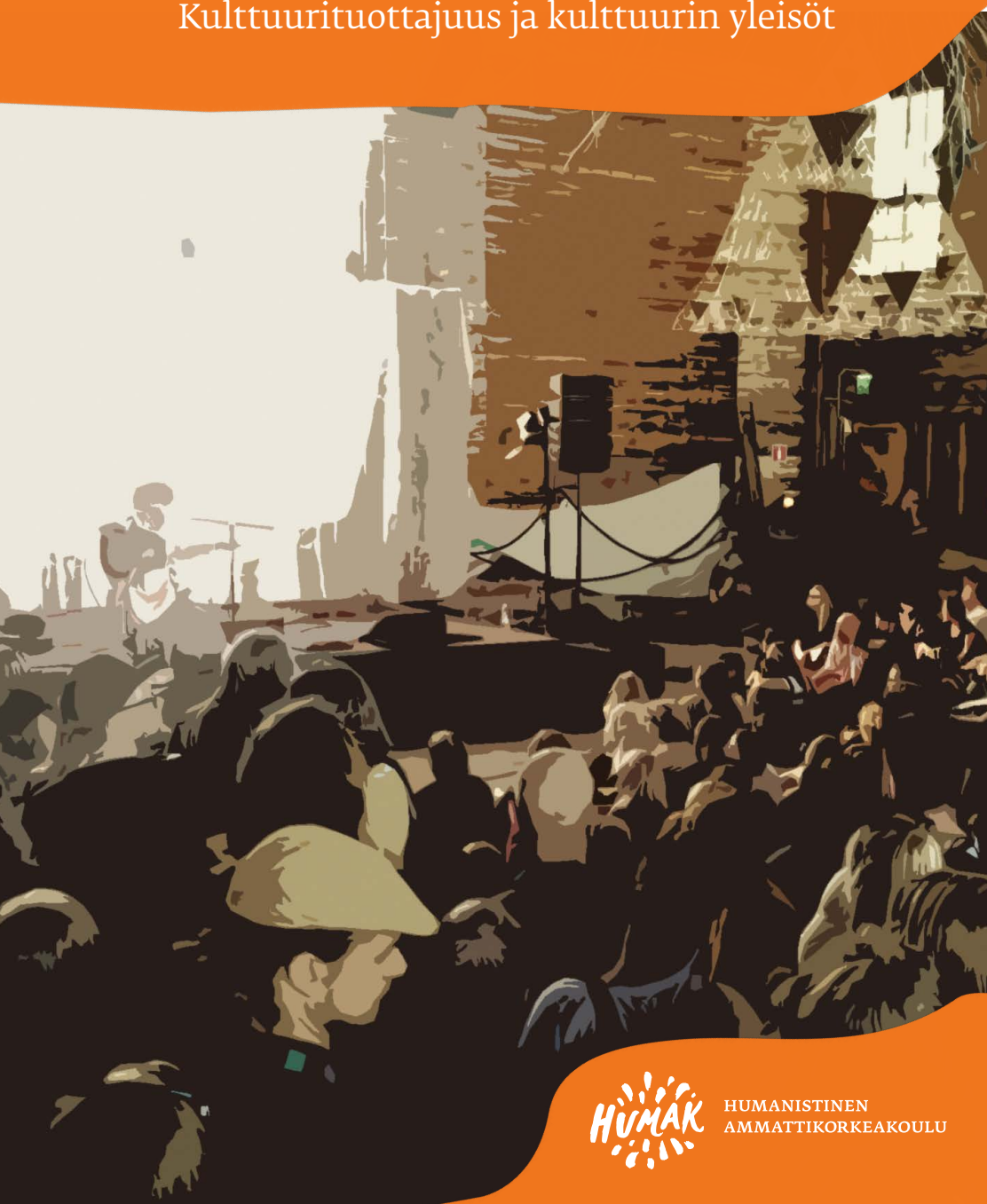


Juha Iso-Aho & Pekka Vartiainen (toim.)

KÄVISIKÖ KULTTUURI?

Kulttuurituottajuus ja kulttuurin yleisöt



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

Kävisikö kulttuuri?

Kulttuurituottajuus ja kulttuurin yleisöt

Juha Iso-Aho & Pekka Vartiainen (toim.)

Humanistinen ammattikorkeakoulu julkaisuja 15
Helsinki, 2015

Juha Iso-Aho & Pekka Vartiainen (toim.)

Kävisikö kulttuuri?

– Kulttuurituottajuus ja kulttuurin yleisö

Humanistinen ammattikorkeakoulu julkaisuja 15

© Tekijät ja Humanistinen ammattikorkeakoulu (Humak)

Kansikuva: Jarmo Röksä

Taitto: Emilia Reponen

Paino: Painopaikka Oy, Paikkakunta

IISBN 978-952-456-230-0 (painettu)

ISBN 978-952-456-231-7 (verkkójulkaisu)

ISSN 2343-0664 (painettu)

ISSN 2343-0672 (verkkójulkaisu)

Sisällys:

Esipuhe	6
1 Katri Halonen: Kulttuurituottajuus - uusvanha ammatillinen positio	8
Päivi Ruutiainen: Tuottajakuva	28
2 Jari Hoffrén: Kulttuurituotannon äärillä	30
3 Pekka Vartiainen: Kulttuurituotannon uudet vaatteet	40
4 Juha Iso-Aho: Palvelukseen halutaan: Kulttuurimatkailutuottaja	46
Päivi Ruutiainen: Tuottajakuva	56
5 Arto Lindholm & Jyrki Simovaara: Toivenäyttelyitä ja näyttelytoiveita yleisöltä	58
6 Arto Lindholm: Kulttuurilaitosten kävijät ja epätodennäköiset kävijät	63
Kirjoittajat	71

Esipuhe

Kulttuurituottaja on tutkinto- ja ammattinimikkeenä kulttuurihistorian pitkään kaareen suhteutettuna tuore. Professiona ja tehtäväkenttänä kulttuurituottajuus on kuitenkin yhtä vanha ilmiö kuin organisoidusti tuotettu kulttuuri itse. Jo antiikin Kreikan teatterifestivaaleilla oli henkilöitä, joiden vastuulla oli harjoitusten järjestäminen, pukujen ja lavasteiden hankinta, kuoron palkkaaminen sekä monet muut taustatehtävät. Keskiajan Euroopassa massiivisista näytelmätuotannoista toreilla puolestaan huolehtivat kauppiaskillat. Näiden toimijoiden tehtävänä, kuten nykyajan tuottajienkin, oli luoda taloudelliset ja tekniset edellytykset esittävien taiteilijoiden täysipainoiselle työskentelylle.

Tässä julkaisussa tarkastellaan kulttuurituottajan ammatissa ja toimintaympäristössä tapahtuneita muutoksia viime vuosikymmeninä. Viime vuosisata, jonka aivan viimeisinä vuosina kulttuurituottajia alettiin Suomessa kouluttaa, oli kulttuurielämässä suurten mullistusten aikaa. Muutokset eivät toki ole tapahtuneet irrallaan yhteiskuntien ja maailmantalouden yleisistä kehitystrendeistä, vaan kiinteässä yhteydessä niihin. Julkisen sektorin kulttuuripoliittisessa ohjauksessa toteutetun taidetoiminnan lisäksi kulttuurituotanto on yhä tiiviimmin myös osa markkinataloutta. Toisaalta kulttuurituotanto hakeutuu itse aktiivisesti kohti muita toimialoja ja yhteistyöhön niiden kanssa.

Tämän päivän kulttuurituottaja työskentelee edelleen taiteen ja taiteilijoiden palveluksessa, mutta toimii luovaa osaamista välittävänä ammattilaisena myös esimerkiksi matkailun ja sote-alan ympäristöissä. Kulttuurituottajaa kiinnostavat myös kulttuurin ja taiteen yleisöt, niiden osallistaminen sekä uusien yleisöjen tavoittaminen.

Katri Halonen luo artikkelissaan katsauksen kulttuurituottajuuden kehittymiseen Suomessa 1800-luvulta nykypäivään. Hän etsii vastausta siihen kuinka tuotannollinen työ on organisoitunut ja kehittynyt muun kulttuurikentän kehittymisen lomassa. Päivi Ruutiainen laatima Jaana Gummeruksen haastattelu piirtää muotokuvan tuottajasta toimialojen rajapinnalla.

Jari Hoffrénin pohdinta kulttuurituotannon roolista modernisaatioprosessin ja markkinatalouden syövereissä siirtää keskustelun estetiikan, etiikan ja politiikan näkökulmiin. Kulttuurituottaja tuottaa Hoffrénin mukaan tuotteiden ja palveluiden lisäksi myös vapauden ja luovuuden toimintaedellytyksiä sekä

kiisteltyjen arvojen, näkemysten ja kokemusten välittämisen ja työstämisen paikkoja ja tiloja. Pekka Vartiainen puheenvuorossa pohdiskellaan kulttuurituotannon muuttuvaa kenttää, jota eri alojen ja toimintamallien risteytykset muokkaavat yhä rajummalla tavalla.

Juha Iso-Aho pyrki määrittelemään kulttuurimatkailutuottajan toimenkuvaa. Kulttuurin ja matkailun yhteys on kulttuurihistoriallisesti ja myös taloudellisesti ilmeinen, mutta tuotteistamisen näkökulmasta tällä kentällä ollaan vasta ottamassa ensi askeleita. Kulttuurituottajan tapaisia välittäjiä kaivataan rakentamaan siltaa kulttuuri- ja matkailutoimijoiden väliin. Virpi Väisäsen haastattelussa Päivi Ruutiainen esittelee yhden tälle tielle lähteneen kulttuurituottajan.

Arto Lindholm ja Jyrki Simovaara avaavat artikkelissaan museoiden yleisötutkimusten merkitystä museoiden toiminnan kehittämisessä. Kirjoittajat korostavat onnistuneen kävijätutkimuksen lähtökohtana sitä, että sen avulla todella halutaan kehittää toimintaa. Kehittämistä tehostaisi tutkimuksellisten kehittämistyön menetelmien hyödyntäminen yhdessä kävijätutkimusten kanssa. Tämä puolestaan edellyttää johdon erityistä sitoutumista.

Arto Lindholm tuo toisessa artikkelissaan kävijöiden rinnalle ei-kävijyyden problematiikan. Keitä kulttuurilaitosten ei-kävijät ovat ja miksi he ovat sellaisia tai ainakin epätodennäköisiä kävijöitä? Koska suomalaisessa kontekstissa kulttuuri nähdään edelleen sosiaalisen erottautumisen välineenä, kysymykset palautuvat kulttuuripoliittiseen keskusteluun: ei-kävijöiden houkutteleminen on yhteiskunnallista, ei taloudellista toimintaa.

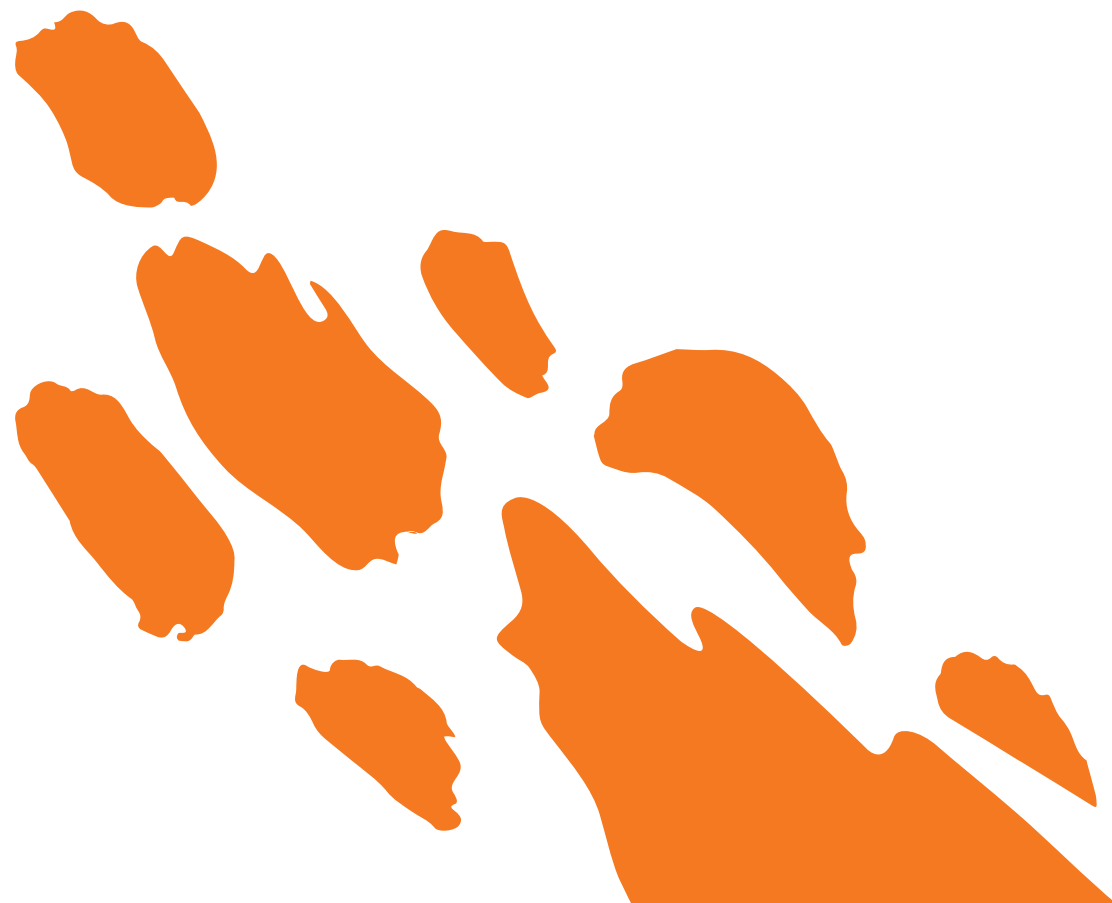
Kirjan artikkeleissa kulttuurituotannon kenttä näyttäytyy muutostilassa, mikä onkin lähes se ”uusinormaali”, jossa yhteiskunnat tänään hakevat muotoaan. Kulttuurialalla työskentelevien ihmisten toimintaan heijastuvat uhat ja mahdollisuudet ovat myös osa ammattialoja määrittävää keskustelua, mitä tämäkin kirja edustaa. Pitkässä kehitystraditiossa kulttuurituotannossa on käännytty julkisten palveluiden kehittämisen lähtökohdista yksityisen rahoituksen ja yksilöllisen palvelutuotannon konseptointiin, mutta sen inhimilliseen vuorovaikutukseen perustuva lähtökohta kantaa edelleen. Kulttuurilla on aina yleisönsä ja kävijänsä, on aina ollut – antiikista atomiaikaan ja vielä sen jälkeenkin.

Imatra-Turku, joulukuu 2015

Juha Iso-Aho ja Pekka Vartiainen

1

Katri Halonen:
**Kulttuurituottajuus - uusvanha
ammattillinen positio**



Tuottajista puhutaan nuorena, heikosti hahmottuvana ammattikuntana, joka on syntynyt kulttuurin markkinoistumisen vanavedessä. Tuotannollisen ajattelun kulmakivet ja positio taidekentässä juontavat juurensa kuitenkin vuosikymmenien taakse. Tässä artikkelissa luodaan katsaus polkuun, joka on johtanut nykytilaan. Etsin vastausta siihen, ja miten tuotannollinen työ on organisoitunut ja kehittynyt muun kulttuurikentän kehityksen lomassa.

Kulttuuripolitiikan kolme kehitysvaihetta

Kulttuuripolitiikan katsotaan syntyneen vähitellen 1800-luvun mittaan, jolloin yksittäisten taiteilijoiden tuen rinnalle syntyi pysyviä valtion taidetukia. Suomalaisissa kulttuuripolitiikan kehitysvaiheiden tarkasteluissa 1800-luvulla käynnistynyt kehitysvaihe on nimetty ensimmäiseksi pitkäksi linjaksi, jota luonnehtivat kansallishenki ja kansallisvaltiokehitys (Kangas 1999; Kangas & Pirnes 2014, 27–28; Häyrynen 2006, 135–149). Keskeinen päämäärä on ollut yhteisen kansallisen identiteetin vahvistaminen etenkin korkeataiteen avulla. Vaiheen sisällä on paikannettavissa useita risteäviä intressejä ja polkuja, jotka omista lähtökohdistaan pyrkivät rakentamaan ja ylläpitämään kansallista kulttuuria (kts. Häyrynen 2006, 135–149). Kulttuuri tuli osaksi hallintoa ja säilyi hallinnon näkökulmasta varsin samantyyppisenä aina 1960-luvulle saakka, jolloin alkoi kulttuuripolitiikan toinen pitkä linja.

Kulttuuripolitiikan toisen pitkän linjan taustalla oli muutos, jossa uusi yhteiskuntamalli otti selkeästi tehtäväkseen kulttuurin organisoimisen osana hyvinvointivaltiokehitystä. Vaikka sisältönä säilyikin pitkälti korkean taiteen huipputekijöiden tukeminen, rinnalla vahvistui myös halu saattaa kulttuuri aiempaa laajempien väestöryhmien ulottuville ja käyttöön. Uudelleenmäärittelyjen kautta myös kulttuuripolitiikan yhteiskunnallinen painoarvo nousi. Uudessa kulttuuripolitiikassa oli kuitenkin kyse ensisijaisesti kulttuuria koskevien asioiden hallinnollisen aseman vahvistamisesta itsenäisenä politiikan alanaan ja taidelaitosten toimintojen hajauttamisesta. Vähittäinen käsitteen merkitysalan laajentaminen jäi toissijaiseksi. Poliittis-hallinnollisesti merkittäväntä tässä 1960-luvulla alkaneessa kehitysvaiheessa oli kaksi seikkaa: valtion tukipolitiikka voimistui suhteessa paikallistason kulttuuri-toimintaan, ja alaa koskeva lainsäädäntö kehittyi ja tuli aiempaa kattavammaksi. (Kangas 1999; Kangas & Pirnes 2014, 28–31; Häyrynen 2006, 149–154).

Kulttuuripolitiikan kolmannen pitkän linjan on katsottu alkaneen 1990-luvun vaiheessa kansainvälisyyden, markkinoistamisen/markkinoistumisen ja kulttuurisen yhteiskuntakehityksen merkeissä. Kansainvälistymisen myötä auneet globaalit markkinat muuttivat kulttuuritoimintaa, joka samanaikaisesti kohtasi uusliberalismin uudentyypin yksilöllisiin valintoihin ja markkinoiden tarjontaan pohjautuvan kulutusideologian muutoksen. Julkiseen sektoriin levisi ”new public management” (Julkunen 2001), jonka puitteissa korostettiin kustannustietoisuutta ja tehokkuutta sekä otettiin käyttöön myös kulttuurialle ulottuvat tulosohjausjärjestelmät ja -mekanismit. Kulttuurin merkitys alueen kehitystekijänä sai yhä enemmän huomiota, kun kulttuuri liitettiin osaksi kilpailukykyä sekä imagon ja brändin rakentamista. Aluekehittämisen ohella kulttuuriteollisuus nousi uudelleen kiinnostuksen kohteeksi vientiartikkelina. Vuosituhannen vaihduttua keskustelu kulki kulttuuriteollisesta retoriikasta luovuusretoriikkaan ja luovan talouden kasvu nostettiin kulttuuripoliittisen kehittämistoiminnan alueeksi. Tuotannon, talouden ja kaupan rinnalla korostui myös kulttuurityön merkitys arjessa, mikä näyttäytyi keskustelujen voimistumisena kulttuurin terveys-, hyvinvointi-, osallisuus- ja ympäristövaikutuksista. (Kangas 1999; Kangas & Pirnes 2014, 31-33; Häyrynen 2006, 155-162).

Tässä artikkelissa kulttuuritoiminnan pitkiä linjoja käytetään viitekehityksenä kulttuurin tuotannollisten tehtävien organisoitumisen eri tapojen jaksottajana historian eri ajanjaksoina. Taiteen esillepano, tuotteistuss, myynti, välittäminen ja jakelu sisältävät arvoketjuajattelussa kaiken sisällön luomisen ja yleisön väliin jäävän toiminnan. Tätä tuotannollista toimintaa on tehty koko esittävän taiteen historian ajan, vaikka taustalla olevan tuotannollisen työn tekijät ovat jääneet historian kirjoista pitkälti pois. Kutsun tätä toimintakenttää laveasti välittäjäportaaksi, jonka yksi osa on taiteen esillepanoon esimerkiksi esityksinä ja muina tapahtumina tähtäävät toimijat. Tämä artikkeli rajautuu etenkin musiikin, teatterin, ja festivaalitoiminnan tapahtumatyyppisiin tuotantoihin tähtäävän välittäjäportaan toimijakunnan kehityskaaren tarkasteluun.

Tuotantomallien kokeilu osana taidetaustaisen kansallisen identiteetin rakentamista

Suomalaisen esittävän taiteen tapahtumatoiminnan juuret ulottuvat 1700-luvun alkupuoliskolle, jolloin ulkomaiset teatteriseurueet ryhtyivät suuntaamaan kiertuetoimintaansa Suomen alueelle. Kulttuurielämän järjestäytyminen nojautui säätyläistön musiikki- ja näytelmäharrastuksen suosioon 1700-luvun lopun ja 1800-luvun alun aikoihin. Tuolloin rakennettiin myös teatteritaloja etenkin ulkomaalaisten kiertueteattereiden esiintymistiloiksi, joista tuli myös seuranäytelmäharrastajien ja lopulta kotimaisen teatterin

syntysijoja (Helminen 2007, 111–114). Teatterisektorilla kiertuetoiminnan luonne oli kaupallinen ja seurueet suunnittelivat lähtökohtaisesti ohjelmistotarjontansa yleisön kysynnän mukaisesti viihdepainotteisena (mts. 107). Osa teatterista kytkeytyi myös työväen joukkojärjestäytymiseen, jonka voimakkaan kasvun aikana 1899–1905 rakennettiin ahkerasti työväentaloja, joissa oli aina myös näyttämö esiintymistilaksi (mts. 140–141).

Etenkin teatterialalla kiertuetoiminnasta siirryttiin vähitellen laitosteatteriverkoston suuntaan, joka alkoi kehittyä 1800- ja 1900-lukujen taitteessa. Teatteritoiminnan käynnistymisen taustalla oli suomenmielisten, suomalaisen kulttuurin harrastamiseen keskittyneiden seurojen toiminta. Kiertueilla esiintyneet teatterit alkoivat vakiintua eri paikkakunnille, usein peräti kaksin kappalein, kun samaan kaupunkiin perustettiin sekä porvarillinen että työväenteatteri. Julkinen sektori otti toiminnan osaksi tukijärjestelmäänsä: valtio ja kunnat tukivat teatteritoimintaa autonomian ajalta lähtien, ja Suomen itsenäistymisen kynnyksellä oli vakiintunut näkemys siitä, ettei ammattimaisen taideinstituution toiminta ollut mahdollista ilman julkista tukea. Lopullisesti käsitys kulttuurin tukemisesta osana kunnan tehtäviä vakiintui maailmansotien välisenä aikana. (Oinaala & Ruokolainen 2013, 15.)

Musiikista tuli Helminen (2007, 26–31) mukaan 1800-luvun puoliväliin mennessä usein erilaisten soitannollisten seurojen organisoimaa amatööripainotteista puolijulkista toimintaa, joka liittyi kiinteästi säätyläistön muihin seurustelukäytäntöihin. Musiikkiyhdistyksiä orkestereineen, vapaalokuntien yhteydessä toimivia soittokuntia, teatteriorkestereita ja teatteritalo-osakeyhtiötä perustettiin erityisen paljon 1850-luvulta eteenpäin. Toisinaan musiikinharrastajat toteuttivat myös varsin suuria tapahtumatuotantoja, kuten Kaarle-kuninkaan metsästys -oopperan ensi-ilta Helsingissä vuonna 1852. Samaisessa ensi-iltajuhlissa perustettiin myös Nya Teaternin teatteritalo-osakeyhtiö (mts. 117). Helsingissä teatteriorkesterien vuonna 1860 alkanut kukoistuskausi päättyi vuoden 1882 tienoilla (mts. 39–40) muusikoiden halutessa rajautua konserttimusiikkiin, johon keskittyvä orkesteritoiminta ei kuitenkaan löytänyt rahoitusta, vaan joutui turvautumaan taloudellisesti kannattavampien ”populaarikonserttien” järjestämiseen.

Musiikin kiertuetoimintaan liittyvien käytännön tuotannollisten ongelmien ratkaisemiseksi maakuntakaupunkeihin perustettiin etenkin vuosisatojen vaihteessa useita konserttikannatusyhdistyksiä, joiden tarkoituksena oli vastata paikallistasolla kiertävien taiteilijoiden konserttien järjestelyistä. Yhdistykset myös organisoituivat keskustuomiston kautta verkostoksi. Keskustuomisto, nimeltään ”Kannel” perustettiin Mikkeliin vuonna 1901. Kannel taisteli kuitenkin koko olemassa olonsa ajan taloudellisissa ongelmissa ja lopetti toimintansa jo vuonna 1906. Seuraava kiertuetoiminnan koordinointiin keskittynyt yhdistys perustettiin vuonna 1908. Yhdistys sai nimekseen ”Suomen Yleinen Konserttikannatusyhdistys”, ja sillä oli jo loppuvuodesta

peräti 25 haaraosastoa eripuolilla Suomea. Management-malliin kuului taiteilijoiden keskitetty rekrytointi Helsingin keskustoimistosta käsin ja kiertueiden organisointi yhteistyössä. Kannelen tavoin myös Suomen Yleisen Konserttikannatusyhdistyksen toiminta kesti vain muutaman vuoden. Toiminnan lopettamisen syyksi mainittiin yleisön puute ja se, että vuoden 1911 tienoilla Suomessa oli myös muita kiertäviä ja konsertoivia taiteilijoita sekä runsaasti omia musiikkikokoonpanoja. (Helminen 2007, 66–68.) Samoihin aikoihin, vuonna 1903, aloitti toimintansa myös nykyinen Fazer konsertti-toimisto, joka on yksi maailman vanhimmista klassisen musiikin alalla toimivista konserttitoimistoista ja taiteilija-agentuureista, ja joka on edelleen toiminnassa (Halonen 2009b).

