

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

Sali täyteen!

Kvalitatiivinen ryhmähaastattelututkimus Oulu Sinfonian
konserttien ei-kävijöistä

Anne Somero

Kulttuurituotannon koulutusohjelma (240 op)

Toukokuu 2012

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Kulttuurituotannon koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Työn tekijä Anne Somero	Sivumäärä 36 ja 8 liitesivua
Työn nimi Sali täyteen! Kvalitatiivinen ryhmähaastattelututkimus Oulu Sinfonian konserttien ei-kävijöistä	
Ohjaavat opettajat Arto Lindholm ja Jyrki Simovaara	
Työn tilaaja Oulu Sinfonia	
Tiivistelmä <p>Tässä tutkimuksessa selvitän Oulu Sinfonian yleisörakennetta haastatteleamalla konserttien ei-kävijöitä, keskittyen keräämään tietoa erityisesti sinfoniakonserttien ei-kävijyyden syistä. Tutkimuksen avulla etsin keinoja, joilla houkutellaan ei-kävijöitä konsertteihin sekä pyrin kehittämään sinfoniakonserttien kävijyyttä edistäviä uusia toimintamalleja.</p> <p>Tutkimus on kvalitatiivinen, ja aineiston keräsin kahden ryhmähaastattelun avulla. Tutkimusjoukon olen koonnut oululaisista yli 18-vuotiaista Oulu Sinfonian konserttien ei-kävijöistä. Koska heistä ei ole ei-kävijöinä rekisteröitynyt tilastotietoja, olen etsinyt heitä tuttujen, kollegojen, sukulaisten ja ystävien avulla, internetin välityksellä sekä Oulun kävelykadulta ja kaupunginteatterin edustalta. Haastateltuja henkilöitä on kymmenen ja haastattelut, joita oli kaksi, pidettiin syys-lokakuussa 2011.</p> <p>Haastattelumateriaalin analyysin perustana olen pitänyt tyypittelyä, joka pohjautuu haastateltujen ei-kävijöiden itse esittämiin syihin Oulu Sinfonian konserteissa käymättömyydestä. Totaaliset, satunnaiset, viihteelliset ja globaalit ei-kävijät ovat ei-kävijöiden karkeat ryhmät eli ei-kävijätyypit. Syyt konserteissa käymättömyyteen vaihtelevat, mutta yleisiä syitä ovat ennakkoluulot tilannetta kohtaan, ajan, rahan ja ohjelmistotietojen puute, sekä itsekritiikki liittyen klassisen musiikin ymmärtämiseen.</p> <p>Tutkimuksessa haastateltujen esille tuomia parannusehdotuksia ja materiaalin analysoinnista muodostuneita kehitysideoita jalostin ja kehitin lisää yhdessä orkesterin hallintohenkilökunnan kanssa aivoriihessä joulukuussa 2011. Myöhemmin, huhtikuussa 2012, pidin lisäksi kehitysideoiden esittelytilaisuuden, johon olin koonnut Power Point -esityksen tutkimuksen keskeisistä teemoista. Pääasiaksi muodostui kehittämisideoiden tarkastelu ja keskustelu mahdollisuuksista niiden toimeenpanemiseksi.</p> <p>Kehittämisideoista jalkautuminen eri muodoissaan oli sekä ei-kävijöiden että orkesterin henkilöstön kannattama ehdotus. Soittaminen kesällä ulkona ja talvella kauppakeskuksissa sekä jalkautuminen kahviloihin, ravintoloihin ja yrityksiin nähtiin kokeilemisen arvoisina ehdotuksina orkesterin puolelta. Toisaalta kiinnitettiin huomiota siihen, että resurssien puute voi hidastaa kokeiluja, mutta pitkän tähtäimen suunnittelun avulla ne ovat mahdollisia toteuttaa. Erilaisten uusien ja rohkeidenkin konserttiteemojen ja ohjelmistosisältöjen ideoita pidettiin mielenkiintoisina.</p> <p>Tutkimuksen tuloksena syntyneet kehittämisideat toivottavasti auttavat kasvattamaan klassisen musiikin ja sinfoniakonserttien kävijämääriä. Oululla on omanlaisensa historia klassisen musiikin konserttien kävijyyden osalta, joten tutkimuksen tuloksia ei voitane sellaisinaan käyttää muiden kaupunkien orkestereissa. Tämän tutkimuksen potentiaalisten konserttikävijöiden mielipiteiden ja näkemysten pohtiminen ja tulosten soveltaminen toivottavasti antavat uusia näkökulmia markkinoinnin, myynnin, mainonnan ja tiedottamisen kehittämiseen orkestereille laajemmin koko Suomessa.</p>	
Asiasanat sinfoniaorkesteri, konsertti, kävijät, ei-kävijät, yleisö, musiikkikasvatus	

HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Degree Programme in Cultural Management

ABSTRACT

Author Anne Somero	Number of Pages 36 and 8
Title Up to last seat! Qualitative group research study on Oulu Symphony concerts' non-attenders	
Supervisors Arto Lindholm and Jyrki Simovaara	
Subscriber Oulu Symphony	
Abstract <p>In this thesis I research the structure of Oulu Symphony audience by interviewing non-attenders of the concerts. The main focus is to collect information, particularly the reasons why people do not attend symphony concerts. The purpose of this study is to find means to attract new audiences to concerts as well as develop new strategies in promoting symphony concert attendance.</p> <p>The research, being a qualitative one, I have collected its material by conducting two focus group interviews. Research groups were formed by citizens of Oulu that were over 18 years old. Since there was no previous data of the target group available, the recruitment process was enabled by friends, acquaintances, colleagues and relatives. Candidates were also searched through the internet, from downtown Oulu pedestrian street and in front of the Oulu City Theatre. Altogether, ten non-attenders were interviewed in October 2011.</p> <p>The analysed research material has its grounds on classification made out of interviewees' reasons for not attending Oulu Symphony concerts. The classification of non-attenders' characters included four groups of non-attenders (total, occasional, commercial and global non-attenders), was proved accurate in the research. The common reasons of non-attending vary from situation fear, lack of time and money, as well as repertoire information, to self-criticism in understanding classical music.</p> <p>As a result of the interviews and brain storm meeting I conducted with the administrative workers in the orchestra in December 2011, I made some suggestions how to develop visibility in the city of Oulu and attract some new audiences. I also conducted a Power Point presentation for them in April 2012 to discuss my ideas and the possibility to try them in the orchestra. My outgoing ideas were well taken, especially the ones that concerned going out of the hall to play during the Summer. In addition, some of my new and brave concert theme and programming ideas got interested response from them. However, these ideas require more resources than regular concerts, so careful planning in advance is needed.</p> <p>The interviewees brought up straight improvement suggestions, which together with the marketing development ideas drawn from the conception of material analysis hopefully will help to increase Oulu Symphony future classical, and especially symphony, concert attending rates. The city of Oulu has its special and unique classical music and attendee development history. Therefore, the research results are not directly comparable to other city orchestras. The potential concert attenders' opinions together with research results, however, give possible new perspectives in developing marketing and information strategies for orchestras broader in Finland.</p>	
Keywords symphony orchestra, concert, attenders, non-attenders, visitors, non-visitors	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
1.1 Sinfoniaorkesterin juuret ja kehityskaari	6
2 TAUSTATIETO	7
2.1 Kotimaiset kävijyystutkimukset ja tilastot	8
2.2 Ei-kävijyystutkimukset	12
2.3 Ulkomaiset tutkimukset ja kirjallisuus	12
3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	13
3.1 Tutkimusaineiston kerääminen	14
3.2 Haastateltavien etsiminen	14
3.3 Haastattelujen toteutus	15
4 HAASTATTELUJEN ANALYYSI	17
4.1 Haastateltavien taustat	17
4.2 Haastattelujen aihepiirit	18
4.3 Tyypittely	21
4.4 Aivoriihi	25
5 TUTKIMUSTULOKSET	26
5.1 Kävijyyden esteet	27
5.2 Kehittämisideat	28
5.3 Kehittämisideoiden esittely	31
5.4 Lopuksi	32
LÄHTEET	34
LIITTEET	37

1 JOHDANTO

Konserttiyleisön vanheneva ikärakenne on herättänyt viime aikoina keskustelua. Klassisen musiikin ja korkeakulttuurin suurin kävijäryhmä ovat keski-ikäiset naiset, minkä osoittavat tähän mennessä tehdyt Suomen sinfoniaorkestereiden asiakastytyväisyyskyselyt, kävijätilastot ja useat eri kulttuurialojen tutkimukset. Samoin tendenssinä on ollut viihdekonserttien suosion nousu. (Suomen Sinfoniaorkesterit ry Toiminta-/Vuosikertomukset 2000-2010.) Havaittavissa on lisäksi ollut jo 50-luvulta alkanut perinteisten sinfoniakonserttien yleisöpohjan pieneneminen ja yleisön vanhentuminen (Lindholm, Simovaara, Cantell & Mielonen 2011,28). Pelkona on valtiontukien supistuminen entisestään, työpaikkojen väheneminen ja toiminnan yksipuolistuminen. Näyttää siltä, että uusia nuorempia yleisöjä pitäisi saada innostettua konserttien kuulijoiksi. Musiikin varhaiskasvatus ja koulutus on Suomessa ja Oulussa vahvaa, eli on tärkeää selvittää miksi nuoret eivät löydä musiikkisaleihin.

Mistä saadaan uutta nuorempaa yleisöä vai kasvaako uusi sukupolvi aina keski-ikänsä kynnöksellä arvostamaan klassista musiikkia ja löytää tiensä sinfoniakonsertteihin? Päivi Karhio on perehtynyt tutkimuksessaan, Miten lähestyä käymättömiä?, museoalan ei-kävijyyden tutkimisen problematiikkaan (Karhio, 2003). Hänen raporttinsa antaa viitteitä siitä miten taidemusiikkitutkimuksessa voi lähestyä ei-kävijöitä. Kolbin (2000,1) mukaan kuluttajien käyttäytyminen on muuttunut: tämän päivän kuluttaja haluaa kulttuurikokemuksensa sisältävän yhtä aikaa niin populaarikulttuurin kuin korkeakulttuurinkin elementtejä.

Tässä tutkimuksessa selvitän kahden kvalitatiivisen ryhmähaastattelun avulla Oulu Sinfonian konserttien ei-kävijyyden syitä. Haastattelujen analyysin tuloksena tyypittelin ei-kävijät sen mukaan, minkälaisissa konserteissa he ovat joskus käyneet, mikä on heidän musiikkimakunsa tai syynsä olla tulematta konserttiin. Tutkimusmetodinä olen lisäksi käyttänyt hallintohenkilökunnan kanssa toteutettua aivoriiheä, jossa jatkajalostettiin haastatteluiden pohjalta syntyneitä kehitysideoita sekä ideoitiin niitä lisää. Lisäksi kartoitin tutkimuksellista taustatietoa sinfoniaorkestereiden kävijöistä ja ei-kävijöistä soittamalla Suomen suurimpiin orkestereihin.

Tutkimuksen tavoitteena on edistää etenkin Oulu Sinfonian sinfoniakonserttien kävijyyttä kehittämällä uusia markkinoinnin, mainonnan, tiedottamisen ja myynnin tapoja. Olen toiminut orkesterin soittajana vuodesta 2004, joten oli luontevaa tehdä päättötyö omalle työpaikalle.

Oulu Sinfonian vuoden 2010 ja 2011 kävijätilastoissa tapahtui rohkaiseva muutos, sillä kuulijoita oli käynyt noin tuhat henkeä enemmän. Kausiohjelmaan tuli vuonna 2011 yksi sinfoniakonsertti enemmän ja vastaavasti kaksi viihdekonserttia vähemmän. Kävijämäärien suhteen suunta on siis ylöspäin, kuten myös muualla Suomessa. Esimerkiksi Jyväskylä Sinfonian konserttitalit ovat olleet täynnä koko 2000-luvun ajan ja vuonna 2011 Suomen sinfoniaorkestereilla on ollut 80 000 kuulijaa edellisvuotta enemmän. Näistä sinfoniakonserttien kuulijoita on ollut lähes 40 000 (Yle, 23.3.2012).

Jotta myönteinen kehitys jatkuisi, on tärkeää selvittää miten niiden muiden eli ei-kävijöiden tavoitettavuus parantuisi. Tässä tutkimuksessa tarkastelussa on erityisesti sinfoniakonserttien ei-kävijät. Aihe ei palvele ainoastaan Oulu Sinfonian markkinointia, vaan koko klassisen musiikin kenttää, jossa suuntauksena on jo pidemmän aikaa ollut ikääntyvä yleisörakenne.

