest groups, and preparing guidelines for the audience to attend the theatre (theatre etiquette). In addition, ideas for developing the theatres communications were outlined.</p> <p>Attracting new audiences is an ongoing development issue for most theatres and other art institutions. Therefore, this work is current and serves a wider cultural sphere.</p> | |
| Keywords | audience, audience development, communication |

Sisällys

| | | |
|-----|---|----|
| 1 | Johdanto | 1 |
| 2 | Yleisötyö, saavutettavuus ja osallisuus | 6 |
| 3 | Nukketeatteri Sampo – perinteikäs lastenteatteri Helsingin ytimessä | 12 |
| 4 | Tutkimuskysymykset ja tavoitteet | 16 |
| 5 | Kehittämistyön menetelmät | 17 |
| 6 | Taustoja ja työkaluja yleisötyön kehittämiseen | 19 |
| 6.1 | Sampo 2.0 – SWOT-analyysiä keväällä 2017 | 19 |
| 6.2 | Benchmarking: ideoita vertaisilta | 21 |
| 6.3 | Katsojatilastoista aukeavaa | 26 |
| 6.4 | Nukketeatteri Sampon yleisöryhmät | 32 |
| 6.5 | Palvelupolku, asiakaspalautteet ja niiden pohjalta tapahtunut kehitys | 35 |
| 7 | Yleisötyön kehittäminen Nukketeatteri Samossa | 40 |
| 7.1 | Tuo ystävät nukketeatteriin | 40 |
| 7.2 | Taiteilijatapaamisten kehittäminen | 41 |
| 7.3 | Opettajan materiaali | 44 |
| 7.4 | Opettajien iltojen kehittäminen | 46 |
| 7.5 | Teatterietiketti | 47 |
| 7.6 | Muita ideoita | 50 |
| 8 | Viestinnän ja markkinoinnin kehittäminen | 53 |
| 9 | Lopuksi | 57 |
| | Lähteet | 61 |
| | Liitteet | 1 |
| | Liite 1: Otranen, Suvi 2019: Nukketeatteri Sampon toiminnan tarkastelu palvelumuotoilun keinoin | |
| | Liite 2: Opettajan materiaali esitykseen MIAU! Pääsiäinen nukketeatterissa | |

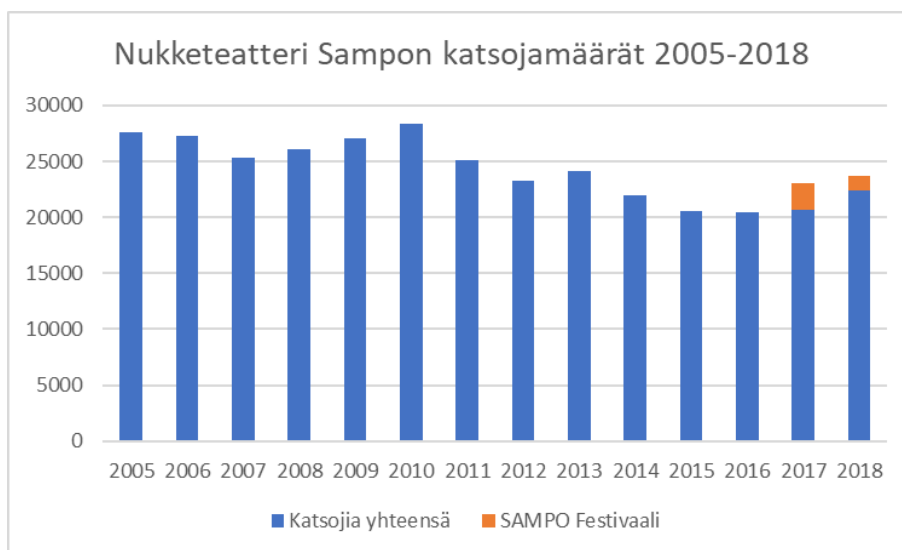
1 Johdanto

”Yleisötyö on arvokasta ja tärkeää duunii, koska muuten me ummehduttais tänne!”¹

Yleisötyö on käsite, jonka sisältö ei välttämättä ole mitenkään selvä edes kaikille kulttuurialan toimijoille, saati sitten suurelle yleisölle. Sen kanssa tekemisissä oleville ihmisille se on kuitenkin nykyään hyvin tärkeä osa taiteellista työtä. (kts. Mertanen 2019, 133)

Tämän kehittämistyön tavoitteena on löytää keinoja lisätä teatterin yleisömääriä ja löytää uusia yleisöjä. Tapaustutkimuksen kohde on työpaikkani Nukketeatteri Sampo, jonka ohjelmistosta suurin osa on suunnattu lapsille. Näin ollen keskityn työssäni pohtimaan nimenomaan sitä, millä keinoilla suuremman yleisömäärän houkuttelu lastenteatteriin parhaiten onnistuisi. Tähän tavoitteeseen pyrin kehittämällä teatterin yleisötyötä.

Lastenteatteri on monessa suhteessa oma maailmansa. Se on maaginen paikka, elämyksellinen satumaailma, jossa mielikuvitus tuottaa huimia tarinoita ja käsinkosketeltavia tunnelmia. Nukketeatteri Sampolla on paljon uskollista vakioyleisöä, jopa useassa sukupolvessa. Yleisömäärissä on kuitenkin ollut merkittävää laskua 2000-luvulla.



Kuvio 1. Nukketeatteri Sampon kokonaiskatsojamäärät 2005-2018. Ensimmäinen SAMPO Festivaali järjestettiin 2017 Nukketeatteri Sampon 40-vuotisjuhlavuonna. Lähde: Teatterin Tiedotuskeskus, Nukketeatteri Sampon arkisto.

¹ Kommentti Tanssiteatteri Hurjaruuthin markkinointipäällikkö Pisko Aunolalta benchmarking-haastattelussa viitaten johtaja Arja Pettersonin näkemykseen yleisötyöstä. (Aunola 26.11.2018).

Kehittämistyössäni etsin keinoja katkaista laskeva trendi ja kääntää se ympäri ja yleisömäärät kasvuun. Tämä on tärkeää etenkin nykytilanteessa: suunnitteilla olevan valtionosuusuudistuksen vaikutusta Sampon toimintaan on vaikea arvailla uudistuksen ollessa vielä pahasti kesken. (Esittävän taiteen ja museoiden valtionrahoituksen uudistaminen, OKM 2018; Opetus- ja kulttuuriministeriön tiedote vos-uudistuksen käynnistymisestä 11.4.2018.) Teatterin tulevaisuus on turvattava, ja se tapahtuu parhaiten toimintaa kehittämällä. Tulevaisuuden Nukketeatteri Sampon on oltava vielä nykyistäkin kiinnostavampi ja laadukkaampi esittävän taiteen toimija.

Esiintyjän ja katsojan suhde lastenteatterissa on erityinen ja erilainen kuin aikuisille tehdyssä teatterissa. Lapsella ei ole ennakoasenteita, mutta ei myöskään ennakkoon muovattuja käyttäytymissääntöjä. Lapset eivät myöskään ole itse valinneet tulla teatteriin (tai useimmiten eivät). He tulevat vanhempien tuomina tai päiväkotiryhmän tai koululuokan kanssa. Aikuiset siis valitsevat lasten puolesta. Mutta silti lapset ovat esitystoiminnan keskiössä. On tärkeää tehdä kokemus heille positiiviseksi, ja se vaatii tekijöiltä suurta ymmärrystä ja herkkyyttä. (vrt. Reason 2010)

Oman ja Nukketeatteri Sampon muun henkilökunnan kokemuksen mukaan lastenteatterin yleisöpohja vaihtuu lähes kokonaan noin viiden vuoden aikavälillä. Lapsikatsojat kasvavat ja heidän kanssaan teatteriin tulevat aikuiset kokevat, että nukketeatteri ei ole heille enää ajankohtaista (kts. esim. Kävijäkyselyt 2016 ja 2018). Uusien yleisöjen jatkuva houkuttelemisen teatteriin on siis keskeinen tehtävä. Saman ongelman kanssa kamppailevat myös monet muut taidelaitokset profiilista riippumatta. Ihmisten houkuttelu teatteriin on entistä hankalampaa kaiken muun aikaamme vievän toiminnan keskellä. Siksi uskon, että kehittämistyöni tuloksilla voi olla merkitystä alalle myös laajemmin, sekä lastenteatterikentälle, nukketeatterikentälle, että muulle teatterikentälle. Tämä tavoite palvelee myös kulttuurin saavutettavuuden lisäämistä ylipäätään.

Ongelman ytimessä on useita asioita. On edelleen paljon ihmisiä, jotka a) eivät tiedä Nukketeatteri Samposta mitään, tai b) eivät tiedä Sampon sijaitsevan Helsingin keskustassa Erottajankadulla, tai c) eivät tiedä tai koe (Sampon tekemän) nukketeatterin olevan kaikille, eikä vain pienille lapsille. Lisäksi se yleisösegmentti, josta suurin osa Sampon yleisöistä koostuu, eli päiväkoti- ja kouluryhmät, on pienentynyt vuosi vuodelta (Katsojatilastot 2014-2018). Keskeisimpiä syitä tähän ovat kaupunkien pienentyneet kulttuurimäärärahat ja se, että varhaiskasvatuksen johdosta on kouluihin ja päiväkoteihin tullut

ohjeistuksia, joiden mukaan rahaa ei saa kerätä vanhemmilta. Tämä on itse asiassa virheellinen käsitys, mutta se on elänyt omaa elämäänsä etenkin päiväkodeissa koko 2000-luvun (Turpeinen 2014, 12; Pirskanen 23.11.2012; Maksuton perusopetus – Kouluretket ja leirikoulut, 25.5.2016).² Näihin asioihin Sampo voi vaikuttaa vain osittain. Mutta onko niiden lisäksi muita syitä, jotka vähentävät teatterissamme käymistä? Niitä olen yrittänyt löytää ja kehittää niihin mahdollisia ratkaisuja tämän työn puitteissa.

Nukketeatteri Sampo on perinteikäs, vuonna 1977 perustettu nukketeatteri, jota johtaa livo Barić. Teatterin ohjelmistosta valtaosa on lastenesityksiä, joiden ikäsuositus on yleensä 0-100, joidenkin kohdalla yli 3-vuotialle. Lisäksi teatterissa on jonkin verran aikuisten esityksiä, joista suurin osa vierailu- ja yhteistuotantoja. Sampo tarjoaa myös vierailuille artisteille lastenkulttuurin eri saroilta esiintymismahdollisuuksia Sampon Sunnuntait -lastenklubisarjan myötä, ja järjestää muutaman kerran kauden aikana Sampo Soikoon! -musiikkiklubia, jolla on esiintynyt muusikkoja laidasta laitaan. (Nukketeatteri Sampon nettisivut ja kausiesitteet)

Sampo on järjestänyt kolme kertaa kansainvälisen SAMPO Festivaalin, joka esittelee nukketeatterin eri muotoja Suomesta ja ulkomailta. Teatteri on opetus- ja kulttuuriministeriön myöntämän valtionosuusrahoituksen piirissä (VOS), ja saa lisäksi säännöllistä avustusta Helsingin kaupungilta. Teatterin strategiassa ja viestinnässä mainitaan esitystoiminnan olevan laadukasta ja lapsilähtöistä (Nukketeatteri Sampon strategia 2016-2019), millä tarkoitetaan sitä, että teatteri pyrkii tekemään kaikki esityksensä tinkimättömästi ja taiteelliseen osaamiseen panostaen, ja lapsen näkökulma huomioon ottaen. Sampolla ja sen työntekijöillä on pitkä kokemus nukketeatterin tekemisestä, ja he ovat ammattimaisia nukeillanäyttelijöitä ja muusikoita. Tätä vasten ei ole yllättävää, että Sampon toiminta saa jatkuvasti hyvää palautetta yleisöltä.

”Oli todella ihana esitys, hienot nuket ja upea musiikki!”

”Ihana, lumoava esitys! Mahtava musiikki!”

”Minimalistinen konsepti toimii, musiikki erinomaista ja inspiroivaa.”

”Sampon ilmapiiri ja estetiikka on upeaa, kaunista, lämpöä luovaa.”

² Rahan keräämistä ei ole päiväkodeissa ja kouluissa kategorisesti kielletty: kyse on siitä, että päiväkotien ja koulujen henkilökunta ei saa kerätä rahaa tai käsitellä sitä. Monissa kouluissa ja päiväkodeissa tämä on ratkaistu niin, että vanhempainoimikunta (tms.) on vastuussa rahan keräämisestä ja usein myös sen käyttämisestä (esimerkiksi maksavat teatteriesityksen liput laskulla, jolloin opettajat eivät joudu käsittelemään rahaa). Tämä kuitenkin vaatii aktiivisuutta sekä henkilökunnalta että vanhemmilta, koska siitä on enemmän vaivaa kuin jos rahaa voitaisiin vain pyytää vanhemmilta.

”Ihana miljö lapsille ja perheille, koko teatteri saa mielikuvituksen liikkeelle ja lapset ovat oikeasti tervetulleita ja heidän viihtymisestään huolehditaan. Lapsia ja lapsiperheitä arvostetaan.” (Kävijätutkimus 2018)

Teatterin yleisöjen tutkimukseen työkaluksi tarjoutui kuin itsestään yleisötyö. Se tarjoaa väylän osallistaa yleisöä teatterin toimintaan, ja sitä voidaan hyödyntää myös markkinoinnissa (kts. esim. Maitland 2000, 5 ja Lindholm 2015, 27). Hilppa Sorjonen ja Outi Sivonen määrittelevät yleisötyön ”toimenpiteiksi, joiden tavoitteena on yksilön tiedollisia ja tunnepitoisia valmiuksia kehittämällä perehdyttää eri kohderyhmiä taide- ja kulttuurilaitoksiin ja edistää siten osallistumista niiden perustehtävän toteuttamiseksi tuotettuihin esityksiin ja tilaisuuksiin.” (Sorjonen & Sivonen 2015, 8)

Nukketeatteri Sampolla on pitkä kokemus yleisötyöstä, etenkin sen taidekasvatuksellisesta näkökulmasta, mutta sen kehittäminen on jäänyt teatterin ydintoiminnasta sivuun. Siksi kehittämistyöni keskiöön nousi yleisötyö ja sen kehittäminen. Olen valinnut muutamia yleisötyön menetelmiä, joita olen testannut kehittämistyössäni. Tästä näkökulmasta tarkastelen työssäni myös teatterin viestintää ja markkinointia.

Kehittämistyöni on tapaustutkimus, jossa on tulevaisuuteen suuntautuva lähestymistapa. Tärkeimpiä työkalujani ovat dokumenttianalyysi, benchmarking eli vertaisanalyysi, kävijäkyselyt ja -haastattelut sekä pienimuotoiset kokeilut yleisötyön menetelmiä hyödyntäen. Kehittämistyön aikana selvitin aiempaa tarkemmin, millaisia yleisöryhmiä teatterissa tähän asti on käynyt ja millaisia tarpeita näillä ryhmillä on. Tarkoitus oli saada mahdollisimman paljon tietoa voidakseni suunnitella, millä tavoin Nukketeatteri Sampon yleisötyötä voisi parhaiten kehittää niin, että se palvelisi tulevaisuudessa teatterin yleisöjä entistä paremmin ja tekisi sitä kautta teatterin toiminnasta entistä kiinnostavampaa.

Työssä oli apuna myös Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulussa palvelumuotoilua opiskeleva Suvi Otranen, joka teki syksyn 2018 aikana palvelumuotoilun projektin Nukketeatteri Sampolle. Teimme yhteistyötä, jossa molempien projektiin saatiin materiaalia ja vastauksia, joiden avulla Sampoa voidaan kehittää. Lopputuloksena oli Nukketeatteri Sampon palvelupolun kartoitus ja Sampon eri yleisöryhmille luodut kävijäprofiilit, joiden pohjalta viestintää ja markkinointia voidaan kohdistaa aiempaa paremmin. Suvi Otranen keskittyi omassa projektissaan etenkin lapsiperhekävijöihin, minkä johdosta paneuduin omassa työssäni tarkemmin lapsiryhmien kävijäsegmenttiin. Lisäksi lapsiryhmät, jotka tulevat teatteriin koulun tai päiväkodin kanssa, ovat edelleen Sampon suurin kävijäryhmä, joten on erittäin tärkeää löytää keinoja houkutella ryhmiä käymään uudelleen

enemmän teatterissa. Yleisötyön menetelmien testaus ryhmien kohdalla oli myös helpompi järjestää tämän työn puitteissa.

Olen työskennellyt Sampossa tiedottaja-tuottajana maaliskuusta 2016 lähtien, eli aloitin samana keväänä kun Sampo muutti Helsingin keskustaan. Sitä ennen teatterissa ei ollut erikseen tiedottajaa, vaan tiedotus oli kuulunut pääasiassa tuotantopäällikön tehtäviin. Muuttuneessa tilanteessa ja uudessa paikassa, uusia toimintamuotoja suunniteltaessa koettiin tarvetta myös tiedotuksen organisoinnille uudestaan. Ensimmäisiin tehtäviini kuului viestintäsuunnitelman luominen. Ylipäätään olen pyrkinyt kehittämään tiedotusta ja markkinointia entistä suunnitelmallisemmiksi. Opinnäytteeni on jatkoa tälle työlle.

2 Yleisötyö, saavutettavuus ja osallisuus

Kehittämistyöni tietoperusta, teoreettinen viitekehys, muodostuu yleisötyötä koskevasta tutkimuksesta, jota löytyy etenkin englannin kielellä. Suomessa ei ole julkaistu paljon yleisöihin ja yleisötyöhön liittyvää tutkimusta. Heather Maitlandin oppaassa *A guide to audience development* (2000) on hyvin käytännönläheisesti käsitelty yleisötyön lähtökohtia ja erilaisia toteuttamisen tapoja. Erityisesti lastenteatteria ja sen ympärillä tehtävää yleisötyötä käsittelee Matthew Reasonin teos *The Young Audience: Exploring and Enhancing Children's Experiences of Theatre* (2010). Humanistisessa ammattikorkeakoulussa on julkaistu Arto Lindholmin toimittama kirja *Ei-kävijästä osalliseksi – Osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla* (2015), josta olen löytänyt paljon kiinnostavaa tietoa. Suomalaisesta yleisötyöstä löytyy tietoa Hilppa Sorjosen ja Outi Sivosen julkaisusta *Taide- ja kulttuurilaitosten yleisötyön muodot, laajuus ja tuloksellisuus* (2015).

Raija Airaksinen ja Pirjo Virtanen, kaksi suomalaisen yleisötyön pioneeria, julkaisivat yhdessä yleisötyötä tutkineen Milla Minerva Mertasen kanssa kesällä 2019 artikkeliteoksen *Ystävänä yleisö – katsaus teatterin yleisötyön muotoihin*, joka esittelee yleisötyötä Suomessa. Pääsin ilokseni haastattelemaan Raija Airaksista, joka nykyisin työskentelee Tukholman Suomen instituutissa. Ulla Laurion mukaan termi yleisötyö on lanseerattu Suomessa Raija Airaksisen ja hänen työtovereidensa johdolla (Laurio 2010). Aiemmin oli usein tapana puhua yleisökasvatuksesta tai taidekasvatuksesta.

Raija Airaksinen, Milla Minerva Mertanen ja Pirjo Virtanen kuvaavat yleisötyötä kirjansa esipuheessa näin:

”Yleisötyö, yleisöyhteistyö, yleisö- ja yhteiskuntavastuutyö, nimen vaihtelevat. Kaikissa on kyse siitä, että teattereiden esitystoiminnan ja lipunmyynnin väliin on tullut tapahtumia ja tekijöitä, jotka avaavat taidemuotoa, tuovat taiteilijat lähemmäs katsojaa, madaltavat kynnystä tulla kokemaan esityksiä ja kaiken kaikkiaan toimivat siltana teatterin ja yleisön välillä.” (Airaksinen, Mertanen & Virtanen 2019, 12)

Yleisötyöllä tarkoitetaan monenlaisia toimenpiteitä, joiden tarkoitus voi olla yleisön sitouttaminen ja/tai osallistaminen teatterin toimintaan, yleisön kasvattaminen ja uusien yleisöjen hankkiminen. Yleisötyötä voidaan hyödyntää markkinoinnissa. (Maitland 2000, 5 ja Lindholm 2015, 27) Yleisötyötä on Suomessa tehty jossain muodossa jo pitkään, mutta se alkoi vakiintua osaksi taidelaitosten toimintaa 1990-luvulla. Edelläkävijänä tässä oli Kansallisooppera, sitten tulivat kaupunginorkesterit, ja myöhemmin teatterit.

(Hietanen 2010, 5) Teatterikorkeakoulun täydennyskoulutuskeskuksessa käynnistyi teatterikuraattorin 20 opintoviikon koulutusohjelma vuonna 1995. Sen tarkoituksena oli tarjota teatterin alalla yleisötyöstä kiinnostuneille eri taustoista tuleville ihmisille yhtenäinen koulutus ja uusi ammattinimike, joka kertoisi paremmin, mistä työssä on kysymys. (Airaksinen & Eerola 1997, Airaksinen, Mertanen & Virtanen 2019)

Käsitykseni mukaan teatterikuraattorin nimike ei kuitenkaan ole kovin vakiintunut, vaan eri teattereissa yleisötyötä tehdään edelleen monilla eri nimikkeillä. 2000-luvun aikana yleisötyö ja sitä tekevien ammattilaisten ryhmä on kuitenkin vakiinnuttanut paikkansa useimpien teattereiden henkilökunnassa, eikä yleisötyön merkitystä yleensä enää kyseenalaisteta ainakaan alan toimijoiden keskuudessa, joskin vain suurimmissa teattereissa on erikseen yleisötyötä tekeviä ammattilaisia. Yleisötyön muodot ovat hyvin moninaiset ja muotoutuvat pääasiassa kunkin teatterin tarpeiden, ohjelmiston, ja käytettävissä olevien resurssien ja työvoiman osaamisen perusteella. (Virtanen 2019, 25-27, Mertanen 2019, 134-137)

Yleisötyötä tekevien tausta saattaa myös olla monen näköinen, se voi olla vaikkapa yliopisto-opinnoissa, näyttelijäntyössä, opetuslalla tai musiikissa (Kamula 2011, Virtanen 2019, 25-27). Ei myöskään ole olemassa minkäänlaista virallista määrittelyä siitä, mitä yleisötyöntekijän tehtäviin kuuluu tai mitkä ovat pätevyysvaatimukset tähän ammattiin (Virtanen 2019, 25-27). Usein yleisötyötä tehdään myös jonkin muun ammattinimikkeen osana tai ohella: yleisötyötä tekevät tiedottajat, näyttelijät, dramaturgit, markkinoijat ja monet muut. Joissakin teattereissa käytössä on myös teatterikuraattorin nimike. (Kamula 2011, Virtanen 2019, 25-27, Mertanen 2019, 137) Yleisötyöntekijällä saattaa myös olla mahdollisuus luoda itse oman työnkuvansa ja määrittellä joskus hyvinkin pitkälle, miten yleisötyötä hänen työpaikallaan tehdään. Se on hieno mahdollisuus, mutta vaatii työntekijältä aika paljon.³

Yleisötyön käsite ei ole mitenkään yksiselitteinen, ja sillä voi olla monenlaisia päämääriä. Sorjonen ja Sivonen määrittelevät yleisötyön muun muassa kävijän ja laitoksen välisen raja-aidan madaltamiseksi tai poistamiseksi (Sorjonen & Sivonen 2015, 11). Yleisötyön

³ Tähän viitataan myös Yleisö ystävänä -teoksessa: monissa teattereissa yleisötyöntekijä on käytännössä hyvin itsenäinen työntekijä, joka määrittelee, mihin suuntaan ja millä tavalla yleisötyötä tehdään ja kehitetään. Toki tämä tapahtuu aina strategian puitteissa ja johtotason hyväksynnällä, sekä koko henkilökunta mukaan ottaen, mutta käytännössä yleisötyö on usein hyvin itsenäistä ja vapaata. Kts. tarkemmin Airaksinen, Mertanen, Virtanen 2019.

päämääriä voivat olla yleisön sitouttaminen, yleisön osallistaminen, uusien potentiaalisten yleisöjen löytäminen tai yhteiskunnalliseen keskusteluun osallistuminen. (Sorjonen & Sivonen 2015, 8). Maitland erottelee kolme erilaista tyyppiä yleisötyöntekijöitä: kasvattajat, taiteilijat ja markkinoijat. Kasvattajille tärkeää on yleisön osallistaminen ja yksilöiden kehitys. Taiteilijoita kiinnostaa, miten voisi parantaa yleisön ymmärrystä heidän työstään ja lisätä sen arvostusta. Markkinoijat etsivät yleisötyön avulla keinoja ymmärtää yleisön tarpeita ja lisätä kävijämääriä, usein pitkälläkin aikavälillä. Kaikki edellä mainitut päämäärät ovat yhtä olennaisia. (Maitland 2000, 5)

Milla Minerva Mertanen määrittelee yleisötyön tavallista esitystoimintaa laajentavaksi ja tukevaksi toiminnaksi, joka lähtee teattereiden halusta tarjota katsojille taiteen ymmärtämistä ja vastaanottoa syventäviä työkaluja. (Mertanen 2019, 134) Mertanen mukaan ”kulttuuripalveluiden tavoitettavuutta ja saavutettavuutta pohdittaessa yleisötyön voi katsoa olevan ratkaisevassa asemassa etenkin tilanteessa, jossa kuluttaja etsiytyy teatterin tarjonnan pariin ensimmäisiä kertoja. Yleisötyö voi toimia houkuttelevana innostavana, sitouttavana ja osallistavana toimintana.” (Mertanen 2019, 134) Mertanen nostaa esiin myös yleisötyön merkityksen markkinoinnin, viestinnän ja teatterikasvatuksen tehtäville, mutta toteaa, että yleisötyö ”ennen kaikkea rakentaa sisältöjä ja ulottuvuuksia sekä lisää monipuolisuutta ja teatterin tarjontaa monella tasolla”. (Mertanen 2019, 135)

Sorjonen ja Sivonen mainitsevat lapsille suunnatun yleisötyön nimenomaan keinona kasvattaa uutta yleisösukupolvea (Sorjonen & Sivonen s.94). Voidaan kuitenkin pohtia, onko se tärkein syy tehdä yleisötyötä tai ylipäätään teatteria? Lastenteatteria Skotlannissa tutkinut Ben Fletcher-Watson on todennut, että lastenteatterissa merkityksellisintä on kohtaaminen ja sen tärkein päämäärä on yleisön osallistaminen. Yleisö voi olla yhdenvertainen osallistuja esityksessä. (Ben Fletcher-Watson Hurraa! festivaalin seminaarissa Annantalolla 22.3.2019)

Samoilla linjoilla on Matthew Reason, joka painottaa sitä, ettei lastenteatterilla ole eikä tule olla pelkästään välinearvoa: se on oma erityinen teatterin laji, jonka merkitystä ei sovi väheksyä ja jonka taiteellinen taso on myös tärkeää säilyttää korkeana. Lapsi katsojana on yhtä tärkeä kuin aikuinenkin, vaikka ei aikuisena ikinä tulisikaan teatteriin. (Reason 2010, 30, 33)

Reason on tutkinut sitä, miten suhtaudumme lapsiyleisöihin ja teatterin tekemiseen heille. Hänen mukaansa kaikki lapsille suunnattu teatteri ei ole kovin hyvälaatuista, ja

liian usein törmää ratkaisuihin, jotka antavat välitöntä tyydytystä, eivätkä haasta katsojia sen enempää. (Reason 2010, 37) Tämä pätee tosin yhtä hyvin niin lapsille kuin aikuisillekin tehtyyn teatteriin. Reasonin mukaan ajattelemme, ettei lapsille ole tarpeellista tehdä laadukkaampia esityksiä, koska ”lapset eivät joko tarvitse enempää, eivät ymmärtäisi suurempaa hienovaraisuutta, tai eivät osaisi arvostaa laajempaa tarjontaa” (Reason 2010, 37). Lapset ovat marginaalia, johon ei tarvitse kiinnittää erityisempää huomiota. Tämä johtaa helposti siihen, että lapsille tehty teatteri nähdään vähemmän tärkeänä etenkin mitä tulee rahoitusmalleihin. (Reason 2010, 37-40)

Reason toteaa teoksessaan myös, että vaikka osaa lastenteatterista pidetäänkin vähempiarvoisena ja -laatuisena, on kuitenkin niitä, jotka uskovat sillä olevan merkitystä ja potentiaalia, ja että parhaimmillaan lastenteatteri on kaikkein mielikuvituksellisinta, haastavinta ja palkitsevinta olemassa olevaa teatteria, jota tehdään tavoitteena aidosti sykähdyttää ja viihdyttää erityisen vaativaa yleisöä. (Reason 2010, 40) Lastenteatterin syvin merkitys voidaan nähdä siinä, kun taiteilijat nostavat keskiöön teatterin itsessään tapahtumana ja kokemuksena, ilman että samalla tarkoituksena on kasvattaa tai valistaa. (Reason 2010, 40)

Reasonin mukaan kokeneet lastenteatterin tekijät kylläkin usein näkevät, että lasten kykyä ymmärtää helposti aliarvioidaan ja heille tehdään siksi liian yksinkertaisia tai yksipuolisia taide-elämyksiä (Reason 2010, 37). Laadun määrittäminen teatterissa ei kuitenkaan ole helppoa. Käyttäen hyväkseen Brian McMasterin määritelmää erinomaisesta kulttuurisesta elämyksestä, Reason nostaa keskeiseksi laadun määrittämiselle sen, mikä on yleisön osallisuuden ja osallistumisen aste taide-elämyksen äärellä. Hän toteaa, että teatterintekijöiden kokemus on, että lapset ymmärtävät paljon enemmän kuin aikuiset olettavat, ja tämä hämmästyttää tekijöitä joka kerta. (Reason 2010, 38)

Sama kokemus on myös Sampon näyttelijöillä. Palaan tähän aiheeseen myöhemmin erityisesti kehittämissuhteissani taiteilijatapaamisia koskevassa kappaleessa. Tämä pohdinta on mielestäni hyvin tarpeellista minkä tahansa teatterin, mutta etenkin lastenteatterin kohdalla.