Kasvavaa kulttuurin kenttää vaivasivat rahoitusongelmat ja toisaalta samanaikaisesti kulttuuri alettiin nähdä myös julkissektorin tulon lähteenä. Kulttuurin toimintaa hankaloitti vuonna 1915 väliaikaisena sotaverona voimaan astunut pääsylippuvero, jota perittiin kaikista julkisten näytäntöjen ja huvitilaisuuksien lipputuloista. (Helminen 2007, 85–89.) Kulttuurisektorin kannalta kehityksen katkaisi ensimmäinen maailmansota sekä sen jälkeinen 1920-lukua leimannut kulttuuripessimismin kausi ja kaksikymmentä- ja kolmekymmentälukujen vaihdetta värittänyt voimakas taloudellinen lama. Samalla uudet kilpailevat viihdytysmuodot tarjosivat enenevässä määrin uusia ajanviettovaihtoehtoja. (Helminen 2007, 182–183). Äänielokuvien yleistyminen 1930-luvulla johti mykkäelokuvia säestäneiden muusikoiden joukkotyöttömyyteen, jota paikkailtiin viihdemusiikin vallatessa alaa yhä useammat siten, että musiikin ammattilaiset saivat ansionsa ravintolamusiikkona. Sotien jälkeisessä Suomessa perinteinen kansallinen yhtenäisnäkemys kulttuurista alkoi pirstaloitua. Kilpailu yleisöstä ja toimijoiden erilaiset taide- ja kulttuurityön päämäärät toivat esille keskenään hyvin erilaisia kulttuurinäkemysten. Valtiollinen kulttuuripolitiikka suhtautui 1950-luvulla alentuvasti viihdekulttuuriin, joka rantautui Suomeen muokaten ihmisten henkilökohtaisia viihtymispyrkimyksiä (Häyrynen 2006, 148) ja toisaalta vaihtoehtojen lisääntyessä tapahtumien järjestäjät joutuivat aiempaa suurempaan kamppailuun yleisöstä.

Hyvinvointivaltion uudet mallit aiempien toimintatapojen rinnalle

Kulttuuripolitiikan toisen pitkän linjan aikana, 1960-luvulta 1990-luvulle asti, Suomessa määriteltiin kulttuurielämän järjestystä. Valtion pyrki muuttamaan kulttuuripoliittista järjestelmäänsä luomalla tehokkaan julkisen palvelujärjestelmän. Ajattelulle oli tyypillistä usko organisointiin ja tavoitteelliseen toimintaan. (Kangas 1999, 163–164). Kunta otti osittain tehtäväkseen myös kulttuuritapahtumien tuotantotoimintaa, jonka organisointia varten perustettiin kulttuurisihteerien virkoja. Kulttuuritoimen ohella

julkinen sektori otti rahoituksen piiriin enenevässä määrin orkestereita ja kaupunginteattereita. 1950-luvun lopulta 1970-luvun lopulle monet toimintansa vakiinnuttaneista yhdistyspohjaisista orkestereista ja teattereista kunnallistettiin eli niistä tuli julkisesti ylläpidettyjä ammattiorganisaatioita, joissa oli valtionosuuden pohjalta palkattuna myös tuotannollis-hallinnollista henkilöstöä. Kulttuuri- ja teatterisihteerien ohella käytännön laitoskentän organisointitehtäviin palkattiin orkestereihin intendentejä sekä museoihin ja teattereihin kuraattoreita.

Kulttuurin uudelleen organisointi ulottui myös vanhoihin rakenteisiin. Esimerkiksi laitosteatteriverkosto oli 1960-luvulle tultaessa laajentunut siinä määrin, että sen karsimisesta alettiin esittää vaatimuksia. Yhä useampi halusi keskittää teatteritoiminnan alueellisesti toimiviksi suuriksi yksiköiksi pienten teattereiden kustannuksella. Pienten, maakunnissa sijaitsevien teattereiden ongelmiksi koettiin heikko talous ja ammattitaitoisen henkilökunnan puute. Karsimista kannattivat erityisesti valtion taidekomitea (1965), teatterijärjestöt sekä suurten kaupunkien teatterit. Karsimista ei juurikaan kuitenkaan tapahtunut, sillä kaupungit puolustivat kiihkeästi omia teattereitaan. (Oinaala & Ruokolainen 2013, 15; Helminen 2007, 118–217; Sallanen 2009, 67–156.)

Suomessa oli ollut intiimejä, taiteellisesti kunnianhimoisia pienteattereita jo viimeistään 1910-luvulta lähtien (Kallinen 2002, 119). Toisen maailmansodan jälkeen muotiin tulivat Suomessakin kansainvälisten vaikutteiden innoittamana ns. huone- ja studioteatterit. Helsinkiin syntyi viisikymmentäluvulla uuden ajattelumallin mukaisia riippumattomia teatteriryhmiä, jotka rakentuivat ohjaaja- ja näyttelijäpersoonallisuuksien varaan ja toimivat vuokrahuoneistoissa (kuten esimerkiksi vuonna 1954 perustettu ja edelleen toimiva Teatteri Jurkka). 1960-luvun alussa julkisella sektorilla suunniteltiin ja rakennettiin suuria, moderneja kulttuuri- ja teatteritaloja. Monet esittävän taiteen ryhmät syntyivät teatterilaitosverkoston rinnalle ja vastapooliksi 1960- ja 1970-luvulla (Oinaala & Ruokolainen 2013, 15).

Kuusikymmentäluvulla Suomessa vahvistui ryhmäteatteriajattelu, jonka innoittamana perustettiin mm. Skolteatern (1960). Vuosikymmenen lopulla perustettiin Ryhmäteatteri (1967) ja vuonna 1970 Penniteatteri, AHAA, KOM ja Nukketeatteri Vihreä Omena. Kokkosen ym. mukaan (2002, 6-7) ryhmät itse määrittivät syntynsä syyksi ensinnäkin tarpeen tehdä teatteria demokraattisin muodoin, jossa päätös toiminnasta tehtiin yhteisvoimin ja kaikkien työntekijöiden edellytettiin sitoutuvan päätöksiin. Päätöksissä korostui usein teatterin yhteiskunnallinen merkitys toiminnan ulottuvuutena. Ryhmät aloittivat toimintansa tekemällä kiertäviä esityksiä, jotka pyrittiin saattamaan kaikkien ulottuville. Moni tässä ensimmäisessä aallossa syntyneestä ryhmästä toimii edelleen ja on vakiinnuttanut asemansa teatteritoimijana.

Julkisen sektorin ulkopuolinen tapahtumatuotantotoiminta vahvistui ja jatkoi kasvuaan. Useat festivaaleista vastaavat järjestöt alkoivat vakiinnuttaa toimintaansa 1960-luvun loppuun mennessä. Yksi kotimaisten festivaalien kukoistuskautista alkoi 1960-luvun lopulla, joskin Jyväskylän musiikkikulttuuripäivät, joka muuttivat myöhemmin nimekseen Jyväskylän Kesä, perustettiin jo 1957. Helsingin juhlat viikot perustettiin 1952–1965 vuosina järjestettyjen Sibelius-viikkojen seuraajaksi, ja ensimmäiset juhlat viikot pidettiin vuonna 1968. Samoihin aikoihin syntyivät myös mm Pori Jazz (1966-), Savonlinnan oopperajuhlat (1967-), Kaustisen kansanmusiikkijuhlat (1968-), Tampereen Teatterikesä (1968-) ja Kuhmon Kamarimusiikki (1970-). Festivaaleilla oli vain harvoin päätoimista henkilökuntaa ja ne nojasivat voimakkaasti vapaaehtoistyöhön ja musiikkisältöiseen ohjelmistoon. Rahoituspohjassa tapahtui vähittäin muutoksia, sillä valtionosuuden ulkopuolelle jääneet alkoivat hyödyntää etenkin julkisen sektorin myöntämiä apurahoja, joista tuli tärkeä osa tapahtuman rahoitusta pääsylipputulojen rinnalle. Tapahtumien järjestäjinä olivat yleisimmin yhdistykset, harrastajat ja taiteilijat.

Euroopan festivaalikenttää leimaavat 1960–1970-luvuilla lisääntyneet opiskelijafestivaalit, jolloin myös korkean ja matalan välinen ero alkoi hämärtyä. (Quinn 2005). Opiskelija- ja nuorisoliikkeen myötä 1970-luvulla helsinkiläiset festivaalit alkoivat vallata yhä enemmän kaupunkitilaa, kun alettiin järjestää mm. Kaivopuiston konsertteja. Vuonna 1979 Elävän musiikin yhdistys ELMU ry perustettiin ja se kotiutui tyhjiillään olleeseen entiseen yömajaan, Lepakkoluolaan, josta kehkeytyi yksi nuorisokulttuurin keskeisistä tukikohtista. (Silvanto 2007.) Opiskelijat jättivät muutenkin jälkeään taidekenttään.

1980-luvulla kulttuuritapahtumat ovat nousseet yhä keskeisemmäksi taloudellisen kehityksen airueeksi ja festivaalien määrä on moninkertaistunut (Quinn 2005, 927, Kainulainen 2005, 58, Silvanto 2007, 12–13). Samalla kulttuurin esitystoiminta on levittäytynyt yhä useammin perinteisten instituutioiden ulkopuolelle. 1980-luvulta eteenpäin vaihtoehtoisten tilaratkaisujen etsiminen on vienyt teatteriseurueita myös teatteritalojen ulkopuolelle: teatteriesityksiä on viety vanhoihin tehtaisiin tai muihin muuhun tarkoitukseen käytettyihin rakennuksiin. Syy on voinut olla taloudellinen tai poliittinen, mutta usein myös esteettinen.

1980-luvulla uusia teatteriryhmiä perustettiin vähitellen ja samalla etsittiin aktiivisesti myös uusia tuotantotapoja. Uusi ilmiö teatterikentällä oli freelanceriksi jättäytyminen, jonka syyksi Kokkonen ym. (2002, 7) arvioi halun valita itse omat työnsä. Toisaalta freelanceriksi jättäytyminen ei välttämättä tapahtunut vain omasta halusta, taustalla oli vahvasti myös vakinaisuusenteisten töiden vähäinen määrä verrattuna alalle tuleviin (Halonen 2009a, 2011). Keskeinen muutos tapahtui etenkin teatterin ja tanssin vapaalla kentällä.

Syntyi produktioittain rakentuvia ryhmiä, joiden tavoitteena ei ollut tulla säännöllisesti toimiviksi teattereiksi ja työpaikoiksi. Esityksiä valmistettiin vaihtuvien ryhmien puitteissa sitä mukaan, kun jäsenistö tunsu siihen tarvetta ja onnistui löytämään resursseja. Yksittäisiin produktioihin tuli mukaan myös laitosteattereiden ammattilaisia.

Produktioittain järjestäytyneen vapaan kentän uuden tuotantokulttuurin edelläkävijä on tanssikentällä toiminut Zodiak-kollektiivi. Uuden tanssin keskus Zodiak perustettiin Helsinkiin 1986, ja siitä kehittyi 90-luvulla eräänlainen sateenvarjoteatteri. Ideana oli hankkia tila ja luoda perusresurssit, ja jättää sitten näyttämö vapaaksi vierailleville koreografeille, ryhmille, tilapäisille kokoonpanoille ja myös vierailuille ulkomailta sekä muualta Suomesta. Tällainen tuottajateatteri on myöhemmin tullut tutuksi myös puheteatterin puolella, esimerkiksi Teatteri Avoimet Ovet, joka perustettiin Helsinkiin 1998, toimii pitkälti samoin. Tuottajateatterin aika saattoi tulla vasta sitten, kun alkoi olla suuria määriä vapaita taiteilijoita, joilla oli halu tehdä vapaita eli ”independent”-tuotantoja perustamatta omaa teatteria. (Kokkonen ym. 2002, 7; Oinaala & Ruokolainen 2013, 19). Zodiak pääsi tuotantomallinsa puitteissa tehdyn toiminnan avulla teatteri- ja orkesterilain piiriin vuonna 1997, jolloin sen nimi muutettiin Uuden tanssin keskuksiksi, jonka tärkeimmäksi toimintamuodoksi nimettiin uusien kotimaisten kansaesitysten osatuottaminen myöntämällä tuotantotukea, tila- ja tekniikka tukea sekä henkilökuntansa työpanosta. itse vastuu tuotannosta säilyy kuitenkin taiteilijaryhmällä itsellään (Ojala & Takala 2007, 70).

Kasvavan kulttuurin tuotannollisen toiminnan yksi toimijajoukko oli kulttuurisihteerien uusi ammattikunta, joka kasvoi etenkin 1980-luvulla. He organisoituivat myös ammatillisesti perustamalla vuonna 1977 etujärjestökseen Suomen kulttuurisihteerit ry:n. Jäsenistö oli maantieteellisesti ja koulutustaustaltaan hajanainen. Jäsenistöä yhdisti kuitenkin halu yhteenkuuluvuuden ja yhteistyön kehittämiseen seminaarein ja myöhemmin yhteisen julkaisun (1984-) avulla sekä halu edistää taidetta ja kulttuuria (Luttinen 2014, 16).

Kohti uusliberalistista uutta vuosituhatta

Julkisen sektorin toiminta kohtasi 90-luvun aikana kuntakehityksen mukana tulleita New Public Managementin värittämiä muutospaineita (Julkunen 2001, 11-29; Heiskanen ym. 2005; Kangas & Virkki 1999, Kangas 2001). Pitkän nousun jälkeen kulttuurisektorin julkinen rahoitus saavutti Suomessa huippunsa vuonna 1992, jonka jälkeen rahoitus kääntyi laskuun, ja julkisen sektorin taiteen ja kulttuurin työvoiman kasvu pysähtyi lähes täysin kuntien vetäytyessä omista rahoitusosuuksistaan tämän tultua mahdolliseksi valtionosuusjärjestelmän uusiuduttua vuonna 1993 (Heiskanen, Ahonen &

Oulasvirta 2005, 25, 115, 173). Muutoksen kourissa useat kulttuuritoimet ajautuivat monissa kunnissa taloudellisiin vaikeuksiin, mikä johti virkojen lakkauttamiseen sekä yhdistämiseen osaksi muita kunnan tehtäviä (Keltti 2001; Lovio ym. 2004, 26–27; Heiskanen ym. 2005 luku 2.3.).

Kuntien kulttuuritoiminnan muutoksen kanssa samaan aikaan 1990-luvun alulla yksittäisiä produktiota tai muutaman esityksen sarjaa varten koottujen työryhmien määrä oli lisääntynyt ja tekijöiden liikkuvuus produktioiden ja niiden myötä tulevien ansaintalogiikoiden välillä kasvanut entisestään. Tekijät eri produktioihin tulivat vapaalta kentältä mutta myös laitosteattereista. Yksi toimijajoukko oli myös produktioittain työtään rakentavat tai ammatti-identiteettiään monipuolistavat tuottajat (Halonen 2009b, 2011). Kokkosen ym. (2002, 7) näkemyksen mukaan juuri näissä lyhytaikaisissa kokoonpanoissa valtionosuutta saavien ja saamattomien teatterien kentät sekoittuvat tehokkaimmin.

Julkisen sektorin ulkopuolinen tapahtumatuotanto on monipuolistunut ja lisääntynyt lukumääräisesti 90-luvun lopulla ja 2000-luvun alussa. 1990-luvun alussa tapahtui Suomen teatterikentällä suuri ryhmien perustamisen aalto. Q-teatteri perustettiin 1991 ja se ehti juuri päästä valtionosuusteatteriksi uuden teatterilain tullessa voimaan 1993. Improvisaatioteatteri Stella Polaris syntyi 1990, Porilainen Rakastajat-teatteri 1991, lahtelainen Vanha Juko 1995 ja tamperelainen Teatteri Telakka 1996. Samoihin aikoihin toimi useita muitakin ryhmiä, jotka kaikki eivät edes pyrkinet perustamaan vakiintunutta teatteria - ja osa olisi niin halunnut tehdä, muttei pysynyt hengissä tiukassa taloudellisessa tilanteessa ja apurahakilpailussa.

Toisen aallon taustalla on yhteiskunnallisia, teatterikoulutukseen ja yleisiin taidevirtauksiin liittyviä syitä. Teatteritaiteilijoista harva enää halusi tai piti edes mahdollisena tehdä ”teatteria kaikille”. Vapaa kenttä alkoi rakentua yhä monimuotoisemmaksi, sillä tekijät halusivat eri tavoin erikoistua - ja myös valita työtoverinsa taidenäkömyksen ja maailmankuvan mukaan (Kokkonen ym. 2002, 7).

Julkisen sektorin palvelutarjoajiksi on tilaaja-tuottajamallin käyttöönoton ja vakiintumisen myötä hahmottumassa alueellisesti toimiva tapahtumatuotantoja organisoiva toimijajoukko: erilaiset yhdistykset, yritykset, festivaalihallitukset, freelancer-tuottajat ja joukko rekisteröimättömiä, usein produktiokohtaisesti rakentuvia, tuotantotiimejä ja -ryhmittymiä. Samalla eri tuotantosektorien väliset rajat ovat alkaneet sekoittua. Kuusen (2007, 20–21) mukaan esimerkiksi helsinkiläisistä suuremmista festivaaleista lähes jokainen on opetusministeriön tai Helsingin kaupungin tuen piirissä, ja sen osuus budjetista on huomattava (30–70 %). Lisäksi eri maiden kulttuuri-instituuteilla ja suurlähetystöillä on merkittävä rooli alueen tapahtumien rahoituksessa. Kuusen aineistossa mukana olleista 25 tapahtumasta yli puolet sai

tukea instituuteilta. Sen sijaan Euroopan unionilta saatava tuki on erittäin harvinaista. (Kuusi 2007). Samalla eri sektorien väliset rajat ovat alkaneet sekoittua. Etenkin nuoret ja niin sanottuja uusia taiteenaloja edustavat taiteilijat saattavat suosia suppeampaa tuotantoa ja levitystä varten perustettuja järjestöjä tai osuuskuntia (Rensujeff 2003; Karttunen 2004, 18)

Järjestökentästä useat tapahtumatuotannot saavat julkista tukea, ja heistä onkin tavallisesti tullut julkisen vallan jatketta, johon kuuluu kulttuuritalouspolitiikan järjestäminen voimakkaasti alennettuun hintaan tai ilmaiseksi. Samalla monet yritysmaailman toimijat kattavat jopa yli puolet menoistaan julkisella tuella ja ovat, yritysmaailmastaan huolimatta, voittoa tavoittelemattomia. (Heiskanen 2002, 178.)

Hyvinvointivaltion kauden jälkeen kulttuuripolitiikan kolmas linja vaihtuu keskittyvän julkisen sektorin ulkopuolisten toimijoiden kaudeksi, jossa epäkaupallisten produktioiden toteutuksessa julkisella sektorilla on varsin usein osarahoittajan rooli. Joskin 1990-luvun loppua kohden tullessa esimerkiksi festivaalituotannossa julkinen rahoitus oli usein jäänyt enää vain yksityisen rahoituksen täydentäjäksi (Kukkonen 2001, 16). Esitysten tuottaminen ei vaadi teatterin tai orkesterin perustamista. Yhtä esitystä varten koottujen työryhmien tuottamat kertaproduktiot ovat olennainen osa etenkin Helsingin teatteri-, konsertti-, tanssi- ja oopperatarjontaa. Julkisen sektorin ulkopuolisella tapahtumatuotannon kentällä työskentelee koko ajan suurentunut joukko esittävän taiteen ammattilaisia ja tuottajia, joka vastaa merkittävästä määrästä etenkin pääkaupunkiseudun esityksistä. Liikettä eri sektorien välillä tapahtuu koko ajan. (kts. Kokkonen ym. 2002, 7.)

Ensimmäiset tuottajat tulivat kuntasektorin ammattinimikkeiden joukkoon 1990-luvun lopulla aiemman kulttuurisihteeri-ammattinimikkeen rinnalle. Vuonna 1999 löytyi nimikkeistöstä jo useampia tuottaja-ammattilaisia, kuten vapaa-ajan palvelujen tuottaja, musiikkituottaja ja kulttuuriohjaaja-tuottaja (Keltti 2001, 21–24). Julkisen sektorin muutokset näyttäytyivät myös Suomen kulttuurisihteerit ry:n linjauksissa siten, että yhdistys liittyi vuonna 1990 Akavan erityisaloihin ja muutti nimensä Taide- ja kulttuurialan ammattijärjestö TAKU ry:ksi. Nimen muutoksella potentiaalista jäsenistöä laajennettiin kulttuurisihteereistä laajemmin taide- ja kulttuurialan ammattilaisiin. Jäsenmäärä onkin jatkanut vahvaa kasvuaan.

Helsingissä kulttuurisihteerit ottivat kulttuurituottaja-nimikkeen käyttöönsä vuonna 1996. He ovat joutuneet etsimään uusia lähtökohtia ja toteutustapoja työlleen. Aiemmin itse kulttuurituottajia ideoivien ja toteuttavien toimijoiden sijasta heistä on tullut, ainakin Helsingin kokoisessa kaupungissa, ohjelmiston sisäänostajia ja maksukyvyiltään varsin heikkoja palvelutarjoajien asiakkaita. (kts. lisää Halonen 2005). Helsinkiin syntyi viimeistään 90-luvulla valtionavun piirissä olevien kulttuuriorganisaatioiden kanssa

rinnakkainen, joskin jonkin verran yhteistyötä tekevä, tai henkilöiden ja aatteiden keskinäistä vaihtoa harjoittava toinen kenttä. Ilmiö ei ole vain pääkaupunkiseudulle keskittyvä, mutta käytännössä kentän mittava kasvu keskittyy alueelle, koska freelanceriksi jättäytyvien ammattilaisten työtilaisuudet ovat siellä määrällisesti suurimpia mm. televisio- ja elokuvatuotantojen lisääntymisen myötä. (Kokkonen 2002, 7, Silvanto 2007).

1990-luvun lopulla Helsinkiin luotiin uutta kulttuuri-ilmapiiriä hakemalla Helsingille Euroopan kulttuuripääkaupungin titteliä vuodelle 2000. Kulttuurikaupunkivuosi vaikutti festivaalientä kehitykseen mm. lisäämällä tuottajien ammattitaitoa ja julkisella ja muilla sektoreilla toimivien tuottajien yhteistyötaitoja (Heikkinen 2001, 76–77; Moisio & Jyrämä 2001, 100–104) ja antamalla tarvittavia lisäresursseja festivaalien perustamiseen (kts. lisää Silvanto 2007; Ahola & Uksila 2001). Uusia festivaaleja on syntynyt kiihtyvällä intensiteetillä viimeisen 10 vuoden aikana: vuodesta 1995 vuoteen 2006 helsinkiläisten taidefestivaalien määrä on lähes kolminkertaistunut ainakin kaupungin kirjasto- ja kulttuurilautakunnan jakamisen festivaaliavustusten saajien määrän perusteella arvioiden (Kuusi 2007, 20). Kaupunki on ottanut yhä selkeämmän roolin tapahtumatuotantojen tukijana. Joulukuussa 2007 julistettiin avoimeksi erillinen tapahtumayksikön tapahtumapäällikön virka, jonka tehtävän kuvana oli kehittää kaupungin tapahtumapolitiikkaa, ylläpitää valmiutta hakea kansainvälisiä suur tapahtumia Helsinkiin, vastata ostata kaupunkitapahtumista ja kehittää viranomaisyhteistyönä tapahtumajärjestäjille palveluja. Toiminnan organisoimiseksi rakennettiin tapahtumayksikkö, joka jatkoi omana yksikkönään toimintaansa vuoden 2013 loppuun asti.

Ammatillisen järjestäytymisen osalta kulttuurialan tuotannollisissa tehtävissä toimivien monenkirjavia ammattilaisten joukko on jäänyt hataraksi. Tuotannollisten tehtävien tekijät ovat järjestyneet joko tuottaja-vetoiisiin (esim. Taku ry), bisnes-vetoiisiin (esim. Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry, Luovan talouden agentit ja managerit AGMA ry sekä kansainvälinen Pearle - Performing Arts Employers Associations League Europe) sekä taidealakohtaisiin (esimerkiksi Suomen audiovisuaalisen alan tuottajat - SATU ry ja Musiikkituottajat – IFPI Finland ry). järjestöihin. Herääkin kysymys, kertooko ammatillisen järjestäytymisen sijoittuminen useisiin tahoihin siitä, että ammattikunnalla ei ole yhteistä identiteettiä, joka pystyisi kokoamaan toimijat yhteen. Vahvan yhteisen identiteetin sijasta kulttuurin tuotannollisissa tehtävissä toimivat näyttävät sijoittuvan osaksi taidekenttää, bisneskenttää tai puhtaasti tuotannollisen työn tekijöitä kokoaviin ammattijärjestöihin tai niiden alaosiin.

Tuottajien koulutus osana kulttuuripolitiikan pitkiä linjoja

Kulttuurin tuotannollisten tehtävien parissa työskentelevien kehityskulku ammatillisena ryhmänä myötäilee kulttuuripoliittisen kehityksen vaiheita, vaikka toiminnassa on leimaa-antavaa kolme keskenään osin ristiriitaista tendenssiä. Ensinnäkin osalla on pyrkimys toimia osana hyvinvointivaltiolista julkista sektoria, toinen tendenssi on pyrkimys instituutioista vapaaseen ns. vapaan kentän toimintaan ja kolmas viihteellisyuden elementtiä painottavaan bisnespohjaiseen toimintaan. Taulukkoon yksi on nostettu esimerkkejä tapahtumien organisoinnin operationaalisista toimijoista kulttuuripolitiikan pitkien linjojen viitekehyksessä (ks. Taulukko 1).

Taidealan ammatillisella koulutuksella on Suomessa pitkät perinteet, sillä useimmilla taidealoilla koulutus on alkanut jo 1800-luvulla. Nykyisellään taide- ja kulttuuriaineiden ammatillista peruskoulutusta järjestetään opistotasoisena ammatillisissa oppilaitoksissa sekä korkeakoulutasoisena ammattikorkeakouluissa ja yliopistoissa. Kulttuurin tuotannollisiin tehtäviin spesifisti tähtäävä koulutus on kuitenkin varsin nuorta. Etenkin kulttuurin hallinnollisia tehtäviä korostavan koulutuksen juuret ovat kulttuurisihteerien opistotasoiseen koulutukseen, jota muokattiin ja lopulta lakkautettiin 1990-luvulla tuotannollis-manageriaalista osaamista korostavien korkeakouluopintojen myötä.

Kulttuuripolitiikan toisella pitkällä linjalla järjestettiin etenkin kulttuurisihteeereille ammattiin tähtäävää koulutusta. Jo 1970-luvun puolella erilaiset keskiasteen oppilaitokset aloittivat kulttuurisihteerien 1-2 -vuotisia koulutuslinjoja, jotka laajenivat 1990-luvun alussa 3-4 -vuotisiksi. Kulttuurisihteerin koulutustaustaksi riitti vuoden 1981 Kulttuuritoiminnan laissa määriteltyjen kelpoisuusehtojen mukaan opistoasteen tutkinto ja varsin väljästi määritelty kelpoisuus, akateemisen maailman vastustuksesta huolimatta (Kangas & Pohjola 1992, 25–26). Tyypillisimmillään suomalainen kulttuurisihteeriksi oli vuonna 1992 (Kangas & Pohjola 1992, 33) kuitenkin ”nainen, joka on saanut yliopistollisen koulutuksen humanistisissa aineissa tai suorittanut ammatillisen kulttuurisihteeritutkinnon kansanopistoissa”. Koulutusreitti ammattiin siis oli hyvin moniulotteinen.