1.1 Sinfoniaorkesterin juuret ja kehityskaari

Sinfoniaorkesterin pitkät perinteet saivat alkunsa Keski-Euroopassa noin kolmesataa vuotta sitten, jolloin pitkä kehityskaari alkoi. Nykyiseen laajuuteensa sinfoniaorkesteri kasvoi 1800-luvun loppuun mennessä. Turkuun perustettiin vuonna 1790 Suomen ensimmäinen Soitannollinen Seura ja Helsinkiin Robert Kajanus perusti Pohjoismaiden ensimmäisen ammattiorkesterin vuonna 1882, nykyisen Helsingin kaupunginorkesterin. (Dahlström 1990, 9.) Tästä alkoi nopea kehitys, jonka seurauksena Suomessa on tätä nykyä väkilukuun nähden maailman eniten orkestereita. Jo pelkästään Suomen Sinfoniaorkesterit ry:n jäsenluku on 25. Täysikokoisia sinfoniaorkestereita Suomessa on toistaiseksi vain kolme: Radion sinfoniaorkesteri, Helsingin kaupunginorkesteri ja Tampere Filharmonia. (Suomen sinfoniaorkesterit ry 2010.) Sinfoniaor-

kestereista tuli yksi kansallisen nousun airueista: uusia orkestereita perustettiin ja Sibeliuksen sinfonioita esitettiin kiivaaseen tahtiin. Tänäkin päivänä orkesterien esittävästä suomalaisesta musiikista on vielä 25 prosenttia Sibeliuksen tuotantoa. (Häyrynen 2005.)

Tässä tutkimuksessa painotan erityisesti sinfoniakonsertteja ja etsin niissä käymisen esteitä. Sinfoniakonsertti tarkoittaa konserttia, jossa teosten esitysjärjestys on lähes aina seuraavanlainen: aluksi soitetaan lyhyehkö ja mahdollisesti virtuoottinen alku-soitto, seuraavaksi soitetaan solistinumero eli orkesteri säestää illan solistia. Solisti soittaa usein omalle instrumentillensa sävelletyn konserton, jossa on kolme osaa. Väliajan jälkeen soitetaan sinfonia tai sinfoninen teos. Jyväskylä Sinfoniolla on nettisivuillaan kattava konserttikävijän avuksi tehty ohjeistus, Konserttivieraan ABC, joka pienentää ensikertalaisen kynnystä tulla konserttiin (Jyväskylä Sinfonia, 2012). Toinen tässä tutkimuksessa esille tuleva termi on viihdekonsertti sinfoniaorkesterin soittamana. Sinfoniaorkesterin viihdekonsertti voi tarkoittaa esimerkiksi Abban ja Stingin musiikkia sisältävän, ainoastaan sinfoniaorkesterin kokoonpanolla soitettua konserttia tai kevyen musiikin solistin laulamista sinfoniaorkesterin säestyksellä.

2 TAUSTATIETO

Oulun kaupungin musiikillinen historia alkoi kehittyä jo 1800-luvulla, sillä kaupungissa vierailleet eurooppalaiset muusikot opettivat konsertoinnin lomassa paikallisia amatöörimuusikkoja. Säännöllinen orkesteritoiminta alkoi Oulussa vuonna 1901, kun Oulun Soitannollinen Seura perustettiin. Oulun orkesteri perustettiin vuonna 1937 ja nimi muutettiin kaupunginorkesteriksi vuonna 1954. Orkesteri kunnallistettiin 1961 ja Oulu Sinfonia -nimi otettiin käyttöön vuonna 2005. Oulu Sinfonia on EU-alueen pohjoisin sinfoniaorkesteri ja siihen kuuluu 61 muusikkoa. (Oulu Sinfonia 2012.)

Oulu Sinfonian kävijämäärät ovat vaihdelleet orkesterin historian aikana. 1980-luvulla elettiin vilkasta aikaa uuden Madetojan salin valmistuttua ja salit olivat pääsääntöisesti täynnä kuulijoita. 2000-luvulla yleisörakenne muuttui hieman ja viihteellisempi ohjelmisto sai suurempaa suosiota. 2010-luvulla perinteinen ohjelmisto on taas nos-

tamassa suositaan, mutta sen rinnalla pysyy vahvana populaarinen ohjelmisto. Näyttää siltä, että Oulu Sinfonian yleisö on jakaantunut klassisen musiikin konserteissa kävijöihin ja viihteellisemmän musiikin suosijoihin.

Oulussa ja lähikunnissa on musiikin varhais- ja nuorisokasvatuksen puolella vahvat perinteet. Nuorimmille on Oulussa projekteja, kuten Soiva Siili ja Tutti Juttu. Jari Välimäen luotsaama Tutti juttu -projekti viettää tänä vuonna 20-vuotisjuhliaan. Oulu Sinfonian ja Oulun kuudensien musiikkiluokkien yhteistyökonsertti antaa lapsille hienon kokemuksen esiintyä sinfoniaorkesterin kanssa (Oulu Sinfonia 2012). Hieman tuoreempi yhteistyöprojekti on alkanut Soiva Siili -duon (Kyösti Salmijärvi ja Markus Lampela) kanssa vuonna 2005. Oulu Sinfonian muusikot ovat esiintyneet Oulun kouluissa duon kanssa ja tuoneet sinfoniaorkesterin instrumentteja sekä musiikkia tutuiksi lapsille. Lapset ovat puolestaan vierailleet Oulu Sinfonian harjoituksissa kuuntelemassa ja tutustumassa orkesterimuusikon arkeen (Soiva Siili, 2012). Lisäksi Oulussa on projekti, jossa yhdeksäsluokkalaiset pääsevät ”Kulttuuripassilla” edullisesti tutustumaan Oulun kulttuurilaitoksiin. Monipuolisista musiikin harrastus- ja opiskelumahdollisuuksista kertovat erilaiset oppilaitokset. Oulussa on musiikin alkeisopetusta antavia yksityisiä musiikkikouluja ja taidekouluja, koulussa musiikkia painottavia musiikkiluokkia, instrumentin opiskelua ammattiin tähtäävästi valmentavia musiikkiopistoja ja muusikon ammattiin valmentava konservatorio sekä musiikkipedagogiksi päteväittävä ammattikorkeakoulu.

2.1 Kotimaiset kävijyystutkimukset ja tilastot

Aiempiä kvalitatiivisia tutkimuksia Oulu Sinfonian kävijöistä ei ole, sen sijaan kvantitatiivinen kävijäkysely on tehty viimeksi vuonna 2007. Tästä Sari Tannerin tutkimuksesta käy ilmi, että konserttikävijöitä kiinnostavat eniten klassisen ajan musiikki (1700-1800 jKr.) sekä musikaalit ja oopperat. Konserttien haittatekijöistä ylivoimaisesti eniten vastauksia saa ajan puute, jonka jälkeen tiedon puute tulee seuraavana. Vastaneista oli 77 prosenttia naisia, mikä on yleisen profiilin mukainen: suurin osa klassisen musiikin konserttikävijöistä on keski-ikäisiä korkea-asteen koulutuksen saaneita

naisia. Tietoa konserteista saatiin eniten sanomalehdestä. Eläkeläisten osuus kävijöistä on työelämäaseman perusteella toiseksi suurin.

Suomen orkesteritoiminnan voimakkaan kasvun takia 1900-luvun puolen jälkeä nähtiin tarpeelliseksi perustaa sinfoniaorkesterien yhteinen organisaatio, Suomen Sinfoniaorkesterit ry. Tähän vuonna 1965 perustettuun organisaatioon kuuluu 30 jäsenorkesteria ja se julkaisee vuosittain mm. orkesterikävijätilastoja sisältävän vuosikertomuksen. Yhdistyksen tavoitteina on kehittää Suomen sinfonia- ja kamariorkesteritoimintaa sekä valvoa jäsenien etuja ja oikeuksia. Laki valtiosuoksista vuonna 1993 on yksi tärkeimmistä yhdistyksen edistämisaavutuksista (Suomen Sinfoniaorkesterit ry:n juhlaulkaisu).

Suomen Sinfoniaorkesterit ry on vuonna 2003 julkaissut yhteenvedon neljäntoista jäsenorkesterinsa konserttien yleisöltä kysytyistä kysymyksistä. Vastaajia oli 1237 lokakuun 2002 ja tammikuun 2003 välillä. Kysymykset etsivät vastauksia konserttiin tulemisen syistä, konsertin tiedonsaannista sekä konsertin ja orkesterin koko kauden ohjelmistosta. Yhteenvedon mukaan sinfoniaorkesterien kaksitoista toivotuinta säveltäjää olivat järjestyksessä: Sibelius, Mozart, Beethoven, Bach, Shostakovitsh, Mahler, Brahms, Saariaho, Schubert, Ravel ja Grieg. (Suomen sinfoniaorkesterit 2002.) Saariaho on yltänyt näiden jo edesmenneiden säveltäjien joukkoon ainoana uuden musiikin säveltäjänä.

Tilastokeskus on viimeksi vuonna 2009 julkaissut Kulttuuritilaston 2007, joka on kulttuurialan kokoomatilasto. Se sisältää kattavan musiikkitilastojen osuuden sekä tietoa kulttuurin rahoituksesta, koulutuksesta, työvoimasta, yritystoiminnasta ja kulttuurisista vähemmistöistä. (Tilastokeskus 2007.)

Valtakunnallisen klubi- ja aluekiertuehanke VAKA:n valtakunnallisessa kuluttajakyselyssä syiksi konserteissakäymättömyyteen oli 16–24-vuotiailla taloudelliset syyt, 25–35-vuotiailla ajan puute ja yli 36-vuotiailla kiinnostuksen puute. Tutkimuksessa

kysyttiin kuuntelutottumuksista ja mieltymyksiin vaikuttivat tutkimuksen mukaan merkittävästi ikä ja asuinpaikka. Yli 50-vuotiaat oli klassisen musiikin suurin kuuntelijaryhmä. (Saarela 2011.)

Suomen sinfoniaorkestereiden itse tekemistä ja teettämistä tutkimuksista ei tietääkseni ole mitään rekisteriä, sillä tutkimukset ja raportit ovat usein vain orkesterin omaan käyttöön tilattuja. Päätin soittaa joillekin kooltaan suurimmista orkestereista ja kysyä heidän kävijä/ei-kävijätutkimuksistaan. Tutkimusten kartoitus onnistui enimmäkseen hyvin, mutta osa orkestereista oli vaitonaisia tutkimuksistaan ja niiden tuloksista.

Soittokierrokseni kuitenkin paljasti, että sinfoniaorkesterit ovat tehneet tai teettäneet kohtuullisen määrän kvantitatiivisia kävijäkyselyitä vuosien saatossa. Esimerkiksi Helsingin kaupunginorkesterille on tehty 1990-luvulla laaja kävijätutkimus. Lisäksi heillä on vuotuinen asiakastytyväisyyskysely Helsingin kaupungin velvoittamana. Helsingin kaupunginorkesteri yleisön kasvattamishankkeista huomiota herättävin on ollut ns. kummilapsiprojekti, jossa Helsingin 450-juhlavuonna syntyneet 4700 lasta kutsuttiin orkesterin ”kummilapsiksi”. Tällaisten lastenkonserttien lisäksi orkesteria ovat lähentäneet erilaiset pääkaupunkiseudulla järjestetyt ulkoilmatapahtumat ja konserttisaleista ihmisten keskelle viedyt hankkeet. (Häyrynen 2005)

Jyväskylä Sinfoniassa tutkimuksia on tehty vilkkaasti yhteistyössä Jyväskylän yliopiston musiikkitieteen laitoksen kanssa. Viimeisimmät ovat Anita Ovaskan gradu, joka käsittelee musiikkikasvatusta suomalaisissa sinfoniaorkestereissa (Ovaska 2008) ja Riku Salomaan jyväskyläläisen konserttiyleisön profiilia kartoittava sekä markkinointia ja yhteistyötä selittävä tutkimus (Salomaa 2009). Tutkimustuloksien valossa Salomaa pitää Jyväskylä Sinfonian kävijöille suunnattua informointia ja yleisötyötä onnistuneena. Yleisön vanheneva ikärakenne kaipaa toimenpiteitä ja hän ehdottaa markkinointitutkimusta. Ovaska toteaa tutkimuksessaan, että musiikkikasvatus on vahvasti mu-

kana suomalaisten orkesterien uusien kävijöiden hankinnassa, mutta että kohderyhmien tarpeet, toiveet ja mieltymykset jäävät vähälle huomiolle.

Turun Filharmoninen orkesteri on tehnyt kauppakeskus Hansaan jalkautumisen lomassa kyselyn, jossa vastaajia oli noin 400. Orkesterin konserteissa käymiseen vaikutti vastaajien mielestä eniten kiinnostava ohjelma ja toiseksi eniten halu kuulla orkesteria. Konsertilta tapahtumana toivottiin rentoutumista, kauneutta ja irtiottoa arjesta. Tietoa konserteista saatiin eniten lehdistä, seuraavaksi eniten kausiohjelmasta ja kolmanneksi nettisivuilta. Vastanneista 72 % oli naisia ja 44 % heistä oli yli 55-vuotiaita. Akateeminen loppututkinto oli 33 prosentilla ja satunnaisia kävijöitä heistä oli 39 prosenttia. (Turku Filharmonia 2009.) Satunnaisten vastaajien suurehko vastausprosentti oli yllätys. Samoin tieto, että jopa 90 prosenttia vastaajista kertoi orkesterin kuulemisen konserttisalin ulkopuolella vaikuttavan positiivisesti konserteissa käymiseen.