Työlleni tärkeitä käsitteitä ovat sanaparit osallisuus/osallistaminen/osallistuminen sekä saavutettavuus. Osallistamisella tarkoitetaan prosessia, joka mahdollistaa ihmisten osallistumista toimintaan. Osallistaminen liittyy nykyään olennaisesti viestinnän ja toiminnan kehittämiseen ja voi auttaa esimerkiksi asiakaspalvelun parantamisessa. Termiin liittyvä

käsitteistö on kuitenkin kirjavaa ja monitulkintaista, toteaa Jutta Virolainen: ”Osallistumisen ja osallisuuden käsitteitä käytetään usein toistensa synonyymeina, ja niihin liittyy lisäksi joukko muita käsitteitä, kuten taiteen ja kulttuurin saatavuus ja saavutettavuus, osallistuminen kulttuuriaktiiviteetteihin, kulttuurin harrastaminen, taide- ja kulttuurilaitoksissa käyminen tai kulttuuripalvelujen käyttäminen.” (Virolainen 2015, 54).

Ihmiset eivät ole samalla viivalla, kun kyse on taiteen pariin pääsemisestä. Esteet voivat olla monitahoisia, henkisiä tai fyysisiä. Riie Heikkilän mukaan kansainväliset tutkimukset osoittavat, että kulttuurinen aktiivisuus on selkeässä yhteydessä ihmisen asemaan yhteiskunnassa: ylempiin luokkiin kuuluvat ihmiset liikkuvat luontevasti korkeakulttuurin keskellä, kun taas vähiten koulutetuilla ja pienituloisilla osallisuus taiteeseen ja kulttuuriin on selvästi vähäisempää. Suurin osa julkisesta tuesta suuntautuu myös niille kulttuurin aloille, joiden yleisö löytyy hyvinvoimimpien väestönosien joukosta. Olisi kuitenkin tärkeää huomioida, että annettu tuki ei hyödytä kaikkia kansalaisia, jos kaikki eivät koe kulttuuria itselleen soveltuvaksi. (Heikkilä 2019)

Ihmisille, joilla ei ole omassa lapsuudessa tai nuoruudessa syntynyt tapaa kuluttaa taidetta ja kulttuuria, voi olla vaikeaa aikuisena eksyä sen pariin tai tuoda omia lapsia nauttimaan siitä. Sosiaaliset, kulttuuriset ja kognitiiviset rajat – aidot, mutta myös virheellisesti oletetut – voivat vaikeuttaa huomattavasti osallistumista teatterielämykseen.

Sivuan työssäni saavutettavuuden käsitettä siitä näkökulmasta, miten Nukketeatteri Samossa olisi mahdollista saavutettavuutta kehittämällä rakentaa entistä laajempaa yleisöpohjaa. Saavutettavuudella pyritään siihen, että erilaisten yleisöjen olisi mahdollisimman helppoa osallistua (tässä tapauksessa) teatterielämykseen. ”Käsitteenä saavutettavuus kuvaa sitä, kuinka helposti informaatiota, järjestelmää, laitetta, ohjelmaa tai palvelua voi käyttää riippumatta henkilön ominaisuuksista, esimerkiksi toimintarajoitteesta, vähemmistöön kuulumisesta tai vähävaraisuudesta. Saavutettavuudella edistetään yhdenvertaista osallisuutta (inkluusio).” (Taiteen ja kulttuurin saavutettavuus -työryhmän loppuraportti 2015, s. 15) Mahdollinen ylitettävä este voi liittyä fyysisiin tai kielellisiin esteisiin (esim. liikuntavamma, kuulovamma, kielen osaamattomuus) tai vaikkapa paikalle pääsemisen hankaluuteen.

Sampon kohdalla edellä mainituista kenties olennaisimpana esille nousevat varojen puute ja paikalle pääsemisen hankaluus. Varhaiskasvatuksessa ja koulutuksen alueella

on minun ja työtovereideni kokemuksen ja varhaiskasvatuksesta saamieni tietojen mukaan yhä vähemmän rahaa kulttuuriin (esim. kysely päiväkotihenkilökunnalle 2018-2019). Muillakin lastenteattereilla on samansuuntainen kokemus (kts. esim. Maukola, Riina & Tawast, Minna 2019)⁴. Lisäksi lapsiperheiden ja etenkin lapsiryhmien kohdalla on kiinnitettävä erityistä huomiota siihen, miten teatteriin olisi mahdollisimman helppo tulla. Jos teatteri on hankalassa paikassa tai se ei ole esteetön, on helpompaa jättää käynti sikseen kuin nähdä vaivaa sen toteutumisen eteen. Tämä tuli esille kehittämistyöni aikana myös muiden teattereiden työntekijöiden kommentteissa (Hallén & Laaksonen 2018).

Matthew Reason on tutkinut Isossa-Britanniassa osallistumista teatterielämykseen ja sen saavutettavuuden liittyviä ilmiöitä. Hänen mukaansa taustan vaikutus kokemukseen on suuri: jos ei tiedä tarpeeksi taide-elämyksestä, ja käsitys on, että se on ”korkeakulttuurista”, ”vaikeaa”, ja vaatii ennakkotietämystä, voi kokea olevansa vääränlainen, epäsopeva, ei-tervetullut. (Reason 2010, 37-40) Tämä on totta ja saattaa olla esteenä teatteriin tulemiselle. Se, että tekijät kokevat työnsä tärkeäksi, ja pitävät tarpeellisena antaa taide-elämyksiä lapsille, ei vielä takaa sitä, että lasten vanhemmat pitävät teatteria tärkeänä. Tämän kommunikoiminen potentiaaliselle yleisölle aiempaa paremmin ja ilman ennako-oletuksia ja ylhäältä alaspäin tapahtuvaa viestintää voisi parantaa kaikkien yhteiskunnan jäsenten osallistumisen mahdollisuuksia. Jos ei tule ajatelleeksi, että jokin asia on itselle, ei voi löytää sen pariin.

⁴ Teatteri, Tanssi & Sirkus -lehden numeron 2/2019 lastenteattereiden tilaa käsitelleessä artikkelissa oli haastateltu Nukketeatteri Sampon tuotantopäällikkö Henna Lundbergia, TOTEM-teatterin taiteellista johtajaa Päivi Rissasta ja Tanssiteatteri Raatikon johtajaa Marja Korholaa. Lisäksi päätoimittaja Minna Tawast totesi saman lehden pääkirjoituksessa rahoitusongelman koskevan muitakin lastenteattereita.

3 Nukketeatteri Sampo – perinteikäs lastenteatteri Helsingin ytimessä

Vuonna 1977 perustetun Nukketeatteri Sampon toimitilat ovat osoitteessa Erottajankatu 7, Helsingin keskustassa, jossa teatterin yhteydessä toimii Sampon Satumainen kahvila, joka on avoinna arkisin kello 10-17 (vuonna 2020 10-16). Näihin tiloihin Sampo muutti vuodenvaihteessa 2015-2106, ja tiloihin tehtiin iso remontti. Kahvilassa toimii myös galleria, jossa on näytteillä erilaisia nukkeja Sampon koko toiminta-ajalta, ja vaihtuvia näytelyitä. Ennen muuttoa keskustaan teatteri toimi yli 20 vuotta Puotilassa, Puotilan ostoskeskukseen rakennetuissa tiloissa. (Nukketeatteri Sampon verkkosivut, vuosikertomukset 2014-2018)

Työntekijöitä on yhdeksän vakituista: teatterinjohtaja, tuotantopäällikkö, valo- ja äänisuunnittelija, valo- ja äänimestari, tuotantoassistentti-kahvilatyöntekijä, kahvilatyöntekijä-puvustaja, kaksi nukeillanäyttelijää, sekä tiedottaja-tuottaja (minä). Lisäksi esityksissä on mukana vaihteleva määrä freelancereita (näyttelijöitä, muusikoita ja teknikkoja), yhteensä n. 30 henkilöä. Teatterilla on jo vuosia ollut sama graafinen suunnittelija, freelancer, joka on mukana myös esitysten visuaalisessa suunnittelussa. Samossa ei ole omia vakituksia nukentekijöitä, mutta teatterilla on pitkäaikaisia yhteistyökumppaneita, jotka vastaavat yleensä nukkien ja lavasteiden rakennuksesta. Tiedotusta ja markkinointia varten Samossa on tiedotustiimi, johon kuuluu tiedottajan ohellani tuotantopäällikkö ja tuotantoassistentti. Pohdimme ja toteutamme tiedotuksen ja markkinoinnin toimenpiteitä yhteistyössä. Päävastuu tiedotuksen suunnittelusta on tiedottajalla. Teatterin lipunmyynti on myös tiimin vastuulla, ja kahvilatyöntekijät huolehtivat lisäksi siivouksesta. (Nukketeatteri Sampon vuosikertomukset 2014-2018)

Sampo on niin sanottu repertuaariteatteri. Sen ohjelmistossa on jatkuvasti noin kymmenen eri esitystä, joista osa on jo yli 20 vuotta vanhoja, ja suuri osa esityksistä on ollut ohjelmistossa useita vuosia. Teatterilla on vuosittain yksi tai kaksi uutta omaa ensi-iltaa. Tyypillisesti ensi-ilta on toukokuussa, joskus myös lokakuussa, ja näytöksiä noin kolmen viikon aikana 10-15. Seuraavalla kaudella esitys on ohjelmistossa hieman pienemmällä näytösmäärällä. Vanhoilla esityksillä on yleensä noin viikon tai kahden pituinen esitysjakso kullakin kaudella. (Nukketeatteri Sampon verkkosivut, vuosikertomukset 2014-2018, kausiesitteet 2015-2019)

Sampo esiintyy säännöllisesti pääkaupunkiseudun kulttuuritaloissa, 1-2 kertaa kussakin joka kaudella. Näitä vierailuja on tehty etupäässä Helsingin, Espoon ja Vantaan kulttuuritaloissa, mutta parin viime vuoden aikana ja tulevilla kaudella enenevässä määrin on myös etsitty uusia esiintymispaikkoja pääkaupunkiseudun ympäryskunnista. Lisäksi on vaihteleva määrä tilausnäytöksiä. (Nukketeatteri Sampon verkkosivut, vuosikertomukset 2014-2018, kausiesitteet 2015-2019)

Vuosittain on noin 200-250 esitystä, ja yleisöä on ollut vuosittain noin 20 000, mukaan lukien myös tilausnäytösten katsojat. Joulun- ja pääsiäisesonki ovat Sampolle kiireistä aikaa, ja silloin myydään suurin osa lipuista. Etenkin jouluesityksistä iso osa on täynnä, ja myös pääsiäisesitykset myyvät yleensä hyvin. Osa muista esityksistä myy huonommin. Suurin osa Nukketeatteri Sampon yleisöstä arki-aamujen esityksissä koostuu päiväkotijoukosta ja kouluryhmistä. Osa näistä tulee kerta toisensa jälkeen uudelleen, ja varhaiskasvatustyöntekijät ja opettajat tuovat aina uusia ryhmiä kokemaan teatterielämyksiä. Lapsiperheitä ja isovanhempia käy etenkin viikonloppuesityksissä ja iltaisin. Arki-aamujen yleisö on ollut viime vuosina laskussa, kun taas viikonloppuesitykset vetävät jatkuvasti enemmän väkeä. (Nukketeatteri Sampon verkkosivut, vuosikertomukset 2014-2018, kausiesitteet 2015-2019, katsojatilastot kevät 2014-kevät 2019)

Lisäksi Sampo tekee taidekasvatusta: järjestää työpajoja ja kursseja nukketeatterista. Teatterissa on myös taidekasvatuksellisia teemapäiviä. Musiikkimaanantaisin on ikärajan muskari, johon on pieni pääsymaksu. Mukaan voi tulla koko kaudeksi tai kertamaksulla. Kirjakeskiviikossa on ollut kirjailijavieraita ja kirjaesittelyjä sekä kirjanvaihtopiste. Tämä toiminta ei ole oikein löytänyt yleisöä. Teatteritorstaissa on aina esityksen jälkeen taiteilijatapaaminen, jossa katsojat voivat kysyä tekijöiltä vapaasti jotain esityksestä tai nukketeatterin tekemisestä. Lisäksi joskus on järjestetty pienimuotoisia työpajoja, joissa voi tehdä esimerkiksi oman nukketeatterinukun. Syksyllä 2018 alkavaksi oli suunniteltu kaksi uutta teemapäivää: Tarinatiistai, jonka sisältö on sadut piirrettynä (vapaaehtoisen yhteistyökumppanin avulla) ja Peliperjantai, jolloin Sampoon voi tulla pelaamaan lautapelejä: kahvilan pöydät toimivat pelilautoina. Tarinatiistai pystyttiin järjestämään vain kerran, koska sen vetäjä sairastui. Peliperjantain käytännön organisoimiseen ja tiedottamiseen on ollut hankalaa, eikä sekään ole oikein löytänyt yleisöään. Talvilomilla ja syyslo-milla on viime vuosina järjestetty lisäksi musiikki-, kirja- ja teatterisuunnitelmia, joihin on ollut vapaa pääsy. Lomaviikoille järjestetyt aktiviteetit ovat kuitenkin kohtuullisen raskaita järjestelyjen kannalta. (Nukketeatteri Sampon verkkosivut, vuosikertomukset 2014-2018, kausiesitteet 2015-2019)

Nämä edellä mainitut – työpajat, kurssit ja teemapäivät – muodostavat Sampon nykyisen yleisötyön ytimen. Ongelmana niissä on, että niistä ei oikein synny selkeää kokonaisuutta, jolla olisi jokin tavoite. Helposti niiden toteuttaminen jää sivuraiteelle, eikä niillä ole selkeää yhteyttä teatterin muuhun toimintaan. Ne eivät ole myöskään auttaneet tuomaan teatterille merkittävässä määrin uutta yleisöä.

Nukketeatteri Sampo on perustettu aikana, jolloin suomalainen lastenteatteri eli voimakasta kehittymisen aikaa. 1960-1970-lukujen vaihteessa alkanut lasten- ja nuortenteatterin uudistuminen sai alkunsa yhteiskunnallisesta murroksesta. Lasten- ja nuortenteatterin tilanteesta kansainvälisesti ja Suomessa käytiin tuolloin aktiivista keskustelua ja siihen vaadittiin lisää resursseja ja parempaa laatua. Lastenteatterin merkitys lisääntyi laiteasteattereissa ja kentälle tuli useita ryhmämuotoisia lastenteattereita, samaan aikaan kuin ryhmäteatteriliikkeitä oli muutenkin aktiivista. 1970-luvulla lapsille ja nuorille suunnatun teatterin määrä kasvoi näin ollen voimakkaasti. Tärkeä osa sitä oli myös aktiivinen kiertuetoiminta alusta lähtien: esityksiä vietii erityisesti kouluihin ja päiväkoteihin. (Mustonen 2010, 354-256)

Nukketeatteri Sampon syntyyn vaikutti erityisesti myös 1970-luvulla voimistunut kiinnostus nimenomaan nukketeatteriin. Teatterin ensimmäinen johtaja Maija Barić oli valmistunut lastentarhanopettajaksi vuonna 1972 ja kiinnostunut opintojensa aikana nukketeatterista yhtenä taidekasvatuksen keinona. Hän hakeutui opiskelemaan nukketeatteria Prahan Musiikki- ja Teatteriakatemiaan (DAMU), jossa tapasi sävellystä opiskelleen Bojan Barićin, josta tuli hänen miehensä. Valmistumisen jälkeen he tulivat Suomeen ja perustivat yhdessä Anneli Forsellin kanssa Nukketeatteri Sampon. Maija Barić oli ensimmäinen suomalainen, joka pääsi opiskelemaan arvostettuun Prahan akatemiaan, joka on edelleen yksi parhaimmista nukketeatteria opettavista oppilaitoksista Euroopassa. (Barić 2018; Mustonen 2010, 360; Tawast, Marjut 2009, 78-79)

Nukketeatteri Sampo on toimintansa aikana erikoistunut etenkin marionettiteatteriin, mutta myös muut nukketeatteritekniikat ovat tärkeässä roolissa. Yksi Sampon erityispiirteistä ja suorastaan leimallinen asia teatterin toiminnassa on elävän musiikin käyttö kaikissa esityksissä. (Tawast, Marjut 2009, 78) Edelleen Sampoissa esiintyvistä taiteilijoista suurella osalla on musiikkialan koulutus, ja he tekevät musiikkiuraa myös muualla.

Toimiessaan Sampossa Maija Barić vastasi nukkien rakentamisesta ja osallistui myös lavasteiden suunnitteluun. Hänen käsialaansa olivat esitysten käsikirjoitukset ja suurimmaksi osaksi myös niihin sävelletty musiikki. Maija Barićin kädenjälki näkyi ja näkyy edelleen isossa osassa Sampon esitystoimintaa: useita hänen ohjaamia esityksiä on yhä ohjelmistossa ja hänen rakentamiaan nukkeja käytetään sekä hänen tekemissään esityksissä että silloin tällöin myös uusissa esityksissä. (Barić 2018, Nukketeatteri Sampon vuosikertomukset 2015-2018)

Maija Barićin jäädessä eläkkeelle vuonna 2014 hänen pojastaan livo Barićista tuli teatterinjohtaja. Hän on halunnut kehittää Sampon toimintaa maltillisesti uuteen suuntaan: tuonut uusia yhteistyökumppaneita, ottanut ohjelmistoon myös aikuisten nukketeatteria ja kehittänyt esitysten visuaalisuutta ja äänimaailmaa yhdessä valo- ja äänisuunnittelija Immanuel Paxin kanssa. Perinteistä on kuitenkin pyritty myös samalla pitämään kiinni uusia esityksiä suunniteltaessa esimerkiksi elvyttämällä vanhemmissa esityksissä olleita lauluja ja käyttämällä vanhoja nukkeja. Myös ohjelmistosuunnittelua on uudistettu maltillisesti ja pidetty yllä perinteitä – esimerkiksi vuodenkiertoon liittyvistä juhlista kertovat esitykset pitävät pintansa Sampon ohjelmistossa edelleenkin.

Nukketeatteri Sampo haluaa myös kehittää toimintaansa aiempaa kansainvälisemmäksi. Kansainvälistymishanke kytkeytyy vuodesta 2017 alkaen järjestetyn SAMPO Festivaalin kehittämiseen entistä monipuolisemmaksi. Festivaali aiotaan jatkossa järjestää vuosittain ja se toimii kansainvälistymishankkeen showcase-areenana. Yhteistyötä viritellään Pohjoismaiden ja Baltian maiden kanssa. Mahdollisesti myös tämä kehittämishanke voi vaikuttaa positiivisesti teatterin muuhunkin yleisökehitykseen. Hankkeen laajuuden ja aikataulun vuoksi olen kuitenkin rajannut tämän osa-alueen pois kehittämistyöstäni, jotta se ei laajenisi liikaa.

Kaikkea ei pienillä resursseilla ole mahdollista tehdä. Mihin Sampon kannattaisi tulevaisuudessa keskittyä, jotta kävijämäärät saataisiin kasvuun? Mahdollisia jo aiemmin (ennen kehittämistyöprojektiä) tunnistettuja vastauksia ovat keskittyminen lastenesityksiin, kansainvälistyminen ja koulutuksen kehittäminen. Oma ajatukseni on, että Sampon kannattaa panostaa ydinosaamisalueeseensa, eli hyvin toteutettujen lastenesitysten tekemiseen, lapsilähtöisyyteen, visuaalisuuteen ja elävään musiikkiin jokaisessa esityksessä. Tämä sama ajatus on tullut esille keskusteluissa henkilökunnan kesken, ja se näkyi myös Sampo 2.0 -työpajassa, joka järjestettiin keväällä 2017 teatterin henkilökun-

nalle ja hallitukselle (selostan tämän työpajan antia tarkemmin kappaleessa 6.1). Tärkeää on mielestäni myös kommunikoida näitä lähtökohtia ja niiden merkitystä yleisölle entistä selkeämmin ja tarkemmin. Tässä yleisötyön kehittäminen voi olla suuressa roolissa.

4 Tutkimuskysymykset ja tavoitteet

Kehittämistyöni tutkimuskysymykset ovat:

- Miten lisätä Nukketeatteri Sampon yleisömääriä yleisötyön avulla?
- Miten löytää uusia yleisöjä yleisötyön menetelmien avulla?

Tavoitteena oli tutkia teatterissa käytössä olevia yleisötyön muotoja ja kehittää niitä aiempaa paremmaksi ja ottaa käyttöön uusia yleisötyön menetelmiä, joilla voidaan lisätä teatterissa kävijöiden määrää pitkällä aikavälillä ja tehdä teatterin toiminnasta aiempaa kiinnostavampaa.

Tutkimusmenetelmät – benchmarking, kyselytutkimus, haastattelut ja dokumenttianalyysi – valikoituivat käyttöön siksi, että niiden avulla oli mahdollista saada parhaiten materiaalia työhön. Benchmarking antoi tietoa siitä, miten muissa teattereissa toimitaan; kyselyt ja haastattelut toivat tietoa teatterin yleisön toiveista ja tekijöiden omasta ajattelusta, ja dokumenttianalyysin avulla pystyin pureutumaan syvällisemmin olemassa olevaan tilanteeseen.

Keskityin työssäni pääasiassa lapsiryhmiin, ja sivusin vain lyhyesti muita kävijäryhmiä. Tähän työn kuluessa tehtyyn rajaukseen oli useita syitä: koulu- ja päiväkotiyleisöjen määrä oli vähentynyt eniten aiempien vuosien aikana, ja lapsiperheyleisöjen tarpeita oli selvitetty Suvi Otraseen projektissa enemmän. Tutkimuskohteena oleva Nukketeatteri Sampo tekee teatteria pääasiassa lapsille, joiden kohdalla uutta tietoa kaivattiin enemmän. Saatavilla oleva aineisto ei myöskään antanut vastauksia aikuisyleisön tilanteesta.

5 Kehittämistyön menetelmät

Aineistonhankintamenetelminä käytin työssäni muun muassa benchmarkingia eli vertaisanalyysiä, jonka tarkoituksena on tutkia muiden toimijoiden työtapoja ja käytäntöjä ja löytää sitä kautta uusia tapoja kehittää omaa toimintaa (Ojasalo & al 2015, 186). Kävin haastattelemassa markkinointia, tiedotusta ja yleisötyötä tekeviä henkilöitä kolmessa lastenteatterissa: Teatteri Hevosenkengässä ja TOTEM-teatterissa Espoossa ja Tanssiteatteri Hurjaruuthissa Helsingissä. Näillä toimijoilla on paljon kokemusta eri ikäisten lasten kanssa toteutettavasta yleisötyöstä, ja ne ovat tehneet myös onnistunutta markkinointia, joten ne ovat hyviä benchmarkingin kohteita.

Useassa näistä lastenteattereista on hyvin monipuolista toimintaa, joten ne sopivat hyvin vertaisanalyysin kohteiksi Sampolle, joka pyrkii myös olemaan hyvin monipuolinen lastenkulttuuri- ja nukketeatterikeskus. Etsin benchmarkingin kautta tietoa kahteen kysymykseen: miten kyseisissä lastenteattereissa tehdään yleisötyötä ja mitkä ovat sen päämäärät, ja miten kohteiden markkinointi ja viestintä on järjestetty.

Palvelumuotoilun opiskelija Suvi Otranen teki syksyn 2018 aikana opintoihinsa liittyvän palvelumuotoilun projektin Nukketeatteri Sampolle. Hän kartoitti Sampon palvelupolkua ja esitti parannuksia toimintaan (Otranen 2019, kts. liite 1). Palvelupolulla tarkoitetaan asiakkaan prosessia eli sitä jatkumoa, jonka läpi asiakas kulkee tullessaan (tässä tapauksessa) Sampoon, lipun ostamisesta teatteriin saapumiseen, esityksen katsomiseen ja teatterista lähtemiseen asti. Palvelupolun selvittämisen tarkoitus on tuoda asiakaskokemus kehittämistyön keskiöön, kartoittaa kaikki asiakkaan tarpeet ja tunteet ja visualisoida hänen toimintonsa palvelun käyttäjänä. Sen avulla voidaan kehittää asiakaskokemusta. (Ojasalo et al 2015, 73)

Teimme yhteistyötä prosessissa ja Otranen hyödynsi minun keräämääni tietoa. Otraseen työn kautta oli mahdollista tarkastella Nukketeatteri Sampon toimintaa paremmin kuin mitä minulle itselleni teatterin jokapäiväisessä toiminnassa mukana olevana olisi ollut mahdollista. Otraseella oli raikas ulkopuolisen näkökulma, ja hänen havaintonsa auttoivat kehittämään teatterin toimintaa.

Palvelupolun kartoituksessa ja visualisoinnissa käytettiin menetelminä havainnointia, katsojien haastatteluja ja asiakaskyselyitä. Asiakkaille tehtiin palautekysely, johon tuli noin 60 vastausta syksyn aikana. Vastauksia tuli vielä lisää kevään 2019 aikana. Käytän

kyselyn tuloksia lähdeaineistona myös omassa työssäni. Lisäksi etsittiin muutamia potentiaalisia asiakkaita, joita pyydettiin käymään teatterissa ja raportoimaan käynnistään, mystery shopping -menetelmänä. Mystery shoppingissa henkilö tulee ikään kuin tavallisena asiakkaana palvelun käyttäjäksi, niin ettei henkilökunta tiedä siitä. Tämä antaa mahdollisuuden arvioida palveluprosessin toimivuutta asiakkaan näkökulmasta aidossa tilanteessa. (Ojasalo et al 2015, 117) Otrasen projektityön loppuraportti on keskeinen lähde ja liitteenä tässä työssä (Otranen 2019, liite 1).

Keväällä 2016 oli Samossa tehty kävijäkysely verkossa, ja sen tuloksia oli mahdollista hyödyntää taustana nykyhetkelle. Syksyllä 2018 tehty kysely on teatterissa jatkossakin käytössä ja sitä kehitetään tarpeen mukaan. Palautteen antamista on tarkoitus tulevaisuudessa parantaa myös verkossa.

Talven 2018-2019 aikana tehtiin myös suppea kyselytutkimus päiväkodeille. Sen tarkoituksena oli kartoittaa tarkemmin muun muassa, millä perusteilla varhaiskasvattajat ja opettajat päättävät kulttuurivierailuista, ja mikä heitä erityisesti kiinnostaa. Vastauksia ei saatu kuin muutamilta päiväkodeilta, joten otos on hyvin pieni, mutta jonkinlaista suuntaa sen pohjalta voi kuitenkin saada.

Sampon arkiston lähdeaineistosta olen tehnyt dokumenttianalyysiä. Lähtökohtia oli tarpeen selvittää arkistomateriaalin avulla aika laajasti, jotta saisin tarpeeksi kattavaa tietoa, sillä monesta asiasta ei ollut selkeää käsitystä aiemmin. Esimerkiksi katsojatilastojen kehitystä ei ollut tarkasteltu aiemmin yhtä yksityiskohtaisesti, eri ajankohtia ja esityksiä toisiinsa vertaillen. Katsojatilastojen analyysillä etsin linjoja siitä, mitkä esitykset myyvät hyvin ja mitkä eivät, minä ajankohtana, ja mitkä muut asiat kenties vaikuttavat yleisömääriin. Sampon vuosikertomukset ja teatterin viestinnän tekstit ja muut materiaalit loivat kuvaa siitä, miten teatteri viestii ulospäin toiminnastaan.

Keväällä 2017 järjestettiin Sampon koko henkilökunnalle iltapäivän aivoriihisessio, jossa hahmoteltiin teatterin nykyhetkeä ja tulevaisuutta. Päivän fasilitoijana toimi Tomi Purovaara, joka kokosi siitä yhteenvedon, jonka avulla olen kartoittanut teatterin tilannetta.

Halusin myös kysyä tuntemiltani kulttuurin ja taiteen ammattilaisilta, miten he kehittäisivät Nukketeatteri Sampoa. Käytin tutkimusryhmänä opiskelutovereitani Metropolia Am-

mattikorkeakoulussa, joille järjestin ideariihen keväällä 2018. Tästä syntyi hauskoja ideoita, joista osa on jollain tavalla tarttunut mukaan, vaikka mitään niistä en lopulta varsinaiseksi kehittämisehdotukseksi kehitellytkään.