Opetusministeriön Kupoli-mietinnössä (Kupoli 1992) toimikunta toi esille yhtenä kulttuuripoliittisen kentän uutena elementtinä kulttuuriteollisuuden, joka liitettiin mm. tuotantoprosessien teollistumiseen sekä viestintäteknikan kentän muutoksiin (em. 180–181). Ammatillisen opetuksen perusteet uudistettiin lailla, joka astui voimaan elokuussa 1996. Opisto-asteen tutkinto nimettiin kulttuuriohjaajan tutkinnoksi ja heidän tulevaksi toimintakenttään nähtiin julkisen sektorin ohella myös kolmas sektori. Koulutuksen laajuus oli 120 opintoviikkoa. Uudistuksen tavoitteena oli nostaa koulutuksen

tasoa ja laatua uudistamalla opetuksen rakenteita, sisältöjä ja opetusmenetelmiä. Samalla opiskelijoiden tulevaisuuteksi määriteltiin julkisen sektorin ohella myös järjestöt ja yrittäjyyden erilaiset tehtävät. (Ammatillisen koulutuksen opetussuunnitelman perusteet 1996, 4-12, Halonen 2004, 2006.)

1990-luvun alulla taiteen ja kulttuurin tuotannollisten ja manageriaalisten tehtävien alueen koulutus laajeni Suomessa yliopistoihin. Kulttuurin hallintoon, tuotantoon ja -managementiin liittyviä lyhytkursseja, täydennyskoulutusohjelmia ja yliopistollisia opintokokonaisuuksia alkoi ilmaantua koulutuskeskittämälle (Halonen 2006, Karhunen 2004). Samaan aikaan kotimaisen taiteilijakoulutuksen sisällöiksi nousivat myös musiikin teknologia, tanssi- ja teatterialan pedagogiikka, teatteri-ilmaisun ohjaaja, valo- ja äänisuunnittelu ja sirkus (Karhunen 2004, 59).

Koulutuksen laajenemisesta huolimatta erilaisissa järjestöissä ja yhdistyksissä toimivat tuotannolliset työntekijät ja sihteerit sekä yrityskentän agentit, promootorit ja ohjelmatoimistoyrittäjät olivat leimallisesti edustamastaan kulttuurialasta innostuneita harrastajia, jotka oppivat tuotannollista ajattelua omakohtaisen kokemuksen pohjalta. Toisaalta alaspesifin koulutuksen ohella taidealan ammattiteissa toimii runsaasti myös muun kuin taidealan tutkinnon suorittajia. Esimerkiksi Lagerströmin ja Mitchellin (2005, 195) kartoituksen mukaan taide- ja kulttuurialan ammattiteissa toimivista 14 prosentilla on kaupan tai hallinnon tutkinto.

Kulttuurisihteerien opistotasoisin koulutuksen uudistustyö sai uuden suunnan kun kulttuurisihteerien koulutus siirtyi, Lapin opistoa lukuun ottamatta, 1990-luvun lopulla syntyneeseen ammattikorkeakouluverkostoon saaden samalla tuotantoa painottavan tavoitteen. Kulttuurituottaja (AMK) -tutkinnon voi Suomessa suorittaa nykyään neljässä eri ammattikorkeakoulussa, joihin otetaan alan opiskelijoita vuosittain noin 150. Ammattikorkeakoulujen lisäksi kulttuurituotantoon liittyvää koulutusta annetaan Suomessa mm. erillisissä yliopistojen järjestämässä kulttuurisisältöspesifeissä maisteriohjelmissa sekä täydennyskoulutuskeskuksissa erillisinä koulutusohjelmina ja kursseina. (kts. lisää Halonen 2004 & 2009a; Kangas & Halonen 2014)

Tuottajien kouluttaminen nostettiin 1990-luvun lopulla taide- ja kulttuurikentän kriittiseksi kehittämisalueeksi, jonka merkitystä perusteltiin kulttuuriteollisuuden kehittämisen tarpeilla. Vuosille 1999–2004 ammattikorkeakoulujen tavoitteeksi asetettiin koulutustarjonnan laajentaminen kohdentamalla sitä etenkin kulttuuriteollisuuden aloille, aloja kuitenkin tarkemmin määrittelemättä (Koulutus ja tutkimus vuosina 1999–2004). Käytännössä tämä johti osaltaan kulttuurisihteerien koulutuksen muuntumiseen tuotantoa painottavammaksi ja toisaalta myös uusien

kulttuurituotannon koulutusohjelmien syntyyn (Halonen 2006). Erillisten tuotantoon keskittyviä koulutusohjelmien ohella liiketoiminnallisia aineita on lisätty vähitellen myös taiteilijakoulutukseen. (kts. lisää Kangas & Halonen 2014).

Taidealan välittäjäportaan koulutuksen 1960-luvulta alkanut kasvukausi on päättynyt ja siirrytty koulutuksen vähittäiseen supistamiseen. Anita Kangas toteaa(2002, 254), että taidekoulutusta on lisätty Suomessa lähinnä kysynnän kasvun takia eikä markkinoita mahdollisesti uhkaavan työvoimapulan vuoksi. Koulutuksen supistamisen taustalla on huoli työllistymisestä. Työelämään sijoittumisen kannalta tyypillistä etenkin tuottajaurien kannalta on, että opiskelijat luovat itse työpaikkansa (Karhunen 2004, 41; Karhunen & Rensujeff 2006), eivätkä koulutuksesta valmistuneet sijoitu välttämättä korvaamaan eläkepoistumaa tai paikkaaman pääosin pienistä organisaatioista rakentuvan kulttuurisektorin olemassa olevia ja lähitulevaisuudessa aukeavia työvoimatarpeita. Julkisen sektorin toimintamallien muuttumisen myötä tämä on ohjannut tuoreita tapahtumatuottajia pitkälti julkisen sektorin virkarakenteen ulkopuoliselle kentälle. Toisaalta eri taideoissa ja välittäjäportaan toimijoiden työllistymisessä on suuria alakohtaisia vaihteluja.

Tapahtumien tuottajat ovat sijoittuneet historian eri aikoina monipuolisiin positioihin järjestöjen ja yhdistysten, yritysten, julkisen sektorin ja valtionavun ulkopuolella olevan ns. vapaan kentän tuotannollisiin tehtäviin. Kunkin kentän toimijoilla on omat erityispiirteensä, vaikkakin yksittäisten produktioiden sisällä ja välillä tuottajat liikkuvat usein hyvinkin sujuvasti tuotantokentältä toiselle. Myös tuottajien erilaiset nimikkeet jäävät usein tunnistamatta. Esimerkiksi viimevuosian ovat yleistyneet monenlaiset bloggaajat, seminaarivisualisoijat ja yhteisömanagerit. Uusia nimikkeitä syntyy jatkuvasti, mikä omalta osaltaan vaikeuttaa välittäjäportaan toimijoiden yhteisen identiteetin syntymistä. Lisäksi tuottajien ammattikunta on vuosituhannen vaihteen jälkeen hakenut yhä enemmän työllisyyttä uusien toimialojen, kuten hyvinvointipalveluiden ja teknologiateollisuuden osana pyrkien tuomaan aineettoman arvonluonnin myötä lisäarvoa eri toimialoille. Tästä osa tehdään tapahtumaistetusti, mutta tuottajan toiminnan ytimeen paikantuu usein myös yhteisöjen rakentaminen tai kulttuuristen näkökulmien tuominen osaksi tuote- tai palvelukehittämisprosessia. Ammattikunta siis jatkaa monenkirjavana, rajoiltaan varsin epämääräisenä toimijajoukkona kehitystään. Ammattikunnan työn perusta kuitenkin tuntuu pitävän pintansa organisointitapojen, kulttuuristen päämäärien ja välineiden muutoksesta ja kirjavuudesta huolimatta: yhteinen vuosikymmenien mittainen päämäärä on ollut ja on yhä tuotannollinen työ kulttuurisen tai taiteellisen sisällön esille saattamiseksi.

Taulukko 1. Esimerkkejä tapahtumien organisoinnin operationaalisista toimijoista

TOIMIJIAT	PÄÄMÄÄRÄT	VÄLITTÄJÄAMMATTEJA JA ANSAINTALOGIIKKA
<p>Kansallisen kulttuurin prototyypin rakentaminen n. 1809–1917 Kaupunkiporvariston amatööripainotteinen puolijulkinen toiminta, järjestökentän kasvu</p>		
<ul style="list-style-type: none"> - kasvava kaupunkiporvaristo, papisto ja tilalliset - aktiiviset harrastajat - taiteilijoille apurahoja, 1880-> 	<ul style="list-style-type: none"> - säätyläistön omaehtoista amatööripainotteista puolijulkista toimintaa, 1850-> soitannolliset seurat 	<ul style="list-style-type: none"> - vapaaehtoisuus keskeistä, amatööripohjaista toimintaa - lipputulot
<ul style="list-style-type: none"> - kasvava järjestökenttä - kiertueteatterit - 1900-l alulta alkaen työväenliike: työväentalot, harrastajanäyttämöt 	<ul style="list-style-type: none"> - kiertuetoiminta kaupallista & ohjelmisto viihdepainotteista - festivaalien myötä valistusajattelu ja sosiaaliset & kulttuuriset tarkoitukset - vapaapalokuntatoiminta, (torvi)soitokunnat, teatteriorkesterit -1800-l lopulla 1. festivaaliboomi 	<ul style="list-style-type: none"> - vapaaehtoisuus ja lipputulot tärkeitä. - konserttikiertueiden koordinointiin management-mallien hakeminen
<p>Kansallisen kulttuurin prototyypin ylläpitäminen n. 1918–1960 Järjestökentän kasvu ja julkisen sektorin tuleminen osaksi toimijakuntaa</p>		
<p>järjestökenttä</p>	<ul style="list-style-type: none"> - taide tärkeä itsenäisyyden osoitin - 50-l-> kansallinen yhtenäisnäkemyks alkoi pirstaloitua: taiteellinen modernismi, populaarikulttuuri ja maakuntaperinne eriytyivät 	<ul style="list-style-type: none"> - teatteri- ja orkesterisihteerit - tulonmuodostus kunnan ja valtion myöntämiä apurahoja, maksulliset illanvietot/iltamat, lipputulot, vapaaehtoisuustyö
<p>julkinen sektori: valtion taidelautakunnat, kunnan kulttuuriavustukset</p>	<ul style="list-style-type: none"> - kansallisen kulttuurin prototyypin ylläpitäminen 	<ul style="list-style-type: none"> - kunnan ja valtion avustukset
<p>Hyvinvointivaltioistumisen kausi 1960–1990 luku Julkisen sektorin kulttuuripalveluiden organisointia, yhdistyskentän toimijoita Kulttuurisihteerien opistoasteinen koulutus</p>		
<ul style="list-style-type: none"> - järjestökenttä, yhdistykset 	<ul style="list-style-type: none"> - järjestön päämääränä kulttuuritoiminta tai tapahtumien käyttäminen järjestön päämäärien esille tuomisen välineenä - tuotannon organisoituminen - ryhmäteatterit - joukko uusia festivaaleja 60-l lopulta alkaen 	<ul style="list-style-type: none"> promoottorit, yhdistyksen toiminnanjohtajat

julkinen sektori luomaan palvelujärjestelmää, jonka osana kulttuuri: taidelaitokset & taidevirka järjestelmät	- kansalaisten hyvinvointi, taidetta taiteen vuoksi, alueellinen ja sosiaalinen tasa-arvo, 80- aktivoiva animaatiotoiminta - teattereiden ja orkesterien kunnallistaminen	- avustusten myöntäjästä aktiivinen organisoija - virkajärjestelmä: kulttuurisihteerit, intendentit, kuraattorit - laitoskulttuuri ja kulttuuritilojen rakentaminen
etenkin rytmimusiikkialan yritystoiminta	- ohjelmavälitys liiketoimintana	ohjelmatoimistot, agentuurit, booking office
1980-luvulla lisääntyi freelancereiden määrä etenkin teatterikentällä	- 80-l aikana syntyneet ryhmäteatterit	- freelancer taiteilijat, jotka organisoituvat produktioittain

**Markkinatalouden kulttuuripolitiikka 1990-
Tuottajavaltaistuminen, markkinalähtöisyyttä painottava tapahtumatuotantotoiminta**
Yliopistojen arts/cultural management ohjelmat, ammattikorkeakoulujen synty myötä kulttuurisihteerikoulutuksen lakkaaminen ja kulttuurituottaja (AMK) -koulutuksen synty

3. sektori	- järjestökenttä liiketaloudellisia näkökulmia ja vapaaehtoistyötä yhdistävänä toimintamallina - asiakaslähtöisyys ja ansaintalogiikoiden monipuolistaminen julkisen rahoituksen vähentymisen kompensoimiseksi	- tuottaja –loppuiset nimikkeet (mm. teatterituottaja, tanssituottaja) - projektipäällikkö
Julkisen sektorin markkinoistuminen	- tapahtumat vetovoimatekijänä ja imagon rakennus keino alueelle, - tapahtumien taloudelliset vaikutukset - digitaaliset jakelumuodot ja markkinalähtöisen sisältötuotannon lisääntyminen - kulttuurivienti - tilaaja-tuottaja –malli - tuotantojen osa-rahoittaja ja toteuttamisen kumppani - työllisyys	- kulttuurisihteereistä kulttuurituottajia - läänintaitelijat –tittelin oheen on liitetty tuotannollisia painotuksia mm. tuottaja-läänintaitelija ja läänintuottaja –tittelin muodossa
Yrityskentän laajeneminen	- tapahtumatuotantoyritykset, tapahtumamarkkinointirytykset, mainostoimistot - tapahtumista osa markkinointiviestintää	- tuotantopäällikkö - tuotantokoordinaattori - manageri
Vapaiden toimijoiden lisääntyminen	- produktiokohtaisiin työryhmiin kiinnittyvien toimijoiden lisääntyminen	- freelancer tuottaja

Lähteet

Ahola, Tuomas & Uksila, Katja (2001). ”Kulttuurikaupunkivuoden identiteetti ja imago. Tuottajien kokemuksia säätiöyhteistyöstä ja rakennetusta sateenvarjotbrandista.” Teoksessa Timo Cantell & Harry Schulman (toim.) Mitä oli kulttuurivuosi? Kirjoituksia Euroopan kulttuurikaupunkivuodesta Helsingissä. Helsingin kaupungin tietokeskus, Helsinki, 105–118.

Ammatillisen koulutuksen opetussuunnitelman perusteet. 1996. Humanistinen ja opetusala. Vapaa-ajan toiminta. Opistoaste. Helsinki, Opetushallitus.

Halonen, Katri (2004). Huomisen rientoja tuottamassa. Tapahtumatuottajien ammatin kehitystrendejä tuottajia kouluttavien ammattikorkeakoulujen näkökulmasta. Helsinki: Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissäätiö 5/2004.

Halonen, Katri (2005a). ”Fishing for a good program. Public Sector Cultural Producers In Search for a Justification”. Nordisk kulturpolitisk tidskrif 2/2005, 50-79.

Halonen, Katri (2006). ”Kulttuurituottajan ammattispesifi osaaminen.” Kasvatus 3/2006, 250–263.

Halonen, Katri (2009a). ”Kulttuurituottajat työn ja identiteettien markkinoilla.” Työelämän tutkimus 3/2009, 182–192.

Halonen, Katri (2009b). ”Konserttitoimistojen tulevaisuus. Musiikkialan toimintaympäristöt ja osaamistarve.” Toive -hankkeen osaraportti 2009:3. Metropolia Ammattikorkeakoulu, Kulttuuri ja luova ala. http://www.metropolia.fi/fileadmin/user_upload/TK/konserttitoimistojen_tulevaisuus_halonen.pdf

Halonen, Katri (2011). Kulttuurituottajat taiteen ja talouden risteyskohdassa. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Heikkinen, Timo (2001). ”Kulttuurikaupunkisäätiön toimisto kulttuurin kentällä.” Teoksessa Timo Cantell & Harry Schulman (toim.) Mitä oli kulttuurivuosi? Kirjoituksia Euroopan kulttuurikaupunkivuodesta Helsingissä. Helsingin kaupungin tietokeskus, Helsinki, 68-79.

Heiskanen, Ilkka & Ahonen, Pertti & Oulasvirta, Lasse (2005). Taiteen ja kulttuurin rahoitus ja ohjaus: kipupisteet ja kehitysvaihtoehdot. Helsinki: Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissäätiö 6/2005.

Helminen, Minna (2007). Säätyläistön huvista kaikkien kaupunkilaisten

ulottuville. Esittävän sävel- ja näyttämötaiteen paikallinen institutionalisointumisen ja kehitys taidelaitosten verkostoksi 1870–1939. Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissäitiö 13/2007: Helsinki.

Häyrynen, Simo (2006). Suomalaisen yhteiskunnan kulttuuripoliittikka. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto SoPhi 99.

Julkunen, Raija (2001). Suunnanmuutos. 1990-luvun sosiaalipoliittinen reformi Suomessa. Tampere: Vastapaino.

Kainulainen, Kimmo (2005). Kunta ja kulttuurin talous. Tulkintoja kulttuuripääoman ja festivaalien aluetaloudellisista merkityksistä. Tampere University Press. Tampere.

Kallinen, Timo (2002). ”Ryhmäteatteri ja teatterikoulutuksen kolme vaihetta.” Teoksessa Pia Houni & Pentti Paavolainen: Teatteri ja tanssi toimintakulttuureina. Acta Scenica 10. Helsinki: Teatterikorkeakoulu

Kangas, Anita & Pohjola, Kirsi (1992). Kulttuurisihteeri lähikuvassa. Helsinki: Taiteen keskustoimikunnan julkaisuja nro 14

Kangas, Anita (1999). ”Kulttuuripoliittikan uudet vaatteet.” Teoksessa Anita Kangas & Juha Virkki (toim.) Kulttuuripoliittikan uudet vaatteet. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto SoPhi 23, 156–178.

Kangas, Anita & Virkki, Juha (toim.) (1999). Kulttuuripoliittikan uudet vaatteet. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto SoPhi 23

Kangas, Anita (2001). ”Kulttuuripoliittikan murros. Venyvä käsite ja sen muuttuvat perustelut”. Riukulehto, Sulevi (ed.). Perinnettä vai Bisnestä? Kulttuurin paikalliset ulottuvuudet. Saarijärvi: Atena Kustannus, 18–31.

Kangas, Anita & Halonen, Katri (2014). ”Taidekasvatus ja -koulutus.” Teoksessa Ilkka Heiskanen, Anita Kangas ja Ritva Mitchell (toim.). Taiteen ja kulttuurin kentät. Perusrakenteet, hallinta, lainsäädäntö ja uudet haasteet. Helsinki: Tietosanoma.

Kangas, Anita & Pirnes, Esa (2014). ”Kulttuuripoliittinen päätöksenteko, lainsäädäntö, hallinto ja rahoitus.” Teoksessa Ilkka Heiskanen, Anita Kangas ja Ritva Mitchell (toim.). Taiteen ja kulttuurin kentät. Perusrakenteet, hallinta, lainsäädäntö ja uudet haasteet. Helsinki: Tietosanoma.

Karhunen, Paula (2004). ”Taiteilijakoulutus Suomessa. Kehityslinjoja 1960-luvulta 2000 luvulle.” Teoksessa Robert Arpo (toim.). Taiteilija Suomessa. Taiteellisen työn muuttuvat edellytykset. Taiteen keskustoimikunnan

julkaisuja no 28: Helsinki, 37–68.

Karhunen, Paula & Rensujeff, Kaija (2006). Taidealan koulutus ja työmarkkinat. Ammatillisen koulutuksen määrä ja valmistuneiden sijoittuminen. Helsinki: Taiteen keskustoimikunnantutkimusyksikön julkaisuja no 31.

Karttunen, Sari (2004). ”Taitelijoiden lukumäärän kehitys 1950-luvulta 2000-luvulle - kasvaako työvoima työllisyyttä nopeammin?” Teoksessa Taitelijat Suomessa - taiteellisen työn muuttuvat edellytykset. Taiteen keskustoimikunnan julkaisuja 28

Keltti, Pia (2001). Kuntien yleisen kulttuuritoimen virat vv. 1992, 1996 ja 1999. Suomen Kuntaliitto: Helsinki.

Kokkonen, Tuija, Loppi, Karla & Karjalainen, Annamari (2002). for free. Selvitys suomalaisen teatterin vapaasta kentästä. Opetusministeriön Terttu-työryhmän raporttia kommentoiva julkaisematon selvitys. http://www.teatteri.fi/Uudet_netpdf/for_free.pdf (luettu 24.7.2007)

Koulutus ja tutkimus vuosina 2003–2008. Kehittämissuunnitelma. Opetusministeriö, Koulutus- ja tiedepolitiikan osasto. 4.12.2003.

Kukkonen, Tiina (2001). Festivaalien talous 1999. Finland Festivals ry:n jäsenten talouden rakenne 1999 ja kehitys vuodesta 1993. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta, työpapereita no 37.

KUPOLI (1992). Kulttuuripolitiikan linjat. 1992. Komiteamietintö 1992:36. Helsinki, Opetusministeriö.

Kuusi, Sara (2007). ”Ainutlaatuista ja ajankohtaista. Katsaus helsinkiläisiin festivaaleihin.” Teoksessa Silvanto, Satu (toim.) (2007). Festivaalien Helsinki. Helsingin kaupungin tietokeskus. Helsinki, 16-25.

Lagerstöm, Samu & Mitchell Ritva (2005). Klerot I. Taide- ja kulttuurialojen elinkeinorakenteen muutos ja lähitulevaisuuden osaamistarpeet. Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissätiö 9/2005: Helsinki.

Luttinen, Jaana (2014). Kerro meille miten sinä päädyit kulttuurialalle. Taide- ja kulttuurialan ammattijärjestö TAKU ry:n julkaisu 1/2014, 16-17.

Lovio, Maisa & Stürmer, Ditte & Selkee, Johanna (2004). Arjen kulttuuria – tietoa kuntien kulttuuritoiminnasta. Helsinki: Suomen kuntaliitto.

Moisio, Heidi & Jyrämä, Annukka (2001). ”Helsingin kulttuurikaupunkisäätiön ja tuotantoyhtiöiden välinen yhteistyö.” Teoksessa Timo Cantell & Harry

Schulman (toim.). Mitä oli kulttuurivuosi? Kirjoituksia Euroopan kulttuuri-kaupunkivuodesta Helsingissä. Helsingin kaupungin tietokeskus, Helsinki, 93–104.

Oinaala, Anu & Ruokolainen, Vilja (2013). Vapaan kentän jäljillä. Tutkimus teatterin, tanssin, sirkuksen sekä performanssi- ja esitystaiteen vapaasta kentästä. Cuporen verkkojulkaisuja 20. Ladattavissa osoitteessa <http://www.cupore.fi/documents/VapaanKentanJaljilla.pdf>

Ojala, Raija & Takala, Kimmo (toim.) (2007). Zodiak – Uuden tanssin tähden. Like Kustannus.

Opetus- ja kulttuuriministeriö (2011). Vapaan kentän ammattilaisryhmien toimintaedellytysten parantaminen. Opetus- ja kulttuuriministeriön työryhmämuistioita ja selvityksiä 2011: 14. Helsinki.

Quinn, Bernadette (2005). Arts Festivals and the City. Dublin: Dublin Institute of Technology. Ladattavissa osoitteessa <http://arrow.dit.ie/cgi/viewcontent.cgi?article=1002&context=tfschhmtart>

Rensujeff, Kaija (2003). Taiteilijan asema – Raportti työstä ja tulonmuodostuksesta eri taiteenaloilla. Taiteen keskustoimikunnan julkaisuja no 27. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta.

Sallinen, Minna (2009). Kaupungin kulttuurivelvollisuudesta kulttuuripalveluksi. Kunnallisten teattereiden ja orkestereiden kehittyminen 1940–1980. Cuporen julkaisuja 16. Helsinki: Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämiskeskus.

Silvanto, (2007). ”Festivaalien Helsinki. Urbanin festivaalikulttuurin kehitys, tekijät ja kokijat.” Teoksessa Satu Silvanto (toim.) Festivaalien Helsinki. Helsingin kaupungin tietokeskus. Helsinki.

Vapaa-aikatoiminnan koulutustoimikunta. 1992. Vapaa-aikatoiminnan ammatillisen koulutuksen uudistaminen. Opetusministeriö. Helsinki, Valtion painatuskeskus.

Päivi Ruutiainen: Tuottajakuva

Kulttuurituottaja (amk) -tutkintoa voi suorittaa myös monimuoto-opiskeluna, joka on hyvä vaihtoehto työssä oleville. Monimuoto-opetus sisältää intensiiviweekkoja ja lähiopetusta, mutta sen lisäksi on toki muutakin työskentelyä. Koulutukseen tulee niin uuden ammatin etsijöitä, oman koulutuksen tai osaamisen täydentäjiä kuin niitä, jotka tarvitsevat tutkintonimikkeen, vaikka osaamista onkin. Kun Jaana Gummerus tuli opiskelemaan, hän tuli hakemaan ensisijaisesti tutkintonimikettä, mutta matkan varrella tuli kaikkea muutakin.

Onko olemassa tyypillistä monimuoto-opiskelijaa? Jaanan työura on vaikeuttava: hän on tehnyt mainontaa ja markkinointiviestintää niin omassa yrityksessä kuin johtotason vastuullisissa ja vaativissa tehtävissä. Mutta sitten brand managerin työt loppuivat, kun yritys fuusioitiin ja markkinointiosasto lopetettiin kokonaan. Jaana haki neljä kuukautta oman alansa töitä ja huomasi olevansa toivottamalta näyttävässä tilanteessa. Hän oli edennyt työurallaan ja tehnyt tarpeellisia opintoja, mutta oikeaa tutkintoa ei ollut. Silloin hän päätti vaihtaa suuntaa alalle, jossa töitä on. Muutos olikin rajua, koska lähihoitajaopintojen aikana hän oli välillä sanojensa mukaan pahan pohjimmainen, kun bisnesmaailmassa hän oli ollut johtamassa prosesseja. Tämän jälkeen seuraava etappi olivatkin kulttuurituottajaopinnot Humanistisessa ammattikorkeakoulussa.

Mutta miksi kulttuurituottajaksi? Jaana pohjusti opiskeluvaihtoa käymällä ammattivalinnan ohjauksessa ja sai täsmäohjeen, jota noudatti, eikä ole katunut.

”Opinnot antoivat paljon enemmän kuin mitä lähdin hakemaan. Sain uuden ammatin ja ihan uuden ammatti-identiteetin, olen nyt kulttuurituottaja, joka on erikoistunut tuottamaan taidelähtöisiä menetelmiä.”

Jaana listaa monia asioita: opinnäytetyöprosessi opetti paljon. Opinnäytetyö Taide arjen vahvistajana – Säännöllisen taidetoiminnan jalkauttaminen Etevan asumisyksiköihin tuotti kokonaan uuden palvelun. Jaana aloitti suurimmalle suomalaiselle vammaispalvelujen tuottajalle suunnatun hankkeen, jossa taidetta vietiin kehitysvammaisten asumisyksiköihin osaksi heidän arkeaan. Hankkeessa pilotoitiin useassa asumisyksikössä sitä, miten taiteen tekeminen on osa asumisyksikön toimintaa: siihen osallistuvat niin asiakkaat kuin henkilöstö. Taiteilijat vetivät työpajoja, joissa tehtiin erilaisin tavoin taidetta: maalattiin, musisoitiin tai tehtiin teatteria. Kyseessä oli siis uudenlaisen toimintamallin tekeminen ja tätä työtä aletaan levittää systematisemmin Etevan asumisyksiköihin.