Kuopion kaupunginorkesteri on tehnyt tutkimuksia ja asiakastyytyväisyysmittauksia kolmen eri tahon kanssa yhteistyössä: kulttuuritoimen kanssa ei-kävijätutkimus 17-25-vuotiaille, Sibelius-Akatemian Art's Management -koulutuksen kanssa haastattelututkimus ja Savonia ammattikorkeakoulun kanssa asiakastyytyväisyystutkimus. Lisäksi orkesteri on ollut mukana matkailupalvelun selvityksissä ja tehnyt omia konserttikyselyjä.

RSO on tehnyt pari vuotta sitten asiakastyytyväisyystutkimuksen ja tavoitteena on lähitulevaisuudessa tehdä laajempi yleisötutkimus.

Tampere Filharmonia on aika ajoin ollut mukana kulttuurialan yhteisissä tutkimuksissa ja he tekevät parin vuoden välein kävijäkyselyitä. Tutkimukset tehdään pääsääntöisesti itse, mutta välillä ne teetetään ammattilaisilla. Viimeksi teetetty laaja, puhelinhaastatteluna toteutettu, imagotutkimus on vuodelta 2009. Pienempimuotoisia kyselyjä on ollut useamminkin esimerkiksi Facebookissa ja konserttien yhteydessä. Niillä

etsitään tietoa muun muassa kävijöiden musiikkimieltymyksistä ja konsertin ajankohdan sopivuudesta.

2.2 Ei-kävijyystutkimukset

Ei-kävijätutkimuksia on tehty eri taiteenaloilla jo 1980-luvulta lähtien. Marilyn Hoodin ensimmäinen tutkimus käsittelee vapaa-ajan viettoa ja osallistumista. Hoodin kuusi kriteeriä ihmisten vapaa-ajan preferensseille ovat: ihmisten kanssa oleminen ja sosiaalinen vuorovaikutus, jonkin merkittävän tekeminen, olonsa tunteminen mukavaksi, haasteet ja uudet kokemukset, mahdollisuus oppia sekä aktiivinen osallistuminen. Museokävijät mainitsivat kaikki kriteerit tärkeiksi, mutta ei-kävijät vain perhekeskeiset kriteerit eli ihmisten kanssa oleminen, aktiivinen osallistuminen ja olon mukavaksi tunteminen. He painottivat vapaa-ajallaan mm. urheilun seuraamista ja ostoksilla käymistä. Satunnaiset kävijät olivat mielipiteissään ei-kävijöiden linjoilla. Lapsuuden kokemukset museokäynneistä vaikuttivat tutkimuksen mukaan aikuisiän kävijätoutumuksiin positiivisesti. (Karhio 2003, 5.) Tyypillisen ei-kävijän kokemusmaailmassa taidelaitokset saattavat näkyä vieraina ja etäisinä, oman elämän ulkopuolisina asioina. Vieraantuneisuutta voidaan vähentää kulttuurisen ja sosiaalisen saavutettavuuden parantamisen avulla. (Lindholm 2011, 49-60.)

Timo Cantell (2009) on tuonut Suomeen ei-kävijyyden käsitteen. Hän pitää tutkimustapaa ainutlaatuisena, koska tietoa kulttuurilaitoksesta saadaan sisäpiirin ulkopuolelta. Pekka Gronow (1975) ym. pitää ei-kävijyystutkimusta myös elitistisen asenteen vähentäjänä ja siksi kulttuuripoliittisena kannanottona. (Lindholm 2011, 49-60.)

2.3 Ulkomaiset tutkimukset ja kirjallisuus

Bonita Kolb (1991) on vakuuttavasti esittänyt huolensa klassisen musiikin yleisöpohjan kapenemisesta väittäen, että yhä pienempi osa tämän päivän keski-ikäisistä päätyy klassisen musiikin kuulijoiksi verrattuna 80-luvun tilanteeseen. Kolb ei usko siviilisoitumiseen, jossa uusia yleisöjä kasvaa klassisen musiikin kuluttajaksi iän myötä.

Oulu Sinfonian kävijyystutkimuksen mukaan ajan ja tiedon puute olivat suurimmat konserttien haittatekijät eli kävijyyden esteet. Tämän tutkimuksen tuloksien vertaaminen näihin on mielenkiintoista eli miten ei-kävijöiden esteet poikkeavat kävijöiden esteistä. Melissa Dobson (2010) on kirjoittanut kirjan ei-kävijöiden kokemuksista live-konserteissa.

3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimusmetodina käytin ryhmähaastattelua eli fokusryhmämenetelmää, koska se soveltuu hyvin tutkimukseen, jonka aihepiiristä ei ole paljon aiempaa tietoa. Sinfoniaorkesterien ei-kävijätutkimuksia on Suomessa ja maailmalla tehty vähän (ks. Timo Cantell). Osallistujia fokusryhmähaastattelussa on yleensä 6-12. Tässä tutkimuksessa ryhmähaastatteluja oli käytännön syistä lopulta kaksi, joista ensimmäisessä haastattelussa oli seitsemän ja toisessa kolme osallistujaa. Toinen merkittävä seikka metodin valinnalle oli keskustelutilanteen luominen, jonka toivottiin vapauttavan joskus jäykkääkin haastattelutilannetta. Ryhmässä tyypillisesti vallitsevan dynamiikan toivottiin antavan hedelmällistä, vuorovaikutuksesta kumpuavaa informaatiota. (Moilanen & Ritalahti, 100-101; Lähde 2011, 6.) Moderaattorilla on tämän takia tärkeä rooli ryhmähaastattelussa. Tilanteen sujuvuus, avoimuus, vapautuneisuus ja tätä kautta vastausten monipuolisuus kertovat onnistuneesta haastattelusta. Haastattelijoita voi tästä syystä olla myös kaksi. (mt., 101.)

”Tämän tyyppisissä tutkimuksissa asenteet ja mielipiteet usein ymmärretään yksilön omimmaksi omaisuudeksi, jotka hän joko luovuttaa tai ei luovuta muiden nähtäväksi riippuen vetäjän taidoista: hyvä vetäjä osaa luoda sellaisen ilmapiirin, jossa kukin voi vapaasti ilmaista ”todelliset mielipiteensä” (Ruusuvoori & Tiitula 2005, 226).

Eskola & Suoranta (1998) jakavat haastattelututkimuksen neljään tyyppiin: strukturoitu haastattelu, puolistrukturoitu haastattelu, teemahaastattelu ja avoin haastattelu. Tämän tutkimuksen kysymysten asettelussa käytettiin puolistrukturoitua haastattelumallia, jossa kysymykset ovat kaikille samat, mutta jokainen vastaaja vastaa omin sanoin. Erona puolistrukturoituun haastatteluun, strukturoidussa haastattelussa myös

vastausvaihtoehdot ovat valmiina. Teemahaastattelun kulku on vapaamuotoinen, mutta haastattelijaa pitää huolen kaikkien teemojen käymisestä läpi. Avoin haastattelu muistuttaa keskustelutilannetta, jossa käydään läpi vain osa ennalta määritellyistä teemoista vapaassa järjestyksessä. (Eskola & Suoranta 1998, 87.)

3.1 Tutkimusaineiston kerääminen

Päätös tutkimuksen aloittamisesta tehtiin keväällä 2011 Oulu Sinfonian intendentin Leena Pällin kanssa ja tutkimusaineiston keruun aloitin kesällä 2011. Haastattelut pidin syys- ja lokakuussa 2011 sekä aivoriihen joulukuussa 2011. Tutkimuksen yhteenvedon ja kehittämideoita esittelin Power Point -esityksen muodossa Oulu Sinfonian hallintohenkilökunnalle huhtikuussa 2012.

Tutkimukseen haastateltaviksi soveltuvien henkilöiden valintakriteerit määriteltiin yhteistyössä tilaajan edustajan, intendentin kanssa. Haastateltavien ei-kävijöiden valintakriteereiksi muodostuivat Oulu Sinfonian konserttien käymättömyyden lisäksi ikä ja asuinpaikka. Täysi-ikäisyys tuo vapauden päättää omista asioistaan ja Oulussa tai lähikunnissa asuminen takaa sen, ettei liian pitkä matka ole pääasiallinen syy ei-kävijyyteen. Näin ollen yli 18-vuotiaat oululaiset ja lähikuntien asukkaat olivat valideja eli sopivia haastateltavia.

3.2 Haastateltavien etsiminen

Haastateltavia etsin omien tuttujen lisäksi ystävien, tuttujen ja kollegojen tutuista, internetin välityksellä, sekä Oulun kävelykadulta, Rotuaarilta. Lisäksi Oulun kaupungin kirjaston vierestä Oulun kaupunginteatterin edestä toivoin löytyvän kulttuuriväkeä, joka jostain syystä jättää sinfoniakonsertit väliin, mutta käyttää kaupungin muita kulttuuripalveluita. Potentiaalisille haastateltaville annoin lomakkeen, jossa kerroin haastattelun tarkoituksesta ja yksityiskohdista (ks. liite 1).

Omista tutuistani kukaan ei päässyt tai halunnut tulla mukaan. Tuttujen ja kollegojen kautta tuli tietoon kahdeksan yhteystietoa, joista kolme saapui lopulta haastatteluun.

Oulun kaupunginteatterin edestä haastateltavia etsin lauantaina iltapäivällä 45 minuuttia ennen alkavia teatteri- ja oopperaesityksiä. Teatterin asiakkaista ehdin esihaastatella 27 ja heille esitin seuraavat kysymykset:

- 1) Oletteko paikallisia?
- 2) Käyttekö Oulu Sinfonian konserteissa?
- 3) Jos käytte, minkälaisissa?
- 4) Käyttekö Oulu Sinfonian sinfoniakonserteissa?

Yhteystiedot ja kiinnostuneen vastaanoton sain viideltä ryhmähaastatteluun soveltavalta henkilöltä. Näistä haastatteluun saapui kaksi henkilöä. Rotuaarilta, Stockmannin edestä etsin haastateltavia vastaavin perustein myöhemmin samana päivänä. Esihaastattelun tein kahdellekymmenelle henkilölle, joista yhteystiedot sain kahdeksalta. Heistä haastatteluun tuli neljä. Lisäksi yksi haastateltavista toi mukanaan vielä yhden haastateltavan.

Haastatteluihin, joita pidin kaksi kappaletta, sain yhteensä kymmenen osallistujaa, joista kaksi oli miehiä. Haastateltavien etsinnässä menestyksellisimmäksi metodiksi osoittautui Stockmannin edusta, 5/20 eli 25 prosenttia kysytyistä tuli paikalle. Toiseksi tehokkain tapa oli ystävät, tutut ja kollegat 3/12 eli 20 prosenttia. Heikoin paikka oli teatterin edusta, 2/27 eli n. 7 prosenttia henkilöistä sitoutui haastatteluun. Toisaalta juuri teatterin edessä oli eniten sinfoniakonserttiemme kävijöitä 6/27 ja oopperan harrastajia (globaaleja). Edellisistä kukaan ei kuitenkaan yhteystiedoista ja alkuperäisestä kiinnostuksesta huolimatta tullut haastatteluun. Yleisesti ottaen esihaastateltavien asenne Oulu Sinfoniaa kohtaan oli positiivinen, mutta syitä haastatteluun osallistumattomuuteen olivat useilla työstä ja muista harrastuksista johtuva kiire sekä klassisen musiikin ymmärtämättömyys.

3.3 Haastattelujen toteutus

Tutkimus toteutettiin kahtena ryhmähaastatteluna, jotka järjestettiin 20.9.2011 ja 11.10.2011 klo 17 Madetojan salilla, Oulu Sinfonian työympäristössä. Tämä saattoi jo olla osalle haastateltavista uusi ja avartava kokemus, mikä edesauttoi aihepiiriin

orientoitumista haastattelutilanteessa. Rauhallinen ja valoisa keskusteluun suunnattu kabinetti oli haastattelun kannalta oivallinen. Ajankohdaksi valittiin virka-ajan jälkeinen klo 17, jonka ajateltiin sopivan useimmille työssäkävijöille. Ryhmien kokojen suunniteltiin olevan 6-9 henkilöä ja ne olivat lopulta 7 ja 3 henkilöä. Jälkimmäisen haastattelun kohdalla kävi kato, sillä aiemmin jo lupautuneet eivät saapuneetkaan paikalle. Tilaisuudet nauhoitettiin ja litteroitua materiaalia kertyi 41 sivua.

Eettiset seikat otettiin huomioon, sillä haastattelun aikana käytettiin ainoastaan etunimiä. Haastateltavien sukunimet eivät tulleet kenenkään tietoon tutkimusta tehtäessä, jolloin haastateltavien anonymiteetti säilyi. Tällä tavoin varmistettiin myös mahdollisimman totuudenmukaiset ja seikkaperäiset vastaukset. Taustatietojen lisäksi haastattelua varten laadittiin 25 kysymystä alakysymyksineen (ks. liite 2.), joihin kukin haastateltava vastasi vuorollaan. Lisä- tai syventävät kysymykset vaihtelivat haastateltavien vastauksien mukaan.