6 Taustoja ja työkaluja yleisötyön kehittämiseen

Tässä kappaleessa analysoin erilaisia lähdeaineistojani. Aloitan Sampoossa keväällä 2017 pidetyn työpajan annista, minkä jälkeen erittelen benchmarking-kohteiltani saatua tietoa ja lopuksi analysoin Suvi Otraseen palvelupolku-selvitystä ja esittelen sen pohjalta luodut Nukketeatteri Sampon yleisöryhmät.

6.1 Sampo 2.0 – SWOT-analyysiä keväällä 2017

Mistä tilanteesta lähdin tekemään kehittämistyötäni? Sitä avaa raportti keväällä 2017 pidetystä aivoriihityöpajasta, jota oli fasilitoimassa Tomi Purovaara. Hän oli nimennyt työpajasta kokoamansa raportin loppusanat otsikolla ”Sampo 2.0” ja hahmotteli niissä Nukketeatteri Sampoa vuonna 2022 päivän tulosten pohjalta. Työpajassa oli läsnä suurin osa Sampon työntekijöistä ja lisäksi teatterin kannatusyhdistyksen hallituksen puheenjohtaja. Työpajaan sisältyi SWOT-analyysi, jossa pohdittiin Sampon organisaation ja sen toiminnan vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia, minkä jälkeen pohdittiin olemassa olevia resursseja, tavoitteita ja toiveita (vrt. Ojasalo & al 2015: 148-149).⁵

Raportin mukaan työpajassa todettiin, että teatterin tavoitteina on saada uusia yleisöjä, kehittää visuaalisuutta ja musiikki-ilmaisua, joka on Sampolla vahva, pyrkiä monikielisyyteen ja kansainvälistyä. Teatterin vahvuuksia olivat laadukas sisältö, henkilökunnan sitoutuminen ja oman vahvan brändin rakentaminen. Sampoa pidettiin läsnäolon keitaana, jossa on hyvä ilmapiiri, monimuotoisena, helposti saavutettavana viihtyisänä kulttuurikeskuksena. Mahdollisiksi tulevaisuuden uhiksi identifioitiin julkisen rahoituksen muutokset, muun tarjonnan runsaus ja kilpailu (ei välttämättä teatteri, vaan ylipäättään vapaa-ajan muutos) ja globalisaatio ja median murros (vaikea saada viestejä läpi mediassa, jota kiinnostaa vain uusi ja ihmeellinen). Taustalla oli yleinen taloustilanne, joka vaikuttaa toisaalta perheiden ostovoimaan ja toisaalta päiväkotien ja koulujen mahdollisuuksiin

⁵ SWOT tulee englannin kielen sanoista Strength, Weakness, Opportunity, Threat.

tuoda ryhmiä teatteriin. Myös suunnitteilla olevan VOS-uudistuksen vaikutus Sampoon on kysymysmerkki. Miten rakentaa sellaista ohjelmistoa ja sellaista toimintaa, jolla säilytämme rahoituksen tai mielellään jopa kasvatamme sitä? Esimerkiksi osallistaminen ja yleisötyö ovat asioita, joita tulevaisuudessa pidetään yhä keskeisempinä rahoitusta myönnettäessä.⁶

Mikä oli työntekijöiden tulevaisuuden visio teatterista työpajan raportin mukaan? Ohjelmiston tasolla vahvuusalueina nähtiin visuaalisuus ja musiikki, koskettavuus ja oma ajattelu sekä monikielisyys ja sanattomuus. Esille nousivat muun muassa ohjelmiston uudistaminen ja segmentointi kohderyhmittäin, sadun uudet muodot ja voima, yleisötyön kehittäminen ja omien vahvuuksien korostaminen. Toisaalta halutaan ylläpitää monita-soista, kaikkia ikäryhmiä eri tasoilla koskettavaa ohjelmistoa.

Työpajassa pohdittiin tulevaisuuden yleisöjämme, ja keskeisiksi tavoitteiksi kirkastuivat kieliriippumattomuus, jonka avulla yleisön kielitaidolla ei ole merkitystä, koululaisprojek-tien kehittäminen ja mediayhteistyön kehittäminen. Eri-ikäisten yleisöjen tavoittaminen, jonka avulla voidaan luoda mahdollisuuksia sukupolvien kohtaamiselle, voisi olla hyvä lähtökohta uusien yleisöryhmien vetämiseen teatteriin. Toisaalta koululaisia ja myös päi-väkotiryhmiä pitäisi saada teatteriin enemmän. Työpajassa pohdittiin, että siinä voisivat auttaa esimerkiksi esityksiin liitettävät työpajat, jotka toisivat ryhmien jäsenille enemmän sisältöä.

Lopuksi hahmoteltiin yhteistä visiota tulevaisuudelle ja mietittiin keinoja, joilla saavuttaa tavoitteet. Esiin nousi seuraavanlaisia asioita: Sampon brändin kirkastaminen ja arvojen nostaminen paremmin esiin, laajempi yhteistyö muiden toimijoiden kanssa, keskittyminen niihin osa-alueisiin, jotka hallitaan parhaiten ja niiden kehittäminen. Pohdittiin myös sitä, että Sampo voisi profiloitua entistä vahvemmin rauhallisena keitaana keskellä kii-reistä maailmaa, paikkana, jossa kännykän voi laittaa pois ja keskittyä yhdessä olemi-seen.

Käytännön tasolla löytyi useita toteuttamiskelpoisia ajatuksia, kuten ulosvuokrauksen ja syntymäpäivätapahtumien kehittäminen. Osa näistä suunnitelmista onkin nytkähtänyt eteenpäin.

⁶ Tähän ei ole suoraa lähdettä olemassa, mutta osana työtäni on myös apurahahakemusten valmistelu, ja etenkin kaikissa valtiolta ja kaupungilta haettavissa avustuksissa edellytetään yhä enenevässä määrin tietoja yleisötyöstä, osallisuudesta ja saavutettavuudesta.

Tomi Purovaara toteaa loppukommenteissaan, että olisi tärkeää keskittyä yhteen asiaan kerrallaan. Hän pitää tärkeänä myös strategisten yleisösegmenttien valintaa ja analysoi, että teatterin arvojen pohjalta kannattaisi keskittyä pienten lasten suuntaan. Hän nostaa esille osallistavuuden merkityksen ja uusien kumppanuuksien löytämisen. Purovaara painottaa myös, että mikäli halutaan löytää uusia kohderyhmiä, on tärkeää ottaa mukaan tekijöitä, joilla on suhde kyseiseen ryhmään. Lopuksi hän toteaa, että olisi tärkeää profiloida Sampo uudestaan entistä vahvemmin ja luoda sille oma uusi identiteetti, joka ei ole sidoksissa teatterin perustajaan Maija Barićiin. Näin olisi mahdollista tehdä Samposta houkutteleva, uudistuva, osallistava toimija, joka vastaa tulevaisuuden tarpeisiin. (Nukketeatteri Sampo 2.0. Aivoriihityöpaja 26.5.2017)

Kevään 2017 yhteisen aivoriihen pohdintoihin on tärkeää palata, jotta siellä hahmotellut asiat eivät unohdu. Teatterin jatkuvan kehityksen kannalta on erittäin tärkeää keskustella sen tulevaisuudesta koko henkilökunnan voimin säännöllisesti.⁷

6.2 Benchmarking: ideoita vertaisilta

Saadakseni tietoa siitä, miten muualla tehdään yleisötyötä, kävin tutustumassa kolmen lastenteatterin toimintaan: Tanssiteatteri Hurjaruuth, Teatteri Hevosenkengä ja TOTEM-teatteri. Tein benchmarking-haastattelun Hurjaruuthissa markkinointipäällikkö Pisko Aunolan kanssa, Hevosenkengässä haastateltavana olivat teatterikuraattori, ryhmätaideterapeutti Sanna Hallén ja tiedottaja-tuottaja Pirta Laaksonen ja TOTEM-teatterissa tuottaja Tiina Piispa. Lisäksi tutustuin teattereiden nettisivuihin.

Benchmarking-haastatteluissani näkyi selkeästi, että teattereissa yleisötyötä tekevät eivät ajattele eivätkä halua ajatella sitä taiteellisesta työstä erillisenä asiana. Heille tärkeää on, että yleisötyö on sisällä rakenteissa, eikä sitä ajatella lisäprojektina, joka rakennetaan olemassa olevan taiteellisen työn päälle. Uuden esityksen suunnittelussa yleisötyön tulee olla jo alusta alkaen mukana. Se saa myös vaikuttaa taiteelliseen työhön ja usein tekeekin niin. Resurssit yleisötyön suunnitteluun ja toteutukseen sisällytetään esitysten

⁷ Päivän antia ja siitä tehtyä yhteenvetoa on käytetty Nukketeatteri Sampon strategiatyössä, ja tälle keskustelulle tuli jatkoa syksyllä 2019. Tätä myöhempää keskustelua en kuitenkaan ehtinyt enää hyödyntää tämän kehittämistyön puitteissa.

budjettiin ja sille varataan myös aikaa ja työntekijäresursseja produktioiden suunnittelu- vaiheessa. (Aunola 2018, Hallén & Laaksonen 2018, Piispa 2019).

Vuonna 1981 perustetussa Tanssiteatteri Hurjaruuthissa on pitkä kokemus yleisötyöstä: ensimmäisiä yleisökasvatusprojekteja teatterissa käynnisteltiin jo 1990-luvulla. Markkinointipäällikkö Pisko Aunola on kehittänyt Hurjaruuthin yleisötyötä hyvin paljon: hän oli jo tullessaan teatteriin vuonna 2007 hyvin kiinnostunut siitä. Käytännössä hän vastaa yleisötyön suunnittelusta, ja riippuen esityksestä tai projektista hänellä on joko jokin taiteilijoista tai muu henkilökunnan edustaja työparina. Yleisötyön suunnittelun vaiheita käydään prosessin aikana myös läpi koko henkilökunnan kanssa viikkopalaverissa. (Aunola 2018)

Helsingin Kaapelitehtaalla sijaitsevassa Hurjaruuthissa yleisötyön muodot ovat moninaiset. Kaikkiin Hurjaruuthin jokavuotisen Talvisirkuksen esityksiin suunnitellaan opettajan materiaali, ja mahdollisuuksien mukaan se tehdään myös muihin esityksiin. Sen on tarkoitus antaa taustaa esityksen katsomiseen ja tietoa ja käytännön eväitä sirkuksen ja teatterin maailmaan tutustumiseen. Työpajoja järjestetään sekä liittyen tiettyyn esitykseen että erillisinä kokonaisuuksina. Esitykseen liittyviä työpajoja suunnitellaan ja toteutetaan jo varhaisessa vaiheessa, jopa puolitoista vuotta ennen ensi-iltaa. Ne voivat olla myös osa teoksen suunnitteluprosessia, jolloin esitystä tehdään tulevan yleisön kanssa yhdessä. Työryhmä saattaa esimerkiksi käydä päiväkodissa useita kertoja ja päiväkodin lapset kutsutaan Hurjaruuthiin ja yhdessä tehdään esitykseen liittyviä projekteja. Hurjaruuthissa on myös käytäntönä, että koeyleisöjä otetaan teatteriin jo pari viikkoa ennen ensi-iltaa. He antavat palautetta, joka myös vaikuttaa esitykseen. (Aunola 2018) Aunolan kertoman perusteella vaikuttaa siltä, että Hurjaruuthin suhde yleisöönsä on hyvin tiivis ja vuorovaikutusta on molempiin suuntiin. Kuulostaa myös siltä, että tämä suhde hyödyttää molempia: sekä tekijöitä että katsojia.

Joidenkin esitysten yhteydessä on lisäksi järjestetty esityksen jälkeen teemailtoja, jotka liittyvät jotenkin esityksen aiheeseen. Esimerkiksi Talvisirkus Unen (2014) kohdalla yhdessä teemaillassa puhujana oli unitutkija. Yksi yleisötyön muoto on Hurjaruuthin Tonttukoulu, jossa noin 170 oppilasta vuosittain pääsee harjoittelemaan sirkukseen liittyviä taitoja ja tekemään omia esityksiä. (Aunola 2018, Hurjaruuthin nettisivut 2019).

Hurjaruuth on saanut useita kertoja myös erillistä projektirahoitusta yleisötyöhön, mutta etenkin esityksiin liittyvä yleisötyö sisällytetään produktion kustannuksiin. Resurssit ovat

aina hyvin pienet, enemmänkin työtä tehdään ”rakkaudesta lajiin” (Aunola 2018). Aunolan omassa työssä tiedottaminen ja yleisötyö linkittyvät usein niin saumattomasti, että on vaikeaa eritellä mikä on viestintää ja mikä yleisötyötä. Siksi hän kokeekin, että ne sopivat hyvin yhteen. Oman roolinsa hän määrittelee fasilitaattoriksi, jonka tehtävä on innostaa työntekijöitä. Hurjaruuthin tällä hetkellä hyvin toimiva ja onnistunut yleisötyö on vaatinut vuosien aktiivista ja sinnikästä työtä, se ei ole syntynyt mitenkään helposti. Aunola toteaa myös, että yleisötyö ei ole kaikille, jokainen teatterin työntekijä ei sitä voi tehdä eikä sitä voi kaikilta odottaa. Yleisötyötä eri organisaatioissa tekeviä yhdistää se, että he ovat henkeen ja vereen taidekasvatusihmisiä ja yhteisen asian äärellä. (Aunola 2018)

Olennaisinta Hurjaruuthin yleisötyön lähtökohdissa on se, että koko esityksen työryhmä, ja koko teatterin henkilökunta on sitoutunut yleisötyöhön ja pitää sitä tärkeänä. Teatterin johtajan rooli tässä on keskeinen: jos teatterin johto on kiinnostunut yleisötyöstä ja pitää sitä tärkeänä, sillä on onnistumisen edellytyksiä ja se tuo lisäarvoa teatterin toimintaan. ”Yleisötyö on tärkeää ja olennaista duunii, koska muuten me ummehduttais tänne,” kertoo Aunola teatterin johtajan Arja Petterssonin kommentoineen. (Aunola 2018)

Hurjaruuthin nettisivuilta saa hyvän käsityksen siitä, miten monipuolista ja päämäärätietoista teatterissa tehtävä yleisötyö on. Sivuilta löytyy materiaaleja useiden vuosien esitysten yleisötyöprojekteista ja tarkempia selvityksiä siitä, miten yleisötyötä teatterissa tehdään. Kaikki materiaalit ovat vapaasti käytettävissä ja ne voi halutessaan ladata sivuilta omaan käyttöön, mikä tekee Hurjaruuthin yleisötyöstä läpinäkyvää ja saavutettavaa. (Hurjaruuthin nettisivut 2019)

Vuonna 1975 perustetussa Teatteri Hevosenkengässä yleisötyötä on tehty yli 20 vuotta. Teatteri sijaitsee Espoon Juhannusmäessä. Yleisötyötä suunnittelevat ja toteuttavat Hevosenkengässä yleisötyöntekijä Sanna Hallén, tuottaja-tiedottaja Pirta Laaksonen ja teatterisihteeri Johanna Bergman. Sanna Hallén toteaa yleisötyön olevan tapa tuoda teatteri lähemmäs lasta, ja tarjota lapsille kokonaisvaltaisempi kokemus teatterista. Sen kautta pääsee kohtaamaan yleisöjä paremmin. ”Sehän vaikuttaa meidän työhön, lapsethan on ne meidän asiakkaat, toki ne vanhemmat tänne tuo.” (Hallén 2018) Kouluilta on myös tullut pyyntöjä, ettei käyntiin liittyisi vain se teatterikokemus, vaan myös jotain enemmän. (Hallén & Laaksonen 2018)

Hevosenkengässä yleisötyön muotoja ovat työpajat, jotka voivat liittyä esitykseen tai kä-sillä olevaan sesonkiin (esimerkiksi jouluku, pääsiäinen tai halloween) tai ylipäätään nuk-keteatterin tekemiseen, improvisaatiotyöpajat ja tilauksesta järjestettävät erilaiset workshopit. Kesäisin teatteri järjestää nukkketeatterileirejä kouluikäisille. Lisäksi Hevo-senkenkä järjestää taideterapiaa. Hevosenkengällä on myös paljon kiertuetoimintaa sekä lähialueilla että kauempana ja myös ulkomailla. (Hallén & Laaksonen 2018)

Teatteri Hevosenkenkä on nykyisin lastenkulttuurikeskus, johon kuuluu paitsi teatteri, myös Lelumuseo Hevosenkenkä, joka toimii Näyttelykeskus WeeGeessä Espoon Tapio-lassa, ja Tusculum-lisärakennus, joka rakennettiin teatterin yhteyteen erityisesti yleisö-työtä silmällä pitäen. Osa työpajoista ja kesäleirit toteutetaan yhteistyössä Lelumuseon kanssa, jolloin mukana on myös museolehtori. Museon kanssa tehtävän yleisötyön läh-tökohdat löytyvät usein museon näyttelyistä. (Hallén & Laaksonen 2018)

Hevosenkengän kohdeyleisöksi on määritelty yli kolmevuotiaat. Lisäksi ohjelmistossa on myös vauvateatteria. ”Koko teatterin toiminnan ajan päämäärä on sitten ollut taiteellinen kehittyminen ja yleisön kaikinpuolinen palveleminen jokaisella osa-alueella.” (Teatteri Hevosenkengän nettisivut, 2019)

Tiedotusta ja markkinointia Hevosenkengässä hoitavat kulttuurituottaja/tiedottaja ja teat-terisihteeri. Käytössä ovat kausiesite, sosiaalinen media, kotisivut, uutiskirje, netin ta-paumakalenterit, sähköposti ja puhelin. Lipunmyynti toimii Lippupisteen kautta, mikä mahdollistaa valtakunnallisen näkyvyyden. Lippupisteyhteistyö on koettu teatterissa hyö-dylliseksi. Tiedotuksellista yhteistyötä tehdään myös Lelumuseon kanssa. Teatterissa on käytössä palautekysely, jossa pyydetään palautetta myös yleisötyöstä. Tämä on koettu hyväksi, ja palaute vaikuttaa myös teatterin toimintaan. (Hallén & Laaksonen 2018)

Teatteri Hevosenkengässä työskentelee mainittujen lisäksi teatterinjohtaja, toimistoas-sistentti, osa-aikaisia lipunmyyjiä, teatteriteknikko, näyttämöemestari, nukentekijä ja neljä vakituista näyttelijää. Lisäksi käytetään freelance-näyttelijöitä ja myös ohjaaja, lavastaja sekä muusikot rekrytoidaan kuhunkin produktion erikseen. (Hallén & Laaksonen 2018)

Kolmas benchmarking-kohteeni oli TOTEM-teatteri, jossa haastattelin tuottaja Tiina Piis-paa. Espoosta käsin toimiva TOTEM on kiertävä lastenteatteri, jonka esitykset on suun-nattu alakouluikäisille. Teatteri on perustettu vuonna 1986 ja siellä työskentelee kaksi vakituista työntekijää, taiteellinen johtaja ja tuottaja. Freelancereita on mukana noin 25

henkilöä vuosittain. Uusia esityksiä tulee 1-2 vuodessa, ensi-ilta on yleensä tammi-kuussa. Teatteri tekee nykyteatteria: esityksiin tehdään aina uusi käsikirjoitus, ja työryhmä valitaan esityskohtaisesti. Yleensä esitystä tekemässä on ohjaaja, käsikirjoittaja ja kaksi näyttelijää, sekä visuaalinen suunnittelija ja teatteritekniikko. Lisäksi teatterissa työskentelee teatteripedagogi. Osa esityksistä tehdään myös ruotsin kielellä, sillä teatteri on kaksikielinen. (Piispa 2019, TOTEM-teatterin nettisivut 2019)

TOTEM-teatteri ei siis järjestä lainkaan yleisölle avoimia esityksiä, vaan sen kaikki esitykset pidetään kouluissa. Näin ollen myös esitysten markkinointi suuntautuu nimenomaan suoraan kouluille. Keskustelussa Tiina Piispan kanssa tuli esille paljon ideoita liittyen erityisesti toiminnan kehittämiseen ja siihen, miten olennaisen tärkeää on tuntee yleisönsä, jotta voisi markkinoida tehtävää työtä mahdollisimman vaikuttavasti. Piispa oli osallistunut koulutuksiin, joissa pohdittiin tätä aihepiiriä. Hän nosti esille, miten tärkeää pyrkiä markkinoimaan kohdeyleisön tarpeet huomioon ottaen. Jos esityksen tilaamisesta päättävälle henkilölle on esimerkiksi tärkeää, että hinta ei ole liian korkea, voi hyödyntää tätä markkinoinnissa mainitsemalla, miten edullinen hinta on ja mitä kaikkea sillä saa. (Piispa 2019) Tähän tarvitaan myös tarpeeksi yksityiskohtaista tietoa yleisöstä.

TOTEM-teatterissa teatteripedagogi suunnittelee ja toteuttaa yleisötyön kunkin esityksen yhteyteen. Hän on aktiivisesti mukana esityksen tuotantoprosessissa koko harjoituskauden ajan, ja suunnittelee työpajan ja tehtävämateriaalit. Materiaaleihin kuuluu suuntaava ennakkotehtävä, joka ohjaa pohdintaan ennen esityksen näkemistä. Heti esityksen jälkeen esiintyjät vetävät yleisökeskustelun, jonka suuntaviivat on suunnitellut teatteripedagogi. Esityksen jälkeen opettajien käytettävissä on purkutehtävä, ja osalle luokista (yleensä 3) on tarjolla myös esitykseen liittyvä työpaja. (Piispa 2019)

TOTEM-teatterin yleisötyön tarkoitus on syventää teatterikokemusta ja antaa vihjeitä siihen, miten esitystä lukea. Sitä ei tarvitse ymmärtää, vaan kokemus on tärkeä: miten esitys vaikutti? Koska TOTEM-teatteri tekee nykyteatteria, heille yleisötyö on keskeisessä roolissa avaamassa sitä, mitä yleisö näkee ja kokee tullessaan katsomaan esitystä. Nykyteatteriin saattaa tarvita eväitä, jotta kokemus ei jää pinnalliseksi. (Piispa 2019)

TOTEM-teatteri pitää olennaisen tärkeänä integroida yleisötyö vahvasti taiteelliseen toimintaan. Teatteri on saanut Suomen Kulttuurirahastolta yleisötyön kehittämiseen hankerahoituksen, joka on mahdollistanut tätä ja myös maksuttomien työpajojen järjestämistä sekä koululuokille että opettajille. TOTEM-teatterin kokemus on, että kouluilla ei

ole mahdollisuutta maksaa sekä esityksestä että työpajoista. Teatteri ottaa vahvasti huomioon työssään myös koulujen opintosuunnitelmat ja tekee yhteistyötä monien eri tahojen, kuten esimerkiksi taidemuseoiden kanssa. (Piispa 2019)

”TOTEMin toiminnan erityisyys ja merkitys on siinä, että TOTEM ’arkipäiväistää’ taiteen kohtaamista viemällä teatteria koulujen liikuntasaleihin ja tarjoamalla taidekokemuksen lähellä koululaisten omaa arkea.” (TOTEM-teatterin nettisivut, Teatterista, 2019) Tämä on hieno ajatus taiteen viemisestä lasten arkeen. Sampo kiertää myös paljon eri paikoissa, sekä kulttuuritaloissa, joissa on teatteria varten suunnitellut tilat, että kouluissa ja päiväkodeissa, jossa esiintymistilana on usein jumppasali tai muu tarpeeksi iso tila. Näissä tiloissa ei ole teatteritekniikkaa, joten esitykset täytyy suunnitella niin, että ne on mahdollista toteuttaa joko ilman teatteritekniikkaa tai niin, että se tuodaan mukana. Joka paikassa se ei edes onnistu. Sampolle tärkeää on myös antaa lapsille kokemus esityksestä, joka nähdään oikeassa teatteritilassa, valoineen ja äänineen. Molempia tarvitaan.

6.3 Katsojatilastoista aukeavaa

Olen muokannut Nukketeatteri Sampon katsojatilastoista löytyvää tietoa entistä käytävämpään muotoon, joka antaa konkreettisempaa ja helppokäyttöisempää informaatiota siitä, miten esityksissä käy väkeä. Käytössäni ovat olleet tarkat katsojatilastot kevästä 2014 – kevääseen 2019. Tässä käytettyihin lukuihin sisältyvät ainoastaan varsinaiseen esitystoimintaan kuuluneet julkiset esitykset; olen siis rajannut tämän tarkastelun ulkopuolelle tilausnäytökset ja avoimen taidekasvatustoiminnan. Näin ollen luvut eivät ole yhteismitallisia esimerkiksi julkisista lähteistä löytyvien tietojen kanssa (Teatterin Tiedotuskeskus). Rajaus on tehty siksi, että tarkastelen tässä työssä yleisötyön kehittämistä nimenomaan esitystoiminnan ympärillä.

Sampo huolehtii täysin omasta lipunmyynnistään; teatterilla ei ole käytössä mitään valtakunnallista lipunmyyntijärjestelmää. Tässä on markkinoinnin kannalta se haittapuoli, että emme myöskään näy monessa paikassa, missä muut toimijat näkyvät, kuten Lippupisteen tai Ticketmasterin tietokannoissa, emmekä saa sitä kautta markkinointiapua. Toisaalta järjestelmämme on ketterä ja pystymme kehittämään sitä itse tarpeen mukaan, ja se on pyritty rakentamaan mahdollisimman hyvin asiakkaita palvelevaksi. Lippuvarauk-

sia otetaan vastaan sähköpostitse ja puhelimitse, ja lippuja voi ostaa verkkosivuilta. Lipunmyynnin toiminnasta ja joustavuudesta on tullut asiakkailta positiivista palautetta. (kts. esim. Otranen 2019)

Sampo toimi vuoden 2015 loppuun asti Puotilan ostoskeskuksessa, jossa katsomon virallinen paikkamäärä oli 90. Vuoden 2016 alusta teatteri on toiminut Erottajankadulla, jonka salissa paikkoja on virallisesti 133. Siellä käytössä on myös gallerianäyttämö, johon mahtuu noin 60 katsojaa. (Vuosikertomukset 2014-2018) Koska käytössä ovat penkit, etenkin lapsiyleisöä mahtuu tarvittaessa saliin enemmänkin. Suurin katsojamäärä tarkasteluajana Puotilassa on ollut 126, ja Erottajankadulla 159. (Katsojatilastot 2014-2019) Mutta vaihtelu on hyvin suurta, joissakin esityksissä on ollut vain vähän katsojia.

Syyskausi ja kevätkausi ovat Samossa erilaisia, koska suurin sesonki vuoden aikana on joulunalusaika. Sampolla on kolme eri jouluesitystä, jotka ovat olleet ohjelmistossa yli 20 vuotta. (Vuosikertomukset 2014-2018) Edelleen ne vetävät suhteessa eniten yleisöä. (Katsojatilastot 2014-2019) Toinen, pienempi sesonkikausi on keväällä pääsiäisesityksen ollessa ohjelmistossa. Tarkastelen seuraavassa hieman tarkemmin lipunmyynnin kehitystä. Tilastossa ovat mukana varsinaiseen ohjelmistoon kuuluneet esitykset sekä Sampon omilla näyttämöillä, että pääkaupunkiseudun kulttuuritaloissa, joissa vierailaan säännöllisesti useita kertoja kauden aikana, mutta ei tilausnäytöksiä.⁸ Rajasin tilausnäytökset tarkastelun ulkopuolelle, koska niistä ei ole käytettävissä yhtä yksityiskohtaista tietoa ja katsojamäärät ovat melkein aina esityspaikan tekemiä arvioita, eivät tarkkoja tietoja. Tilausnäytökset ovat myös teatterin muusta yleisötyöstä ja tiedotuksesta erillinen kokonaisuus. Lähteenä koko seuraavaan jaksoon ovat Nukketeatteri Sampon katsojatilastot vuosilta 2014-2019.

Esitysten määrissä on ollut paljon vaihtelua vuosien 2014 ja 2019 välillä. Tänä aikana esitysten määrä oli pienempi silloin, kun Sampo sijaitsi Puotilassa (alimmillaan 81 esitystä syyskaudella 2014), Erottajankadulle muuton jälkeen se on noussut (suurimmillaan 102 esitystä syksyllä 2018). Keväällä 2019 esityksiä oli vain maltilliset 80. Puotilassa esitysten täyttöasteet vuosina 2014-2015 vaihtelivat 78 % ja 92 % välillä, Erottajankadulla täyttöaste on ollut 53 % ja 67 % välillä (luvut laskettu esityskausittain).⁹

⁸ Koska tilausnäytöksiä ei ole laskettu mukaan tämän kappaleen lukuihin, katsojamäärät poikkeavat esimerkiksi Teatterin Tiedotuskeskuksen tilastoista selviävistä luvuista. Kts. alaviite 10.

⁹ Luvuissa on mukana kaikki julkiset esitykset ko. kaudella, sisältäen siis myös esitykset kulttuuritaloissa, mutta ei tilausnäytöksiä.