”Tässä näki konkreettisesti, miten taide tuottaa iloa, mutta yhtä tärkeää

oli se, miten taiteen tekeminen toi yhteisöllisyyttä. Sotealan opinnoista oli tavattomasti hyötyä, koska ymmärsin se, millaista hoitotyö on. Samalla sain yhdistää kaikkea aiempaakin osaamista, koska tein hanketta itsenäisesti.”

Jaana korostaa opintojen merkitystä myös matkana omaan itseen ja kasvun kaarena. Se on samanlaista kuin uuteen työpaikkaan meneminen: ensin on tosi innostunut ja sitten täytyy suhtautua realistisesti omaan tekemiseen. Hän löysi uusia asioita itsestään, vaikka ei voi kieltää sitä, miten opintojen ja työn yhteensovittaminen vaati tarkkaa suunnittelua.

”Opinnot kannattaa suunnitella ja aikatauluttaa hyvin. Minulla se tar-koitti sitä, että kalenterissa oli varattu aikaa opinnoille, mutta myös muulle elämälle, elokuvaan piti päästä ja tavata ystäviä. Tosin opinnäy-tetyötä tehdessä kalenteri ei pitänyt enää paikkaansa – kirjoittaminen vaati enemmän aikaa kuin olin osannut ajatella.”

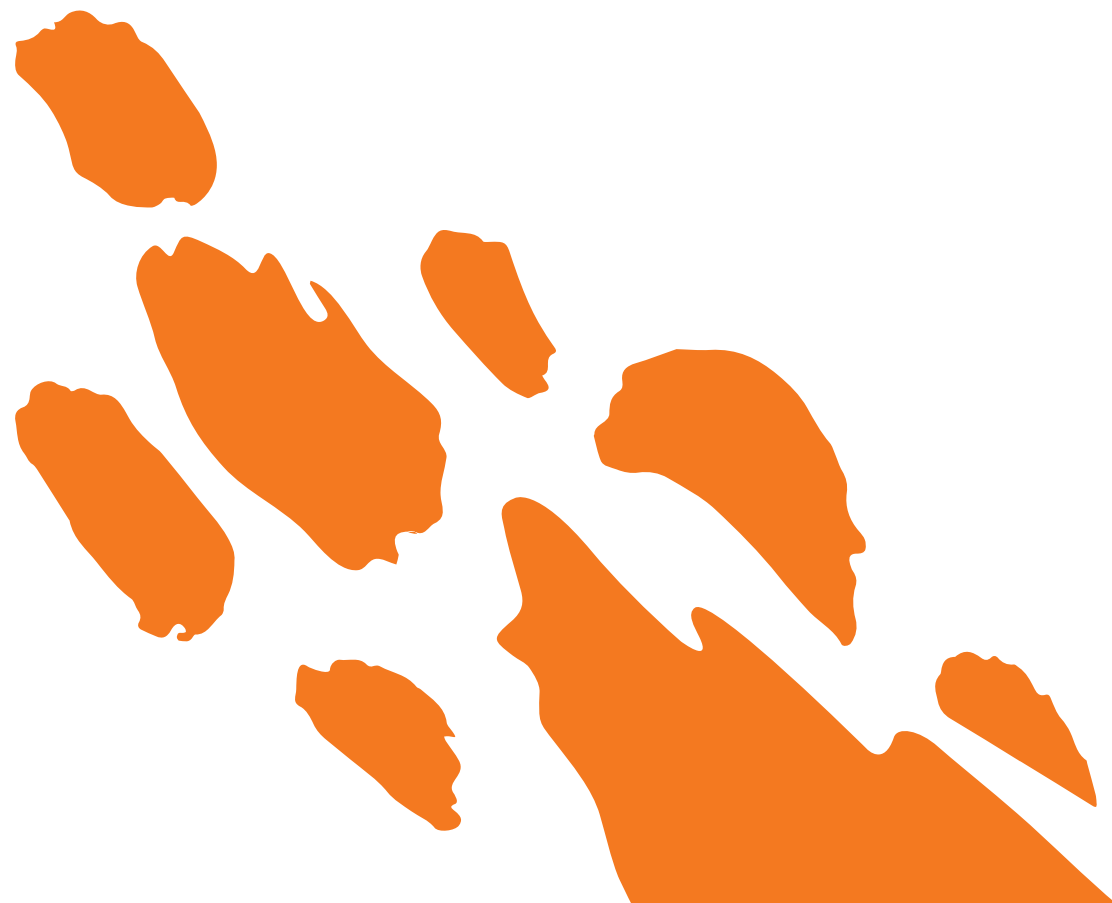
Monimuoto-opiskelijoiden opintopolut poikkeavat toisistaan, mutta opiskelukavereiden kohtaamiset ovat tärkeitä.

”Olin voinut olla joidenkin opiskelukavereiden äiti, mutta samalla viivalla oltiin. Ryhmytyminen kannattaa aina ja tästä verkostosta on minulle apua ja iloa vielä tulevaisuudessa.”

Kulttuurituottajan työn merkittävyys osana yhteiskuntaa avautui Jaanalle opintojen aikana. Tuottajan työ välittäjänä – niin verkostojen ja toimijoiden välillä kuin siten, että välittää niistä ihmisistä, joiden kanssa tekee töitä – on Jaanan tämän hetken työn realiteetti ja tulevaisuus.

2

Jari Hoffrén:
Kulttuurituotannon äärillä



Kulttuuri voi tunnetun määritelmän (Williams, 1976, 90; Lehtonen 2014a, 311; vrt. Pirnes 2008) mukaisesti olla ensinnäkin älyllistä, henkistä ja esteettistä kehitystä, toiseksi viitata aikakauden, kansan, ihmisryhmän tai ihmiskunnan elämäntapaan ja kolmanneksi kuvata intellektuaalisen ja erityisesti taiteellisen toiminnan käytäntöjä.

Niin kehitys, elämäntavat kuin käytännötkin viittaavat johonkin dynamiseen, liikkeeseen, tekeytyvään – historiasta kurottuvaan nykyisyyteen, joka tähyää myös tulevaan ja osoittautuu moneksi. Kasautuneen, kerrostuneen, lainatun, nykyisen ja tulevan suhteiden dynamiikkaa luonnehtii pelkistetysti uusintaminen. ”Ihmiset suuntautuvat toimissaan maailmaan aina sekä materiaalisesti että symbolisesti [...] yhteiskunnalliseen uusintamiseen kuuluvat myös sellaiset niin sanotut kulttuuriset tai henkiset hyödykkeet kuin kieli, muut sosiaaliset instituutiot, arvojärjestelmät sekä ihmisten luokittelu ja asemat” (Stuart Hall Lehtosen 2014a, 302 mukaan).

Uusintamisen toimia luonnehtii perustavanlaatuinen keskeneräisyys ja rajallisuus. ”Todellisen maailman asioissa ja tapahtumissa ei ole tai ne eivät ehdota omaa, yhtenäistä, erillistä ja sisäistä merkitystä, joka sitten vain välitetään kielen avulla. Merkitys on sosiaalinen tuotos, käytäntö. Maailma on tehtävä merkitsemään” (Hall Lehtosen 2014a, 304 mukaan).

Uusintaminen ja uusinnettava, kulttuuri laajimmassa aineellis-symbolisessa merkityksessään, ei siten ole historiallisesti etenevää ”yhtä ja samaa”. Lisäksi sen määrittymisessä vaikuttaa aina valta. Uusintaminen ja merkityksellistämisen sisältävät aina kamppailua. Esimerkiksi ”kulttuuri” rajatumpana todellisuuden ja toimeliaisuuden osana on vasta verraten hiljattain etääntynyt likeisestä yhteydestään luontoon. Vallan ja olosuhteiden vaikutuksesta kulttuuri sisäistyi – valistusajan kehityslinjojen joissakin tulkinnoissa – jopa autonomiseksi arvojen, henkisyyden ja sisäisen elämän valtakunnaksi, todellisen ihmisyuden piilopaikaksi (Lehtonen mt., 308; Shiner 2001, 75–154). Vallan toiveena siitä tuli (hyvän) ihmisen mitta, kultivoituneisuuden ja hienostuneisuuden kriteeristö.

Modernisaatiokehityksen kiihtyessä 1800-luvulla hyvä ihminen edusti ”sielujen kulttuuria”. Valta siis muokkasi ”inhimillisiä subjekteja yhteiskuntien kulloisiinkin tarpeisiin tekemällä heistä poliittisen vallan mukautuvia, maltillisia, jaloja, rauhaarakastavia ja pyyteettömiä alamaissubjekteja”. Kulttuuri on täten ”modernia moraaliteknologiaa”, kansalaisten tuottamisen väline, jolla subjekteihin juurrutetaan erityisiä arvoja, käyttäytymiskaavoja ja

reagointimalleja. Tällöin kulttuuri esiintyy myös yhtenäiskulttuurin juurena, yleisenä ihmisyytenä. (Lehtonen mt., 309–311).

Vajaassa parissa sadassa vuodessa moraalitekniologia on täsmentynyt. Historioitsijan silmin ”vanha oikeuksien ja velvollisuuksien, keskinäisten velvoitteiden, syntien ja hyveellisyyden, uhratumisen, omantunnon, palkintojen ja rangaistusten kieli on saanut antaa tilaa halujen ja tarpeiden välittömälle tyydytykselle” (Hobsbawn 1999, 418 Lehtonen mt., 313 mukaan). Hyveellinen kansalainen on vapautunut ja kultivoitunut tässä (karikatyyrisessä) analyysissä hyveelliseksi kuluttajaksi.

Ihmisen maailmansuhde on siis uudelleenorganisoinut yhteisöllisyyden ja vallan palmikoitumana, yhteisesti jaetun tiedon ja kokemuksen alueina. Tieto määritetty laajasti, myös ei-kognitiivisina ja ei-rationaalisina tiedostamisen ja merkityksellistämisen tapoina, kuten esteettisinä kokemuksina ja luovina prosesseina. Arkeen ne kanavoituvat sosiaalisina instituutioina, kuten kasvatuksena, koulutuksena, (jälleen jollakin tavoin rajatumpana) kulttuurina ja taiteena sekä uskontona (Nieminen 2014, 41). Keskeiseksi kehityksen moottoriksi ja välittäjäksi on asemoitunut (markkina)talous.

Nykykulttuurin superideologian tarvitseman moraalitekniologian ytimestä voidaan löytää erityinen ”yrittäjyyden eetos” (Pyykkönen 2014, 8). Määrittävä hyvän (tai ainakin totuudelliseksi väitetyn) ihmisen kuva opastaa käyttäytymään ja kannustaa toimimaan soveliain ja välttämättömin tavoin nykykulttuurissa, eräänlaisessa asioiden, tavaroiden ja palveluiden aineellis-symbolisessa tavaratalossa.

Kulttuuripolitiikka kahdessa minuutissa

Läpikapitalisoitunut nykykulttuuri on tässä karikatyyri, jonka lähtökohtia voi jäljittää globaaliin uusjakoon. Tällä viitataan siirtymiseen aineettomiin tuotantopanoksiin, tietotekniologian ja verkostojen kehittymiseen ja leviämiseen, yhteiskunnallisen säätelyn uudistamispaineesiin sekä julkisen vallan ohjaamiseen edistämään kilpailukykyä ja kasvua (Risto Heiskala ja Eeva Luhtakallio Lehtosen 2014b, 15 mukaan). Uusjakoa ja moraalitekniologiaa koskevia konkreettisempia muutoksia voi tavoitella kulttuuripolitiikan analyyssein, onhan kyseessä sekä vallan väline että sen arena. Kulttuuripolitiikan lyhyt kansallinen historia voidaankin avata vastauksina vallan kulttuurille kohdistamaan kysymykseen: miksi kulttuuria tulisi tukea ja edistää niin lainsäädännöllisin kuin taloudellisin keinoin?

Tarina on moneen kertaan kerrottu ja monin osin tuttu (ks. esim. Saukkonen 2014, 6-9; Heikkilä 2013, 118–145). Ensivaiheessa kansallisen identiteetin rakentamiseen osallistuivat niin poliittinen tahto kuin kansallismieliset

varainkerääjät, mesenaatit ja säätiöt. Sotien jälkeen, 1960-luvulla kulttuuripolitiikkaa alettiin jäsentää lääkkeenä sosiaaliseen eriarvoisuuteen kulttuurin yleisöpohjia aluepoliittisin perustein laajentamalla ja painopistealueina kansan- ja marginaalikulttuurit. Näkemyksen jatkeena voidaan pitää eräänlaista sivistävää identiteettipolitiikkaa, joka elämyksiä ja sivistystä tarjoamalla vahvistaa myös alueellista yhteenkuuluvuutta. (Heikkilä 2013, 121).

Kulttuuripolitiikan suomalaisena erityispiirteenä on lisäksi pidetty sen institutionaalista luonnetta ja muuttumattomuutta. Julkisen, valtion ja kuntien taide- ja kulttuurirahoituksen kohteena on pitkään ollut joukko kulttuurilaitoksia (teatterit, orkesterit, museot ja ooppera) (Saukkonen 2014, 4).

Viimeistään 1980-luvulla tapahtuu näkyvä taloudellinen käänne. Kulttuurin hinta ja sen vaikutusten taloudellinen arviointi korostuvat erityisesti rahoituksen perusteluissa. Kulttuurin työllisyysvaikutukset, ostovoiman kasvu ja muut välilliset vaikutukset alkoivat määrittää kulttuurin arvoa. Tällöin luotiin perusta myös edelleen muodikkaalle kulttuurin vaikutusarvioinnille. Samalla liikuttiin rajapinnoille ja ylikin: esimerkiksi terveysvaikutukset ja syrjäytymisen ehkäiseminen osana terveyttä kulttuurista -eetosta nousivat asialistalle. (Heikkilä mt., 121–123).

Taloudellisen lähestymistavan ohessa on myös virinnyt keskustelua taiteen ja kulttuurin ohjauksen ja rahoituksen rakenteellisista muutoksista. Tässä yhteydessä on tapahtunut mm. sisällöllisiä siirtymiä marginaalista keskustaan ja uusien sisältöjen ja muotojen ilmaantumista marginaaliin (Saukkonen mt., 4). Kysymys kulttuurin uusista muodoista ja asemasta nyky-yhteiskunnassa kietoutuu joka tapauksessa yhä tiiviimmin kysymykseen julkisen talouden mahdollisuuksista ja tarpeesta ylläpitää vakiintuneita kulttuuri-instituutioita tilanteessa, jossa monimuotoistuminen, väestön ikärakenteen muutokset ja teknologisoituminen ylittää luovat omia muutospaineitaan (mt.). Taloudellinen käänne onkin näkynyt mm. taidelaitosten yksityistämistratkaisuina ja tulosohjauksen myötä sekä rahoituksen järjestämism vapauden että -vastuun kasvamisena (mt., 9).

Vuosituhanen vaihde tuo mukanaan vihdoin todellisen megatrendin, luovan talouden. Luova talous on monistunut vajaassa kahdessa vuosikymmenessä monitahokkaaksi, jonka merkitys jopa kansantalouden uutena veturina on nähty keskeiseksi. Niin luovuus kuin kulttuurikin ovat lavenuneet ja paenneet perinteisiä, rajatummin taidelähtöisiä määritelmiä. Samalla on käynyt ilmeiseksi kuinka ajan vallitseva superideologia määrittää ja käskyttää myös kulttuuria: ”[R]iippumatta siitä, uskooko taiteen mystisiin ulottuvuuksiin ja itseisarvoon vai onko vakuuttuneempi sen kansanterveydellisistä vaikutuksista, diskurssi rakentuu talouden ehdoilla” (mt., 130).

Luova talous (historiallisesti ja poliittisesti eri tavoin määrittyneenä myös kulttuuriteollisuutena, kulttuurisena taloutena, luovina aloina ja luovana teollisuutena) on siis perinteistä taide- ja kulttuurikäsitystä laajempi, mutta tiukasti taloudellisin määrein ja periaattein määrittyvä joukko (kansan)taloutta, yritystoimintaa ja niiden uudelleenorganisointumista koskevia käsityksiä, tavoitteita, toiveita ja uhkia (vrt. Lehtonen 2014b, 16). Keskiössä ovat ajatukset luovuuden merkityksestä tuote- ja palvelukehittämisen innovointiin sekä aineettoman talouden, esimerkiksi immateriaalioikeuksien, potentiaalinen tehokkaammasta hyödyntämisestä. Nämä pitkälti elinkeinopoliittiset näkökulmat ovat ryhtyneet määrittämään myös kulttuurille erilaisia tarkoituksia ja tehtäviä.

Kulttuurin on jäsenyttävä palveluina ja uuden (taloudellisen vaihto)arvon tuottajana. Kansallisen identiteetin sijaan rakennetaan kansallista imagoa (Valaskivi 2014).

Luovuuspuhe leviää myös taidetta ja kulttuuria koskeviin mietintöihin, strategioihin ja hallitusohjelmiin vaatien mm. immateriaalioikeuksien suojaa, koulutuksen, tutkimuksen ja kehityksen uudelleenjärjestelyjä ja muutoksia verotukseen (Kuusela 2014). Tämä koskee myös kulttuuripolitiikan keskeistä hallinnoijaa, opetus- ja kulttuuriministeriötä sen korostaessa luovuuden merkitystä taloudellisen kasvun välineenä (Lassila; Kaunisharju 2012, 13; vrt. Tarjanne 2012, 34). Muutos käsitteellistää kulttuuria myös eksaktimmin vaikuttaessaan kansainvälisen tilastoinnin perusteisiin (Liikkanen 2014).

Kaikille kertomuksille on kuitenkin vaihtoehtonsa. Kulloisenkin superideologian totuuksista käydään kamppailuja. Esimerkiksi kuvataiteilijalle (Karttunen 2014, 59) markkinatalouden tuotannot rakentuvat esteettiselle elementille eri aistialueiden viettelynä. Lähestymistapa on kauaskantoinen myös nykytilanteen analyysin kannalta. Se palauttaa estetiikan etiikan ja politiikan yhteyteen, josta tämä erityisesti varhaisempien kaunotaiteiden perusteluissa – osana moraaliteknologista hyveellisyyttä – leikattiin irti pyyteettömyyden omalakisyyden piiriin (ks. Reiners & Seppä 1998; Shiner mt.). Karttuselle estetiikan ja politiikan yhteys merkitsee mahdollisuutta haastaa talouden näennäistä objektiivisuutta ja määräävyyttä.

Esteettisiksi kutsuttujen tuotantojen myötä markkinatalous toteuttaa itseään viettelyn taloutena ja ”mysteeriuskontona”, jolloin ”hyvää on se, mikä kouluttaa eniten, se, millä on seuraajia ja julkisuutta” vetonauloinaan ”viettelystä, nautinto ja voitto”. Tällöin ”laatu löydetään viettelyn jättämästä hajuvanasta” – ellei sitten pilkkatuomioiden kautta: ”[K]ahdessa viimeisessä taideoikeudenkäynnissä oikeuteen on vienyt jumalanpilkan uusi muoto, markkinakritiikki” (Karttunen mt., 60).

Trendit, taiteen laatu ja hintamekanismi kietoutuvat toisiinsa. Kun laatu päätellään hinnasta, ”on selvää, että taide ei saa olla poliittista, ei edes todellisuutta

käsittelevää [...]. Teoksen on tänään oltava merkityksenannosta irrotettu, sillä vain niin se näyttää taiteelta. Yhteiskuntakritiikki käy markkinoiden määrittelymän laadun vastakohtasta”. Lopulta oikeutetaan ”elitistis-estetistis-onanistinen taidekäsitys, jossa taiteen tehtäväksi jää viedä kokijansa ylevään huimukseen” (mt., 60–61).

Estetiikka on kuitenkin maailmassa (Määttänen 2012), todellisuuden kokemisessa ja yhteiskunnan tuottamisessa – eikä vain soveltavan tai ympäristöestetikan mielessä. Maailma on myös väistämättä keskeneräinen, jolloin sen tulkinta ja uusintaminen sekä edellyttävät että luovat kiistaa. Kiistan taide – ristiriidan tai osattomuuden ilmaisuna – on kuitenkin markkinataloudelle mahdotonta. ”Markkinat eivät tunne kiistaa, ne tuntevat vain myyvän ja ei-myyvän tuotteen”. (Karttunen mt., 62). Silloin kuitenkin estetiikkaa epäpolitisoidaan ”jotta se näyttäisi viattomalta, vaarattomalta, ei-poliittiselta” (mt.). Mikä on sitten tällaisissa olosuhteissa kulttuuripoliittikkaa, siinäpä kiistanalainen kysymys.

Kulttuurituotanto ajassa

Modernisaatioprosessi on tiivistettävissä yhteiskunnallisen työnjaon, (myös kulttuurialojen) elinkeinoistumisen ja asioiden hallintamentaliteetin tiheytyksenä. Laajassa mittakaavassa lajimme kulttuurin tuotannolla on sangen pitkä historia kädellisten symbolisen toiminnan ensipirroista yhteisöllisten rituaalien, valthovien itsekorostuksen ja kansankerrosten eriytyvän itseilmaisun sekä moninaistuvien taidokkuuksien (yhteisenä juurenaan eritoten käsityöllisyys) kautta uusjaon ajan massiiviseen, monihaaraiseen kulttuuriteollisuuteen.

Kulttuurituotanto on tässä prosessissa hyvin myöhäinen modernin ajan lapsi ja alaa edustava kulttuurituottaja varsinkin professiona suorastaan taaperoinen. Vallan (erityisesti koulutuspolitiikan) tuottamana professio vaikuttaa perustelevalle itsensä ja istuvan sopuisasti sille asetettuun moraaliteknologiseen rooliinsa (Halonen & Mitchell 2012, 29-). Kulttuurituotannolla ja kulttuurituottajalla on ”ammattillinen, manageriaalinen ja välineellinen suhde kulttuuriin [...] kulttuurituotanto tähtää sen taloudelliseen menestykseen” (Häyrynen 2011, 11). Kulttuurituottaja ei silloin erikoistu niinkään kulttuurin tuntemukseen ja avartamiseen kuin sen tuotteistettavuuteen, jakelumekanismiin ja kulutusikäyttäytymisen ymmärtämiseen ja hyödyntämiseen (mt.).

Moraaliteknologian tarkemmassa analyysissä professio osoittautuu käytännössä visioivaa, hankkeistavaa ja verkottavaa kulttuuripitoista liiketoiminnan konsultointia laajemmaksi. ”Kulttuurituotannon ekosysteemissä” avautuu siis mahdollisuuksia Troijan puuhevoselle, estetiikan poliittisille mahdollisuuksille. Kulttuurituottaja nimittäin paitsi ”tuottaa taidetta”, myös ”osallistaa” (muuttaen painopistettä taiteilijan ja yleisön välillä jälkimmäisten suuntaan) ja

”fasilitoi”, siis avaa ja joukkoistaa tuotantoprosessia laajempien yleisöjen sijoittamiseksi (Halonen 2012, 50–51). Tämä toiminta voidaan toki lukea osaksi sellaista moraaliteknologiaa, joka ei varsinaisesti kyseenalaista taloudellisen näkökulman reunaehtoja ja kulttuurin roolia kasvun vasallina (ks. kulttuuri-tuotannon koulutusta koskevia toimenpide-ehtotuksia, Björkqvist et al. 2012, 53–56). Estetiikan, taiteen ja kulttuurin poliittiseksi kokeminen on kuitenkin mahdollista.

Kulttuurituottajan professionille tämä kaikki merkitsee paitsi jo olemassa olevaa kulttuurielämän ja laajemmin kansalaisyhteiskunnan toimintojen edistämistä ja kehittämistä, myös markkinataloudessa tapahtuvaa kulttuurisensitiivisten toimintojen uusintamista uusin ja myös yllättävin näköaloin. Taiteen edellä esittämä kiista, esteettisen kietoutuminen eettiseen ja siis poliittiseen, ruokkii luovuutta rehellisimmillään. Syy on ilmeinen, joskaan ei välttämättä muodikas: luovuus on maailmassa etsimisen, kokeilun, erehtymisen ja löytämisen asialla, siis vapauden sisar. Kulttuurituottaja tuottaakin paitsi kulttuuriesteellisuuden vaihtoarvolla kelluvia tuotteita ja palveluita, myös liiketoimintasuunnitelmiin sitomattomia vapauden ja luovuuden toimintaedellytyksiä sekä kiisteltujen arvojen, näkemysten, kokemusten, ideaalien ja dystopioiden välittämisen ja työstämisen paikkoja ja tiloja. Toisinajattelemisen, toisintoimimisen, toisinelämisen, toisinesittämisen ja toisinolemisen kudoksista ovat ennenkin nousseet toimivimmat ja muutosvoimaisimmat ideat ja aatteet. Jatkossa paitsi kulttuurituotanto ja taide sen sitkeänä osana, myös yrittäjyyden eetos saattaa ilmaantua ennakoimattomissa ja yllättävissä muodoissa ja yhteyksissä.

Hyväksi lopuksi

Eikö markkinatalous ole kuitenkin nykykulttuurin välttämätön edellytys? Eikö talous ole parjatun ”mysteeriuskonnon” sijaan kiistatta kehityksen, edistyksen ja hyvinvoinnin tuottavin voima, joka on kanssamme? Kuten kaikki jumalat, talous paitsi mahdollistaa, myös tuhoaa ja on lisäksi tästä maailmasta, historiallisesta, muuttuvasta ja ehdollisesta. Talouden tieteellis-eksaktia luonnetta on kyseenalaistettu mm. talouskehityksen huonon ennustettavuuden ja sen kaoottisten seurausten johdosta (Silver 2014, 25–53). Talouden sitkeää taipumusta – käyttäen sen omaa kieltä – ulkoistaa tuotantokustannuksia yhä ulommas on kritisoiu siitä häkellyttävän huonosti hyväksytystä näkökulmasta, että toimintaympäristön (planeetan) kantokyky ei enää riitä (Wallerstein et al. 2014; Jackson 2011).

Makrohistorioitsijoiden taholta on vakavasti esitetty, että nykykuotoinen markkinatalous moraaliteknologioineen saattaa olla tiensä päässä, ja edessä on isoja rakenteellisia muutoksia (Wallerstein mt., 238). Luova tuho (Schumpeter) koskee myös taloutta itseään. Äärimmilleen tiivistäen hyödykkeiden hinnoissa tulisi huomioida paitsi institutionalisoituneet suojelukustannukset

(kansallisvaltiot ja hallinto), tuotantokustannukset (siirtomaaekspansio) ja liiketoimintakustannukset, myös ”yhteiskunnallisen ja ympäristön uusintamisen kustannusten liiketoimintaan sisällyttäminen, joka on kyettävä toteuttamaan aidosti maapallon mittakaavassa” (mt.).