Ensimmäisen haastattelun kesto oli noin 1 h 45 min ja toisen noin 1 h 30 min. Alunperin tilaisuuksiin oli varattu kaksi tuntia. Vaikka toinen ryhmä oli puolet pienempi, se käytti lähes yhtä paljon aikaa vastaamiseen. Haastattelijana eli moderaattorina toimin itse, eikä paikalla ollut muita henkilöitä. Tallentava laitteita oli kaksi kappaletta, mutta silti laitteiden käyttäminen ja haastattelemisen samanaikaisesti osoittautui haasteelliseksi. Ensimmäisellä kerralla patterit loppuivat ja toisella kerralla muisti tuli täyteen. Onneksi taltiointiin ei tullut katkosta kahden laitteen ansiosta.

Intendentti ei halunnut osallistua haastatteluihin, jotta hänen läsnäolonsa ei olisi vaikuttanut haastateltavien vastauksiin. Toimitin hänelle jälkikäteen litteroidun haastattelumateriaalin. Haastattelu tapahtui suomen kielellä, tosin Oulun murre ja vastausten nopeus tekivät litteroinnista välillä työlästä. Osallistujille oli heidän vaivannäköään arvostaen tarjolla sämpylää, kahvia, teetä ja virvokkeita. Kukin osallistuja sai lisäksi lahjakortin (19 €), jonka voi käyttää mihin tahansa Oulu Sinfonian konserttiin syys- ja kevätkauden 2011-2012 aikana. Nämä edut sitoutuivat haastateltavia tulemaan paikalle, vaikka osallistujaluvut jäivätkin toivotuista.

4 HAASTATTELUJEN ANALYYSI

4.1 Haastateltavien taustat

Haastateltavista kahdeksan oli naisia ja kaksi miestä, iältään he olivat 19-74 -vuotiaita. Siviilisäädyn jakauma oli seuraavanlainen: haastateltavista naimattomia ja eronneita oli neljä sekä avioliitossa ja avoliitossa oli yksi. Koulutustaustat ja ammatit olivat seuraavanlaisia: peruskoulun käynyt varastotyöntekijä, peruskoulun käynyt opiskelija, sosiaalityöntekijänä toimiva yhteiskuntatieteiden maisteri, opiskelija/omaishoitajana toimiva oikeusnotaari, projektinjohtajana / opiskelijana toimiva filosofian tohtori, eläkeläisenä oleva merkonomi (entinen kanslisti), peruskoulun käynyt myyjä, ammattikoulun käynyt työnjohtaja, asiantuntijatehtävissä toimiva insinööri, ammattiopiston käynyt tekstiiliartesaani sekä lasten ja nuorten erityisohjaaja. (ks. liite 3)

Koulutustaustaltaan haastatteluun saapuneet ei-kävijät olivat suhteellisen korkeasti koulutettuja: jopa neljällä kymmenestä oli ylempi yliopistotutkinto. Toiseksi suurin ryhmä oli ainoastaan peruskoulun käyneet, joita oli kolme (yksi opiskelija) ja loput olivat siltä väliltä. Salosen (1990, 41) tutkiessa Jyväskylän sinfoniaorkesterin kävijöitä vuonna 1990, hän huomasi kävijöiden koulutustason olevan korkeampi kuin kaupungin keskitason. Haastateltavista 70 prosentilla oli vähintään ylemmän keskiasteen tutkinto. Konserteissakävijöiden sosioekonominen asema oli näin ollen hyvin korkea. Viihdekonserteissa käyneiden koulutustaso oli hieman matalampi, kuin sinfoniakonserteissa käyneiden. (Mt., 42.) Oulun koulutustaso yli 20 -vuotiaissa on Suomen viidenneksi korkein vuonna 2009. Korkeammin koulutettuja kuntia olivat vain Kauniaiainen, Espoo, Pirkkala ja Helsinki. (Tilastokeskus Koulutustilastot 2010.) Oulun korkea koulutustaso näkyy sekä konserttien kävijöissä että ei-kävijöissä.

Oulussa on asukkaita 142 000 ja ikäjakauma on seuraavanlainen: alle 15 -vuotiaita on 19 prosenttia, 15-24 -vuotiaita on 15 prosenttia, 25-44 -vuotiaita on 32 prosenttia, 45-64 -vuotiaita on 21 prosenttia ja yli 65 -vuotiaita on 10 prosenttia. Suurin osa Oulun asukkaista (32 %) on siis 25–44-vuotiaita, ruuhkavuosien eläjiä. Valtakunnallises-

sa vertailussa vain Helsingillä (33 %) ja Espoolla (32 %) on enemmän tämän ikäluokan väestöä. Koko maan keskiarvo on 24 prosenttia. Ei-kävijätutkimukseni haastattelujen summittaisesti valikoitunut otos mukailee myös väestön ikärakennetta: 15–24-vuotiaita on 10 prosenttia, 25–44-vuotiaita on 50 prosenttia, 45–64-vuotiaita on 20 prosenttia ja yli 65-vuotiaita on 20 prosenttia. Tutkimukseni haastatelluista ei-kävijöistä 25–44-vuotiaat olivat siis myös suurin ryhmä (50 %), mutta erotuksena on alle 15-vuotiaat, joita ei otettu mukaan tähän tutkimukseen. Oulun väestön ollessa noin 142 000 asukasta, sen suurin ikäryhmä 25–44-vuotiaat pitää sisällään yli 48 000 asukasta, jotka edustavat 50 prosentin osuudella suurinta Oulu Sinfonian ei-kävijöiden ryhmää. (Fennica.Net 2011.)

4.2 Haastattelujen aihepiirit

Haastattelua varten laaditut 25 kysymystä vastauksineen olen tässä osiossa muokannut tiiviimmiksi kokonaisuuksiksi lukemisen helpottamiseksi.

Vapaa-ajan käyttö ja harrastukset olivat selvästi tärkeitä asioita haastatelluille. Vapaa-aika pyrittiin erottamaan työstä aina, jos se vain oli mahdollista. Harrastuksia oli paljon ja ne olivat monipuolisia vaihdellen maalaamisesta, politiikasta, teatterissa käymisestä, pyörän rakentamisesta ja vinyyliä keräämisestä aina vapaaehtoiseen selvittelytyöhön. Kahdella kymmenestä ei mielestään ollut erityisiä harrastuksia tai erityisiä intohimoja. Kolmella kymmenestä taas oli pieniä lapsia, joten oma aika oli rajoitettua. Kaiken kaikkiaan haastateltavia leimasi aktiivinen elämäntapa.

Sukulaisten ja tuttavien musiikin harrastaminen toteutui vain kolmen haastatellun kohdalla. Salosen mukaan (1990, 51) yli puolet yleisöstä tuntee orkesterin soittajista ja yleisöstä ainakin yhden henkilön. Sama pätee viihdekonserttiyleisöön. Ne haastatelluista, jotka tunsivat musiikin harrastajia ja ammattisoittajia olivat suhtautumisesaan klassiseen musiikkiin ja sinfoniakonsertteihin myönteisempiä kuin muut.

Haastateltavien tietopohja Oulu Sinfoniasta oli suppea. Käytännössä orkesterin hallinnosta eikä orkesterin muusikoista tiedetty ennakkoon kovin paljon. Yksi kymmenestä tiesi tai tunsikin jonkun orkesterin muusikoista. Lisäksi kahdella kymmenestä oli

hämärä muistikuva kahdesta edellisestä intendentistä. Epäselvää oli osalle myös, tekevätkö soittajat tätä työtä täysipäiväisesti kuukausipalkkaa vastaan.

Viime aikoina mediassa puhuttaneet kunnallisten orkesterien valtionosuuksien mahdolliset jopa 10 prosentin leikkaukset, saattavat vähentää konserttitarjontaa ja lisätä muusikkojen työttömyyttä (Suomen tietotoimisto 2011). Nämä lakisääteisiksi vuonna 1993 muuttuneet tuet eivät herättäneet haastatteluissa suuria intohimoja suuntaan tai toiseen. Yleisesti oltiin kuitenkin sitä mieltä, että kaikkea kulttuuria pitää tukea ja orkesterit ansaitsevat tukensa. Haastattelun aikana selvinneiden faktojen, kuten työntekijöiden määrän, lippujen huokeiden hintojen ja runsaan tarjonnan huomattiin vievän rahaa, mutta antavan vastineeksi kaikille kansalaisille tasavertaisen mahdollisuuden nauttia konserteista. Ennakkoluulojen tukia kohtaan tunnistettiin muotoutuneen osittain taannoisten Kansallisoopperan rahoitusta koskevien lehdistössä ja muissa tiedotusvälineissä värikkäästi esillä olleiden artikkeleiden ja yleisönosaston kirjoittelujen vuoksi.

Sinfoniakonsertti terminä oli suurimmalle osalle haastateltavista ei-kävijöistä hämärän peitossa. Käsitteen avaaminen haastateltaville herätti myönteistä asennetta konserttiin tulemiseen suhtautumisessa. Yllättävän positiivisia vastaukset olivat myös kysyttäessä Oulu Sinfonian erityyppisissä konserteissa käymisestä. Osa haastateltavista sanoi olevansa kiinnostunut, mutta ei syystä tai toisesta ole päässyt konserttiin asti. Toiset taas osoittivat kiinnostuksensa puutteen selkeästi. Klassisen musiikin konsertilla oli kannattajansa ja vastustajansa ei-kävijöiden joukossa, samoin viihdekonserteilla. Osa haastatelluista sanoi pitävänsä molemmista, mutta ei silti tule käyneeksi Oulu Sinfonian järjestämässä konserteissa. Nämä Oulu Sinfonian ei-kävijät saattoivat käydä muiden orkesterien konserteissa tai oopperassa, mutta osa heistä ei kuitenkaan käynyt muuallakaan missään konserteissa.

Oulu Sinfonian konserttipaikoista Tuomiokirkko, Kauppatori, Toppilan Möljä ja Madetojan sali olivat tunnetuimpia/suosituimpia. Kirkko itsessään oli saanut tulemaan konserttiin, samoin ulkoilmapaikat, jotka koettiin mukaviksi paikoiksi kuunnella Oulu Sinfoniaa. Viikoittaisen kausikonsertin alkamisajankohta (klo 19) ja päivä (torstai) koettiin etenkin lapsiperheiden taholta hankalaksi järjestää vapaaksi. Samoin eläkeläiset kertoivat käyvänsä mieluummin päivällä konserteissa. Keskellä työviikkoa kon-

serttiin lähteminen oli lisäksi osalle mahdotonta juuri töiden takia. Samaan aikaan torstaina olevan jääkiekko-ottelun arveltiin vaikuttavan konserttiyleisön määrään laskevasti. Toisaalta osalle torstai sopi mainiosti, se katkaisee arjen ja virittää viikonloppuun. Lippujen hinnat koettiin haastatteluun alussa korkeiksi, mutta todettiin tarkemman perehtymisen jälkeen varsin kohtuulliseksi, etenkin alennusryhmille. Konserttiin valmistautuminen sisälsi osalle miellyttäviä ja rentouttavia rutiineja, mutta osa koki kiireen keskellä laittautumisen stressaavana ja esteenä konserttiin lähtemiselle. Lähtemisen helppous ohjasi valintaa, joten esimerkiksi elokuvaan tuli lähdettyä konsertin sijaan.

Konsertin sisältö herätti vilkasta keskustelua. Joku toivoi spagettiwestern -musiikkia, toinen tuttuja kappaleita, kolmas Mozartia joulun aikaan. Olipa joukossa 1920-luvun musiikkia toivonut hifistelijäkin. Yleisön rakenteesta kysyttäessä vastauksissa korostui ”hienomman väen” -illuusio. Pukeutumisen ja kävijän ajateltiin olevan kaikin puolin sivistynyt, korkeasti koulutettu ja pukeutunut frakkiin/iltapukuun. Korkea koulutustaso ja sosioekonominen asema pitävät Timo Salosen (1990, 41–42) konserttimusiikin yleisöjä käsittelevän tutkimuksen perusteella paikkaansa. Pukukoodi sen sijaan on tänä päivänä väljentyneet.

Oulu Sinfonian konserttmainokset lehdissä olivat näkyneet, mutta niihin ei oltu pysähdytty. Toisaalta osa sanoi lukevansa vain ilmaisjakelulehtiä, joissa konserttmainontaa on vähemmän. Kevyen musiikin konserttien olemassa olo oli osalla jäänyt huomaamatta. Kausiohjelma sai ristiriitaista palautetta: osa haastateltavista koki sen hienona ja informatiivisena, osa taas elitististä mielikuvaa ruokkivaksi valokuvien asetelmien ja ilmeiden perusteella. Hyvänä asiana pidettiin omaa erillistä lehteä verrattuna entiseen, teatterin kanssa yhteistyössä toteutettuun.

Haastatelluille merkittävämpi syy lähteä konserttiin oli tieto konsertin sisällöstä eli soitettavasta musiikista, kuin esiintyjistä eli solistista, orkesterin jäsenistä tai kapellimestarista. Ilmaisliput saivat myös tulemaan paikalle. Haastateltavien omat kysymykset sinfoniaorkesterista ja sen toiminnasta liittyivät orkesterin pukeutumiseen. Miksi orkesteri pukeutuu aina mustaan?, heräsi kysymys.

Ennakkoluuloja klassisen musiikin konserttia kohtaan kuvastaa erään haastateltavan kommentti:

”Just sellaisia ennakkoluuloja on, että on eliitin harrastus, kuolettavan tylsää, siten siellä pitää..., miehet on pingviinipuku päällä ja naiset on iltapuvut päällä ja väliajalla vedetään skumppaa ja jutellaan sofistikoituneesti. Jos on todellakin sivistynyt ihminen, niin ei juo jallua väliajalla sinfoniakonsertissa. Vain skumppaa.” (sinfoniakonserttien totaali ei-kävijä, mies 43 v.)

Ei-kävijöiden syyt osallistua tutkimukseen tulivat esille kysymysten lomaan sijoittuneissa vapaissa keskusteluhetkissä. Niitä olivat: halu saada tietoa Oulu Sinfoniasta, halu auttaa kiinnostavaa kulttuuritutkimusta, kiinnostuneisuus klassista musiikkia kohtaan, aihealueen pimento – oman tietoisuuden lisääminen, konserttilippu ja tutun pyyntö osallistumisesta.

Haastateltavien ei-kävijöiden joukossa oli useita, joiden koulutustaso oli suhteellisen korkea. Toisaalta haastateltavien värväystilanteessa kävi jo ilmi, että osa kouluttamattomista kieltäytyi ajattelemastakaan aihepiiriä vedoten täyteen ymmärtämättömyyteen. Näin ollen koulutettujen ei-kävijöiden saaminen haastatteluun onnistui helpommin ja vaikutti haastateltavien kokonaiskoulutustasoon. Haastateltavat pitivät haastattelutilannetta mukavana ja kysymyksiä kattavina.

4.3 Tyypittely

Tutkimuksen haastatteluissa kävi ilmi, että ei-kävijyydellä oli erilaisia tasoja. Toinen ääripää ei-kävijöistä ei ollut koskaan käynyt klassisen musiikin konsertissa ja toinen ääripää taas oli käynyt oopperassa, muttei sinfoniakonsertissa Oulussa. Ei-kävijyyden tyypittelyn perustin siihen minkälaisissa konserteissa kävijät käyvät, ovat joskus käyneet tai eivät käy ollenkaan. Seuraavanlainen tyypittely vahvistui Oulu Sinfonian ei-kävijöiden profileiksi:

- 1) totaalisten ryhmä, jotka eivät koskaan ole olleet/eivät käy Oulu Sinfonian tai muiden orkesterien klassisen musiikin konserteissa,

- 2) satunnaisten ryhmä, jotka ovat joskus olleet Oulu Sinfonian tai jonkun muun orkesterin klassisen musiikin konsertissa (eivät ole omaehtoisesti hakeutuneet, mutta on ollut jokin työhön liittyvä tilaisuus tms./ ei konsertissa viimeisen vuoden aikana),
- 3) viihteellisten ryhmä, jotka käyvät Oulu Sinfonian viihdekonserteissa, mutta eivät sinfoniakonserteissa ja
- 4) globaalien ryhmä, jotka käyvät Oulusta käsin Helsingissä tai maailmalla klassisen musiikin yms. konserteissa, mutta eivät käy Oulu Sinfonian konserteissa. Tässä ryhmässä on ilmeisesti myös ihmisiä, jotka käyvät kaupunginteatterin tiloissa tapahtuvissa Oulu Sinfonian tuotannoissa, kuten ooppera, mutta eivät käy sinfoniakonserteissamme Madetojan salissa.

Totaaliset ei-kävijät eivät käy missään klassisen musiikin konserteissa. Heitä ei ollut helppo saada värvättyä haastatteluun ja kertoivat ei-kävijyyden syiksi seuraavia seikkoja:

a) ennakkoluulot: musiikki ei kiinnosta, musiikki on liian raskasta, ei pidä orkesterin pukeutumisesta, etäisyys, ylimielinen ja elitistinen piirin tapahtuma, pitää laittaa frakki päälle, pitää istua kauan, ei ymmärrä eikä tunne musiikkia, kalliit liput. Bourdieu (1984, 16) puhuu yhteiskunnan jakautumisesta kolmeen luokkaan: yläluokka määrittää maun ja keskiluokka seuraa ja matkii. Työväenluokka, jolla ei ole koulutusta, ei ymmärrä ja halveksuu sekä kokee asian vieraaksi.

”Pittäkö niillä aina olla ne pingviinipuvut päälä?” (sinfoniakonserttien totaali ei-kävijä, nainen 73 v. kommentoi miesesiintyjien pukeutumista)

”Ei mittään ennakkoluuloja, muttako se ei oo mun laji.” (sinfoniakonserttien totaali ei-kävijä, nainen 73 v. kertoi, miksei käy sinfoniakonserteissa)

”Kansi ei ole mitenkään onnistunut.” (globaali ei-kävijä/satunnainen ei-kävijä, mies 43 v.)

”On sellainen kuva, että se on semmoista eliitin harrastusta.” (totaali ei-kävijä, mies 43 v.)

”Siinä menee aina liian kauan, väliajalla siemaistaan jotain. Kapellimestari tulee aina uudestaan ja sitten pitää taputtaa vähän liian kauan.” (globaali ei-kävijä/satunnainen ei-kävijä, mies 43 v.)

b) tiedon puute: ei ole nähnyt orkesterin mainoksia, ei tiedä orkesterin kevyen/viihdemusiikin konserteista, kalliit liput,

”Oliko se se kirjanen? Pukkasin sen etteisessä seinän väliin...” (sinfoniakonserttien totaali ei-kävijä, nainen 56 v. kertoo miten koteihin jaettavalle orkesterin kevät- ja syyskauden ohjelmalle kävi)

”Haluaisin kyllä käydä, mutta ei koskaan näe mitään mainoksia mistään ja on vaan semmoinen olo, että ne on kauhian kalliita ja ei niistä tiä.” (totaali ei-kävijä, nainen 20 v.)

c) ei ole kaveria, ei ole hoksannut, kalliit liput

”En muista, varmaan jossain Karjasillan kirkossa oli joku missä oon käynyt...Ehkä enämpikin voisi käydä, mutta aina on siinä että yksin ei kehtaa lähtiä ja sitten se rahallinenkin puoli joskus tuntuu sitten että sitä ei aina silloin ole kun ois jotain tapahtumia.” (totaali ei-kävijä, nainen 57 v.)

”En oo käynyt, ajan ja rahan puute. Kyllä haluaisin käydä, ehkä semmoisissa pienimuotoisissa, intiimeissä.” (satunnainen ei-kävijä, nainen 41 v.)

”No niin se vain on, että kyllä mää haluaisin käydä, ehkä se on sekin että mää en oikein vielä Oulusta tunne vielä ketään ja yksin tuntuu niin orvolta lähteä, saamattomuutta, ehkä jos olis joku sanois että lähetäänpä.”(satunnainen ei-kävijä, nainen 62 v.)

Satunnaiset ei-kävijät: ennakkoasenne, kiire, itsekritiikki, käyttää muita kulttuuripalveluja

”Varmasti sinfoniakonserttiin ei mielellään lähde pölisevässä olotilassa.” (totaali ei-kävijä, nainen 41 v.)

”Ei suoraan puurokattilan edestä.” (viihteellinen ei-kävijä, nainen 33 v.)

”Kävin täällä kerran kuuntelemassa, ja tuli olo, että kääk, enhän mää ymmärrä tästä yhtään mittään!” (satunnainen ei-kävijä, nainen 41 v.)

”Vähän sellainen tilanne, että pitäisi kaikkien tähtien olla kohdillaan...” (satunnainen ei-kävijä, nainen 41 v. selittää milloin voisi tulla konserttiin)

”Museot on just opastettuina ihan jees, muuten olen vähän innoton. Taidenäytelyt – tykkään kovasti. Teatterista tykkään kovasti. Urheilutapahtumat on yäk! Viihdekonsertit yäk! Klassisen musiikin konsertit – joskus menettelee. Barokki-

musiikista tykkään, kirkkokonsertissa käyn mielellään. Sinfoniakonsertissa olen käynyt vain kerran.” (satunnainen ei-kävijä, nainen 41 v.)

”Joo, en ole käynyt. Voisin ehkä käydä, mutta toisaalta jos on vapaa-aikaa, niin sitten ehkä muut asiat menevät edelle.” (totaali ei-kävijä, nainen 33 v. kertoo klassisen musiikin tai oopperan konserteissa käymisen esteistä

”Yli ymmärryksen mennee...” (satunnainen ei-kävijä, nainen 62 v. kuvailee uutta musiikkia)

”Pyyhkii yli hilseen.” (satunnainen ei-kävijä, nainen 75 v. kertoo miten uusi musiikki avautuu kuulijalle)

Viihteelliset ei-kävijät: elitististä, tylsää, ei itselle kiinnostavaa musiikkikokonaisuutta, ei tietoa viihdekonserteista:

”Just sellaisia ennakkoluuloja on, että on eliitin harrastus, kuolettavan tylsää, sitten siellä pitää...miehet on pingviinipuku päällä ja naiset on iltapuvut päällä ja väliajalla vedetään skumpaa ja jutellaan sofistikoituneesti. Jos on todellakin sivistynyt ihminen, niin ei juo jallua väliajalla sinfoniakonsertissa. Vain skumpaa.” (totaali ei-kävijä, mies 43 v. kertoo mitä hän ajattelee konsertissa tapahtuvan)

”Ei saa missään mielessä olla atonaalista, se on ihan kauhistuttavaa! Ei saa olla postmodernilta ajalta, mutta modernilta kyllä – 1930-luvulle (sijoittuvalta).” (satunnainen ei-kävijä/globaali ei-kävijä, mies 43 v. kertoo mitä musiikkia ei halua kuulla ja mitä haluaa)

”Ihan senkin takia, että viihdemusiikki mulle on henkilökohtaisesti tutumpaa. Jos menisin viihdekonserttiin, suurin piirtein tietäisin mitä siellä tulee vastaan. Mutta koska klassinen musiikki on mulle muutenkin vieraampaa, mä hyppäisen ihan jonnekin tuntemattomaan. Onhan se tietenkin kokemus sekini ja varmasti ihan mielenkiintoinen, mutta en ole edes koskaan miettinyt tällaisia aikaisemmin (nauraa).” (totaali ei-kävijä, nainen 38 v.)

”Jaa-a, en ossaa sanoa tuohon mittään oikein. Ehkä jos ois tuttava, joka raihais. Täytyy sanoa, etten varmaan omaehtoisesti lähtisi.” (totaali ei-kävijä/globaali ei-kävijä, nainen 74 v.)

Globaalit ei-kävijät: oopperalle huono sali Oulussa (kaupunginteatteri) – näyttää, mutta ei kuulosta hyvältä:

”Oulun teatterissa esityksiä (oopperoita) on päässyt useampaa seuraamaan ja se on ollut vähän...hankalaa, eikä kovinkaan innostavaa. Ehkä se on hauskaa niille kuorolaisille ja esiintyjille, jotka siellä projektissa on, mutta ei se nyt ole oikein muuten hauskaa. Akustisestihan se ei ole mitenkään herkkua kenellekään,

se on huono siihen hommaan se talo. Siitä saa oululaiset kärsiä.” (satunnainen ei-kävijä/globaali ei-kävijä, mies 43 v.)

”Teatteriesityksiä oon kaksi käyny viimeisen kolmen viikon sisään eli olin kattomassa Katri-Helena -musikaalia Helsingissä ja sitte se Merja Larivaara Meidän poika ja sitten kävin lauantaina kattomassa sitä kaamiaa oopperaa tuossa Oulussa. Se oli tuota pohojanotteeraus oopperasta koko elämän aikana. Ne oli hirveitä ne kulissit, olin pyörtyä ja niin oli ne muukki ympärillä. ” (totaalinen ei-kävijä/globaali ei-kävijä, nainen 74 v.)

”Joo, ensimmäinen osa oli oikein hyvä ja toinen osa meni vähän hösseliksi” (satunnainen ei-kävijä, nainen 75 v.)

”No, jos oopperasta puhutaan muista kun tuosta Meediosta mistä minä en tykänny, niin kävviin kattomassa Helsingissä Aidaa.” (totaalinen ei-kävijä/globaali ei-kävijä, nainen 74 v.)

Globaalit ei-kävijät saattavat käydä Oulu Sinfonian viihteellisemmissä konserteissa, muiden orkestereiden konserteissa ja/tai muilla paikkakunnilla tai oopperassa Oulussa ja/tai muualla. Oulu Sinfonian sinfoniakonsertteihin he eivät sen sijaan tule.

Oulu Sinfonian konserttien ei-kävijä on siis tyyppittelyn mukaan totaalinen, satunnainen, viihteellinen tai globaali ei-kävijä. Haastattelumateriaalin jäsentely ja tyyppittely toi myös esiin sen, että jokaisessa edellisistä ryhmistä on myös potentiaalisia kävijöitä. Jotkut ei-kävijöistä kuuluvat lisäksi useampaan ryhmään.

4.4 Aivoriihi

Tutkimuksessa aiemmin tehdyistä ryhmähaastatteluista nousi esille yleisöpohjan kasvattamista edistäviä sekä kävijyyden esteitä poistavia kehitysideoita. Koin tarpeelliseksi testata näitä aivoriihessä Oulu Sinfonian hallintohenkilökunnan kanssa. Tarkoituksena oli jatkojalostaa ja ideoida uusia kävijyyttä edistäviä toimintamalleja.

