

Pekka Vartiainen (toim.)

... ja sitten saapui korona

Kulttuurituotanto
uuden ajan
kynnyksellä



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

Pekka Vartiainen (toim.)

... ja sitten saapui korona

Kulttuurituotanto
uuden ajan kynnyksellä

ISBN 978-952-456-381-9 (painettu)
ISBN 978-952-456-382-6 (verkkojulkaisu)
ISSN 2343-0664 (painettu)
ISSN 2343-0672 (verkkojulkaisu)

Humanistinen ammattikorkeakoulu julkaisuja, 111.

Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu.
© Humanistinen ammattikorkeakoulu & tekijät 2020

Taitto: Emilia Reponen

Sisällys

Esipuhe	4
Taru Tuomisto Museon ja yleisöjen kohtaaminen digitaalisilla alustoilla	5
Belinda Barbato Osallisuuden reseptistä valmistuu herkullinen kokemus	11
Hanna-Kaisa Lähde Kuntien kulttuuripalvelut uuden edessä - Näkökulmia muutoksen keskeltä	16
Kirsi Helstelä: Strateginen viestintä nostaa kulttuurituottajan ammattitaidon uudelle tasolle	26
Heidi Viksten Länsimainen taidemusiikki – perinteitä vai yhteiskunnallisia tuulahduksia?	33
Terhi Aaen: Asiakkaat kulttuuritapahtumien kehittäjinä	41
Miina Sivula Orkesterimuusikon muuttuva työnkuva	47
Juuso Liukkonen Palveluiden kehittämisen merkitys nousee festivaalialalla	52
Kirjoittajat	57

Esipuhe

Tässä artikkelikokoelmassa ei käsitellä koronavirus-epidemian vaikutuksia kulttuurialalla. Mutta kaikkien teokseen kirjoitettujen tekstien yhtenä yhteisenä nimittäjänä on tuo Suomea ja koko maailmaa alkuvuodesta 2020 piiskannut ”pirulainen”, kuten tasavallan presidentti kyseistä kutsumatonta vierailijaa nimitti. Teksteistä löytyy viittauksia koronaan, tekstit on laadittu epidemian aikana ja niistä huokuu tietoisuus uudesta ajasta, joka on kohta koittava, kun paluu ”normaaliin” taas alkaa.

Teksteissä ollaan näin uuden ajan kynnyksellä, josta katse on suunnattu kulttuurialan menneisiin, vasta eilisiin toimintatapoihin samalla, kun näkymiä hamutaan jo kohti tulevaa.

Artikkeleiden kirjoittajat ovat Humanistisen ammattikorkeakoulun (Humak) kulttuurituotannon ylempää tutkintoa (YAMK) suorittavat opiskelijat. Kirjoittajien taustalta löytyy vankka työkokemus kulttuurialan kentällä. Jatko-opinnoissa heillä on ollut mahdollisuus hyödyntää ammatillista osaamistaan ja jalostaa sitä edelleen alaa kehittävien opintojen puitteissa. Näistä keskeisimpiä ovat tutkintoon sisältyvät opinnäytetyöopinnot, joissa työelämän käytäntöjä arvioidaan ja kehitetään tutkimuksellisesti. Vuosien myötä kulttuurituotannon ylemmässä tutkinnossa valmistuneet sadat kehittämistyöt ovat muokanneet ja uudistaneet kulttuurialaa perinpohjin.

Kokoelman artikkeleiden taustamateriaalia ovat kirjoittajien osana tutkintoa laatimat kehittämistyöt. Teksteissä näkökulma on rajatumpi, mutta kulttuurituotannon alan isot kysymykset ja kehitysnäkymät tulevat kyllä teksteistä ilmi. Siten niissä pohdiskellaan digitalisaation asemaa museoissa tehtävässä työssä, viestinnän strategista merkitystä niin organisaatioiden kuin alalle koulutettavien tuottajien ammatillisissa valmiuksissa tai orkesterimuusikon muuttuvaa toimenkuvaa asiakaslähtöisyyden paineessa. Kansalaisten ja asiakkaiden osallistaminen ja yhteiskehittäminen on niin ikään tänään luonteva osa kuntien, kaupunkien tai yritysten toimintaa, puhumattakaan festivaalituotannon nykytrendeistä. Alan tulevaisuutta hahmoteltaessa kysymys taiteen ja kulttuurin yhteiskunnallisesta asemasta ja toimijoiden vastuullisesta roolista nousee aina ja yhä uudestaan esille.

Toivotan lukijoille antoisia hetkiä tekstien parissa. Ne ovat kuin muistomerkkejä ajasta, jonka voi kokea kulkevan nyt kovin ennalta aavistamattomaan suuntaan. Eilen saapui korona, ehkä huomenna vieraaksemme kynnykselle ilmaantuu jotakin muuta.

Naantalissa, 8.5.2020

Toimittaja

Museon ja yleisöjen kohtaaminen digitaalisilla alustoilla

Taru Tuomisto

Harva museoammattilainen myöntäisi nykyään tekevän­sä museon näyttelyitä, opastuksia tai sosiaalisen median sisältöjä ainoastaan sille kuuluisalle ”suurelle yleisölle”. Museokävijöiden toiveita kuunnellaan yhä herkem­mäl­lä korvalla ja erilaisille yleisöryhmille suunnatut sisällöt lasten taidepajoista taidemuseoiden sinkkupäiviin ovat olennainen osa museoiden yleisötyötä. Entä onko ”suuri yleisö” myös netissä? Minkälaisia toiveita asiakkailla siellä on? Tässä artikkelissa tarkastelen digitaalisen yleisötyön kohdeyleisöjen määrittämisen ja tavoittamisen sekä yleisön osallistamisen pulmallisuutta.

Uudet informaatioteknologiat ovat mullistaneet taiteen jakelua, kulttuuriorganisaatioiden viestintää sekä näiden ansaintalogiikkaa. Yksittäisten museoiden on ponnisteltava pysyäkseen ajan tasalla digitaalisten alustojen mahdollisuuksista osana museotyötä. Tässä tehtävässä niitä ohjaavat kansalliset sekä kansainväliset kulttuuripoliittiset linjaukset. Mutta toteutuuko laadukas yleisötyö yhtä hyvin digiympäristössä kuin museon seinien sisällä?

Kartoitin YAMK-opinnäytetyössäni *Kuvasta kokemukseksi. Särestöniemi-museon digitaalisen yleisötyön kehittäminen* sisältöjä ja palveluita, joista museon yleisö olisi kiinnostunut. Fokus oli toteutuskelpoisissa ideoissa, jotka kiinnostivat useampaa eri kohderyhmää. Kehitysehdotukseksi jalostuneista ideoista Särestöniemi-museo pystyy kokeilemalla kehittämään toimivia kokonaisuuksia digitaalisilla alustoilla tapahtuvan yleisötyön toteuttamiseen.

Opinnäytetyöni lähtökohtia olivat saavutettavuus ja avoimuus, jotka tukevat myös toisiaan. Kokoelmatietojen, kuten teos- ja esinekuvien avaaminen nettiin, tuo ne myös sellaisten yleisöjen luo, jotka eivät fyysisesti pääse museoon. Avatut kokoelmat tuovat museoille näkyvyyttä ja ovat oiva mahdollisuus tavoittaa uusia yleisöjä, jotka vierailevat myös museossa, kun mielenkiinto teosten näkemiseen paikan päällä lisääntyy.

Avatun kokoelmatiedon käytettävyyttä voidaan parantaa hyvien metatietojen lisäksi myös tietoa rikastuttamalla. Tämä tapahtuu joukkoistamalla, jolloin museon ja sen yleisöjen jaettu asiantuntijuus edellyttää organisaatioilta oman auktoriteettinsa höllentämistä ja aktiivisempaa vuorovaikutusta eri yhteisöjen kanssa. Esimerkiksi sosiaalisen median alustoilla tämänkaltainen vuorovaikutus toteutuu jo nyt, sillä yleisö on tottunut osallistumaan juuri siellä.

Tiskin toisella puolella: yleisötyö ja yleisökokemus

Taide- ja kulttuurialalla yleisötyön laatuun kiinnitetään aiempaa enemmän huomiota. Kävijämääriä ja toiminnan vaikutuksia eri yleisöihin seurataan museoissa, sillä myös rahoittajat vaativat mittareita yleisötyön vaikutavuuden arvioimiseksi samalla luoden siihen työkaluja. Lähitulevaisuudessa vaikuttavuuden ja saavutettavuuden

merkitykset organisaatioille lisääntyvät ja niiden mittarit mielletään jo nyt kävijätilastoja laajemmaksi kokonaisuudeksi.

Yleisötyön nykytutkimuksessa kiinnitetään yhä enemmän huomiota kävijäkokemukseen, joka määrittää museossa oppimista ja opitun muistamista. Museon kävijäkokemukseen kokonaisuutena vaikuttaa myös ennakkotiedon hankinta: verkkosivujen selaaminen, sosiaalisen median päivityksen tai mainoksen näkeminen. Edellä mainitut seikat luovat museokäynnille odotuksia ja digitaaliseen aineistoon voidaan palata myös vierailun jälkeen. Moni asiakas haluaa palata tiedon äärelle myös käynnin jälkeen tarkistaakseen teostietoja tai yksityiskohtia näyttelyn teemasta.

Muita yleisötyön tendenssejä ovat toiminnan laajentaminen organisaation seinien ulkopuolelle, eli jalkautuminen sekä vuorovaikutuksen lisääntyminen. Yleisösuhteen kehittämisen edellytyksenä voidaan pitää vuorovaikutusta organisaation tai kulttuuritoimijan ja yleisöjen välillä. Tämä onnistuu myös digitaalisia välineitä, alustoja tai palveluita hyödyntäen. Yleisösuhteen kehitys mahdollistaa uusien yleisöjen tavoittamisen, yleisömäärän kasvattamisen sekä organisaation ja yleisön välisen suhteen syventämisen, kun osallistuvia yleisöjä voidaan pyrkiä sitouttamaan tiiviimmin organisaation toimintaan. Museokentän sisällä yleisötyön merkityksistä on käyty aktiivista keskustelua koko 2000-luvun. Puheenvuoroissa on korostunut museoiden yhteiskunnallinen asema ja erilaisten, esimerkiksi vähemmistöihin kuuluvien, yleisöjen tavoittaminen. Pinnalla olevia trendejä ovat asiakaslähtöisyys, osallisuus sekä jaettu asiantuntijuus. Yhteiskunnalliset aiheet, kuten esimerkiksi ilmiöpohjaisen oppimisen korostuminen peruskoulujen uusissa opetussuunnitelmissa sekä entistä monikulttuurisempi väestörakenne haastavat museot toimimaan entistä aktiivisemmissa rooleissa osana yhteiskuntaa.

Opinnäytetyössäni kävi ilmi, että yleisö toivoo monenlaista ja toisiinsa linkitettävää sisältöä perinteisen kuvan ja tekstin rinnalle. 3D-teoskuvat, äänimaisemat ja paikattiedon hyödyntäminen lisäävät museokokemuksen kokonaisvaltaisuutta. Osa asiakkaista oli myös sitä mieltä, ettei Särestöniemi-museon käyntikokemusta ympäröivän metsän tai kahvilan tuoreen pullan tuoksuineen voi välittää digitaalisesti – se on koettava paikan päällä. Moniaistillisen museokokemuksen välittäminen verkossa vaatii joka tapauksessa museoilta uudenlaista osaamista.

Ruudun toisella puolella: digitaalinen yleisötyö

Digitaalinen yleisötyö tapahtuu nimensä mukaisesti digitaalisessa ympäristössä ja sen toteuttamiseksi museoissa tarvitaan täydennyskoulutuksia tai tarvittavan osaamistason ylläpitoa sekä täysin uusia työtehtäviä. Haasteita ovat vähien resurssien tai teknisen osaamisen puutteen lisäksi työn järjestäminen. Digitaalinen yleisötyö ei välttämättä ole organisaatioissa kenenkään vastuulla, vaan luisuu työtehtävien ”sitten kun on aikaa” -kategoriaan. Näin ollen työtä ei tehdä suunnitelmallisesti tai pitkäjänteisesti, vaan pahimmillaan se jää kesäoppaiden Instagram-päivitysten tasolle muun henkilökunnan ollessa tietämättömiä työn sisällöistä ja tavoitteista.

Yleisön kävijäkokemus tulee pyytämättäkin ilmi vertaisarvioiden muodossa erilaisilla digitaalisilla alustoilla. Myös museoiden on huomioitava Google-arvostelut, TripAdvisor-tähdet sekä sosiaalisen median yksityisviesteinä satelevat kyselyt. Digiajan asiakkaat odottavat vuorovaikutusta ja nopeaa toimintaa. Suurien yritysten asettaessa asiakkaille korkeita odotuksia viestinnästä ja palvelusta, on pienten resurssien kanssa kamppaileville muistiorganisaatioille hyvin haastavaa vastata asiakkaiden viesteihin tai arvosteluihin reaaliajassa tai edes muutaman päivän sisällä.

"Museot suhtautuvat hyvin postitiiviesti digitaaliseen yleisötyöhön. Viime vuosina toteutetuissa selvityksissä on kuitenkin käynyt ilmi, että museot kaipaavat lisää osaamista ja resursseja yleisöjen segmentointiin sekä digitaalisten sisältöjen ja palveluiden tuottamiseen."

Mikäli tähän ei ole määrätty työaikaa, voi hidas vastaaminen tai reagoimatta jättäminen saada museot vaikuttamaan asiakkaan näkökulmasta pölyisiltä ja kankeilta.

Suomessa mallia digitaaliseen yleisötyöhön haetaan Euroopasta ja kotimaassa pienemmät museot hyötyvät suurempien museoiden tai hankkeiden kokeilujen tulokista. Opinnäytetyössäni esikuva-arvioimani museot eivät maininneet yksittäisiä esikuvia virkeän ja inklusiivisen digitaalisen yleisötyön toteuttajista. Museoissa ei myöskään selkeästi ollut suunniteltu ja suunnattu erilaisia digitaalisia kokonaisuuksia erilaisille yleisöille. Tämä segmentoinnin puute johtuu pitkälti siitä, että dataa digitaalisten alustojen käyttäjistä kerätään melko vähän sisältöjen ja palvelun suunnittelun tueksi. Tuntemattomaksi jäävän yleisön toiveita on näin ollen vaikeampi kuunnella digitaalisilla alustoilla. Tämänkaltaisia ongelmia koetaan kentällä laajemminkin.

Kävijädatan keruuta esimerkiksi museon nettisivuilta sekä tämän datan analysointia on syytä lisätä. Elämme aikaa, jolloin puhutaan paljon tiedolla johtamisesta ja datan merkityksestä organisaatioiden menestykselle. Samaan aikaan julkinen sektori on sitoutunut kasvattamaan avoimen tiedon määrää. Avoin koneluettava data yleistyy vauhdilla ja sitä käytetään hyväksi esimerkiksi julkisessa päätöksenteossa. Museoalalla avoin data mah-

dollistaa esimerkiksi avoimia kokoelmia ja niiden uusia, rajoittamattomia käyttömahdollisuuksia. Museopoliittisessa ohjelmassa visioidaan vuoden 2030 tienoille esteettöntä pääsyä yhteisen kulttuuriperinnön äärelle. Avoimin lisenssein merkitty tieto on myös oivaa maaperää sen uudelleen hyödyntämiselle ja rikastamiselle.

Museoiden suhtautuminen asiakkaille suunnattuihin verkkopalveluihin

Kulttuuriorganisaatioiden suhtautumista digitaaliseen yleisötyöhön on 2010-luvulla kartoitettu ahkerasti. Yhteisöllinen sisällöntuotanto koettiin tärkeäksi, mutta organisaatiot itse osallistuvat verkkoyhteisöissä, kuten Wikipediassa tapahtuvaan sisällöntuotantoon vielä suhteellisen vähän. Museoiden mielenkiinto suuntautuu enemmän osallistamiseen ja organisaatioiden omilla ehdoilla tapahtuvaan yhteisölliseen sisällöntuotantoon. Tiedossa on, että muistitieto-organisaatioiden palveluiden aktiivisimmat käyttäjäryhmät ovat yksityishenkilöt sekä koulutus- ja tutkimuslaitokset.

Opetus- ja kulttuuriministeriö kartoitti kulttuuriorganisaatioilta vuonna 2017 niiden digitaalista yleisösuhdetta ja totesi uusien teknologioiden monimuotoistaneen kulttuuriin osallistuvien yleisöjen roolia. Lisäksi odotukset



Valtionarkiston tutkijasali noin vuonna 1910. CC BY 4.0 Kuva: Helsingin kaupunginmuseo

kulttuuriin osallistumisen tavoista ja kulttuurilaitosten palveluista ovat muuttuneet internetin myötä. Yleisöjä koskevan tiedon käytön keräämisessä ja käytössä esiintyi kuitenkin hajontaa: 59 % vastaajista ilmoitti, että digitaalisten kanavien ja keinojen käyttö on tuottanut organisaatiolle uutta tietoa palvelua käyttävästä ja/tai käyttämättä jättävästä yleisöstä. Vastaajista 40 prosenttia taas kertoi, ettei palveluita käyttävästä yleisöstä kerry organisaatiolle tietoa.

Suomen Museoliitto teetti vuonna 2019 taustaselvityksen museoiden digitaalisesta toimintaympäristöstä sekä asiakkaille suunnatuista digi- ja verkkopalveluista. Vastaajista suurin osa näkee tulevaisuudessa museoiden asiakkaiden odottavan saavansa yhä enemmän palvelua verkossa. Samaten enemmistö kertoi panostavansa kasvavissa määrin digi- ja verkkosisältöihin tulevaisuudessa. Alle puolet museoista katsoi verkkopalveluiden suunnittelun olevan asiakaslähtöistä, ja vain 20 %

ilmoitti tuntevansa kohderyhmät tarpeeksi hyvin. Vain 10% vastaajista koki, että digitaalisten sisältöjen kohdentaminen eri käyttäjäryhmille on helppoa.

Kentällä siis kipuillaan tuntemattoman yleisön kanssa. Suurimmat haasteet ovat edellä mainittujen kyselyiden mukaan henkilöstön osaamisessa ja aikaresurssien riittämättömyydessä. Avointa kulttuuriperintöä ja aineiston saavutettavuutta pidetään muistitieto-organisaatioissa tärkeänä, mutta asiakkaiden tavoittaminen käytännössä on organisaatioille hankalaa. Museoiden kaipaamaa yleisönäkökulmaa saadaan sekä digitaalisilta alustoilta dataa keräämällä että suoraan asiakkailta pyytämällä muun muassa asiakaskyselyiden muodossa.

Toiveet tulevaisuuden suhteen

Museoiden ja yleisön suhdetta lähitulevaisuudessa hahmotteleva Suomen museopoliittinen ohjelma ("Suomessa on vuonna 2030 Euroopan ajankohtaisimmat museot ja innostuneimmat asiakkaat.") muistuttaa moniäänisyyden ja demokratian toteutumisen tärkeydestä. Kulttuuriperintö kuuluu kaikille ja sen tulee olla yhdenvertaisesti saavutettavissa myös verkon kautta. Museotalan vision mukaisesti vapaasti saatavilla olevia aineistoja hyödynnetään laajasti ja luovasti yhteiskunnan eri osa-alueilla. Museoiden toiveena on, että kansallinen ja paikallinen kulttuuriperintö saavuttaa ihmiset yhä laajemmin ja moninaisemmilla tavoilla myös osana kansainvälistä yhteisöä.

Koronaviruksen aiheuttaman museoiden kiinniolon aikana keväällä 2020 moni organisaatio on ansiokkaasti aktivoitunut digitaalisten sisältöjen tuottamisessa ja kokoelmien avaamisessa. Museoiden toiminnan laajentuminen rakennusten seinien ulkopuolelle ja toiminnan kehittämisen digitaalisilla alustoilla eivät kuitenkaan tapahdu vain

poikkeusoloissa tai pakon ajamina. Ne vaativat museoilta resurssien lisäämisen lisäksi pitkäjänteistä kehitystyötä. Hankemuotoinen työskentely tuo toivottua lisävauhtia, mutta järjestelmien ylläpito ja tiedon välittäminen sekä vuorovaikutus eri yleisöjen kanssa vaativat museoilta päivittäistä työtä senkin jälkeen, kun taideapplikaation latauskerrat on saatu tasaiseen nousuun tai kokoelman osat on saatettu verkkoon selattaviksi.

Miten ottaa yleisö mukaan suunnittelemaan ja toteuttamaan yleisötyötä? Yksittäisten museoiden on vaikeaa toteuttaa kokoelmien avaamista tai joukkoistamista omin resurssein. Hankemuotoinen työskentely mahdollistaa moninaisen asiantuntijayhteistyön sekä lisärahoituksen, joiden turvin digitaalisia palveluita voidaan kehittää.

Museot suhtautuvat Suomessa hyvin positiivisesti digitaaliseen yleisötyöhön. Viime vuosina toteutetuissa selvityksissä on kuitenkin käynyt ilmi, että museot kaipaavat lisää osaamista ja resursseja yleisöjen segmentointiin sekä digitaalisten sisältöjen ja palveluiden tuottamiseen. Motivaatiopohjaista yleisön segmentointia sekä toiminnan suunnittelua on helpompaa tehdä huolella suunnittelun kartoitustyön jälkeen. Yleisön kanssa vuorovaikutuksellisessa tai osallistavassa toiminnassa tulee museon tavoitteet ja sisällöt miettiä huolella etukäteen. Organisaation ja yleisön edustajien motivaatiot voivat poiketa toisistaan paljonkin.

Digitaalisuus siis tukee läpäisevästi museoiden työtä kulttuuriperinnön vaalimiseksi ja välittämiseksi kaikille. Palveluiden tarjoaminen monien eri kanavien kautta luo merkittävää lisäarvoa sekä museoille että asiakkaille. Digitaalisuus on avannut uusia tapoja ymmärtää kulttuuriperintöä, osallistua ja kokea osallisuutta. Museoiden tieto ja aineistot ovat enenevässä määrin helposti saatavilla sekä yhteisten että yksilöityjen digitaalisten palveluiden kautta.

LÄHTEET

Gerdt, Belinda & Eskelinen, Sanna, 2015. Digiajan asiakas-kokemus: oppia kansainvälisiltä huipuilta, Alma Helsinki.

Mattila, Mirva (toim.) 2018. Mahdollisuuksien museo Opetus- ja kulttuuriministeriön museopoliittinen ohjelma 2030 Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2018:11.

Moisio, Sara 2017. Ymmärrystä yleisöistä sekä taiteen ja kulttuurin vaikuttavuudesta: kokemus yleisötutkimuksen kohteeksi. Kulttuuripolitiikan Tutkimuksen Vuosikirja, 155-161. <https://doi.org/10.17409/kpt.60110>.

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017. Digitaalisuus kulttuurialan toimijoiden yleisötyössä. <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/161674>.

Sillanpää, Laura (toim.) 2015. Perässä luovijoita vai avoimuuden airueita? Suomalaiset kulttuuriperintöorganisaatiot digitaalisessa maailmassa. Kulttuuriperintöorganisaatiot digitaalisessa maailmassa-kyselyn raportti. AvoinGLAM.