Tilanne on historiallisesti sikäli ainutlaatuinen, ettei tarjolla ole selkeää vaihtoehtoista taloudellisesti-yhteiskunnallista järjestelmää. Erityistä on myös se, että tulevaisuus avautuu utooppisten (teknologisten ja uusyhteisöllisten) mahdollisuuksien ja apokalyptisten uhkakuvien (ilmastonmuutos, globaalit sivilisaatiokriisit) ennennäkemättömän laveassa haarukassa. Ihmisen asema on samalla monin tavoin kyseenalaistettu (vrt. Lummaa & Rojola, 2014).

Tässä äärimmäisyyksien ajassa ihmiset kuitenkin yhä edelleen ”nauttivat, kärsivät, rakastavat, vihaavat, tietävät, arvioivat ja ymmärtävät” (Lehtonen 2014a, 304). Tämä - lähes kirjaimellisesti - kieli rikkaasti monimuotoisemmista maailmasuhteista, ihmiskäsityksistä ja niiden uusintamisesta kuin pelkkä nykymuotoinen kuluttaminen peruskäsityksineen antaa ymmärtää. Kiistanalainen maailma on tehtävä edelleen merkitsemään - ja kulttuurituotannolla on siinä oma, tulkitseva, mahdollistava ja välittävä roolinsa.

Lähteet

Björkqvist, Leena et al. (2012). Tuottaja 2020. Kurkistuksia kulttuurituottajan tulevaisuuteen. Leena Björkqvist, Katri Halonen, Laura-Maija Hero, Juha Iso-Aho, Outi Teye & Pekka Uotila. Metropolia Ammattikorkeakoulu.

Halonen, Katri (2012). ”Tuottaja tuottaa taidetta ja yhteisöjä: Tuottajan kolme sfääriä.” Teoksessa Björkqvist et al., 50–51.

Halonen, Katri & Mitchell, Ritva (2012). ”Kulttuurisektorin tuotannollisen koulutuksen nykytila ja opetussuunnitelmissa asetettujen tavoitteiden lähtökohdat.” Teoksessa Björkqvist et al., 29–33.

Heikkilä, Suvi (2013). ”Arvokas kulttuuri? Kulttuurisen vaikuttavuuden arviointi kulttuurin arvottajana.” Teoksessa Teppo Eskelinen ja Suvi Heikkilä (toim.). Talous ja arvo, 118–145. SoPhi.

Hobsbawm, Eric (1999). Äärimmäisyyksien aika. Lyhyt 1900-luku (1914–1991). Vastapaino.

Häyrynen, Maunu (2011). ”Mukana menossa kulttuurituotanto.” Teoksessa Maarit Grahn ja Maunu Häyrynen (toim.). Kulttuurituotanto. Kehykset, käytäntö ja prosessit, 7–22.

Jackson, Tim (2011). Hyvinvointia ilman kasvua. Rajallisen planeetan taloustiede. Helsingin Sanomat.

Karttunen, Ulla (2014). ”Epäpoliittiseksi tekeytymisen taide: estetiikan politiikka ja politiikan estetiikka.” *Kulttuurintutkimus* 31:2, 59–62.

Kaunisharju, Kirsi (2012). ”Puheenvuoro: Kulttuurituotannon rooli luovan talouden kehittämisessä.” Teoksessa Leena Björkqvist et al. 2012, 13.

Kuusela, Hanna (2014). ”Luovuuden uusi aalto.” Teoksessa Lehtonen 2014b, 95–123.

Lassila, Ahti (2014). ”Epäpyhä allianssi – Luovuus taloudessa ja talous kulttuurissa.” Teoksessa Lehtonen 2014b, 124–143.

Lehtonen, Mikko (2014a). Maa-ilma. Materialistisen kulttuuriteorian lähtökohtia. Vastapaino.

Lehtonen, Mikko (2014b). ”Tehtävä kulttuurille?” Teoksessa Mikko Lehtonen, Katja Valaskivi ja Hanna Kuusela (toim.). *Tehtävä kulttuurille. Talouden ja kulttuurin muuttuvat suhteet*, 11–38. Vastapaino.

Liikanen, Mirja (2014). ”Tilastot kulttuuripoliittisen käänteen palveluksessa.” Teoksessa Lehtonen 2014b, 144–170.

Lummaa, Karoliina & Rojola, Lea (2014) (toim.). *Posthumanismi. Eetos*.

Määttänen, Pentti (2012). Taide maailmassa. Pragmatistisen estetiikan lähtökohtia. Gaudeamus.

Nieminen, Hannu (2014). ”Tiedollisten yhteismaidien lyhyt historia – Tiemerkkinä Suomi.” Teoksessa Lehtonen 2014b, 39–68.

Pirnes, Esa (2008). Merkityksellinen kulttuuri ja kulttuuripolitiikka. Laaja kulttuurin käsite kulttuuripolitiikan perustana. *Jyväskylä Studies in Education, Psychology and Social Research*.

Pyykkönen, Miikka (2014): *Ylistetty yrittäjyys*. SoPhi.

Reiners, Ilona & Seppä, Anita (1998)(toim.). *Etiikka ja estetiikka*. Gaudeamus.

Saukkonen, Pasi (2013). Vankka linnake, joustava sopeutuja vai seisova vesi? *Suomalaisen kulttuuripolitiikan viimeaikainen kehitys*. Cupore.

Shiner, Larry (2001). *The Invention of Art*. The University of Chicago Press.

Silver, Nate (2014). Signaali ja kohina. Miksi monet ennusteet epäonnistuvat, mutta jotkin eivät. Terra Cognita.

Tarjanne, Petra (2012). ”Puheenvuoro: Tulevaisuuden tuottaja.” Teoksessa Björkqvist et al., 34.

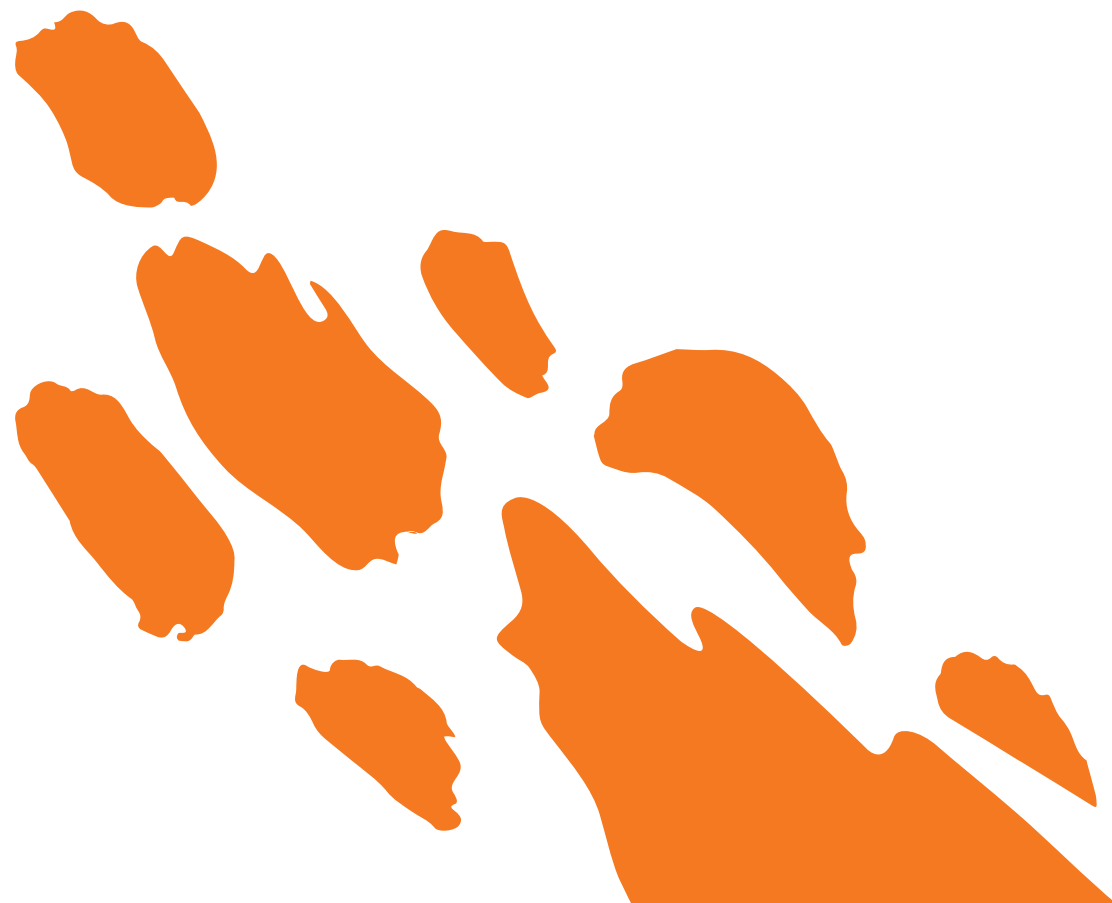
Valaskivi, Katja (2014). ”Brändikansakunnan kulttuuri.” Teoksessa Lehtonen 2014b, 195–222.

Wallerstein et al. (2014). ”Järki käteen.” Teoksessa Immanuel Wallerstein, Randall Collins, Michael Mann, Georgi Derluguian, Craig Calhoun. Onko kapitalismilla tulevaisuutta? Gaudeamus / Vastapaino.

Williams, Raymond (1976). Keywords. A Vocabulary of Culture and Society. Flamingo.

3

Pekka Vartiainen:
Kulttuurituotannon uudet vaatteet



Viitisen vuotta sitten kulttuurituottajakouluttajien yhteisessä tutkimushankkeessa Tuottaja 2020 nostettiin esille lukuisia alaa muokkaavia megatrendejä. Näissä elämyksellisyys, uusyhteisöllisyys, virtuaalitodellisuus, monikulttuurisuus ja globalisaatio, yhteistuotantojen korostuminen sekä kaupunkitilojen uusiokäyttö muodostivat jonkinasteisen ilmiökorokkeen, josta tulevaisuudessa siirrytään uuteen aikaan ja vanhasta pois. (Björkqvist, Halonen et al. 2012.)

Jokainen voi todeta, että tänään nuo kaikki ovat osa päivittäistä arkeamme. Tapahtumatuotannon ydintä on palvelutuotanto, jossa elämyksellisyttä tavoitellaan yhdessä asiakkaan kanssa työskennellen, jo tuotantoprosessin alkuvaiheessa. Rutiininomaiseksi muodostunut teknologian käyttö asettaa tuotannon suunnittelijat niin ikään haasteelliseen tilanteeseen, kun ihmisten huomiosta kilpaillaan mitä moninaisemmin keinoin. Modernin ajan kansainvaellusten myötä monikulttuurisuudesta on tullut todellisuutta myös senkaltaisissa maissa, joissa kansallisella kulttuurilla on ollut pitkään määräävä asema. Erilaiset yhteisöllisyyttä ja julkisten tilojen spontaania käyttöönottoa tukevat ”happeningit” ovat nekin arkipäiväistyneet. Kun verovaroin tuetun kulttuurituotannon painopistettä ollaan rahoituksen osalta siirtämässä yksityiselle sektorille ja uusien rahoitusmallien, kuten joukkorahoituksen, suuntaan, yhteistuotannoille on avautunut väylä, jonka olemassaolosta kuiskivat muutama vuosi sitten vain muutamat heikot signaalit.

Slush

Esimerkkinä siitä, miten ilmiöt, tekijät ja alat kiertyvät tänään DNA-ketjun tavoin toistensa ympärille, voidaan pitää Helsingissä toteutettavaa kasvuyritystapahtumaa Slush. Tapahtuma on kasvanut lyhyessä ajassa maailmanluokan kokoon. Kun ensimmäisessä Slushissa Helsingissä vuonna 2008 paikalla oli parisataa osallistujaa, kolmen vuoden kuluttua määrä oli jo tuplaantunut ja 2013 häytyeltiin 10 000 osallistujan rajaa.

Marraskuussa 2015 paikalle saapui 15 000 osallistujaa, tuhansia startup-yrittäjiä, suurten teknologiayritysten johtajia ja pääomasijoittajia. Puhujakorokkeelle nousi limupullojen varjoista rikkauksiin nousseita pelialan yrittäjiä, EU-tason edustajia, globaalien media- ja teknologiayritysten kärkinimiä ja valtiovallan kaapuihin pukeutuneita kansallisen ideologian tai perinteisemmän ”savupiipputeollisuuden” lähettiläitä. Olipa paikalle saatu jopa Ruotsin prinssi puhumaan yrittäjyyden, teknologian, kasvun ja uuden

maailmanjärjestyksen puolesta, puhumattakaan Suomen presidentistä. Kun pisteenä iin päällä tai ylimpänä kirsikkana kakussa tapahtumalle luovutettiin loppuvuodesta 2015 tasavallan presidentin kansainvälistymispalkinto. Suomen Strategisen Johtamisen Seuran vuoden strategiateko -palkinnon Slush oli saanut jo vuotta aiemmin. (Slush 2015).

Kiitos median laajan huomion Slushin sanoma ei ole jäänyt keneltäkään piiloon. Suomen keskeisimmät mediatalot (Sanoma, YLE) rummuttivat tapahtumaa kaikin käytettävissään olevin keinoin. (YLE 2015). Vuonna 2014 paikalla oli kansallisen median ohella satoja lehtimiehiä ja muita toimijoita lähes viidestäkymmenestä maasta, joiden uutispeitto kattoi 190 miljoonaa ihmistä eri puolilla maailmaa. Tästä tuskin jäätii paljon tämänkään vuoden osalta. Uutisoinnissa oli hurmoksellista paatosta, kun kasvuyrityksille ja sel-laisiksi tähtääville annettiin tunteja ja minutteja ja tilaa medioissa. Kuvat, sanat, tunnelmat kertoivat jostakin tärkeästä, josta kaikki halusivat olla osa.

Slush oli elämys, tai siitä tehtiin elämys. Tässäkin mielessä se oli tyypillinen esimerkki nykyaikaisesta yleisötapahtumasta. Slush oli myös monialainen tapahtuma, jossa perinteisiä alakohtaisia rajoja loukattiin hymyssä suin. Yrittäjyyden maailmassa kaikki ovat yhtä perhettä; asenne ja avoimuus ratkaisevat, ehkä jopa enemmän kuin varsinainen myytävä tuote. Globalisaatio, markkinavetoisuus, talous ovat synonyymejä kulttuurille, josta me kaikki voimme vuolla oman siivumme.

Slushin kaltaisia tapahtumia on itse asiassa vaikea määrittää perinteisen alakohtaisen tai edes asiakaskohtaisen näkökulman kautta. Tapahtuma on suunnattu pääsääntöisesti yrittäjille ja sijoittajille, mutta myös niille, joita tuo maailma kiinnostaa muuten vain. Teknologia- ja peliteollisuusve-toisuus houkuttelee sekin paikalle kävijöitä, joilla on mielessään ehkä vain halu kuulostella sitä, missä alalla parhaillaan mennään ja mitä on tulossa. Huippupoliitikkojen, rock-tähti-luokkaan nousseiden nuorten yrittäjien ja muiden julkisuudesta tuttujen henkilöiden tunnistaminen tekevät nekin Slushista kiinnostavan.

Eri alojen kirjo on Slushissa huomattava. Talous, teknologia ja tunteet yhdis-tävät niin hoitoalalla, koulutuksessa kuin kaupan, turvallisuusalan, pelien tai sijoitustoiminnan parissa työskenteleviä toimijoita. Perinteisen kulttuurialan (taiteet) edustajien on niin ikään yhä vaikeampi karsinoida itseään jonkin sellaisen ulkopuolelle, josta koko muu maailma vaikuttaa saavansa käyttö-voimansa. Kulttuurin määritelmät saavat tästä alojen, trendien ja tekijöiden sekoittumisesta kyytiä. Laajasti katsoen kulttuurista on tullut oma taloudelli-nen, sosiaalinen ja poliittinen ekosysteeminsä.

Tämän nk. kulttuuriekologisen (cultural ecology) näkemystavan lähtökoh-tana on tarve nähdä kulttuurisektori ekologisena kokonaisuutena, jossa – metaforisen lähtökohtansa mukaisesti – taidetta ja kulttuuria tuotetaan

ja kulutetaan monimutkaisten vuorovaikutussuhteiden vanavedessä: raha, ideat, taiteen sisällöt, tuotannon monet polut ja alalla työskentelevät ihmiset kulkevat monia teitä toisiaan sivuten, toisiaan väistellen, ja merkityksiä kulttuuriin tuottaen. Ekologisessa vuorovaikutussuhteessa kaikki vaikuttaa kaikkeen. Kulttuuri on organismi. (Holden 2015, 2-4.)

Tavallaan onkin harmillista se, miten vähäiselle mielenkiinnolle Slushin kaltaisessa tapahtumassa jäävät kulttuuriset näkökohdat. Tästä suurimmat moitteet voinee osoittaa kulttuuriväelle itselleen. Tuntuu siltä kuin kulttuurialan monet perinteiset toimijat – muutkin kuin taiteentekijät – olisivat jääneet sivustaseuraajiksi maailman kulkiessa omia polkujaan.

Onneksi näin ei aivan ole. Luovat toimialat (ks. Luovat alat 2010) ovat hyvin edustettuina myös Slushissa, jossa mainonnan, markkinoinnin, muotoilun, peli- ja viestintäalan edustajat saavat kyllä näkyvyyttä ja äänensä kuuluville. Toinen kysymys on tietenkin se, miten on näiden laita kulttuurialan edustavuuden näkökulmasta. Elämysteollisuudessa tai sisältöliiketoiminnassa ei sellaisenaan välttämättä nähdä kulttuurialan ydinosaamista, eikä kulttuurille osata tai ymmärretä luovuttaa yksittäisiä mikrosysteemeitä ylläpitävää roolia.

Uudet vaatteet

Tuottaja 2020 -hankkeessa lähdettiin pohtimaan ja tarkastelemaan tuottajan toimenkuvaan kytkeytyvää profilia ja ennakoimaan niitä muutoksia, joiden pohjalta kulttuurituottajat tulevaisuudessa työtään tekevät. Tuloksena syntyi lukuisia toimenpide-ehdotukseksi luokiteltavia selvityksiä ja alaa kehittävien näkymien julkituontia. Kouluttajat ja tutkijat häärivät ilmiön parissa kuin sadun räätälit höperön keisarin ympärillä ilmaa parsien ja neuloen.

Hassu ja turhamainen keisari on tässä tapauksessa historiastaan, asemastaan ja kuvitellusta arvokkuudestaan huolta pitävä kulttuuri, jota käytetään milloin minkäkin ideologisen tai ohjelmallisen päämäärän asianajajana. Kulttuuria kaivataan ja sitä kumarretaan, kun tulee aika ja paikka jollekin muulle.

Käsitteen laajan määrittelyn mukaan kulttuuriin sisältyvät inhimillisen vuorovaikutuksen kaikki muodot, joten siltä pohjalta tarkasteltuna ainoa, mikä katoaa kuvasta, on keisari itse. Mitä upeimmasta silkistä ja sametista leikatut housut, takki ja viitta piirtyvät meidän silmiemme eteen, mutta niiden alta on vaikea nähdä komeuden kantajaa.

Sadussa keisaria ja tämän lähipiiriä hujattiin uskottelemalla, että maailman ihanimmasta kankaasta valmistetut vaatteet näkyivät vain kaikkein viisaimmille ja pystyvimmille. Akateemiseen keskusteluun kuuluu

tietenkin väitteen ja vastaväitteen kautta etenevä argumentointi, joten kulttuuriteoreettisessa keskustelussa petetyksi tulemisen vaaraa ei pitäisi olla. Pikemminkin tuntuu siltä, että teoreettisten juhlakulkueiden varrelle on sijoittunut enemmän niitä pieniä lapsia, jotka ”viattomuudessaan” (ja suoparaisuudessaan) näkevät kaiken koreuden alta pilkottavan totuuden.

Mutta näitä kulttuuria vaatettavia kankureita riittää – ja hyvä niin. Ilman heitä keisarimme jäisi pimentoon ja pysyisi piilossa. Huomionarvoisinta tässä kaikessa vaatettamisessa ja keikaroinnissa ovatkin juuri nuo vaatekappaleet ja niiden valmistusta myötäilevät koreografiat, olivat ne sitten todellisia tai eivät.

Kulttuurituotannollista keskustelua ovat viime aikoina hallinneet tekijät, joista monia nostettiin esille jo Tuottaja 2020 -hankkeessa. Maailma muuttuu silmiemme edessä ja kulttuuri sen myötä. Yksikään itseään kunnioittava kulttuurialan työntekijä ei voi olla tänään näkemättä tai kuulematta tuotannoista, joissa on otettu huomioon yleisön osallistaminen, se miten toiminnoissa on lähdetty hakemaan yhteisöllisyyden kokemuksen vahvistamista monialaisuutta tukevien työvälineiden avulla ja digitaalista teknologiaa hyödyntäen. Kulttuurin uudet yleisöt ovat niin ikään niitä, jotka on saatava mukaan yhteiseen paraatiin. Ketään ei saa jättää syrjästakatojaksi.

Kulttuurituotannon iskusanat ja hokemat ovat alalle yhteisiä. Tämän voi hyvin todeta vaikkapa kulttuurituotannon ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetöistä. Nämä tutkimukselliset kehitystyöt valmistuvat läheisessä yhteistyössä työelämän kanssa, ja ovat usein tilauksesta laadittuja selvityksiä toteuttavista käytännöistä ja niiden paremmasta hyödynnettävyydestä. Koulutusta on toteutettu sen käynnistämistä lähtien (2010) yhteistyössä Humanistisen ammattikorkeakoulun ja Metropolia ammattikorkeakoulun kanssa.

Koska kyseisiä opinnäytetöitä valmistellaan yhdessä työelämän kanssa, voidaan olettaa, että niiden sisällöt ovat kiinnittyneet tiukasti kentän toimijoiden toiveisiin ja näkemyksiin alan kehittämistä. Pikaisenkin läpisilmäyksellä (ks. Theseus.fi) voi huomata, miten töiden aihepiireissä toistuvat palvelumuotoiluun lähellä olevat ajatukset asiakkaiden sitouttamisesta yrityksen tai organisaation tavoitteisiin, niiden menetelmien tunnistaminen ja kehittäminen, joiden avulla yleisiä strategisia tai toiminnallisia malleja jalkautetaan joko työntekijöiden tai yleisöjen suuntaan tai toimialojen rajapintatyöskentelyn innovointi. Uudet sponsorointikeinot, digitaaliset toimintaympäristöt, monikulttuurisuuskytokset, sosiokulttuuristen menetelmien testaaminen tai osallistamisen eri muodot osana yleisötyötä löytyvät niin ikään töiden kehityksellisestä työkalupakista.

Kulttuurituotannon tutkimuksellinen ja kehityksellinen kenttä reflektoi siten kulttuurialan yleistä tilaa sangen suoraan. Slushin kaltaisten tapahtumien tehtävänä on puolestaan demonstroida nykyhetkeen ankkuroitunutta tapahtumatuotannon kulttuurista tilaa. Talous, teknologia, elämyksellisyys ja toimintakulttuuria määrittävien rajojen ylitykset ovat ne kuosit, jotka yllään kulttuuri jatkaa kulkuaan. Huomiotakin se saa ainakin omaksi tarpeekseen.

Matkan varrelle saattaa tosin eksyä myös niitä, jotka näkevät asiat toisin, tai ehkä vain kulttuuriset ilmiöt niiden kaikessa alastomuudessaan.

”- Mutta eihän hänellä ole vaatteita ensinkään! sanoi pieni lapsi. Herranen aika, kuuluu nyt, mitä tuo viaton lapsi sanoo! virkkoi lapsen isä, ja sanoja kuiskattiin suusta suuhun. - Hänellä ei ole vaatteita ensinkään! huusi vihdoon koko kansa. Keisarin selkää karmi, sillä hänestäkin kansa oli oikeassa, mutta hän ajatteli:- Kyllä minun täytyy kestää tämä loppuun asti. Ja hän ojentui entistä ylpeämmäksi ja kamariherrat kan-toivat laahusta, jota ei ollut ensinkään.” (Andersen 2014.)

Lähteet

H. C. Andersen. Keisarin uudet vaatteet ja muita satuja. Gummerus 2014.

Holden, John (2015). The Ecology of Culture. A Report commissioned by the Arts and Humanities Research Council’s Cultural Value Project. Art’s & Humanities Research Council.

Luovat alat (2010). Fact sheets – Luovat alat. Hermia Oy.

Slush 2015. <http://www.slush.org/>. Viitattu 22.11.2015.

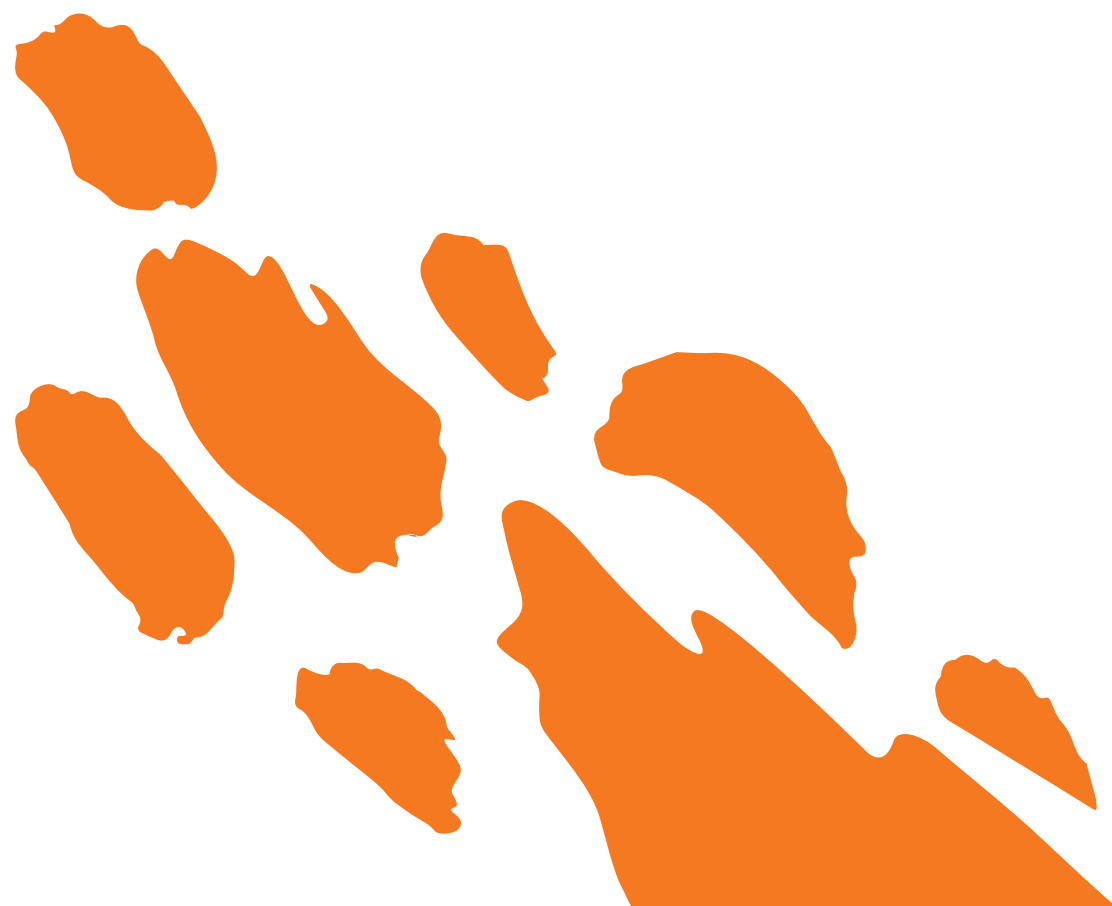
Theseus.fi. <https://www.theseus.fi/handle/10024/2066/browse>. Viitattu 22.11.2015.