Jäsensin aivoriihen Kehittämistyön menetelmät –kirjan (Ojasalo, Moilanen & Ritalah-ti, 2009) pohjalta. Aivoriihessä jokainen uusi idea on mielenkiintoinen eli osallistujia pyritään rohkaisemaan vapaaseen mielipiteiden vaihtoon. Tutkijana painotin, ettei rahan puutetta pidettäisi esteenä jonkun idean esille tuomiseen, vaikka se sitten käy-

tännössä jäisi juuri sen takia toteuttamatta. Tärkeintä oli saada mielikuviutus laukkaamaan.

Aivoriihi pidettiin 12.12.2011. Ideaalitulanteessa kaikki työntekijät olisivat olleet paikalla, mutta tällä kertaa paikalle pääsi vain kaksi työntekijää. Näin ollen tutkimuksen tekijänä päätin osallistua aivoriiheen itsekin, ikään kuin olisin yksi ideoijista. Etukäteen sähköpostilla lähetetyssä saatekirjeessä esitin aivoriiheen saapuville kolme kysymystä liittyen Oulu Sinfonian kävijöihin. Kysymykset olivat seuraavat:

Mitä ajatuksia teillä on tämänhetkisestä Oulu Sinfonian yleisöpohjasta?

Miten näette yleisöpohjan kehittyneen vuosien saatossa sekä viime aikoina?

Mitä kehittämisajatuksia teillä on uusien yleisöjen saamiseksi konsertteihin?

Paikan päällä esitin yhden kysymyksen eli miten klassisen musiikin, tarkemmin sinfoniakonserttien, katsomo saadaan täyteen kuulijoita? Jokaiselle jaettiin A4 -paperi, johon tuli kirjoittaa ranskalaisilla viivoilla ideoita siitä miten sali saadaan täyteen yleisöä. Idealappuja kierrätettiin ja jokainen merkitsi plussia hyvän idean kohdalle mind map -tyyliin. Eniten plussia saaneita ideoita lähdettiin jalostamaan yhdessä.

Eniten plussia saaneet ideat olivat: kuntapaketit (bussilla konserttiin + hotelliyöpyminen), oma markkinointi-ihminen konserttimyyntiin, joka voi ylläpitää asiakkuussuhteita, yrityksille jatkuvaa markkinointia ja porkkanoita, jalkautuminen pienillä kokoonpanoilla julkisiin tiloihin, "kuuluu sinulle" -asenne esiin elitistisen mielikuvan poistamiseksi, mummokerhot torstaisin kenraalia kuuntelemaan, orkesteri kauppakeskukseen soittamaan, flash mobbausta kesällä torilla.

5 TUTKIMUSTULOKSET

Tutkimuksen loppuluvussa teen yhteenvedon Oulu Sinfonian konserteissa käymisen esteistä eli ei-kävijyyden syistä. Kerron niiden pohjalta Oulu Sinfoniale tekemistäni kehitysideoista ja niiden vastaanotosta orkesterin hallinnon puolella.

5.1 Kävijyyden esteet

Seuraavat syyt konsertissa käymättömyyteen nousivat useissa haastateltavien vastauksissa esille:

- 1) jäykät tavat konsertissa, kuten pukukoodi orkesterissa ja yleisössä sekä protokolla, kuten taputukset, kapellimestarin kumarrukset, kättelyt jne.,
- 2) ajan puute: työ- ja perhe-elämän haasteet,
- 3) konserttikaverin puute,
- 4) kalliit lippujen hinnat,
- 5) ohjelmiston sisältöä ei tunneta tai se ei miellytä,
- 6) tiedon puute: mainonta ei tavoita,
- 7) ennakkoluulot konserttitapahtumaa kohtaan ja elitistinen vaikutelma.

Tutkimus osoittaa, että vaikka konserttiyleisö on yhä vanhempaa, myös tässä ryhmässä on paljon sekä ei-kävijöitä että potentiaalisia kävijöitä. Vanhainkoodissa ja Martta-kerhoissa yms. on yhä vireämpiä ja aktiivisempia vanhuksia. Sen sijaan, että keskitytään kasvattamaan ainoastaan tulevaisuuden yleisöä eli lapsia ja nuoria konserttikävijöiksi, voitaisiin houkutella myös elämänsä ehtoopuolella olevia sosiaalisten kontaktien äärelle nauttimaan ja iloitsemaan klassisesta musiikista. Keski-ikäisten ylittämisen huomioiminen on mielestäni yhtä lailla tärkeää musiikkikasvatusta. Luonnollisesti vanhempien ihmisten konserteissa käymättömyys saattaa johtua liikuntarajoituneisuudesta, joten esteettömyyteen ja saavutettavuuteen tulisi kiinnittää huomiota suunniteltaessa konserttipaikkojen sijainteja ja tilaisuuksien ajankohtia. Oulu Sinfonian esiintyessä pääsääntöisesti Madetojan salissa, saavutettavuus on otettu huomioon jo salia suunniteltaessa. Konserttiajat sen sijaan ovat useimmiten illalla, mikä vähensi haastattelujen mukaan vanhemman väen osallistumisaktiivisuutta.

Miten saadaan suurin ei-kävijäryhmä, ruuhkavuosia elävät, tulemaan konserttiin. Mysteeriksi jäävät myös opiskelijat, sillä muissa eurooppalaisissa kaupungeissa he käyvät silminnähden enemmän konserteissa. Olisiko mahdollista parantaa näkyvyyttä Oulun yliopiston suuntaan? Koska orkesterin näkymättömyys kaupungilla sai

haastateltavilta sen verran runsaasti palautetta, jonkinlaista kohennusta siihen olisi tarpeen kehittää. Resurssien salliessa voisi kehittää mediapalvelusivua ja lehdistötiedotteiden käyttöä.

Oulu Sinfonian mahdollisen uuden viestintä- ja markkinointisuunnitelman kannalta tämä tutkimus antaa ajateltavaa haastateltujen kommenttien ja parannusehdotuksien pohjalta sekä mahdollistaa seuraavan tutkimuksen. Litteroidun laadullisen haastattelumateriaalin jatkokäyttö on monien tutkijoiden mielestä eettisistä syistä hieman arveluttavaa (Mauthner, Parry & Backett-Milburn 1998; Parry & Mauthner 2004). Tutkittavien oletetaan paljastavan välillä liiankin henkilökohtaisia asioita itsestään avautuessaan tutkijalle, joka voi hämmentyä saamastaan luottamuksesta. Ainakaan mitään tutkijaa hämmentävää ei haastateltavien yksityiselämästä tässä tutkimuksessa käynyt ilmi.

Ryhmähaastateltujen henkilöiden uudelleenhaastattelu olisi mielenkiintoista sen jälkeen, kun he ovat käyttäneet ilmaislippunsa. Haastattelun aikana saatu pieni perehdytys on saattanut myös avata konsertissa käymiseen liittyviä lukkoja.

5.2 Kehittämissideat

Tutkimuksen haastatelluista kiinnostuneimmat ei-kävijät eli potentiaaliset kävijät, ovat iso ryhmä mahdollisia konserttien kuulijoita. Tutkimukseni perusteella heitä löytyy jokaisesta tyypillisen ei-kävijän ryhmästä, jotka esittelin aiemmin tutkimuksessa. Seuraavaksi esittelen haastattelumateriaalin analyysin ja aivoriihen tuloksina kehittyneitä kehitysideoita potentiaalisten Oulu Sinfonian kävijöiden saamiseksi kävijöiksi.

Oulu Sinfonia voisi harkita tehostavansa markkinointia näillä alueilla esimerkiksi niiden Oulun keskustan alueella toimii haastattelujen perusteella vireitä asukasyhdistyksiä ja asukastupia, joiden kautta tai joiden julkaisemisissa aluelehdissä voisi harkita tehostavansa markkinointia. Julisteita ja flyereita voisi lisäksi viedä näihin pisteisiin. Kaikille suunnattuun näkyvyyden parantamiseen voisi olla ratkaisuna julisteet Rotuaarin mainostauluissa ja ulkomaalaisille englanninkieliset nettisivut.

Toinen kiinnostava huomio on, että kahdeksan kymmenestä haastatteluun tulleesta oli yksineläjä eli tässä tapauksessa joko eronnut tai naimaton. Tässä yksinäistalouksien joukossa ajan, kaverin ja rahan puute nousivat tärkeimmiksi heidän itse ilmoittamukseen syiksi. Tämä tosin osittain muuttui, sillä konserttilippujen paljastuttua halvemiksi tiedon puute osoittautuikin rahaa merkitsevämmäksi ongelmaksi. Yksinäisillä tuntui olevan kiinnostusta, muttei ajallisia eikä taloudellisia resursseja tulla konserttiin. Tiedotus lisää potentiaalisiksi kävijöiksi muuttumista.

Myös seuran puute näyttää tutkimuksen mukaan olevan merkittävä este konserttiin lähtemiselle. Haastattelujen yksineläjät ja senioriväki eritoten kertoivat, etteivät mielellään lähde konserttiin yksin. Tähän voisi olla ratkaisuna "Konserttikaveripankki". Tähän orkesterin nettisivuilla toimivaan pankkiin voisi ilmoittautua ja saada siten seuraa itselleen. Samaa sarjaa edellisen idean kanssa on Sinkkujen konserttideittipalvelu tai "Sinkkukonsertti", jossa esimerkiksi Eurosinkkujen tyyliin tavataan lyhyessä ajassa monta sinkkua (flash dating). Ennen konserttia olisi tapaaminen - vaikka kuohuviinilasillisen merkeissä ja väliajalla osallistujat istuisivat samassa kahvipöydässä tutustuen samalla toisiinsa.

Kolmas huomio, joka nousi haastattelun aikana esille, liittyi klassisen musiikin konserttien katsomiseen televisiosta; jopa sinfoniakonserttien totaalisten ei-kävijöiden joukosta löytyi televisiosta konsertteja seuraavia. Syynä tähän voi mahdollisesti olla tilanteen hallinta, eli katselun ja kuuntelun voi helposti lopettaa halutessaan. Tämähän ei onnistu konsertin aikana. Näin ollen paikallistelevisio- tai radiomainonta voisi olla tehokas keino tavoittaa uinuvia ja ennakkoluuloisia yleisöjä, etenkin jos ei kiinnitetä huomiota niiden kustannuksiin.

Haastattelujen antina syntyi idea näyttekonsertista, jossa orkesteri soittaa suosittuja, lyhyehköjä teoksia tai isompien teoksien suosikkiosia. "Makupalakonserttiin" voisi toivoa etukäteen kappaleita netissä tai sinfoniakonsertissa jaettavilla ja kerättävillä lapuilla. Kappaleet olisivat pääsääntöisesti klassisen ohjelmiston yleisesti tunnettuja helmiä, mutta joukkoon voisi lisätä yleisön sitä toivoessa viihteellisempääkin ohjelmistoa. Konsertissa voisi myös olla Amerikan malliin juontaja keventämässä tunnelmaa sekä kertomassa kappaleiden ja esiintyjien taustaa. Tunnin mittainen, kevyehkö "Tästä se alkaa/Uusiin sfääreihin" -konsertti markkinoitaisiin etukäteen helppona ta-

pana kokeilla sinfoniaorkesterin konserttia. Ohjelmistossa olisi kevyenpuoleisia, lyhyehköjä klassikkoja. Jos saisi ihmiset tulemaan mihin tahansa konserttiin, saattaisi kiinnostus herätä ja he tulisivat myös täysimittaisiin sinfoniakonsertteihin.

Viikoittaisten konserttien yhteydessä jaettavissa ohjelmalehtisissä on perinteisesti esitelty teosten ja ohjelmiston lisäksi orkesterilaisia. Uuden näkökulman orkesteriin voisi tuoda myös vuosia orkesterin konserteissa käyneen kausikorttilaisen haastattelu lehdessä tai konserttiohjelmassa. Tämä antaisi kasvot kuulijalle, joka voi olla kuka tahansa, tavallinen tai vähemmän tavallinen henkilö. Orkesteri esittelisi itsensä sijaan uskollisen musiikkinsa ystävän ja osoittaisi huomiollaan kiittävänsä ja arvostavansa uskollista yleisöään.

Salin täyttämisen innoittamana syntyi ideoita lipunmyynnin vauhdittamiseksi uudenlaisten kanavien kautta. City deal, Kimppadiili ja Facediili ovat varteenotettavia tapoja etsiä yleisöä ennakkoon heikosti myytyihin konsertteihin. Kaksi lippua yhden hinnalla tai halvemmalla saattaisi tuoda uusia yleisöjä tämän uudenlaisen näkyvyyden avulla. Esimerkiksi Kansallisooppera ja Oulun kaupunginteatteri ovat jo käyttäneet näitä väyliä lipunmyyntinsä tehostamiseksi. Oulun alkusyksyn kaupunkitapahtuma, Korttelihai-pakka, sai haastatelluilta ei-kävijöiltä erittäin paljon myönteistä palautetta. Oulu Sinfonian esiintyminen torilla oli muodostunut heille jokavuotiseksi odotetuksi tapahtumaksi, vaikka he eivät muutoin orkesterin konserteissa käykään. Sinfoniakonserttien myynnin edistämiseksi lippuja voitaisiin myydä erikoishalpaan hintaan orkesterin toriesiintymisen jälkeen. Rajoitettu aika ostaa lippuja ohjaisi nopeaan ostopäätökseen ja madaltaisi näin kynnystä lähteä kokeilemaan kokonaista konserttia sisätiloissa. Myös muita tilapäisiä hinnanalennuksia kannattaa miettiä, kuten Stockmannin Hullut Päivät syksyllä voisi nostaa lippujen myyntiä. Esimerkiksi neljän lipun sarjalippu sisältäisi erityyppisiä konsertteja ja saisi kuulijan laajentamaan rajojaan (Sorjonen 1984, 59). Suoramarkkinointi sähköpostin kautta voisi helpottaa konserttiohjelman lähestyttävyyttä. Orkesterille yhteystietonsa jättäneet saisivat tietopaketin tulevan viikon konsertista ja erikoistarjouksia hinnoista.

Haastatteluissa selvisi myös, että eläkkeellä olevien ”Mummokerhoissa” on paljon vireää väkeä. Heille käydään luennoimassa milloin mistäkin tavasta sijoittaa rahoja ja säästää. Vakuutusalan ja pankkialan ihmisten lisäksi toiveissa oli hengen ruokaa tar-

joavia ”sijoituskohteita” eli vaikkapa luento orkesterista ja sen orkesterin seuraavan viikon konsertista. Vielä parempi olisi, jos luennon saisi yhteyteen pienen musiikkiesityksen. Koska konsertin alkamisajankohta klo 19 tuntui myöhäiseltä osalle vanhemmista henkilöistä, voisi torstain kenraaliharjoitukseen tarjota halvempia lippuja. Toinen aikaisemman konserttiajankohdan idea, ”Päiväkahvikonsertti”, on myydä edellä mainitun kaltaisille kerhoille kokonainen konsertti päivällä. Toteutuakseen tämä vaatii tietysti hieman organisointia myös kerhojen puolelta.

Jalkautuminen oman konserttisalin ulkopuolelle ja potentiaalisen yleisön keskellä soittaminen kesällä Oulun kävelykadulla, Rotuaarilla, tai Kauppatorilla sekä talvella ostoskeskuksessa oli ei-kävijöiden toiveissa. Elokuussa perinteenä ollut Korttelihaijapakka sekä uudeksi perinteeksi muotoutumassa oleva Toppilan Möljällä pidettävä ulkoilmakonsertti ovat keränneet kiitosta yleisöltä. Orkesterille soveltuvan paikan koko on haaste talvella, koska Oulun kauppakeskukset ovat suhteellisen pieniä. Kesäläkin sadekatos on tarpeen, jos koko orkesteri on paikalla. Kempeleen Zeppelin saattaisi kokonsa puolesta soveltua tarkoitukseen. Soittaminen tapahtuisi joko flash mob -tyyliin eli tullaan yllättäen, soitetaan ja poistutaan tai tavanomaisempaan tapaan esiintyen. Yksi mahdollisuus voisi olla ulkoilmaharjoitukset, jolloin yleisö pääsisi näkemään orkesterin työskentelyprosessia. Jalkautumiseksi mieltäisin myös tempauksen, jossa orkesteri menee klubiin, kahvilaan, torille, ravintolaan, taidemuseoon tai kauppakeskukseen pienemmällä kokoonpanolla. Kukin ryhmä soittaa eri tyyllilajien musiikkia eri kellonaikoina työaikanamme eli pääsääntöisesti arkisin maanantaista torstaihin. Samalla voisi jututtaa ihmisiä ja tehdä näin taustatyötä kertomalla toiminnasta sekä tulevista konserteista (Sorjonen 1984, 59). Tämä monimuotoinen tapahtuma olisi koko viikon työ orkesterilaisille: osa viikosta harjoiteltaisiin ja osa esiinnytäisiin. Muiden kulttuurilaitosten kanssa tehtävä kaikenlainen yhteistyö toisi synergiaetuja.

5.3 Kehittämisideoiden esittely

Kävin läpi tutkimuksen tuloksia ja kehittämisideoita hallintohenkilökunnan kanssa 16.4. Esitystapana oli Power Point -esitys. (Ks. liite 4.) Esityksestä syntyi paljon keskustelua, jonka tuloksena jalkautuminen ja konserttikonseptin variointiehdotukset sai-

vat myönteistä vastakaikua. Niiden toteuttamista jäätiin vakavasti miettimään. Kuten oli odotettavissa, osa aivoriihen aikana syntyneistä viltimmistä ideoista koettiin resurssipulan takia mahdottomiksi toteuttaa. Näitä olivat muuan muassa Kaveripankin perustaminen nettisivuille, facebook-ryhmän perustaminen, konserttipakettimatkojen toteuttaminen.

Ryhmähaastatteluiden osallistujiin pyydettiin ottamaan uudelleen yhteyttä ja tiedustelemaan mihin konserttiin he osallistuivat saamallaan lahjakortilla, pitivätkö he konsertista ja aikovatko tulla uudestaan. Lähestyin haastateltuja tekstiviestillä kaksi kertaa ja olen tähän mennessä saanut puolelta haastateltavista vastauksen. Konserttiin asti päässeet kaksi haastateltua ovat olleet vakuuttuneita ja ihastuneista kuulemaansa konserttiin. He aikovat palata uudestaan. Ainakin toinen kävijöistä osallistui sinfonia-konserttiin, joten tutkimus on vaikuttanut ainakin yhteen sinfoniakonserttien ei-kävijään muuttamalla hänet potentiaaliseksi kävijäksi. Yksi haastateltavista ei ollut ehtinyt konserttiin perhesyistä, toinen terveydellisistä syistä ja kolmas tuntemattomista syistä.

Oulu Sinfonia on pohjoisen Suomen ja koko Euroopan pohjoisin orkesteri, jonka tunnettuuden parantaminen jalkautumisen avulla on yksi tärkeimmistä keinoista lisätä konserttien kävijyyttä. Konserttikonseptin varionnin ja lipunmyynnin uudentlaisilla ratkaisuilla sekä näkyvyyden lisäämisellä sosiaalisen median kautta saadaan toivottavasti entistä enemmän kuulijoita.

5.4 Lopuksi

Ei-kävijyyden ja tässä tapauksessa tutkimuksen kohteena olleen sinfoniaorkesterin konserttien ei-kävijyyden tutkiminen osoittautui mielenkiintoiseksi ja haasteelliseksi tehtäväksi. Koska sinfoniaorkesterin ei-kävijätutkimuksia ei ole täysin vastaavasti Suomessa tehty aiemmin, oli tutkimussuunnitelman tekeminen uuden opettelua kokonaisuudessaan. Toiseksi, sopivien haastateltavien löytäminen oli ennakkoletuksesta poiketen yllättävän työlästä. Valikoituneet ryhmähaastattelujen ei-kävijät voitaneen luokitella myös potentiaaliseksi kävijöiksi, sillä värväystilanteessa paljastui joukko ihmisiä, joihin ei saa edes kontaktia. Tämä joukko osoitti selkeästi kiinnostuk-

sen puutteen asiaa kohtaan tai vastaavasti kielsi asian niin vahvasti, ettei näitä saanut keskustelemaan asiasta, saati sitten tulemaan haastatteluun. Yleisömäärän kasvattamiseksi tämä ei ole oikea kohderyhmä, ellei sitten tehdä töitä elitistisen vaikutelman murtamiseksi. Metodeja todellisten sinfoniaorkesterien ei-kävijöiden kartoittamiseksi olisi mielenkiintoista tutkia tulevaisuudessa lisää.

LÄHTEET

- Bourdieu, Pierre 1984. *Distinction: A Social Critique of the Jugdement of Taste*. London: Routledge.
- Cantell, Timo. Discussions on visitors and non-visitors of classical and ethnic European music concerts.
- Dahlström, Fabian 1990. Teoksessa *Suomalainen sinfoniaorkesteri 200 vuotta*. Suomen Sinfoniaorkesterit ry. 25 vuotta.
- Dobson, Melissan 2010. *New Audiences for Classical Music: The Experience of Non-attenders at Live Orchestral Concerts*. *Journal of New Music Research* (39), issue 2.
- Eskola, Jari & Suoranta, Juha 1998. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Jyväskylä: Gummerus.
- Fennica. Viitattu 12.12.2011. <http://www.fennica.net/v/v46.htm>
- Häyrynen, Antti 2005. *Orkesterien luvattu maa*. Viitattu 3.5.2012. <http://www.sinfoniaorkesterit.fi/fi/index.php?trg=blog&id=3&ofs=10>
- Jyväskylä Sinfonia 2012. Viitattu 1.5.2012. <http://www.jyvaskylasinfonia.fi/etusivu/konserttivieraanopas>
- Karhio, Päivi 2003. *Miten lähestyä käymättömiä? Ei-kävijyyden esitarkastelua asiantuntijahaastattelujen valossa*. Tutkimusraportti.
- Kolb, Bonita M. *Marketing cultural organizations. new strategies for Attracting Audiences to Classical Music, Dance, Museums, Theatre and Opera*. Oak Tree Press, Dublin 2000.
- Lindholm, Arto 2011. *Ei-kävijyytutkimukset*. Teoksessa Lindholm, Arto & Simovaara Jyrki & Cantell Timo & Mielonen Helena 2011. *Yleisötutkimus kulttuurialan opinnäytetyönä*. Humanistisen ammattikorkeakoulun julkaisu, 49-60.
- Lindholm, Arto & Simovaara Jyrki & Cantell Timo & Mielonen Helena 2011. *Yleisötutkimus kulttuurialan opinnäytetyönä*. Humanistisen ammattikorkeakoulun julkaisuja.
- Lähde, Katja 2011. *Helsingin kaupunginteatterin imago ja viestintä*. Kvalitatiivinen lähestymistapa teatterin kohderyhmän ja viestinnän tehokkuuden tutkimiseen. Opinnäytetyö: Humanistinen ammattikorkeakoulu.
- Mauthner, Natasha S. & Parry, Odette & Backett-Milburn, Kathryn 1998. *The Data are Out There, or Are They? Implications for Archiving and Revisiting Qualitative Data*. *Sociology* 32:4, 733-745.

- Parry, Odette & Mauthner, Natasha S. 2004. Whose Data Are They Anyway? Practical, Legal and Ethical Issues in Archiving Qualitative Research Data. *Sociology* 38:1, 139–152.
- Ojasalo, Katri, Moilanen Teemu, Ritalahti Jarmo. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Ritalahti, WSOY pro Oy 2009.
- Oulu Sinfonia 2012. Viitattu 1.5.2012.
<http://www.oulusinfonia.fi/>
- Ovaska, Anita 2008. Musiikkikasvatus suomalaisissa sinfoniaorkestereissa. Pro gradu: Jyväskylän Yliopisto.
- Ruusuvuori, Johanna, Tiittula Liisa & Hyvärinen Matti (toim.) 2005. Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Jyväskylä: Gummerus.
- Ruusuvuori, Johanna, Tiittula Liisa & Hyvärinen Matti (toim.) 2010. Haastattelun analyysi. Tampere: Vastapaino.
- Saarela, Annamajja, 2011, VAKAn valtakunnallinen kuluttajakysely: Suomalaiset käyvät ahkerasti konserteissa - sanomalehti edelleen tärkein tiedonvälittäjä, *Muusikko* (89), lokakuu 2011, 14-15
- Salmenhaara Erkki, 1990. Teoksessa *Suomalainen sinfoniaorkesteri 200 vuotta. Suomen Sinfoniaorkesterit ry. 25 vuotta.*
- Salomaa Riku, 2009. Konserttiyleisöä kalastelemassa – jväskyläläisen konserttiyleisön profiilin kartoitus sekä katsaus yleisötyöhön ja markkinointiin taidemusiikin alalla. Pro gradu: Jyväskylän yliopisto.
- Salonen, Timo 1990. Konserttimusiikin yleisö makujen kentällä. Jyväskylän yliopisto – nykykulttuurin tutkimusyksikkö. Julkaisu 23. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Soiva Siili 2012. Viitattu 1.5.2012.
<http://www.soivasiili.fi/ui.php?a=1>
- Sorjonen, Hilppa. Sinfoniaorkesterin markkinoinnin suunnittelu. Helsingin kauppaorkeakoulun julkaisuja. B-71. Helsinki 1984.
- Suomen Sinfoniaorkesterit ry:n tilastot: jäsenten esiintymiset ja kuulijat 2007.
- Suomen Sinfoniaorkesterit ry 2001. Toimintakertomus 2000.
- Suomen Sinfoniaorkesterit ry 2002. Toimintakertomus 2001.
- Suomen Sinfoniaorkesterit ry 2003. Toimintakertomus 2002.
- Suomen Sinfoniaorkesterit ry 2004. Toimintakertomus 2003.
- Suomen Sinfoniaorkesterit ry 2005. Toimintakertomus 2004.

Suomen Sinfoniaorkesterit ry 2006. Toimintakertomus 2005.

Suomen Sinfoniaorkesterit ry 2007. Toimintakertomus 2006.

Suomen Sinfoniaorkesterit ry 2008. Toimintakertomus 2007.

Suomen Sinfoniaorkesterit ry 2009. Toimintakertomus 2008.

Suomen Sinfoniaorkesterit ry 2010. Vuosikertomus 2009.

Suomen Sinfoniaorkesterit ry 2011. Vuosikertomus 2010.

Suomen Sinfoniaorkesterit ry 2012. Vuosikertomus 2011.

Tilastokeskus 2001. Minkkinen, Virpi, Pääkkönen Hannu & Liikkanen Mirja. Kulttuuri- ja liikuntaharrastukset 1991 ja 1999. Hakapaino Oy.

Tilastokeskus 2009. Kulttuuritilasto 2007. Helsinki: Multiprint.

Valkonen, Tapani 1978. Haastattelu- ja kyselyaineiston analyysi. Helsinki: Gaudeamus.

Yleisradio, uutiset 23.3.2012

LIITTEET

LIITE 1 HAASTATTELUN TAUSTATIEDOT

Haastattelututkimus ti 11.10. klo 17-19

Olen työskennellyt Oulu Sinfonian viulistina vuodesta 2004. Kausina 2008-2010 olin opintovapaalla opiskellen kulttuurituottamista. Nyt opintojeni päätteeksi teen opinnäytetyön orkesterilleni ja etsin yli 18-vuotiaita oululaisia tai lähikunnissa asuvia, sinfoniakonserttiemme ei-kävijöitä. Tutkimuksen tarkoituksena on etsiä syitä sinfoniakonserttien viihdekonserttejamme pienempään suosioon. Jos siis olet joskus käynyt tai käyt viihdekonserteissamme, oopperassa tai muiden orkesterien konserteissa, ne eivät ole este haastattelulle.

Haastattelu toteutetaan 6-9 hengen ryhmässä ja se tapahtuu Oulun musiikki-keskuksessa (Lintulammentie 1-3, 90140 Oulu), Madetojan salin Kabinetti III:ssa ti 11.10. 2011 klo 17.00 alkaen (kesto n. 2 h). Tilaisuus nauhoitetaan, mutta haastateltavat pysyvät tutkimuksessa nimettöminä - ainoastaan haastattelun aikana käytetään etunimiä. Haastattelijana toimii allekirjoittanut ja paikalla saattaa lisäksi olla teknisten laitteiden toiminnan varmistava henkilö. Haastattelu tapahtuu suomen kielellä ja kaikille osallistujille esitetään samat pääkysymykset sekä vastauksesta riippuen vaihtelevia alakysymyksiä. Tarjolla on sämpylää, kahvia, teetä ja virvokkeita. Kukin osallistuja saa lisäksi lahjakortin (19 €), jonka voi käyttää mihin tahansa Oulu Sinfonian konserttiin syys- ja kevätkauden 2011-2012 aikana.

Osallistumisesi on tärkeä, jotta ryhmähaastattelu onnistuu. Jos sinulle tulee este, niin ilmoita siitä viipymättä soittamalla / tekstiviestillä, kiitos!

Nähdään haastattelussa, tervetuloa!

Parhain terveisin,

Anne Somero
Oulu Sinfonia
050 3376075

LIITE 2 HAASTATTELUKYSYMYKSET

Taustatiedot:

Syntymävuosi

Sukupuoli (kirjataan ylös)

Siviilisääty

Koulutus

Ammatti

Harrastukset, entiset ja nykyiset

Asuinpaikka (postinumero) ja asumismuoto

Muut kysymykset/keskustelun aihepiirit:

Miten työ, vapaa-aika ja nukkuminen jakautuvat ajallisesti vuorokausirytmissäsi?

Mitä teet mieluiten vapaa-ajallasi?

Mitä ajattelet seuraavista:

- museo
- taidenäyttely
- teatteriesitys
- viihdekonsertti/kevyen musiikin konsertti
- klassisen musiikin konsertti
- barokkimusiikin konsertti
- kirkkokonsertti
- sinfoniakonsertti

Oletko käynyt viimeisen vuoden aikana konserteissa?

Jos olet,

minkälaisissa?

missä?

milloin?

montako kertaa (arvio)?

miksi?

jonkun tietyn orkesterin/yhtyeen?

miltä konsertti tuntui/jäikö jotain erityistä mieleen?

Jos et,

miksi?

haluaisitko käydä?

minkälaisissa?

Oletko käynyt viimeisen vuoden aikana klassisen musiikin konserteissa tai oopperassa?

Jos olet,

minkälaisissa?

missä?

milloin?

montako kertaa?

miksi?

jonkun tietyn orkesterin/yhtyeen?

miltä konsertti tuntui/jäikö jotain erityistä mieleen?

Jos et,

miksi?

haluaisitko?

minkälaisissa?

Oletko käynyt konserteissa seuraavissa paikoissa:

Oulun Tuomiokirkko/muu kirkko?

Madetojan sali?

Oulun kauppatori?

Toppilan Möljä?

Teatria?

Haluaisitko käydä Oulu Sinfonian sinfoniakonserteissa?

Jos haluaisit, miksi et käy?

Jos et halua käydä, mistä syystä et?

Oletko käynyt jonkun muun kuin Oulu Sinfonian sinfoniakonserteissa?

Jos olet, missä?

Jos et, miksi et?

Mikä saisi sinut tulemaan Oulu Sinfonian sinfoniakonserttiin?

Mitä tiedät Oulu Sinfoniasta?

- orkesterin hallinnosta

- muusikoista

Onko perhe- tai tuttavapiirissäsi klassisen musiikin harrastajia tai ammattilaisia?

Oletko käynyt/käytkö Oulu Sinfonian kevyen musiikin konserteissa?

Jos olet, kuinka usein?

Jos et ole, miksi et?

Mitä mieltä olet sinfoniakonserttien alkamisajankohdasta (klo 19)?

Mitä mieltä olet konserttilippujen hinnoista?

19 € Peruslippu

15 € Eläkeläiset

6 € Lapset, opiskelijat, työttömät ja kaupungin työntekijät

3 € Kulttuuripassilla

3 € Koululaisryhmät laskutuksella

30 € Perhelippu (2 aikuista + 2 lasta tai 1 aikuista + 3 lasta)

Miten mielestäsi sinfoniakonserttiin valmistaudutaan?

Mitä sinfoniakonsertin aikana tapahtuu?

Minkälaiset ihmiset mielestäsi käyvät klassisen musiikin konserteissa?

Kumman valitset mieluummin: klassisen musiikin konsertin, jossa soittaa tunte-
miasi ihmisiä vai viihdekonsertin, jonka esiintyjistä et tunne ketään?

Mitä tiedät ja miten suhtaudut kunnallisten orkesterien valtionosuuksiin?

Luetko sanomalehtiä?

Jos luet,

Oletko huomannut artikkeleita Oulu Sinfoniasta?

Oletko törmännyt Oulu Sinfonian konserttimainontaan?

Jos olet,

missä?

minkälaista mainonta mielestäsi on?

saitko tietoa sinfoniakonserteista?

Mitä olet aina halunnut kysyä sinfoniaorkesterista ja sen toiminnasta?

Tarvitsetko tietoa tullaksesi konserttiin?

- musiikki

- soittajat

Mitä odotit minun kysyvän?

Mitä ennakkoluuloja sinfoniakonsertteja kohtaan tunnistat itsessäsi?

LIITE 3 HAASTATELTAVIEN TAUSTAT

H1: Vuonna 1979 syntynyt, naimaton (lapsia), oikeusnotaariksi valmistunut opiskelija/omaishoitaja, joka harrastaa liikuntaa, lukemista, ystäviä, ruoanlaittoa, leipomista ja asuu kerrostalossa (Välivainio)

H2: Vuonna 1955 syntynyt, eronnut (lapsia), peruskoulun käynyt varastotyöntekijä (työkyvyttömyyseläkkeellä), joka harrastaa pyöräilyä, kävelyä ja lastenhoitoa ja asuu kerrostalossa (Kaukovainio)

H3: Vuonna 1992 syntynyt, naimaton, opiskelija, joka harrastaa nyrkkeilyä ja asuu kerrostalossa (Karjasilta)

H4: Vuonna 1937 syntynyt, naimisissa (lapsia) oleva, peruskoulun käynyt, eläkkeellä oleva myyjä, joka harrastaa lukemista, kuvataiteita ja asuu kerrostalossa (Ydinkeskusta)

H5: Vuonna 1950 syntynyt, eronnut, yhteiskuntatieteiden maisteriksi valmistunut sosiaalityöntekijä, joka harrastaa kävelyä, musiikin kuuntelua, käsitöitä, luonnossa kulkemista, joogaa ja asuu kerrostalossa (Ydinkeskusta)

H6: Vuonna 1938 syntynyt, eronnut (lapsia), merkonomiksi valmistunut, kanslistin uran tehnyt eläkeläinen, joka harrastaa matkustamista, lukemista, teatteria ym., pyöräilyä ja asuu kerrostalossa (Kaukovainio)

H7: Vuonna 1971 syntynyt, eronnut (lapsia), projektijohtajana ja opiskelijana toimiva filosofian tohtori, joka harrastaa luontoa, lemmikkieläimiä, lukemista ja asuu omakotitalossa (Karjasilta)

H8 Vuonna 1974 syntynyt, naimaton, ammattiopiston käynyt tekstiiliartesaani sekä lasten ja nuorten erityisohjaaja, joka harrastaa zumbaa, vapaaehtoista sovittelutyötä, lukemista, lenkkeilyä, kaikenlaista järjestötoimintaa ja asuu luhtitalossa (Koskela/Toppila)

H9: Vuonna 1969 syntynyt, naimaton, ammattikoulun käynyt työnjohtaja, joka harrastaa jalkapalloa, moottorikelkkailua, kalastusta, laskettelua, hiihtoa, salibandya ja asuu kerrostalossa keskustassa (Heinäpää)

H10: Vuonna 1969 syntynyt avoliitossa (1 lapsi) elävä, insinööriksi valmistunut Agile & CI coach, joka harrastaa polkupyörien rakentamista, pyöräilyä, lukemista, juoksemista ja seuraa yhteiskunnallisia asioita sekä asuu kerrostalossa keskustassa (Heinäpää)

LIITE 4 POWER POINT –ESITYS

Sali täyteen!

Kvalitatiivinen tutkimus
Oulu Sinfonian ei-kävijöistä

Tutkimusmetodi

- Tutkimuksessa haastateltiin kahdessa ryhmässä yhteensä kymmenen Oulu Sinfonian ei-kävijää
- Aivoriihessä kehitettiin kävijyyttä edistäviä ideoita hallintohenkilökunnan työntekijöiden kanssa
- Taustatietoa ja vertailukohtia kerättiin muista Suomen sinfoniaorkestereista aiheeseen liittyvän kirjallisuuden lisäksi

Tutkimuksen tavoite

Oulu Sinfonian sinfoniakonserttien yleisöpohjan kasvattaminen
erityisesti sinfoniakonsertit

Nykyinen tilanne: esteet konsertissa käymiselle

- Jäykät tavat konsertissa: pukukoodi – orkesterissa ja yleisössä sekä protokolla – taputukset, kapellimestarin kumarrukset, kättelyt jne.
 - Ajan puute: työelämän ja perhe-elämän haasteet
 - Konserttikaverin puute
 - Kalliit lippujen hinnat
 - Ohjelmiston sisältöä ei tunneta tai se ei miellytä
 - Tiedon puute: mainonta ei tavoita
 - Ennakkoluulot ja elitistisyys

Vanhojen (hyvien) toimintatapojenkehittäminen

- Lipunmyynnin monipuolistaminen
 - Jalkautuminen kaupungille
 - Konserttikonseptin variointi
- Mainonnan tehostaminen/fokusointi
 - Nettisivujen monipuolistaminen
- Henkilökunnan toimenkuvien selkiyttäminen
 - Sosiaalisen median käyttö

Kehittämisideoita

- Lipunmyynnin monipuolistaminen:
- Korttelihaipakan yhteydessä lippupaketteja, 2 yhden hinnalla jne.
 - Lähikuntiin suunnatut paketit, bussimatka + hotelli + liput
 - Facediili, Kimppadiili, Citydeal
 - Hullut päivät
 - Markkinointihenkilön palkkaaminen
 - Jalkautuminen kaupungille:
 - Tempaus vanhainkodeissa,
 - Flash mobbaus torilla ja Rotuaarilla kesällä

Konserttikonseptin variointi:

- Sinkkuilta
- Mummokerhojen päiväkonsertti/Torstain kenraali
 - "Makupalakonsertti"
 - Tästä se alkaa / Uusiin sfääreihin -konsertti
 - Mainonnan tehostaminen:
- Käsiohjelma nettisivuille/Tällä viikolla tapahtuu
- Näkyvyyttä lisää: mainonta tv, radio, Facebook
 - Alueyhdistykset ja aluelehdet
 - Suoramarkkinointi sähköpostilla
 - Nettisivujen monipuolistaminen
 - "Konserttikaveripankki"

Anne Somero
HUMAK
2012