Sorjonen, Hilppa, Sivonen, Outi 2015. Taide ja kulttuurilaitosten yleisötyön muodot, laajuus ja tuloksellisuus. Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissäätiö Cuporen verkkojulkaisuja 27.

Suomen museoliitto 2019. Taustaselvitys museoiden digitaalisesta toimintaympäristöstä sekä asiakkaille suunnatuista digi- ja verkkopalveluista.

Osallisuuden reseptistä valmistuu herkullinen kokemus

Belinda Barbato

Osallistuminen, kohtaaminen ja vuorovaikutus. Ihminen voi osallistua ja olla mukana jossakin vain vastaanottajana ja passiivisessa roolissa. Kohtaaminen puolestaan on tapaamista, tai ajautumista tekemisiin jonkun toisen kanssa. Vuorovaikutus on jo enemmän. Se on keskinäistä ja vastavuoroista vaikutusta, jossa toisensa kohtaavat ihmiset ovat aktiivisessa roolissa keskenään. Jossain taustalla saattaa vaikuttaa *osallistaminen*, jota on tietoisesti tehty osallistumisen, kohtaamisen ja vuorovaikutuksen aikaansaamiseksi. Käytämme osallisuuteen liittyviä termejä paljon ja huolettomasti erilaisen toiminnan suunnittelussa ja tavoitteiden määrittelyssä. Osallistamisen reseptistä löytyykin muutama ainesosa, joiden merkityksiä suhteessa onnistuneeseen lopputulokseen pohdin tässä artikkelissa oman työkokemukseni kautta.

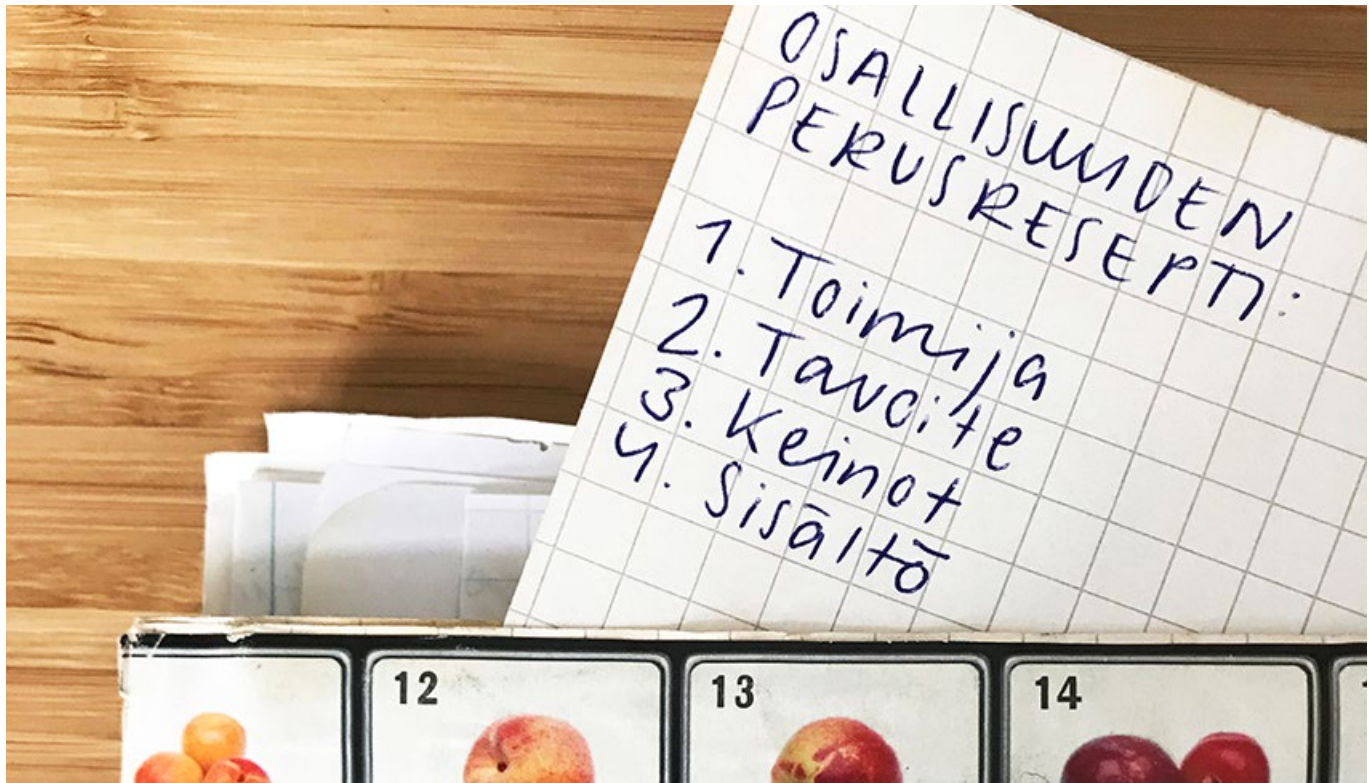
Ainesosa 1: Toimijataho

Työskentelen Helsingin kaupunginkansliassa osallisuus- ja neuvontayksikön alueosallisuustiimissä yhtenä seitsemästä stadiluotsista. Tehtäviimme kuuluvat kaupunkilaisten osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksien edistäminen omilla suurpiirialueillamme, mikä tarkoittaa esimerkiksi kaupungin toiminnasta ja palveluista viestimistä, oikean vaikuttamiskanavan pariin ohjaamista sekä verkostotyötä. Lisäksi tiimimme vastaa koko Helsinkiä koskevan osallistuvan budjetoinnin kehittämisestä ja toimeenpanosta. Yksikköömme kuuluvat myös vuorovai-

kutus-, neuvonta- sekä sovittelutoiminnan tiimit, jotka omalta osaltaan tukevat kaupunkilaisten vaikuttamismahdollisuuksia sekä osallisuustoimintaa Helsingissä.

Osallistaminen tarkoittaa yksilöiden aktivointitapaa, jossa tavoitteena on tuottaa osallisuuden kokemuksia. Halu ja motivaatio osallistamiseen syntyvät toimijassa, eli osallisuuden kokemuksia tuottavassa tahossa – siis jossain muualla kuin aktivoitavassa henkilössä itsessään. Suomen kuntalain edellyttämät osallistamistoimet ovat vain pintaraapaisu kaikesta siitä kaupunkilaisten osallisuutta edistävästä työstä, mitä Helsingissä tehdään. Kaupunkilaisten osallisuutta johdetaan, edistetään ja tavoitellaan kaupunkistrategiassa, suunnittelu- ja valmistelutyössä, sekä palveluissa läpi koko kaupunkiorganisaation.

Kaikkien Helsingin toimialoilla osallisuustyötä tekevien asiantuntijoiden työskentelyä ohjaavat kaupungin hallintosääntöön kirjatut osallisuuden periaatteet; kaupunkilaisten osaamisen ja asiantuntijuuden hyödyntäminen, omaehtoisen toiminnan mahdollistaminen, sekä yhdenvertaisten osallistumismahdollisuuksien edistäminen. Näiden periaatteiden alle sijoittuu lukuisia kaupunkilaisille tarjottuja osallistumisen tapoja. Helsingin kaupungin osallisuusvalikosta löytyvät esimerkiksi aloiteoikeus, vaikuttajatoimielimet, palautejärjestelmä ja sähköinen kuuleminen, vapaaehtoistoiminta, avoimet tilat ja avoin data, nuorten osallistuva budjetointi RuutiBudjetti, ja kenties näkyvimpanä osana OmaStadi, eli Helsingin osallistuva budjetointi.



Kuva: Belinda Barbato

Ainesosa 2: Tavoite

Suomessa osallistetaan paljon. Kaupunkien palvelut, yritykset sekä erilaiset yhteisöt osallistavat kohderyhmiään varmistaakseen mahdollisimman toimivat ja onnistuneet palvelut, sekä luodakseen merkityksellisiä kokemuksia. Pelkkä viestintä – oli se sitten kuinka tehokasta ja runsasta tahansa – ei kuitenkaan aina riitä. Osallistamistyö on tavoitteellista, ja tavoitteet määrittävät osallisuustyön konkreettisia tekoja. On eri asia tarkastella osallistamista esimerkiksi parannettaessa heikommassa asemassa olevien ihmisten elämänlaatua, tai vastaavasti vahvistettaessa osaavan kaupunkiaktiivin osallisuuden kokemusta.

Osallistaminen korostuu erityisesti silloin, kun tavoitteena on haalia uudenlaisia osallistujajoukkoja, jotka syystä tai toisesta tarvitsevat hieman enemmän kannustusta tai tukea. Motivaatio ja kyvykkyys osallistumiseen voivat olla joillakin ihmisillä heikompia esimerkiksi ajan puutteen, resurssien vähäisyyden tai henkilökohtaisen jaksamisen tai mielenkiinnon puutteen takia. Osallisuustoimintaa tarjoava taho on yleensä hyvällä asialla, mutta osallistaminen saattaa silti kalskahtaa hieman aliarvioivalta, tai jopa holhoavalta.

Osallistavassa toiminnassa mukana oleva harvoin haluaa mieltää itsensä osallistetuksi, mikä määrittää vahvasti osallisuustoimintaa tarjoavan tahon tekemiä valintoja

"On sallittua olettaa, että ollakseen vaikuttavaa tekemisen täytyy olla myös näyttävää."

esimerkiksi toiminnan suunnittelussa ja menetelmien valinnassa. On siis tärkeää ymmärtää osallistujan tavoitte ja motivaatio, ja jättää osallistajan oma agenda takavasemmalle. Osallisuustoimintaa järjestävän tahon kannattaisi siis miettiä *miksi* henkilö voisi olla mukana toiminnassa, eikä lähtökohtaisesti aloittaa toiminnan suunnittelua pohtimalla, *miten* saan henkilön osallistumaan.

Työssämme stadiluotseina, erityisesti Helsingin osallistuvan budjetoinnin kehittäjinä ja toimeenpanotehtävissä, tavoitteemme on osallistaa kaupunkilaisia laajasti. Osallistuvan budjetoinnin kohderyhmään kuuluvat kaikki helsinkiläiset, joten osallistumista tavoitellaan lukuisilla tulokulmilla. Toiminnan suunnittelussa ja työn tekemisessä korostuvat yhdenvertaisuus, viestintä ja markkinointi, prosessin eri vaiheissa järjestetyt tapahtumat ja työpajat sekä aktiivinen jalkautuminen eri ihmisryhmiä tavoittavien tai edustavien yhteisöjen ja toimijoiden pariin.

Ainesosa 3: Keinot

Vaikka osallisuuden kokemus on subjektiivinen, siihen on oman kokemukseni mukaan mahdollista vaikuttaa tietynlaisin valinnoin ja keinoin. Osallisuuden kokemusta on mahdollista vahvistaa hyödyntämällä erilaisia menetelmiä, kuten keskustelujen ohjaamista tai erilaisia työskentelytapoja. Vaihtoehtoja on monia, ja onkin oleellista ymmärtää kullekin tilanteelle sopivat keinot osallisuuden vahvistamiseksi. Valinnat eivät kuitenkaan aina tarkoita viimeisen päälle palvelumuotoiltuja materiaaleja tai ammattilaisen fasilitoimaa työpajatyöskentelyä. Ne voivat myös olla yksinkertaisia ratkaisuja, kuten sopivan

kokoisia tiloja tai esimerkiksi pelkkää keskustelua ilman erillisiä menetelmiä. Keinoilla siis vastaamme *osallistettavan* ihmisen henkilökohtaiseen tavoitteeseen eli osallistumisen syihin, emmekä tyydytä omaa olettamustamme tämän motivaatiosta tai tuen tarpeesta.

Helsingin osallistuvassa budjetoinnissa deliberatiivista demokratiaa, tai tarkemmin deliberatiivista keskustelua ja vaikuttavuutta tavoiteltiin prosessin yhteiskehittämävaiheissa, joissa kaupunkilaiset ja kaupungin asiantuntijat työskentelivät yhteisten asioiden äärellä. Deliberatiivinen demokratia on vuorovaikutteista päätöksentekoa, jossa käsitellään ja priorisoidaan asioita monesta näkökulmasta, kaikkia keskusteluun osallistuvia kunnioittaen – taustaan tai asemaan katsomatta. Deliberatiivinen keskustelu saattaa vaatia ulkopuolisen vetäjän, jotta keskusteltava asia pysyy raiteillaan ja tavoitteessaan.

Tavoitteellisen keskustelun lisäksi myös tunteita herättävistä asioista keskusteltaessa ulkopuolisen vetäjän käyttäminen ja menetelmällisyys voivat olla onnistuneen lopputuloksen kannalta hyödyllisiä, ellei jopa ehdottomia. Menetelmien tulee kuitenkin olla harkittuja ja tarkoituksenmukaisia, eikä koko palvelumuotoiluarsenaalia kannata lähtökohtaisesti valjastaa osallistajatahon käyttöön. Ihminen kokee itsensä aliarvioituksi yllättävän helposti, ja tätä välttääkseen osallistajan on tärkeä ymmärtää konteksti, ja jättää liiallinen ohjaus ja käytöstavoista muistuttelu pois, ellei tilanne sitä erityisesti vaadi. Keinoja, eli menetelmiä ja materiaaleja määrittää vahvasti sisältö.

Ainesosa 4: Sisältö

On sallittua olettaa, että ollakseen vaikuttavaa tekemisen täytyy olla myös näyttävää. Ensikäsitys kiinnostavuudesta liittyykin usein herkullisiin tarjoiluihin, tai viimeisen päälle tyylieltyihin materiaaleihin ja menetelmiin. En suinkaan väitä, etteikö kahvi ja leivos toimisi hyvänä houkuttimena, tai etteikö joissakin tilanteissa olisi ehdottoman tärkeää käyttää menetelmällisyyttä, kuten taitettuja työskentelypohjia tai keskustelujen ohjaamista. Oman kokemukseni kautta uskallan kuitenkin haastaa oletetut vaikuttavuustekijät ja todeta, että osallisuuden kokemuksen yksi perusedellytyksistä on sisältö.

Ihmiset – elämäntilanteesta, kokemuksesta tai osaamisesta riippumatta – tekevät asioita joista he pitävät, tai joista he ovat kiinnostuneita. Olen työurallani järjestänyt tapahtumia ja toimintaa, joiden tarkoituksena oli mahdollistaa turvapaikanhakijoiden ja suomalaisen kantaväestön kohtaamisia. Toiminnan tavoitteena oli vuoden 2015 pakolaiskriisin jälkimainingeissa tukea molemminpuolista kotoutumista. Kokeilujen ja eri sidosryhmien kanssa pohdittujen toimintamuotojen kautta lopulta ymmärsimme, että vaikka ihmiset usein ovat lähtökohtaisesti kiinnostuneita sosiaalisesta tekemisestä, oli hankalaa markkinoida tapahtumia pelkän kohtaamisen kärjellä tai ilmaisilla tarjoiluilla. Havaitimme hyvin nopeasti, että runoudesta kiinnostuneet ihmiset saapuivat ”spoken word” -iltamaan, ja ruoanlaittoa harrastavat henkilöt kokkasivat mielellään yhdessä. Edes yhteisen kielen uupuminen ei ollut este, kun sisältö nousi kohtaamisten keskiöön.

Onnistuneen osallistamisen resepti hahmottui myös opinnäytetyössäni, jonka tein yhdessä kollegani kanssa. Tutkimme opinnäytetyössämme *Osallisuutta parhaimmillaan? Helsingin osallistuvan budjetoinnin tapahtumat osallisuuden kokemuksen vahvistajana* osallisuuden kokemuksen vahvistumiseen vaikuttavia tekijöitä.

Osana opinnäytetyötä järjestimme kollegani kanssa kolme Starttiraksa -nimistä tapahtumaa käynnistämään Helsingin osallistuvan budjetoinnin äänestyksessä valittujen hankkeiden toteutusta. Tapahtumien tavoitteena oli vahvistaa kaupunkilaisten osallisuuden kokemusta, sekä selvittää, mitkä asiat vaikuttivat osallisuuden kokemuksen vahvistumiseen. Tapahtumissa saatoimme yhteen osallistuvan budjetoinnin äänestyksessä menestyneitä hankkeita tehneet kaupunkilaiset, ja hankkeiden toteuttajat eli kaupungin asiantuntijat. Osallistuvan budjetoinnin prosessin näkökulmasta tapahtumien tarkoituksena oli varmistaa yhteisymmärrys hankkeiden sisällöistä, kertoa toteutusaikatauluista, viilata avoimia yksityiskohtia, sekä sopia yhteisestä jatkotyöskentelystä hankkeiden toteutuksessa.

Perustuen osallistuvan budjetoinnin tapahtumista saamaamme kokemukseen ja opinnäytetyömme tutkimusaineistoon teimme useita tietoisia valintoja Starttiraksojen suunnittelussa. Järjestimme tapahtumat sopivan kokoisissa ja riittävän rauhallisissa tiloissa. Rajasimme menetelmällisyyden minimiin jättämällä ulkopuolisen keskustelun ohjaamisen pois. Tarjosimme keskustelun tueksi ainoastaan yhden työskentelypohjan, jonka käyttäminen oli osallistujille vapaaehtoista. Jätimme tilaisuuksien ohjelman mahdollisimman avoimeksi, jotta tilaisuudet toimisivat lähinnä alustana mahdollistaen yksittäisille keskusteluryhmille parhaiten toimivan tyylin. Lisäksi pyysimme tapahtumien suunnitteluun mukaan hankkeiden vastuuasiantuntijat, sillä olimme jo prosessin aiemmissa vaiheissa tunnistaneeet kaupungin asiantuntijat osallistuvan budjetoinnin tapahtumien päätähdiksi.

Nostimme siis itse asian jalustalle ja jätimme oheistoiminnan vapaavalintaiseksi lisämausteeksi. Sekä kaupunkilaisilta, että kaupungin asiantuntijoilta saamamme palautteen perusteella sisällön korostaminen, menetelmäkriittisyys sekä sopivan epämuodolliset ja rauhalliset tilaisuudet

toimivat tässä tapauksessa erinomaisesti. Kaupunkilaisten osallisuuden kokemusta vahvisti kaupungin asiantuntijoiden perehtyneisyys ja ratkaisukeskeinen työote.

Aineksista valmistuu osallisuuden kokemus

Osallisuus on vastuun ottamista ja toimijuutta. Osallisuuden kokemus on merkityksellisyyden ja omistajuuden tunnetta. Osallisuuden kokemusta vahvistavat samat lainalaisuudet, kuin mitä tahansa ihmisten välistä hyvää vuorovaikutusta; arvostava ja rakentava keskustelu sekä yhteinen tavoite. Osallisuuden kokemusta ja merkityksellisyyden tunnetta voi lisäksi vahvistaa pienikin ele, jota sen antaja ei välttämättä itse edes huomaa.

Mahdollistaaksemme pienten, mutta vaikuttavien eleiden syntymisen, meidän on luotava niille tilaa. Omassa työssäni tämä tila on esimerkiksi ollut kaupunkilaisten ja kaupungin asiantuntijoiden yhteen tuominen osallistuvan budjetoinnin tapahtumissa, joiden tavoite oli kehittää yhdessä Helsingistä entistä parempi ja toimivampi kaupunki. Nämä yhteiskehittämistapahtumat toimivat osallisuuden kokemusta vahvistavina tekijöinä, ja niiden kautta osallistujat kokivat mukana olleiden kaupungin asiantuntijoiden perehtymisen ja kiinnostuksen aiheita kohtaan vaikuttavina. Tässä tapauksessa kaupunkilaisen kokemaan merkityksellisyyden tunteeseen vaikuttanut ele oli kaupungin asiantuntijan mukanaan tuoma tieto, ja yhteinen tavoitteellinen keskustelu molempia osapuolia kiinnostavasta aiheesta.

Osallisuuden perusresepti onkin loppujen lopuksi varsin yksinkertainen. Kun toimija ymmärtää oman tavoitteensa suhteessa osallistujien tavoitteisiin ja motivaatioon, tarkastelee keinovalikoimaa ”tarkoituksenmukaisuuslinssien” läpi sekä muistaa sisällön keskeisen roolin toi-

minnan suunnittelussa, kokemus on jokaiselle osallistujalle vähintäänkin herkullinen ja vaikuttava.

LÄHTEET

Helsingin kaupunki 2019. Helsingin kaupungin hallintosääntö. Kaupunginvaltuuston päätös 9.10.2019 § 297. <https://www.hel.fi/static/liitteet/kanslia/saannot/hgin-hallintosaanto-2019-10-09.pdf>

Kotimaisten kielten keskus 2020a. Kielitoimiston sanakirja. Viitattu 6.3.2020. <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/kohdata>

Kotimaisten kielten keskus 2020b. Kielitoimiston sanakirja. Viitattu 6.3.2020. <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/osallistua>

Kotimaisten kielten keskus 2020c. Kielitoimiston sanakirja. Viitattu 6.3.2020. <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/vuorovaikutus>

Kuntalaki 2015/410. Annettu Helsingissä 10.4.2015. Saatavilla sähköisesti osoitteessa <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2015/20150410>

Raisio, Harri & Vartiainen, Pirkko 2011. Osallistumisen illuusiosta aitoon vaikuttamiseen, Deliberatiivisesta demokradiasta ja kansalaisraatien toteuttamisesta Suomessa. Kuntaliiton verkkojulkaisu 2011.

Särkelä-Kukko, M. (2014). Osallisuuden eriarvoisuus ja eriarvoistuminen. Mistä puhumme, kun puhumme osallisuudesta? Teoksessa A. Jämsén & A. Pyykkönen, A. (toim.), Osallisuuden jäljillä (34–49). Joensuu: Pohjois-Karjalan Sosiaaliturvayhdistys ry.

Kuntien kulttuuripalvelut uuden edessä – Näkökulmia muutoksen keskeltä

Hanna-Kaisa Lähde

Kunnat elävät monien muutosten keskellä. Suomessa väestö ikääntyy ja syntyvyys laskee. Työikäiset ihmiset muuttavat kasvukeskuksiin. Kilpailu paikkakuntien veto- ja pitovoimasta kiihtyy. Maamme hallituksen valmisteilla oleva sosiaali- ja terveyspalveluiden kokonaisuudistus on siirtämässä kuntien vastuun sosiaali- ja terveyspalveluista maakunnalliselle tasolle. Tämä tarkoittaa valtavaa muutosta kuntien lakisääteisissä perustehtävissä. On selvää, että kuntien perustehtävien muuttuessa, myös kuntien toiminnanohjaus tulee muuttumaan.

Aihe kiinnostaa minua kahden suuntaisesti, eli oman työni ja yhteiskunnallisten harrastusteni kautta. Toimin työtehtävissäni Haminan kaupungilla nuorten osallisuudesta vastaavana nuorisotyöntekijänä. Olen työlomalla vakituisesta työstäni Haminasta ja tällä hetkellä työskentelen kansanedustajan poliittisena avustajana eduskunnassa. Lisäksi toimin kaupunginhallituksen jäsenenä, poliittisen päättäjän roolissa Kotkassa.