Björkqvist, Halonen et al. (2012). Tuottaja 2020. Kurkistuksia kulttuurituottajan tulevaisuuteen. Leena Björkqvist, Katri Halonen, Laura-Maija Hero, Juha Iso-Aho, Outi Teye & Pekka Uotila (toim.). Metropolia ammattikorkeakoulu.

YLE 2015. <http://yle.fi/aihe/slush>. Viitattu 22.11.2015.

4

Juha Iso-Aho:
**Palvelukseen halutaan:
Kulttuurimatkailutuottaja**



Osaisitko nimetä kotimaisen, valmiiksi paketoitun ja laadukkaan kulttuuri-matkailutuotteen Suomeen matkustavalle ulkomaiselle ystävällesi? Sellaisen, johon hän voisi ymmärtämällään kielellä etukäteen tutustua, ja jonka hän voisi varata sekä maksaa ennen matkalle lähtöään.

Kulttuurimatkailun kehittämistä Suomessa Visit Finlandin alaisuudessa ohjaavan ja koordinoivan valtakunnallisen katto-ohjelman Culture Finlandin yhtenä tavoitteena on ollut koota yhteen suomalaisten kulttuurimatkailutuotteiden TOP100 -lista. Listalle pääsyn kriteereiksi on asetettu seuraavat: kulttuurinen sisältö yhdistettynä matkailupalveluun (majoitus, ruokailu, kuljetus, ohjelmapalvelu), tuote löytyy verkosta palvelun tuottajan ja/tai myyjän sivuilta selkeästi hinnoiteltuna ja tuote on tarjolla englanniksi tai muulla kohdemaan kielellä. Tavoitteena on ollut, että nämä peruskriteerit täyttävistä tuotteista muodostetaan laadun ja kiinnostavuuden perusteella sadan parhaan lista ja niistä edelleen TOP10 lista (Suomen kulttuurimatkailun TOP 10). Listan kärkituotteet saavat muun muassa muita laajempaa näkyvyyttä kansainvälisessä markkinoinnissa. Tuotteissa tarkastellaan erikseen myös soveltuvuutta ryhmä- ja yksittäismatkailijoille. Listaa on tarkoitus päivittää noin vuoden tai kahden välein.

Kartoitustyön vasta alettua vuoden 2015 aikana havahduttiin kuitenkin pian siihen tilanteeseen, että sadan, yllä mainitut kriteerit täyttävän tuotekokonaisuuden löytäminen Suomesta on erittäin vaikeaa, saati että niistä päästäisiin valitsemaan parhaat päältä. On kenties hyviä kulttuurisisältöisiä tuotteita, mutta niitä ei ole saatavissa paketoituna matkailupalvelujen kanssa. Joskus saatavuus on epävarma tai liian epäsäännöllinen. Usein kieliversiot puuttuvat. Ja ne toimivat, päivitetty verkkosivut ovat valitettavan usein vasta suunnitteilla tai tekeillä.

Culture Finlandin piirissä tilannetta on pyritty kohentamaan esimerkiksi tiedottamisella ja tuotteistamiskoulutuksilla. Sataan huipputuotteeseen on kuitenkin vielä pitkä taival, joten muitakin keinoja on lähdetty etsimään aktiivisesti. Yksi johtopäätös on ollut, että kulttuurimatkailun kentältä puuttuvat tuottajat, jotka toimisivat linkkeinä kulttuuritoimijoiden ja matkailuelinkeinon välillä sekä ottaisivat tuotekehityksen ja markkinoinnin tehtäväkseen.

Tässä on positiivinen haaste niin kentällä jo toimiville kulttuurituottajille kuin kulttuurituotannon kouluttajillekin. Matkailu on globaalisti yksi nopeimmin kasvavista elinkeinoista ja erityisesti kansainvälisessä matkailussa kulttuurin voimavarat muodostavat tärkeän osan kohteen vetovoimaa ja niiden tarjonta

on näkyvällä sijalla. Myös matkailun trenditutkimukset Euroopassa osoittavat matkojen teemoittamisen kiinnostuksen lisääntyvän (Kulttuurimatkailun kehittämisstrategia kansainvälisille markkinoille 2014–2018.).

Jo jonkin aikaa on ollut nähtävissä kehitys, jonka myötä kulttuurituottajien työkenttä laajenee koko ajan taiteen ja kulttuurin aloilta muille toimialoille sekä erityisesti toimialojen rajapinnoille. Matkailu olisi tuottajille elinkeinonäkökulmasta merkittäviä mahdollisuuksia tarjoava laajenemissuunta.

Mitä kulttuurimatkailu on?

Kauppa- ja teollisuusministeriön vuonna 2006 laatiman ja edelleen tuoreimmassakin matkailustrategioissa käytettävän määritelmän mukaan

Kulttuurimatkailussa tuotetaan alueellisia ja paikallisia kulttuurin voimavaroja arvostaen matkailutuotteita ja -palveluja paikallisille ja alueen ulkopuolisille ihmisille liiketoiminnallisin perustein. Tavoitteena on luoda elämyksiä ja mahdollisuus tutustua näihin kulttuurisiin voimavaroihin, oppia niistä tai osallistua niihin. Näin vahvistetaan ihmisten identiteetin rakentumista, sekä oman että muiden kulttuurien ymmärrystä ja arvostusta. (Suomen matkailustrategia vuoteen 2020.)

Paikallinen ja alueellinen käsitetään tässä määritelmässä laajasti niin, että vaikkapa oopperaesitys tai festivaali voi olla esittäjien/säveltäjien ym. osien osalta kansainvälinen, mutta sen ympäristö, lisäelementit ja esitys- tai toteutustapa kommunikoivat suomalaisuutta tai saavat vaikutteensa suomalaisuudesta. Esimerkiksi pääosa Kuhmon Kamarimusiikin ohjelmistosta on klassista eurooppalaista taidemusiikkia, mutta tapahtuman miljö ja henki ovat vahvasti suomalaiseen maisemaan ja elämäntapaan sidoksissa.

Valtakunnallisen matkailustrategian kulttuurityöryhmä määritteli kulttuurimatkailun voimavaroiksi seuraavat: paikan henki sekä kaikki ihmisen aikaansaama ja muokkaama tieteessä, taiteessa, teknologiassa ja elinkeinoissa: historia, kulttuurimaisemat, rakennettu ympäristö, arkeologiset kohteet, museot, esittävä taide, visuaalinen taide, tapahtumat, käsityö, kieli, maut, perinteet, tavat, arvot, aatteet, elämäntyyli, uskonto, luonteenpiirteet sekä saavutukset tieteessä, taiteessa, teknologiassa ja elinkeinoissa (Kulttuurimatkailun kehittämisstrategia kansainvälisille markkinoille 2014–2018). Tuotteistettavaa kulttuurimatkailun kehittäjille on yllin kyllin.

Kulttuurimatkailussa on siis yhtä aikaa kyse liiketoiminnasta ja kulttuuristen voimavarojen esiin nostamisesta. Tuotteiden tasolla kyse voi olla asiakkaan näkökulmasta perinteisestä vastaanottamisesta tai sitten osallistumisesta ja oppimisesta. Kolmanneksi KTM:n määritelmä sisältää identiteetin

rakentamiseen ja eri kulttuurien arvostukseen sisältyvän eetoksen. Näistä aineksista pitäisi kyetä rakentamaan kulttuurimatkaluotantoa, joka on kulttuurisesti ja eettisesti kestävä, mutta myös liiketaloudellisesti kannattavaa.

Työ- ja elinkeinoministeriön vuonna 2014 käynnistämän Matkailun kärkihankkeen työpajoissa hahmoteltiin suomalaisen matkailun SWOT-analyysejä matkailun tiekartan 2015 - 2025 laatimiseksi. Kulttuurin ja luovien alojen osuus pitkissä listoissa ei ollut kovin suuri, mutta kiinnostava suomalaisen matkailuväen kulttuurinen omakuva siitä voidaan kuitenkin erottaa.

Vahvuuksiin löydettiin tarinat: Joulupukki, Muumit, Kalevala, Angry Birds; suomalaisen kulttuurin omintakeisuus sekä luovat alat: kulttuurituotanto, media, pelit, viestintä, design. Heikkoudeksi mainittiin, että kulttuurin ja muiden luovien alojen potentiaalia ei ole hyödynnetty. Mahdollisuuksina nähtiin kulttuurimatkailu, suomalaiset tarinat sekä luonto ja kulttuuri hyvinvointimatkailun perustana. Uhkia ei kulttuuriin ja luoviin aloihin liittyen matkailun kontekstissa tunnustettu. (Yhdessä enemmän - kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun, 2015).

Myös nämä laajaan toimijajoukon tuottamat kirjaukset vahvistavat käsitystä siitä, että kulttuuri nähdään toimialalla positiivisena potentiaalina matkailun kehittämisessä. Kulttuurin tehokkaampaan hyödyntämiseen matkailussa seuraavan vuosikymmenen aikana kohdistuu paljon odotuksia.

Kohti kulttuurimatkaluotantoa

Kulttuurimatkailun kehittämistä on ohjannut ja koordinoitunut vuodesta 2011 lähtien valtakunnallinen Culture Finland -katto-ohjelma. Se on valtion rahoittaman Finpro ry:n matkailusta vastaavana yksikkönä toimivan Visit Finlandin ohjauksessa toteutettava kokonaisuus, jota hallinnoi Finland Festivals ry. Katto-ohjelman toiminnan rahoittavat yhdessä Opetus- ja kulttuuriministeriö ja Visit Finland. Culture Finland -ohjelman tavoitteena on lisätä Suomeen suuntautuvaa ja Suomessa tapahtuvaa kulttuurimatkailua edistämällä kulttuuri- ja matkailualoilla toimivien tahojen yhteistyötä uusien, houkuttelevien kulttuurimatkaluotteiden ja -palveluiden synnyttämiseksi. (Visit Finland verkkosivusto.)

Vuodelle 2015 Culture Finland -katto-ohjelma määritteli toiminnan painopisteiksi seuraavat:

- Tuotekehitystoiminta
- Kulttuurituottajan rooli
- Ruokamatkailustrategia

- Kulttuurireitit ja matkailutiet
- Top100-tuotteiden kokoaminen
- Top10-tuotteet, valmiita jakelukanaviin ja kansainvälisille markkinoille
- Sibeliuksen juhlavuosi

Kulttuurituottajien entistä vahvempi integroiminen kulttuurimatkailun kenttään nähdään tärkeänä osatekijänä, joka itse asiassa läpäisee myös kaikki muut kehittämisen kohteet. Tällä hetkellä tilanne on kuitenkin se, että kulttuurimatkailutuotannon kentällä kysyntä ja tarjonta eivät kohta, toisin sanoen markkinoilla ei ole riittävästi matkailuelinkeinon kanssa tehtävästä yhteistyöstä kiinnostuneita kulttuurituottajia. Ratkaisuksi tähän ongelmaan on pohdittu esimerkiksi erillisen erikoistumiskoulutustyyppisen valmennuksen aloittamista kulttuurimatkailutuottajille. Toisena vaihtoehtona tähän eurooppalaisellakin tasolla tunnistettuun ongelmaan on esitetty kulttuurimatkailun sisällyttämistä vahvemmin kulttuurituottajakoulutuksen opetussuunnitelmaan:

Besides the willingness to cooperate with providers of tourism services, resources such as competence in developing and implementing a cultural tourism marketing concept are essential. This requirement represents a special challenge for the cultural sector as, so far, the majority of the players are not used to dealing with tourism affairs. So, with a view to the future it is up to lecturers to integrate cultural tourism into the curriculum of cultural management courses. (Pröbstle 2011, 116.)

Kulttuurimatkailutuotannon kehittämisessä on kysymys, mihin kulttuurimatkailua tutkinut Yvonne Pröbstlekin edellä viittaa, myös eri toimialojen toimintakulttuurien yhteensovittamisesta. Sanana kulttuurimatkailu kalskahtaa luontevalta, mutta se saattaa kätkeä sisälleen yllättävänkin suuria näkemyseroja, joiden parissa tuottajan on opittava toimimaan.

Kulttuurin ja matkailun välistä siltaa rakentaessaan kulttuurimatkailutuottaja osallistuu Euroopan komission vuonna 2012 annetussa tiedonannossa ”Kulttuurialalta ja luovilta toimialoilta kasvua ja työpaikkoja EU:lle” määriteltyjen tavoitteiden toimeenpanoon. Komission tiedonannossa todetaan, että kulttuurin vuorovaikutuksen suhteessa muihin aloihin, kuten matkailuun, tulisi olla dynaamista, jotta olisi mahdollista saada aikaan synergie-etuja, uusia ratkaisuja ja yritystoimintaa. Tässä kohdin tiedonanto edustaa laajempaa näkemystä kuin komission kaksi vuotta aiemmin julkaisema ns. ”vihreä kirja”, jossa matkailu oli vielä rajattu pois kulttuuriteollisuuden ja luovan teollisuuden määritelmästä. (Lehtimäki, 2012.)

Mitä kulttuurimatkailutuottaja tekee?

Finland Festivalin toiminnanjohtaja Kai Amberla on todennut, että festivaalit eivät aina tule muistaneeksi, että ne ovat kulttuuritoiminnan ohella mukana ”armottomassa ja aggressiivisessä liiketoiminnassa, nimittäin matkailubisneksessä” (Amberla 2011, 72). Tämä on mielenkiintoista, koska kaikista kulttuurituotteista juuri festivaalit perustuvat eniten siihen, että ne houkuttelevat yleisöään matkojen päästä (useimmiten) kerran vuodessa saapumaan tapahtumapaikkakunnalle. Ja kun yleisö saapuu, se on asiakkaana paitsi itse tapahtumassa, jossa kulttuurisisällön lisäksi tarjotaan asiakkaalle oheispalveluja, myös paikkakunnan matkailu- ja palveluyrityksissä.

Matkailuyhteyden unohtaminen on sekä käytännön toimintaan että identiteettiin liittyvä asia. Kulttuuritapahtuman järjestäjät usein huolehtivat festivaalin sisällöstä pieteetillä, mutta asiakkaiden palveluketjun muiden osien osalta toiminta on satunnaisemmalla tasolla, eikä yhteistyökuvioita esimerkiksi muiden matkailutoimijoiden kanssa ole totuttu rakentamaan. Tapahtumajärjestäjillä on useimmiten myös kulttuuri-ihmisen, jopa taiteilijan ammatti-identiteetti, ei matkailutoimijan tai varsinkaan yrittäjän.

Ongelma on toki kaksisuuntainen. Myöskään matkailutoimijat eivät aina osaa tai halua nähdä kulttuuritapahtumia merkityksellisinä oman toimintansa kannalta. Ei vaikka erilaiset tapahtumat voisivat olla tuotteistettavissa osaksi matkailuyritysten myymää palvelukokonaisuutta useammalla kuin yhdellä tavalla. Silloinkin, kun tapahtuma ei ole varsinainen syy tulla paikkakunnalle, se voi olla mahdollisuus tarjota kiinnostava oheispalvelu tai eksklusiivinen näkymä paikalliskulttuuriin (ks. esim. Iso-Aho 2011, 107 – 108).

Mutta palaan vielä mainitsemaani ammatti-identiteetikysymykseen. Oman kokemukseni mukaan kulttuurituottajat ovat näihin aikoihin saakka olleet vain harvoin kiinnostuneita matkailuelinkeinosta toimintakenttänä ja taiteilijat ehkä vielä harvemmin. Siihen on useita syitä, joita on hyvä pohtia hiukan tarkemmin. Taiteen tekemisen ja liiketoiminnan logiikassa on paljon yhteistä, mutta erityisesti terminologia, jota käytetään, on totaalisen erilainen. Seuraavassa vertailussa kuvataan tietoisesti kärjistäen taiteen tekemisen ja liiketoiminnan prosesseja niille molemmille ominaisin termein.

Kun taiteellinen prosessi lähtee liikkeelle ideasta, haetaan liiketoiminnan pohjalle liikeideaa. Siinä missä taiteellisen luomisen pontimena on itseilmaisuuksisuus, on liiketoiminnan tarkoitus vastata markkinoilla olevaan kysyntään. Kun taiteilija luo, elinkeinotoimija testaa ja tuotekehittää. Taiteenalasta jonkin verran riippuen taiteen puolella seuraava vaihe on yksittäisen teoksen toteuttaminen (nykytanssiteos, teatteriesitys, pronssiveistoksen valu), liiketoiminnan puolella taas (sarja)tuotannon aloittaminen. Tai jos kyse on palvelutuotteesta, tuotekortin laatiminen.

Tässä vaiheessa prosessin tuloksena on taiteen puolella syntynyt teos, liiketoiminnan puolella tuote tai palvelu. Taideteoksen ydinominaisuuksiin kuuluu useimmiten ainutkertaisuus (uniikkiteos, rajattu esityskausi), kun liiketoiminnan puolella on tavoitteena toistettavuus ja sarjatuotanto. Taiteilija asettaa teoksensa esille, elinkeinotoimija pyrkii järjestämään tuotteelleen tehokkaan jakelun.

Taiteellisen prosessin päämäärä on taide itse, liiketoiminnallisen prosessin päämääränä on hyödykkeiden tuottamisen aikaansaama taloudellinen lisäarvo. Taidemaailmassa teoksen julkistamisen jälkeen seurataan ensisijaisesti sen saama vastaanotto ja kritiikkiä, liiketoiminnassa tuotteen tai palvelun saama asiakaspalautetta ja myyntimääriä. Taiteilijan ja hänen tuotantonsa arvon määrittelee pitkällä tähtäimellä asema taideinstituutiossa, elinkeinotoiminnassa tuotteen arvoa mitataan sen markkina-asemalla ja tuottavuudella taloudellisiin panoksiin nähden.

Jos kohta vertailu on joiltakin osin tietoisesti kärjistetty, on kiistatonta että esimerkiksi kuvataiteilijan ja matkamuistotehtailijan tavat ajatella ovat varsin kaukana toisistaan, vaikka prosessin tuloksena syntyvät objektit muistuttaisivat joiltain osin hyvin paljon toisiaan (kuten impressionistinen katunäkymä Pariisista/saman teoksen kuvaa kansikoristeena käytävä kekisirasia). Samoin nykytanssiteoksen viiden esityksen sarjan tuottava tanssiteatteri rakentaa koko tuotantonsa toisin kuin tilauksesta ravintolaseurueille esiintymään saapuva perinnettanssiryhmä.

Ajattelumallien ero kulminoituu termien ”taide” ja ”arvonlisä” eroihin. Taiteilijan tavoitteena on kommunikoida vastaanottajien kanssa itseilmaisuun keinoin luomalla ainutkertainen taideteos. Liiketoiminnan harjoittajan tavoitteena on luoda tuote, jolla on kysyntää ja aikaansaada arvonlisäystä, liikevoittoa ja tuottoa sijoitetulle pääomalle. Kun yrittäjän statuksen määrittelee markkina-asema eli taloudellinen menestys suhteessa kilpailijoihin, taiteessa liiallinen taloudellinen menestys voi jopa vaarantaa taiteilijan aseman taideinstituution sisällä.

Näiden erilaisten puhetapojen ja ajattelumallien hallitsemassa toimintaympäristössä kulttuurimatkailutuottajalla on tärkeitä ja samalla haastavia tehtäviä. Hän etsii taiteilijoita ja muita luovan alan toimijoita, jotka ovat valmiita tuottamaan sarjavalmisteisia/toistettavia/kysynnän mukaan saatavilla olevia elämystuotteita erikielisille matkailijoille ja paikallisille ihmisille. Hän organisoii tuotteille testaustilanteita ja huolehtii tuotteiden jatkokehittämisestä.

Lisäksi kulttuurimatkailutuottaja paketoii kulttuurituotteen ympärille oheispalveluja, kuten luonto-, liikunta- ja ruokapalveluja. Hän myös verkottaa perinteisiä matkailutoimijoita (majoitus, ravitsemus, liikenne) luovan alan toimijoiden kanssa ja etsii yhteisiä hyötyjä, joiden varaan tuotekokonaisuuksia voi rakentaa.

Kulttuurimatkailutuottaja ottaa myös jatkuvasti selvää matkailun trendeistä, markkinatilanteesta ja kohderyhmistä. Hän etsii tuotteille markkinointi-, jakelu- ja myyntikanavat. Hän hinnoittelee tuotteen niin, että se motivoi matkailuyrittäjää ja jopa taiteilija (sekä tuottaja itse) saa siitä palkan, mutta asiakas silti on valmis sen maksamaan. Hän kokoaa kokemuksia asiakkailta ja tuotantoverkostolta ja kehittää tuotetta eteenpäin. Ja että kysyntää olisi jatkossakin, hän kehittää yhdessä taiteilijoiden ja matkailuyrittäjien kanssa koko ajan uusia tuotteita erilaisille asiakasryhmille.

Kulttuurimatkailutuottajan työkalut

Kulttuurimatkailutuottajan tehtävälista on pitkä, mutta toimeen ei tarvitse tarttua kokonaan vailla työkaluja. Verkkosivustolle www.kulmat.fi on koottu laajasti kulttuurimatkailuun liittyvää tutkimustietoa, tietoa koulutuksista sekä erilaisia oppaita ja laaduntestausvälineitä. Yksi Kulmat-verkkosivustolta löytyvistä kulttuurimatkailun kehittämistyökaluista on Raakaidea Oy:n Culture Finlandin tilauksesta laatima opas Matkailuteos – kulttuurimatkailutuotteen luomisen tuska (Raakaidea Oy, 2012). Jo nimessään se tiivistää paljon edellä kuvatusta problematiikasta ja samalla rakentaa haastavasti siltaa matkailutuotteen ja taideteoksen luomisen välille.

Lopuksi vielä yksi huomio. Taiteen ja matkailun yhdistämisen haasteellisuuden ohella on syytä muistaa, että kulttuurimatkailutuottajalla on käytettävissään tärkeä voimavara, joka monelta perusmatkailutoimijalta puuttuu. Se on juuri taide.

Taiteen perusominaisuuksiin kuuluu ennen kokemattomille alueille astuminen, uusien näkökulmien etsiminen, vaihtoehtoisten todellisuuksien hahmottaminen. Toimialana matkailu jos mikä kaipaa heikkojen signaalien ja tulevien trendien tunnistamista sekä nopeaa reagointia muutoksiin.

Kun katsoo futuristi Elina Hiltusen leikkimielistä testiä heikkojen signaalien tunnistamiseen, voisi melkein lukea listaa nykytaiteen ilmiöiden tavan takaa herättämän kansalaiskeskustelun piirteistä. Hiltunen toteaa, että jos asia työpaikan kahvipöytäkeskusteluissa 1) saa kollegat nauramaan tai 2) vastustamaan kiivaasti, 3) herättää ihmetystä, 4) on kaikille ennen kuulumatonta tai 5) on sellainen, että siitä ei haluta enää puhuttavan (tabu), niin kyseessä on heikko signaali. Mitä useampi näistä toteutuu, sitä parempi heikko signaali on. (Hiltunen 2012, 113.)

Oulussa järjestettävän jo kaksikymmentä kertaa järjestetyn Ilmakitaransoiton MM-kilpailun piti olla kertaluontoinen vitsi, mutta siitä on tullut kansainvälisesti tunnettu kulttuurimatkailutuote (Air Guitar World Championships). Eksentrisen ITE-taiteilijan eräänlaisena ”hengissäsäilymisen sivutuotteena”

(Granö 2007, 18) alkujaan lähinnä itselleen rakentamaan Patsaspuistoon Parikkalassa käy vuosittain tutustumassa yli 30 000 kävijää eri puolilta maailmaa. Molemmat esimerkit olisivat ainakin alkuvaiheessaan täyttäneet suurimman osan heikon signaalin tunnusmerkeistä vaivatta. Jälkikäteen tämä on helppoa todeta. Kulttuurimatkailutuottajan taitoa olisi tunnistaa uuden ilmiön mahdollisuudet, kun muut vielä nauravat epäuskoisina.

Lähteet

Air Guitar World Championships –tapahtuman verkkosivut. <http://www.ilmakitara.fi/fi/mm-kisat-2015/>

Amberla, Kai (2011). ”Hilpeästä harrastuksesta taiteen tehotuotannoksi.” Teoksessa Iso-Aho, Juha & Kinnunen, Joni (toim.). Tapahtumatuotannon palapeli – näkökulmia merkityksiin muutoksiin ja kehittämiseen. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Sarja F. Katsauksia ja aineistoja 4, 2011.

Granö, Veli (2007). Veijo Rönkkösen todellinen elämä. Maahenki Oy.

Hiltunen, Elina (2012). Matkaopas tulevaisuuteen. Talentum Media Oy.

Iso-Aho, Juha (2011). ”An Introduction to Festival Management: Old Ways, New Directions.” Teoksessa Brindle Meg & DeVereaux Constance (toim.). The Arts Management Handbook: New Directions for Students and Practitioners. New York: M.E. Sharpe Inc, 95 - 119.

Kulmat.fi. Kulttuurimatkailun verkkopalvelu. www.kulmat.fi

Kulttuurimatkailun kehittämisstrategia kansainvälisille markkinoille 2014–2018. Matkailun edistämiskeskus (2014). <http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2014/03/Kulttuurimatkailun-kehitt%C3%A4misstrategia-2014-20183.pdf?dl>

Lehtimäki, Marianne (2012). Eurooppalainen kulttuurimatkailun edistäminen ja Suomi. Yhteisistä haasteista laajapohjaisiin ratkaisuihin. Opetus- ja kulttuuriministeriö. Matkailun edistämiskeskus, 2012. Culture Finland – kulttuurimatkailun katto-ohjelma.

Pröbstle, Yvonne (2011). ”Cultural Tourism. A Promising Task for the Cultural Sector?” Teoksessa Hristova Svetlana, Knubben Thomas & Vartiainen Pekka (toim.). United in Diversity? Cultural Policy and its Dimensions. Verlag Pädagogische Hochschule Ludwigsburg, 150 – 159.