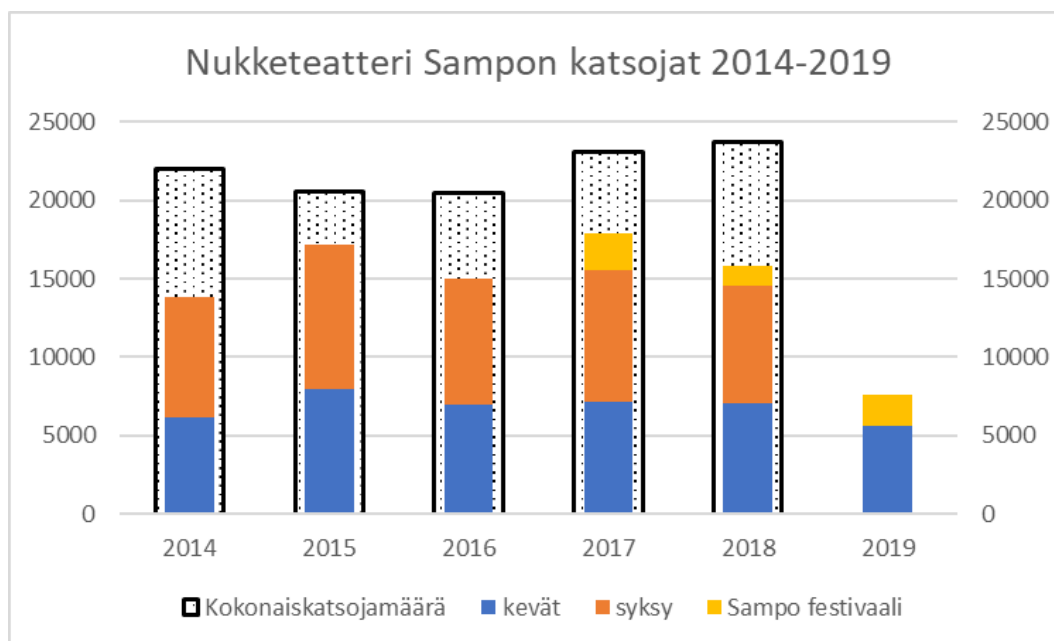
Vuoden 2015 syksyn aiempaa suurempaa katsojamäärää selittää varmasti osaltaan se, että kyseessä oli viimeinen kausi Puotilan vanhassa Sampossa: monet pitkään Sampossa käyneet katsojat halusivat varmasti käydä teatterissa vielä kerran ennen kuin se muuttaa toiseen paikkaan. Numerojen valossa on nähtävissä, että osa katsojista ei valittavasti seurannut mukana uuteen paikkaan. On kuitenkin huomionarvoista, että katsomo uudessa Sampossa on paljon suurempi (133) kuin vanhassa Sampossa (90). Jos katsojamääriä tarkastellaan verrattuna aiempaan paikkamäärään, täyttöasteen lasku näyttää pienemmältä: mikäli paikkamäärä olisi edelleen vain 90, kokonaistäyttöasteet vaihtelisivat 70 % ja 88 % välillä. Näin ollen pelkkä täyttöasteiden tarkastelu ei anna hyvää kuvaa muutoksesta.

Kokonaiskatsojamäärä (ilman tilausnäytöksiä) on supistunut tarkastelujakson vuoden 2015 luvusta (17163 katsojaa koko vuoden aikana) vuoteen 2018 mennessä (14538 katsojaan kevät- ja syyskausien aikana) 15,3 %. (Katsojatilastot 2015-2018)¹⁰ Kun SAMPO Festivaalin katsojat lasketaan mukaan, vuoden 2018 katsojamäärä nousee kuitenkin 18456 katsojaan, joten todellisuudessa katsojamäärässä on nousua 7,5 %.¹¹ Vuonna 2017 festivaali mukaan lukien katsojia oli yhteensä 19010, mikä on suurin katsojamäärä tarkastelujakson aikana. (Katsojatilastot 2014-2019)¹² Näin ollen vaikuttaa siltä, että festivaali on tullut osaltaan paikkaamaan muuten vähentynyttä yleisöä. Olisi kuitenkin ehdottoman tarpeellista saada myös kevät- ja syyskausien ns. normaaliohjelmiston katsojamääriä nostettua. Esiintyjille on huomattavan harmillista, jos katsomo on puoliksi tyhjillään, ja toisaalta esityksestä tulevat ihan samat kulut riippumatta siitä, onko katsomossa 5 vai 100 ihmistä.

¹⁰ Näissä luvuissa ei ole mukana tilausnäytöksiä eikä avoimen taidekasvatuksen osallistujia, vaan ainoastaan esitysten katsojat. Kokonaiskävijämäärät tarkastelujaksolla ovat korkeammat: 2014: 21972, 2015: 20562, 2016: 20442, 2017: 23078, 2018: 24586 (kts. myös Teatterin tiedotuskeskuksen teatteritilastot).

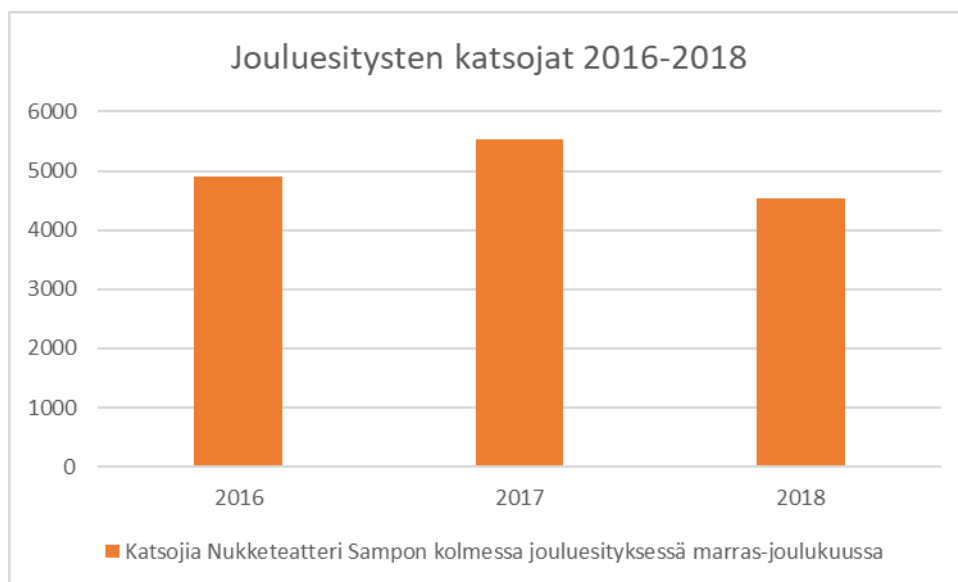
¹¹ Kts alaviite 10.

¹² Kts. alaviite 10.



Kuvio 2. Katsojamäärien kehitys 2014-2019. Kevään, syksyn ja SAMPO Festivaalin katsojamäärät on saatu Sampon omista tilastoista, ja kokonaiskatsojamäärä Teatterin Tiedotuskeskuksen (Tinfo) tilastoista, joka on virallinen ja julkinen lähde. Vuodelta 2019 ei ole vielä olemassa tietoja kuin keväältä ja SAMPO Festivaalista (28.11.2019).

Esimerkkinä kehityksestä voidaan tarkastella erikseen myös jouluesitysten lipunmyyntiä eri vuosina. Vuonna 2016 Sampon kolmesta jouluesityksestä oli 42 näytöstä. Niissä kävi yhteensä 4911 katsojaa, ja keskimääräinen täyttöaste oli 77 %. Vuonna 2017 näytöksiä oli 44, katsojia 5530 ja keskimääräinen täyttöaste 86 %. Vuonna 2018 näytöksiä oli 43, katsojia yhteensä 4535 ja keskimääräinen täyttöaste oli 72 %. Luvuista näkyy, että tässäkin vaihtelu on ollut aika suurta. Vuonna 2017 on ollut eniten yleisöä näistä kolmesta, ja syyskausi 2018 on huonoin kolmesta. (Katsojatilastot 2016, 2017, 2018)



Kuvio 3. Jouluesitysten katsojamäärät 2016-2018. Jouluesityksiä on kolme ja yleensä ensimmäiset näytökset ovat marraskuun puolivälissä ja viimeiset joulua edeltävänä viikonloppuna. Nukketeatteri Sampon katsojatilastot 2016-2018.

Syitä kehitykselle voi etsiä monesta asiasta. Vuosi 2016 oli ensimmäinen, jonka Sampo toimi uudessa paikassa Helsingin keskustassa, ja kyseessä oli ensimmäinen joulukausi Erottajalla. (Nukketeatteri Sampon vuosikertomus 2016) Osa aiemmasta Itä-Helsingissä käyneestä yleisöstä ei selvästikään enää tullut keskustaan, ja uusi yleisö ei vielä ollut löytänyt Sampoa. Oliko muutoksen viestinnällinen valmistelu tarpeeksi kattavaa vai olisiko voitu tai pitänyt tehdä enemmän aiemman yleisön säilyttämiseksi? Jälkikäteen sitä on hyvin vaikeaa kattavasti arvioida dokumenttien puuttuessa. Syksyn 2015 kausiesitteessä muutosta kerrottiin ja siitä viestittiin myös muissa kanavissa, mutta siitä, miten hyvin tieto saavutti yleisön, ei ole mitään käsitystä. (Nukketeatteri Sampon kausiesite syksy 2015)

Oman käsitykseni mukaan teatterissa kävi jo vuonna 2017 paljon sellaista uudempaa yleisöä, joka tuli lähialueilta ja oli löytänyt Sampon vasta teatterin muutettua keskustaan. Muuton aiheuttama etsikkoaika oli jo ohi, ja teatteri oli saanut uutta yleisöä. Vuonna 2018 taas oli selvästi nähtävissä, että ryhmät liikkuvat selvästi aiempia vuosia huonommin. (Katsojatilasto 2018) Tämä selviää esimerkiksi tarkastelemalla helsinkiläisten koulujen ja päiväkotien henkilöstön määriä katsojatilastoissa. Helsingin kaupungin työntekijät pääsevät ilmaiseksi teatteriin ryhmän kanssa, ja heidät merkitään erikseen tilastoon. Syksyllä 2016 näitä varhaiskasvattajia ja opettajia kävi Sampossa 306, syksyllä 2017

heitä oli 308, mutta syksyllä 2018 vain 195. Näin ollen ryhmien määrä on vähentynyt noin kolmasosalla vuonna 2018. Keväällä 2019 tilanne jatkui samana: Helsingissä kaupunkien päiväkotien ryhmien kasvattajia ja koulujen opettajia kävi kevään aikana vain 195. (Katsojatilastot 2014-2019)

Yksityisten päiväkotien ryhmiä sen sijaan on käynyt Samossa keskustaan muuton jälkeen enemmän kuin aiemmin Puotilassa, ja niiden määrä on lisääntynyt koko ajan. Tätä selittää muun muassa se, että keskusta-alueella yksityisiä päiväkoteja on enemmän kuin muualla pääkaupunkiseudulla. (Helsingin kaupungin verkkosivut, Kasvatuksen ja koulutuksen toimiala, Yksityinen päivähoito) Käsitykseni on, että yksityisillä päiväkodeilla on myös enemmän rahaa käytössä päiväkodin ulkopuolella tapahtuvaan kulttuuritoimintaan kuin kaupungin päiväkodeilla: niitä ei mikään ohjeistus estä keräämästä rahaa vanhemmilta.

Lastenteatterin kohdalla katsojatilastojen ja täyttöasteiden tarkastelu ei ole aina järkevä mittari, mutta se antaa osviittaa muutoksen suunnasta. Siksi olen pitänyt tärkeänä avata katsojatilastoihin sisältyviä lukuja hieman tarkemmin. Katsojamäärä ei kuitenkaan etenkään lastenteatterissa ole välttämättä se tärkein asia. Joillekin esityksille voi olla jopa haitaksi, jos katsojia on todella paljon. Esimerkiksi vauvateatterin ja taaperoikäisille tehdyn teatterin katsojamäärää on usein myös pakko rajoittaa. Vaikka tilaan mahtuisi enemmänkin katsojia, tilanne ei enää ole mielekäs, jos esityksessä on liikaa lapsia: silloin mahdollinen levottomuus lisääntyy helposti, jos yksi tai useampi lapsi ei jaksakaan keskittyä. Esiintyjät pystyvät ottamaan jokaisen katsojan paremmin aktiivisesti huomioon, jos heitä ei ole paljon. Siksi katsomossa olevat tyhjät paikat eivät välttämättä ole yksittäisen esityksen kohdalla mikään suuri ongelma. Kävijämääriä merkityksellisempää lastenteatterin toiminnalle ja kehitykselle on usein kohtaaminen ja esityksen vaikutus niihin katsojiin, jotka sen näkevät.

Matthew Reasonin mukaan lastenteatteriesityksellä voi olla erityistä merkitystä siksi, että se voi vahvistaa lapsikatsojan omaa kokemusta maailmasta. Hyvin merkityksellistä joillekin katsojille voi olla se, että pääsee näkemään itsensä kaltaisia henkilöitä ja tuttuja kokemuksia näyttämöllä. ”On olemassa uskomus, että produktion moraaliset tai sosiaaliset viestit voivat vaikuttaa positiivisesti lasten mieliin ja heidän suhteeseensa maailmaan.” (Reason 2010, 101)

Onko siis olennaista edes miettiä katsojalukuja, kun arvioidaan teatterin onnistumista tehtävässään? Kyllä ja ei. Teatteri ei loputtomiin voi pysyä pystyssä katsojamäärien vähetessä, koska menot pitäisi jotenkin pystyä kattamaan, eli rahavirtaa pitää tulla myös sisään. Myöskin julkisen rahoituksen oikeutusta voidaan kyseenalaistaa, mikäli teatteri tavoittaa yhä pienemmän yleisön. Toisaalta teatteritoiminnan merkityksellisyys ei synny siitä, kuinka monta ihmistä esitystä on katsomassa. Teatteriesitys itsessään on merkityksellinen jokaiselle katsojalle, joka sen näkee, eikä tätä todellisuutta tulisi väheksyä.

6.4 Nukketeatteri Sampon yleisöryhmät

Nukketeatteri Sampon yleisössä on erilaisia asiakasryhmiä, joten jatkuvasti pitää miettiä, miten viesti tulisi kohdentaa eri asiakasryhmille. Viestinnässä on usein tarpeen pohtia esimerkiksi, mille ryhmille tiettyä esitystä tai tiettyä ajankohtaa pitäisi markkinoida, ja sitä varten on ollut käytössä tietty raakajaottelu asiakasryhmistä. Viestintää toteutetaan eri tavoin päiväkotij- ja kouluryhmille, perheyleisöille ja aikuisyleisölle. Nämä olivat pääasialliset asiakasryhmät ennen kehittämistyötäni.

Syksyllä 2018 Nukketeatteri Sampon kävijöitä pohdittiin yhdessä palvelupolkua kartoittavan Suvi Otrasen kanssa. Hänen työnsä keskittyi eritoten kävijäryhmään, jonka muodostavat lapsiperheet. Lapsiperheellä tarkoitetaan tässä 1-2 aikuisen ja 1-3 lapsen kokoonpanoa, jossa aikuiset voivat olla lasten vanhempia, isovanhempia, perhetuttuja tai kummeja. (Otranen 2019) Otranen eritteli aineiston pohjalta kaksi eri kävijäryhmää: *Perinteiden vaalijat* ja *Piipahtajat*. Jako rakentui enemmänkin kävijöiden motiiveille kuin heidän viiteryhmänsä, asuinalueensa tai taustansa pohjalta. Selostan seuraavassa, mistä nämä ryhmät muodostuvat ja mikä niitä luonnehtii.

Perinteiden vaalijoihin kuuluvat katsojat, jotka ovat käyneet Sampossa jo kauan, ja joille on tärkeä perinne käydä katsomassa esimerkiksi joulunäytelmä joka vuosi, ensin omien lasten kanssa, sitten lastenlasten kanssa, ehkä koko perheen voimin. Näitä katsojia on yllättävän paljon, ja he ovat uskollisia, käyden vähintään kerran joka vuosi. Voi kuitenkin olla, että tiettyjen esitysten lisäksi he eivät eksy teatteriin. (Otranen 2019) Miten saada vedettyä nämä katsojat teatteriin myös sesongin ulkopuolella?

Toiseen ryhmään, *Piipahtajiin*, kuuluvat satunnaisemmin Sampossa käyvät katsojat. He ovat kiinnostuneita teatterin tarjonnasta, mutta heillä on paljon muitakin tapoja, joilla käyttää aikaansa. He eivät ole kovin sitoutuneita katsojia, ja heidän houkuttelemisensa teatteriin vaatii jo enemmän koukuttavaa viestintää. (Otranen 2019)

Näiden kahden ryhmän lisäksi olen tässä työssä jaotellut muut asiakkaat kolmeen ryhmään: *Lapsiryhmät*, *Kulttuurin suurkuluttajat* ja *Kulttuurialan ammattilaiset*.

Lapsiryhmät sisältävät päiväkotien ja koulujen ryhmäyleisöjä varhaiskasvattajien ja opettajien johdolla. Tämä ryhmä muodostaa Sampon yleisöstä suurimman osan. Arkiaamujen esitykset on suunnattu heille, käytössä on alhaisempi lipun hinta ja ryhmänohjaajille käynti maksaa yhden euron. Helsingin kaupungin työntekijöille se on ilmainen, koska kaupunki tarjoaa heille henkilökuntaedun tukemalla jokaisen kaupungin työntekijän käyntejä kulttuurilaitoksissa kolmella eurolla. (Kausiesitteet)

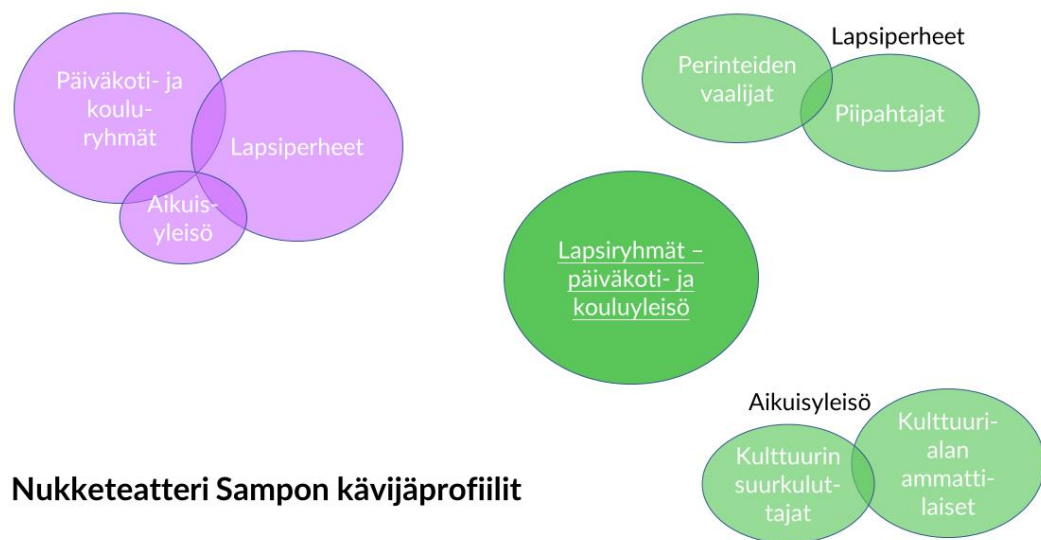
Lapsiryhmille tarjotaan myös erityishuomiota: esimerkiksi taiteilijatapauksia on mahdollista järjestää ryhmille minkä tahansa esityksen yhteyteen. Silloin tällöin ryhmille tarjotaan hyvin edullisia tai jopa vapaalippuja, etenkin jos näyttää siltä, että johonkin esitykseen on huomattavan vähän varauksia. Tässäkin on ongelmansa, koska tilanteet ilmenevät usein aika lähellä esitystä, ja kaikille päiväkotiryhmille ja koululuokille nopea reagoiminen ei ole mahdollista. Mutta tämäkin on yksi osa Sampon yleisötyötä, ja lähtökohteisesti arvostettava sellainen, koska se tarjoaa mahdollisuuden osallistua niillekin lapsille, joilla ei muuten siihen olisi mahdollisuutta. Tätä puolta olisi mielestäni syytä kuitenkin kehittää ja organisoida aiempaa paremmin. Palaan aiheeseen kehittämisehdotuksistani lyhyesti.

Opettajat ja kasvattajat käyvät Sampossa paitsi ryhmien kanssa, jonkin verran myös itsenäisesti ja oman perheen kanssa. Heistä osa on hyvin kiinnostuneita taidekasvatuksesta, ja pitää tärkeänä taide-elämysten tarjoamista lapsille. Toisille lastenteatteri ei ole niin tärkeää, mutta he etsivät sisällöistä asioita, joita voisivat hyödyntää opetuksessa. (Otranen 2019, Päiväkotikysely 2018-2019)

Kulttuurin suurkuluttajiin kuuluvat ihmiset, jotka käyvät paljon teatterissa, elokuvissa, taidenäyttelyissä ja muuta kulttuuria kuluttamassa. He ovat ryhmä, josta löytyvät usein suurin osa taidelaitosten yleisöstä. Nukketeatteri Sampon profiili on kuitenkin sen verran erilainen kuin useimpien teattereiden, että Sampossa tähän ryhmään kuuluvia ihmisiä

käy paljon vähemmän kuin muualla. Heitä kiinnostaa aikuisille suunnattu nukketatteri, mutta ei niinkään lastenteatteri.

Kulttuurialan ammattilaisista etenkin nukketatteria itse tekevät ja alan järjestöihin liittyvät ihmiset käyvät säännöllisesti Samossa ainakin katsomassa ensi-iltoja ja kiinnostavia vierailuja sekä osallistumassa festivaaleille. Heitä kiinnostavat etenkin aikuisten nukketatteri ja kansainväliset vierailut.



Nukketatteri Sampon kävijäprofiilit

Kuvio 4. Nukketatteri Sampon kävijäprofiilit. Violetilla asiakasryhmät ennen kehittämistyötä. Vihreällä uudet kävijäprofiilit, joista keskityin tässä työssä lapsiryhmiin. Ryhmät ovat osittain limittyviä, niin jäsenet kuuluvat useampaan ryhmään ja voivat myös siirtyä ryhmästä toiseen.

Kullakin näistä ryhmistä on omat erityispiirteensä ja jokainen tarvitsee erityyppistä markkinointia ja viestintää. Taustalla vaikuttavat erilaisten ryhmien erilaiset tarpeet. Keskityn omassa työssäni erityisesti Lapsiryhmiin, mihin on kolme syytä. Ensinnäkin kehittämistyön aikana kävi ilmi, että päiväkotiryhmien vierailut Samossa ovat vähentyneet aiempiin esityskausiin verrattuna. Lisäksi kouluryhmien vierailujen määrä on ollut pienempi kuin toivottaisiin jo pidemmän aikaa. On siis merkittävä tarve keskittyä entistä paremmin tämän ryhmän huomioimiseen. Toinen syy on se, että yleisötyön menetelmien testaaminen tällä aikataululla onnistuu helpoimmin nimenomaan ryhmien kohdalla. Kolmanneksi palvelupolun kartoitus tuotti jo materiaalia koskien lapsiperheyleisöjä, mutta siinä ei pohdittu tarkemmin ryhmäkatsojien tilannetta.

Päiväkoti- ja kouluryhmille pitäisi tarjota sisältöjä, jotka liittyvät jotenkin varhaiskasvatus- ja opetussuunnitelmiin. Heidät tavoittaa parhaiten suoralla kontaktilla sähköpostitse tai puhelimitse – yhteystiedot on helppo löytää (tosin niiden kattava etsiminen vie runsaasti aikaa). Heidän käymistään teatterissa rajoittavat resurssit: sekä taloudelliset että konkreettiset. Kaikissa päiväkodeissa ja kouluissa ei ole rahaa kulttuurivierailuihin, ja toisaalta joskus voi olla hankala irrottaa tarpeeksi aikuisia mukaan retkelle.

Lapsiperheillä taas on tarvetta löytää lapsille mielekästä tekemistä, ja siihen nukketatteri antaa yhden vastauksen. Aikuisyleisö on etupäässä kiinnostunut teemoista, jotka koskettavat heitä, ja nukketatteri on useimmille vieraampaa, ainakin aikuisille tarkoitettuna. He eivät välttämättä osaa etsiä tarjontaa juuri Samposta. Nukketatterin suurkuluttajia on vähän, eikä heistä riitä kattamaan yleisötavoitteita. Sama koskee ammattilaisyleisöjä.

6.5 Palvelupolku, asiakaspalautteet ja niiden pohjalta tapahtunut kehitys

Suvi Otrasen raportti palvelupolun kartoituksesta valmistui tammikuussa 2019 (liite 1). Otrasen työn päämäärä oli määritelty seuraavasti: ”Nukketatteri Sampolle tekemäni palvelumuotoilun projektin ensisijaisena tavoitteena oli lisätä ymmärrystä Sampon asiakkaista ja heidän kokemuksistaan teatterin asiakkaina.” (Otranen 2019) Projektin tutkimusmetodeina olivat havainnointi, haastattelut, asiakaskysely ja palautteen keräys sekä luotain- ja mystery shopper-menetelmään perustuva itsedokumentointitehtävä. Otranen haastatteli viisi lapsiperhettä ja kaksi lastentarhanopettajaa, jotka olivat teatterin vakituksia kävijöitä. Itsedokumentointia teki kolme perhettä. Palautekyselyjä palautettiin projektin aikana 60 kappaletta. Lisäksi tutkittiin teatterin markkinointimateriaaleja ja näkyvyyttä internetissä. (Otranen 2019)

Lopputuloksena oli kaksi asiakasryhmäprofiilia lapsiperheiden asiakassegmentistä, asiakaspolun kuvaus ja joitakin toimenpidesuosituksia. Asiakasryhmäprofiilit olivat *Perinteiden vaalija* ja *Piipahtaja*, jotka esittelin tarkemmin aiemmin. (Otranen 2019)

Otranen esitteli löydöksiä jaoteltuna eri aihealueisiin, jotka olivat näkyvyys, tiedon hakeminen ja ostopäätös, lippujen ostaminen/varaaminen, saapuminen teatterille, teatterin tiloissa asiointi, esitys ja esityksen jälkeinen toiminta. (Otranen 2019)

Näkyvyydestä raportissa todetaan, että esitteitä ja julisteita on näkyvillä joissakin kirjoissa hyvin ja toisaalla huonommin. Hän suositteli omia julisteita ja flyereita eri toimintoille laajemmin levitettäväksi, ja niiden parempaa sijoittelua kohteessa. Toisaalta Otranen oli tutkinut asiaa vain kahdessa kirjastossa ja kahdessa kulttuuritalossa, joten otos on aika suppea. Internetissä näkyvyyttä olisi raportin mukaan varaa parantaa huomattavasti: google-hauissa teatteri tuli näkyviin, mutta ei ollut aina ensimmäisten tulosten joukossa. Sosiaalisessa mediassa vaikutti raportin perusteella siltä, että Nukketeatteri Sampoon sivut eivät näy ihmisten feedissä kovin helposti: eräs asiakas oli ihmetelty, ettei ollut törmännyt Sampoon, vaikka koki seuraavansa kattavasti lastenkulttuuria sosiaalisessa mediassa. (Otranen 2019)

Tämä kommentti herätti ihmetystä teatterin tiedotustiimissä, koska jaamme Facebookissa tapahtumia ja päivityksiä säännöllisesti eri ryhmiin, jotka liittyvät nimenomaan lastenkulttuuriin ja lapsiperheille suunnattuun toimintaan eri alueilla pääkaupunkiseudulla. Tietoja näistä ryhmistä ja sivustoista päivitetään säännöllisesti, joten koemme olevamme aika hyvin selvillä siitä, missä tietoa lapsille suunnatuista tapahtumista Facebookissa on saatavilla. On siis aika erikoista, että haastateltava koki, ettei ollut törmännyt Sampoon. (Tiedotustiimin keskustelu 18.1.2019)

Otranen suositteli, että Facebook-sivujen markkinointiin käytettäisiin enemmän rahaa. Lisäksi Facebook-sivun sisältöä kannattaisi kehittää lisäämällä osallistavaa sisältöä. Otranen ehdotus oli hyödyntää esimerkiksi Maija Barićin Nukketeatteria! -kirjan sisältöä, joka voisi innostaa ihmisiä postaamaan omia käsinukkejaan. Tästä voisi tehdä esimerkiksi kilpailuja. Myös videoiden käyttöä olisi hyvä lisätä, koska ne kiinnostavat ihmisiä ja antavat tekstiä ja kuvia paremman kuvan itse toiminnasta. (Otranen 2019)

Nämä asiat ovat olleet myös minun tiedossani jo pidemmän aikaa. Markkinointiin internetissä olisi tarpeen käyttää enemmän rahaa, ja sivustoille pitäisi kehittää enemmän osallistavaa sisältöä, joka ei keskity tapahtumapostauksiin. Toisaalta samaan aikaan Facebook toimii myös tapahtumatiedotusalustana, josta jotkin ihmiset etsivät tietynä ajankohtana olevia tapahtumia. Siksi on tärkeää, että myös teatterin ohjelmisto ja muut tapahtumat löytyvät Facebookista.

Tiedon hakemiseen ja saatavuuteen liittyen Otranen teki useita huomioita. Nettisivujen käyttöliittymää oli pidetty osin vanhanaikaisena ja hankalana. Esitysten tietoja oli vaikea löytää, ja esimerkiksi teatterin esteettömyydestä viestittiin huonosti.¹³ (Otranen 2019) Nettisivujen tietosisältöä on sittemmin lisätty ja nettisivu-uudistus on käynnissä, tavoitteena, että jatkossa tieto on sivuilla paremmin saavutettavissa, ja sinne on myös entistä helpompaa lisätä erilaista materiaalia (kuvia ja videoita). Teknisesti nettisivujen toiminnan parantamiseksi ei ole kuitenkaan paljon tehtävissä, ellei niitä uudisteta aivan kokonaan, mitä tällä erää ei ole tarkoitus tehdä. Nettisivujen kehittämistä rajoittaa jonkin verran se, että teatterissa ei ole omaa henkilökuntaa, jolla olisi riittävää osaamista nettisivujen rakentamiseen. Palvelu täytyy siis ostaa ulkopuolelta. Verkkosivuille kaivattiin raportissa myös toiminnallisuutta, jolloin esitysten tietoja olisi helppo jakaa esimerkiksi pikaviestipalveluissa. (Otranen 2019) Tämän toteuttamista kannattaa tutkia.

Otranen toteaa myös, että esitteessä ”tarjontaa on paljon, mutta mikään ei oikein nouse kunnolla esille” (Otranen 2019). Hänen mukaansa ”esitysten kuvauksia voisi miettiä täysin uuden asiakkaan näkökulmasta, jolle Nukketeatteri Sampo ei ole entuudestaan tuttu”. (Otranen 2019). Hän myös totesi, että osa toiminnan kuvauksista jää epäselviksi (syntymäpäiväkonsepti, peliperjantai). Tätä on seuraavissa esitteissä kehitetty. Vuoden 2019 kevään esite tehtiin uudella konseptilla: kullekin esitykselle otettiin kokonainen aukeama, jossa oli paljon edustavia esityskuvia, ja esitysten nimet nostettiin näkyvämmiksi uudella fontilla. Syntymäpäivien hinnoittelua on selkeytetty ja siitä kertova aukeama on kutsuvampi. Tuloksena on näyttävämpi esite, joka kuitenkin on myös laajempi ja siten kalliimpi. Uudistetun esitteen vaikutusta asiakaskuntaan ei ole tarkemmin tutkittu, mutta samalla linjalla jatketaan toistaiseksi. Jatkossa esite löytyy pdf-muodossa myös nettisivuilta.

Lippujen hankkiminen oli tutkimuksen perusteella asiakkaiden mielestä helppoa, koska niitä saattoi ostaa suoraan verkkosivuilta, ja ne toimitettiin sähköpostitse. Siinä on kui-

¹³ Nukketeatteri Sampo ei ole esteetön: teatteriin pääsee hissillä, mutta hissille on pari porrasta ulkoa ja siinä luiska, josta ei pääse itsenäisesti pyörätuolilla. Sisätilat ovat kuitenkin esteettömät, ja tarvittaessa pyritään tarjoamaan apua teatteriin pääsemiseksi. Tämän tiedon antaminen viestinnässä on hankalaa.

tenkin ollut viivettä, jonka asiakkaat kokivat hankalaksi, ja lisäksi osa viesteistä on joutunut roskapostiin.¹⁴ (Otranen 2019) Tästä on lisätty tietoa nettisivuille, ja viime aikoina negatiivista palautetta ja kyselyjä lippujen saapumisesta on tullut vähemmän. Sivujen teknistä toimivuutta on myös parannettu.

Teatteriin saapumista asiakkaat olivat tutkimuksessa pitäneet helppona, teatterin kyltti erottuu hyvin katukuvasta. Tutkimukseen vastanneista suurin osa oli saapunut teatterille julkista liikennettä käyttäen. Autolla saapuessa parkkipaikan löytäminen voi olla vaikeaa, ja vieressä oleva parkkihalli on koettu kalliiksi. Otranen kehotti parantamaan tietoa siitä, että Sampostasta on saatavissa alennuskuponkeja parkkihalliin (-20%). (Otranen 2019)

Lapsiryhmät olivat kokeneet saapumisen metrolla helpoksi. Eräs lastentarhanopettaja oli kuitenkin valinnut ryhmälleen käynnin toiseen teatteriin, joka tarjosi kuljetuksen teatteriin. Erityistarpeisten ryhmälle julkisten kulkuvälineiden käyttäminen ei ollut mahdollista. (Otranen 2019) Tähän tarpeeseen emme pysty vastaamaan. Bussikuljetusten järjestäminen olisi liian kallista, eikä kaupunki ole suostunut tukemaan sitä. Lisäksi teatterin sijainti on haasteellinen useammalle kuin yhdelle bussille, koska katutilaa on vähän ja se on vilkkaasti liikennöity.

Teatterissa asioinnista ja tiloista tuli asiakkailta melkein pelkästään positiivista palautetta. Visuaalisesti tila koettiin inspiroivaksi ja ihastuttavaksi. Asiakkaiden ohjeistusta tiloissa voisi parantaa (siirtyminen, kenkien riisuminen/pitäminen jalassa, ym.) ja tähän onkin kiinnitetty huomiota. (Otranen 2019) Tilojen huoltamisesta erityisesti sesonkiaikana, kun esityksiä ja asiakkaita on paljon, tuli negatiivista palautetta (esimerkiksi vessoja voi olla välillä hankalaa ehtiä siivota ajoissa). (Otranen 2019) Tähän olisi syytä kiinnittää enemmän huomiota ja miettiä, olisiko henkilökuntaa syytä olla enemmän sellaisina päivinä, kun on hyvin kiireistä. Kahvila sai jonkin verran negatiivista palautetta: valikoimaan toivottiin enemmän suolaisia tuotteita ja harmiteltiin tuotteiden loppumista kesken. (Otranen 2019) Pienessä kahvilassa valikoima ja varasto ovat kuitenkin rajalliset, joten tämän asian parantaminen ei ole kovin helppoa.

¹⁴ Ostetut liput käsitellään ja siirretään varauksiin henkilökunnan toimesta, ennen kuin lippu lähtee asiakkaan sähköpostiin. Osa asiakkaista olettaa, että järjestelmä on täysin automatisoitu, ja ihmettelee siksi viivettä. Osa asiakkaista on myös saanut vain vahvistuksen ja kuitin ostoksesta, ei varsinaisia lippuja. Tämä taas johtuu sähköpostipalvelimista, ja siihen ei aina pysty vaikuttamaan.

Esitystoiminta, eli Sampon ydintuote, sai asiakkailta pelkästään positiivista palautetta. ”Moni Samossa ensimmäistä kertaa esityksen nähneistä asiakkaista kertoivat tulevansa ehdottomasti uudestaan. Piipahtajat ovat siis muutettavissa Perinteiden vaalijoiksi. Kiitosta tuli taitavasta musisoinnista, osallistamisesta, tunnelmasta ja lavasteista.” (Otranen 2019)

Lopuksi Otranen kiinnitti huomiota jälkimarkkinointiin. Se ei tunnu tavoittavan asiakkaita tarpeeksi. (Otranen 2019) Tähän olisikin syytä kiinnittää huomiota, ja pohtia keinoja, joilla asiakkaat saataisiin uudelleen houkuteluksi teatteriin. Käytännössä jälkimarkkinointi on ollut hyvin vähäistä resurssien puuttuessa. Kaikille asiakkaille ei ole mahdollista lähettää esityksen jälkeen sähköpostia ”käsin”. Esimerkiksi automatisoitu järjestelmä, jonka avulla lipun ostaneet asiakkaat saisivat viestin tulevasta esityksistä, ja samalla vaikkapa pyynnön antaa palautetta, voisi tuoda lisää asiakkaita ja maksaa itsensä nopeasti takaisin.

Palvelupolun kartoituksen aikana kerätyissä palautteissa oli nähtävissä myös merkkejä siitä, että asiakkailla ei ollut kattavasti tietoa Sampon kaikesta toiminnasta. Monet palautteenantajat kommentoivat, että eivät ole tienneet esimerkiksi Sampon tarjoavan sisältöjä myös aikuisille, tai eivät ole tienneet teatterifestivaalista, tai oheistoiminnasta (taidekasvatukselliset teemapäivät). (Kävijätutkimukset 2016, 2018)

Tarkempaa dataa siitä, että jotkut katsojat kokevat Sampon esitysten olevan ”vain lapsille” eikä välttämättä kaikille, ei tämän kehittämistyön aikana kerätyssä palautteessa tai muussa materiaalissa saatu. Sitä varten pitäisi tehdä paljon syvällisempiä haastatteluja. Asiasta on kuitenkin paljon kokemuspohjaista tietoa.

7 Yleisötyön kehittäminen Nukketeatteri Samossa

Olen kehittänyt aineistojeni pohjalta useita eri yleisötyön ideoita, joita esittelen seuraavassa. Näistä ideoista on keskusteltu eri aikoina teatterin henkilökuntaan kuuluvien kanssa. Syväällisempi keskustelu niistä käytiin Nukketeatteri Samossa 18.1.2019. Siinä olivat läsnä tuotantopäällikkö Henna Lundberg ja tuotantoassistentti Mira Kytövaara. Tuolloin pohdimme mahdollisuuksia näiden ideoiden toteuttamiseen käytännössä. Joitakin oli mahdollista toteuttaa kevään 2019 aikana. Osa ideoista jäi alustavan pohdinnan asteelle, ja niiden jatkokehittely jää kehittämistyöni ulkopuolelle. Seuraavassa esittelen ideat pääpiirteissään.

7.1 Tuo ystävät nukketeatteriin

Esimerkiksi Helsingin kaupungin Kulttuurikeskuksessa (nyk. Kulttuurin ja vapaa-ajan toimiala) on ollut hanke nimeltä Käräyttäjäkaveri, josta myöhemmin syntyi pysyvämpää Kulttuurikaveri-toimintaa (Lindholm 2015, 116-120; Helsingin kaupungin nettisivut / Kulttuurin ja vapaa-ajan toimiala / Kulttuurikaveri). ”Kulttuurikaveritoiminta on tarkoitettu avuksi kaikille, joille kulttuuritapahtumaan lähtemisen kynnys on korkea, joita yksin lähteminen ei houkuttele tai joille se on vaikeaa. Vapaaehtoiset kulttuurikaverit lähtevät seuraksi kulttuuritapahtumaan, varaavat liput ja tarvittaessa avustavat tai opastavat tapahtumapaikalle.” (Helsingin kaupungin verkkosivut / KUVA) Myös muualla Suomessa on ollut vastaavia toimintamalleja (Sorjonen & Sivonen 2015, 12)

Näiden pohjalta syntyi idea nimeltä ”Tuo ystävät nukketeatteriin”. Ajatuksena on, että Samossa aiemmin käynyt perhe kutsuu mukaansa ystäväperheen tai muun porukan, joka ei ole aiemmin käynyt Samossa. Houkutuksena kaikki saavat liput edullisempaan hintaan. Tätä päätettiin kokeilla tammikuussa 2019. Nukketeatteri Sampon teatterikerholle tarjottiin tätä mahdollisuutta sähköpostilistalla: ”Nukketeatteri Sampon tammikuun esitykset puoleen hintaan, kun tuot ystäväsi teatteriin! Nyt on upea mahdollisuus tutustuttaa myös ystävät, mummit ja kummit nukketeatteriin: tarjoamme teatterikerhon jäsenille ystävineen liput tammikuun esityksiin puoleen hintaan. Kerää kasaan vähintään 4 henkilön porukka ja tule teatteriin.” (MailChimp-sähköpostiviesti teatterikerhon postituslistalle 17.1.2109).

Valitettavasti tämä viesti ei joko tavoittanut vastaanottajia lainkaan, tai tarjous ei osunut sopivasti kiinnostuneiden kohdalle – sillä yksikään teatterikerhon jäsen ei tehnyt varusta alennushintaan ystäväperheen kanssa. Todennäköisesti ongelma oli siinä, että tammikuussa ei ollut esityksiä kuin 5, joista vain yksi viikonloppuesitys. Lisäksi lauantain esitys oli suunnattu ihan pienimmille, joten perheille, joissa on isompia lapsia, tämä tarjous ei osunut kohdalleen. Tarjouksen uudistamista olisi hyvä pohtia tarkemmin myöhemmän ajankohtana laajemmalle yleisölle. Uskon, että paremmin suunniteltuna sillä voisi olla vaikutusta. Lisäksi on vielä tarpeen pohtia, miten näitä asiakkaita voisi paikan päällä erityisesti huomioida, jotta heidän kokemuksensa teatterikäynnistä olisi mahdollisimman positiivinen ja he haluaisivat tulla uudestaan.

7.2 Taiteilijatapaamisten kehittäminen

Toinen idea on Teatteritorstaiden taiteilijatapaamisten kehittäminen. Niiden sisältö on tähän asti perustunut siihen, että yleisöllä on kysymyksiä, joihin esityksen taiteilijat vastaavat. Tämän pohjalta syntyy hyvin monenlaisia tilanteita: joskus esimerkiksi koululaisryhmällä on paljon ennakkoon valmisteltuja kysymyksiä, joista syntyy hedelmällistä vuoropuhelua, joskus taas keskustelua ei synny lainkaan, vaan kaikki katsojat lähtevät heti esityksen jälkeen. Tämä riippuu toki paljolti siitä, mikä esitys on kyseessä ja millainen yleisön koostumus on. Aloin miettiä, miten tapaamisia voisi kehittää entistä kiinnostavammiksi.

Benchmarking-kohteissani pidettiin esityksen jälkeen vastaavia keskusteluja, joiden tarkoituksena oli avata juuri koettua teatterielämystä. Haastatteluista välittyi ajatus siitä, että ne ovat suhteellisen pitkälti strukturoituja, ja kokonaisuuteen liittyä, että ryhmille annetaan ennakkoon pohdittavaksi esitykseen liittyviä aiheita. (Aunola 2018, Hallén & Laaksonen 2018, Piispa 2018) Vastaava käytäntö voisi olla hyvä ottaa käyttöön myös Sampossa. Yksi muista kehittämissuosituksistani onkin opettajan materiaalin luominen esityksiin, ja taiteilijatapaamisten ja opettajan materiaalin kehittäminen kytkeytyvät vahvasti toisiinsa. Tutustuttuaan materiaaliin ennakkoon katsojat osaavat kiinnittää enemmän huomiota niihin asioihin esityksessä, jotka on jo materiaalissa nostettu esille. Tämä ohjaa katsomiskokemusta, ja ryhmän on helpompi kommentoida näkemiään asioita esityksen jälkeen.

Koska ennakkomateriaalia ei tähän asti ole ollut, ovat Sampon taiteilijatapaamiset olleet hyvin vapaamuotoisia ja spontaaneja. Yleisön mahdollisesti esittämien kysymysten odottaminen ja keskustelu niiden pohjalta ei aina tee niistä kovin hedelmällisiä kaikille, etenkin kun pienimmät lapset kiinnittävät usein huomionsa joihinkin pieniin yksityiskohtiin, joista ei synny keskustelua. Helpoin ja kustannustehokkain vaihtoehto strukturoidumman rakenteen luomiselle on se, että tapaamisiin tulee vetäjä, jonka tehtävä on johdatella keskustelua. Pohdinnassa työtoverien kanssa (tiedotustiimin keskustelu 18.1.2019) päätettiin siihen, että minä vastaan näiden taiteilijatapaamisten suunnittelusta ja toteutuksesta.

Suunnittelin tämän jälkeen rakennetta taiteilijatapaamisille. Lyhyessä tilanteessa ei ole mahdollista käydä läpi kovin monia aiheita, mutta olisi tarpeen esitellä muutamia olennaisia kysymyksiä. Esimerkiksi se, mitä elementtejä ja vaiheita esityksen valmistamiseen sisältyy, esityksessä käytetyt nuket, esityksen musiikki ja instrumentit, esityksen lavastus ja valot. Näistä keskustelemalla yleisö voi saada käsityksen nukketeatterin tekemisestä. Lisäksi, esityksestä riippuen, voi olla hedelmällistä keskustella sen teemoista nousevista aiheista.

Uudentyyppistä taiteilijatapaamista kokeiltiin keväällä 2019 yhden MIAU! Pääsiäinen nukketeatterissa -esityksen kohdalla. Esityksessä ovat mukana Iivo Barić, Lassi Logrén, Susan Aho ja Antero Reinistö. Esityksen jälkeen tulin salin eteen, esittelin itseni ja esiintyjät, ja pyysin yleisöä sanomaan omat nimensä yhtä aikaa. Tämän jälkeen esiteltiin esityksessä olevat nuket, mikä antoi mahdollisuuden antaa tietoa erityyppisistä nukketeatterinukeista. Esityksessä on lankamarionetteja, käsinukkeja, sauvanukkeja ja varjoteatteria. Sitten esiteltiin esityksessä käytettyjä soittimia, joita oli erilaisia, ja kysyin lapsilta, osasivatko sanoa, mikä ääni esityksessä viululla tehtiin (linnun ääni). Kysyin myös, osasivatko lapset sanoa, mitä kaikkia asioita tarvitaan esityksen tekemiseen.

Pyrin joka vaiheessa tarjoamaan lapsille mahdollisuuden kysyä ja kertoa omin sanoin huomioita. Tilaisuus ei kuitenkaan ollut lopulta kovin onnistunut: vapautunutta keskustelua ei syntynyt, vaan tilanne oli aika väkinäinen. Kävimme jälkepäin esiintyjien kanssa purkukeskustelun taiteilijatapaamisesta tapahtuneesta. Teatterinjohtaja Iivo Barić totesi haluavansa pitää kiinni siitä, että taiteilijatapaamisten aloitus tulee esiintyjiltä ja alkuun kehoitetaan katsojia esittämään kysymyksiä sen sijaan, että aloitettaisiin strukturoidusti. Olimme kuitenkin samaa mieltä siitä, että tilaisuudet tarvitsevat enemmän rakennetta,

jotta yleisö ja myös esiintyjät saisivat niistä enemmän irti, ja ne lisäisivät yleisön osallisuutta teatterin toiminnassa. Siksi vetäjä tilaisuudelle olisi tärkeä uusi elementti.

Keskustelu työryhmän kanssa oli hyvin hedelmällinen myös siksi, että he painottivat jälleen kerran sitä, miten kiinnostavia ja tarkkanäköisiä huomioita lapset usein esittävät esitysten jälkeen pidetyissä keskusteluissa. Niistä huomaa, että lapset ovat todella pohjineet asiaa, ja ymmärtäneet usein esityksestä paljon enemmän kuin mitä aikuinen on odottanut. Sama ajatus on toistunut usein keskusteluissa taiteilijoiden kanssa, ja siihen viittaa myös Matthew Reason tutkimuksessaan. (Reason 2010, 38) Tämä on mielestäni tärkeää huomioida ja antaa lapsille tilaa esittää omat huomionsa vapaasti, omista lähtökohdistaan. Käytännössä tuli ilmeisen selväksi, että sen hyödyntäminen vaatii kuitenkin paljon pedagogista silmää ja osaamista.

Keskustelun jälkeen kokeilimme uudestaan toisen esityksen yhteydessä, ja tällä kertaa lopputulos oli parempi. Olin jälleen paikalla vetämässä keskustelua, mutta alun johdatelun sijaan vain esittelin itseni ja kysyin, onko yleisöllä kysyttävää. Keskustelu lähti spontaanisti liikkeelle, katsojilla oli kiinnostavia kysymyksiä, ja onnistuimme johdattelemaan keskustelua niin, että olennaiset aihealueet tuli käytyä läpi. Tässä osoittautui olennaisen tärkeäksi, että kaikki esiintyjät ovat aktiivisesti mukana tilanteessa ja keskustelussa. Heillä on paras tietämys aiheesta ja toimiva tapa esitellä nukkeja tai tekemisen tapoja. Taiteilijatapaamisia on tarkoitus kehittää jatkossa tältä pohjalta.

Keväällä 2019 otettiin käyttöön myös eräs toinen uusi toimintatapa. Aiemmin on muistutettu esityksen alussa, kun yleisö istuu jo salissa, että kännykät pitäisi laittaa kiinni ja että esitystä ei saa kuvata. Nyt tähän liitettiin mahdollisuus ottaa kuvia esityksen jälkeen nukkeiden ja esiintyjien kanssa näyttämöllä. Iso osa yleisöä tarttuu tähän tarjoukseen, jopa niin, että viikonloppuesitysten jälkeen näyttämöllä käy aikamoinen kuhina. Tietyllä tapaa taiteilijatapaamiset ovat siis käytännön tasolla kehittyneet enemmän yleisöä osallistaviksi ja kiinnostavammiksi. Tässä spontaania muistuttavassa tilanteessa syntyy usein kiinnostavia keskusteluja katsojien kanssa.

7.3 Opettajan materiaali

Aiemmin Sampolla ei ole ollut käytössä opettajille etukäteen jaettavaa materiaalia. Siitä olisi paljon hyötyä, ja sen avulla voitaisiin löytää yhteyksiä Sampon esitystoiminnan ja opetussuunnitelmien välille. Tämä auttaisi opettajia integroimaan ryhmän kanssa katsotut esitykset entistä paremmin opetukseensa, jolloin niistä olisi enemmän hyötyä koulu-
laisille. Myös päiväkotien varhaiskasvatussuunnitelmissa on pedagogisia tavoitteita, joihin Sampon esitystoiminta voisi vastata nykyistä paremmin.

Tanssiteatteri Hurjaruuthilla on jo vuosia ollut käytössä Pisko Aunolan kokoama opettajan materiaali kaikissa esityksissä. Se tehdään erikseen jokaista esitystä varten, mutta sen rakenne säilyy pääosin samanlaisena. (Aunola, Pisko 2018) Olen käyttänyt Hurjaruuthin opettajan materiaalia mallina Nukketeatteri Sampon uutta opettajan materiaalia rakentaessani.

Hurjaruuthin opettajan materiaali vaikuttaa kiinnostavalta: siihen on kerätty ensinnäkin esityksen aihepiiriin liittyviä teemoja, jotka avaavat itse esityksen sisältöä eri näkökulmista. Esimerkiksi Talvisirkus Rakkauden materiaalissa esitetään kysymyksiä rakkauden luonteesta ja ilmenemisestä, ja ohjataan pohtimaan hetkiä, jolloin on tuntenut rakkautta. Materiaali sisältää paljon tietoa nykysirkuksesta ja Hurjaruuthista ja opastaa pohtimaan, miten sirkusta tehdään, mitä kaikkea siihen tarvitaan, ja miten paljon eri tehtävissä toimivia ihmisiä on mukana sirkusesityksen tekemisessä. Materiaalista löytyy myös termejä avaava asiasanasto. Esityksen tulkintaa ohjataan kysymyksillä, jotka saavat pohtimaan henkilökohtaista suhdetta esitykseen. (Hurjaruuthin nettisivut, Opettajan materiaali esitykseen Talvisirkus Rakkaus, 2019)

Tämän ja muiden vastaavien materiaalien pohjalta suunnittelin opettajan materiaalia Sampon esityksiin. Materiaalia ei voinut kuitenkaan työstää aivan samaan malliin kuin esimerkiksi Hurjaruuthin vastaava, koska Sampon katsojista iso osa on päiväkotikäisten ryhmiä. Hurjaruuthin Talvisirkus on suunnattu kouluikäisille. Tarpeet ovat siis kovin erilaiset. Nukketeatteri Sampon opettajan materiaalissa korostuvat esityksen teemat enemmän kuin nukketeatterin käytännöt.

Mikäli halutaan kattavuutta, materiaali täytyy tehdä kaikkiin Sampon vanhoihin esityksiin. Niiden aihepiirit ovat usein hyvin yleismaailmallisia, joten niistä löytyy helposti materiaalia, jota on mahdollista hyödyntää. Vuodenkiertoon kuuluviin juhliin (vuodenajat, jouluku,

pääsiäinen) liittyviin esityksiin on myös helppo löytää tietoa sisällytettäväksi materiaaliin. Lisäksi yleisesti tunnetut sadut ovat pohjana useissa esityksissä, joten sadun luonnetta ja siinä käsiteltäviä teemoja voi käyttää materiaalissa.

Materiaalia on tarkoitus käyttää niin, että opettaja keskustelee ryhmän kanssa siinä esitetyistä asioista ennen esitykseen tuloa, ja tekee mahdollisia materiaalista löytyviä pieniä tehtäviä. Esityksessä ryhmä voi havainnoida tämän valmistautumisen pohjalta näkemäänsä, ja syventää ymmärrystä esityksestä ja nukketeatterista, mahdollisesti myös taiteilijatapauksissa. Esityksen jälkeen on mahdollista tehdä yhdessä jokin esitykseen liittyvä tehtävä tai pohdinta. Mahdollisesti ryhmille voidaan materiaalin osana tarjota ohjeet omien nukketeatterinukkien tekemiseen, hyödyntäen Maija Barićin ohjeita.

Kehittämistyön aikana valmiiksi tuli esitykseen MIAU! Pääsiäinen nukketeatterissa suunniteltu opettajan materiaali, jonka esittelin teatterin henkilökunnalle. Materiaali jaettiin myös muutamille ryhmille, jotka kävivät katsomassa esitystä. Siitä ei kuitenkaan tullut palautetta teatterille, joten käytännössä sen merkityksestä ryhmille ei ole tietoa. (Liite 3) Todennäköisesti on jatkossakin vaikeaa tietää, käyttävätkö ryhmät materiaalia, ilman että siitä pyydetään palautetta erikseen. Sekä Pisko Aunola että Tiina Piispa totesivat benchmarking-haastatteluissa, että heillä ei ole tietoa siitä, miten paljon opettajan materiaaleja hyödynnetään heidän teattereissaan (Aunola 2018, Piispa 2018).

Materiaali rakentuu esityksessä esiteltävien pääsiäisperinteiden varaan. Siinä esitellään tunnettuja pääsiäisperinteitä, ja ohjataan opettajia ja varhaiskasvattajia keskustelemaan ryhmänsä kanssa lasten omista pääsiäisperinteistä ja pohtimaan niiden taustoja. Materiaalissa on myös tietoa nukketeatterista ja Samposta ja se ohjaa pohtimaan teatterin tekemistä ja mahdollistaa ryhmälle tutustumista nukketeatteriin itse tekemällä. Osana materiaalia on myös muutamia nukketeatteriin liittyviä termejä.

Jatkossa on tarkoitus valmistaa opettajan materiaali kaikkiin Sampon tuleviin esityksiin ja kaikkiin vanhoihin esityksiin, jotka ovat edelleen ohjelmistossa. Tämä painottuu erityisesti sellaisiin esityksiin, jotka on suunnattu isommille päiväkotilapsille, esikouluryhmille ja alakoululuokille, koska nimenomaan nämä ryhmät pystyvät jo hyödyntämään tämän tyyppistä materiaalia. Aivan nuorimpien kohdalla lähestymistavan täytyy olla toisenlainen ja niissä painottuu enemmän käytännön tason kohtaaminen, kuten taiteilijatapauksissa. Yksi pohtimisen arvoinen ajatus on myös, voisiko materiaalin suunnittelussa osallistaa jollain tavoin opettajia ja/tai lapsiryhmiä.

7.4 Opettajien iltojen kehittäminen

Kasvatusalan ammattilaisille on Sampossa järjestetty vähintään kerran kaudessa oma opettajien ilta. Käytännössä on valittu jokin sopiva iltaesitys, johon on kutsuttu opettajia ja varhaiskasvattajia Helsingin kaupungin kouluista ja päiväkodeista, muun yleisön ohella, ja tarjottu esityksen jälkeen kahvia ja pullaa. Yleensä ilta on ollut kauden alussa, tarkoituksena esitellä teatterin toimintaa ja saada kasvattajat kiinnostumaan sen verran, että toisivat myös ryhmänsä katsomaan esityksiä kauden aikana.

Nämä illat ovat saaneet vaihtelevasti yleisöä. Yleensä kutsuissa on ollut vain tietoa esityksestä, mutta syksyllä 2018 lähetin kutsukirjeen, jossa on hieman enemmän tietoa teatterin syksyn ohjelmasta ja teatterin toiminnan lähtökohdista ja siitä, mitä voisimme tarjota päiväkodeille ja kouluille. Järjestimme opettajien illan päiväkotihenkilöstölle Princessa Ruusunen -esityksen yhteyteen. Siihen tuli runsaammin osallistujia kuin aiemmissa tilaisuuksissa on ollut, ja vastaanotto oli hyvä. Monia voi toki ilmainen lippu houkuttaa, mutta infotilaisuuden vastaanotosta ja sen yhteydessä käydyistä keskusteluista jäi sellainen kuva, että osallistujat olivat aidosti kiinnostuneita siitä, mitä Sampo voisi juuri heille tarjota. Tilaisuudessa jaettiin myös palautelomakkeita täytettäväksi, ja niihin tuli erittäin positiivista palautetta.

Aiempien vastaavien ja tämän tilaisuuden pohjalta on selvää, että varhaiskasvattajien ja opettajien näkökulmien ja odotusten selvittäminen on ensiarvoisen tärkeää, jotta pystyisimme palvelemaan näitä ryhmiä mahdollisimman hyvin, ja saamaan heidät käymään teatterissa enemmän. Mutta miten se voidaan toteuttaa?

Keskustelussani Raija Airaksisen kanssa kävi ilmeiseksi, että Sampon opettajien iltoihin pitäisi kehittää myös muuta kuin markkinoinnillista sisältöä, joka on ollut niiden pääasiallinen koostumus tähän mennessä. (Airaksinen 2019) Opettajille pitäisi tarjota aiempaa kiinnostavampi kohtaaminen, jonka pohjalta he innostuisivat teatterin toiminnasta ja haluaisivat aiempaa enemmän tuoda ryhmiä esityksiä katsomaan. Opettajien iltoihin kutsutaan päiväkotien ja koulujen henkilökuntaa, joille tarjotaan ilmaiset liput. Tästä markkinoititoinnasta olisi siis myös syytä olla jotain konkreettista hyötyä teatterille – muutenkin kuin se, että yhteen esitykseen saadaan lisää yleisöä.

Airaksinen painotti, että teatterillinen sisältö olisi aina kiinnostavampaa opettajille. (Airaksinen 2019) Heillä on jo tietoa siitä, mitä teatterin esitystoiminta sisältää – heidän ovat

jo vaivautuneet tulemaan paikalle, joten heille tarjottavassa ohjelmassa pitäisi olla jotain erityisesti herättävää ja mielenkiintoa lisäävää. Mitä lisäarvoa juuri Nukketeatteri Sampo voisi heidän opetukseensa antaa? Airaksisen mukaan myös pienet asiat riittävät (myös tässä) – ei tarvitse kehitellä mitään erityisen suurisuuntaisia suunnitelmia. Tärkeintä on, että vastaanottaja kokee, että heitä on erityisesti ajateltu. (Airaksinen 2019)

Tiedotustiimin palaverissa luonnostelimme ideaa, jossa Laiva on lastattu -esityksen Eetu-nukke voisi olla mukana. Eetu on yhden henkilön liikuttama, mutta aika iso muppet-tyyppinen nukke, jonka rakentamisessa on hyödynnetty robottitekniikkaa: sen silmät liikkuvat, mikä tekee nukesta hyvin elävän oloisen. Nukke voidaan liikutella niin, että nukkeillanäyttelijä on kokonaan piilossa, mikä tässä tapauksessa voimistaa illuusiota. Nukkeillanäyttelijä on tähän mennessä ollut livo Barić. Eetu on ollut käytössä muun muassa vuonna 2019 Yleisradiolle kuvatuissa Nukketeatteri Sampon lauluissa, joissa Eetu johdattaa alussa esiripun edessä laulun ääreen kertomalla, että ”Nukketeatteri Sampo esittää”. (Nukketeatteri Sampon lauluja, Yle Lapset ja Nuoret 2019) ¹⁵

Yksi mahdollisuus toteutukseen on se, että Eetulle esitetään kysymyksiä, joihin hän vastaa. Kysymykset voivat koskea nukketeatteria, mutta myös sitä, miten Sampon esitykset voivat liittyä opetukseen, ja millaisia asiasisältöjä niissä käsitellään. Yksi aihepiiri voi olla myös teatterietiketti (josta kerron lisää seuraavassa alaluvussa), ja lisäksi voidaan valaista esimerkiksi sitä, minkä ikäiselle yleisölle kukin esitys erityisesti sopii, ja minkä takia Sampon esityksissä ei ole ikäsuosituksia.¹⁶

7.5 Teatterietiketti

Teatterissa käymisen säännöt eivät aina ole kaikille katsojille selviä. Usein törmäämme työssämme siihen, että katsojilla on epäselvä käsitys siitä, miten teatterissa tulisi toimia. Asiakas saattaa pohtia, minkä ikäiselle lapselle esitys sopii. Jotkut tuovat esitykseen mukaan juomista ja syömistä.

¹⁵ Laulut kuvattiin alkuvuodesta 2019 Samossa ja ne ovat Sampon 3 eri esityksestä (MIAU! Pääsiäinen nukketeatterissa, Laiva on lastattu ja Joulu tulla jollottaa). Lauluja on esitetty vuoden 2019 aikana Pikku Kakkosessa.

¹⁶ Tämä asia herättää usein ihmetystä ja kysymyksiä, mutta kyseessä on aivan tietoinen linjaus. Sampo ei halua rajata sitä, minkä ikäisen lapsen kanssa esityksiin voi tulla, koska lapset ovat yksilöitä ja reagoivat kukin esitykseen omalla tavallaan, iästä riippumatta. Kts. lisää teatterietikettiä koskeva kappale.

Teatterietiketin hahmottelu voisi auttaa yleisön ohjeistamista. Se voisi olla huumorilla toteutettu säännöstö, joka auttaa teatterista kiinnostuneita ymmärtämään paremmin, miten tulisi toimia. Paljon sääntöjä ei ole, mutta niistä, jotka olemme luoneet, haluaisimme pitää kiinni, ja sen takia ne pitäisi saada paremmin kommunikoitua yleisölle.

Kirjoitin keväällä 2019 artikkelin ”Eläytyminen sallittu – teatterietiketti kutsuu teatteriin” liittyen tähän aiheeseen. Hahmottelin siinä teatterietiketin lähtökohtia, jotka esittelen seuraavassa. (Martikainen 2019)

Lastenteatteri on monessa muussa suhteessa oma maailmansa, elämyksellinen satumaailma. Myös esiintyjän ja katsojan suhde lastenteatterissa on erityinen ja erilainen kuin aikuisille tehdyssä teatterissa. Lapsella ei ole ennakkoasenteita, mutta ei myöskään ennakkoon muovattuja käyttäytymissääntöjä. Lapsi oppii ne aikuisten ohjeiden ja etenkin heidän antamansa mallin kautta. Jos teatterikäynti on elämän ensimmäinen, miten voisi tietää, mikä on käyttäytymiskoodisto?

Monille katsojille ei välttämättä ole selvää, miksi esimerkiksi kuvien ottaminen esityksen aikana ei ole sallittua: tekijänoikeus koskee myös teatteriesityksiä ja rajoittaa siksi kuvaamista. Lastenteatterissa kuvien ottamiseen liittyy ajatus omien lasten kanssa jaettujen kokemusten dokumentoinnista. Tai jos kyseessä on päiväkotiryhmä, voivat sen ohjaajat ajatella, että on tärkeää ottaa kuvia muistoksi vanhemmille lapsen saamasta kokemuksesta. Jos ei ole käsitystä tekijänoikeuden merkityksestä elävässä esityksessä, ei välttämättä tule ajatelleeksi, että kuvien ottaminen olisi ongelmallista. Nukketeatteri Sampossa ohjeistetaan nykyään erikseen joka esityksen alussa, että kuvien ottaminen ei ole sallittua esityksen aikana, mutta niitä voi ottaa esityksen jälkeen.

Myöskin syöminen ja juominen ovat asioita, joita emme toivo teatterisaliin – ne aiheuttavat häiriötä ja niistä saattaa tulla sotkua. Yllättävän usein vanhemmat eivät kuitenkaan huomioi salin ovesa olevia ohjeistuksia, koska heille on tärkeää, että lapsi jaksaa läpi esityksen, ja kokevat, että pieni syöminen tai juominen voi auttaa. Esitysten kesto on kuitenkin lyhyt, 30-50 minuuttia, ja oletamme teatterissa, että lapsi jaksaisi sen ajan. Syödä voi sitten esityksen jälkeen. Tämä voi kuitenkin olla vaikeaa hahmottaa vanhemmalle, joka ei ole aiemmin tai kovin monta kertaa käynyt teatterissa.

On siis monia käytännön kysymyksiä, joiden takia olisi hyvä pystyä ohjeistamaan yleisöä paremmin. Sen lisäksi teatterietiketin luominen voisi kuitenkin auttaa myös parantamaan teatterin saavutettavuutta.

Lastenteatterissa esteitä osallistumiselle saattaa luoda tietämättömyys siitä, minkä ikäisille esitykset on tarkoitettu. Nukketeatteri Sampon toiminta-ajatuksen mukaan ohjelmistomme on suunnattu kaikille ja kaikenikäisille, ja jokainen voi saada esityksistä jotain elämyksellistä ja merkityksellistä. Se on myös lapsen ja aikuisen yhteinen kokemus ja elämys.

Lastenteatteri voi myös toimia eräänlaisena opetusareenana esittävästä taiteesta nauttimiselle: jos lapsena pääsee teatteriin, oppii käymään siellä ja oppii sen käyttäytymissäännöt. Samaan aikaan on myös tärkeää huomata, että lastenteatterilla on muukin kuin tämäläntyyppinen välinearvo. Se on itsessään tärkeä teatterin laji, jonka katsojat ovat itsessään yhtä tärkeitä kuin katsojat minkä tahansa teatterin katsomossa. (vrt. Reason 2010)

Teatterietiketin olisi hyvä sisältää myös ajatus siitä, että lastenteatterissa toimitaan lasten ehdoilla, ja siellä saa olla lapsen kaltainen: aktiivinen, reagoiva, innostuva ja herkistytävä. Joskus tämä ei ole selvää lasten kanssa teatteriin tuleville: aikuiset saattavat pyrkiä hillitsemään lapsen reagointia liikaakin.

Näiden asioiden välittäminen yleisölle teatterietiketin muodossa voi auttaa madaltamaan kynnystä teatteriin tulemiselle ja tehdä Sampon toiminnasta kiinnostavampaa ja kutsuvampaa. Yksi suurimmista haasteista Sampon toiminnan ja esitysten markkinoinnissa vaikuttaa katsojakyselyjen ja palvelupolun tarkastelun perusteella olevan se, että kohdeyleisö ei aina tiedä, onko esitys tai muu toiminta suunnattu juuri heille. (Kävijätutkimukset 2016 ja 2018, Otranen 2019)

Vielä ei ole päätetty, missä muodossa teatterietikettiä voitaisiin välittää yleisölle. Mahdollisia toteuttamisen tapoja voisivat olla kuvilla höystetyt ohjeet, jotka voisi sijoittaa teatterin nettisivuille, tai mahdollisesti samalla ajatuksella tehty video. Myös Facebookia ja Instagramia voisi tässä asiassa hyödyntää. Mahdollisesti voidaan käyttää nukkeja, jotka opastavat teatterissa toimimiseen, kuten vaikkapa jo aiemmin mainittu Eetu-nukke.

Teatterietiketilille täytyy kirjoittaa suunnitelma ja käsikirjoitus, jota käytetään toteutuksen pohjana. Tämä ei ehdi valmistua tämän kehittämistyön toteuttamisen aikana, mutta ideaa kehitellään ja viedään eteenpäin pikkuhiljaa.

7.6 Muita ideoita

Edellä esittelin varsinaiset kehittämiseidani, mutta työn aikana esille tuli myös muita ideoita. Nämä jäivät ajatuksen asteelle eri syistä, eivätkä edenneet pidemmälle. Tuon kuitenkin tässä esille joitakin ideoita; mahdollisesti niihin voidaan myöhemmin vielä palata tai ne voivat tulla osaksi jotain olemassa olevaa menetelmää.

Joitakin hauskoja ajatuksia löytyi ideariihessä, jonka järjestin toukokuussa 2018 Nukke-teatteri Sampon kahvilassa omalle opiskelijaryhmälleni (kulttuurituotannon YAMK-opinnot vuonna 2018 aloittaneet). Esitin ryhmälle muutamia lähtökohtia pohdittavaksi yhdessä. Pyysin ideoita yleisön parempaan sitouttamiseen, yleisötyön kehittämiseen pienillä resursseilla ja laajemman mediakiinnostuksen herättämiseen. Lopputuloksena oli seuraavanlaisia ideoita:

- a) "Puppet resurrection": ihmiset voisivat tuoda kotoaan vanhoja käsinukkeja, ja niiden pohjalta kehiteltäisiin uusi esitys, joka sisältäisi niihin liittyviä tarinoita.
- b) Nukkedialogi-videosarja, jossa ihmiset käyvät keskustelua jostain tärkeästä aiheesta käsinuken kanssa – tai nuket keskenään. Voidaan toteuttaa myös niin, että mukana julkisuuden henkilöitä. Hyödyntää sitä ajatusta, että nuken kautta pystyy etäännyttämään vaikeitakin aiheita. Toimisi sosiaalisessa mediassa.
- c) Henkilöjuttujen tarjoaminen medialle: mukaan joku kanta-asiakas, joka on käynyt Sampossa vuosikautia. Human interest -ajattelun ja traditioiden hyödyntäminen.
- d) Nuket tubettajina: live-materiaalia näyttämön takaa ennen esitystä, kun nuket valmistautuvat.
- e) Kuvaussessiot fantasiamaailmassa.

(Ideariihi Nukketeatteri Sampossa 25.5.2018)

Kaikki ideat liittyivät lopulta pitkälti viestintään eivätkä suoranaisesti yleisötyön menetelmien kehittämiseen. Ainoastaan "puppet resurrection" liittyi esitystoimintaan ja yleisötyöhön. Se ei kuitenkaan sopinut hyvin Sampon muuhun ohjelmistosuunnitteluun, joten sekin jäi tässä vaiheessa idean asteelle. Muut ideat voivat hyvin tulla jossain vaiheessa käytäntöön Sampon viestinnässä. Tämän kehittämistyön puitteissa ne kuitenkin jäivät

sivuun, kohtuullisen konkreettisina, yksittäisinä ehdotuksina, joiden pohjalta ei ollut helppoa lähteä rakentamaan yleisötyösuunnitelmia.

Näiden lisäksi esitettiin myös erilaisia tilankäyttöön liittyviä asioita, kuten tilojen tarjoamista muiden esiintyjien käyttöön edullisesti silloin, kun Sampolla ei ole omaa ohjelmaa, ja tilojen vuokraamista yrityksille käytettäväksi esimerkiksi erilaisiin brainstorming-tilaisuuksiin, fasilitointiin, sidosryhmätilaisuuksiin ja asiakastilaisuuksiin. Molempia tapahduukin yhä enenevässä määrin. Helsingissä toimii paljon vapaita (nukketeatteri)ryhmiä, joilla ei ole omia tiloja, ja Sampolla on strateginen linjaus pyrkiä tarjoamaan tiloja käyttöön silloin kun ne olisivat muuten tyhjillään. Yritykset ja muut julkiset tahot ovat myös löytäneet Sampon innostavana paikkana järjestää omia tilaisuuksia.

Nämä positiiviset toimintakäytännöt eivät kuitenkaan liity suoranaisesti Sampon omaan teatteritoimintaan, joten ne jäävät tämän työn rajauksen ulkopuolelle.

Eräs Matthew Reasonin omassa työssään käyttämä metodi on lapsikatsojien ohjeistaminen piirtämään näkemästään esityksestä. (Reason 2010, 119-135) Etenkin lapselle, joka ei vielä osaa kirjoittaa, piirtäminen on hyvin luonteva tapa ilmaista itseään, ja piirtämällä lapsi pystyy käyttämään myös omaa luovuuttaan. Reasonin kokemukset lasten piirustuksista ovat riemastuttavia: usein lapset ovat saattaneet kiinnittää huomiota sellaisiin asioihin esityksessä, joita aikuinen ei ole tullut lainkaan ajatelleeksi, tai piirtää jotain sellaista, mitä ei esityksessä ole ollut lainkaan, ja jättää pienempään rooliin jotain aikuisen mielestä keskeistä. (Reason 2010, 119-136) Tämä antaa mahtavan kiinnostavan ikkunan lapsen tapaan ajatella. Piirustusten avulla voi myös analysoida esitystä lapsen kanssa enemmän, ja saada aikaan keskustelua siitä, miten hän on kokenut esityksen. Matthew Reason on käyttänyt tätä metodia ja viittaa piirtämiseen tietona (drawing as knowledge): piirtämällä voi ymmärtää kokemusta ja tarkastella sitä tarkemmin, luoda tulintoja ja uusia ideoita (Reason 2010, 122-135).

Piirtämistä on harjoitettu Sampon esitysten yhteydessä jonkin verran: jotkut opettajat ovat esityksen jälkeen antaneet oppilaille tehtäväksi piirtää jotain esitykseen liittyen. Jotakin piirustuksia on toimitettu myös teatterille. Voisi kuitenkin olla mielenkiintoista tehdä tästä systemaattisempi käytäntö, ja luoda sen ympärille laajempi kokonaisuus, joka olisi eräänlainen esitysten analysoimisen tapa. Piirustuksista voi myös luoda näyttelyjä.¹⁷

¹⁷ Löysin tämän piirustusidean myöhään, eikä sitä ollut siksi mahdollista hyödyntää tämän kehittämistyön puitteissa. Idea on hyvin käyttökelpoinen, ja aion hyödyntää sitä lähiaikoina.

Yksi esimerkiksi benchmarking-haastattelujen pohjalta syntynyt idea on kummikoulut ja -päiväkodit. Sampolle voisi etsiä kummikouluja ja -päiväkoteja (1-2 molempia), joiden kanssa olisi mahdollista kehittää yhteistä sisältöä. Ne voisivat toimia Sampon ”koelaboratoriona”: niiden kanssa voisi kokeilla uusia asioita ensimmäiseksi, esimerkiksi kutsua katsomaan uuden esityksen harjoituksia jo varhaisessa vaiheessa. Niiltä voisi saada palautetta, joka hyödyttäisi teatterin esitystoimintaa – edellyttäen, että suhde muodostuu sellaiseksi, että se voi toimia pitkäjänteisemmin. Koululaiset saavat samalla enemmän tietoa ja ymmärrystä nukketeatterista.

Myös huomion kiinnittäminen eri sidosryhmiin aiempaa paremmin olisi hyvin tärkeää. Tämä toteutuu esimerkiksi ottamalla yhteyttä koulujen vanhempainyhdistyksiin ja jalkautamalla opettajia ja varhaiskasvattajia kouluttaviin oppilaitoksiin.

Menneinä vuosina yhteys esimerkiksi lastentarhanopettajakoulutukseen oli kiinteä, koska koulutusohjelmaan sisältyi käytännön draamaopetusta, ja Maija Barić kävi kouluttamassa tulevia lastentarhanopettajia nukketeatteriin. (Tiedotustiimin keskustelu 18.1.2019) Tämän työskentelymuodon aktivoiminen uudestaan voisi tuoda mahdollisuuden houkutella uusia yleisöjä tulevien varhaiskasvatuksen opettajien tulevista lapsiryhmistä. Jos ryhmä sampolaisia voisi käydä esittelemässä teatterin toimintaa Helsingin yliopiston varhaiskasvatuksen opiskelijoille, he saisivat paremman käsityksen siitä ja samalla kokemuksen, että he ovat teatterille tärkeitä. Tämä olisi hyvä toteuttaa niin, että tilaisuudessa olisi jotain nukketeatteriin liittyvää osallistavaa ja aktivoivaa sisältöä. Esimerkiksi lyhyt erilaisten nukkiin esittely, tai tilanne, jossa haastatellaan nukkea, joka kertoo teatterista, samaan tapaan kuin edellä esitellyissä opettajien illoissa. Tätä varten pitäisi saada mukaan teatterin taiteellista henkilökuntaa. (Airaksinen 2019, Tiedotustiimin keskustelu 18.1.2019)

Jo Suvi Otrasen työssä esille tullut esitysten jälkimarkkinoinnin tehostaminen on myös tärkeä työmuoto, johon pitäisi panostaa tulevaisuudessa. Se liittyy kuitenkin enemmän viestinnän ja markkinoinnin kehittämiseen, johon paneudun lyhyesti seuraavassa.

8 Viestinnän ja markkinoinnin kehittäminen

Kehittämistyön edistyessä on syntynyt yleisötyön kehittämisen ohella myös uudenlaista ymmärrystä siitä, miten Nukketeatteri Sampon viestintää pitäisi kehittää jatkossa. Pohdin seuraavassa lyhyesti sitä, mikä tilanne tässä asiassa on, miten se on viime aikoina kehittynyt ja mihin suuntaan sitä voisi jatkossa viedä.

Nukketeatteri Sampossa ei ole ennen minua ollut erikseen tiedottajaa; tiedotus ja markkinointi on ollut tuotantopäällikön vastuulla. Ensimmäisiä isoja työtehtäviäni keväällä 2016 oli viestintäsuunnitelman tekeminen. Siinä hahmottelin suuntaviivoja tulevalle työlle ja yritin kartoittaa käytettävissä olevia keinoja. Yhdeksi ongelmaksi on muodostunut resurssien puute. Aika ei riitä jalkautumiseen esimerkiksi julisteiden levittämiseksi tarpeeksi usein. Rahaa taas ei ole tarpeeksi ison näkyvyyden ostamiseen. Suurin osa ostetuista mainoksista on pienissä kaupunginosalehdissä ja teatteriin liittyvissä julkaisuissa. Digitaalista mainontaa, joka voi olla kohtuullisen edullista, on toistaiseksi hyödynnetty vain vähän, mutta suunnitelmissa on sen lisääminen. Pääosa viestinnästä tapahtuu kausiohjelman, uutiskirjeiden, ryhmille lähetettävien sähköpostien ja sosiaalisen median välityksellä.

Visuaalisuus, elämyksellisyys, musiikki ja lapsilähtöisyys ovat Sampon nukketeatterin ytimessä (kts. esim. Nukketeatteri Sampon verkkosivut, osio ”Teatterimme”). Käytettävissä olevia kanavia pitkin etenkin äänimaailman välittäminen potentiaaliselle yleisölle on kuitenkin usein vaikeaa. Kieli ei välitä kaikkea sisältöä ainakaan ilman pitkiä selostuksia, joihin kiireinen viestin kohde ei välttämättä ehdi perehtyä. Esityksen tunnelman välittäminen ei ole helppoa.

Syksyllä 2018 päätettiin ohjelmalehden sisältöä uudistaa alkaen kevään 2019 kausiohjelmasta. Visuaalisuus nostettiin keskeiseksi lähtökohdaksi ja sitä silmällä pitäen tilattiin valokuvaaja ottamaan uusia kuvia osasta esityksiä, koska kaikista esityksistä ei ollut riittävästi hyviä kuvia. Aiemmin kausiohjelmassa oli vain yksi pieni kuva kustakin esityksestä, esityksen kuvaus, tekijätiedot ja esityspäivät (Nukketeatteri Sampon kausiohjelmat 2015-2018). Uuteen layoutiin varattiin kaikille omille esityksille kokonainen aukeama, niin että suurimman osan aukeamasta valloittivat kuvat esityksestä. Esittelytekstit käytiin läpi niin, että ne kuvaisivat jatkossa entistä paremmin esityksiä. Esitteen alussa olevaan yleisesittelytekstiin päätettiin lisätä entistä tarkempaa tietoa teatterin toimin-

nasta, lippujen hinnoista, pääsystä teatteriin, ikäsuositusten perusteista ja lastenvaunujen parkista. Nämä ovat asioita, joista asiakkaat kysyvät meiltä hyvin usein. Tieto pitäisi olla helposti saatavilla. (Nukketeatteri Sampon kausiohjelma kevät 2019)

Esitteestä saatiin positiivista palautetta, jonka mukaan siitä avautui nyt aivan uudella tavalla se, mistä esityksissä on kysymys (katsojan kommentti teatterilla joulukuussa 2018). Esite siis nähtävästi onnistuu välittämään entistä paremmin sitä, mikä on Sampon toiminnan ydin: visuaalisuus, elämyksellisyys, lapsilähtöisyys, elävä musiikki. Nyt nämä elementit näkyvät esitteeseen valituissa esityskuvissa. Jatkossa on tarpeen kehittää esitettä tältä pohjalta vielä paremmaksi. Nyt esitysten aikataulut jätettiin vain keskiaukeamalle, esitysten tietojen kohdalla on vain kunkin esityksen oma esityskausi: ”Esitykset ajalla x – x”. Jatkossa pohditaan, palveleeko tämä yleisöä tarpeeksi hyvin.

Myös esitteen julkaisuaikataulu aikaistui – mihin ei kylläkään ollut syynä tietoinen linjaus, vaan se, että graafikkomme ei ollut käytettävissä enää joulukuussa, joten kausiohjelman piti olla valmis jo marraskuun lopussa. Näin ollen kevään ohjelman aikataulut piti lyödä lukkoon jo marraskuun puoliväliin mennessä. Aiemmin kevään aikataulu oli valmistunut vasta juuri ennen joulua ja kausiohjelman taitto vuodenvaihteessa, niin että se oli tullut painosta vasta tammikuun puoleessa välissä. Tämä on aivan liian myöhään, kun vuoden ensimmäiset esitykset ovat tammikuun lopussa tai helmikuun alussa.

Aikataulumuutoksella oli vaikutusta toimintaamme: se vähensi kaikkien työntekijöiden loppuvuoden stressiä huomattavasti, kun jo marraskuussa tiedettiin tarkkaan, mitkä ovat kevään esitysaikataulut. Esite saatiin jakoon teatterilla, lähialueiden kirjastoissa ja useimmissa pääkaupunkiseudun kulttuuritaloissa jo joulukuun alussa. Joulunalus on Sampon vuoden suurin sesonki, jonka aikana esityksissä kävi vuonna 2018 yli 4500 katsojaa (katsojatilasto syksy 2018). Seuraavan kauden markkinointi heille on kullannarvoinen tilaisuus. Kevään esitysten myynti käynnistyi useita viikkoja aiemmin kuin normaalisti – yleensä kevään esitykset on saatu vietyä verkkoon vasta joulun välipäivinä. Joulukuun aikana myytiin kevään esityksiin verkossa tai teatterilla yhteensä 111 lippua ja varattiin 106 lippua (lippuvaraukset 31.12.2018 mennessä), mikä on huomattavasti enemmän kuin aiempina vuosina ennen vuodenvaihdetta, jolloin ryhmävarauksia on saattanut tulla ehkä n. 50 hengelle, yksittäisiä varauksia ei yleensä lainkaan, ja verkosta on ehditty ostaa vain muutamia lippuja.

Kevään 2019 aikana kävi kuitenkin ilmi, että ohjelmiston aikaisemmalla julkistuksella ei ollut vaikutusta kevään lipunmyyntiin. Tämä on selkeä merkki siitä, että markkinoinnin suunnitteluun ja toteuttamiseen on kiinnitettävä paljon enemmän huomiota kuin aiemmin.

Yksi tärkeä viestinnän kehittämisen osa-alue on teatterin nettisivut. Nukketeatteri Sampon nettisivuja ollaan parhaillaan uudistamassa, ja uusille nettisivuille on tulossa aiempaa enemmän materiaalia. Jatkossa sivuilta löytyy myös selkeämmin tietoa teatterista ja esityksistä, ja sen hyödyntäminen viestinnässä on aiempaa helpompaa.

Lopputuloksena on todettava, että Nukketeatteri Sampon viestintä ja markkinointi ei ole niin tehokasta kuin sen pitäisi olla. Koen myös, että käytettävissä olevilla resursseilla, toimintatavoilla ja ohjelmistoilla viestinnän kehittäminen ei ole mahdollista tarvittavassa laajuudessa. Esimerkiksi uudet digitaaliset välineet voisivat olla avain suuremman yleisön houkuttelemiseen teatteriin. Moderneilla viestintävälineillä on mahdollista hallita ja kohdistaa markkinointia entistä paremmin. Erilaiset asiakkuudenhallintajärjestelmät ovat arkipäivää monissa organisaatioissa ja helpottavat työtä olennaisesti. Teknisten välineiden hankintaan täytyy käyttöönottoaiheessa sijoittaa resursseja sekä taloudellisesti että työaikana, mutta pidemmällä aikavälillä ne säästävät sekä rahaa että työaikaa.¹⁸

Ehdotukseni Nukketeatteri Sampon viestinnän kehittämiseksi näyttävät konkreettisesti tältä:

1. Aiempaa selkeämpi viestintä, joka välittää aiempaa paremmin Sampon arvoja, päämääriä ja käytäntöjä, ja jonka tuloksena on lähtökohdistamme tietoisempia asiakkaita ja asiakasryhmiä, jotka saadaan sitoutettua entistä paremmin.
2. Yleisöä entistä enemmän osallistava viestintä.
3. Olemassa olevan kuva- ja videomateriaalin parempi hyödyntäminen ja Sampon visuaalisuuden ja äänimaailman tuominen selkeämmin esille.
4. Uusien markkinointikanavien käyttöönotto – esimerkiksi digitaalinen mainonta.
5. Sponsoriyhteistyön kehittäminen.
6. Käsiohjelmien kehittäminen siihen suuntaan, että niissä on enemmän tietoa.
7. Markkinointibudjetin kasvattaminen.

¹⁸ Tästä aiheesta löytyisi paljon tietoa, mutta tässä työssäni en ole pystynyt perehtymään siihen. Osallistuin keväällä 2019 Suomen Teatterit ry:n viestintä- ja markkinointikoulutukseen, jossa aiheena oli digitaalisen markkinoinnin kehittäminen teattereissa. Koulutuksessa esiteltiin myös asiakkuudenhallintajärjestelmien antamia mahdollisuuksia teatterin viestinnässä.

Näen yhtenä yleisötyön tehtävänä myös viestinnän kehittämisen, ja se on tärkeä jatko-toimenpide tämän työn jälkeen. Tässä työssä minulla ei ollut mahdollisuuksia keskittyä siihen tätä enempää. Nämä ajatukset ja ehdotukset liittyvät olennaisesti omaan työhöni Nukketeatteri Samossa ja kytkeytyvät tiiviisti tekemääni yleisötyöhön ja sen kehittämiseen, minkä takia ne oli tärkeää kirjata myös tähän.