Megatrendit taustavaikuttajina

Olen tottunut seuraamaan trendejä, jotka vaikuttavat tulevaisuuden toimintaympäristöihin. Trendien seuraaminen liittyy vahvasti sekä omaan työhöni, että rooliini kuntapäätäjänä. Trendien kautta voidaan ennakoita tulevaisuuden palvelujen kehittämistarpeita ja kuntakentän tulevia muutoksia. Tutustuin kulttuurituottajan ylemmän

ammattikorkeakouluopintojeni aikana sekä niihin liittyvää opinnäytetyötä tehdessäni Elina Hiltusen teokseen *Matkaopas tulevaisuuteen*. Teoksessaan hän kuvaa megatrendejä. Oma näkemykseni on, että megatrendejä seuraamalla voimme halutessamme ennakoita tulevia toimintakentän muutoksia hyvissä ajoin.

Hiltusen mukaan megatrendeiksi voidaan kutsua sellaisia globaaleja ilmiöitä, jotka jollain tavalla poikkileikkaavat koko maailmaa ja sen väestöä. Hiltunen toteaa, että megatrendejä voisi luonnehtia sen luokan tapahtumiksi, joista ”kaikki” tietävät, mistä puhutaan. Hiltunen on listannut omaan teokseensa yhdeksän megatrendiä: väestön ikääntyminen, väestön kasvu, kaupungistuminen, raaka-aineiden väheneminen, ilmastonmuutos, teknologian kehittyminen, kansainvälistyminen, väestön vaurastuminen ja kulutuksen kasvu. Oman kokemukseni mukaan kuntatasolla, näistä ovat eniten olleet esillä viimeisinä vuosina väestön ikääntyminen, kaupungistuminen, teknologian kehittyminen ja ilmastonmuutos.

Keskityn artikkelissani pääsääntöisesti kaupungistumisen ja väestön ikääntymisen megatrendien taustavaikutuksiin. Nämä kaksi megatrendiä valikoituivat tarkasteluni kohteeksi myös opinnäytetyössäni, koska niillä on ollut suora taustavaikutus Kymenlaakson maakunnan kuntien ratkaisuun perustaa vapaaehtoinen sosiaali- ja terveyspalveluiden kuntayhtymä Kymsote. Tällöin ne ovat vaikuttaneet sekä Haminan, että Kotkan kaupungin

organisaatorakenteeseen ja toiminnanohjauksen uudistamiseen. Sitä kautta ne ovat vaikuttaneet myös kulttuuripalveluiden merkityksen muuttumiseen.

Vaikka megatrendien vaikutus on pitkä, ne eivät kuitenkaan pysy muuttumattomina. Sitra toi tammikuussa 2020 julkisuuteen omat megatrendit, jotka Sitran mukaan vaikuttavat eniten nyt meneillään olevaan vuosikymmeneen. Sitran tuoreet megatrendit ovat: 1. Ekologisella jälleenrakennuksella on kiire, 2. Väestö ikääntyy ja monimuotoistuu, 3. Verkostomainen valta voimistuu, 4. Teknologia sulautuu kaikkeen ja 5. Talousjärjestelmä etsii suuntaansa.

Sitra on keskittynyt omissa megatrendeissään nimenomaan Suomeen. Sitran julkaisussa Megatrendit 2020 Sitran ennakointi- ja strategiajohtajana toimiva Katri Vataja toteaa, että megatrendit luovat kokonaiskuvan Suomen kannalta merkittävistä yhteiskunnallisista muutoksista. Uuden vuosikymmenen alussa on oivallinen hetki katsoa paitsi pitkälle tulevaisuuteen myös edellisen vuosikymmenen isoihin kehityskuluihin. Tällöin voidaan huomata, että 2010-luvulla megatrendikeskustelua sävyttäneet ilmiöt, kuten taloudellisen kehityksen hidastuminen, teknologinen kehitys, eriarvoisuus, ilmastonmuutos, kaupungistuminen ja muutokset geopoliittisissa valtasuhteissa, vaikuttavat edelleen tänä päivänä. Tämä tekee hyvin näkyväksi megatrendien laaja-alaisen, pitkäkestoisen ja hitaasti muuttuvan luonteen.

Vaikka Sitran listaamissa megatrendeissä 2020 kaupungistumista ei enää ole nostettu omana megatrendinä uudelleen esille, niin Sitran arviota siitä, että 2010-luvun megatrendit vaikuttavat edelleen, kuvaa mielestäni hyvin se, että kuntakeskustelussa kaupungistuminen on vielä vahvasti läsnä. Kaupungistumisen ja kulttuuripalveluiden merkityksen muuttumisen välillä tulkitaan olevan yhä vahvempi yhteys.

Kulttuuripalveluiden merkityksen muutoksen takaa löytyy myös viitteitä väestön ikääntymisestä, mutta sen vaikutus liittyy laajempaan, palvelurakenteen muutostarpeeseen, joka nousee väestön ikääntymiseen liittyvistä laajemmista haasteista. Keskiössä on kuntatalous ja siihen vahvasti vaikuttavat sosiaali- ja terveyspalvelut, sekä keskustelu siitä, riittävätkö yksittäisten kuntien hartiat tulevaisuudessa vastaamaan tähän haasteeseen, vai tarvitaanko siihen maakuntien kokoiset hartiat.

Meillä on valtakunnallisesti valmisteltu sosiaali- ja terveyspalveluiden kokonaisuudistusta ainakin oman henkilökohtaisen poliittisen- ja työelämämuistini mukaan 2000-luvun alusta saakka. Myös Sanna Marinin istuva hallitus on luvannut viedä sosiaali- ja terveyspalveluiden kokonaisuudistuksen maaliin. Tämä vuosia jatkunut yhteiskunnallinen keskustelu on vaikuttanut jo kuntien tapaan toimia. Maakunnissa on perustettu vapaaehtoisia sosiaali- ja terveyspalveluiden kuntayhtymiä. Tällöin kuntiin jääneet palvelut on jo pitänyt uudelleen organisoida osassa maata. Samalla näillä toimenpiteillä on myös asemoitu kulttuuritoiminnan merkitystä kunnissa.

Kulttuuri kilpailukyvyän edistäjänä sekä pito- ja vetovoimatekijänä

Osallistuin huhtikuussa 2018 kaupunkistrategiaseminaariin Kotkassa. VTT Timo Aro MDI:stä luennoi meille seminaarissa kaupungistumisesta. Seminaarissa tuli esille, että Aro on luonut kahdeksan perustetta sille, miksi kaupungistuminen tulisi ottaa huomioon kaikessa päätöksenteossa. Aron mukaan kaupungistumista tapahtuu tällä hetkellä kaikkialla Suomessa riippumatta kunnan tai kaupungin koosta. Sen lisäksi, että ihmisiä muuttaa Metropolia-alueelle ja suuriin kasvukeskuksiin, ihmiset hakeutuvat haja-asutusalueilta myös pienempiin keskuksiin. Aron mukaan tällaisen kaupungistumisen taustalla

voi nähdä sellaisia muutoksia, jonka mukaan ihminen valitsee asuinpaikkansa palveluiden ja viihtyisyyden perusteella, eikä työpaikka ole enää niin määräävä tekijä kuin aiemmin. Tämä on nostanut monin paikoin myös kuntien tuottamat omat kulttuuripalvelut, mutta myös alueen kaupalliset kulttuuripalvelut veto- ja pitovoimakeskustelun keskiöön.

Paikkakunnilla on erilaisia pito- ja vetovoimatekijöitä, joita Aro luonnehtii seuraavasti: Kovat vetovoimatekijät, sijaintitekijät ja pehmeät vetovoimatekijät. Aron määritelmän mukaan tapahtumat, imago ja mielikuvat, luonto sekä arkkitehtuuri voidaan nähdä pehmeinä vetovoimatekijöinä. Alueen tarinaan, identiteettiin ja historiaan, kaupunkikulttuuriin, persooniin, merkkihenkilöihin ja muihin paikkaan liittyviin erottumistekijöihin liittyvät asiat, mutta yhtä lailla tapahtumat, kuntien kulttuuri- ja vapaa-ajan palvelut, sekä muu urbaani ”pöhinä” liittyvät vahvasti paikkakunnan tai alueen pehmeisiin pito- ja vetovoimatekijöihin. Aron tekemä luokitus kiinnittää näin ollen kaupunkistrategisen katseen myös paikkakunnan kulttuuripalveluihin ja kulttuuritarjontaan.

Lahden kaupunginmuseon BEMINE-hankkeessa toteutetut tutkimukset tukevat Aron näkemyksiä. Hankkeessa toteutettiin kaksi tutkimusta. Toinen niistä on Lahden kaupunginmuseon *Vaikuttava kulttuuriympäristö* vuodelta 2018. Tutkimuksessa todetaan, että kaiken kaikkiaan kulttuuritoiminnalla on vaikutuksia muun muassa identiteettiin, kulttuuripääomaan, inhimilliseen pääomaan, sosiaaliseen pääomaan ja alueen kehittämiskulttuuriin. Kaikki edellä mainitut asiat ovat rinnastettavissa Aron luonnehtimiin pehmeisiin pito- ja vetovoimatekijöihin. Näiden lisäksi BEMINE-hankkeen tutkimuksessa korostetaan, että kulttuuriin voidaan liittää selkeitä (alue) taloudellisia vaikutuksia. Vaikuttava kulttuuriympäristö-tutkimuksessa todetaan myös, että alueen kilpailukyvyksi määritellään alueen kyky ja potentiaali synnyttää, houku-

tella ja ylläpitää toimintaa, joka lisää alueen hyvinvointia. Siten alueen toimijat (asukkaat ja yritykset) vaikuttavat alueelliseen kilpailukykyyn. Todellisuudessa alueiden kilpailukyky määrittyy alueiden resurssien ja ominaisuuksien perusteella siten, että alue on sitä kilpailukykyisempi, mitä paremmin alue pärjää näiden ominaisuuksien osalta suhteessa muihin alueisiin.

Alueen kilpailukyvästä ja vetovoimaisuudesta kertovat muun muassa alueen kyky houkutella työvoimaa, yrityksiä ja matkailijoita. Tämän tutkimuksen mukaan alueellisten kilpailukykytekijöiden yhteydessä kulttuurilla tarkoitetaan muun muassa kulttuuria alueellisen identiteetin kuvaajana, kulttuuripääomana, kulttuurihyödykkeenä ja kulttuurin tuotantona sekä kulttuuriklusterina. Omalta osaltaan näihin tekijöihin vaikuttaa myös kulttuuriympäristö. Vaikutuksen voidaan olettaa vaihtelevan alueellisesti. Oman näkemykseni mukaan tällaisia asioita on alettu nostaa esille yhtä aktiivisemmin myös kuntien strategiakeskusteluissa.

Myös *Vaikuttava kulttuuriympäristö* -tutkimuksen mukaan kulttuuristen tekijöiden on arveltu voimistuneen viime vuosina alueellisten vetovoimatekijöiden joukossa. Alueet perustavat kyvykkyytensä kilpailla muun muassa yrityksistä, työvoimasta ja matkailijoista. Kulttuurin kiinnostavuutta kehittämisen osatekijänä on lisännyt huomio siitä, että kulttuurialan on todettu olevan yksi nopeimmin kasvavista ja parhaiten työllistävistä aloista. Osittain tästä syystä esimerkiksi Kotkassa on päätetty rakentaa kokonaan uusi tapahtumakeskus, koska kaupungilla on vahva näkemys siitä, että tarvitaan myös palvelualojen pk-yritysten tukemiseksi panostusta kaupungilta. Kotkassa nähdään, että tarvitsemme teollisen rakennemuutoksen jälkeen myös uudenlaisia toimialoja, jotka luovat uusia yrityksiä ja sitä kautta uusia työpaikkoja, sekä pito- ja vetovoimaa paikkakunnalle. Kotkan Meripäivien, Merikeskus Vellamon näyttelyiden, Kotkan kaupunginteatterin tarjonnan ja Maretariumin

rinnalle tarvitaan toinen toistaan tukevia ympärivuotisia tapahtumia, jotta työllisyysvaikutukset olisivat ympärivuotisia. Tässä rakennushankkeessa yhteistyö X-amk:n kanssa tiivistyy, sillä uusi ammattikorkeakoulukampus ja tapahtumakeskus käyttävät limittäin toistensa tiloja.

Myös *Kuntaliiton sivistyspoliittisen ohjelman 2025* arvion mukaan kulttuuri ja taide toimivat tulevaisuudessa kunnan houkuttelevana tavaramerkkinä, mielenkiintoiset, uudistuvat tapahtumat ja paikkakunnan syke lisäävät alueen elinvoimaisuutta, vaikuttavat myönteisesti kunnan imagoon ja tekevät alueesta kiinnostavan.

Oma näkemykseni tukeutuu vahvasti edellä kuvattuihin tutkimustuloksiin. Alueen tai paikkakunnan kulttuuripalveluilla ja kulttuuritarjonnalla on merkitystä alueen kilpailukyvyllä sekä pito- että vetovoimalle. Olen jo aiemmin tutustunut useampiin tutkimuksiin, joissa on osoitettu kulttuuripalveluiden ja aluetaloudellisten vaikutusten yhteys. Aihetta on tutkittu muun muassa Vaasan yliopistossa Suomen museoliiton tilauksesta vuonna 2013 ja Oulun Yliopistossa vuonna 2018 kohdentuen tutkimus kulttuurifestivaalien aluetaloudellisiin vaikutuksiin Pohjois-Pohjanmaalle. *Vaikuttava kulttuuriympäristö* -tutkimus osoittaa mielestäni myös vahvasti sen, että kulttuurilla on merkitystä paikkakunnan kilpailukyvyllä. Timo Aro on puolestaan tuonut keskusteluun uuden ulottuvuuden liittämällä aiheen myös paikkakuntien veto- ja pitovoimaan. Kaupungistumisen kiihtyessä paremman pito- ja vetovoiman omaavat paikkakunnat pystyvät tehokkaammin kilpailemaan asukkaista, matkailijoista ja työvoimasta. Mielestäni nämä näkökulmat tulee nähdä, erityisesti silloin, kun eri paikkakunnille, tai seutukunnille laaditaan kuntalaista nousevia kaupunkistrategioita tai elinkeinostrategioita.

Kulttuuri hyvinvoinnin edistäjänä

Kulttuurin positiivinen suhde hyvinvointiin ei ole kulttuurialan ammattilaisille mikään uusi asia. Asiaa on edistetty valtakunnallisestikin useammassa hallitusohjelmassa. Valtion sosiaali- ja terveysministeriö julkaisi huhtikuussa 2019 mietintönsä, *Kulttuuri ja taide hyvinvoinnin edistäjinä sosiaali- ja terveydenhuollossa, työelämässä ja koulutuksessa*, sekä siihen liittyvän terveyttä ja hyvinvointia edistävän taide- ja kulttuuritoiminnan yhteistyöryhmän raportin ja jatkotoimenpide-ehdotukset. Mietintö liittyi terveyden edistämisen politiikkaohjelmaan (2007–2011), jonka osana valmisteltiin poikkihallinnollinen taiteesta ja kulttuurista hyvinvointia -toimintaohjelma vuosille 2010–2014. Mietinnössä lanseerattiin virallisesti termi kulttuurihyvinvointi. Raportissa todetaan, että kulttuurihyvinvointi liittyy ihmisen kokonaisyhyvinvointiin – taide ja kulttuuri ovat osa hyvää elämää, jokaisessa olevaa luovuutta ja elinikäistä oppimista. Tämä vaatii riittävän henkilöresurssin ja rahoituksen lisäksi työ- ja toimintakulttuurin muutosta ja kehittymistä niin kulttuuri- kuin sote-sektorillakin. Mielestäni on ilmiselvää, että kunnan perustehtävien muuttuessa ja palveluiden painopisteen vaihtuessa kuntalaisten hyvinvoinnin edistämisen merkitys korostuu ja kulttuuri tulee nousemaan yhdeksi tärkeäksi toiminnaksi tämän asian edistämiseksi. Kuntalain mukaan kuntalaisten hyvinvoinnin edistäminen on kunnan tehtävä.

Myös meillä Kymenlaaksossa on lähdetty edistämään taiteen ja kulttuurin hyvinvointimerkityksiä sosiaali- ja terveyspalveluissa. Valtakunnallisen Taiku-Syvän verkoston toiminta on aktiivista maakunnan alueella. XAMK ja LAB toteuttavat yhdessä OMK:n rahoittamana Eloa ja iloa Kaakkois-Suomeen 2020- 21 -hanketta. Hankkeen tavoitteena on kehittää luovan alan, taiteen ja kulttuurin yhteistoimintaa, jotta kuntalaisille tuotettavat kulttuuripalvelut ja muu toiminta vahvistavat asukkaiden hyvinvointia, terveyttä ja osallisuutta.

Maaailman terveysjärjestö WHO julkaisi marraskuussa 2019 raportin, jonka mukaan on löydetty näyttöä taiteen merkityksestä useiden sairauksien hoitamisessa, hallitsemisessa ja ehkäisemisessä sekä terveyden ja hyvinvoinnin edistämisessä. Yli 900 tutkimusjulkaisua kattava raportti on laajin tähän mennessä tehty kartoitus taiteen ja kulttuurin terveysvaikutuksista.

WHO:n raportin mukaan esimerkiksi Iso-Britanniassa 20–30 prosenttia lääkärikäynneistä johtuu muista kuin lääketieteellisistä syistä, kuten yksinäisyydestä tai syrjäytymisestä. Iso-Britanniassa on ollut jo parinkymmenen vuoden ajan käytössä toimintamalli, jossa esimerkiksi yksinäisyydestä, lievistä mielenterveysongelmista tai kroonisista kivuista kärsiviä asiakkaita ohjataan yleislääkärin kirjoittamalla kulttuuriläheteellä taide- ja kulttuuritoimintaan. Kulttuurilähete on otettu käyttöön myös muun muassa Ruotsissa ja Tanskassa. Mallin on havaittu vähentävän tarpeettomia lääkärikäyntejä ja siten voivan tuottaa myös kustannussäästöjä. Suomessa kulttuuriläheteitä on kokeiltu lähinnä yksittäisissä kunnissa projektin omaisesti.

Mielestäni Suomessakin tulisi ottaa kulttuuriläheteet kansallisesti käyttöön esimerkiksi masennussairauksien ennaltaehkäisyssä. WHO:n raportissa havaittiin, että taideosallistuminen voi lievittää lievistä tai keskivaikeista mielen sairauksista kärsivien lasten ja aikuisten sairauksien oireita sekä psykologisella että biologisella tasolla. Vakavista psyykkisistä sairauksista kärsiville henkilöille taide voi tarjota lisätukea muun hoidon lisäksi. Esimerkiksi musiikin on tutkimuksissa havaittu voivan auttaa vähentämään muun muassa psykoottisuuden oireita psykoosista kärsivillä.

Mielestäni kulttuurilähete sopisi Suomen tilanteeseen erittäin hyvin. Suomessa mielenterveysongelmat on luokiteltu THL:n mukaan kansantaudiksi. Eläketurvakes-

kuksen mukaan masennus on edelleen Suomessa suurin yksittäinen syy työkyvyttömyyseläkkeelle siirtymiseen. Lääkärilehden arvion mukaan joka päivä yhdeksän suomalaista joutuu ennenaikaiselle eläkkeelle masennuksen vuoksi.

Lehtitietojen mukaan työkyvyttömyys on kallista. Jos esimerkiksi 35-vuotias 3 000 euron kuukausipalkkaa saanut henkilö jää työkyvyttömyyseläkkeelle, siitä seuraa yhteiskunnalle noin 1,2 miljoonan euron elinikärikustannus. Esimerkiksi museokortti vuodeksi maksaa 69 euroa ja paikallisen Kymi Sinfonietan kausilippu konsertteihin elää hintaluokissa 75- 115 euroa vuosi. Ei tarvitse olla mikään taloustieteilijä pystyäksään arvioimaan, että kulttuuriläheteen laajamittainen käyttöönotto tulee edullisemmaksi kuin masennuksen kliininen hoito tai työkyvyttömyys.

WHO:n raportti toivottavasti asemoi tulevaisuudessa kulttuurin hyvinvointimerkityksistä käytävää keskustelua jälleen uudelle tasolle. Kun saadaan pitävää näyttöä siitä, että kulttuuri ei pelkästään vaikuta hyvinvointiin ja ennaltaehkäise sairauksia, vaan taiteen tekemiseen ja kulttuuritoimintaan osallistumisella voidaan vaikuttaa jo olemassa olevien sairauksien ennusteeseen, taiteen ja kulttuurin merkitystä ei voida jättää huomiotta.

Kun kunnat jatkossa valmistelevat lakisääteisiä hyvinvointikertomuksia ja -suunnitelmia, pitäisi kulttuurihyvinvoinnilla olla keskeinen merkitys myös näiden suunnitelmien sisällöissä. Kulttuurihyvinvoinnin merkitystä ei pitäisi unohtaa myöskään silloin, kun hyvinvointisuunnitelmaa ja -kertomusta laaditaan sosiaali- ja terveyspalveluiden kuntayhtymissä ja tulevaisuudessa maakunnallisissa sote-keskuksissa. Taiteen ja kulttuuripalveluiden sekä sosiaali- ja terveyspalveluiden rajapintoja tulisi tarkastella suurennuslasilla. WHO:n tuore raportti ja siihen liittyvien tutkimusten tulokset tulisi huomioida sosiaali-

ja terveystalveluiden kokonaisuudistusta valmisteltaessa valtakunnallisesti, mutta myös paikallisella tasolla jo nyt. Hyvinvointisuunnitelmien ja - kertomusten mittarit pitäisi laatia siten, että niissä mitataan myös kulttuurihyvinvoinnin toteutumista kunnissa. Tässä kohtaa näen, että alueen erilaisten hankkeiden kautta kehitettyjä vaikuttavuusarvioita ja todettuja tuloksia pitäisi enemmän hyödyntää hyvinvointiarvioita tukevien mittareiden laadinnassa. Näin sidottaisiin hakkeita entistä vahvemmin mukaan myös paikalliseen päätöksentekoon.

Kulttuuri osallisuuden ja identiteetin vahvistajana

Kuntaliitto nostaa omassa *Sivistyksen suunta 2025* -sivistyspoliittisessa ohjelmassaan kulttuuripalveluiden visioksi seuraavan: Kulttuuripalveluiden merkitys alueen elinvoimaisuuden ja kuntalaisten hyvinvoinnin kannalta on suuri. Jokaisella on oikeus kulttuuripalveluihin iästä, kulttuuritaustasta ja elämäntilanteesta riippumatta ja palvelut ovat luonteva osa kuntalaisten jokapäiväistä elämää. Ohjelmassa todetaan, että kulttuurin merkitys osallisuuden ja identiteetin vahvistajana tulee korostumaan. Sen mukaan lasten ja nuorten taiteellisen toiminnan tukeminen vahvistaa osallisuutta, ehkäisee syrjäytymistä sekä lisäävää tasa-arvoa ja hyvinvointia. Ohjelma kiteyttää, että lasten ja nuorten kasvua ja identiteetin muodostumista vahvistetaan taiteen ja kulttuurin keinoin.

Opetus- ja kulttuuriministeriön museopoliittinen ohjelma, *Mahdollisuuksien museo*, korostaa museoalan aktiivista roolia hyvinvoinnin, osallisuuden ja yhteiskunnallisen vuoropuhelun vahvistajana. Museopoliittisessa ohjelmassa osallisuus tiivistyy kohtaamista ja kumppanuuksia käsittelevään osioon. Otsikon alla kehittämiskohteina kuvataan yhdessä tekeminen, osallisuus ja yhteisöllisyys,

yhteiskunnallisesti vaikuttava näyttelytoiminta, inspiroiva oppimisympäristö ja vapaaehtoistoiminta. Sen toimenpiteissä listataan muun muassa, että museot kokeilevat ja etsivät uusia osallistumisen ja osallistamisen tapoja, museot osallistuvat yhteishankkeisiin, kumppanuuksiin ja verkostomaiseen toimintaan, sekä museot laajentavat ymmärrystään asiakkaistaan ja yhteisöistään sekä hyödyntävät sitä profiilinsa määrittelyssä ja palveluidensa tuotteistamisessa. Museot myös kehittävät ja jakavat vapaaehtoistoiminnan hyviä käytäntöjä. Museot tuottavat kiinnostavia ja innostavia näyttelyjä ja museot kehittyvät laaja-alaista, elinikäistä oppimista tukeviksi oppimisympäristöiksi.

Oman näkemykseni mukaan asukkaiden osallisuus kunnissa nähdään yhä keskeisempänä prosessina. Kotkassa muun muassa kaupunkistrategiaa laadittaessa asukkaiden osallisuudella oli iso roolinsa ja Haminassa on hyväksytty marraskuussa 2019 ensimmäinen kumppanuus- ja osallisuusohjelma, joka poikki leikkaa koko kaupunkiorganisaation toimintaa. Kulttuuri- ja taide ovat asioita, joiden avulla osallisuutta voidaan tutkitusti vahvistaa. Tästä syystä näen, että osallisuusajattelun laajentuessa sen tulisi tehdä pelkästään hyvää kulttuuripalveluiden asemalle kunnissa.

Hannele Eklund kirjoittaa Ditte Winqvistiä siteeraten, että kulttuuri on sijoitus hyvinvoivaan yhteiskuntaan. Blogissaan hän lainaa taloustieteen professoria, Nobel-palkittua Bengt Holmstömiä: ”Suomen tulevaisuus on nuorten varassa. Jos heille ei anneta riittävästi mahdollisuuksia, myös vanhemmat ikäpolvet kärsivät. Taistelussa syrjäytymisen ehkäisyä vastaan on otettava kaikki aseet käyttöön.” Winqvistin mukaan yhteiskunnan turvaamat monipuoliset kulttuuripalvelut ovat varteenotettava keino nuorten syrjäytymisen ehkäisemisessä ja elämänhallinnan tukemisessa. Hänen mukaansa taide antaa yksilöille työkaluja itsensä toteuttamiseen, minkä

"Kun kunnat jatkossa valmistelevat lakisäätöisiä hyvinvointikertomuksia ja -suunnitelmia, pitäisi kulttuurihyvinvoinnilla olla keskeinen merkitys myös näiden suunnitelmien sisällöissä."

ohella osallisuuden kokemuksella on olennainen merkitys. Taide tarjoaa toimivan foorumin monipuoliselle vuoropuhelulle. Se on negatiivisten voimien vastavoima, jonka kautta sekä tekijät että kokijat voivat päästä osaksi yhteiskunnallista keskustelua.

Kulttuurisen nuorisotyön arvo nuorten sosiaalisena vahvistajana nähdään mielestäni onneksi melko laajasti myös kunnissa nykyään. Nuorten osallisuuteen on alettu kiinnittää entistä laajempaa huomiota viimeistään vuonna 2017, jolloin kuntalain siirtymäaika nuorten kuulemista koskevien pykälien osalta umpeutui. Vuodesta 2006 lähtien nuorten kuuleminen, sosiaalinen vahvistaminen ja nuorten aktiivisuuden, sekä osallisuuden vahvistaminen ovat olleet mukana nuorisolaissa. Kunnissa on melko aktiivisesti myös kehitetty tällaisia toimintamuotoja.

Kun kunnat tulevaisuudessa asemoivat omaa toiminnan-ohjaustaan, olisi mielestäni ensiarvoisen tärkeää nostaa osallisuuden ja identiteettityön näkökulmaa esille. Osallisuus ei koske vain nuoria, vaan koko väestöä. Taide vahvistaa osallisuutta ja osallisuus vahvistaa hyvinvointia. Nämä asiat tulee nostaa entistä vahvemmin esille kuntien palvelumuotoilussa.

Kulttuuripalveluiden tulevaisuudennäkymiä

Näen, että kuntien on pystyttävä vastaamaan edellä kuvattuihin muuttuviin tarpeisiin ja merkityksiin. Osana muutosta kulttuuripalveluiden arvo nousee nähdäkseni ainakin kahden suuntaisesti. Kulttuurin hyvinvointimerkitys tulee nousemaan ja kulttuuri kytketään entistä vahvemmin osaksi kuntien elinvoimaa.

Kun kuntien rooli sosiaali- ja terveyspalveluiden turvaajana siirtyy kuntatasolta maakuntatasolle, lisää se kunnassa saatavilla olevien kulttuuripalveluiden kokonaismerkitystä jatkossa hyvinvoinnin edistämisen näkökulmasta. Oman lukunsa kulttuuripalveluiden ja -tarjonnan merkitykseen tuo WHO:n julkaisema raportti, joka antaa viitteitä siitä, että taiteen ja kulttuurin avulla voidaan paitsi vaikuttaa hyvinvointiin ja ennaltaestää sairauksia ehkä myös omalta osaltaan parantaa joidenkin sairauksien ennustetta. Kun kunnat kamppailevat hiipuvasta taloudesta, korkeasta sairastavuudesta, työttömyydestä, syrjäytymisestä ja ennenaikaisesta eläköitymisestä koituvien kustannusten keskellä, tulee kulttuurin arvo nousemaan kokonaan uudelle tasolle.

Vaikka sosiaali- ja terveyspalveluiden tuottamisvastuu siirtyisi maakuntiin, jää olemassa olevan lainsäädännön nojalla kunnille edelleen velvollisuus huolehtia kunta-laisten hyvinvoinnista. Tässä työssä kulttuuripalvelut ja

kulttuuritarjonta näyttävät mielestäni yhä merkityksellisempää roolia tulevaisuudessa. Kuten WHO:n raportti sekä terveyttä ja hyvinvointia edistävän taide- ja kulttuuritoiminnan yhteistyöryhmän raportti osoittavat, meillä on vahvaa näyttöä siitä, että kulttuuri nähdään hyvinvointia edistävänä toimintana. Kuntaliitto on tästä samaa mieltä. Sen lisäksi se liittyy kulttuurin osallisuutta ja identiteettiä vahvistavaksi toiminnaksi.

Kulttuuri nähdään entistä vahvemmin myös väestön vetovoima- ja pitovoimatekijänä. Ne seudut ja kunnat, jotka oivaltavat tämän, menestyvät jatkossa. Kaupungistumisen kiihtyessä ja syntyvyyden laskiessa kilpailu elinvoimasta tulee kasvamaan. Ne paikkakunnat, jotka oivaltavat nostaa paikkakunnan kulttuuripalvelut ja -tarjonnan strategisten tavoitteidensa keskiöön pärjäävät tässä kilpailussa niitä paikkakuntia paremmin, jotka kiinnittävät vähän tai ei lainkaan huomiota kulttuuripalveluihin ja kulttuuritarjontaan paikkakunnalla, tai eivät ymmärrä niiden positiivisia kilpailukykyvaikutuksia, tai yhteyttä pito- ja vetovoimaan.

Näen osallisuustyön merkityksen kaikilla sektoreilla tulevaisuudessa yhä vaan laajenevana toimintamuotona. Sitran megatrendit 2020 ennustaa myös tätä samaa. Erilainen kansalaisvaikuttaminen laajenee ja vaikuttamisyvät monimuotoistuvat. Verkostomainen valta voimistuu. Tämä tarkoittaa automaattisesti myös sitä, että kuntalaiset, eli asukkaat osallistuvat entistä vahvemmin kuntapalveluiden muotoiluun ja tuottamiseen. Samoja näkymiä on maalailtu niin Suomen kuntaliiton ja OKM:n museopoliittisen ohjelman visioissa. Tämä muovaa myös kulttuuripalveluiden tulevaa merkitystä ja rakentumista. Osallistavat menetelmät saavat yhä vankempaa jalansijaa palveluiden toteuttamisessa ja kulttuuripalveluiden osallisuutta mitataan entistä vahvemmin.

Kulttuuripalveluiden ja kulttuuritarjonnan merkitys tulee nähdä laajasti ja tutkimustietoon nojaten. Merkitysten muutos kuntakentässä ei tapahdu käden käänteessä, vaan tarvitaan laajapohjaista joukkoistamista, tutkimustiedon jakamista ja tiedolla johtamista. Tutkitun tiedon lisäämiseen ja sen jakamiseen pitäisi mielestäni kaikkien tietoa omaavien osallistua kaikilla tasoilla. On syytä valjastaa kaikki, joilla on kontaktipintaa joko oman työn, toiminnan tai henkilökohtaisen elämän kautta meihin kuntapäätäjiin. Mitä enemmän olemassa olevaa tietoa kulttuuritoiminnan moninaisesta merkityksestä joukkoistetaan ja jaetaan, sen laajemmin kulttuurin merkitys kunnissa nähdään ja sen parempia päätöksiä kunnissa kyetään tekemään.

Vahvistetaan siis kaikki omalta osaltamme verkostomaisen vallan mekanismeilla jakamalla olemassa olevaa tietoa päättäjille ja kutsumalla päättäjiä tilaisuuksiin, joista voi olla hyötyä kuntakentällä tarvittavan kulttuuriosaamisen vahvistamisessa sekä kulttuuripalveluiden yhteisessä kehittämisessä. Näin varmistamme, että myös oma kunta pysyy megatrendien vaikutukseen nojaavassa kehityksessä mukana.

Jälkikirjoitus

Artikkeli kirjoittaessani koko maailma ja Suomi elävät nyt poikkeusoloissa COVID-19 -viruksen keskellä. Tämä on muuttanut ja muuttanee paitsi yhteiskuntaa myös toimintatapojamme pysyvästi. Kulttuuripalvelut ja koko laaja kulttuurin kenttä ovat olleet etulinjassa ottamassa vastaan koronavirusepidemian aiheuttamia toiminnan rajoituksia. Keväällä 2020 poikkeusolot pysäyttivät kirjastot, museot, teatterit, konsertit ja tapahtumat koko maassa. Moni kulttuurialan yksityinen toimija menetti äkisti työnsä ja toimeentulonsa. Osa kunnista on joutunut siirtämään kulttuurialan ammattilaisia toisiin

tehtäviin välttääkseen lomautukset. Osa taas on joutunut lomauttamaan henkilöstöään osittain tai kokonaan. Kaikkialla lomautuksiin ei ole onneksi ollut tarvetta.

On ollut positiivista huomata, että kulttuurin aloilla on löydetty luovia ratkaisuja tilanteesta selviämiseen. Moni museo, teatteri ja orkesteri on ottanut kevään 2020 aikana valtavan digiloikan. Ne tuottavat nyt uudenlaisia kulttuurielämyksiä verkossa ja sosiaalisessa mediassa, mutta myös kokonaan uudenlaisissa fyysisissä ympäristöissä. Suuret salikonsertit ovat vaihtuneet korkeintaan kvartetien kokoisiksi pihakonserteiksi ikäihmisten asuinalueille tai puistoihin, näyttelijät lukevat lapsille satuja verkossa ja museot keräävät sosiaalisen median kautta ihmisiltä valokuvia korona-arjesta myöhempää dokumentointia varten. Nettiin on ilmestynyt virtuaalisia valokuva- ja taidenäyttelyitä ja taiteen perusopetusta järjestävät tahot ovat siirtäneet opetuksensa verkkoalustoille. Paikallisille laulu- ja soittotunneille voi osallistua nyt ympäri maailman.

Taide ja kulttuuri osallistavat ja vahvistavat yhteisöllisyyttä uusissa toimintaympäristöissä ja kokonaan uusilla ja kekseliällä tavoilla. Funktio osallisuuden vahvistamisessa ja hyvinvoinnin edistämisessä on vahvasti läsnä. Imatran kaupunginteatterin näyttelijä Ulla-Maija Järnsted kiteytti asian niin, että poikkeusoloissa tarvitaan ”viihdytysjoukkoja”, jotka parantavat ihmisten mielialaa. Viihdytysjoukkojen toimintaa on kehitetty esimerkiksi sota-aikoina, koska ihmiset tarvitsevat kulttuuria ja elämyksiä selvitäkseen poikkeusoloissa. Monet kulttuuritoimijat ovat oivaltaneet tämän.

On mahdotonta näin lyhyellä tarkastelulla ennustaa laajemmin sitä, miten koronaepidemia ja poikkeusolot vaikuttavat kulttuuripalveluihin tulevaisuudessa. Siihen vaikuttanee epidemian ja poikkeusolojen kesto sekä sen vaikutus laajemmin ympäröivään yhteiskuntaan. Sitran tulevaisuustutkija Mikko Dufva ennusteli huhtikuun alussa radiossa jopa muuttoliikkeen kääntyvän pääkaupun-

kiseudulta maakuntiin, jos etätöön mahdollisuudet kehittyvät ja normalisoituvat poikkeusolojen aikana. Tämä kehitys jää vielä nähtäväksi.

Selvää on kuitenkin se, että jo lyhyessä epidemia-ajassa osa kulttuuripalveluiden tuottamistavoista on muuttunut ja uusia toimintatapoja on kehitetty vallitsevaan tilanteeseen sopiviksi. Kulttuuritarjonta on joustavasti siirtynyt sinne, missä yleisö ja osallistujat voidaan tavoittaa. Uskon, että poikkeusolojen toimintatavoista jää jotain pysyvää. Ainakin se on lisännyt mielenkiintoa ja valmiuksia digitaalisten taitojen kehittämiseen ja luonut joustavuutta uusien kohderyhmien tavoitteluun sekä kokonaan uusien toimintatapojen kehittämiseen.



Koronatäytekakku.
Kuvaaja Tuomo Liljenbäck
Kuvan muokkaus: Olli Kekkonen

LÄHTEET

Aro, Timo 12.4.2018, kaupunkistrategiaseminaari, Kotka

Dufva, Mikko (toim.) 2020. Megatrendit 2020. Helsinki: Sitra.

Dufva, Mikko YLE Suomi 4.4.2020

Eloa ja iloa Kaakkois-Suomeen- hankkeen Facebook- sivu. Viitattu 10.3.2020. <https://www.facebook.com/eloajailoa-kaakkoissuomeen/>

Eläketurvakeskuksen tiedotteita. Viitattu 7.3.2020 <https://www.etk.fi/tiedote/tyokyvyttomyyselakkeelle-siirrytaan-yha-useammin-masennuksen-vuoksi/>

Hiltunen, Elina 2012. Matkaopas tulevaisuuteen. Helsinki: Talentum oyj

Häkkälä, Piritta, Niskanen, Riitta, Waden, Anna-Riikka 2018. Vaikuttava kulttuuriympäristö. Lahden kaupungin- museo.

Kaattari, Minna, Suksi, Ismo 2019. Kulttuuri ja taide hyvinvoinnin edistäjänä sosiaali- ja terveydenhuollossa, työelämässä ja koulutuksessa. Sosiaali- ja terveysministeriö.

Lähde, Hanna-Kaisa 2019. #nuoruusympyröillä- nuorisovaltuutetut näyttelyntuottajina Haminan kaupungin- museolla. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Kulttuuri- tuotannon vahvuusala. Opinnäytetyö (ylempi AMK).

Lääkärilehden verkkosivut. Viitattu 7.3.2020 <https://www.laakarilehti.fi/ajassa/ajankohtaista/masennus-vie-joka-paiva-yhdeksan-henkiloa-elakkeelle/>

Mattila, Mirva (toim.) 2018. Mahdollisuuksien museo – Opetus- ja kulttuuriministeriön museopoliittinen ohjelma 2030. Helsinki: Valtioneuvosto

Savon-Sanomien verkkosivut. Viitattu 7.3.2020 <https://www.savonsanomati.fi/kotimaa/N%C3%A4in-paljon-halvempaa-on-kuntoutua-kuin-j%C3%A4d%C3%A4-ty%C3%B6kyvytt%C3%B6m%C3%A4n-el%C3%A4kkeelle/902215>

Sitran blogi. Winqvist Ditte. Kulttuuri on sijoitus hyvinvointiin yhteiskuntaan. Viitattu 18.11.2019. <https://www.sitra.fi/blogit/kulttuuri-sijoitus-hyvinvointiin-yhteiskuntaan/>

Sitran verkkosivu. Megatrendit 2020. Viitattu 21.3.2020. <https://www.sitra.fi/aiheet/megatrendit/#megatrendit-2020>

Suomen kuntaliitto 2015. Sivistyksen suunta Kuntaliiton sivistyspoliittinen ohjelma 2025, Helsinki: Suomen Kuntaliitto.

Terveyden ja hyvinvoinninlaitoksen verkkosivut. Viitattu 12.3.2020. <https://thl.fi/fi/web/kansantaudit/yleistieto-kansantaudeista>

YK:n suomenkieliset verkkosivut. Viitattu 24.3.2020. <https://unric.org/fi/whon-raportti-taide-voi-tarjota-innovatiivisia-ratkaisuja-monimutkaisiin-terveyshaasteisiin/>

Strateginen viestintä nostaa kulttuurituottajan ammattitaidon uudelle tasolle

Kirsi Helstelä

Kulttuurituottaja on taidealan kameleontti. Muuntautumiskykyisen ja toimintaympäristöönsä ketterästi sopeutuvan moniosaajan toimenkuva taipuu moneksi. Siinä missä taiteilijat vastaavat taiteen tekemisestä, tuottajat vastaavat lähes kaikesta muusta: taloudesta, henkilöstöhallinnosta, työn organisoinnista, viranomaisluvista ja viestinnästä. Se mikä näistä osa-alueista korostuu, riippuu muiden muassa taiteenlajista, organisaation koosta ja tuottajan omista kiinnostuksen kohteista. Mitä pienemmästä organisaatiosta on kyse, sitä laajempi toimenkuva tuottajalla on ja sitä kokonaisvaltaisemmin hän vastaa taidetoimijan viestinnästä. Ehkä jopa yksin.

Yhteiskunnan monimutkaistuminen ja digitalisoituminen ovat muuttaneet suomalaista taide- ja kulttuuriviestintää merkittävästi. Kilpailu mikrosegmenteiksi pirstaloituneen suuren yleisön huomiosta on kovaa, mihin kulttuuri-instituutiot ovat vastanneet ansiokkaasti tarjoamalla yhä monipuolisempia ja runsaampia taidesisältöjä. Samaan aikaan nopeasti kehittynyt ja jokaisen ulottuvilla oleva viestintäteknologia on muokannut suomalaisesta viestintä- ja mediakentästä globaalin ja jatkuvasti muuttuvan monisolmuisen ekosysteemin. Nykyajan äänekkäässä mediaylläkässä menestyvät parhaiten ne viihteen, taiteen ja muiden vapaa-ajan aktiviteettien tuottajat, jotka kaiken hälinän keskellä saavat äänensä kuulumaan muita kirkkaammin. Tulevaisuudessa ammattimainen viestintä tulee olemaan yhä merkittävämpi menestystekijä niin pienille kuin suurille taidetoimijoille ja sen vuoksi myös tärkeämpi osa kulttuurituottajan ammattitaitoa.

Viestinnän uudet tuulet Kansallisteatterissa

Huomaan samat vaikutukset omassa työssäni Kansallisteatterin viestintäosastolla joka päivä: uusia viestintäkannavia syntyy ja kuolee hengästyttävällä tahdilla, yleisön huomion kiinnittäminen ja dialogin synnyttäminen on haastavaa ja uusia tapoja sekä kerätä että hyödyntää dataa keksitään koko ajan lisää. Tuloksellinen viestintä eli onnistunut kuulluksi tuleminen ja vaikutuksen tekeminen vaativat tuekseen yhä enemmän luovuutta, strategista näkemystä ja kykyä reagoida oikea-aikaisesti. Tiedon hakuun, perehtymiseen ja uusien asioiden opetteluun kuluu runsaasti työaika, sillä ”musta tuntuu”, ”näin on aina ennenkin tehty” tai ”oman työn ohessa” -menetelmillä ei enää kovin pitkälle pääse. Moderni viestintätö vaatii tekijältään ammattimaista otetta!

Luodaksemme omalle viestintätalostallemme paremmat edellytykset päädyimme Kansallisteatterissa käynnistämään yhteisöllisen kehittämistyön, jota itse luotsasin. Innovaatiotoimintaa ja Lean-johtamisteoriaa hyödyntävä projekti oli samalla osa kulttuurituotannon ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon opintojani. Alun perin japanilaisessa Toyota-autotehtaassa kehitetyt Lean-toimintaperiaatteet mm. hukun eli turhan tai ylimääräisen työn tekemisen vähentämisestä sopivat mainiosti myös asiantuntijatyön johtamiseen ja kehittämiseen.



Kulttuurituottaja on myös viestinnän ammattilainen. (Kuva: iStock © ismagilov)

Kansallisteatterin innovaatioprojektissa Lean-filosofiaa hyödynnettiin monella tasolla:

1. viestintää hahmotettiin laajana ja kokonaisvaltaisena toimintona prosessianalyysin ja sisältöstrategian avulla,
2. sisällöntuotannon osa-alueita kehitettiin yhteisöllisillä ideointimenetelmillä innovaatiopajoissa ja
3. työn flowta parannettiin klassisen Lean-työkalun, *kanbanin*, avulla.

Opinnäytetyöni *Strateginen ote taide- ja kulttuuriviestinnästä – Kansallisteatterin viestinnän uudet tuulet* tuloksena syntyi Kansallisteatterin viestinnän sisältöstrategia: visuaalinen ja helposti lähestyttävä dokumentti, joka kuvaa Kansallisteatterin viestinnän kokonaisuutta ja antaa strategisia työkaluja päivittäisen viestintätöiden suunnitteluun ja toteuttamiseen. Kehittämistyön myötä varmuiteni siitä, että ammattimaisella viestinnällä on ja tulee olemaan yhä merkittävämpi rooli kulttuurituottajan toimenkuvassa, vahvistui entisestään.

Aikalisän otto viestinnän kehittämistyötä varten on toimenpide, jota voin lämpimästi suositella jokaiselle taide- ja kulttuuriorganisaatiolle. Parhaimmillaan se voi käynnistää tapahtumaketjun, jonka ansiosta jatkuvasta kehittämisestä tulee orgaaninen osa työyhteisön toimintakulttuuria.

Viestintä kulttuurituottajan koulutuksessa

Vaikka kulttuurituottaja ei itse toteuttaisikaan kaikkea viestintätyötä, vaan ostaisi palvelut viestintäalan ammattilaisilta, hänen on esimerkiksi tiedettävä milloin, miksi ja miten tilata kausiesite perinteisenä painotuotteena ja milloin on tarkoituksenmukaisempaa panostaa sen sijaan ohjelmallisen ostamisen (Real-time Bidding) kampanjaan verkossa. Haasteellisen tehtävästä tekee viestintäalan nopea kehitys ja jatkuva muutos: digiteknologian innovaatiot ja viestinnän muuttuminen kaksisuuntaisesta tiedonjaosta monisuuntaiseksi informaatioverkostoksi vaatii kulttuurituottajiltakin entistä parempaa viestintäalan ammattitaitoa.

Tämä on tuttua pohdintaa kulttuurituottajille, joiden toimenkuviiin on usein integroitu vastuu koko viestintäkokonaisuudesta. Mutta millä eväillä he tarttuvat työhön? Kulttuurituotannon ammattilaisia koulutetaan tällä hetkellä ammattikorkeakouluissa ja Taideyliopiston Arts Management -koulutusohjelmassa. Näin Metropolia ja Humanistinen ammattikorkeakoulu (Humak) määrittelevät kulttuurituottajan:

Kulttuurituottaja on kulttuuritoiminnan mahdollistaja, joka organisoii ja johtaa tuotannollista toimintaa. Tuottaja vastaa siitä, että kulttuuripalvelu suunnitellaan hyvin, toteutetaan realistisesti ja että se tavoittaa asiakkaansa sekä saavuttaa sisällölliset päämääränsä. (Metropolia amk)

Tuottaja on taiteen, talouden ja viestinnän taitaja. Kulttuurituottaja AMK rakentaa verkostoja, organisoii, kehittää omaa työtään ja toimintaympäristöään niin kotimaassa kuin kansainvälisestikin. Hän tekee toimialarajat ylittävää yhteistyötä kulttuuri- ja taidetoiminnan edistämiseksi. (Humak)

Jo näissä kuvauksissa viestintätaidot ovat olennaisesti läsnä. Silti opetussuunnitelmatasolla viestintäopintojen, joihin luen mukaan kaikki viestintä-, vuorovaikutus- ja markkinointipinnot, määrät ovat kyseisissä kouluissa varsin vähäiset: kaikkiaan 240 opintopisteestä Metropolia-ssa 35 on viestintää, Humakissa vain 30. Kummankaan opinahjon ylempiin ammattikorkeakoulututkintoihin ei kuulu viestintää lainkaan.

Tämän hetkiset opetussuunnitelmat sisältävät lähinnä taktista viestintää eli käytännön viestintätoimien opettamista, kuten kirjallista ja suullista ilmaisua, graafisen suunnittelun alkeita ja markkinointia. Tärkeitä taitoja kaikki. Mutta koulussa opitut taktiset taidot vanhenevat valitettavan nopeasti, sillä toteuttamiseen tarvittavat työkalut (esimerkiksi kuvankäsittely- ja taitto-ohjelmat) kehittyvät hurjaa vauhtia ja vaihtelevat suuresti organisaatioiden välillä. Lisäksi on muistettava, että kulttuurituottajan on lähes mahdotonta korvata ammattivalokuvaajan tai graafikon, copywriterin tai digitaalisen mainonnan ammattilaisen laajaa asiantuntemusta. Yhteistyötä eri alojen ammattilaisten kanssa ja monenlaisia ostopalveluita tarvitaan joka tapauksessa.

Minun mielestäni merkittävämpi tehtävä kulttuurituottajalle onkin toimia yhdistäjänä ja ymmärryksen luojana taiteilijan ja palveluntarjoajan välillä: minäkäläinen viesti yleisölle halutaan välittää ja miksi? Tästä näkökulmasta katsottuna kulttuurituottajan perusopintoihin olisi oleellista sisällyttää erityisesti strategista viestintää. Taidot hahmottaa kokonaisuuksia,

"Nykyajan äänekkäässä mediamylläkässä menestyvät parhaiten ne viihteen, taiteen ja muiden vapaa-ajan aktiviteettien tuottajat, jotka kaiken hälinän keskellä saavat äänensä kuulumaan muita kirkkaammin. Tulevaisuudessa ammattimainen viestintä tulee olemaan yhä merkittävämpi menestystekijä niin pienille kuin suurille taidetoimijoille ja sen vuoksi myös tärkeämpi osa kulttuurituottajan ammattitaitoa."

viestiä tavoitteellisesti ja suunnitelmallisesti sekä toimia asiakaskeskeisesti eivät vanhene, vaan päinvastoin luovat tuottajan ammattitaidolle koko ajan itseään uudistavan pohjan. Tarvittaessa jokainen voi perehtyä erilaisiin työkaluihin ja järjestelmiin oman tehtävänkuvansa ja organisaationsa tarpeen mukaan osallistumalla ajankohtaisiin seminaareihin ja jatkokoulutuksiin esimerkiksi avoimen ammattikorkeakoulun kursseilla. Jatkuva kouluttautuminen tulee kuulumaan erottamattomasti, ei vain jokaisen kulttuurituottajan, vaan jokaisen työntekijän toimenkuvaan tulevaisuudessa.

Kulttuurituottaja on monipuolinen viestijä

Taloudelliset arvot pyyhkäisevät helposti viestinnän yli, kun tuottaja asettaa työtehtäviään tärkeysjärjestykseen. Vanhanaikainen ajatus siitä, että vain myynti ja markkinointi ovat tuottavaa toimintaa ja viestintä epäkaupallista tiedottamista ja mediasuhteiden hoitamista, ei tule kanta-

maan tulevaisuudessa. Ilman monipuolista viestintää uudet yleisöt eivät löydä taiteen äärelle, ei ole sitoutunutta asiakaskuntaa, eikä siten rahavirtaakaan. Jos päättäjä on tutustunut taidetoimijaan jo Twitterissä ja paikallislehden artikkelissa, on hänen helpompi antaa myönteinen apurahapäätös saatuaan selkeästi kirjoitetun hakemuksen työpöydälleen. Myynti, markkinointi ja viestintä ovat kaikki saman asian eri puolia, joita ei voi erottaa toisistaan.

Viestinnällä on kiistatta merkittävä rooli tuottajan toimenkuvassa: suuri osa kulttuurituottajan työstä on viestintää eli vuorovaikutusta sisäisten ja ulkoisten kumppaneiden kanssa (Kuvio 1). Tuottajan viestintäsarka alkaa sisäisestä viestinnästä. Perusedellytys tehokkaalle ja motivoituneelle työnteolle on toimiva ja läpinäkyvä tiedonjako työyhteisön jäsenten välillä. Mikään ei heikennä luottamusta ja työmotivaatiota yhtä helposti kuin huolimaton sisäinen viestintä. Varmasti jokainen meistä on ollut ristiriitatilanteessa, jossa syyttävä sormi osoittaa kehnoon sisäiseen tiedonkulkuun.



Kulttuurituottajan viestintätyö (Helstelä 2020).

Leijonan osan kulttuurituottajan työajasta vie myös monikanavainen palvelu- ja markkinointiviestintä joko kasvotusten tai räjähdysmäisesti lisääntyneillä verkkoalustoilla. Nykypäivän asiakas haluaa palvelua juuri silloin, kun se hänelle sopii, kaikkina vuorokauden aikoina. Suurissa organisaatioissa tuottaja muiden muassa organisoii myynti-, aula- ja ravintolapalvelut, tilaa tarvittavat markkinointimateriaalit visuaalisine ilmeineen ja mainoskampanjoihin sekä jakaa sosiaalisen median päivitysvastuut tiimilleen. Pienemmissä organisaatioissa hän kaiken edellä mainitun järjestelytyön lisäksi myös toteuttaa kyseiset tehtävät osittain tai kokonaan itse.

Kirsikkana kulttuurituottajan viestintäkakun päällä keikkuu brändiviestinnästä vastaaminen yhdessä taiteilijoiden ja johdon tai oikeammin sanottuna koko organisaation kanssa. Aikaa tämän viestinnän osa-alueen mallikkaaseen hoitamiseen tuottajilla on kuitenkin varsin vähän. Mitä abstraktimmaksi suora yhteys kassavirtaan muuttuu sitä herkemmin työ jää muiden tehtävien jalkoihin. Muiden muassa juuri tämän yhteyden konkretisointi on tehtävä, jossa strategisen viestinnän osaaminen pääsee oikeuksiinsa: enemmän tekoja, vähemmän sanahelinää.

Strateginen viestintä tuo uskottavuutta

Kun valeutisia sekä journalistisia ja kaupallisia sisältöjä on yhä vaikeampi erottaa toisistaan ja algoritmit muokkaavat mediavirtoja, on mediakriittisyydestä tullut tärkeä kansalaistaito. Tämän vuoksi tulevaisuudessa viestinnän uskottavuus tulee olemaan kaikille toimijoille elintärkeää. Kun jokainen viesti punnitaan, on organisaation sanojen ja tekojen, virallisten ja epävirallisten oltava linjassa keskenään.

Kaikki teot ja viestit organisaatiosta ulospäin joko rakentavat kiinnostavaa taidebrändiä tai murentavat sitä. Sillä ei ole merkitystä, tuleeko viesti virallisia viestintäkanavia pitkin, asiakaspalvelutilanteessa vai kuulopuheina. Siksi ei vain viestinnästä vastaavilla henkilöillä, vaan koko organisaatiolla – taiteilijoista narikkahenkilökuntaan, johdosta tekniseen henkilökuntaan ja siistijöistä ravintolahenkilökuntaan – tulee olla yhteinen käsitys siitä, miksi taidelaitos on olemassa ja mihin suuntaan se on menossa. Kaikilla työntekijöillä tulee olla samat toisiaan

tukevat tavoitteet, vaikka näkökulmat vaihtelevatkin ammattiryhmittäin. Olennaista on tavoittaa kirkas yhteinen visio, joka läpäisee kaiken toiminnan teoista sanoihin. Tässä strateginen viestintä on korvaamaton apu. Tai kuten Hanna Rajalahti asian ilmaisee:

Strateginen viestintä (*strategic communication*) on yhden tunnetun määritelmän mukaan tavoitteellista viestintää organisaation mission saavuttamiseksi. Teonsana on oleellista: Strateginen viestintä on tekoja ja valintoja eikä verkkolevyllä hapertuva dokumentti.

Strategisessa viestinnässä työtä ohjaavat organisaation tavoitteet ja arvot, joiden avulla laajasta median kentästä valitaan omille viesteille olennaisimmat foorumit ja merkittävimmät keskustelut. Mediamailman monimutkaisuuden ja alati muuttuvan luonteen vuoksi tärkeitä viestinnän elementtejä ovat laadukas sisällöntuotanto, kohdeyleisöjen tuntemus, viestintäkanavien suunnitelmallinen hyödyntäminen, positiivinen kokeilu-

"Kaikki teot ja viestit organisaatiosta ulospäin joko rakentavat kiinnostavaa taidebrändiä tai murentavat sitä. Sillä ei ole merkitystä, tuleeko viesti virallisia viestintäkanavia pitkin, asiakaspalvelutilanteessa vai kuulopuheina. Siksi ei vain viestinnästä vastaavilla henkilöillä, vaan koko organisaatiolla tulee olla yhteinen käsitys siitä, miksi taidelaitos on olemassa ja mihin suuntaan se on menossa."

kulttuuri sekä kerätyn datan avulla viestinnän jatkuva kehittäminen. Nämä strategisen viestinnän taidot ovat juuri niitä taitoja, joihin kulttuurituotannon koulutuksisakin tulisi panostaa nykyistä enemmän. Ilman strategista ymmärrystä parhaatkin taktiset toimet uhkaavat muuttua hakuammunnaksi.

Tarkoitus ei ole, että jokainen sisältö tulisi viestiä kaikille kohdeyleisölle joka ikisessä kanavassa, tai että viestintää tulisi mitata kaikilla mahdollisilla tavoilla, tai että toimintatapoja pitäisi muuttaa välittömästi pienimmästäkin rosoäänestä. Tarkoitus on luoda viestinnälle punainen lanka, jota yleisön on helppo seurata ja jonka todenmukaisuuteen ja vilpittömyyteen se voi luottaa. Viestinnän kokonaisuuden hahmottaminen esimerkiksi palvelumuotoilun tai sisältöstrategian avulla helpottaa strategisten valintojen tekoja arkisen työn keskellä: mitkä viestintäsisällöt ovat arvokkaita sekä yleisölle että organisaatiolle itselleen eli toisin sanoen kertovat jotain olennaista taidetoimijasta ja auttavat yleisöä pitämään kiinni punaisesta langasta? Muihin viesteihin ei kannata tuhlata aikaa, eikä rahaa.

Viestintä ♥ Taide

Oikeusfilosofi Francis Baconin lausuma viisaus ”tieto on valtaa” voisi yhtä hyvin olla visio tulevaisuudesta. Sitran Megatrendit 2020 -julkaisussa kuvataan muiden muassa jännitteitä sananvapauden ja informaatiovaikuttamisen välillä. Viesti ry:n toiminnanjohtaja Siina Repo näkeekin vastajulkaistujen megatrendien vahvistavan edelleen viestinnän merkitystä maailmassa:

Vuorovaikutustaidot ovat siis kaikin puolin nyt nosteessa, ne ovat keskeinen viestinnän trendi sekä yhteiskuntamme elinehto. Niiden avulla selviämme myös globaaleista megatrendeistä.

Myös taide on ilmaisukeino jo itsessään. Etenkin esittävän taiteen ydin on nimenomaan vuorovaikutus esiintyjien ja yleisön välillä. Eikö siis meidän kulttuurituotannon ammattilaistenkin tulisi panostaa vuorovaikutukseen, kommunikaatioon ja viestintään – strategiseen ja taktiseen – aiempaa enemmän? Resurssien suuntaaminen vahvaan viestintään on panostus elävään yleisösuhteeseen ja elinvoimaiseen suomalaiseen kulttuuriin ja taiteeseen.

LÄHTEET

Helstelä, Kirsi 2020. Strateginen ote taide- ja kulttuuri- viestinnästä – Kansallisteatterin viestinnän uudet tuulet. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Kulttuurituotannon vahvuusala. Opinnäytetyö (ylempi AMK).

Rajalahti, Hanna 2019. Strateginen viestintä on teonsana. ProCom Viestintäalan ammatilaiset -blogi. 11.10.2019. Saatavuus <https://viestijat.fi/strateginen-viestinta-on-teon-sana/>

Repo, Siina 2020. Viestinnän trendit 2020. Viesti ry -blogi. 2.1.2020. Saatavuus <https://www.viesti.fi/trendit2020/>

Rummukainen, Mikko & Hakola, Ida & Hiila, Ilona 2019. Sisältömarkkinoinnin työkalut. Helsinki: Alma Talent

Torkkola, Sari 2018. Lean asiantuntijatyön johtamisessa. Helsinki: Alma Talent

Vierula, Markku 2014. Suuri integraatiokirja – markkinointi, myynti ja viestintä. Viro. Talentum Media Oy

Länsimainen taidemusiikki – perinteitä vai yhteiskunnallisia tuulahduksia?

Heidi Viksten

Taidemusiikkikonsertit, joita edustavat sinfoniaorkesteri- ja kamarimusiikkikonsertit sekä erilaiset klassisen musiikin festivaalit, mielletään pitkälti perinteisiä konserttikäytäntöjä noudattaviksi instituutioiksi. Pitääkö mielikuva paikkansa vai ovatko taidemusiikki-instituutioiden toimintakulttuurit mukautuneet huomioimaan ympäröivää ekosysteemiä? Ovatko ne ryhtyneet toimiin, joilla vaikutetaan yhteiskunnalliseen ajatteluun sekä osallistutaan yhteiskunnalliseen keskusteluun? Vai voisiko yhteiskunnallista tematiikkaa profiloida konserttien ja tapahtumien ideoinnissa ja sisällöissä enemmän?

Yhteiskunnallisia tuulahduksia taidemusiikin rintamalta löytyy. Tähän artikkeliin olen poiminut näistä muutamia. Laajemman yhteiskunnallisen vaikuttamisen näkökulmasta ongelmana on, että toimet ovat yksittäisiä ja keskenään hajanaisia. Opinnäytetyössäni käsittelin imagoystöskentelyä ja sen vaikuttavuutta koko henkilöstöön

musiikkioppilaitoksessa – ongelma on samantyyppinen. Imagoystöskentely tarvitsee selkeää viestintästrategiaa, joka sanallistaa tavoitteet, toiminnan ja toiminnan arvioinnin. Strategian tulee olla henkilöstön tiedossa ja koko yhteisön osallistava. Mielestäni tarvitsisimme vastaavalaista kansallista ”viestintästrategiaa”, jotta koko taidemusiikin toimijakenttä mielletäisiin yhteiskunnalliseksi vaikuttajaksi, aktiiviseksi toimijaksi yhteiskunnan rakenteissa.

Musiikki yhteiskunnallisena vaikuttajana on ajankohtainen aihe. Sitä todistaa Koneen säätiön Tutkimusyhdistys Suoni ry:lle joulukuussa 2019 myöntämä huomattavan suuruinen apuraha. Apurahalla Suoni ry toteuttaa hankkeen, jolla kehitetään aktivistisen musiikintutkimuksen muotoja ja menetelmiä ja pyritään korjaamaan muun muassa ympäristöongelmiin liittyviä käytäntöjä suomalaisessa musiikkikulttuurissa. Suoni ry:n tavoitteena



on vaikuttaa yhteiskuntaa, kansalaisuutta ja ihmisyyttä koskeviin käsitteisiin ja asenteisiin musiikin avulla. Yhdistyksen toiminta ilmenee aktiivisena tutkimustyönä ja artikkeleiden julkaisemisena. Tutkimus kohdentuu toiminnalliseen vuorovaikutukseen musiikillisten instituutioiden ja käytäntöjen kanssa.

Luonto – ekomusiikki

Joulukuussa 2019 Suoni ry oli yksi järjestäjätaho, kun Helsingin yliopistossa järjestettiin kansainvälinen symposiumi otsikolla ”Musiikki ja Luonto”. Symposiumin yhteydessä esiteltiin yhdistyksen hallituksen jäsenten Juha Torvisen ja Susanna Välimäen toimittama uunituore kirja *Musiikki ja luonto. Soiva kulttuuri ympäristökriisin aikakaudella*. Kirjan johdannossa Torvinen ja Välimäki kirjoittavat, että luonto voidaan ajatella kaiken musiikin lähtökohdaksi aivan samoin kuin koko ihmisyyden perustaksi.

Musiikin ja luonnon suhde on noussut erityisen ajankohtaiseksi nykymaailmassa, jota leimaavat laajamittaiset ja ennakoimattomat ekologiset ongelmat. 2000-luvulla on syntynyt kaikki musiikin lajit läpäisevä ekokriittinen nykymusiikin muoto, ekomusiikki. Suomalaisista taidemusiikin säveltäjistä esimerkkejä ekomusiikillisista teoksista löytyy muun muassa Pehr Henrik Nordgreniltä, Riikka Talvitieltä ja Timo-Juhana Kyllöseltä. Ekomusiikki käsittelee ympäristökysymyksiä, ihmisen ja luonnon vuorovaikutusta sekä ihmisen olemassaolon uhkakuvia. Mutta vanhempaakin musiikkia voi kuunnella ”ekomusiikkikorvin”. Tällöin musiikin ajatellaan kuvailevan oman aikansa, eli nykyihmisen näkökulmasta, tuhottua luontoa.

Näin ajateltuna mikä tahansa luontoon liittyvä teos, uudempi tai vanhempi, voidaan ajatella yhteiskunnalliseksi kannanotoksi, kunhan teoksen luontoon liittyvä suhde tuodaan selkeästi esille ja ohjataan esimerkiksi käsiohje-

malla tai konserttiesittelyn kautta kuulijaa kuuntelemaan musiikkia luontoperspektiivistä.

Soitinrakennus – kuinka säästää luontoa?

Ekomusikologisista aiheista Torvisen ja Välimäen kirjaan on poimittu soitinrakentaminen ja sen suhde ekologisuuteen. Monet arvosoitimet, joilla ammattimuusikot soittavat, rakennetaan uhanalaisista puulajeista. Kirjaan kirjoittaneista tutkijoista Heikki Uimonen pohtii artikkelissaan soitinrakentamisen tulevaisuutta: onko syntymässä sukupolvi, joka haluaa soittaa ekologisesti valmistetuilla ja kestäväen kehityksen vaatimukset täyttävillä soittimilla?

Taidemusiikkiin liittyvät oleellisesti muusikoiden käyttämät laadukkaat soittimet. Ekologinen näkökulma soitinrakentajien keskuudessa on tärkeä ajankohtainen aihe. Iso osa sinfoniaorkesterin soittimista on puisia, ja materiaaliksi ei käy mikä tahansa puu. Huoli on erityisesti trooppisten sademetsien puista. Siksi eurooppalaiset soitinrakentajat ovatkin lähteneet etsimään vaihtoehtoisia puumateriaaleja sekä kehittelemään puulle vaihtoehtoisia materiaaleja. Tuotekehittelystä esimerkkinä toimii Blackwood Tek -puuvalmiste, joka on käsiteltyä ja värjättyä uusseelantilaista mäntyä. Valmistetta käytetään tällä hetkellä ainakin kitaroiden valmistuksessa. Vaihtoehtoista materiaalia, jolla korvataan pianon ja flyygelin koskettimissa sekä jousissa käytettävä norsunluu, kehitellään Sallassa toimivassa yrityksessä.

Trooppisten soiden ennallistamisesta väitelleen gambisti Maija Lampelan mukaan taidemusiikin asennekentässä on vielä muokattavaa. Erityisesti jousisoittajat pitäytyvät perinteissä ja ovat vastahakoisempia kokeilemaan uusia vaihtoehtoja. Puupuhaltajat tuntuvat olevan

asenteellisesti joustavampia, mikä johtunee soittimien lyhyestä historiasta ja nuoremasta traditiosta. Voi olla, että soitinrakennuksen osalta tulisi ennen kaikkea vaihtaa taidemusiikin ”juurille”, eli musiikkioppilaitosten opettajiin, jotta he tiedostaisivat uudet vaihtoehdot ja suosittelisivat niitä ainakin tuleville sukupolville eli oppilailleen.

Konserttijärjestäjien ja sinfonia-orkestereiden yhteiskunnallisia toimia

Konserttijärjestäjistä ja erilaisista musiikki-instituutioista löytyy jo muutamia ilmastonmuutoksen ja yhteiskunnallisen vaikuttamisen suuntaan aktivoituneita. Näistä esimerkkinä mainittakoon Yhdysvalloista lähtenyt Climate Music Project 2019, joka toiminnallaan saattaa yhteen tieteen ja musiikissa piilevän tunteen voiman. Toimimalla yhteistyössä säveltäjien sekä johtavien tieteen ja teknologian taitajien kanssa projekti tuottaa yleisölle musiikillisia ja visuaalisia kokemuksia, joiden toivotaan aktivoivan kuulijoita suojelemaan maapalloa ilmastonmuutokselta.

Toinen esimerkki löytyy naapurimaasta Ruotsista, jossa Helsingborgin sinfoniaorkesteri on ilmoittanut, ettei aio palkata kaudella 2020-2021 solisteja tai kapellimestareita, jotka matkustavat lentokoneella. Keikalle voi sen sijaan päästä taiteilija, joka matkustaa junalla. Orkesterin koko konserttikauden teemana on ”Ympäristöä säästävä musiikki”.

Suomessa Sinfonia Lahti on esimerkki aktiivisesta, yhteiskuntavastuullisesta taidemusiikin toimijasta. Kan-

sainvälisestäkin merkittävä Sinfonia Lahti -hanke voitti innovaatiopalkinnon toukokuussa 2018 Rotterdammassa Classical:NEXT -tapahtumassa, joka on alan vuosittainen, merkittävä tapahtuma. Sinfonia Lahti -hanke käynnistyi vuonna 2015 ja sen tavoitteena on osallistua globaalin ilmastonmuutoksen hidastamiseen muuttamalla orkesterin toiminta asteittain hiilineutraaliksi.

Myrskyvaroitus ry laati yhdessä Sinfonia Lahden kanssa toimenpideohjelman, jota noudattamalla orkesteri tavoittelee hiilineutraaliutta. Myrskyvaroitus ry on suomalaisista tieteen ja taiteen vaikuttajista koostuva yhdistys, jonka kehittämästä ”Kansalaisen ilmastolupaus” -kampanjasta tuli YK:n hallinnoima kansainvälinen kampanja. Kampanjan avulla kannustetaan ihmisiä ympäri maailmaa puolittamaan hiilijalanjälkensä. Sinfonia Lahti -hanke on herättänyt kansainvälistä huomiota ja sitä on esitelty syksyllä 2017 muun muassa nollapäästöseminaarissa New Yorkin ympäristöviikon yhteydessä ja BBC Radio 3:n ohjelmassa ”Music Matters”.

Katsaus historiaan

Taidemusiikin yhteiskunnallisuuden, poliittisen elämään vaikuttamisen, voidaan katsoa alkaneen 1800-luvulla. Vuoden 1789 Ranskan vallankumous muutti yhteiskunnallisia asenteita heijastuen koko Euroopan alueelle. Taidemusiikin oli aika astua ulos aatelisten hoveista porvareiden ja teollistumisen kautta vaurastuneen keskiluokan pariin. Tämä mahdollistui, kun aiemmin ainoastaan yläluokan käytössä olleet teatterit avautuivat myös

”Jo historia velvoittaa taidemusiikkia olemaan osa yhteiskunnallista keskustelua ja vaikuttamista.”

kansalle. Huhtikuussa 1805 oli Ludvig van Beethovenin (1770 – 1827) Eroica-sinfonian ensimmäinen julkinen esitys Theater an der Wienissä. Säveltäjä omisti sinfonian alun perin Napoleonille, mutta poisti omistuksen Napoleonin muuttuessa itsevaltiaaksi. Tämä Beethovenin teko oli historiallisesti niin merkityksellinen, että sinfonia muotoutui symboliksi koko yhteiskunnalliselle, vallankumoukselliselle muutokselle. Tapahtuma symboloi musiikille merkityksellistä murrosta: tämän jälkeen musiikki ei ollut enää taustaviihdettä, vaan konsertteihin tultiin kuuntelemaan itse musiikkia tarkoin korvin, sillä musiikilla oli viestiä kuulijoille.

Beethovenin rinnalla Franz Schubert (1797 – 1828) toimi yhteiskunnallisena vaikuttajana. Erityisesti hänen sadat liedinsä kiteyttivät ajan yhteiskunnallisia tuntoja herättäen merkityksellistä poliittista keskustelua kuuli-joissa. Tuolloin ensimmäisen kerran musiikki tunnustettiin yhteiskunnallisen, poliittisen vaikuttamisen keinoksi: salainen poliisi puuttui Schubertiadeihin, eli Lied-iltoihin. Kirjallisuuden tapaan Beethoven ja Schubert toivat musiikin kautta esille omaa arvomaailmaansa valtaapitäviä kumartelematta – tämä oli uutta taidemusiikissa.

Yhä edelleen voimakkaasti yhteiskuntaan vaikuttavat seikat, nykyään ehkä enemmän populaarikulttuurin puolella, saivat alkunsa niin ikään 1800-luvun alkupuolella. Ranskassa Hector Berlioz (1803 – 1869) toi uudenlaisella musiikillaan esiin säveltäjän, taiteilijan oman sielunelämän, mikä oli uutta musiikille ja lisäsi omalta osaltaan musiikin merkityksellisyyden vaikutusta ihmisiin. Säveltäjät ja virtuoosimaisen taitavat soittajat alkoivat kiinnostaa yleisöä myös henkilöinä, heistä tuli oman aikansa julkikiksi. Beethovenin hautajaissaattue vuonna 1827 täytti Wienin kadut surevasta kansasta. Ennen näin oli tapahtunut vain hallitsijoiden hautajaisten yhteydessä.

Vallankumouksen, itsenäistymisen, yhtenäistymisen ja kansallistunteiden innoittajana taidemusiikilla oli valta- van suuri merkitys. Vallankumoukselle merkitykselliseksi muodostui Daniel Auberin (1782 – 1871) ooppera *Porticin mykistys* vuodelta 1828. Sensuurista huolimatta libretto oli helppo tulkita yhteiskuntakriittiseksi ja se innosti ranskalaisia heinäkuun vallankumoukseen vuonna 1830. Vallankumouksen onnistuttua oopperasta poistettiin viimeinen näytös, jolloin sen yhteiskunnallinen sanoma kirkastui entisestään ja kannusti belgialaisia, vielä samaisena vuonna 1830, aloittamaan itsenäistymiseen johtaneen kapinan Alankomaita vastaan.

Saksassa Carl-Maria von Weberin (1786 – 1826) oopperan *Taika-ampuja* sävelet kirvoittivat saksalaista identiteettiä ja auttoivat yhtenäistymispyrkimyksiä. Suomessa on Jean Sibeliuksen (1865 – 1957) musiikilla ollut merkittävä rooli niin kansallistunteen, suomalaisuuden, kuin itsenäistymisen symbolina ja tuntemusten tulkkina.

2020-luvulla klassinen musiikki, länsimainen taidemusiikki, mielletään elitistiseksi. On siis jossain määrin palattu 1700-luvun tilanteeseen, jolloin se oli yläluokan viihdettä. Siksi taidemusiikilla ei ole 2020-luvulla selkeästikään yhtä suurta yhteiskunnallista painoarvoa kuin 1800-luvulla. Se ei tunnu koskettavan laajaa keskiluokkaa. Kuitenkin ajassa liikkuu isoja kysymyksiä: ilmastonmuutos, populismi, digitalisoituminen, globaalit kriisit, kuten pandemiat jne. Yhteiskunnallista tematiikkaa kyllä riittää.

”Meidän Festivaali”

Tuusulaan sijoittuva kesätapahtuma ”Meidän Festivaali” kuvailee itseään ”ennakkoluulottomaksi, kulttuurielämää uudistavaksi ja yhteiskunnallisesti valveutuneeksi tapahtumaksi”. Festivaalin ydinidea on yhdistää yhteiskunnallista, asiantuntijoiden alustamaa ja ajankohtaista



Itä-Helsingin musiikkiopiston järjestämä "Kulttuurihyvinvoinnin konsertti" Roihuvuoren seniorikeskuksessa. Kuva: Heidi Viksten.

keskustelua illan konsertin musiikilliseen antiin. Itse konsertin musiikki ja miljöö mukailevat alustuksen tematiikkaa. Esimerkkinä Festivaalin tematiikasta voi mainita vuoden 2009 teeman: "Auttakaa". Se toteutettiin yhteistyössä seitsemän hyväntekeväisyysjärjestön kanssa. Ennakkoluulottomuutta heijastaa myös Festivaalin esiintyjäkaarti, johon on Pekka Kuusiston lisäksi kuullut muitakin musiikin lajirajoja "rikkovia" muusikoita. Festivaalin myötä on herännyt kysymys niin esiintyjissä kuin kuulijoissa: Saako konsertti ja musiikki tuoda esiin ikäviä asioita?

Kulttuuripoliittinen vaalipaneeli

Huhtikuussa 2019 Keskuskirjasto Oodissa järjestetty kulttuuripoliittinen vaalipaneeli kokosi paikalle kulttuuririntymönteisiä kansanedustajia eri puolueista. Panelistit

pahoittelivat sitä havaitsemaansa seikkaa Arkadianmäen kollegoissaan, että suurimmalle osalle kulttuurin tukeminen ei ole arvoasteikossa kovin korkealla, muut asiat ajavat ohi tärkeydessä. Mielestäni tämä ainakin osittain johtuu taidemusiikin yllä sitkeästi leijuvasta elitismistä, jonka purkamiseen taidemusiikin toimijat eivät ole kovinkaan aktiivisesti ryhtyneet.

Taidemusiikin yhteiskunnallinen rooli mielletään tällä hetkellä niin poliitikkojen kuin virkamiesten keskuudessa pitkälti hyvänolon ja hyvänmielen tuottajaksi, kulttuurihyvinvoinniksi. Niin opetus- ja kulttuuriministeriö kuin sosiaali- ja terveysministeriö ovat useissa 2010-luvun raporteissa nostaneet esille, kuinka merkityksellinen hyvinvoinnin muoto kulttuuri on kaikille ihmisille. Sen tulisi koskettaa meitä kaikkia kehdosta hautaan. Kulttuurihyvinvointityöstä taidemusiikin saralla hienona esimerkkinä toimii Espoon kaupunginorkesteri, Tapiola Sinfonietta,

joka on ulottanut yleisötyönsä kattamaan varsin laajasti eri elämänalueita. Orkesterin musikit vievät hyvinolon, taiteen, kulttuurin ja musiikin koskettavuuden merkitystä monenlaisiin tilanteisiin: neuvoloihin, päiväkoteihin, kouluihin, sairaaloihin sekä palvelukoteihin.

Tällä toimintamuodolla taidemusiikki tuo turvaa ja hyvää mieltä, mikä alkaa olla arvo jo sinällään jatkuvasti muuttuvassa, hektisessä maailmassa.

Musiikkikoulutus mukaan vaikuttamaan

Musiikkikoulutuksen visio 2030 -seminaarit ovat koonneet vuosina 2019 ja 2020 yhteen koko laajan musiikkikoulutuksen kentän. Seminaareissa on puitu erilaisia skenaarioita vuodesta 2030 ja pohdittu, kuinka paljon valtaapitävien poliitikkojen arvovalinnat vaikuttavat musiikkikoulutuksen tulevaisuuden visioon.

Yhteiskunnalliset tempaukset yhteistyössä erilaisten järjestöjen kanssa toisivat varmasti konkreettisin toimin taidemusiikin toimijoita lähemmäs niin kansanedustajia, kuntapoliitikkoja kuin kansalaisia. Mielestäni olisi syytä järjestää valtakunnallisia teemapäiviä ja konserttitapahtumia, joiden avulla kiinnitettäisiin huomiota esimerkiksi ekologisiin, ilmastonmuutoksellisiin seikkoihin. Tapahtumien yhteyteen olisi mahdollista organisoida kohdennettuja, valtakunnallisia kampanjakeräyksiä, joiden tuotot ohjattaisiin teemapäivään liittyvään, ajankohtaiseen hankkeeseen tai toimijaan. Nämä tapahtumat voisi ulottaa koko taidemusiikin koulutuskentällä, eli musiikkioppilaitoksiin, konservatorioihin, ammattikorkeakouluihin ja Sibelius-Akatemiaan.

Osa Sibelius-Akatemian opiskelijoista on herännyt empaattiseen vastuullisuuteen: Keväällä 2019 musiikkikas-

vatuksen opiskelijoita on ollut mukana vastaanottokustusten projektissa. Opiskelijat pitivät musiikkituokioita, joissa laulettiin ja tanssittiin yhdessä. Tämä on opiskelijoiden taholta ilahduttavaa avautumista yhteiskunnalliseen vastuullisuuteen.

Nykyisen laaja-alaisen Taideyliopiston perustamisen idea oli kannustaa eri taiteen tiedekuntia yhteistyön tiivistämiseen, poikkitaiteellisten tuotantojen tuottamiseen. Monitaiteellisuus mahdollistaa aiempaa luontevammin myös yhteiskunnallisen vaikuttamisen. Tästä näkökulmasta tarkasteltuna mielestäni tilanteesta hyötyvät erityisesti musiikkia edustavan Sibelius-Akatemian opiskelijat. Teatterin ja kuvataiteen keinot tukea musiikin sanomaa sanallistamisen ja visualisoinnin kautta mahdollistavat vakuuttavammin yhteiskunnallisen sanoman välittämisen yleisölle.

Helsingin Musiikkitalo ympäristöineen vaikuttamisen keskuksena?

Elokuussa 2011 avattu Helsingin Musiikkitalo sijaitsee keskeisellä paikalla Kansalaistorin laidalla, eduskuntataloa vastapäätä Mannerheimintien varrella. Talossa toimivat Suomen suurimmat sinfoniaorkesterit: Helsingin kaupunginorkesteri, Radion sinfoniaorkesteri sekä maamme ainoa musiikkikorkeakoulu Sibelius Akatemia. Musiikkitalon naapurustosta Kansalaistorin muilta reunoilta, Finlandia-puistosta, löytyvät lisäksi keskuskirjasto Oodi, Nykyaiteen museo Kiasma sekä Sanomatalosta *Helsingin Sanomien* toimitus.

Finlandiapuiston alueesta, Musiikkitalosta sen myötä, on nopeasti muotoutunut helsinkiläisten kokoontumispaikka. Monenlaisia osallistavia, runsaslukuisia yleisötapahtumia

niin Musiikkitalossa kuin naapurustossa on jo järjestettykin. Tulevaisuudessa toivoisin, että Eduskuntatalon välitön, fyysinen läheisyys ja samalla poliittisen, yhteiskunnallisen elämämme ydinsäteily, heijastuisi enemmän myös Mannerheimintien toiselle puolelle. Finlandia-puiston toimijoiden olisi luontevaa synnyttää johdannossa kaipaamani kansallinen strategia. Koko Kansalaistorin alueen olisi mahdollista sykkiä nykyistä kiivaammin ajan yhteiskunnallisessa hengessä, synergisesti taiteen monin keinoin.

Kriisi mahdollistaa?

On mahdollista, että kevään 2020 koronaviruspandemia herättää taidemusiikin kentässä, Taideyliopiston opistojen ja Finlandia-puiston toimijoissa halun ja tarpeen aiempaa rohkeammin toimia yhteiskunnallisuuden suuntaan. Kriisitilanne on vienyt koko maailman kertarysäyksellä elämän perusasioiden ja -arvojen äärelle. Kohtuullinen elämäntapa, toisten kunnioittaminen ja lähimmäisten merkitys ovat saaneet aivan uudet, konkreettiset, kaikkia ihmisiä koskettavat ulottuvuudet. Onko globaali kriisi taidemusiikin mahdollisuus uudelle, nopeallekin askeleelle kohti yhteiskunnallista vaikuttamista?

LÄHTEET

ClimateMusic Project 2019. Kotisivut. <https://climatemusic.org/what-we-do/>

Koneensaatio 2020. Kotisivut. Apurahat 5.12.2019. <https://koneensaatio.fi/koneen-saatio-myonsi-yli-30-miljoonaa-taiteen-ja-tieteen-tekemiseen/>

Meidän Festivaali 2020. Kotisivut. <https://meidanfestivali.fi/>

Musiikkikoulutuksen visio 2030. Kotisivut. <https://www.musiikkikoulutuksenvisio.fi/>

Netigate. Helsingborin sinfoniaorkesteri. Kotisivut. <https://www.netigate.se/ra/s.aspx?s=724243X178355582X40814>

Sinfonia Lahti 2019, Kotisivut. <https://www.sinfonialah.fi/hiilivapaa-sinfonia-lahti-hanke-vie-orkesterilaiset-istuttamaan-metsaa/>

Sivula, Miina. Haastattelu 11.3.2020. Meidän Festivaali.

Suoni ry 2020. Kotisivut. Musiikki muutosvoimana - aktivistisen musiikintutkimuksen manifesti.2018. https://static1.squarespace.com/static/5b0424703917ee9417d-3f86e/t/5c10a381032be4e801962185/1544594340919/Musiikki_muutosvoimana.pdf

Särkiö-Pitkänen, Auli 2020. Soitinrakennuksen ekologinen käänne. Rondo classic 3/2020.

Taideyliopisto 2020. Kotisivut. Musiikkikasvattajat vievät iloa vastaanottokeskuksiin vapaaehtoistyöllä. <https://www.uniarts.fi/artikkelit/ilmiot/musiikkikasvattajat-vievat-vapaaehtoistyolla-iloa-vastaanottokeskuksiin/>

Taideyliopisto 2020. Kotisivut. Rajat auki – mitä musiikin lajityypeille on tapahtumassa? <https://www.uniarts.fi/artikkelit/ilmiot/rajat-auki-mita-musiikin-lajityypeille-on-tapahtumassa/>

Tapiola Sinfonietta 2020. Kotisivut. Yleisötyö. <https://www.tapiolasinfonietta.fi/yleisotyö/>

Torvinen, Juha, Välimäki, Susanna (toim.) 2019. Musiikki ja luonto. Soiva kulttuuri ympäristökriisin aikakaudella. Turku: Utukirjat.

Viksten, Heidi 2020. Itä-Helsingin musiikkiopiston imagon 110 sädettä. Impulsseja henkilöstön imagotyöskentelylle. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Kulttuurituttannon vahvuusala. Opinnäytetyö (ylempi AMK).

YLE 2020. Musiikin vallankumous (Revolution and Romance: Musical Masters of the 19th Century), Britannia 2016. Jaksot 1 ja 2 (tallennettuina itsellä). <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2019/01/22/musiikin-supertahdet-villitsivat-1800-luvun-nuorisoa-ja-lietsoivat?ref=ohj-articles>

Asiakkaat kulttuuritapahtumien kehittäjinä

Terhi Aaen

Tamperelainen musiikkiklubi pyysi asiakkaitaan osallistumaan toiminnan kehittämiseen kysymällä heiltä mielipiteitä ja ideoita. Näin eräs klubin asiakas kommentoi kehittämistyöhön osallistumista:

Kyllä siitä tulee sellainen olo, että mua pidetään elävän musan kuluttajana arvossa. Livemusan tarjoaja ei oleta tietävänsä, mitä mä haluan, vaan uskaltaa kysyä sitä suoraan. Se kiinnostus, joka jo aikaisemmin tätä toimijaa kohtaa on ollut, niin todellakin vaan syvenee tässä, kun saa vaikuttaa ja olla mukana! (Mies, 20 v.)

Vastauksessa nousee hyvin esille useita tärkeitä syitä, miksi asiakkaita kannattaa kuunnella. Asiakas kokee itsensä arvostetuksi, kun hän saa toimia asiantuntijana ja kehityskumppanina. Musiikkiklubi välttää oletuksien tekemisen asiakkaiden odotuksista ja toiveista kysyessään suoraan mielipiteitä ja näkemyksiä. Kun asiakas saa osallistua kehittämiseen vahvistuu myös positiivinen mielikuva toimijasta ja asiakkaan sitoutuminen toimintaan.

Ei siis riitä, että tapahtumajärjestäjän mielestä tapahtuma ja sen palvelut on hiottu huippuunsa; asiakkaiden pitää myös kokea palvelut merkityksellisinä ja niiden pitää vastata heidän odotuksiaan. Paras tapa kerätä tietoa asiakkaiden tarpeista on ottaa heidät mukaan palveluluiden kehittämistyöhön. Palveluiden kehittäminen asiakasymmärryksen pohjalta tarjoaa paljon mahdollisuuksia tehdä tapahtumista entistä houkuttelevimpia.

Kehittäminen lähtee asiakkaiden ymmärtämisestä

Kulutus on yksilöllistynyt ja toimialasta riippumatta asiakkaiden odotukset palvelutasosta ovat nousseet. Asiakkaat haluavat vaikuttavia ja mieleenpainuvia henkilökohtaisia kokemuksia. Kulttuuritapahtumat tuottavat lähtökohtaisesti yleisölle kokemuksia ja elämyksiä, mutta myös palvelutason pitää vastata asiakkaiden kasvaneisiin odotuksiin.

Digitalisaatio on muuttanut ihmisten ostokäyttäytymistä. Nykyään lähes jokainen kantaa mukanaan puhelinta tai tietokonetta, jonka avulla pääsee nopeasti kiinni tietoon; vertailemaan, keskustelemaan ja ostamaan palveluita. Asiakkaat haluavat asioida nopeasti, vaivattomasti ja heille sopivalla tavalla riippumatta siitä, mitä kanavaa he käyttävät. Jos toimija ei ymmärrä asiakkaan tarpeita eikä siten vastaa hänen odotuksiinsa, asiakas valitsee toisen palveluntarjoajan.

Asiakkaiden näkökulman huomioiminen palvelun kehitysprosessissa on tärkeää myös suosittelujen kannalta. Taloustutkimuksen tekemän tutkimuksen mukaan 90 % erittäin hyvää palvelua saaneista asiakkaista on kertonut siitä eteenpäin. Kulutuskäyttäytymistä tutkivan Nielsenin 60 maassa tekemän tutkimuksen mukaan 85 % vastaajista luottaa ystävien ja perheen suosituksiin. Jos asiakkaiden odotukset palvelusta täyttyvät, he markkinoivat sitä

parhaalla mahdollisella tavalla: suosittelemalla palvelua omaehtoisesti omille verkostoilleen.

Kulttuuritapahtumaa ei voi vaihtaa tai korvata toiseen vastaavaan palveluun, kuten on mahdollista tehdä muiden toimialojen palveluiden kohdalla. Asiakas ei siis ehkä vaihda esimerkiksi teatteriesitystä toiseen, vaikka lipun ostaminen olisi hänestä kerrasta toiseen vaikeaa. Huono palvelukokemus voi kuitenkin rajoittaa hänen käyntejään teatterissa määrällisesti ja vaikuttaa suositteluhalukkuuteen. Asiakasymmärrystä kasvattamalla pyritään löytämään kokemuksen kannalta kriittiset pisteet, jotta kokonaiskokemus olisi mahdollisimman hyvä.

Käyttäjälähtöistä kehittämistä palvelumuotoilun avulla

Tutkin opinnäytetyössäni *Musiikkiklubin asiakaskokemuksen kehittäminen* musiikkiklubin toiminnassa musiikkiklubin kävijöiden asiakaskokemusta, sen syntymiseen liittyviä tekijöitä sekä toiminnan kehittämistä tältä pohjalta. Hyödynsin kehitystyössä palvelumuotoilulle tyypillisiä menetelmiä, asiakaskyselyä, haastattelua, havainnointia ja yhteiskehittämistä. Palvelumuotoilu tarjoaa hyvän lähestymistavan palveluiden käyttäjälähtöiseen kehitystyöhön, koska sen tavoitteena on kehittää palvelu vastaamaan sekä asiakkaan tarpeita että musiikkiklubin liiketoiminnallisia tavoitteita. Menetelmät myös tuovat asiakkaan keskiöön, ja niiden avulla voidaan konkretisoida ja testata palvelukonsepteja.

Klubin asiakkaista ei tiedetty paljoakaan ennakkoon, joten asiakaskyselyn avulla kartoitettiin ison kävijäjoukon kokemuksia. Vastauksia analysoiden hahmotin, mitkä asiat klubin toiminnassa ovat asiakkaille tärkeitä, mitä he arvostavat ja mitä he toivoisivat muutettavan. Haastattelujen avulla pystyin syventymään asiakkaiden tarpei-

siin ja tunteisiin niiden aihealueiden osalta, jotka olivat keränneet kommentteja asiakaskyselyssä. Havainnointi puolestaan oli hyvä menetelmä asiakkaiden toiminnan ja käyttäytymisen tutkimiseen luonnollisessa ympäristössä.

Asiakasymmärryksen kasvaessa pystyin rajaamaan kehittämiskohteen, jonka yhteiskehittämiseen keräsin joukon asiakkaita. Pienessä ryhmässä kehittäminen johti lyhyellä aikavälillä uuden tapahtumakonseptin ja useiden muiden kohderyhmää palvelevien ideoiden syntymiseen. Klubille arvoa toi konseptin ja ideoiden lisäksi kävijöiden suoran palautteen kuuleminen, jota se pystyi hyödyntämään toiminnan kehittämisessä.

Parempi asiakaskokemus, enemmän elämyksiä

Asiakasymmärryksen kasvattamisella tähdätään parempaan asiakaskokemukseen. Asiakaskokemus rakentuu siitä kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden yhdistelmästä, jonka asiakas palveluntarjoajan toiminnasta muodostaa. Se ei siis ole rationaalinen päätös, vaan kokemus, ja siten myös aina yksilöllinen. Jotta asiakaskokemusta voidaan parantaa, asiakkaita pitää kuunnella tarkasti heidän kokemuksistaan, arvoistaan, tunteistaan ja haasteistaan palveluun liittyen. Palvelukokemusta on vaikea kopioida, koska se muodostuu niin monen tekijän summasta. Siksi omanlaisen palvelukulttuurin luominen voi tuoda merkittävää etua ja erottaa toimijan muista vastaavista toimijoista.

Tänä päivänä puheeseen elämyksistä ja elämyksellisyyden tavoittelusta törmää kaikkialla. Kulttuurin saralla elämyksiä on tuotettu jo vuosituhansia, mutta nyt myös muilla aloilla tavoitellaan elämyksellisyyttä erottautumiskeinona ja uusien asiakkaiden houkuttimena. Elämyksen voi määritellä vaikuttavana ja mieleenpainuvana henkilökohtaisena kokemuksena. Määritelmästä nousee hyvin esille, miten haastavaa elämyksien luominen on.

Kulttuurin näkökulmasta elämyksellisyyttä lähestytään, tai ainakin soisi lähestyttävän, hieman eri näkökulmasta kuin monilla muilla aloilla. Esimerkiksi musiikkifestivaalit ovat viime vuosina panostaneet paljon oheisohjelmaan ja -toimintaan. Elämyksellisyyden tavoittelussa festivaalit eivät koske taiteelliseen sisältöön, itse konsertteihin, vaan konserttien ympärille tuodaan elementtejä, joita asiakkaiden uskotaan arvostavan ja joiden avulla pyritään viemään kokemusta uudelle tasolle. Lähtökohta on hyvä. Jos kulttuuritapahtumissa keskitytään liikaa elämysten luomiseen, on riski, että se voi vaikuttaa sisältöjen laatuun ja johtaa tarjonnan samankaltaistumiseen.

Ainutlaatuiset kokemukset ovat avain menestykseen

Palveluja on aina pyritty kehittämään asiakkaiden tarpeita vastaavaksi, joten on aiheellista kysyä, mikä on muuttunut. Palvelualat ovat kasvaneet merkittävästi viimeisten vuosikymmenten aikana ja kehitys on johtanut siihen, että pelkkä hyvä palvelu tai brändi ei riitä menestyksekäseen toimintaan. Toimijat joutuvat myös kilpailemaan hinnalla. Sen lisäksi monet asiakkaat tekevät entistä tietoisempia valintoja ja haluavat asioida sellaisten yritysten kanssa, joiden kanssa he jakavat yhteisen arvopohjan. Asiakkaan rooli ei ole toimia ainoastaan palvelun vastaanottajana, jolle palveluntarjoajat yrittävät luoda halettavia palveluja. Tuote- ja palvelulähtöisestä ajattelusta on viime vuosina siirrytty asiakaskeskeiseen ajatteluun (customer-dominant logic), joka keskittyy siihen, mitä asiakkaat tekevät palveluilla ja millaisia tavoitteita he haluavat saavuttaa.

Osana opinnäytetyötäni kehitin nuorten kanssa tapahtumakonseptin, minifestivaalin nuorilta nuorille. Tavoitteena oli suunnitella nuorten näköinen ilta, joka tuotetaan ja markkinoidaan heidän kohderyhmäänsä puhutteleval-

la tavalla. Tapahtumakonseptissa myös ohjelmiston kuraointi oli nuorten vastuulla. Kohderyhmän toiveiden ja ajatusten kuuleminen toi uusien ideoiden lisäksi myös arvokasta tietoa siitä, miten heidän tarpeitaan voidaan huomioida musiikkiklubin päivittäisessä toiminnassa.

Tänä päivänä ainutlaatuisten ja merkityksellisten kokemusten luominen asiakkaille on paras tapa menestyä. Vain asiakaslähtöinen toiminta, asiakkaan asettaminen kaiken tekemisen keskiöön, voi johtaa ainutlaatuisen asiakaskokemukseen. Kulttuuritapahtumat tuskin haluavat lähteä kovaan hintakilpailuun, mutta menestystä ja erottautumista voi hakea myös tarjoamalla asiakkaille hienoja kokemuksia ja elämyksiä, jotka sitouttavat asiakkaita tapahtumaan.

Liikkeelle pienin askelin

Asiakkaiden osallistaminen kehittämistyöhön on avain asiakkaiden tarpeista lähtöisin olevien palvelujen kehittämiseen. Käyttäjälähtöisessä kehittämisessä käyttäjät osallistuvat aktiivisesti prosessin eri vaiheisiin. He tuovat kehitysideoita, toteuttavat niitä ja antavat kehitystyön käyttöön kokemuksensa ja näkökulmansa.

Asiakkaiden mukaan ottaminen voi aluksi tuntua hankalalta ja aikaa vievältä. Liikkeelle voi kuitenkin lähteä omien resurssien sallimissa puitteissa. Menetelmävalintoja tehdessä kannattaa miettiä tavoitteiden lisäksi myös työmäärää, jotta projekti pystytään viemään loppuun saakka ja kehitysideat osaksi toimintaa. Kehitystyötä tehdessä huomasi, että asiakaskokemuksen parantaminen voi olla pienestä kiinni. Palveluntarjoaja ei ehkä arjessaan huomaa pieniä, helposti muutettavia asioita, jotka kuitenkin ovat asiakkaiden mielestä merkittäviä. Kun asiakkaat pääsevät kertomaan kokemuksistaan esimerkiksi

"Parhaassa tapauksessa yhdessä kehittämisen tuloksena syntyy palveluita, joita asiakkaat arvostavat ja jotka luovat heille merkityksellisiä kokemuksia."

tapahtumapaikalle saapumisesta, on mahdollista löytää nopeasti ideoita, jotka edesauttavat nopeampaa ja sujuvampaa palvelua.

Aina ei ole tarpeellista innovoida uutta, vaan kehittämistyötä on myös asioiden paremmin tekeminen. Kehittäminen ei myöskään välttämättä vaadi suuria rahallisia panostuksia. Usein rajallisilla resursseilla toimivien kulttuuritoimijoiden näkökulmasta viesti on lohdullinen: asiakaskokemuksen kehittäminen ja tulosten aikaansaaaminen voi tapahtua myös pienin askelin.

Uusista kehittämistavoista voi saada erilaista näkökulmaa ja ketteryyttä työskentelyyn. Esimerkiksi iteratiivisessa kehittämisessä edetään vaiheittain, vuorotellen tekemisen ja testaamisen välillä. Tällä tavoin osa työn tuloksista saadaan nopeasti käyttöön ja työn aikainen oppiminen auttaa huomaamaan ongelmat jo kehittämistyön aikana. Lähestymistapa auttaa pitämään kehittämistyön oikeilla urilla ja käyttämään resurssit olennaisten asioiden hiomiseen.

Asiakkaiden osallistaminen kehittämiseen on myös lupaus kehittää toimintaa. Tästä syystä on tärkeää viestiä asiakkaille jälkikäteen, miten toimintaa on kehitetty, jotta he näkevät mielipiteidensä ja osallisuutensa merkityksen.

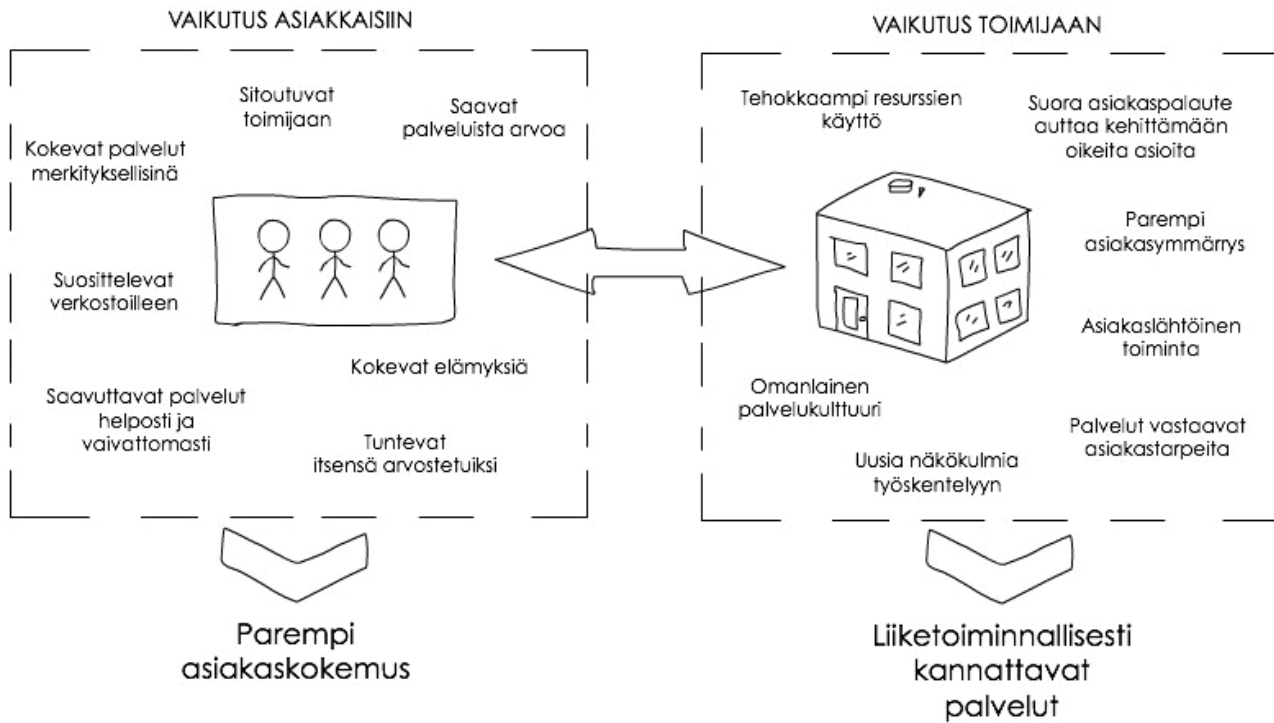
Uusia näkökulmia ja sitoutuneita asiakkaita

Parhaassa tapauksessa asiakkaiden mukaan ottaminen kehitystyöhön johtaa siihen, että toimijat tarjoavat asiakkaiden haluamia ja arvostamia palveluja. Asiakkaat saavat merkityksellisiä kokemuksia ilman, että taiteellisen sisällön suhteen tehdään kompromisseja. Tällöin asiakaskokemus paranee ja tapahtumatoimijan palveluilla on paremmat edellytykset olla liiketoiminnallisesti kannattavia. Kehittämiseen osallistuneet asiakkaat saavat prosessin aikana myös paljon uutta tietoa toimijasta, mikä useimmiten yllättää asiakkaat positiivisesti ja luo samalla hyvää yrityskuvaa. Osallistumalla kehitystyöhön asiakkaat todennäköisesti samalla sitoutuvat paremmin toimijaan, joka parhaassa tapauksessa vaikuttaa myönteisesti asiakassuhteen kestoan. Asiakkaiden palaute kehittämistoimenpiteisiin osallistumisesta opinnäytetyöni aikana oli poikkeuksetta positiivista. Moni kiitteli sitä, että heiltä kysyttiin mielipiteitä.

On kiva, että pyydetään palautetta ja näkemystä, ja se otetaan huomioon ja sen pohjalta pyritään toimimaan kohti parempaa. (Nainen 23 v.)

Tuntuu kivalta, että sai ajatuksensa kuuluville, ja että niitä arvostetaan. (Mies 24 v.)

Esimerkki asiakkaiden kanssa kehittämisen vaikutuksista



Käyttäjälähtöinen kehittäminen palvelee asiakkaita ja toimijoita (Aaen 2020).

Palveluntarjoajille syntyy helposti olettamuksia asiakkaista ja heidän tarpeistaan, mikä saattaa viedä toimintaa väärään suuntaan. Asiakkailta saatava tieto on arvokasta, koska se ei seuraa toimijan omia toiveita tai suunnitelmia, vaan kertoo rehellisesti asiakkaan näkemyksen. Todennäköisesti toimija myös kuulee asioita, joita se ei haluaisi kuulla ja kehityskohtia, jotka ovat hänestä hankalia toteuttaa tai eivät istu suunnitelmiin. Niihin kannattaa kuitenkin tarttua. Asiakastiedon avulla voi saada uusia näkökulmia, jotka auttavat rikkomaan vanhoja, ehkä väärriäkin, toimintamalleja. Asiakasymmärrys auttaa pienillä resursseilla toimivia kulttuuritoimijoita keskittämään

työpanoksen niihin asioihin, jotka tuottavat asiakkaille arvoa.

Tiedämme asiakkaiden haluavan palveluita, jotka ovat helposti ja vaivattomasti saavutettavia, elämyksellisiä ja vetoavat arvoihin. Jos tapahtumajärjestäjät ymmärtävät, mitä asiakasodotukset tarkoittavat heidän palveluidensa osalta, he voivat kehittää palveluita vastaamaan kävijöiden tarpeita ja todennäköisyys palveluiden menestymiseen kasvaa. Asiakkaita tarvitaan kehittämistyössä, jotta lopputulos vastaa heidän tarpeitaan – he ovat kuitenkin oman kokemuksensa parhaita asiantuntijoita.

LÄHTEET

Aaen, Terhi 2020. Musiikkiklubin asiakaskokemuksen kehittäminen. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Kulttuurituotannon vahvuusala. Opinnäytetyö (ylempi AMK).

Ahvenainen, Perttu, Gylling Janne ja Leino Sani 2017. Viiden tähden asiakaskokemus. Kauppakamari. E-kirja.

Heinonen, Kristina, Strandvik, Tore, Mickelsson, Karl-Jacob, Edvardsson, Bo, Sundström, Erik ja Andersson, Per 2010. A customer-dominant logic of service. Journal of Service Management Vol. 21 (4).

Karkulehto Sanna, Lähdesmäki, Tuuli ja Venäläinen Juhana (toim.) 2016. Elämykset kulttuurina ja kulttuuri elämyksinä, kulttuurintutkimuksen näkökulmia elämystalouteen. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 120. Jyväskylän yliopisto. E-kirja.

Koivisto, Mikko, Säynäjäkangas, Johanna ja Forsberg, Sofia 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Alma Talent. E-kirja.

Koivunen, K., Vuorela, T. ja Haukkamaa, J. 2014. Käyttäjät ovat merkittävä, mutta vähän hyödynnetty mahdollisuus tutkimus- ja kehitystyössä. ePooki. Oulun ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitystyön julkaisut 25. Luettu 17.1.2020. <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2014120246780>

Markkinointi & Mainonta 2012. Suomalaiset luottavat enemmän palveluiden käyttäjien suositeltuun kuin yritysten omaan markkinointiin. Luettu 19.3.2020. <https://www.marmai.fi/uutiset/hyvasta-kerrotaan-kuudelle-huonosta-kahdeksalle/4c8b4790-a7a4-31e6-82c4-89a7631e3c74>

Nielsen 2015. Recommendations from friends remain most credible form of advertising among consumers. Luettu 1.3.2020. <https://www.nielsen.com/eu/en/press-releases/2015/recommendations-from-friends-remain-most-credible-form-of-advertising>

Orkesterimuusikon muuttuva työnkuva

Miina Sivula

Aikakauttamme määrittelee vahvasti esillä oleva palvelukulttuurin käsite, josta ei ehkä ensimmäisenä tule mieleen kaupunginorkesterin muusikon toimi. Helmikuussa 2019 asetettu laki kuntien kulttuuritoiminnasta kuitenkin kertoo muuta. Laissa kuntien tavoitteiksi selkeästi kirjataan edistää kaikkien väestöryhmien yhdenvertaisuutta ja osallistumista kulttuuriin, taiteeseen ja sivistykseen. Kuntien tehtäväksi määritellään myös vahvistaa väestön hyvinvointia ja terveyttä kulttuurin keinoin. Miten uudet suuntaukset ja valtion asettamat tavoitteet tulevat muokkaamaan orkesterimuusikon työnkuvaa tulevaisuudessa?

Muusikon työ

Orkesterimuusikon perinteiseen työnkuvaan on aina kuulunut ja kuuluu edelleen yksinkertaisimmillaan orkesterin harjoituksissa soittaminen sekä kotiharjoittelu. Orkesteri on muusikolle samalla luova työympäristö, mutta myös hierarkkinen vanhoja perinteitä kunnioittava instituutio.

Orkesterin tuttisoihtajan perusarkeen kuuluvat juuri yllämainitut työtehtävät. Tuttisoihtajalla tarkoitetaan orkesterin riveissä soittavaa muusikkoa, jolla ei ole äänenjohtajan tai konserttimestarin tittelä. Jokaisella äänenjohtajalla on alaisenaan muut samaa soitinta soittavat orkesterin jäsenet. Äänenjohtajien töihin kuuluvat muun muassa harjoitusten aikana kapellimestarin neuvojen

vieminen eteenpäin muille soittajille ja stemmaharjoitusten pitäminen. Niissä äänenjohtaja harjoituttaa omaa soitinryhmäänsä.

Äänenjohtajien lisäksi orkesterissa on yksi tai kaksi konserttimestaria, jotka toimivat vuorollaan harjoitusten ajan koko orkesterin esimiehenä kapellimestarin suuntaan ja toisinpäin. Konserttimestari on aina I-viulun soittaja, joka toimii samalla äänenjohtajan roolissa I-viulun muille soittajille. Konserttimestareiden ja äänenjohtajien työt sisältävät myös jousitusten tekemistä ja välillä myös koko konsertin liidaamista, eli johtamista ilman kapellimestaria.

Orkesterimuusikoiden työlista koostuu pääosin kausikonserttien eli perinteisten klassisten musiikin konserttien esittämisestä viikoittain ja niihin kuuluvista harjoituksista. Perinteinen harjoitusviikko sisältää yleensä yhden kotiharjoittelupäivän, yksi tai kaksi harjoituspäivää pelkästään orkesterin ja kapellimestarin kesken, yhden harjoituksen konsertin solistin kanssa, kenraaliharjoituksen sekä konsertin. Yleensä harjoitukset ovat aamupäivästä aikaiseen iltapäivään ja konsertit esitetään iltapäivästä.

Orkesterimuusikon ja orkestereiden päätehtävänä on edelleen tuottaa taiteellisesti korkealaatuista sisältöä konserttavieraille joten työpaikkaa ja työnkuvaa ajatellaankin nimenomaan orkesterin taiteellisen tason kautta.



Tapiola Sinfoniettan musikot vuonna 2020. Kuvaaja: Olli Häkämies.

Miten työkuva laajennetaan?

Vaikka orkesterimuusikon työ onkin edelleen pääosin konserttien esittämistä, on tulevaisuudessa opittava miettimään työnkuva myös laajemmin. Suomen Sinfoniaorkesterit ry:n toiminnanjohtaja Helena Värri on laittanut ilmoille radikaalin ajatuksen, jossa tulevaisuudessa kaupunginorkesterin musiikkia voitaisiin ajatella enemmän pelkästään taiteilijan sijaan palvelevana kaupunkimusiikkona, jonka lähtökohtainen ajatus olisi olla kuntalaisia varten ja kuunnella heidän toiveitaan.

Palveluasenne tulee varmasti kasvamaan tulevaisuudessa suureksi arvoksi juuri musikoiden tulevaisuuden työnkuva miettiessä. Voisiko taiteilijan toimintaympäristöä ajatella hybridiksi, jossa taitelijat kohtaisivat muita toimijoita yhteistyön merkeissä nimensä mukaisesti risteytymässä ja ristipölytyksen paikoissa? Toimijat rakentaisivat toiminnan tavoitteet ja etsisivät sopivan lähestymistavan yhdessä. Hybriditaiteilijan asenteeseen kuuluisi se, että keskustelua voisi käydä rakentavasti muiden alojen ammattilaisten kanssa, ja että taidealalla vaikuttavista historiallisista periaatteista voisi hetkeksi luopua.

Käytännön tasolla tämä tarkoittaisi palveluasenteen juurruttamista koko orkesterin ja muusikon toimintatapaan. Orkesterimuusikoiden työlistoihin ovat lisääntyvissä määrin viime vuosina ilmestyneet lapsille ja nuorille kohdennetut kokonaiset konserttiviikot sekä pienryhmissä tehtävät vapaavalintaiset yleisötyötyökohteet ja -käynnit.

Orkesterimaailmassa on vielä paljon vanhan polven ajattelutapaa siitä, ettei orkesterimuusikon työhön kuulu muuta kuin kausikonserttien ja kamarimusiikin esittäminen. Heidän mielestään yleisötyökonsertit, esimerkiksi lapsille suunnatut konsertit, eivät kuulu heidän työkuvaansa, eivätkä he halua niitä siitä syystä tehdä. Tästä hyvänä esimerkkinä oli erään orkesterin muusikon kommentti anonyymissa palautteessa koskien edeltävän viikon lastenkonserttiviikkoa. Palautteen mukaan ”orkesterilaisten soittotaitoa heitetään hukkaan tällöisten konserttien yhteydessä”. Väistämättäkin palautteesta tulee mieleen ajatus, että lapsen ajatellaan olevan vähemmän tärkeä musiikin kuuntelija, ja että lapsille kelpaa laadultaan hieman huonompikin kokoonpano.

On toki tärkeää, että taiteellinen taso konserteissa pysyy hyvänä ja muusikko tuntee, että tekee myös itse kunnianhimoista työstä taiteilijana. Espoon kaupungin kulttuuri-päällikkö Tiina Kasvi näkee, että kaikilla tulisi tulevaisuudessa olla keskiössä vahva ajatus palveluaspektista, mutta palveluja rakentaessa ei tulisi häivyttää taiteen itsenäisarvoa pois muusikon työstä. Taiteilijoiden, muusikoiden ja orkestereiden täytyy saada pitää taiteen itsenäisarvoa yllä,

vaikka palveluasennetta ja muuntautumiskykyä tarvitaankin tulevaisuudessa enemmän. Jos taiteen perustehtävä ei ole olemassa, puuttuu koko toiminnalta ydin. Taiteilijoilla täytyy olla kunnianhimoa ja uutta luovaa asennetta tekemiseensä. Jokaisella orkesterin soittajalla on oikeus olla taiteilija ja tuntee omassa työssään taiteilijuus.

Muutos alkaa musiikkioppilaitoksista

Musiikkioppilaitokset ovat tärkeässä roolissa muusikon työn asenteellisessa muutoksessa. Musiikkiopistoissa on alettu viime vuosina tehdä kaupunginorkestereiden tapaan paljon yleisötyöksi laskettavaa toimintaa, jossa pienet muusikon alut käyvät soittamassa hoivakodeissa, sairaaloissa sekä muissa sellaisissa paikoissa, jossa musiikin kuuntelijat ovat syystä tai toisesta estyneet pääsemästä konsertteihin. Tämän tyyppinen toiminta edesauttaa muusikon työn muutosta yleisötyöystävällisempään suuntaan. Kun yleisötyötä tehdään pienestä lähtien, siitä on kehittynyt luonnollinen asia siinä vaiheessa, kun lapsi mahdollisesti aikuisena päätyy muusikon ammattiin.

Suurin osa suomalaisista orkesterimuusikoista saa ammatillisen koulutuksensa Taideyliopiston Sibelius-Akatemiassa. Taideyliopiston Sibelius-Akatemian maisterikoulutukseen kuuluu jousisoittajien osalta pakollisina opintoina muun muassa orkesterisoittoa, kamarimusiikkia sekä musiikin teorian ja historian opiskelua.

”Taiteilijoiden, muusikoiden ja orkestereiden pitää saada pitää taiteen itsenäisarvoa yllä, vaikka palveluasennetta ja muuntautumiskykyä tulevaisuudessa enemmän tarvitaankin.”

Vapaavalintaisina opintoina voi opiskella esimerkiksi koesoittovalmennusta, konserttimestarikoulutusta, muusikon terveyteen liittyviä opintoja sekä hyvinvointikurssin. Nykyisen Taideyliopiston alaisuudessa opiskelija voi sisällyttää opintoihinsa myös Taideyliopiston muiden osastojen sisältöjä, kuten opintoja Teatterikorkeakoulussa tai vaikka Sibelius-Akatemian musiikkikasvatuksen kursseja.

Orkesterimuusikon työhön pakollisena kuuluvaa yleisötyötä ei muusikon koulutuksessa sivuta edes teemallisesti. Suomen Sinfoniaorkesterit ry on osoittanut huolensa tätä kohtaan ja toiminnanjohtaja Helena Värri kuulukin Taideyliopiston Sibelius-Akatemian strategiaryhmään, jossa mietitään ratkaisuja yleisötyökoulutuksen lisäämiseksi muusikoiden pakollisiin kursseihin. Tätä kehitetään hyvässä hengessä ja rakentavaa dialogia käydään yhdessä ja mahdollisuuksia tutkien. Tulevaisuudessa ei voi olla enää niin, että Taideyliopiston Sibelius-Akatemiasta valmistunut orkesterimuusikko ei tiedä, mitä yleisötyöllä tarkoitetaan. Tämä kuuluu tulevaisuuden työtaitoihin, joista täytyy kertoa ja opettaa tulevaisuuden orkesterimuusikoille.

On myös hyvin mahdollista, että lähitulevaisuudessa painotetaan muusikon työn monipuolisia taitoja jo työnhakutilanteessa. Muusikot valitaan orkestereihin kolme soittokierrosta kestävällä koesoittoilla, joihin valitaan tietty määrä hakijoita ennakkoon. Ensimmäinen kierros soittetaan sermin takaa raadille, toinen ilman sermiä ja kolmas kierros yhdessä orkesterin vakituisten muusikoiden kanssa. Koesoitossa olevia ei missään vaiheessa haastatella sen tarkemmin tai kysytä muita muusikon työhön liittyviä vahvuuksia kuin soittotaitoa. Tulevaisuudessa voi hyvinkin olla tilanne, jossa kaksi taidoiltaan tasavertaista muusikkoa erottavaksi seikaksi nousee kyvykkyys tehdä monipuolista muusikon työtä esimerkiksi yleisötyön saralla.

Miltä tulevaisuus näyttää?

Orkesterimuusikoista löytyy monia innokkaita, jotka haluaisivat laajentaa omaa työnkuvaansa yleisötyön kautta sekä kokeilla jotain uutta. Tämän on hyvin osoittanut koko taidealaa koskettaanut koronaviruspandemia keväällä 2020. Yhden viikon aikana koko orkesterimuusikon työnkuva muuttui, ei pelkästään palvelevaksi kaupunkimuusikoksi, vaan erityisesti digitaalisesti palvelevaksi kaupunkimuusikoksi. Useissa orkestereissa aloitettiin striimausten lisäksi pohtia erilaisia oman kaupungin asukkaille suunnattuja sisältöjä. Voisivatko orkesterimuusikot auttaa jotenkin koulujen musiikintuntien järjestämisessä etänä, tai kaipaisivatko hoivakotien asukkaat ja sairaaloiden potilaat jotain tuttua musiikkia taidokkaasti soitettuna?

Yhden viikon aikana on nähty jokaisessa orkesterissa tekoja, jotka olisivat aiemmin kaatuneet korvaus- ja työaikakysymyksiin. Muusikoiden tahtotila tähän kumpusi osittain lomautusten pelosta, mutta syynä oli myös aito halu auttaa esimerkiksi musiikinopettajia. Kaikki ovat ymmärtäneet, että orkesterit ja koko kulttuuriala eivät pääse eteenpäin pandemian jälkeen, jollei kaikilta löydy palveluasennetta ja valmiutta laajentaa toimenkuvaansa. On mielenkiintoista nähdä, mitä tälle työnkuvan muutokselle tapahtuu, kun poikkeustila on ohi ja arki normalisoituu.

Useissa orkestereissa jää suuri määrä muusikoita eläkkeelle lähivuosina. Koesoittojen kautta orkesterien penkit täyttyvät uusista, nuoremmista muusikoista, jotka ottavat kokeneemmista orkesterilaisista mallia. Tulevaisuudessa on tärkeää pitää yllä positiivista mielikuvaa yleisötyön tekemisestä, myös koronapandemian jälkeen. Mikäli vanhat ajatusmallit säilyvät sukupolvelta toiselle muuttumattomina, ei ala, eikä muusikon työ pääse kehittymään.

LÄHTEET:

Kupias, Päivi & Peltola, Raija 2019. Oppiminen työssä. Gaudeamus 2019. Printon Trükikoda, Tallinna.

Lehikoinen, Kai 2019: Näkökulmia taitelijan laajentuvaan ammattilaisuuteen ja taidealan korkea-asteen koulutukseen. Teoksessa: Monni, Kirsi – Törmi, Kirsi ym. Yhteisö ja taide. Teemoja ja näkökulmia 2000-luvun taitelijan laajentuneeseen toimintakenttään. Teatterikorkeakoulun julkaisusarja 72. 2019.

Opetus- ja Kulttuuriministeriö 2020. Kuntien kulttuuritoiminta. Viitattu 20.2.2020. Linkki: <https://minedu.fi/kuntien-kulttuuritoiminta>

Sivula, Miina 2020. Tapiola Sinfonietta: Yleisötyön strategisia suuntauksia. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Kulttuurituotannon vahvuusala. Opinnäytetyö (ylempi AMK).

Palveluiden kehittämisen merkitys nousee festivaalialalla

Juuso Liukkonen

Kuluneen kymmenen vuoden aikana festivaaliala on muuttunut huomattavasti sekä Suomessa että ulkomaille. Muuttuvat omistusrakenteet ja artistien ansaintamallit ovat nostaneet kulupainetta kotimaisella musiikkifestivaalientällä. Nousevat lipunhinnat taas luovat odotuksia monipuolisemmista ja laadukkaammista palveluista, jolloin tarve löytää kustannustehokkaita ratkaisuja kohottaa päätään yhä useammassa tuotantoryhmässä.

2000-luvun alkupuolella tapahtunut levykaupan myynnin romahtaminen ja digitaalisen musiikin nousu johtivat siihen, että artistien on tänään helpompaa kerätä tulonsa live-esiintymisillä. Seurauksena tästä, ja houkutelakseen suosittuja esiintyjä ohjelmistoonsa, musiikkifestivaalijärjestäjät alkoivat nostaa artistien esiintymispalkkioita. Samalla kansainvälisesti festivaalien omistajuudet ovat alkaneet keskittyä yhä useammin muutaman suuren toimijan alle, joilla on mahdollisuus tarjota suuria pakettihintoja artisteille.

Tällä tavalla muutamassa vuodessa esiintymispalkkiot ovat nousseet arviolta satoja prosentteja, ajaen kotimaiset musiikkifestivaalijärjestäjät nostamaan lipun hintoja tuntuvasti. Tämä ilmiö on ollut tapetilla jo 2013, jolloin YLE uutisoi kotimaisten festivaalien nostaneen hintojaan viiden vuoden aikana 30-60 %. Silloin Ruisrockin promoottori Mikko Niemelä kertoi juuri esiintymispalkkioiden vaikuttaneen oleellisesti tarpeeseen nostaa lippujen hintoja. Samassa artikkelissa Flow Festivalin taiteellinen

johtaja Tuomas Kallio myös huomautti, että suomalainen talkoo- ja vapaaehtoisperinne huokeine lipunhintoineen on estänyt nostamasta lippujen hintoja tarpeeksi nopeasti, vaikka pohjoismaisessa vertailussa Flown hinnat olivat puolet halvempia samalla artistikattauksella.

Tilanne luo hankalan kilpailuasetelman kotimaisille musiikkifestivaaleille, jotka suurimmillaankin ovat kansainvälisessä vertailussa asiakasmäärältään vain keskikokoisia tapahtumia. Koska festivaaleilla tarkoituksena on yleensä tarjota monipuolinen ja mielenkiintoinen tapahtuma, on artistien kohdalla haastavaa vastata kansainväliseen hintatasoon säilyttäen lipun hinta kohtuullisena kuluttajalle. Festivaalit ovat edelleen kuitenkin suosittuja ja asiakkaat ovat valmiita käyttämään niihin aikaa ja rahaa. Vuonna 2018 Finland Festivalin jäsentapahtumissa käytiin noin kaksi miljoonaa kertaa, jonka lisäksi samalle vuodelle voidaan laskea noin 305 000 käyntiä yhteensä suurimpien musiikkifestivaalien Flow, Provinssi, Blockfest ja Weekend kohdalla. 1984-1994 syntyneet muodostavat 45 % musiikkifestivaalien kävijäkunnasta. Uusien tutkimusten perusteella he arvostavat kokemuksen keräämistä ja 57 % heistä pitääkin matkailua ja maailman näkemistä talon omistamista tärkeämpänä.

Nämä luvut maalaavat kuvaa, jossa kokonaisvaltaisilla ja poikkitaiteellisilla festivaaleilla on jatkuvaa kysyntää. Vaikka musiikki on festivaaleilla yhä olennaisessa roolissa, asiakaskyselyjen valossa yhä useampi festivaalivieras



Kuva: Maxime Bhm

tekee ostopäätöksen ensisijaisesti kokonaiselämyksen, yhdessä olemisen ja yhdessä tekemisen perusteella. Festivaalientällä ollaankin jo aikaa sitten herätty kehittämään palveluita, jotka huomioivat asiakkaiden eri tarpeet ja toiveet. Täten myös Suomi on saanut varsin monipuolisen valikoiman poikkitaiteellisia tapahtumia, joita voi ohjelmasisältönsä perusteella kutsua aidosti festivaaleiksi. Kulupaineen kiristyessä on kuitenkin ensiarvoisen tärkeää hillitä tarpeetonta kustannusrakenteen kasvua.

Yksi esimerkki laajasta festivaalipalvelun kehittämisestä on keväällä 2020 valmistunut kulttuurituotannon (Yamk) -opinnäytetyöni *Festivaalipalveluita kehittämässä - Case Ruisrock Artukainen Camping*, jossa tapausesimerk-

kiä käyttäen esittelen laajamittaisen palvelukonseptin kartoittamis- ja kehittämistyön musiikkifestivaalin kehityksessä. Sen menetelmät ja tutkimustapa ovat helposti sovellettavissa mille tahansa festivaalin palveluiden osa-alueelle.

Sanotaan, että paine luo timantteja

Nouseva kulupaine ja tarve vastata asiakkaiden odotuksiin ovat pakottaneet tapahtumanjärjestäjät panostamaan festivaaliasiakkaan palvelupolkuun sekä yleiseen kävijäkokemukseen erilaisten ohjelma- ja palvelusisältöjen kautta. Suunnitteluprosessissa palvelupolut ovat

arkipäivää ja asiakaspalautteiden kerääminen ja tutkiminen olennainen osa mitä tahansa tekemistä. Alan trendien mukaisesti kotimaiset suuret musiikkifestivaalit ponnostavat musiikkisällön lisäksi entistä enemmän muihin taideoihin, kuten esittävään taiteeseen, visuaalisuuteen sekä katutaiteeseen. Ruoka- ja juomakulttuurin saralla “nakkisnägarit ja juottokarsinat” ovat vaihtuneet monipuoliseen tarjontaan, josta löytyy jokaiselle jotakin, ja joissa huomioidaan myös erikoisruokavaliot ja allergiat.

Kehitys ei tapahdu itsestään. Kova kulupaine, lyhyt tahtumakesä ja nousevat kustannukset muun muassa työvoimassa ja hankinnoissa muodostavat erityisen ympäristön, jossa hienosti suunniteltu ja valmisteltu tapahtuma voi kaatua monesta eri syystä. Äkilliset sääolosuhteiden muutokset eivät ole näistä vähäisimmät. Suomessa keväällä 2020 alkanut koronavirusepidemia on erinomainen esimerkki tapahtumasta, joka odottamatta ja kautta linjan voi ravistella koko kulttuurialaa.

Suomella on kuitenkin hihassaan pari ässää, joita hyödyntämällä alan toimijat voivat selvitä monenlaisista kriiseistä. Korkea koulutusaste sekä kehittynyt yhteiskunta infrastruktuureineen ja markkinatarjontoineen luovat Suomessa erinomaiset puitteet festivaalien kehitystyölle.

Festivaalien kehitystyöllä kustannustehokkaita ratkaisuja

Kehitystyön kautta on löydettävissä kustannustehokkaita ratkaisuja, jotka vähentävät tapahtumanjärjestäjän riskejä ja optimoivat tapahtumatuotannosta saatavaa katetta. Teknologian kehitys on tässä yksi kuluja karsiva tekijä, mutta niidenkin alkuinvestoinnit voivat olla mittavia. Jotkut teknologiset innovaatiot myös vanhenevat nopeasti, joten niissä tehtävät valinnat ja investoinnit tulee harkita tarkkaan.

Sen sijaan toimintamalleista, osto- ja myyntikäytännöistä, logistiikan tehostamisesta ja oikein ajoittamisesta, järkevistä investoinneista sekä eettisestä ja lainmukaisesta verosuunnittelusta on löydettävissä useita nopeita ja toimivia kehitysratkaisuja, jotka säästävät rahaa ja kalliita työresursseja.

Tavaran- ja palveluiden toimittajien kanssa tehtävä yhteistyö vähentää yhteisiä riskejä hankinnoissa, tehokas ja ajantasainen logistiikka vähentää ympäristöpäästöjen lisäksi myös odotteluun kuluva hukka-aikaa ja tuo tarvittavat asiat ajoissa paikalle. Myös perusteellisesti harkitut valinnat teknologisissa ratkaisuissa säästävät työaikaa ja avaavat monia ovia asiakasvirran, ostokäyttäytymisen, palvelupolun määrittämisen ja tapahtumaturvallisuuden osa-alueilla. Huolellinen rahallinen ja ajallinen investointi avainasioihin osoittaa reitin tulevaisuuteen, sijoittaen liikevoiton suoraan tulevaisuuden kasvuun.

Kustannustehokkuus kaikessa on avain Suomen musiikkifestivaalien kilpailukyvyyn säilymiseen. Kustannustehokkuus ei kuitenkaan tarkoita välttämättä kulujen leikkaamista, vaan totuttujen toimintamallien tarkastelua, parantelua ja tehostamista. On oikein käyttää rahaa, kun sen käyttää perustellusti. Yhä paraneva asiakas- ja festivaalikoekemus on elintärkeää perusteltaessa yhä nousevaa lippuhintaa festivaalikalansalle.

Musiikkifestivaalien kehitystyön erityispiirteistä

Festivaalien luonteen vuoksi niihin liittyvä kehittämistyön aikajänne voi olla haastava. Useimmat musiikkifestivaalit toteutetaan vain kerran vuodessa. Tästä syystä mahdollisuus tietynlaisen tiedon keräämiseen voi olla vain muutama päivä juuri silloin, kun kovin kiire on päällä. On siis ensiarvoisen tärkeää, että valmistelussa on luotu vahva

"Kustannustehokkuus kaikessa on avain Suomen musiikkifestivaalien kilpailukyvyn säilymiseen. Kustannustehokkuus ei kuitenkaan tarkoita välttämättä kulujen leikkaamista, vaan totuttujen toimintamallien tarkastelua, parantelua ja tehostamista."

ymmärrys kehityksen kohteesta, käytettävistä menetelmistä ja työn tavoitteista, ja että valmisteluista vastaavilla on kirkas visio siitä, minkälaista tietoa on tarpeen kerätä. Tapahtuman jälkeen suuri osa tuotantoryhmästä hajoaa muihin tehtäviin palatakseen taas sopivan ajan koittaessa takaisin työn ääreen. Tämä katkos luo erityisen haasteen kehittämistyön jatkuvuudelle, sillä riskinä on, että oleellista kvalitatiivista tietoa katoaa tai pahimmillaan muuntuu muistikuvien varassa joksikin muuksi. Siksi kerätty tieto tapahtuman aikana tulisi mahdollisimman pian ja varmalla tavalla käsitellä ja koota. Kvantitatiivinen tilastotieto säilyy paremmin ja datan raakamuotoon on helpompi palata myöhemmin.

Oli kerätty tieto millaista tahansa, aikajänteen haasteen vuoksi sen tulisi olla koottuna ja mahdollisimman pitkälle analysoituna ennen tuotantoryhmän täysipainoista palaamista seuraavan vuoden tuotantoon. Tällöin tuotantoryhmän työpanos voi keskittyä olennaiseen, eli kerätyn tiedon pohjalta tehtyjen parannusehdotusten toteuttamiseen ja valmistautumiseen seuraavassa tapahtumassa tapahtuvaan aineistonkeruuseen.

Kehittämisen- ja tutkimuskohteita festivaaleilla on useita. Yleisimpiä lienevät jokavuotiset, toistuvat tutkimukset, kuten suuria massoja koskevat asiakaspalautekyselyt

tai yksityiskohtaisemmat kumppani- ja yhteistyötahoille tehtävät tyytyväisyys- ja palautekyselyt sekä yksittäiset palveluiden kehittämistyöt. Kehittämistyötä toteutetaan eri tavoilla. Voi olla perusteltua hankkia ulkopuolinen toimija toteuttamaan suuria ihmismassoja koskevia kvantitatiivisia tutkimuksia, kuten asiakaspalautekyselyitä.

Kehitystyö on kotimaisen festivaalialan elinvoimaisuuden edellytys. Tutkimuksiin pohjautuva, asiakaslähtöinen ja johdonmukainen kehitys kaikilla tapahtuman osa-alueilla takaa keinojen riittävyyden haastavissakin tilanteissa. Monipuolinen palvelutarjonta ja mielikuvitukseen pohjautuva ohjelmasisältö tulee jatkossakin laajentamaan festivaalien asiakaskuntaa ja lisäämään niiden kokemuksellisuutta. Tällainen sisällön rakenne myös suojaaa tapahtumaa ulkoapäin tulevilta kriiseiltä. Tähän päteeikin vanha sanonta: "Älä laita kaikkia munia samaan koriin."

LÄHTEET

Silvanto, S., Karttunen, S., Herranen, K., Mäenpää, M., Ruusuvirta, M. & Luonila, M. 2016 Festivaalien Suomi. Cupore. Suomi.

Cupore 2016 Festivaalien ja tapahtumien edistäminen valtion kulttuuripolitiikassa. https://www.cupore.fi/images/tiedostot/festivaalienjatapahtumienedistaminenvaltion-kulttuuripolitiikassa_v1...-2.pdf

Flow Festival liput 2020. Viitattu 5.3.2020 <https://www.flowfestival.com/liput>

Gajanan, M. 2019. Time. How Music Festivals Became a Massive Business in the 50 Years Since Woodstock. Viitattu 5.4.2020 <https://time.com/5651255/business-of-music-festivals/>

Kinnunen, M., Koivisto, J., & Luonila, M. 2019. Festivaalibariometri 2018: Yleiskatsaus ja olennaiset muutokset 2014-2018.

Liukkonen, J. 2020. Festivaalipalveluita kehittämässä - Case Ruisrock Artukainen Camping. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Kulttuurituotannon vahvuusala. Opinnäytetyö (ylempi AMK).

Ruisrock liput 2020. Viitattu 5.3.2020 <https://ruisrock.fi/liput/>

YLE 2013. Viitattu 5.3.2020 <https://yle.fi/uutiset/3-6649217>

Kirjoittajat

Aaen, Terhi.

Asiakaskokemuksen kehittämisestä innostunut kulttuurialan yrittäjä.

Barbato, Belinda.

Stadiluotsi. Helsingin kaupunginkanslia, osallisuus ja neuvontayksikkö. belinda.barbato@hel.fi.

Helstelä, Kirsi.

Viestintään erikoistunut kulttuurituottaja (YAMK), joka työskentelee tällä hetkellä Kansallisteatterissa viestinnän tuottajana. Vastaa mm. Kansallisteatterin viestinnästä sosiaalisessa mediassa ja osallistuu strategisen viestinnän suunnitteluun. kirsi.helstela@kansallisteatteri.fi.

Liukkonen, Juuso.

Kulttuuri- ja tapahtuma-alalla toimiva monipuolinen yrittäjä, yhdistysaktiivi ja palveluliiketoiminnan kehittäjä, jonka löytää toiminnan keskipisteestä niin festivaaleilta kuin teatterin kulisestakin. www.tirehtööripalvelu.fi.

Lähde, Hanna-Kaisa.

Nuorten osallisuustyöntekijä, joka tällä hetkellä työskentelee eduskunnassa poliittisen avustajan tehtävissä; osallisuuden asiantuntija; kunta- ja kulttuuripolitiikan osaaja. hannahakaisa.lahde@gmail.com.

Sivula, Miina.

Tuottaja, Tapiola Sinfonietta. miina.sivula@espoo.fi.

Tuomisto, Taru.

Turkulainen humanisti. Taiteen tuottaja ja museoammattilainen. Nukketeatteriverkosto Aura of Puppetsin tiedottaja.

Viksten, Heidi.

Itä-Helsingin musiikkiopiston apulaisrehtori ja viulunsoitonopettaja. heidi.viksten@ihmo.fi.



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

www.humak.fi