Raakaidea Oy (2012). Matkailuteos. Kulttuurimatkailutuotteen luomisen

tuska. Kulttuurimatkailun katto-ohjelma Culture Finland. <http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/CF-Matkailuteos-2012.pdf>

Suomen kulttuurimatkailun TOP 10 – Kulttuurimatkailun kärkituotteet valittu

<http://www.visitfinland.fi/news/suomen-kulttuurimatkailun-top10-kulttuurimatkailun-karkituotteet-2015-valittu/>. Visit Finlandin tiedote 26.10.2015.

Visit Finland verkkosivusto. <http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat-ja-tyokalut/tuoteteemat/kulttuurimatkailu-culture-finland/>

Yhdessä enemmän - kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. Matkailun tiekartta 2015–2025. Työ- ja elinkeinoministeriön raportteja 2015. https://www.tem.fi/files/41898/TEMrap_2_2015_16012015.pdf

Päivi Ruutiainen: Tuottajakuva

Virpi Väisänen valmistui kulttuurituottajaksi marraskuussa ja syytä juhlaan on muutenkin. Hänen opinnäytetyönsä Taide- ja kulttuuriohjelmien tuoteistaminen pienyritykselle Israelissa palkittiin TAKU ry:n (Taide- ja kulttuurialan ammattijärjestö) parhaana ammattikorkeakoulun opinnäytetyönä vuonna 2014. Tämä palkinto jaettiin kolmannen kerran.

Virpi opiskeli Humanistisen ammattikorkeakoulun monimuotokoulutuksessa vajaa puolitoista vuotta. Lyhyt opiskeluaika mahdollistui paitsi AHOT-prosessilla, jossa tunnustetaan aikaisemmin hankittu osaaminen, mutta myös kovalla ja päämäärätietoisella työllä. Virpi on valmistunut aikaisemmin markkinointimerkonomiksi ja lisäksi hänellä on audiovisuaalisen viestinnän ammattitutkinto. Hänen aiempi työhistoriansa on vaikuttava varsinkin kansainvälisyyden osalta. Siihen sisältyy työskentelyä Saksassa ja Kamerunissa, ja viimeiset yhdeksän vuotta markkinointi-, mainos-, viestintä- ja talousvastaavana tapahtumatuotannoissa ja matkailun parissa.

Virpin opinnäytetyö liittyy kulttuurimatkailuun. Opinnäytteeseen tehdyssä kehittämistyössä hän teki pilotointia ja käytännön kehittämistä. Kyselyn pohjalta hän haarukoi sitä, millaista kiinnostusta olisi lähteä kulttuurimatkalle Israeliin. Yhteistyössä israelilaisen matkailuyrittäjän kanssa hän suunnitteli ohjelmaa. Tämän jälkeen Virpi järjesti kaksi matkaa, joissa oli monenlaista kulttuuritarjontaa: tutustumista taiteilijakyliin, näyttelyitä, luentoja, paikallisia herkkuja.

”Kehittämistyö oli todella kiinnostava, vaikkakin työläs. Kahden pilottiryhmämatkan järjestelyt lentoiheen ja ajoreittisuunnitelmiseen veivät luvattoman paljon aikaa. Toisaalta matkojen toteutus ryhmien kanssa ”umpihankeen” tuntematta kohteita kunnolla etukäteen toi oman kiinnostavan jännityksensä esimerkiksi aikataulutukseen. Kulttuuriohjelmien ja yhteistyöverkoston rakentaminen oli monin tavoin avartavaa. Varsinkin kulttuuriohjelmia koostessani jouduin karsimaan sisältöä vähemmäksi useaan kertaan.”

Mutta kehittäminen ei rajautunut vain tähän. Virpi oli tutustunut työn tilaajaan, David Hostelin omistajaan David Hableriin aikaisemmin, ja tämä oli pyytänyt apua markkinointiin. Siksi Virpi kehitti yhdessä työn tilaajan kanssa majoitusliikkeen liiketoimintamallia siten, että he testasivat globaalien majoituspalvelun välittäjien sivustoja, kuten TripAdvisor, Lonely Planet ja Hostelbookers. Näiden sivustojen kautta löydettiin uusia asiakkauksia ja tilauksia alkoi sadella. Samoin tärkeää oli kulttuuriohjelmatarjonnan tuottaminen, joten tässä päädyttiin modulaariseen ratkaisuun, jolloin asiakas voi valita itselleen sopivia paketteja.

Virpin opinnäytetyöhön tekemä kehittäminen on vaikuttava kokonaisuus, mutta miten koit sen?

”Innostuin ideasta Israelin monikulttuurisuuden – pienellä alueella rin-tarinnan elävien etnisten ryhmien kirjavuuden vuoksi ja kulttuurimat-kailu sinänsä kiinnosti kovasti jo entuudestaan. Olen iloinen, että sain tehdä kehittämistyön niin antoisan ja monipuolisen kulttuurin keskellä.”

Työn tekeminen oli myös ankaraa puurtamista, koska kesäloma meni opin-näytetyön raportin kirjoittamiseen. Se oli myös riskien ottamista, koska Virpi suunnitteli ja toteutti pilottimatkat nopealla aikataululla.

”Normaalisti en lähtisi edes yrittämään tuollaista kuviota tuossa aika-taulussa. Mutta koko hankkeessa oli myötätuulta ahusta asti ja riskie-notto kannatti.”

Kun opinnäytetyö on palkittu, niin millaisia ohjeita tuleville opinnäytetyön tekijöille antaisit?

”Kannattaa ottaa riskejä, koska pilottimatkat olivat todellista kokeile-malla kehittämistä. Ne toivat arvokasta tietoa muuhun kehittämiseen. Kannattaa selvittää kunnolla taustat ja tehdä systemaattista suun-nittelua. Kannattaa valita aihe ja kohde, josta on kiinnostunut ja joka innostaa. Opinnäytetyö on mittava prosessi, mutta ihana, kun sen saa tehdä sydämellään. Näköalat laajenivat myös omasta ympäristöstä globaaliin: tuntui melkein kuin prosessin olisi alussa katsonut kuviota spagetin läpi ja ensimmäisen pilottimatkan aikana vaihtanut spagetin kaukoputkeen.”

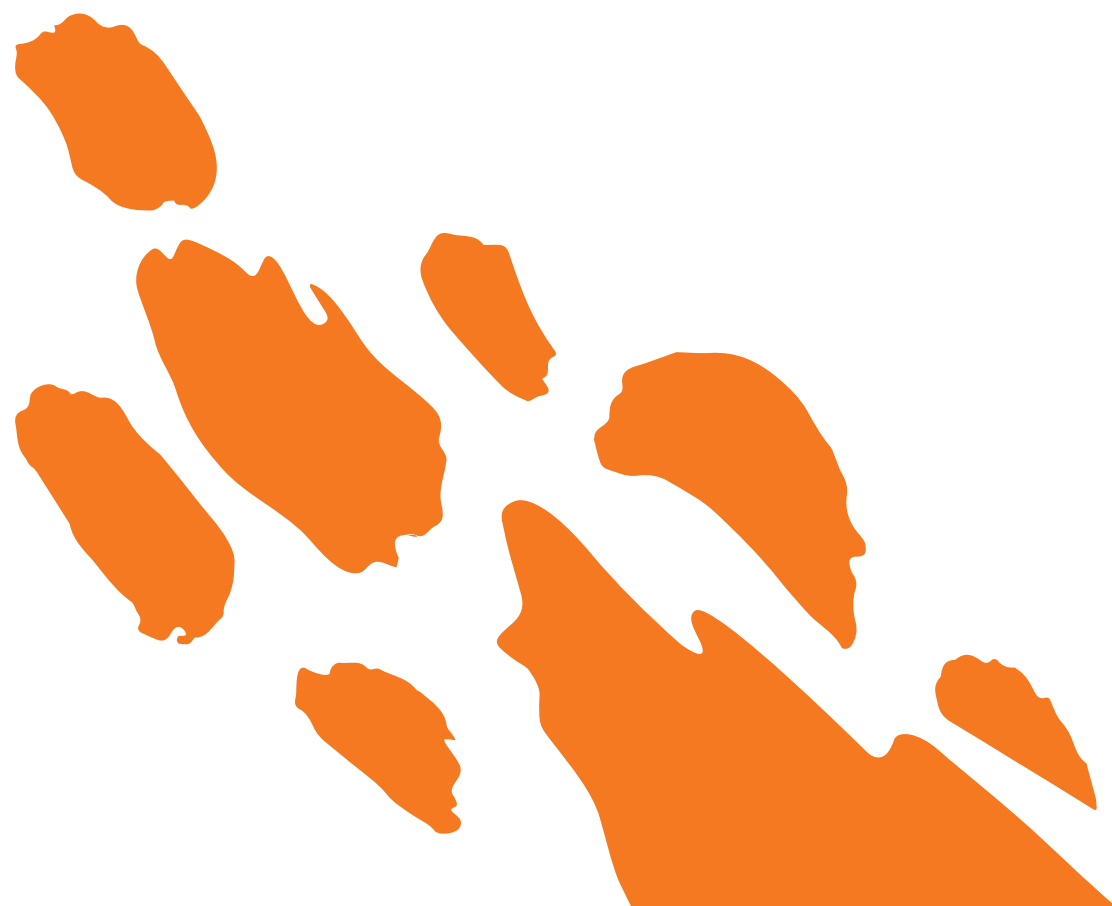
Opinnäytetyö ja kehittäminen toivat potkua omaan toimintaan, eikä kehit-täminen pysähdy tähän. Moninainen aiempi työhistoria, laaja kokemus ja osaaminen sekä kokonaisuuksien hallinta ovat Virpin mukaan sopivia ainek-sia kulttuurituottajan työhön.

”Näen tulevaisuuden täynnä kiinnostavia mahdollisuuksia. Tällä hetkellä kartoitamme uudenlaisen kulttuuriyhteistyön mahdollisuuksia EU-maiden välillä. Myös kulttuurimatkailun edistäminen kiinnostaa kovasti. Kuviot ovat juuri nyt suunnitteluvaiheessa ja etsimme sopivia yhteistyökumppaneita tuleviin hankkeisiimme.”

Tulevaisuuden mukavina haasteina Virpi kokeekin uusien näkökulmien löy-tämisen ja uusien toimintatapojen kehittämisen.

5

Arto Lindholm & Jyrki Simovaara:
**Toivenäyttelyitä ja näyttelytoiveita
yleisöltä**



”Tunne yleisösi” on yleinen lausahdus museoissa. Yleisö voidaan tuntea kahdella tavalla: näppituntumalla tai tutkitun tiedon avulla. Yhä useammin turvaudutaan jälkimmäiseen vaihtoehtoon niin kulttuurialalla kuin liike-elämässäkin. Ihmisten mukaan ottaminen tuotekehittelyyn ja ylipäänsä ihmisten osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksien parantaminen on yhteiskunnallinen megatrendi. Kävijätutkimusten yleistyminen on osa tätä trendiä. Tässä artikkelissa tarkastelemme aluksi sitä, miten kävijätutkimuksia on hyödynnetty museoalalla. Lopuksi esitämme näkemyksiämme siitä, miten toimintaa kehittävä kävijätutkimus voidaan toteuttaa.

Taidemuseoiden näkemyksiä kävijätutkimusten hyödyntämisestä

Humanistinen ammattikorkeakoulu (Humak) tutki vuonna 2010 museoiden käytäntöjä yleisötutkimusten tekemisessä ja niiden hyödyntämisessä. Kyselyyn vastasi 26 erilaista museota. Kyselyyn vastanneista yli puolet tutkii yleisöjään ainakin silloin tällöin. Yleisötutkimus on melko laajalti tullut osaksi museoiden tavanomaista toimintaa. Monilla kävijätutkimukset kuitenkin ovat rutinoituneet yleisön rakenteen kartoitukseksi, joka ei juuri auta museon kehittämisessä. Silloinkin kävijätutkimuksella voi olla ”tärkeä mututiedon vahvistamismerkitys”, kuten eräs kyselyn vastaaja totesi.

Aloite yleisötutkimusten tekemiseen kuuluu niille, jotka ovat vastuussa museon kehittämisestä. Ideaalitulanteessa museon johto ja omistajat pohtivat kehittämistoimenpiteitä ja samalla kävijätutkimusten hyödyntämistä osana kehittämisen kokonaisuutta. Museon oman henkilökunnan ulkopuolelta asetettu velvoite yleisöjen tutkimiseen oli noin viidenneksellä vastanneista museoista. Asetettu tutkimuksen ja kehittämisen tarve oli useimmiten yksilöimätön: ”Myös kaupunki edellyttää säännöllisiä tutkimuksia”, ”Kaikissa tilityksissä pitää olla mukana mahdollisimman hyvin kävijämäärät, ikäryhmät, matkailijat jne.”, ”Säätiön hallitus ehdotti”. Muutamissa vastaauksissa kävijätutkimusvelvoitteeseen liittyi nimettyjä tiedon tarpeita: ”Tulossopimuksen on kirjattu kävijätutkimukset ja asiakastytyväisyystavoite”, ”Muutamia vuosia sitten tutkimme yritysyhteistyön näkyvyyttä museokävijälle.” Kyselyssä tuli selkeästi esiin museoiden rahoittajien tai muiden intressipiirien asettama velvoite tutkia yleisöä.

Tehokkainta tutkimus on, kun se liitetään ajankohtaiseen kehittämistarpeeseen. Noin neljäsnes museoista vaihtelee tutkimustensa tavoitteita

vuosittain. Kohdennettumpia kysymyksenasetteluja olivat esimerkiksi näyttelyn vaikutus katsojien maailmankatsomukseen, yritysyhteistyön näkyvyys sekä mielikuvat ja käyntikokemukset. Usein tutkittiin myös mainonnan ja markkinoinnin tehokkuutta. Monet kävijätutkimusten tavoitteet mittaavat museotyön yleistä vaikuttavuutta ja merkitystä, jotka ovat melko hankalasti tutkittavia kysymyksiä. Parhaiten kävijätutkimus sopii konkreettiseen palveluiden muokkaamiseen, esimerkiksi mainonnan kohdentamiseen tai asiakaspalvelun käytäntöjen muokkaamiseen.

Kun museoilta kysyttiin mitä muutoksia he ovat kävijätutkimusten perusteella tehneet, saatiin vastaukseksi hyvin konkreettisia toimenpiteitä: ”Opasteita ja henkilökunnan neuvontaroolia on lisätty”, ”Olemme muuttaneet valaistusta, tehneet lisää kieliversioita”, ”Pidensimme aukioloaikaa”, ”Pienensimme opastettujen ryhmien kokoa”, ”Järjestimme tapahtuman nuorille”. Vastauksista näkyy, että tutkimusten tavoitteet ja niiden perusteella tehtävät toimenpiteet ovat epäsuhdassa, tavoitteet ovat korkealentoisia ja toimenpiteet käytännöllisiä. Tämän ristiriidan umpeen kurominen parantaisi tutkimusten laatua ja hyödynnettävyyttä. Tutkimukselle kannattaa laatia konkreettiset ja toteutettavissa olevat tavoitteet.

Museoiden omien tutkimusten taustaksi ja vertailupohjaksi tarvitaan yleisempää tutkimustietoa kulttuuriyleisöistä. Kysyimme, seuraavatko museot muiden tutkimuslaitosten tutkimuksia ja onko niistä hyötyä yleisösuhteen kehittämisessä. Eri tutkimuslaitosten tuottamat yleisötutkimukset kiinnostavat eniten aktiivisimpia kävijätutkijoita. Niitä hyödynnetään etenkin yleisten tavoitteiden ja strategioiden tasolla: ”museotoimen johtaja seuraa”. Museot mainitsivat seuraavansa Museoliiton ja Kehyksen tutkimuksia. Vertailutietoa ja lomakkeen mallia omien tutkimustulosten pohjaksi haetaan myös muilta museoilta. Erikoismuseot totesivat, ettei niiden toimialoista ole tutkimustietoa tuotettu: ”Oma alueemme on kapea ja vaatii omaa aktiivisuutta”.

Yleisötutkimuksilla oli museoille kyselyn perusteella suuri merkitys: ”Se on palautetta tehdystä työstä. Antaa suuntaviivoja onko tehty oikeita asioita.” ”Hyvin toteutettuna antavat tietoja toiminnan kehittämiseen. Niitä pitäisi tehdä useammin, mutta resurssit puuttuvat.” ”Tärkeä tietää mitä asiakkaat kokevat museomme tiloissa, heidän toiveensa ovat meille tärkeitä ja toteutamme niitä mahdollisuuksien mukaan.”

Kyselyimme vastanneista museoista neljännes hyödynsi yleisötutkimuksiaan ajankohtaisten kehittämistarpeiden ratkaisijana. Nämä museot määrittelivät tutkimuksilleen uusia tavoitteita vuosittain ja heillä aloite tutkimuksen tekemiseen oli museon johdon käsissä. Tutkimusten tuloksia käsiteltiin yhteisesti museohenkilökunnan kokouksissa ja niiden edellyttämät toimenpiteet otettiin mukaan suunnitteluprosessiin. Kävijätutkimusten hyöty toiminnan kehittämisessä liittyy siihen, kenellä on kävijätutkimusten tekemisen aloite

ja vastuu. Monissa organisaatioissa vastuu yleisötutkimuksista on säilytetty tiedottajalle, museopedagogille tai harjoittelijalle, jolloin yleisötutkimusten yhteys museon kehittämistarpeisiin ja tavoitteisiin ei aina synny toivotulla tavalla. Tutkimuksen tekeminen tulisi aloittaa kehittämistarpeiden määrittämisellä yhdessä niiden kanssa, jotka organisaation kehittämisestä vastaavat.

Museokyselymme perusteella kävijätutkimusten esteenä oli lähinnä resursien puute ja rutinoituminen. Rutinoitumisella tarkoitamme samojen kyselyiden toistamista vuodesta toiseen. Tulosten käsittely yhteisesti koettiin myös tärkeäksi. Tutkimus ei tuonut esiin erityisiä vaikeuksia kävijätutkimusten tekemisessä eikä myöskään suurempia pettymyksiä niiden hyödyistä toiminnan kehittämisessä. Ehkä kyselymme vastasivat vain kävijätutkimuksista hyötynneet museot – tai sitten kävijätutkimuksille ei aseteta suuria odotuksia. Olemme kuitenkin vakuuttuneita siitä, että usein tutkimusaineistoja ei hyödynnetä niin paljon kuin olisi mahdollista. Aidosti toimintaa kehittävän tutkimuksen tekeminen ei ole helppoa.

Toimintaa kehittävän kävijätutkimuksen ainekset

Onnistuneen kävijätutkimuksen lähtökohta on, että sen avulla todella halutaan kehittää toimintaa. Kävijätutkimuksen tekeminen ei saisi olla itse-tarkoitus tai pelkkä osoitus siitä, että yleisöä arvostetaan. Museon johdon tulee sitoutua kehittämistavoitteisiin ja osallistua tutkimuksen tavoitteiden määrittelyyn. Liian usein yleisötutkimusta tekee esimerkiksi opiskelija, joka ei koskaan pääse keskustelemaan kehittämistavoitteista toimenpiteistä päättävien henkilöiden kanssa. Tutkimustuloksista ei ole hyötyä, jos tutkimusraportti jää pölyttymään kirjahyllyyn. Tutkimustulokset eivät myöskään suoraan kerro, mitä pitäisi tehdä. Tulokset antavat vain viitteitä järkevistä toimenpiteistä.

Onnistumisen toinen perusedellytys on, että kävijätutkimuksen tavoitteet määritellään rajatusti. Kävijätutkimuksella ei tulisi kerätä ”nice-to-know”-tyyppistä tietoa, koska se ei kuitenkaan johda toiminnan kehittämiseen. Lisäksi tutkimusaineiston on oltava luotettavaa: jos otoksen satunnaisuuteen ei kiinnitetä huomiota, kehittämistyö nojautuu vääriin tuloksiin. Usein on tarpeellista liittää tutkimukseen yleisörakennetta kartoittava tehtävä tarkemmin rajatun kysymyksenasettelun lisäksi. Olennaista on, että aluksi tunnistetaan kehittämistarve, sitten kerätään kehittämisen tueksi tarvittava tietoa ja lopuksi toimintaa kehitetään.

Toimintaa kehittävässä yleisötutkimuksissa on mietittävä, miten lukuja pitäisi tulkita. Jos esimerkiksi 70 prosenttia on tyytyväisiä lipun hintaan, 25 prosenttia pitää lippua kalliina ja 5 prosenttia edullisena, niin mitä

hinnoittelulle tulisi tehdä? Yleisvaikutelmamme on, että taidemuseoiden yleisö ei ole kovin kriittistä taidemuseota kohtaan. Esimerkiksi teatterin tai konserttien yleisö on selvästi kriittisempää. Näyttäisi siltä, että jos tyytyväisyys laskee alle 90 prosentin tason, tulisi miettiä, miten osa-aluetta tulisi parantaa. Tämä onnistuu tarkastelemalla, ketkä itse asiassa ovat tyytymättömiä kyseiseen osa-alueeseen. Hinnoitteluesimerkissämme tulisi tarkastella sitä, ketkä kävijäryhmät ovat tyytymättömiä lipun hintaan ja ketkä tyytyväisiä. Tämän perusteella voidaan harkita erityishintaisen ja normaalihintaisen lipun suhdetta. Vastaavalla tavalla tulee tarkastella jokaista asiakastytyväisyyden osa-aluetta erikseen.

On hyvä muistaa, että tutkimuksellisen kehittämistyön menetelmät ovat osittain erilaisia ja moninaisempia kuin akateemiset tutkimusmenetelmät. Kehittämistyötä voidaan tehdä myös muilla menetelmillä kuin kyselyllä, havainnoimalla tai haastattelemalla. Esimerkiksi yhteisölliset ideointimenetelmät, tulevaisuusverstaat, asiakasraadit ja skenaariotyöskentelyt ovat tyypillisiä kehittämistyön menetelmiä. Kehittämistyön menetelmille on ominaista, että monia menetelmiä yhdistellään. Kävijäkyselyn teho kasvaa moninkertaiseksi, kun siihen yhdistetään muita menetelmiä. Museossa voidaan esimerkiksi aluksi järjestää organisoitu aivoriihi kehittämistarpeen tunnistamiseksi ja kävijätutkimuksen tulosten perustella tulevaisuusverstaas, jossa hahmotellaan konkreettisesti tarvittavat toimenpiteet. Tämäntapainen työskentely edellyttää johdon erityistä sitoutumista kehittämistyöhön.

6

Arto Lindholm

**Kulttuurilaitosten kävijät ja
epätodennököiset kävijät**



Humanistisella ammattikorkeakoululla on paljon kokemusta yleisötutkimusten tekemisestä kulttuurialalla. Aluksi tutkimuksia tehtiin osana menetelmäopintoja ja myöhemmin tilaustyönä erilaisille kulttuurialan toimijoille, kuten museoille, festivaaleille ja kulttuurikeskuksille. Osa tutkimuksista on ollut kävijätutkimuksia, joissa tutkimusaineisto kerätään tapahtumissa käyneiltä henkilöiltä. Osassa tutkimuksista tietoa on kerätty satunnaisotannalla niiltä alueilta, joista suurin osa tilaajan asiakkaista tulee. Tällöin saadaan tietoa myös niiltä ihmisiltä, jotka eivät ole koskaan käyneet tilaajan tapahtumissa eivätkä ehkä taide- ja kulttuuritapahtumissa lainkaan. Näin tuloksia voidaan tarkastella ei-kävijöiden eli mahdollisimman epätodennäköisten taideyleisöjen näkökulmasta. Tutkimusaineistoja voidaan kerätä kirjekyselyllä, puhelinhaastatteluilla tai sähköisellä kyselyllä. Tutkimuksemme ovat olleet kvantitatiivisia, mutta määrällistä tietoa usein täydennettiin henkilökohtaisilla haastatteluilla.

Tässä artikkelissa tarkastelen Humakin tekemiä tutkimuksia kokonaisuutena. Mitä ne kertovat taideyleisöjen kävijöistä ja ei-kävijöistä? Keitä he ovat, mitä erityispiirteitä eri kulttuurilaitoksilla on ja minkälaisia mielikuvia kulttuurilaitokset herättävät eri kävijäryhmissä? Artikkelini nojautuu toimittamaani teokseen *Ei-kävijästä osalliseksi* (Lindholm 2015).

Ovatko kaikki kulttuurilaitosten yleisöt yhteiskunnan hyväosaisia?

Kulttuurilaitosten yleisöillä on muutamia tyypillisiä, yleensä hyvin tunnettuja yhteisiä piirteitä. Yksi näistä on selvä naisenemmistö. Kulttuurilaitosten yleisöille on tyypillistä, että yhtä miestä kohden museoissa käy kaksi naista. On merkillistä, että sukupuolijakauma on ollut kaikissa tutkimuksissamme suurin piirtein sama. Timo Cantell (1996) tekee jakaumasta hauskan johtopäätöksen: naiset lähtevät kulttuuritapahtumiin joko miehensä kanssa tai jos mies ei lähde, niin sitten ystävättärensä kanssa. Miehet eivät sen sijaan lähde yksin eivätkä kavereidensa kanssa. Yhdysvalloissa koulutus selittää kulttuurin kulutusta yhtä voimakkaasti kuin Suomessa, mutta jostain syystä sukupuolten ero on isompi Suomessa kuin Saksassa (ks. Kirchberg 1996).

Toisinaan kulttuurilaitos voi sisältövalinnoilla vaikuttaa kävijäkunnan rakenteeseen sukupuoli mukaan lukien. Kun esimerkiksi Espoon modernin taiteen museo EMMA järjesti BMW Art Cars -näyttelyn vuonna 2012, museoon tuli

paljon miehiä ja varsinkin isiä poikineen. Osa näistä kävijöistä oli selvästikin BMW-autojen harrastajia, jotka kuvasivat autoja jopa alapuolelta. Tässäkin näyttelyssä keski-ikäiset naiset olivat kuitenkin enemmistö. Lisäksi on muutamia kulttuuritapahtumia, joissa miehet ovat yleensä lievästi enemmistönä: tällaisia ovat muun muassa monet jazz-tapahtumat.

Toinen kulttuurilaitosten ominaispiirre on yleisön erittäin korkea koulutus. Tyypillisesti akateemisesti koulutettuja on noin 60 prosenttia yleisöstä. Koulutus selittää taide- ja kulttuuritapahtumissa käymistä vielä voimakkaammin kuin sukupuoli. Mitä abstraktimmasta ja käsitteellisemmästä taiteesta on kysymys, sitä koulutetumpia kävijät ovat. Koulutus selittää selvästi voimakkaammin taidemuseoissa käymistä kuin esimerkiksi tekniikan museoissa käymistä. Keskitason koulutuksen hankkineet käyvät kyllä jonkin verran museoissa, mutta erilaisissa museoissa kuin korkeimmin koulutetut. Vähemmän kouluja käyneet vierailevat taidemuseoita populaarimmissa museoissa (esimerkiksi luonnontieteellisissä museoissa), ja vain kaikkein vähiten koulutetut ovat kaikkien museoiden tyypillisiä ei-kävijöitä. Vastaavat liukumukset pätevät myös ikään, asuinpaikkaan ja kotitalouden kokoon. Jatkumoteoria tarkoittaa käytännössä sitä, että esimerkiksi historiallisissa museoissa lähes kaikki ovat potentiaalisia kävijöitä, mutta taidemuseoiden potentiaalinen kävijäkunta on paljon rajallisempi kuin muiden museoiden. (Kirchberg 1996.) Pääsääntöisesti kulttuuriyleisöt ovat myös varakkaampaa väkeä kuin vähän kulttuuria kuluttavat (Heikkilä 2015).