9 Lopuksi

Lähdin tekemään tätä kehittämistyötä sillä ajatuksella, että Nukketeatteri Sampoon pitäisi jollain keinoilla saada lisää katsojia. Tunnistin yleisötyön parhaimmaksi keinoksi siihen, ja aloin miettiä tapoja, joilla sitä voisi suunnitella ja toteuttaa.

Kehittämistyön tuloksena ja yhteistyössä Suvi Otrasen kanssa syntyivät kävijäprofiilit, jotka auttavat jatkossa suuntaamaan Nukketeatteri Sampon viestintää ja markkinointia aiempaa paremmin. Selvityksen seurauksena meillä on aiempaa tarkempaa tietoa siitä, mitä yleisö meiltä haluaa. Osittain kehittämistyöni aikana haastatteluilla ja palautekyselyillä saatu tieto jäi kuitenkin suppeaksi, eikä esimerkiksi päiväkodeista saatu kattavasti tietoa. Jatkossa olisi hyvä tehdä laajempia kyselyitä erityisesti tämän ryhmän tarpeiden selvittämiseksi.

Kehittämisehdotukset, joita tutkin enemmän ja kokeilin, ovat hyviä avauksia yleisötyön viemiseksi uudelle uralle. Niitä olisi edelleen kuitenkin hyvä testata ja kehittää eteenpäin, sillä tämän työn puitteissa ne eivät vielä ehtineet kehittyä tarpeeksi. Lisäksi työn aikana syntyi muita ideoita, joita ei ollut mahdollista testata. Ne voisivat olla selvityksen ja jatkokehittelyn arvoisia.

Mielessäni oli jo pidemmän aikaa ollut kasvamassa ajatus siitä, että Sampon yleisötyötä pitäisi kehittää myös muista kuin puhtaan viestinnällisistä syistä. Prosessin edistyessä ja saadessani lisää tietoa aiheesta alkoi tuntua yhä enemmän siltä, että yleisötyö voisi olla avain myös siihen, miten teatterin toimintaa ylipäätään voisi uudistaa. Kun esitystoiminnassa on paljon samana toistuvaa sisältöä, voisi yleisötyön kautta tuoda siihen uusia työmuotoja ja toimintoja. Konkreettiset kehittämisehdotukset syntyivät myös tätä ajattelua vasten, työni aineistojen perusteella.

Tutkimustieto, jota olen käyttänyt kehittämistyössä, benchmarking-haastattelut ja muu keräämäni aineisto viittaavat hyvin vahvasti siihen, että yleisötyön integroiminen taiteilaitoksen päätyöhön eli taiteelliseen toimintaan on erittäin tärkeää. Yleisötyötä ei voi käsitellä pelkästään erilaisina projekteina, joilla on yksittäinen päämäärä, mutta ei yhteyttä toisiinsa. Yleisötyön suunnittelun ja toteutuksen täytyy nivoutua teatterin esitystoimintaan orgaanisena ja tärkeänä osana sitä, ja sitä täytyy kehittää koko ajan eteenpäin jatkuvuutta vaalien.

Tässä työssä käsittelen yleisötyötä lähtökohtaisesti markkinoinnin ja viestinnän keinona ja työkaluna, mutta päämääränä pidemmällä aikavälillä on kehittää Sampon yleisötyötä myös muita tavoitteita silmällä pitäen. Ongelmana asiassa on resurssien puute: tällä hetkellä teatterin budjetissa ei ole varattu yleisötyöhön erillisiä määrärahoja. Näin ollen tehtävät toimenpiteet pitäisi sisällyttää olemassa olevan henkilökunnan työnkuvaan tai siirtää varoja muusta toiminnasta yleisötyöhön, tai etsiä ulkopuolista lisärahoitusta, jolla palkata erikseen yleisötyöntekijä. Ratkaisut eivät ole mitenkään helppoja. Yleisötyöhön on hankalaa irrottaa työaikaa tai budjettivaroja muun toiminnan kärsimättä, ja ulkopuolisen rahoituksen löytäminen säätiöiltä tai julkisista tukilähteistä nimenomaan yleisötyön kehittämiseen on hyvin hankalaa.

Oma osaamiseni ei riitä kovin pitkälle yleisötyön kehittämisessä, koska vielä parempien toimintamuotojen aikaan saaminen edellyttää pedagogista osaamista. Siksi pidän tärkeänä, että teatteriinkin voitaisiin kiinnittää osa-aikainen teatteripedagogi, joka suunnittelisi ja toteuttaisi yleisötyötä käytännön tasolla. Tässä työssä esittämäni kehittämisehdotukset voivat tuottaa hyviä tuloksia. Uskon kuitenkin vakaasti, että niiden avulla voidaan mennä vielä pidemmälle, jos niiden jatkosuunnitteluun ja toteuttamiseen saadaan mukaan ammattitaitoinen teatteripedagogi. Hänellä olisi parhaat edellytykset tehdä yleisötyöstä oikeasti vaikuttavaa, integroida se Sampon esitystoimintaan kiinteänä osana sitä ja luoda toimintatapoja, jotka tekevät Sampon toiminnasta aiempaa kiinnostavampaa. Tämä olisi myös hyvä tapa rakentaa jatkuvuutta Sampon historiassa keskeiselle taidekasvatustyölle. Sen pitäisi olla lastenteatterin työn ydintä, ja siksi on tärkeää, että siihen panostetaan.

Toisaalta on myös hyvin tärkeää, että koko henkilökunta on sitoutunut yleisötyön kehittämiseen ja sen käytännön toteuttamiseen, ja pitää sitä tärkeänä ja olennaisena osana teatterin työtä. Tähän sekä tutkimuksellinen tieto että kehittämistyössäni hankkimani aineisto viittaa voimakkaasti. Nyt tämä ei ole Samossa käytännössä toteutunut. Syitä siihen on varmasti useita. Yksi on työn jatkuva kiireisyys ja pirstaleisuus, jonka vuoksi meillä ei aina ole tarpeeksi aikaa ja mahdollisuuksia pohtia asioita tarpeeksi syvällisesti yhdessä.

Itse en ehkä onnistunut välittämään kehittämistyöni tavoitteita ja tekemisen tapoja tarpeeksi hyvin saadakseni muut innostumaan tästä projektista. Näin ollen tämän kehittämistyön puitteissa varsinainen kehittäminen jäi suppeaksi. Toivon, että jatkossa tässä

työssä esittämäni tiedot ja toimintaehdotukset löytävät parempia toteutumismuotoja. Työ ei missään nimessä ole valmis, nyt se vasta alkaa.

On hyvä myös huomata, että tällainen kehittäminen vie aikaa: muutosta ei tapahdu nopeasti, eikä sitä oikeastaan voi kiirehtiä. Kehittäminen tarkoittaa pitkäjänteistä työtä, jonka tulokset voivat näkyä vasta useiden vuosien viiveellä. Hitaasta muutoksesta ei kuitenkaan kannata lannistua; pienetkin asiat vievät eteenpäin, vaikka sitä ei välttämättä aina arjessa huomaa.

Eräs kehittämissuositukseen liittyvä asia jäi työn rajauksen ulkopuolelle, koska keskityin työssäni etupäässä lapsiryhmiin. Niille luotu opettajan materiaali toimii samalla oheismateriaalina taiteilijataapaamisiin. Tapaamisissa on kuitenkin paljon muutakin yleisöä, joita on hankalampi tavoittaa etukäteen kysymysten pohtimisen merkeissä. Olen miettinyt tapoja, joilla myös heitä voisi osallistaa mukaan taiteilijataapaamisiin. Yksi vaihtoehto on lisätä teatterin viestintämateriaaleihin, esimerkiksi nettisivulle, tietoa taiteilijataapaamisten sisällöstä, ja esimerkkejä aiheista, joista siellä olisi mahdollista kysyä. Tietynlainen nukketheaterin tietopankki siis. Tämän kehittäminen eteenpäin jää kehittämistyöni ulkopuolelle.

Toivottua positiivista kehitystä Nukketheateri Sampon katsojatilastoissa ei ole tämän prosessin aikana vielä ollut havaittavissa. Myös syksyllä 2019 on ollut esityksiä, joihin on tullut vain vähän katsojia. Loppusyksystä on kuitenkin näyttänyt siltä, että lipunmyynti on hieman piristynyt. Joulunalus on kuitenkin aina ollut Samossa sesonkiaikaa, joten tästä ei voi vielä paljoakaan päätellä. Toivon kuitenkin, että kehitys on positiivista myös jatkossa. Vaikuttaa siltä, että siihen on kaikki mahdollisuudet.

Tomi Purovaara esitti raportissaan keväällä 2017 muutamia muutosehdotuksia, joista osa on toteutunut ja osa jäänyt. Yhdyn Purovaaran arvioon Sampon tilanteesta monessa suhteessa, ja muutostarpeita on edelleen. Etenkin viestintä ja markkinoinnin kehittäminen on tarpeen, sillä tiedotus ei ole tavoittanut potentiaalisia yleisöjä tarpeeksi hyvin tai tarpeeksi ajoissa. Olemassa olevilla resursseilla ja käytännön työtavoilla viestintä ei tule tulevaisuudessakaan tavoittamaan selvästi suurempaa määrää kiinnostuneita, mikä olisi tarpeellista, jos halutaan turvata teatterin tulevaisuus.

Etenkin SAMPO Festivaali on kuitenkin tuonut teatterin toimintaan uudenlaisia tuulia ja toimintatapoja sekä jonkin verran myös kaivattua julkista huomiota. Samalla se on nostanut teatterin kokonaiskävijämäärää. Kansainvälistyminen voi olla yksi avain teatterin

kehittämiseen. Ulkomaiset vaikutteet ja syvälliset keskustelut nukketatterin olemuksesta ovat tehneet Samposta jo nyt aiempaa kiinnostavamman ja ajassa kiinni olevan toimijan. Jatkossa festivaalin ympärille on tarkoitus kehittää vielä enemmän kansainvälistä toimintaa, joka toivottavasti samalla vie teatteria positiivisella otteella uusiin päämääriin.

Ideaalitilanne viiden vuoden kuluttua olisi mielestäni se, että esityksiä voitaisiin markkinoida niin hyvissä ajoin, että ne saavuttaisivat yleisönsä reilusti aiemmin kuin tällä hetkellä, ja ennakkomyynti olisi runsaampaa. Tavoitteeksi voisi asettaa esimerkiksi, että kaikkien esitysten lipuista vähintään puolet olisi myyty ennakkoon.

Lisäksi olisi syytä tiivistää yhteistyötä talon sisällä suhteessa viestintään: etenkin uusien esitysten suunnitteluvaiheessa viestintä pitäisi huomioida alusta alkaen. Nämä tavoitteet ovat pidemmän aikavälin tavoitteita, joihin voin toivoakseni kuitenkin avata ovia.

Lähteet

Haastattelut

Airaksinen Raija 2019. Koulutus- ja teatterivastaava. Tukholman Suomen instituutti. Haastattelu: 14.1.2019.

Aunola, Pisko 2018. Markkinointipäällikkö, yleisötyövastaava. Tanssiteatteri Hurjaruuth. Haastattelu: 26.11.2018.

Barić Maija 2018. Taiteellinen johtaja (eläkkeellä). Nukketeatteri Sampo. Haastattelu: 23.1.2018.

Hallén Sanna 2018. Teatterikuraattori, ryhmätaideterapeutti. Laaksonen, Pirta, 2018. Kulttuurituottaja/tiedottaja. Teatteri Hevosenkentä. Haastattelu: 5.11.2018.

Piispa, Tiina 2018. Tuottaja. TOTEM-teatteri. Haastattelu: 5.11.2018

Ryhmäkeskustelut

Ideariih Nukketeatteri Samossa 25.5.2018. Läsna ryhmä kulttuurituotannon YAMK-opiskelijoita (2018 aloittanut ryhmä).

Tiedotustiimin keskustelu yleisötyön kehittämisestä 18.1.2019 Nukketeatteri Samossa. Anna Martikainen (tiedottaja-tuottaja), Henna Lundberg (tuotantopäällikkö), Mira Kytövaara (tuotantoassistentti).

Nukketeatteri Sampon arkisto

Katsojatilastot kevät 2014 – kevät 2019.

Kävijätutkimus 2016: keväällä 2016 tehdyn kävijätutkimuksen yhteenveto.

Kävijätutkimus 2018: syksyllä 2018 tehdyn kävijätutkimuksen aineisto.

Nukketeatteri Sampo 2.0. Aivoriihityöpaja 26.5.2017 – fasilitoijana Tomi Purovaara. Läsnä Sampon henkilökuntaa. Muistiinpanot Tomi Purovaara.

Otranen, Suvi 2019: *Nukketeatteri Sampon toiminnan tarkastelu palvelumuotoilun keinoin*. Syksyn 2018 aikana toteutettu palvelumuotoiluprojekti. Opintotehtävä Kaakkois-Suomen Ammattikorkeakoulun (XAMK) palvelumuotoilun opetusohjelmaan (muotoilija YAMK).

Päiväkotikysely 2018-2019: syksyn 2018 ja kevään 2019 aikana tehdyn, päiväkodeille suunnatun kyselytutkimuksen aineisto.

Toimintakertomukset 2015, 2016, 2017, 2018.

Muut lähteet

Airaksinen, Raija; Mertanen, Milla Minerva; Virtanen, Pirjo 2019: *Ystävänä yleisö – katsaus teatterin yleisötyön muotoihin*. Helsinki: Draamatyö.

Heikkilä, Riie 2019: Kulttuurin karttamisen takana on monenlaisia syitä. [verkkoartikkeli] Julkaistu 5.4.2019. Ilmiömedia. Helsinki, Westermarck-seura. <https://ilmiömedia.fi/artikkelit/kulttuurin-karttamisen-takana-on-monenlaisia-syita/>. 25.11.2019.

Helsingin kaupungin verkkosivut, Kasvatuksen ja koulutuksen toimiala, Päivähoito ja esiopetus, Yksityinen päivähoito, Yksityiset päiväkodit postinumeron mukaan. <https://www.hel.fi/helsinki/fi/kasvatus-ja-koulutus/paivahoito/yksityinen-paivahoito/yksityinen-paivakotihoido/postinumerot?s=kpkh> 25.11.2019.

Helsingin kaupungin verkkosivut, Kulttuurin ja vapaa-ajan toimiala, Kulttuurikaveritoiminta. <https://www.hel.fi/kulttuurin-ja-vapaa-ajan-toimiala/fi/palvelut/yleiset-kulttuuripalvelut/kulttuurikaverit> 27.1.2019.

Hirsjärvi, Sirkka; Remes Pirkko; Sajavaara, Paula 2008. *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Tammi.

Kulttuurin VOS-rahoituksen uudistus. 2018. Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriö. <https://minedu.fi/kulttuurivos>. (23.1.2019).

Kamula, Disa 2011. *Yleisötyö ankkuroituu arkeen*. Teatteri-lehti 6/11 (14.10.2011). Helsinki: Kustannus Oy Teatteri. 29-31.

Laurio, Ulla 2010. Mitä hyötyä taidelaitoksille on yleisötyöstä. Ylös-hankkeen julkaisu. Tampere. <http://docplayer.fi/6117999-Mita-hyotya-taidelaitoksille-on-yleisotyosta.html>. 20.5.2019.

Lindholm, Arto (toim.) 2015. *Ei-kävijästä osalliseksi – Osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla*. Helsinki: Humanistinen Ammattikorkeakoulu.

Lindholm, Arto 2015. Johdanto. Lindholm, Arto: *Ei-kävijästä osalliseksi – Osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla*. Helsinki: Humanistinen Ammattikorkeakoulu. 14-32.

Maitland, Heather 2000. *A Guide to Audience Development*. London: The Arts Council of England.

Martikainen, Anna 2019: *Eläytyminen sallittu – teatterietiketti kutsuu teatteriin*. Teoksessa Strandman, Pia & Vartiainen Pekka (toim.): *KUTU YAMK – Kulttuurituotannosta kirjoitettua 2019*. [verkkopublication] Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu & Metropolia Ammattikorkeakoulu. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-328-156-1>
(Julkaistu myös T-efekti-verkkolehdessä 23.5.2019:
<https://t-efekti.com/2019/05/23/elaytyminen-sallittu-teatterietiketti-kutsuu-teatteriin/>)

Maukola, Riina; Tawast, Minna 2019. *Uhanalainen laji?* Teatteri & Tanssi + Sirkus 2/2019 (13.3.2019). Helsinki, Kustannus Oy Teatteri. 18-21.

Maksuton perusopetus - Kouluretket ja leirikoulut, 25.5.2016. [verkkosivu]. Helsinki: Opetushallitus. https://www.oph.fi/saadokset_ja_ohjeet/ohjeita_koulutuksen_jarjestamiseen/perusopetuksen_jarjestaminen/kouluretket_ja_leirikoulut. (23.1.2019).

Mustonen, Eeva 2010: *Vastakulttuurista vakiintumiseen ja moniäänisyyteen – suomalainen lasten- ja nuortenteatteri 1970-luvulta nykypäivään*. Teoksessa Seppälä, Mikko-Olavi & Tanskanen Katri 2010: *Suomen teatteri ja draama*. Helsinki, Like Kustannus. 354-369.

Nukketeatteri Sampon lauluja. 2019. 16-osainen sarja. Ensiesitys 16.4.2019 (1. osa) Pikku Kakkosessa, Yle TV2. Tuottajat Liisa Koivisto, Anne Syrjä, Tiiu Päivärinta, vastaava tuottaja Ville Vilén. Yle Lapset ja Nuoret, Yleisradio 2019. (Verkkoversio Yle Areenassa: <https://areena.yle.fi/1-4594869>).

Esittävän taiteen ja museoiden valtionrahoituksen uudistaminen, OKM 2018. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2018:1. [verkkojulkaisu] Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriö. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-263-541-9>. (23.1.2019).

Opetus- ja kulttuuriministeriön tiedote vos-uudistuksen käynnistymisestä 11.4.2018. *Pienituloisten perheiden opiskelijoille oppimateriaalilisä, kulttuurirahoituksen vos-uudistus käynnistetään, Saamelaismuseon tiloja laajennetaan*. [verkkotiedote]. Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriö. https://minedu.fi/artikkeli/-/asset_publisher/pienituloisten-perheiden-opiskelijoille-oppimateriaalilisa-kulttuurirahoituksen-vos-uudistus-kaynnistetaan-saamelaismuseo-siidan-tiloja-laajennetaan. (23.1.2019).

Pirskanen, Anne 23.11.2012. *Saako päiväkotikiertä rahaa vanhemmilta?* Yle Uutiset/Kotimaa. [verkkosivujen uutinen] Helsinki: Yleisradio. <https://yle.fi/uutiset/3-6387941>. (23.1.2019).

Reason, Matthew 2010: *The Young Audience: Exploring and Enhancing Children's Experiences of Theatre*. London: Trentham Books & UCL Institute of Education Press.

Sorjonen, Hilppa & Sivonen Outi 2015: *Taide- ja kulttuurilaitosten yleisötyön muodot, laajuus ja tuloksellisuus*. Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissätiö Cuporen verkkojulkaisuja 27. [verkkojulkaisu] Helsinki: Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissätiö. <https://www.cupore.fi/fi/julkaisut/cuporen-julkaisut/hilppa-sorjonen-ja-outi-sivonen-taide-ja-kulttuurilaitosten-yleisotyön-muodot-laajuus-ja-tuloksellisuus>. (3.2.2019)

Taiteen ja kulttuurin saavutettavuus -työryhmän loppuraportti 2014. Opetus- ja kulttuuriministeriön työryhmämuistioita ja selvityksiä 2014:15. Opetus- ja kulttuuriministeriö, Kulttuuri-, liikunta- ja nuorisopolitiikan osasto 2014. [verkkojulkaisu] Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriö. <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/75254/tr15.pdf>. (15.3.2019)

Tanssiteatteri Hurjaruuthin verkkosivut. <http://www.hurjaruuth.fi>. Sivulla käyty 31.12.2018.

Tawast, Marjut 2009: *Nukketeatteri Sampo*. Teoksessa Peltonen Leila & Tawast, Marjut 2009: Nukketeatteria suomalaisilla näyttämöillä. Helsinki: Like Kustannus. 78-83.

Teatteri Hevosenkengän verkkosivut. <http://www.hevosenkenga.fi>. Sivulla käyty 31.12.2018.

Teatterin tiedotuskeskuksen (TINFO) Teatteritilastot. 2005-2018. Saatavilla verkossa: <https://www.tinfo.fi/fi/teatteritilastot>. Sivulla käyty viimeksi 27.11.2019.

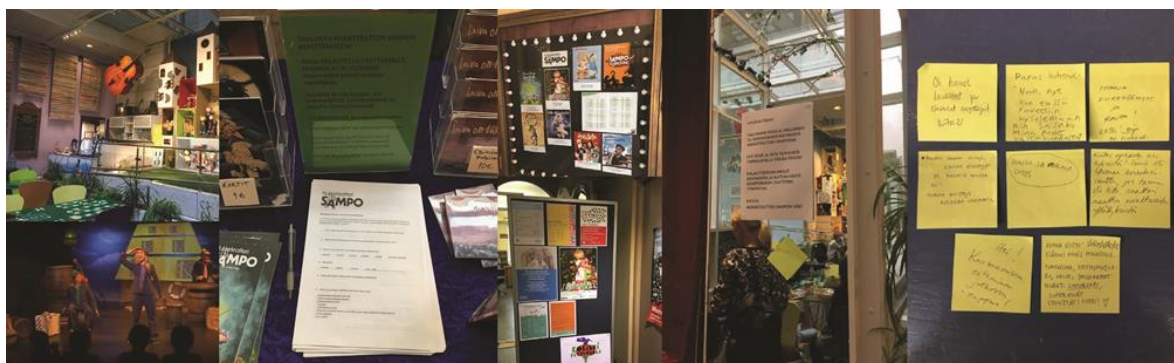
TOTEM-teatterin verkkosivut. <http://www.totem-teatteri.com>. Sivulla käyty 31.12.2018.

Turpeinen, Iida 2014. *Lastenteatteriselvitys - Katsaus valtiosuuden piirissä olevien lastenteattereiden tilanteessa tapahtuneisiin muutoksiin vuosina 1995-2011*. [verkkojulkaisu] Helsinki: Suomen Teatterit. <http://www.suomenteatterit.fi/wp-content/uploads/2013/06/Lastenteatteriselvitys-Katsaus-valtiosuuden-piiriss%C3%A4-olevien-lastenteattereiden-tilanteessa-tapahtuneisiin-muutoksiin-vuosina-1995-2011-.pdf>. (23.1.2019).

Violainen, Jutta 2015: *Kulttuuripoliittinen näkökulma osallistumiseen*. Lindholm, Arto 2015: Ei-kävijästä osalliseksi – Osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuuri-alalla. Helsinki: Humanistinen Ammattikorkeakoulu. 54-62.

Liitteet

Liite 1: Otranen, Suvi 2019: Nukketeatteri Sampon toiminnan tarkastelu palvelumuotoilun keinoin



Nukketeatteri Sampon toiminnan tarkastelu palvelumuotoilun keinoin

Nukketeatteri Sampolle tekemäni palvelumuotoilun projektin ensisijaisena tavoitteena oli lisätä ymmärrystä Sampon asiakkaista ja heidän kokemuksistaan teatterin asiakkaina.

Nukketeatteri Sampo tarjoaa paljon erilaista toimintaa, mutta oma projektini on rajattu lapsiperheille ja lasten kanssa työskenteleville suunnattuun toimintaan. Tutkimukseni keskittyi Nukketeatteri Sampon Helsingin keskustan toimipisteeseen. Tutkimusaineistoa kertyi eniten lapsiperheistä.

Tutkimuskysymyksiä:

Millaisia asiakasryhmiä teatterilla käy?

Mistä asiakkaat saavat tiedon Nukketeatteri Samposta?

Mikä on uuden asiakkaan kokemus Nukketeatteri Samposta?

Miten Nukketeatterin Sampon löydettävyyttä voisi parantaa?

Tutkimusmenetelmät:

Havainnointi, haastattelut, asiakaskysely ja palautteen keräys, luotain- ja mystery shopper -menetelmää hyödyntävä itsedokumentointitehtävä.

- Syvähaastatteluihin osallistui viisi lapsiperhettä ja kaksi lastentarhaopettajaa Kaikki käyneet Nukketeatteri Samossa useamman kerran. Kaksi perheistä käyneet myös Puotilan toimipisteessä.
- Itsedokumentointiin osallistui kolme lapsiperhettä. Kaikille perheille ensimmäinen kerta Nukketeatteri Samossa.
- Havainnointi teatterilla arkaamujen ja -iltojen sekä viikonlopun esitysten ja muun toiminnan yhteydessä.
- Esitteen, verkkosivujen ja sosiaalisen median kanavien tutkiminen
- Esitteen ja julisteiden jakelupaikkojen havainnointi

- Paperisia asiakaskyselyjä kertyi 60 kpl. Puolet kyselyyn vastanneista oli ensimmäistä kertaa Sampossa.

Aineiston analyysin tulokset:

Kaksi ryhmäprofiilia lapsiperheiden muodostamasta asiakassegmentistä
Asiakaspolku ja löydökset

Lapsiperheiden joukosta erottuvat kaksi erilaista profiilia

Nukketeatteri Sampon lastenesitysten suurin asiakassegmentti muodostuu päiväkotien ja koulujen vierailevista ryhmistä. Toisen kävijäryhmän muodostavat teatteriin tulevat perheet.

Perheellä tarkoitan 1-2 aikuisen ja 1-3 lapsen kokoonpanoa. Aikuinen voi olla lapsen vanhempi, isovanhempi, perhetuttu tai kummi. Aineistoa kertyi eniten perheiden muodostamasta asiakasryhmästä. Aineiston perusteella ryhmästä oli erotettavissa kaksi erilaista suuntaa antavaa profiilia.

Perinteiden vaalija

Perinteiden vaalija on käynyt Sampossa ennenkin ja tuntee teatterin toimintatavat. Sampon historia on hänelle tuttu. Hän kokee teatterin vuodesta toiseen toistuvat esitykset itselleen tärkeiksi, mutta voi olla innokas näkemään myös uusia esityksiä. Perinteiden vaalija on lojaali asiakas, joka luottaa teatterin ammattitaitoon. Hän tulee Sampoon nauttimaan tunnelmasta. Perinteiden vaalija on ennakkoluuloton tuomaan vanhempiakin lapsia esityksiin.

“Aina ihanat esitykset”

“Sampossa on ihanan omaperäinen tunnelma”

“Olen tuonut kaikki kolme lastani useasti teatteriin”

“Joulun aloitukseen kuuluu Sampon Joulutulla jollottaa”

“Itä-Helsingissä Sampo on hyvin tunnettu ja näkyvä vaihtoehto lapsiperheiden teatterikokemuksiksi”

Piipahtaja

Piipahtaja on aikuinen, joka haluaa tarjota lapselle kokemuksia ja elämyksiä, mutta elämänvaiheen kiireet töineen ja harrastuksiin rajoittavat käytettävissä olevaa aikaa. Hän kuuntelee toisten suosituksia ja lukee arvosteluja. Piipahtajalle asioinnin sujuvuudella on iso painoarvo. Piipahtaja mieltää Nukketeatteri Sampon esitykset pääasiassa pienten lasten esityksiksi. Hänen suurin pelkonsa on, että lapsi ei jaksaa katsoa esitystä loppuun. Piipahtajaan tekee vaikutuksen lapsen viihtyminen esityksessä ja tilojen lapsilähtöisyys.

“Olen kuullut pelkästään hyvää niiltä, jotka ovat Sampossa käyneet”

“Saa nähdä miten meidän kaveri jaksaa koko esityksen”

“ I was suprised that my daughter was so exited about the show. I mean, she is already seven”

“Meni oikein hyvin jopa minun 22kk vanhan pojan kanssa. Hän tykkäsi kovasti.”

“Esitys oli sopivan mittainen ja laulut todella kivoja”

Asiakaspolku ja löydökset

Vihreällä merkattu löydöksiin liittyvät ajatukset ja ideat

Teatterin näkyvyys

Esite ja juliste

Rikhardinkadun kirjastossa juliste ja esite olivat hyvin esillä.

Rikhardinkadulla lasten kulttuurin esitteet ovat eri paikassa, kuin aikuisten kulttuurin mainokset ja esitteet.

Kallion kirjastossa Nukketeatteri Sampon esite tai juliste ei ollut esillä. Kirjaston työntekijä kyllä muisti, että esitettä on ollut heillä. Kallion kirjastolla on tapa kierrättää esillä olevia esitteitä lastenosastolla, joten kaikki esitteet eivät ole koko ajan esillä.

Annantalolla ja STOAssa esite on muiden esitteiden seassa, mutta ei erityisesti pompaa esille.

Nukketeatteri Sampon juliste Kallion kirjastoon ja aikuisten esityksistä oma flyer, joka olisi Rikhardinkadulla aikuisten kulttuuritarjonnan mainosten ja esitteiden joukossa.

Muskarista oma juliste tai flyer esille kirjastoihin ja ostoskeskusten lastenhoituhuoneisiin.

Google haku

Hakusana: Lastenteatteri

Nukketeatteri Sampon sivu ei osumana, mutta Nukketeatteri Sampo mainittu seuraavilla sivuilla, jotka tulevat nousevat osumina:

<https://www.pientenhelsinki.fi/vinkkipankki/teatteriin-lasten-kanssa/> www.lastenlin-kit.fi/esitykset_ja_konsertit/

Hakusana: Lasten esitykset helsinki

Nukketeatteri Sampo Google arvostelu osumana heti sivun yläosassa

Hakusana: nukketeatteri

Nukketeatteri Sampo nousee heti esille

SoMe

Nukketeatteri Sampo ei nouse esille muuten kuin seuraamalla heitä? Eräs asiakas ihmetteli ettei ole törmännyt Nukketeatteri Sampoon sosiaalisessa mediassa, vaikka koki aktiivisesti seuraavansa lastenkulttuuriin liittyviä tahoja.

Onko Facebook markkinointiin mahdollista sijoittaa rahaa? Esimerkiksi kauden alussa tai sesonkien aikana lyhyenä kampanjana?

Laiva on lastattu timelaps -video oli hieno ja saanut paljon katselukertoja. Konseptia voisi kokeilla muihinkin esityksiin tai nukketeatterin nukkejen valmistamisen kuvaukseen.

Facebook keskittyy hyvin paljon tapahtuma postauksiin, lukuunottamatta joulun aikaa. Oliko mahdollista tehdä myös osallistavaa sisältöä muina aikoina? Maijan kirjan ohjeita hyödyntäen innostaa ihmisiä postaamaan omia käsinukkeja?

Suosituksset

Muiden suositukset tuntuvat varsinkin lapsiperheissä olevan todella tärkeä tekijä, kun perheet miettivät, mitä tekisivät lasten kanssa vapaa-ajalla.

Projektissa mukana olleet lapsiperheet, jotka eivät olleet aiemmin käyneet Nukketeatteri Sampossa olivat kaikki kuulleet positiivisia kommentteja teatterista muilta perheiltä.

Itä-Helsingissä asuva perhe kommentoi, että vaikka eivät ole vielä käyneet Nukketeatteri Sampossa, he ovat kuulleet teatterista paljon ja kokivat, että Nukketeatteri Sampo on hyvin tunnettu Itä-Helsingin lapsiperheiden parissa. Myös toinen haastateltava toi esille Sampon tunnettuuden Itä-Helsingissä. Hän oli vierailut Sampossa useasti sekä Puotilassa että Erottajalla.

Myös kaksi projektiin haastateltua lastentarhaopettajaa mainitsivat, että henkilökunta suosittelee toisilleen lapsille sopivia kohteita ei pelkästään oman päiväkodin sisällä vaan myös muiden päiväkotien kollegoille.

Helsingin Sanomat

Helsingin Sanomat ja Minne mennä -palstalta huomattu esitys mainittiin kyselylomakkeissa ja haastatteluissa tiedonlähteenä esityksistä.

Tiedon hakeminen ja ostopäätös

Esite

Uusille asiakkaille esitysten kuvaukset eivät tunnu tarjoavan tarpeeksi selkeää kuvaa esityksistä. Ikä suositukset mietityttävät. Teatterin henkilökunnan kanssa käydyissä keskusteluissa nousi pohdintaan myös esittely tekstien liiallinen yleistekstimäisyys.

Teatterissa aiemmin käyneille asiakkaille esite toimi hyvin tiedonlähteenä esitysaikatauluista.

Esitteen esitysten aikataulun esitystapa koettiin yleisesti ihan hyväksi, vaikka itselleni vihreiden taustojen merkitys aluksi kummastutti, enkä hahmottanut että ne kuvaavat viikkoja.

Tarjontaa on paljon, mutta mikään ei oikein nouse kunnolla esille. Osa toiminnan kuvauksista jää epäselviksi. Esimerkiksi syntymäpäivien hinnoittelu oli vaikeaselkoinen, koska sivulla mainitaan useampi hinta. Peliperjantain esittely ei anna lukijalle ymmärrystä, mitä pelejä kahvilassa voi pelata tai miten konsepti toimii.

Tieto teatterin esteettömyydestä jää helposti huomaamatta. Maininta hissistä löytyy, mutta ei muuta esteettömyyteen liittyvää tietoa

Esitysten kuvauksia voisi miettiä täysi uuden asiakkaan näkökulmasta, jolle Nukketeatteri Sampo ei ole entuudestaan tuttu.

Syntymäpäivien hinnoittelun esityksessä voisi käyttää konkreettisempia esimerkkejä: xx henkilölle synttärimenu xx€/hlö xx henkilölle synttärimenu ja esitys xx€/hlö xx henkilölle synttärimenu ja työpaja xx€/hlö

Peliperjantain kuvauksessa olisi hyvä olla listaus peleistä ja ehkä jopa kuvaus mistä saa nappulat jne. pelejä varten

Olisi hyvä avata teatterin esteettömyyttä. Onko esimerkiksi pyörätuolilla liikkuvalla asiointi Samossa ongelmaton?

Verkkosivut

Verkkosivujen ilme koettiin lastenteatterille sopivaksi, mutta käyttöliittymä tuntui vanhanaikaiselta. Mobiilissa sivun käytettävyys sai paljon negatiivista palautetta.

Varsinkin uudelle käyttäjälle esitysten tarkastelu tuntui aiheuttavan päänvaivaa. Jos uusi käyttäjä menee suoraan Ohjelmisto -sivulle, mobiilissa ensimmäiseksi tuleva filteröinti hämmentää.

Käyttäjälle ei ole ilmeistä, että painamalla listauksesta esityksen nimeä saa esityksen kuvauksen. Myöskään verkkosivuilla esitysten kuvaukset eivät tarjonneet käyttäjien mielestä tarpeeksi tietoa esityksen sisällöstä ja ikä suosituksista.

Sivuille kaivattiin toiminnallisuutta, jossa esityksen tiedon olisi voinut jakaa muille esimerkiksi pikaviestipalveluissa, WhatsApp, Messenger jne.

Muun toiminnan kuvauksissa samoja haasteita kuin esitteessä

Esteettömyydestä kertova osuus jää helposti huomaamatta ei oikeastaan kerro teatterin esteettömyydestä kovinkaan paljon.

Verkkosivut kaipaavat uudistusta ja käytettävyyteen liittyviä parannuksia. Nykyisille sivuille voisi esimerkiksi lisätä ohjeistavia ikoneja tai tekstejä esitysten kuvausten löytämiseksi.

Linkit sosiaaliseen mediaan Facebook ja Instagramiin verkkosivuilta.

Esitysten sisällön hahmottamista auttaisi kuvausten yhteyteen lisättävä linkki esityksestä tehtyyn YouTube-videoon. Videot ovat oiva tapa esitellä Nukketeatteri Sampon esitysten musiikillista puolta, joka jää nyt varsinkin verkkosivuilla varjoon.

Olisi hyvä avata teatterin esteettömyyttä. Onko esimerkiksi pyörätuolilla liikkuvalla asiointi Samossa ongelmaton?

Lauantain klo 12 esitysaika koettiin haastavaksi pienten lasten perheissä. Klo 12 yleinen päiväuni /lounas aika.

Eräs vanhempi kommentoi, että teatterin toiminta on suunnattu ensisijaisesti päiväko-deille eikä perheille, joissa vanhemmat käyvät töissä.

Esitteessä on heti alussa kerrottu kuinka teatterille pääsee julkisella liikenteellä ja au-tolla. Verkkosivuilta tämä tieto puuttuu. Tilat-osiosta löytyy maininta -20% edusta lähei-sestä parkkihallista, mutta parkkihallin nimeä ei mainita.

Lippujen ostaminen/varaaminen

Lippujen hankinta verkosta

Mahdollisuus ostaa lippuja suoraan teatterin omilta sivuilta koettiin erittäin positiiviseksi asiaksi.

Negatiivista palautetta sai verkosta ostettujen lippujen saapumisen odottelu. Koska asiak-kaalle ei kerrota, että liput eivät välttämättä saavu heti vahvistusviestin jälkeen sähköpos-tiin, hän kokee epävarmuutta onko ostoprosessi todellisuudessa onnistunut.

Se, että lippuja ei tarvitse tulostaa vaan ne löytyvät teatterilta nimellä koettiin myös positiiviseksi. Osalle käyttäjistä tieto, että lippuja ei tarvitse tulostaa jää huomaamatta. Moni tu-lee teatterille tulostetun lipun kanssa eikä tiedä tuleeko hänen mennä lippukassan kautta vai ei.

Verkkosivuilla oleva info lippujen päättämisestä roskapostiin tulisi toistua myös myöhem-mässä vaiheessa ostoprosessia. Teksti voisi toistua esimerkiksi tilauksen vahvistusvies-tissä, koska ilmeisesti tämä sähköposti yleensä tulee perille, vaikka liput päätyisivätkin roskapostiin.

Samassa yhteydessä tulisi olla maininta, että lippujen saapumisessa saattaa kestää.

Lippujen varaaminen sähköpostilla

Tutkimukseen osallistunut lastentarhaopettaja kertoi varanneensa liput sähköpostilla. Asiakas otti teatteriin yhteyttä puhelimitse, kun ei saanut sähköpostiin vastausta. Palvelu oli ystävällistä ja asiakas sai liput ja oli tyytyväinen.

Saapuminen teatterille

Saapuminen

Suurin osa asiakaskyselyyn vastanneista ja esitysten yhteydessä haastatelluista asiak-kaista ilmoittivat tulleensa teatterille käyttäen julkista liikennettä.

Uudet asiakkaat arvioivat teatterin helposti löydettäväksi ja teatterin kyltti erottuu hyvin ka-tukuvasta.

Vaunujen jättäminen sisäpihalle herätti huolta. Ajatus, että vaunut voidaan varastaa tuli esille useammassa yhteydessä. Mystery shopper asiakas pohti voisiko teatterilta lainata lukkoa, koska oli nähnyt sisäpihalla yhdet vaunut, jotka oli kiinnitetty lukolla ilmeisesti jo-honkin telineeseen.

Ulko-ovessa oleva tieto vaunujen kanssa teatteriin saapumisesta ei nouse kunnolla esiin.

Ovessa ja oven vieressä olevassa telineessä on sama juliste Sampon kahvilasta. Voisiko ovessa olevan julisteen poistaa ja tehdä selkeämmän ohjeen vaunujen kanssa liikkumiselle?

Epäselväksi jäi kuinka moni autolla tulleista oli hyödyntänyt -20% edun. Mystery shopper kertoi unohtaneensa lunastaa alennuskortin lippukassalta ja muisti sen vasta parkkihallissa. Häntä harmitti parkkimaksun suuruus.

Voisiko info parkkihallin alennuskortista olla esillä myös muualla kuin esitteen ensimmäisellä sivulla ja Tilat-sivulla Nukketeatteri Sampon verkkosivuilla?

Muuta tutkimuksessa esiin tullutta

Yhden haastatteluun osallistuneen lastentarhaopettajan mukaan liikkuminen Lauttasaa-resta Helsingin keskustaan päiväkotiryhmän kanssa sujui hyvin. He käyttivät metroa ja kävelivät muut osuudet.

Eräs toinen haastattelemani lastentarhaopettaja kertoi, että he valitsivat nyt syyskaudella Nukketeatteri Sampon sijaan toisen teatterin retkikohteeksi, koska teatteri tarjosi kuljetuksen. Heidän ryhmässään oli lapsia joilla on erityistarpeita eikä liikkuminen julkisilla ole mahdollista.

Teatterin tiloissa asiointi

Sisäänkäynti, aula ja vessat

Rappukäytävästä alkava satumaailma on hieno tapa siirtää asiakkaat Nukketeatterin Sampon maailmaan. Melkein kaikki haastatteluihin osallistuneet mainitsivat rappukäytävän.

Aulan tila on yleisesti toimiva, mutta ruuhkautuu varsinkin näytöksissä, joissa on useampi päiväkotiryhmä tai muuten paljon asiakkaita. Osa asiakkaista jää aulaan eikä osaa siirtyä lämpiön/kahvion puolelle. Tämä koskee etenkin uusia asiakkaita.

Teatterin aulassa kahvilan sisäänkäynnin yläpuolella voisi olla opaste, joka ohjaa asiakkaita naulakolta kahvilan tiloihin odottamaan esityksen alkua.

Naulakossa tuntui riittävän tilaa, vaikka asiakkaita oli paljon ja lasten kanssa varusteita on runsaasti. Joillekin asiakkaille oli epäselvää tuleeko kengät jättää aulaan.

Vessat koettiin toimiviksi ja värikkyyttä ihasteltiin. Tilojen lapsilähtöisyys sai paljon kiitosta. Kahden erittäin täyden näytöksen yhteydessä tuli ilmi henkilöstö resurssien tuomat rajoitteet asiakkaiden ohjeistamiseen ja esimerkiksi vessojen huoltamiseen.

Viikonlopun näytöksen yhteydessä asiakas tuli mainitsemaan, että vessapaperi on loppu. Lippukassalla oleva henkilö ei voinut lähteä hoitamaan asiaa, koska jono lippukassalle oli pitkä ja aikaa esityksen alkuun oli vähän.

Mystery shopper mainitsi eri esityksen yhteydessä, että vessa haisi, koska roskakorit olivat täynnä. Ilmeisesti seassa oli vaippoja. Kyseisenä päivänä oli ollut kaksi näytöstä, aamupäivällä ja illalla. Asiakas osallistui illan näytökseen.

Lämpio / Kahvila

Lämpion / kahvilan tilat herättivät ihastusta, koska kiinnostavaa katseltavaa riittää niin aikuisille kuin lapsillekin. Jotkut asiakkaista pohtivat saako lapset nousta kahvilan tilassa olevalle esityslavalle.

Lelut olivat kovassa käytössä. Yksi mystery shopper kiinnitti huomiota seikkaan, että jotkin leluista olivat rikki ja hieman nuhjuisia.

Vaikka kahvila sai suurimmaksi osaksi positiivista palautetta sen valikoima sai sekalaisia arvioita. Jotkut halusivat enemmän ei makeita vaihtoehtoja.

Yksi mystery shoppereista kuvaili tilannetta, jossa osa kahvilan asiakkaista kommentoi kahvilan toimintaa epäorganisoiduksi. Varsinkin tuotteiden loppuminen kesken harmitti asiakkaita.

Kahvilan työntekijän mukaan menekin arviointi etukäteen on vaikeaa.

Mahdollisuus varata lounas tai muu kahvilan tuote etukäteen lipunoston yhteydessä saattaisi auttaa ennakoimaan kahvilan tuotteiden menekkiä.

Syntymäpäivien järjestämien esityksen jälkeen kahvilan tilassa tuntui karkoittavan kahvilasta muut potentiaaliset asiakkaat.

Syntymäpäivien tilaajilta voisi kysyä erikseen, miten he kokivat juhlien järjestämisen kahvilan tilassa. Yksi vieraista oli jättänyt kommentin, että tila oli hälyisä.

Esitys

Sali

Katsomo todettiin toimivaksi ja istuintyynt ovat hyvä lisä pienempiä katsojia huomioiden.

Miten esimerkiksi pyörätuolien kanssa liikkuvat sijoitetaan katsomossa?

Esitys

Nukketeatterin Sampon ydintuote, eli esitykset lapsille, on kunnossa. Tämä tuli hyvin selväksi kaikesta palautteesta.

Moni Sampossa ensimmäistä kertaa esityksen nähneistä asiakkaista kertoivat tulevansa ehdottomasti uudestaan. Piipahtajat ovat siis muutettavissa Perinteiden vaalijoiksi.

Kiitosta tuli taitavasta musisoinnista, osallistamisesta, tunnelmasta ja lavasteista.

Muutama asiakas kommentoi, että yllättyi kuinka pienessä roolissa itse nukketeatteri nukket olivat.

Moni vanhempi oli pohtinut ennen Sampoon tuloa jaksavatko lapset koko esityksen. Sampoon käytäntö hyvittää lippu, jos esityksestä poistuu ennen puolta väliä ei ole kovin hyvin tunnettu.

Yksi mystery shoppereista koki, että vanhempien ohjeistus toiminnasta lapsen kiukun yllättäessä voisi olla empaattisemmin muotoiltu.

Prinsessa Ruusunen esityksessä lapsille jaettiin salista poistuessa ruusut. Tämä oli yleisesti iloa herättävä juttu. Onko muiden esitysten yhteyteen mahdollista keksiä jotain, mikä jäisi muistona mukaan kotiin?

Esityksen jälkeinen toiminta

Lämpö / Kahvila

Syntymäpäivien järjestämien esityksen jälkeen tuntui karkoittavan kahvilasta muut potentiaaliset asiakkaat.

Syntymäpäivien tilaajilta voisi kysyä erikseen, miten he kokivat juhlien järjestämisen kahvilan tilassa. Yksi vieraista oli jättänyt kommentin, että tila oli hälyisä.

Kahvilan tuotteiden loppuminen kesken harmitti asiakkaita.

Jälkimarkkinointi

Mystery shopperilta tuli palautetta, että teatterin muusta toiminnasta ei jäänyt verkkoasioinnin tai esityksen perusteella mitään mieleen.

“Teatterilla oli niin paljon kaikkea seinillä että näkyväkin mainos olisi voinut jäädä huomaamatta, etenkin kun neiti 2v oli turhankin innokas katoamaan väkijoukkoon.”

Muskariryhmästä haastatteluun osallistuneista neljästä vanhemmista, kukaan ei ollut käynyt lastensa kanssa teatterin esityksissä. Lapset 1,5-3 v.

Miten teatteri hoitaa jälkimarkkinoinnin?

Jos asiakas ei tilaa uutiskirjettä tai seuraa sosiaalisen median tilejä, miten teatteri tavoittaa piipahtajan uudestaan? Voisiko asiakkaille jakaa heidän lähtiessä flyerin tai esitteen tms. mukaan?

Teatterilla on paljon erilaista tulostettua A4 monistetta seinillä. Varsinkin aulassa, missä myymälä itsessään on jo aika kirjava, osa tiedotteista ei vain erotu.

Onko mahdollista tehdä joku keskitetty info seinä? Samaan paikkaan voisi tehdä jatkuvan palutteen keräyksen, joko post-it -lapuilla tai lomakkeella.

Liite 2: Opettajan materiaali esitykseen MIAU! Pääsiäinen nukketatterissa. Tehty keväällä 2019.

OPETTAJAN MATERIAALI – MIAU! Pääsiäinen nukketatterissa

Tämä oheismateriaali liittyy Nukketatteri Sampon esitykseen MIAU! Pääsiäinen nukketatterissa, jonka ensi-ilta on ollut alun perin pääsiäisen alla 1993, ja jota esitetään Samossa edelleen joka kevät pääsiäisaikaan. Esitys esittelee pääsiäiseen liittyviä perinteitä ja tapoja nukkien avulla ja musiikin voimalla. Esityksessä ei ole uskonnollisia elementtejä. Materiaalin loppuosasta löydät esityksen tekijätiedot.

Materiaali tarjoaa ideoita ja lähtökohtia esityksen käsittelemiseen lapsiryhmän kanssa, ja sen tavoitteena on tarjota aiheita, joiden avulla voitte pohtia yhdessä esityksen teemoja ja laventaa katsomiskokemusta. Materiaalia voi hyödyntää itselle soveltuvin osin ennen tai jälkeen esityksen. Otamme mielellämme vastaan myös palautetta ja kehittämisehdotuksia materiaaliin liittyen! Yhteystiedot löytyvät aineiston lopusta.

Pääsiäisen monet perinteet Suomessa ovat peräisin pakanalliselta ajalta, eli ne ovat syntyneet jo ennen 800-lukua. Jo ammoisista ajoista suomalaisille tutut perinteet on otettu osaksi pääsiäisen juhlintaa.

Pohdintatehtävä: Pääsiäinen on kevään juhla – mihin sen perinteet ovat alun perin liittyneet?

Mahdollisia vastauksia:

- valon lisääntyminen
- luonnon herääminen eloon
- pitkästä talvesta selviäminen

Pohdintatehtävä: Mitä pääsiäiseen liittyviä perinteitä tunnet?

Mahdollisia vastauksia:

- virpominen, pajunkissat
- munat
- pääsiäiskokko
- narsissit
- pääsiäiskoristelut
- noidat

Bonustehtävä esityksen jälkeen etenkin kouluryhmille: Pohtikaa millaisia pääsiäisperinteitä on muissa maissa ja mitä erilaisia kevään juhlia on niissä maissa, joissa ei vietetä pääsiäistä.

Löytyykö omasta ryhmästä lapsia, joilla on tausta jossain muussa maassa, jossa on erilainen perinne kuin Suomessa? Lapsia voi pyytää kertomaan näistä perinteistä muille, ja niiden ja suomalaisten perinteiden pohjalta voidaan keksiä omia uusia tapoja kokeiltavaksi.

Virpominen

Pohdintatehtävä: Mihin virpominen liittyy ja milloin virvotaan?

Tietoisku: Alun perin karjalainen perinne, joka on sekoittunut länsisuomalaiseen pääsiäisnoitai- tai trulliperinteeseen. Trullit tai noidat mellastivat perinteen mukaan pääsiäislauantaina, jolloin ihmiset ja eläimet olivat alttiina vahingoille. Nykyisin noidat/trullit kiertävät virpomassa yleensä palmusunnuntaina. Virpomisen tarkoituksena on karkoittaa paha, tuoda terveyttä ja toivottaa onnea. Samanlaisia perinteitä on myös muissa maissa.

Virpomisorut ja vitsat

”Virvon varvon vitsaksilla, tuoreeks terveeks tulevaks vuueks.

Vitsa siulle, palkka miulle. Pääsiäisenä tuun perimään.”

Tämä on yksi esimerkki virpomisorusta. Miksi tultiin perimään vasta pääsiäisenä?

Vastaus: koska perinteisesti paasto päättyi silloin.

- Millaisia virpomisperinteitä teillä on? Millaisia loruja tunnette?
- Mitä aineksia tarvitaan virpomavitsan tekemiseen ja mistä niitä saa?
- **Bonustehtävä:** tehkää itse virpomavitsat (esityksestä saa niihin vinkkejä, joten mikäli aikataulu sallii ja käytte katsomassa esitystä hyvissä ajoin ennen palmusunnuntaita, voi olla hyvä idea tehdä vitsat vasta esityksen jälkeen!)

Pääsiäismunat

Pohdintatehtävä: Millaisia erilaisia pääsiäismunia ryhmän lapset tietävät tai ovat itse tehneet?

Pohdintatehtävä: Mikä on munan merkitys? Miksi muna liittyy pääsiäiseen?

Tietoisku: Muna on uuden elämän ja hedelmällisyyden tunnus: päältäpäin eloton ja kylmä, mutta kätkee elämän sisäänsä. Ennen vanhaan pääsiäistä edeltävän pitkän paaston ajalta muna oli myös jäänyt säästöön, joten oli käytännöllistä syödä niitä pääsiäisenä. Kalevalaisessa perinteessä on maailmansyntyruno, jossa muna särkyy pudotessaan veteen ja muodostaa maailmankaikkeuden.

Bonustehtävä etenkin kouluryhmille: etsikää lisätietoa Kalevalan maailmansyntyrunosta ja pohtikaa, miten se vertautuu moderniin luonnontieteelliseen käsitykseen maailman synnystä.

Esityksen jälkeen voi pohtia:

Mitä esityksessä kerrottiin pääsiäisen ajankohdasta? Miten se määritellään?

Tietoisku: Pääsiäinen on kevätpäiväntasausta seuraavan täydenkuun jälkeisenä sunnuntaina, mutta kevätpäiväntasauksen ajankohta vaihtelee. Vuonna 2019 se oli 20.3. Pääsiäisen ajankohta vaihtelee eri maissa. Suomessa vietettävän pääsiäisen ajankohta on määritelty v. 325 jaa. pidetyssä kokouksessa.

Bonustehtävä: miksi pääsiäisen ajankohta vuonna 2019 on niin myöhään, vasta 19.-22.4.?

Vastaus: Pääsiäisen ajankohtaa määriteltäessä vuonna 325 jaa. ei vielä osattu määrittää tarkasti kevätpäiväntasauksen ja täydenkuun aikoja. Siksi päätettiin, että kevätpäiväntasaus on aina 21.3. Vuonna 2019 sitä seuraava täysikuu on vasta perjantaina 19.4. joka on pitkäperjantai, ja näin ollen 21.4. on pääsiäissunnuntai.

NUKKETEATTERI

Pohdittavia asioita liittyen nukketeatteriesityksiin ylipäätään:

Mitä kaikkea tekijöiden on pitänyt tehdä ennen kuin esitys on valmis?

Käsikirjoitus, musiikin säveltäminen ja sovittaminen, nukkien rakentaminen, lavastuksen ja rekvisiitan suunnittelu, valmistus ja rakentaminen, puvustuksen suunnittelu, hankinta ja ompeleminen, harjoittelu, markkinointi ja tiedotus, vieraiden kutsuminen ensi-iltaan...

Miettikää yhdessä mitä nukketeatteriesityksen harjoitteluun liittyy.

Muutamia vihjeitä: sorminäppäryys, laulutaito, soittotaito, peili, vuorosanojen opetteleminen

Mitä eri elementtejä esityksessä on?

Valot – äänimaailma – musiikki – nuket – lavasteet – rekvisiitta – teksti/tarina/laulun sanat – puvut

Mistä asioista haluaisitte tietää lisää?**Itse esitykseen liittyvää yhdessä pohdittavaa:**

- Mitä esityksessä tapahtui?
- Oliko esityksessä tarina? Jos ei, olisiko mielestäsi pitänyt olla?
- Millaisia hahmoja esityksessä oli? Kenestä pidit? Miksi?
- Mikä asia jäi erityisesti mieleen esityksestä?
- Millainen esitys mielestäsi oli? Hauska, tylsä, kiinnostava, viihdyttävä, yhdentekevä, miellyttävä, innostava... keksikää mahdollisimman monta kuvaavaa sanaa!
- Millaisia nukkeja esityksessä oli mukana?

MIAU! Pääsiäinen nukketeatterissa on esitys, joka on koottu kansanperinteestä tulevista loruista, tavoista ja perinteistä. Mistä niitä voi etsiä ja löytää?

Tietoa nukketeatterista

Teatterinukke muuttuu ”eläväksi” vasta kun sillä näyttelee. Liikkeet ja nukeillanäyttelijän ääni saavat sen elämään, äänitehosteet muuttavat sen ajattelevaksi ja tuntevaksi olenoksi. Puhetta ei välttämättä tarvita, mutta erilaiset äännähdykset, huokaukset ja hyrinät antavat nukelle luonnetta ja kertovat sen mielialasta.

Erilaisia teatterinukkeja:

Keppinukke
Marionetti
Sorminukke
Käsinukke
Sukkanukke
Pöytäteatterinukke
Kurkistusnukke
Sauvanukke
Perunanukke

Myös omista käsistä tai vaikka polvista voi tehdä nukken, maalaamalla ihoon kasvojen elementtejä ja lisäämällä vaikka puvun kankaasta, silmiä napeista ja kuminauhasta. Kokeile!

Mistä jokaisen kotoa löytyvistä esineistä voi helposti itse tehdä nukketeatterinuken?**Mitä tarvitaan nukketeatterinäyttämön rakentamiseen?****Millaisilla esineillä ja asioilla voi tehdä itse äänimaisemia?**

Haluatko lisää vinkkejä?

Maija Barićin ja Kristiina Louhen Nukketeatteria! -kirjasta löytyy ohjeita nukketeatterin tekemiseen. Vuonna 1996 julkaistu kirja on saanut valtion tiedonjulkistamispalkinnon. Kirjaa voi ostaa Nukketeatteri Sampon puodista, myös verkosta: nukketeatteri-sampo.fi/puoti.

Lähteitä:

Nukketeatteria! -kirja (Maija Barić, Kristiina Louhi 1996), Yleisradion nettisivut, Wikipedia.

MIAU! PÄÄSIÄINEN NUKKETEATTERISSA

Keväinen suosikki MIAU! esittelee pääsiäiseen liittyviä kansanperinteitä ja uskomuksia vauhdikkaassa nukketeatterikavalkadissa. Esityksessä on mukana loruja, runoja ja lauluja, monipuolista nukketeatteriosaamista ja huumoria monenikäisille.

Kesto 40 min.

Käsikirjoitus, sovitus, nuket, lavastus, alkuperäinen ohjaus: Maija Barić

Uusintaohjaus: Iivo Barić

Musiikki: Maija Barić ja Bojan Barić

Musiikin sovitus: Esiintyvät muusikot

Esiintyjät: Susan Aho, Iivo Barić, Lassi Logrén ja Antero Reinistö

Nukketeatteri Sampo on vuonna 1977 perustettu helsinkiläinen teatteri, jonka ohjelmistosta pääosa on suunnattu lapsille. Esiinnyimme oman Erottajankadun näyttämömme lisäksi säännöllisesti pääkaupunkiseudun kulttuuritaloissa, ja tilauksesta keikkailemme missä vain, Suomessa ja ulkomailla. Eri-ikäisille suunnattujen nukketeatteriesitysten lisäksi teatterissa on paljon muutakin toimintaa ja sen yhteydessä toimii Sampoon Satumainen kahvila. Nukketeatteri Sampolla on pitkä kokemus taidekasvatuksesta. Järjestämme myös kansainvälistä SAMPO -nukketeatterifestivaalia joka syksy.

Nukketeatteri Sampo, Erottajankatu 7, 00130 Helsinki.

Puh. 020 735 2235

toimisto@nukketeatterisampo.fi

nukketeatterisampo.fi

sampofestival.fi