Iso kysymys on, onko korkeasti koulutettujen, varakkaiden ja hyvässä yhteiskunnallisessa asemassa olevien yliedustus taide- ja kulttuuritapahtumissa välttämättömyys? Ainakin yhden poikkeuksen Humakin tutkimukset osoittavat tähän sääntöön: sen enempää tulotaso kuin koulutuskaan eivät selitä millään tavalla Helsingin seudun alueellisissa kulttuurikeskuksissa käymistä. Alueelliset kulttuurikeskukset esittävät korkeatasoista taidetta, joten ilmeisesti pelkällä sijoittumisella kaupunkien lähiöihin voidaan ratkaisevasti muuttaa yleisörakennetta. Naisenenemmistö on alueellisissa kulttuurikeskuksissa kuitenkin yhtä selvä kuin Helsingin keskustan tapahtumissa.

Usein ajatellaan, että työttömät kuuluvat siihen syrjäytyneiden joukkoon, joka ei kulttuuritapahtumissa juurikaan käy. Tutkimuksemme eivät varauksettomasti tue tätäkään ajatusta. Esimerkiksi taidemuseoiden kävijäkunnassa on yhtä paljon työttömiä kuin heidän osuutensa koko väestöstä on. Lisäksi työttömät eivät kyselytutkimuksissa mielellään määrittele itseään työttömiksi, joten todellisuudessa heidän osuutensa yleisöistä on luultavasti vieläkin suurempi. Maahanmuuttajat ovat kiistatta ali-edustettu ryhmä taide-tapahtumissa, mutta tutkimuksemme osoittaa, että ainakin itähelsinkiläiset venäjän-, somalin- ja kurdinkieliset vähemmistöt ovat hyvinkin kiinnostuneita alueellisten kulttuurikeskusten toiminnasta.

On tärkeää muistaa, että ei-kävijyys on eri asia kuin syrjäytyminen. Ei-kävijyys liittyy pikemminkin työväenluokkaisuudesta kumpuavaan elämäntapaan kuin syrjäytymiseen, ja työväenluokkaisuus ei tarkoita syrjäytymistä tai huono-osaisuutta. Tästä näkökulmasta on vahinko, että kulttuurikaverin kaltaiset hyvät ja isosti resursoidut ideat usein supistuvat sosiaalityöhön kiinnittviksi hankkeiksi. Jos kulttuuriala ajattelisi ei-kävijöitä erilaista, mutta tasavertaista kulttuuria ja elämäntapaa edustavina ihmisinä, voisi kuulu taidelaitoksen ja ei-kävijän välillä alkaa kaventua. Ei-kävijän näkeminen köyhänä tai syrjäytyneenä johtaa ikävästi ylhäältä alaspäin katsovaan lähestymistapaan.

Taideyleisöjen ammattiala, ikä ja asuinalue

Taidetapahtuman luonne vaikuttaa paljon siihen, koostuuko iso osa yleisöstä kyseisen taiteenalan ja muista kulttuurialan ammattilaisista. Pääsääntöisesti nykytaiteen yleisöjen joukossa on erittäin paljon taiteilijoita ja muuta kulttuurialan ammattiväkeä: monissa nykytaiteen tapahtumissa, esimerkiksi taidenäyttelyissä ja tanssitapahtumissa, kolme neljäsosaa yleisöstä on kulttuurialan ammattiväkeä. Muista aloista taide- ja kulttuuritapahtumissa käy erityisen paljon sosiaali- ja terveysalan väkeä. Myös opettajat ovat yliedustettuja taidetapahtumissa. Meille tuntemattomasta syystä joissakin kulttuurilaitoksissa käy erittäin vähän opiskelijoita, kun taas toisissa opiskelijat ovat hyvinkin merkittävä kävijäryhmä.

Kävijöiden keski-ikä vaihtelee hyvinkin paljon kulttuuritapahtumasta riippuen. Joissakin taidetapahtumissa keski-ikä on noin 30 vuotta – joissakin toisissa yli 60 vuotta. Esittävän taiteen näyttelyissä käy vanhempaa väkeä ja eläkeläisiä, kun taas nykytaiteen näyttelyt vetävät nuorempaa väkeä. Humakin kokemuksen mukaan taide- ja kulttuurilaitokset eivät ole huolissaan ikääntyneestä yleisöstä. Ne pikemminkin uskovat, että ihmiset sivistyvät vanhetessaan ja nuoremasta polvesta kasvaa yhä uusia taideyleisöjä. Benito Kolb (2001) on kuitenkin osoittanut, että näin ei välttämättä enää tapahdu. Pääsääntöisesti kulttuuri- ja taidelaitoksilla on uskollinen yleisö. Ensikertaisten määrä vaihtelee 15–30 prosentin välillä riippuen siitä, tavoitellaanko tyypillistä vai erityistä yleisöä.

Pääkaupunkiseudulla asuinalue selittää voimakkaasti taide- ja kulttuuritapahtumissa käymistä. Kantakaupungissa asuvat ovat selvästi yliedustettuina ja vain hyvin harva kävijä tulee Itä- tai Pohjois-Helsingin lähiöistä. Vantaalta Helsinkiin tulee yleisö hyvin vähän ja Epoostakin vain lähinnä Tapiolan seudulta. Yleisön selvä enemmistö tulee Helsingin kantakaupungista, mutta ei silti sieltä, mistä voisi kuvitella. Kantakaupungin vauraat alueet (Töölö, Eira, Kruunuhaka) sijaitsevat lähellä taidelaitoksia, mutta yleisön painopis-

te ei ole näillä alueilla. Suhteessa väkilukuun yleisöä tulee eniten Toukolan, Arabian, Vanhakaupungin ja Käpylän alueilta. Myös Kallion ja Vallilan alueilta tulee paljon yleisöä. Näille ”punavihreille” alueille on muuttanut paljon kulttuurista kiinnostunutta nuorta väkeä, joka kiertää ahkerasti erilaisissa Helsingin tapahtumissa – ei ainoastaan taidemuseoissa. Vieraspaiikkakuntalaisten ja ulkomaalaisten osuus voi nousta merkittäväksi jos taidelaitos sijaitsee ydinkeskustassa, mutta hiemankin kauempana olevissa käy vain vähän ei-paiikkakuntalaisia. Ulkomaalaisia tulee eniten Venäjältä ja Ruotsista.

Taide- ja kulttuuriyleisö harrastaa kaikenlaista kulttuuria paljon. Kirjallisuus ja lukeminen ovat yleensä suosituin harrastus, mutta paljon käydään myös konserteissa, teattereissa ja kulttuurikohteissa. Sen sijaan urheilutapahtumissa taidemuseoiden yleisö käy hyvin vähän – vain yksi kävijä kahdestakymmenestä ilmoittaa urheilutapahtumat mieluisaksi ajanviettotavaksi.

Mielikuvat taidelaitoksista

Taidelaitosten vakikävijät ovat yleensä taidelaitoksen tiettytyypisiä ”faneja”. Vakikävijät eivät yleensä näe taidelaitoksen toiminnassa juurikaan kehittämistarpeita. Suurin huoli tuntuu pikemminkin liittyvän siihen, että jotain muutetaan joskus. Tästä syystä kävijätutkimukset joskus tuottavat toiminnan kehittämisen kannalta vain vähän tietoa ja siksi monet taidelaitokset haluavat mielipiteen myös niiltä, jotka eivät heillä käy. Kriittisyys taidelaitosta kohtaan riippuu myös taiteenalasta ja yleisön iästä: nuoret ja nykytaiteen yleisöt ovat kriittisempiä kuin vanhemmat ja esittävän taiteen yleisöt.

Epätodennäköisimmät yleisöt, esimerkiksi vähän koulutetut nuoret miehet tai keski-ikäiset ammattimiehet, usein kokevat olevansa väärässä paikassa taidelaitoksessa – jos sellaiseen joskus joutuvat. He eivät tunne taidelaitosten kirjoittamattomia käyttäytymissääntöjä ja tuntevat olonsa epämiellyttäväksi. Taiteesta puhuminen on epätyypillisille kävijöille vaikeaa. Iso osa heistä rinnastaa taidelaitoksen pyhättöön, mikä ei ole vakikävijöille tyypillistä. (Hyrkäs 2007, 21–28; Kaitavuori 2007.)

Osa epätyypillisistä kävijöistä suhtautuu jopa vihamielisesti taideyleisöihin ja -laitoksiin (Heikkilä 2015). Meidän tutkimuksissamme tämä ilmeni pejoratiivisina kuvauksina, kun pyysimme satunnaisia ihmisiä kuvailemaan tyypillistä museokävijää. Epätyypilliset kävijät kuvailivat museokävijää muun muassa seuraavin ilmaisuin: koppava, omasta mielestään älykäs, snobi, vanhapiika, kukkahattutäti, naimaton naisopettaja, pikkusielu, professorityyppi, hienosteleva homo, tylsä, vanha, vanha kurppa, nuori hörhö, nipottaja, ylimielinen, kirpputoriasiakas, fossiili ja wannabe-elitisti. ”Bourdieuilaisesta” näkökulmasta nämä ilmaisut selittyvät sillä, että vähäisen

kulttuuripääoman ryhmiltä puuttuu kyky lukea taidetta ja siksi taideyleisöjen halveksuminen on oman elämäntavan puolustuskeino. Kaikki epätyypilliset kävijät eivät kuitenkaan halveksu kulttuurilaitoksia eivätkä taiteen harrastajia. Tavallisempaa on ajatella, että kulttuurilaitoksessa tehdään ”jotain kulttuurijuttuja”, ja tämä on pohjimmiltaan hyvä asia, vaikkei se omaa elämää koskettaisikaan.

Lopuksi

Kulttuurilaitoksilla on hyvinkin kaksijakoinen suhde yleisötutkimuksiin: yhtäältä niitä pidetään tärkeinä toiminnan kehittämisen kannalta. Vähintäänkin halutaan tuntea omat asiakkaat ja tietää mitä taidelaitoksesta ajatellaan omien seinien ulkopuolella. Resursseja tehdä tai teettää kunnollisia tutkimuksia ei kuitenkaan ole yhtä paljon kuin tahtoa, minkä vuoksi tutkimusten anti jää usein vähäiseksi. Resurssipulaa saattaa helpottaa tutkimusaineiston kerääminen mobiililaitteilla, josta on saatu lupaavia ensikokemuksia (ks. Salo 2015).

Yleisötutkimukset saattavat paljastavaa myös epämiellyttävää tietoa. Tutkimus saattaa osoittaa, että taidelaitos tavoittaa vain yhteiskunnan hyväosaiset ja tyypilliset ei-kävijät puuttuvat. Yleisön voimakas valikoituneisuus kyseenalaistaa taidelaitoksen oikeutuksen perusteita: sen vuoksi taidemuseoita on syytetty hyväosaisten palvelemisesta, sosiaalisten hierarkioiden uusintamisesta, tulonsiirroista köyhiltä rikkaille ja jopa eliittiryhmien keskinäisestä salaliitosta (Kaitavuori 2009). Valikoitunut ei-kävijyys kertoo myös puutteista sosiaalisessa ja kulttuurisessa saavutettavuudessa. Sosiaaliset kynnykset taidemuseoissa käymiselle voivat olla korkeammat kuin fyysiset kynnykset liikuntarajoitteisille – tai ainakin paljon vaikeammat poistaa. Kaiken kukkuraksi yleisörakenne on pysynyt jokseenkin samanlaisena vuosikymmenestä toiseen yhteiskunnallisista muutoksista huolimatta.

Sosiologisessa tutkimuksessa on viime vuosina keskusteltu siitä, kumoavatko havainnot kulttuurimaun kaikkiruokaistumisesta, omnivorismista, yhteiskunnan eliittiin painottuneen kulttuurinkulutuksen. Kaikkiruokaistumisella tarkoitetaan sitä, että ajan hermolla olevat korkeakulttuurista kiinnostuneet ihmiset seuraavat nykyään kaikkea muutakin kuin taidetta, mukaan lukien viihde ja urheilu. Tämä ei kuitenkaan kumoa teoriaa hyvästä mausta sosiaalisen erottautumisen välineenä. Kaikkiruokainen kulttuurin kuluttaja ei pidä kaikesta mahdollisesta, vaan kykenee valikoimaan ja arvottamaan mitä erilaisimpia kulttuurituotteita (Heikkilä 2015). Tähän yksipuolisesti tai niukasti kulttuuria kuluttava ei kykene. Makua sosiaalisten hierarkioiden uusintajana ei voi nykytietämyksen mukaan heittää historian romukoppaan.

Epättyypillisten kävijöiden osallistamiselle voisi olla nyt paikkansa, koska laaja Suomalainen maku -tutkimus osoittaa suomalaisen eliitin harrastusten edelleen olevan erityisen paljon korkeakulttuuriin painottunutta maun kaikkiruokaistumisesta huolimatta (ks. Purhonen 2014). Sosiologinen tutkimus ei kuitenkaan kerro, miksi korkeakulttuurinen maku on juuri Suomessa juuri sellainen kuin on. Sosiologit ovat myös haluttomia tai kyvyttömiä ottamaan kantaa siihen, onko suomalaisessa kulttuuripolitiikassa jokin pielessä tai tekevätkö kulttuurilaitokset jotain, mikä sulkee osan väestöstä ulkopuolelleen.

Usein ajatellaan, että halpa tai ilmainen pääsylippu riittää tuomaan ei-kävijät taidelaitoksiin. Esimerkiksi Belem Barbosan ja Pedro Briton (2012) tutkimuksen johtopäätös on, että avointen ovien epämuodolliset tapahtumapäivät tuovat runsaasti uusia kävijöitä taidemuseoihin. Meidän tutkimuksemme taas antavat aiheen päätellä, että ilmaisapäivät kyllä lisäävät kävijämääriä, mutta epättyypillisten kävijöiden suhteellinen osuus ei lisääny. Ilmaispäivien todellinen riski on, että aktiiviset, maksukykyiset ihmiset tulevat taidelaitoksiin ilmaiseksi. Yksi mahdollisuus toki olisi antaa ilmainen sisäänpääsy vain vähävaraisille esimerkiksi sosiaalitoimen kautta, mutta eri asia on, halutaanko luoda leimaava ”sossun pääsylippu”. Lisäksi tietojemme mukaan suurin osa sosiaalitoimen kautta jaetuista ilmaislipuista jää käyttämättä.

Ei-kävijästä osalliseksi -teoksessa (Lindholm 2015) esitämme konkreettisia keinoja, miten kulttuuri- ja taidelaitokset voivat osallistaa myös epättyypillisiä kävijöitä. Esitämme myös, miten kävijästä saadaan osallinen eli aktiivisempi toimija kuin pelkkä esitystä seuraava henkilö. Yksi keskeisimmistä keinoista on jalkautua sinne, missä ei-kävijät ovat, ja nämä voivat olla hyvinkin epättyypillisiä taidetiloja. Tämän kaltaiset toimenpiteet edellyttävät rohkeutta tehdä asioita uudella tavalla, mutta eivät kuitenkaan ole mahdottomia toteuttaa. Huomioitava kuitenkin on, että ei-kävijöiden houkutteleva taidemuseoon ei ole taloudellisesti hyvä investointi. Markkinointi on aina tuloksellisempaa silloin, kun se suunnataan palvelusta valmiiksi kiinnostuneille asiakasryhmille. Pelkästään voittoa havitteleva yritys määrittelee ensisijaiset asiakassegmenttinsä eikä yritä miellyttää kaikkia. Ei-kävijöiden houkutteleva taidemuseoihin on siis yhteiskunnallista, ei taloudellista toimintaa.

Lähteet

Barbosa, Belem & Brito, Pedro Quelhas 2012. “Do open day events develop art museum audiences?” *Museum Management and Curatorship* 27 (1), 17–33.

Cantell, Timo 1996. Kaupunkifestivaalien yleisöt: Kuopio Tanssii ja Soi, Tampereen Teatterikesä, Turun musiikkijuhlat, Ruisrock. Tilastotietoa taiteesta -julkaisusarja, nro 14. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta.

Heikkilä, Riie 2015. ”Suomalainen maku ja kulttuurin kuluttamisen valikointeisuus.” Teoksessa

Lindholm, Arto (toim.): *Ei-kävijästä osalliseksi*. Helsinki: Humak.

Kaitavuori, Kaija 2007. ”Museo ja yleisö.” Teoksessa Pauliina Kinanen (toim.) *Museologia tänään*. Helsinki: Suomen museoliiton julkaisuja 57, 270–294.

Kirchberg, Volker 1996. ”Museum visitors and non-visitors in Germany: A representative survey.” *Poetics* 24 (2–4), 239–258.

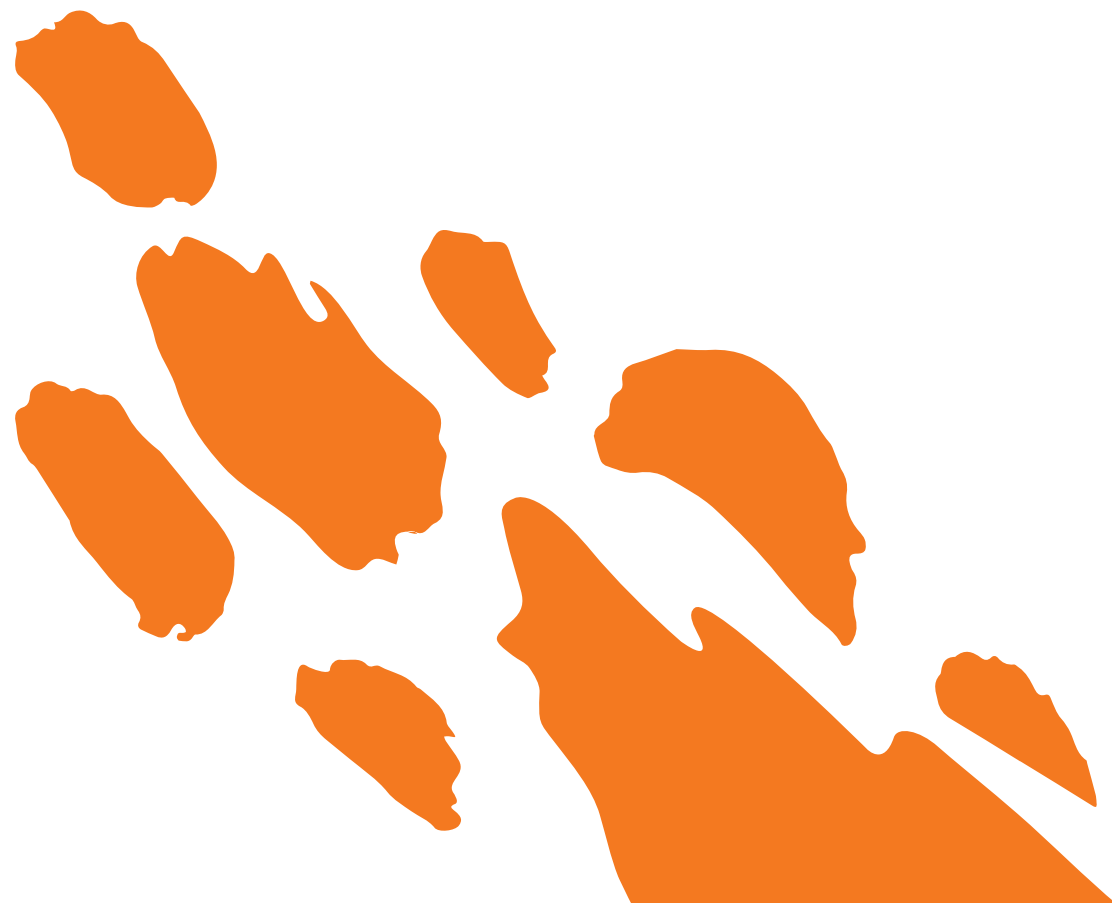
Kolb, Bonita M. 2001. ”The effect of generational change on classical music concert attendance and orchestras’ responses in the UK and US.” *Cultural Trends* 11 (41), 1–35.

Lindholm, Arto 2015. *Ei-kävijästä osalliseksi. Osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla*. Helsinki: Humak.

Purhonen, Semi & Gronow, Jukka & Heikkilä, Riie & Kahma, Nina & Rahkonen Keijo & Toikka, Arho 2014. *Suomalainen maku. Kulttuuripääoma, kultura ja elämäntyylien sosiaalinen eriytyminen*. Helsinki: Gaudeamus.

Salo, Tuula 2015. *Yleisö muuttuu – muuttuuko tutkimus? Mobilitutkimuksen soveltuvuus yleisötutkimukseen. Ylemmän ammattikorkeakoulun opinäytetyö*. Helsinki: Humak. Julkaisematon käsikirjoitus.

Kirjoittajat



Katri Halonen

Toimin Metropolia Ammattikorkeakoulussa osaamisaluepäällikkönä luotsaten etenkin kulttuurituotannon, teatteri-ilmaisunohjauksen ja vaateuksen alueen kehittämistyötä. Saan energiaa vaikeista haasteista sekä yhteiskehittämisestä. Ydinaluettani on kulttuurituotanto sekä kulttuurin ja liiketoiminnan rajapinnalla työskentely. Työrooleissani vaihtelevat pedagogi, tutkija/kehittäjä, projektipäällikkö, esimies ja porukkani osaamisen kehittämisen johtaminen. Olen toteuttanut useita EU-rahoitettuja hankkeita luovan talouden yrittäjyyden, tulevaisuuden ennakkoinnin ja Arts/Cultural Management –alueen kansainvälisen kehittämisen alueilla. Väitöskirjani (2011) keskittyi taiteen ja rahan jännitteeseen liittoon.

Jari Hoffrén

Toimin Jyväskylän TKI-keskuksessa kulttuurituotannon lehtorina. Minulla on kokemusta tapahtumatuotannoista erityisesti musiikkialalla niin vapaaehtoisena kuin yrittäjänäkin. Lisäksi olen ollut asiantuntijatehtävissä kulttuuri- ja luovien alojen kehittämishankkeissa ja tehtävissä vuosikymmenen ajan. Koulutuskentällä edustan vahvaa työelämälähtöistä pedagogiikkaa. Sisällöllisesti olen viime aikoina kiinnostunut entistä enemmän (taidesidonnaisen) kulttuurin arvostamisesta ja arvottamisesta niin kulttuurituotannon jännitteisillä kentillä kuin kulttuuripoliittisessa keskustelussakin.

Juha Iso-Aho

Olen TKI-koordinaattori kulttuurituotannon yksikössä Humakissa. Työhuoneeni on Imatran TKI-keskus Voimassa, josta käsin työskentelen sekä alueellisissa että valtakunnallisissa luovan alan kehittämishankkeissa. Kulttuurituotannon sisällöistä erityisalaani ovat tapahtumatuotanto, kulttuuri-alan oikeudelliset kysymykset sekä kulttuurimatkailu, joista olen opetus- ja hanketyön lisäksi julkaissut kirjoja ja artikkeleita. Olen myös suunnitellut ja toteuttanut Humakissa vapaaehtoistoiminnan johtamisen koulutusta. Aiempaan työhistoriaani kuuluu muun muassa festivaalien johtotehtäviä sekä pesti tuottaja-läänintaiteilijana.

Arto Lindholm

Tärkeimmät kiinnostuksen kohteeni liittyvät kulttuurin yleisöihin, kansalaisten osallistumismahdollisuuksiin, kulttuurin saavutettavuuteen, yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen sekä ympäristö- ja yhteiskuntavastuuseen. Olen toiminut lukuisissa näihin teemoihin liittyvissä tutkimus- ja kehityshankkeissa sekä ammattikorkeakoulussa että yliopistossa.

Päivi Ruutiainen

Olen pitkän linjan lehtori Humanistisessa ammattikorkeakoulussa ja koulutukseltani FM ja taiteen tohtori (TaT). Vastaan kulttuurituotannon monimuotokoulutuksesta Kauniaisten kampuksella, ohjaan opinnäytetöitä perustutkinnon lisäksi kulttuurituottaja (YAMK)-koulutuksessa ja opetan taiteen sisältöjä. Erityisosaaminen väitöskirjatyön pohjalta on nykykoru ja siihen liittyvä tematiikka, jota olen käsitellyt muissakin julkaisussa sekä kuratoinut/tuomaroinut alan näyttelyitä. Kirjoitan aktiivisesti myös kuvataidekriittisiä.

Jyrki Simovaara

Olen kulttuurituotannon lehtori Humakin Helsingin toimipisteessä. Seuraan työni puolesta monipuolisesti pääkaupungin kulttuurielämää, -politiikkaa ja työelämän kehitystä. Opetan kulttuuripolitiikkaa, projektinhallintaa, lakitietoa ja yrittäjyyttä. Aiemmin olen työskennellyt mm. Kiasmassa ja Suomen Ranskan Instituutissa.

Pekka Vartiainen

Toimin kulttuurituotannon yliopettajana Humakissa, jossa vastaan ylempään amk-tutkinnon koordinoinnista. Ammatillisen kiinnostukseni liittyvät tapahtumatuotannon, kulttuuripolitiikan ja kirja-alan kysymyksiin. Toimin myös Helsingin yliopiston yleisen kirjallisuustieteen dosenttina. Olen julkaissut lukuisia artikkeleita ja tutkimuksia sekä kulttuurintutkimuksen, -tuotannon että kirjallisuushistorian aloilta.

Kirjassa tarkastellaan kulttuurituottajan ammatin ja sen toimintaympäristön muutoksia viime vuosikymmeninä ja juuri nyt. Muutokset liittyvät kiinteästi yhteiskunnan yleisiin kehitystrendeihin. Julkisen sektorin ohjauksessa toteutetun taidetoiminnan lisäksi kulttuurituotanto on yhä tiiviimmin myös osa markkinataloutta. Tämän myötä kulttuurituottajuudelta odotetaan panosta myös muiden toimialojen, kuten matkailun kehittämiseen.

Taiteen tuotannon ohella kulttuurituottajan rooli on laajentunut yleisöjen osallistamiseen sekä uusien yleisöjen tavoittamiseen. Kirjan artikkeleissa kulttuurituotannon kenttä näyttäytyy muutostilassa, mutta kulttuurituotannon inhimilliseen vuorovaikutukseen perustuva lähtökohta kantaa silti edelleen.

IISBN 978-952-456-230-0 (painettu)
ISBN 978-952-456-231-7 (verkkójulkaisu)

ISSN 2343-0664 (painettu)
ISSN 2343-0672 (verkkójulkaisu)



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU