

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

Joukkokohtauksia

KokoTeatterin kävijätutkimus - syyskausi 2008

Tuukka Tyvelä

Kulttuurituotannon koulutusohjelma (240 op)

6/2010

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Kulttuurituotannon koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Työn tekijä Tuukka Tyvelä	Sivumäärä 30 ja 3 liitesivua
Työn nimi Joukkokohtauksia. KokoTeatterin kävijätutkimus – syyskausi 2008	
Ohjaava opettaja Jari Klemola & Arto Lindholm	
Työn tilaaja ja/tai työelämäohjaaja KokoTeatteri	
Tiivistelmä <p>"Joukkokohtauksia" on määrällinen tutkimus Helsingin Kruununhaassa toimivan KokoTeatterin yleisöstä. Tutkimus vastaa erityisesti kysymyksiin siitä, miten ja mistä kävijät ovat löytäneet tietoa teatterista ja sen ohjelmistosta. Lisäksi määritellään tyypillinen KokoTeatterin asiakas ja pohditaan sitä, kuinka yleisöpohjaa olisi mahdollista laajentaa.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kyselylomakkeilla syyskauden 2008 aikana loka-joulukuun välillä. Samanaikaisesti toteutettiin myös Teatterikeskukselle kysely samaa lomakepohjaa käyttäen.</p> <p>Opinnäytetyö toteutettiin kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä. Viitekehyksenä käytettiin paitsi teatteriyhteisöstä tehtyjä kävijätutkimuksia, myös muita korkeakulttuuriyhteisöistä tehtyjä tutkimuksia.</p> <p>Tutkimuksen perusteella KokoTeatterin tyypillinen kävijä on noin 30-vuotias, korkeasti koulutettu nainen. Hän tulee teatteriin yksin tai ystäviensä kanssa. Päätös teatteriin tulosta on tehty verrattain varhain. Tyypillinen kävijä on aktiivinen kulttuurin kuluttaja, joka käyttää myös paljon muita kulttuuripalveluja. Tietoa teatterista ja sen ohjelmistosta hän on saanut ystäviltään tai teatterin omien tiedotuskanavien kautta. Miesten osuus kävijöistä on vähäinen, ja usein heidän osallistumispäätökseensä liittyy puolison mielipide.</p>	
Asiasanat kvantitatiivinen tutkimus, teatteri, yleisö, yleisötutkimus	

HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Degree Programme in Cultural Management

ABSTRACT

Author Tuukka Tyvelä	Number of Pages 30
Title Group of acts - Audience research of KokoTheatre - Autumn 2008	
Supervisor Jari Klemola & Arto Lindholm	
Subscriber and/or Mentor KokoTeatteri	
Abstract <p>"Group of acts" is a quantitative study of the audience of Helsinki based theatre KokoTeatteri.</p> <p>Main questions of the study answer what kind of people are the common audience of KokoTeatteri. Also this study finds out how, where and when the information about the theatre have been found.</p> <p>The study was carried out through questionnaires. The data was collected between October and December 2008. Questionnaires were given to the audience at the theatre.</p> <p>Along this study also another research was carried; same basis of questionnaires were used at other theatres which are members of Teatterikeskus (union of independent theatres).</p> <p>The theoretical basis of the thesis lies on other quantitative studies of the theatre audience, as well as other high culture audience researches.</p> <p>The study proofs that the typical incomer to the KokoTeatteri is about 30-years old, highly educated woman. She comes along with her friends or by herself. She had found information about theatre from her friends or theatres own information channels.</p> <p>The study also represents reasons why men are usually not a common part of a theatre audience.</p>	
Keywords quantitative research, theatre, theatre research, audience research	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
1.1 KokoTeatteri	5
1.2 Teatterikeskus	6
2 TUTKIMUKSEN AIHE JA TOTEUTUS	7
2.1 Tavoitteet	7
2.2 Aineiston keräys	8
2.3 Tutkimuksen rajaus ja luotettavuus	9
3 YLEISÖN RAKENNE	10
3.1 Sukupuoli	11
3.2 Ikä	12
3.3 Koulutus	13
3.4 Sosioekonominen asema	15
3.5 Siviilisääty	16
3.6 Asuinpaikka	18
4 ESITYKSIIN OSALLISTUMINEN JA TIEDONSAANTI	18
4.1 Osallistumispäätöksen ajankohta	19
4.2 Osallistumispäätöksen syy	20
4.3 Tiedonsaanti	21
5 YLEISÖN MUU KULTTUURIHARRASTUS	24
5.1 Käynnit muissa Teatterikeskuksen teattereissa	24
5.2 Käynnit muissa kulttuuritapahtumissa	26
6 YHTEENVETO	27
LÄHTEET	30
LIITTEET	31
Liite 1: Kyselylomake	

1 JOHDANTO

Alkusyksystä 2007 KokoTeatterin taholta tiedusteltiin tekijää kyselytutkimukselle. Tarkoituksena oli kartoittaa teatterin yleisöä, ja erityisesti sitä, miten ja mistä kävijät saivat tietoa teatterin toiminnasta ja sen esityksistä.

Taloudelliset resurssit ovat rajoittaneet huomattavasti markkinointia KokoTeatterin historian aikana. Käytännössä rahaa on käytetty ainoastaan julisteisiin sekä flyereihin, joita on levitetty katukuvaan (González 2005, 3). Tämän lisäksi mainontaa on ollut lähinnä teatterin internetsivuilla. Tästä syystä tutkimukselle olisi selkeä tarve; kuinka keskittää vähäiset resurssit mahdollisimman kustannustehokkaasti.

KokoTeatteri on yksi Teatterikeskuksen jäsenteatereista. Tutkimuksen suunnittelun alkuvaiheessa ilmeni kiinnostusta myös Teatterikeskuksen suunnalta, ja tämän myötä kyselytutkimus päätettiin toteuttaa samanaikaisesti myös muissa Teatterikeskuksen jäsenteatereissa. Tämä kaksinapainen toimintamalli toi paitsi laajempaa perspektiiviä aiheeseen, toisaalta muokkasi tutkimuksesta yleisluontoisemman.

KokoTeatteria koskevat spesifit kysymykset jäivät loistamaan poissaolollaan. Hyötynäkökohtia taas löytyi esimerkiksi synergiaeduista. Useat jäsenteatetit toimivat jo entuudestaan yhteistyössä. Kokonaistutkimuksen avulla teatterit pystyvät hahmottamaan esimerkiksi mahdollisuuksia yhteismainonnan tai vaikkapa yksittäisten teatterien rajat ylittävien lipputarjousten suhteen.

1.1 KokoTeatteri

Vuodesta 1997 lähtien toiminut KokoTeatteri on Helsingin Kruununhaassa toimiva vapaa ammattiteatteri, joka kuuluu niihin ryhmiin ja pienteatereihin, jotka toimivat Suomen teatterikentässä valtion teatteri- ja orkesterilain ulkopuolella (Veijalainen 2007, 24). Omat tilat KokoTeatterilla on ollut syksystä 2001 lähtien. Vuosina 1997-2001 KokoTeatteri toimi vapaana teatteriryhmänä, jonka esityspaikat vaihtelivat produktioiden mukaan. (González 2005, 2.)

Historiansa aikana teatterissa on työskennellyt useita satoja henkilöitä. Vuosittainen tekijäjoukko on vaihdellut kuudestakymmenestä aina noin sataankahteenkymmeneen. Teatterin jäsenet joita tällä hetkellä on noin viisikymmentä, sekä KokoTeatterissa vierailevat muut taiteilijat ovat teatterialan ammattilaisia. Toimiessaan Helsingissä KokoTeatteri tarjoaa työmahdollisuuksia ensisijaisesti freelancereille. Lähes kaikki teatterissa työskentelevät taiteilijat toimivat myös muissa helsinkiläisissä vapaissa ryhmissä tai lain piiriin kuuluvissa teattereissa. (Veijalainen 2007, 25.)

Kokoteatterin toiminta-ajatus on tehdä eri taiteenaloja yhdistävää teatteria. Useimmat teatterin esitykset ovat yhdistäneet erityisesti teatteri- ja tanssitaidetta. Alusta saakka KokoTeatterille on ollut ominaista roolittaa esityksiensä miehitys yli ammattirajojen. Tanssijat ovat tehneet näyttelijäntyötä siinä missä näyttelijät tanssijan- tai vastaavasti ohjaajantyötä. (mt., 24-25.) Tämän myötä tutkimuksen luontevina vertailuryhminä toimivat tavallisen teatteriyleisön lisäksi tanssiteatterin ja nykytanssin yleisöt, joita esimerkiksi Timo Cantell (2003) on tutkinut.

Kyselyä toteutettaessa syksyllä 2008 teatteri oli toiminut yksitoista vuotta. KokoTeatterille on tehty aiemmin kaksi opinnäytetyötä. Minna-Karoliina Heino on tutkinut vuonna 2003 teatterin mainontaa. Asiakaskyselyllä hän kartoitti mielipiteitä ja tietoa KokoTeatterin toiminnasta, hinnoista, saatavuudesta, mainonnasta sekä rahoituksesta. Vuonna 2005 teatterin silloinen tuottaja Isabel González tutki teatterin imagoa.

.

1.2 Teatterikeskus

Teatterikeskus on perustettu vuonna 1971 edistämään ammattiteatteriryhmien toimintaa sekä vahvistamaan niiden asemaa Suomessa. Teatterikeskus pyrkii edistämään teatteri- ja tanssitaiteen kehittymistä valtakunnallisesti. Toiminnan tarkoituksena on ryhmäteatterikentän näkyvyyden, markkinoinnin ja tiedotuksen edistäminen sekä tasa-arvoistaminen, taiteenalan palveluiden saavutettavuuden, kulttuurisen tasa-arvon sekä esitystaiteen harrastuksen lisääminen, kierrätyksen ja ekologisen ajattelun vahvistaminen sekä ryhmäteatterikentän työskentelymahdollisuuksien edistäminen. (teatterikeskus 2010)

Teatterikeskus julkaisee myös ammattiteatteriryhmien ohjelmistolehteä *Eturiviä*, joka ilmestyy kaksi kertaa vuodessa.

2 TUTKIMUKSEN AIHE JA TOTEUTUS

Tutkimus antaa aina vajavaisen kuvan tutkimuskohteesta, sekä sen vuoksi, että tieto ei kata kaikkea, ja sen vuoksi, että tutkimus tuottaa teoreettisia abstraktioita, näkökulmiltaan valikoituneita kuvia, joista eliminoidaan pois erikoispiirteitä. Siten kvantitatiivinen aineisto on aina osaprojektio tutkimuksen kohteesta, enemmän tai vähemmän abstraktisella tasolla kuvattuna. Kvantitatiivisen tutkimuksen mielekkyyden peruskysymys on se, missä määrin tutkittavan ilmiön peruspiirteet ovat systemaattisesti mitattavissa, tai missä määrin tutkittavasta ilmiöstä voidaan eristää mitattavia osia. (Alkula, Pöntinen & Ylöstalo 1994, 20.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen keskeisimpiä vaiheita on empiirisen aineiston kerääminen. Perinteisesti kvantitatiivinen aineisto kerätään kyselylomakkeella. (Harju & Pohjanmäki 2005, 11.)

Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta voidaan nimittää myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Sen avulla selvitetään lukumääriin ja prosentiosuuksiin liittyviä kysymyksiä sekä eri asioiden välisiä riippuvuuksia tai tutkittavissa ilmiöissä tapahtuneita muutoksia. (Heikkilä 2005, 16.)

2.1 Tavoitteet

Tutkimuksen tavoitteena oli kartoittaa KokoTeatterin asiakaskuntaa. Teatterikeskuksen mukaantulon myötä tutkimus laajeni käsittelemään myös muita Teatterikeskuksen jäseneteattereita. Tätä varten toteutettiin samasta lähdemateriaalista keväällä 2009 Teatterikeskuksen tilaama kävijätutkimus, jossa myös KokoTeatterin materiaali oli mukana.

Tässä tutkimuksessa keskitytään vain KokoTeatterin osuuteen. Teatterikeskus on mainittu, mikäli esimerkiksi kysymyksenasettelu on alun perin muokattu palvelemaan juuri Teatterikeskuksen tarpeita. Aiemmin valmistunutta Teatterikeskuksen tutkimusta käytetään myös vertailukohteena tässä tutkimuksessa.

Tutkimus voidaan kysymysten asettelun myötä hahmottaa kaksinapaiseksi. Ensimmäkin on tarkoitus profiloida asiakaskuntaa ja löytää siitä mahdollisia yhdistäviä tekijöitä tai vaihtoehtoisesti täysin puuttuvia ryhmiä. Toiseksi kävijäpalautteen myötä tarkastellaan teatterin markkinoinnin ja näkyvyyden onnistumisia ja ongelmakohteita.

Tutkimuksen kohteita olivat teatterien tunnettavuus, tavoitettavuus ja usein käytännön syistä rajallisen markkinoinnin onnistuminen olivat tarkastelun alla. Tarkoituksena oli, että kävijöitä profiloimalla pystyttäisiin kohdentamaan mainontaa entistä tarkempaan.

Käänteisesti etsittiin myös ongelmakohtia teatterien ulosannista ja näkyvyydestä. Lomakkeen loppuun osa Teatterikeskuksen jäseneteattereista lisäsi itsenäisesti ”vapaa sana” -tyyppisen osion, johon vastaaja sai halutessaan kommentoida mitä tahansa teatteriin liittyvää. Tämän kaltainen materiaali oli tarkoitettu lähinnä teatterien henkilökunnan käyttöön heidän niin halutessaan.

2.2 Aineiston keräys

Tutkimus toteutettiin kyselylomakkeilla kvantitatiivista tutkimusmenetelmää käyttäen. Lomakepohjan toteuttamisessa olivat mukana sekä KokoTeatterin henkilökunta että Teatterikeskuksen väki. Kyselylomakkeen suunnittelua vaikeutti se, että samaa pohjaa oli tarkoitus käyttää kaikissa kyselyyn osallistuvissa teattereissa. Tämä nosti esiin ongelmia erityisesti sen suhteen, kuinka yksityiskohtaista tietoa erityisesti KokoTeatterista saataisiin selville. Osa kysymyksistä muodostui hankalasti analysoitaviksi, ja ne on käsitelty mahdollisuuksien rajoissa, mutta hieman suppeammin.

Kyselylomaketta jaettiin Teatterikeskuksen jäseneteattereissa syyskauden 2008 aikana. Ajallista rajausta on tässä tapauksessa hankala määritellä. Lomakkeissa ei kysytty vastauspäivää, ja eri teatterien syyskauden pituus ja näytäntöjen määrä vaihtelivat huomattavasti. Karkeasti jaoteltuna kyselyn toteutusaika tapahtui lokakuun alun ja joulukuun lopun välillä. Vastauksia kertyi yhteensä seitsemästätoista eri teatterista 808 kappaletta. KokoTeatterin osuus tästä oli 221 kappaletta (Tyvelä 2009, 3).

Lomakkeessa kysyttiin aluksi vastaajien taustatietoja, kuten sukupuolta, ikää, perhe-
muotoa, koulutusta sekä sosioekonomista asemaa. Seuraavaksi kysyttiin kävijöiden
kulttuuriharrastuksista sekä käynneistä Teatterikeskuksen jäseneteattereissa. Tämän
jälkeen tiedusteltiin teatteriin tulemiseen liittyviä asioita, kuten milloin päätös tehtiin
sekä mikä oli tärkein tekijä, joka sai vastaajan tulemaan teatteriin ja juuri kyseiseen
näytäntöön. Lopuksi vastaajilta tiedusteltiin mistä he olivat saaneet tietoa teatterista
ja sen ohjelmistosta sekä sitä, oliko tämä tieto helposti löydettävissä.

Käytännön toteutus järjestettiin niin, että yleisölle jaettiin kyselylomakkeita ennen
näytäntöä lipunmyynnin yhteydessä tai vaihtoehtoisesti väliajalla, mikäli ohjelmaan
sellainen kuului. Yleisön vastaamisinnostusta koetettiin lisätä teatterikohtaisesti
esimerkiksi tarjoamalla ilmaisia virvokkeita. Osa teattereista keräsi myös omatoimi-
sesti vastaajien yhteystietoja mahdollista tulevaa suoramarkkinointia varten. Houkut-
timena tietojen antamiselle toimi myös useassa tapauksessa vapaalippujen arpomi-
nen yhteystietonsa jättäneiden kesken.

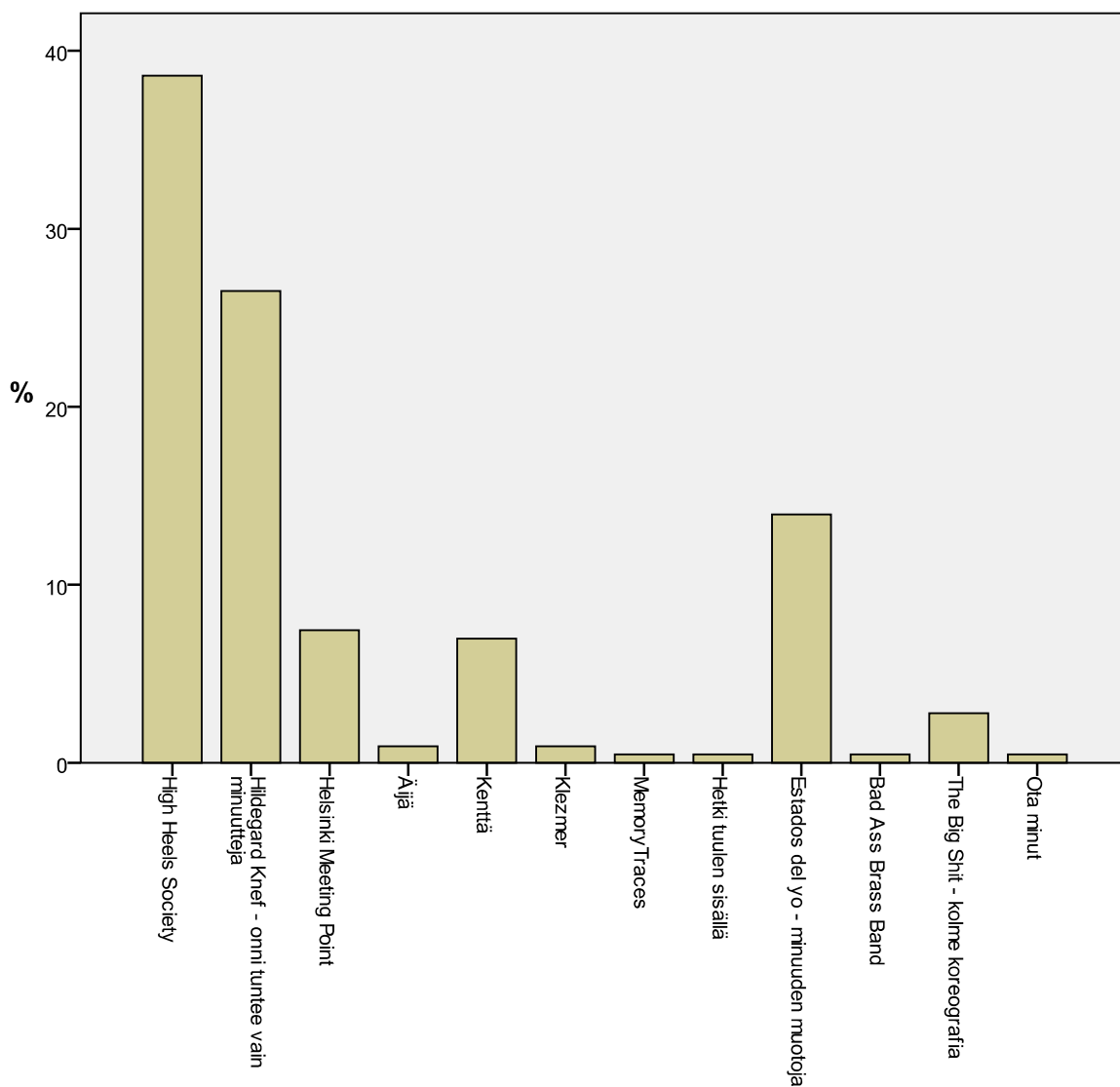
Teatterien henkilökunta hoiti itsenäisesti lomakkeiden jakamisen. Syyskauden loput-
tua kaikki materiaali kerättiin yhteen ja lomakkeet numeroitiin jälkikäteen analysointia
varten.

2.3 Tutkimuksen rajaus ja luotettavuus

Mittauksen reliabiliteetti, eli luotettavuus/toistettavuus, tarkoittaa kykyä tuottaa ei-
sattumanvaraisia tuloksia. Alhainen reliabiliteetti alentaa myös validiteettia. Validiteet-
ti on varmistettava etukäteen huolellisella suunnittelulla ja tarkoin harkitulla tiedonke-
ruulla. Kyselytutkimuksessa erityisesti lomakkeen kysymykset korostuvat. Tutkimus-

lomakkeen kysymysten tulee mitata oikeita asioita yksiselitteisesti ja niiden tulee kattaa koko tutkimusongelma. (Heikkilä 2005, 187.)

Mikäli tuloksia tarkastellaan kokonaistasolla ja kohderyhmä on suppea, otoskoon tulisi olla vähintään 100 (Heikkilä 2005, 45). Kokoteatterin vastausmäärän ollessa 221 täyttyy tämä ehto.



Kuvio 1. Esityksen nimi

Yksittäisten näytösten kohdalla vastausmäärät jäivät joiltain osin vaatimattomiksi, joten tässä tutkimuksessa tarkastellaan yleisöä yhtenä kokonaisuutena puuttumatta eri esitysten välisiin poikkeamiin. KokoTeatterin ohjelmistoon kuului syksyn 2008 ai-

kana myös vierailevia näytäntöjä, joiden esitysmäärät saattoivat jäädä vain muutama kertaan. Tämä näkyi myös vastauksien jakautumisessa. Toisessa ääripäässä esimerkiksi High Heels Society taas sai kohtuullista medianäkyvyyttä televisiossa ja sanomalehdissä. Tämä myös näkyi vastausten määrässä. Jälkikäteen tarkastellen tutkimusta olisi voinut ryhmittää esimerkiksi yksinkertaisella tavalla, jossa vain joka kymmenennelle kävijälle ehdotetaan kyselyyn osallistumista. Toisaalta tämä olisi saattanut laskea kokonaisotannon määrää, niin suurista kävijämääristä ei kuitenkaan ole KokoTeatterin kohdalla kyse.

3 YLEISÖN RAKENNE

Yleisön koostumusta tarkasteltiin kysymällä taustatietoja, kuten sukupuolta, ikää, siivilisäätyä, koulutusta sekä sosioekonomista asemaa. Vastaajilta kysyttiin myös avoimessa kysymyksessä alaa, jolla he opiskelevat tai työskentelevät. Tämä kysymysmuoto koettiin jo ennakkoon ongelmalliseksi, mutta tarkoituksena oli myös, että tutkimukseen osallistuvat Teatterikeskuksen jäsentäätarit pystyisivät itse niin halutessaan tarkastelemaan omaa yleisöään. Tässä tutkimuksessa tämä kysymys sivuutetaan hankalan jäsentämisen johdosta. Luotettavaa tutkimustietoa tuskin olisi saatavilla.

3.1 Sukupuoli

Vastaajista naisia oli 185 kpl (83,7 prosenttia) ja miehiä 35 kpl (15,8 prosenttia). Yksi vastaaja (0,5 %) ei halunnut määritellä sukupuoltaan, minkä hän myös selkeästi vastauksessaan ilmaisi. Vuonna 2005 vastaajista naisia oli 67 prosenttia ja miehiä 33 prosenttia (González 2005, 15), 2003 naisia oli 71 prosenttia ja miehiä 29 prosenttia (Heino 2003, 13).

Erilaisissa kulttuuritapahtumissa yleisön joukossa näkee harvemmin yksin tulleita miehiä, puhumattakaan miesporukoista. Lähes aina miehen seuralaisena on vaimo

tai ryhmä tuttuja ihmisiä. (Cantell 2003, 26.) Tämäkin tutkimus vahvistaa edellä mainitun väittämän.

Naisten suuri osuus niin sanotuissa korkeakulttuuritapahtumissa ei ole uutinen. Taidemuseoiden kävijöistä 66 prosenttia on naisia (Taivassalo 2003, 29). Myös perinteinen tanssiyleisö on naisvaltaista. Oopperayleisöissä naisten osuus on jopa yli 70 prosenttia. Teatteriyleisökään ei välttämättä jää kovin kauas näistä lukemista. Tampereen teatterikesässä yleisön sukupuolijakauma oli hyvin samankaltainen. (Cantell 1996, 8.)

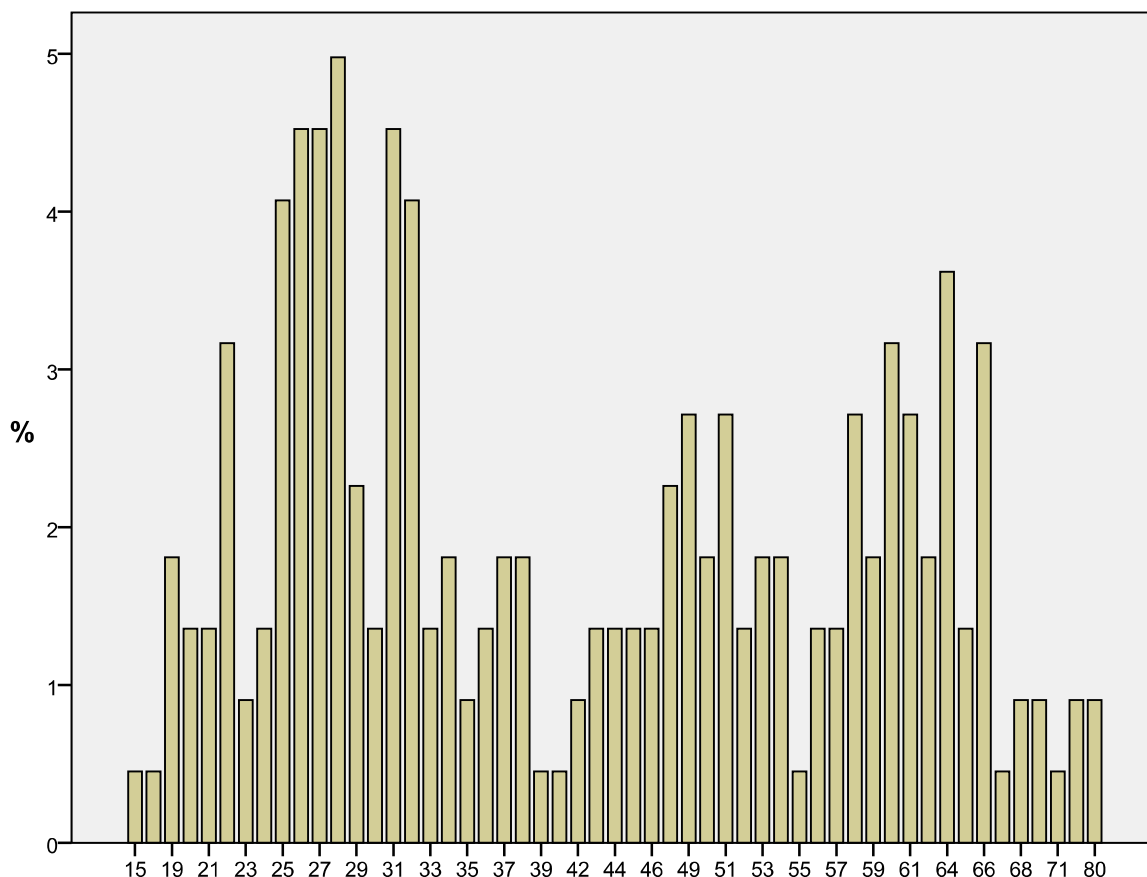
Ainoastaan kevyemmän musiikin yleisössä sukupuolten välinen ero ei ole aivan yhtä voimakas, Pori Jazzissa sukupuolten välillä ei juuri havaittu eroa, miehiä oli jopa pieni enemmistö (Cantell 1993, 16).

3.2 Ikä

Esittävien taiteiden yleisöissä keski-ikäiset ovat suurin yksittäinen ryhmä. Aliedustettuina ovat yleensä alle 20 -vuotiaat ja toisaalta eläkeikään yltäneet. (Cantell 2003, 13.)

Tätä tietoa peilattaessa tutkimustuloksiin nousee esiin yllättäviä piirteitä. Nuoret aikuiset näyttäytyvät merkittävänä osana KokoTeatterin yleisöä. Mielenkiintoinen piirre nousee esiin myös tarkasteltaessa eläkeläisten osuutta yleisöstä. Verrokkina voidaan pitää vaikkapa Tanssiareena -nykytanssifestivaalin yleisöä, jossa eläkeläiset olivat selkeästi aliedustettuina, kun heitä oli vain 3 %. Tuolloin Helsingin väestöstä eläkeläisiä oli 20 %. (Cantell 2003, 17.).

KokoTeatterin yleisön ikähaitari jakautui muutenkin lavealle alueelle; nuorin vastaajista oli 15 -vuotias ja vanhin 80 -vuotias.



Kuvio 2. Ikä

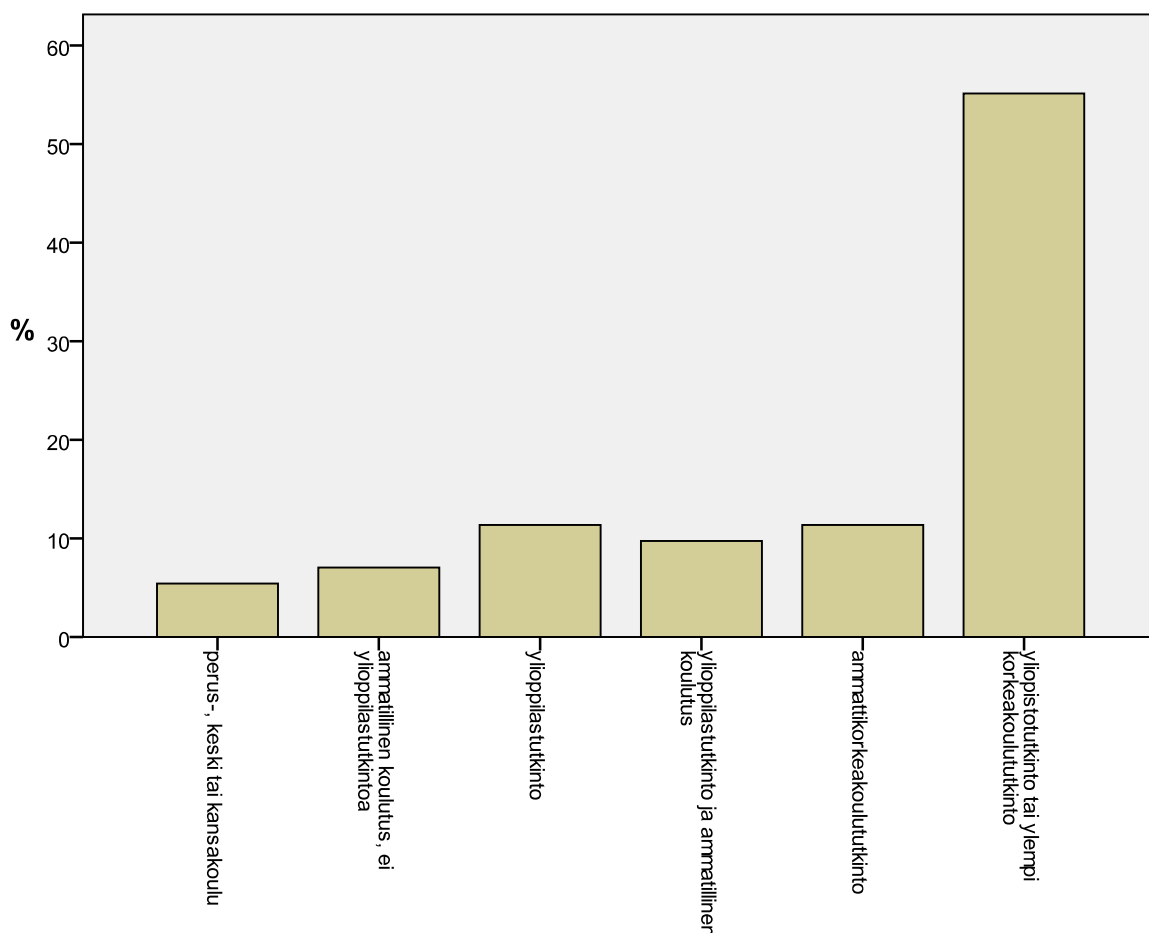
3.3 Koulutus

Korkeasti koulutettujen merkittävä osuus kulttuuritapahtumien yleisönä ei ole yllätys. Koulutus yhdessä sosioekonomisen aseman kanssa erottelee korkeakulttuurin yleisön muista yleisöistä (Cantell 1996, 10). Korkeampi koulutus ja sosioekonominen asema lisää todennäköisyyttä käydä kulttuuritapahtumissa (Cantell 1993, 27).

KokoTeatterin kävijöistä 52,5 prosenttia oli suorittanut yliopistotutkinnon tai ylemmän korkeakoulututkinnon. Tämä tulos ylittää Teatterikeskuksen kokonaisotannon, jossa korkeakoulututkinnon suorittaneita oli 48,4 prosenttia (Tyvelä 2009, 8).

Ammattikorkeakoulututkinnon oli suorittanut 10,9 prosenttia KokoTeatterin kävijöistä. Tätä lukua voidaan pitää kohtuullisen korkeana, kun otetaan huomioon tutkintomu-

don suhteellinen tuoreus. Koulutuskentän muutoksien myötä ammattikorkeakoulututkinnon hankkineet muodostavat jatkossa yhden keskeisen kävijäryhmän. Jo nyt luku ylittää ylioppilastutkinnon ja ammatillisen koulutuksen yhdistelmän (10,4 %) valinneiden määrän.

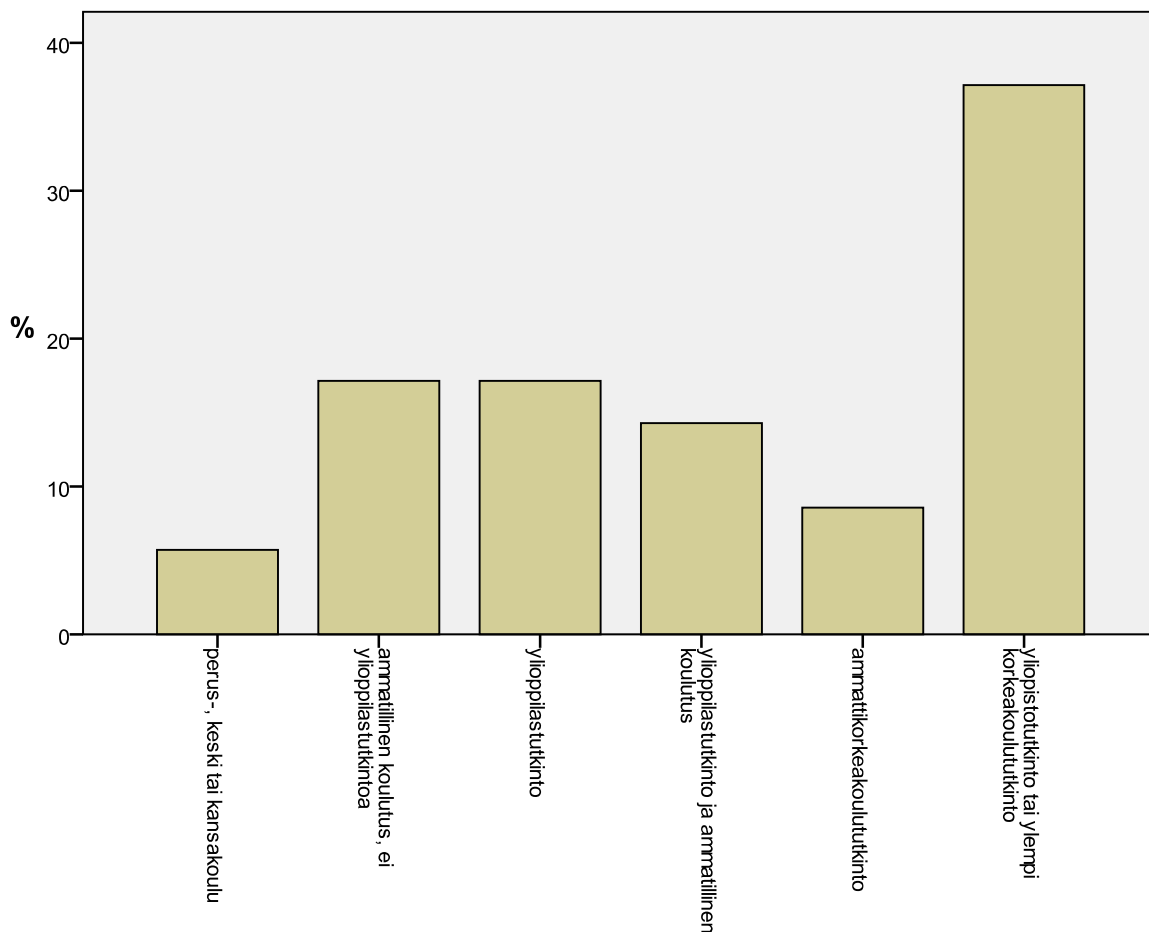


Kuvio 3. Koulutus/naiset

Siinä missä korkeakoulututkinnot korostuvat tässä yleisössä, varsinkin ammattikoulun käyneiden osuus jää selkeästi pieneksi. Toisin sanoen koulutusaste on merkittävä tekijä selitettäessä kulttuuriyleisöjen taustoja; mitä korkeampi koulutus, sitä suurempi todennäköisyys osallistua kulttuuritilaisuuksiin (Cantell 2003, 15). Korkeaa koulustaustaa lisää edelleen tutkimukseen vastanneiden opiskelijoiden osuus, jotka aikaan suorittavat opintonsa loppuun tai jatkavat niitä.

Naisista 55,1 prosenttia oli suorittanut yliopistotutkinnon tai ylempään korkeakoulututkinnon. Miesten kohdalla vastaava luku oli 37,1 prosenttia. Teatterikeskuksen tutki-

muksessa vastaavat luvut olivat naisilla 47,9 prosenttia ja miehillä 48,7 prosenttia (Tyvelä 2009, 8). Luvut ovat korkeita verrattuna esimerkiksi taidemuseoiden kävijöihin, joista 39 prosenttia on suorittanut korkeakoulututkinnon (Taivassalo 2003, 29).



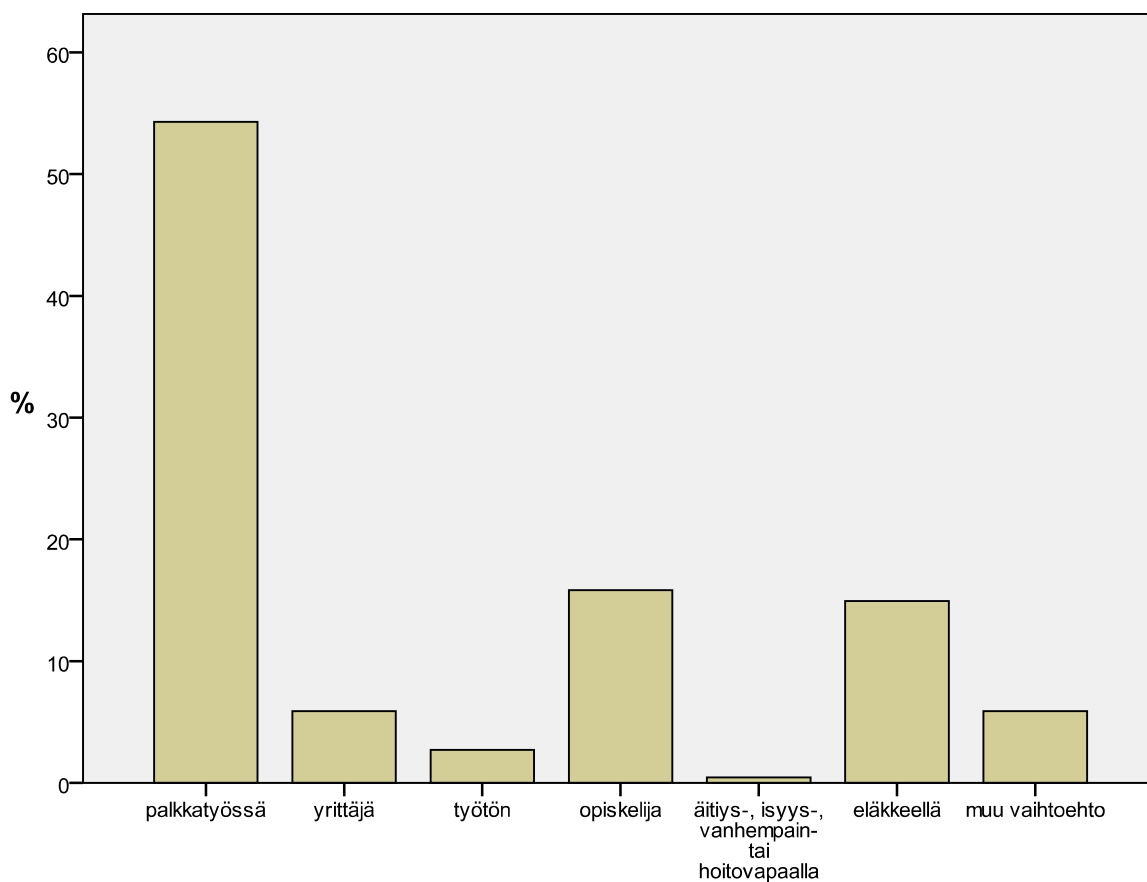
Kuvio 4. Koulutus/miehet

Naisista ammattikorkeakoulututkinnon oli suorittanut 11,4 prosenttia ja miehistä 8,6 prosenttia. Miesten osuus oli taas korkeampi ammatillisen koulutuksen ja pelkän ylioppilastutkinnon kohdalla. Perus- keski- tai kansakoulun suorittaneiden osalta kummankin sukupuolen osuus jäi reiluun viiteen prosenttiin.

3.4 Sosioekonominen asema

Vastaajien sosioekonomista asemaa tarkasteltiin tämän hetkistä elämäntilannetta kysymällä. Jako tapahtui seuraaviin vaihtoehtoihin: palkkatyö, yrittäjä, työtön, opiske-

lija, erilaiset hoitovapaat, eläkeläinen sekä muu -vaihtoehto. Kysymys oli tarkennettu lauseella "valitkaa sopivin", jotta vastaajat eivät valitsisi useampaa vaihtoehtoa.



Kuvio 5. Sosioekonominen asema

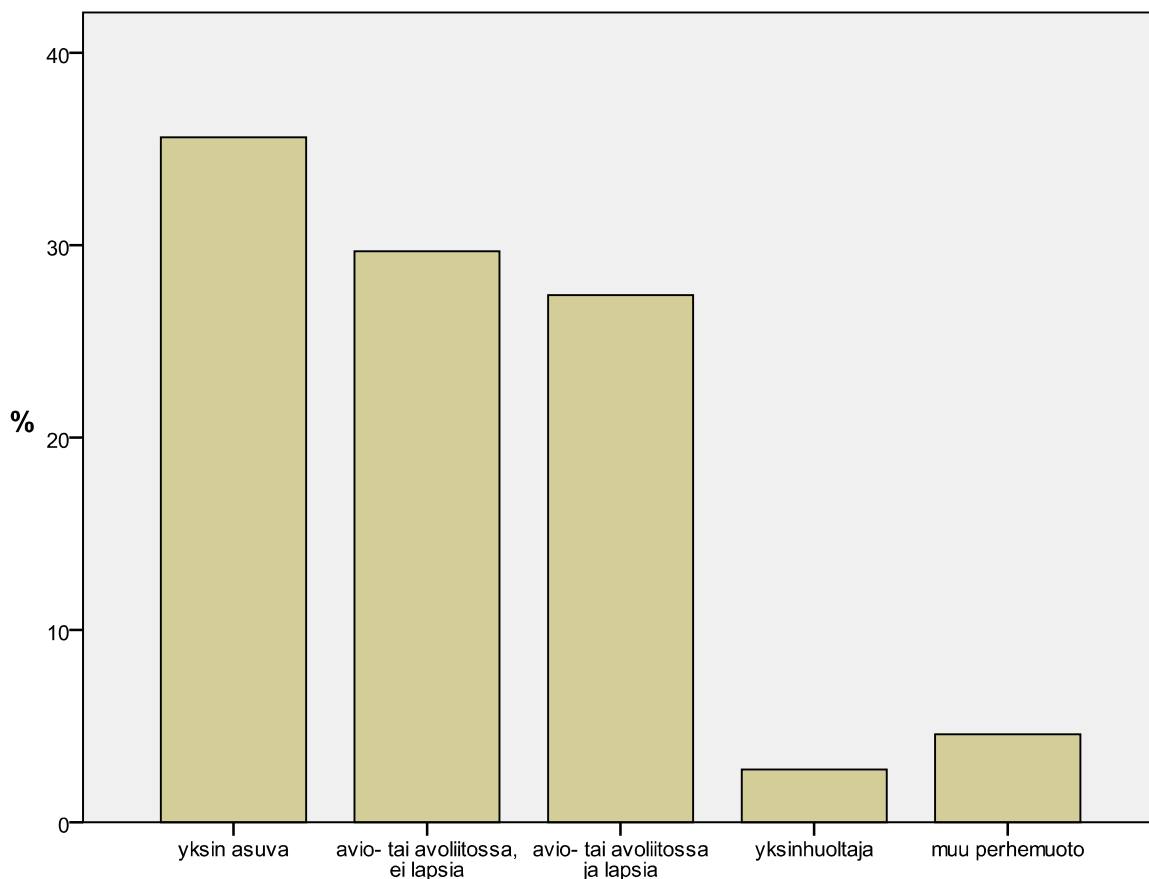
Vastaajista 54,3 prosenttia oli palkkatyössä. Kun tähän lisätään vielä yrittäjien osuus (5,9 %) voidaan todeta, että valtaosa vastaajista on tällä hetkellä työelämässä. Opiskelijoita oli 15,8 prosenttia ja eläkeläisiä 14,9 prosenttia. Työttömiä oli 2,7 prosenttia. Muu, mikä -vaihtoehdossa nousivat esiin erityisesti freelancerit. Tämä selittynee erityisesti teatteri- ja kulttuurialan työntekijöillä.

Tulokset jättävät hieman tulkinnanvaraa. Miten vastaajat määrittelevät itsensä, jos he esimerkiksi opiskelevat ja tekevät töitä samanaikaisesti. Myöskään osaaikaeläkeläisten osuus ei selviä tämän jaottelun avulla.

3.5 Siviilisääty

Siviilisääty liittyy läheisesti siihen, kenen kanssa yleisö tulee tapahtumaan. Yleisesti ottaen paikalla ollaan joko oman perheen tai ystävien kanssa. (Cantell 1993, 20.)

Vastaajista 35,3 prosenttia ilmoitti asuvansa yksin. Esimerkiksi musiikkijuhlien yleisöä tutkittaessa tulokset ovat samankaltaisia (mt., 1993, 20). Sukupuolten väliset erot vastauksissa nousevat esiin erityisesti tämän kysymyksen kohdalla; naisista yksinasuvia oli 37,8 prosenttia ja miehistä 20 prosenttia. Muiden perhemuotojen kohdalla erot eivät olleet näin merkittäviä.



Kuvio 6. Siviilisääty

Yksin asuvien osuus KokoTeatterin yleisöstä poikkesi tutkimuksen alkuperäisestä kokonaisotannasta, jossa olivat mukana Teatterikeskuksen jäseneteatterit. Avo- tai avoliitossa ja lapsia -vaihtoehto nousi laajemmassa otannassa suurimmaksi ryhmäksi.

Perhemuodon tai siviilisäädyn kysyminen ei aina ole yksioikoista. Yleisesti käytetyt tutkimuspohjien vaihtoehdot eivät huomioi alaikäisiä tai heidän on vaikeaa määrittää itsensä tiettyyn ryhmään kuuluvaksi.

Toinen ongelmakohta löytyy yksin asuvista ihmisistä. Moni eronnut tai leskeksi jäänyt kyseli näiden vaihtoehtojen perään. Neutraali ”yksin asuva” ei osoittautunutkaan selkeäksi tämänkaltaiset ryhmät yhteen kokoavaksi vaihtoehdoksi. Hajonta yksin asuvin ja muun perhemuodon välillä on näin mahdollista, ja tuloksia tulee tarkastella kriittisesti.

3.6 Asuinpaikka

Tutkimukseen osallistujilta kysyttiin postinumeroa, jotta pystyttäisiin tarvittaessa kartoittamaan esimerkiksi julisteiden jakoa teatterin lähiympäristöön. Hajonta tämän kysymyksen kohdalla oli korkea. Moni jätti myös vastaamatta. Määrittääkö postinumeralue vastaajaa liikaa vai koetaanko se muusta syystä epämiellyttäväksi tiedoksi jakaa?

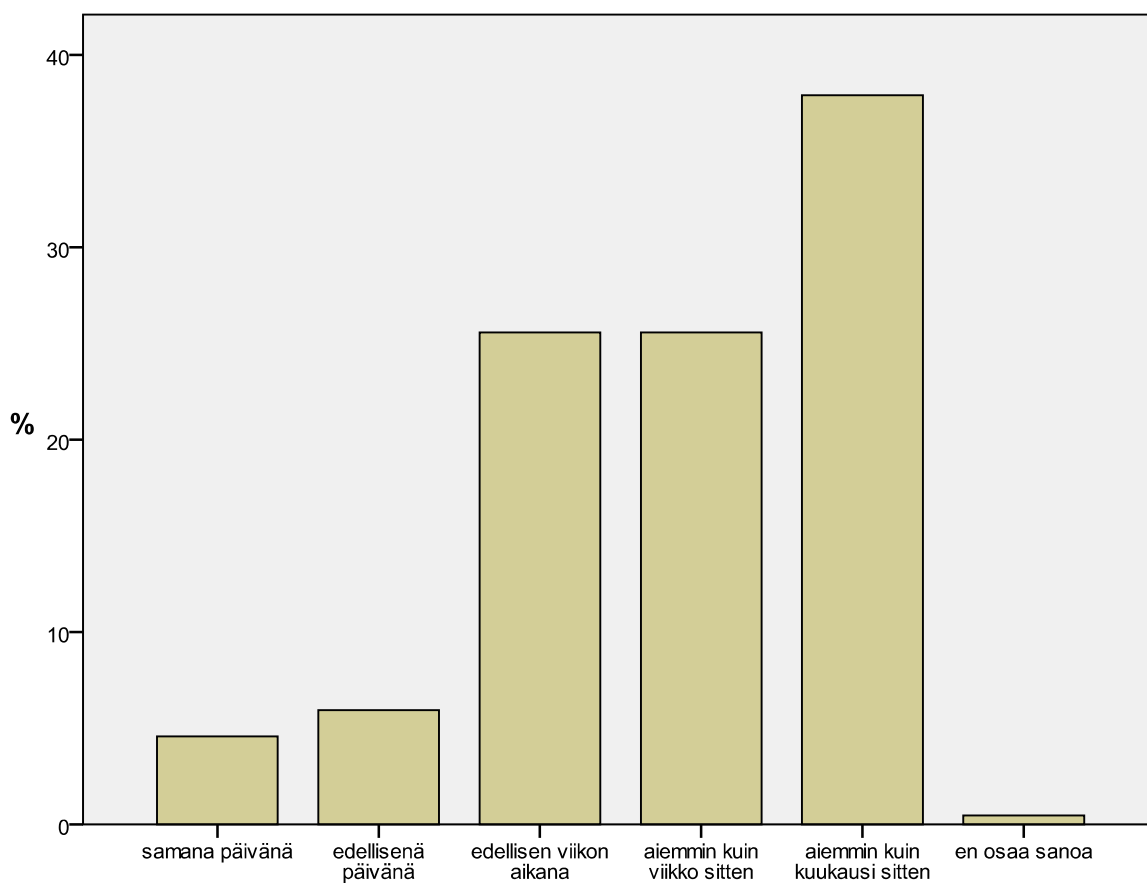
Ainoat selkeämmin erottuvat alueet, josta KokoTeatterin yleisö paikalle saapuu, ovat ymmärrettävästi teatterin lähitienoilla. Pitkäsillan pohjoispuolelta Hakaniemen alueelta vastaajia oli 5,9 prosenttia. Sörnäisten alueelta 3,6 prosenttia ja Alppilasta 3,2 prosenttia. Toinen merkittävä keskittymä löytyy keskustan ja Töölön suunnalta.

4 ESITYKSIIN OSALLISTUMINEN JA TIEDONSAANTI

Niin sanotun postmodernikeskustelun myötä on esitetty, että kulttuurituotteiden tuotannossa ja vastaanotossa on tapahtunut muutos, jolloin raja korkeakulttuurin ja populaarikulttuurin välillä horjuu. Ihmiset käyttävät kulttuuria laaja-alaisesti hyväkseen välittämättä hierarkkisista rajoista. (Cantell 1993, 58.)

Cantell (1996, 55) arvioi myös, että helpoin tie korkeakulttuurin kentälle astumiseen saattaa aueta juuri teatterin kautta, klassisen musiikin kenttä lienee kaikkein suljetuin. Hän viittaa tässä ranskalaisen sosiologi Pierre Bourdieu (1984) perusteluun erilaisten sosiaalisten kenttien pelisäännöistä ja niille pääsemisen vaikeuksista. Korkeakulttuurin kenttä on hänen mukaansa yksi vaikeimmista ja suljetuimmista kentistä. Joskaan kulttuurisen pääoman omaksuminen ei merkitse välttämättä perittyjä ominaisuuksia (vaikkakin lapsuudenkodin taideharrastus vaikuttaa tässä aineistossa tärkeältä tekijältä), ainakin hankitut ominaisuudet vaativat pitkän ja määrätietoisien tien. Kulttuurin kentälle ei ole astumista ilman riittävää kulttuurista pääomaa. Jos tämän rajan ylittää harkitsematta ja vailla riittävää kompetenssia, joutuu lähinnä naurunalaiseksi.

4.1 Osallistumispäätöksen ajankohta



Kuvio 7. Osallistumispäätöksen ajankohta

Monien kulttuuritapahtumien järjestäjät ovat havainneet, että kävijät hankkivat lippunsa yhä lähempänä tapahtuman ajankohtaa. Ainoastaan erittäin kysytyiksi tiedettyihin tilaisuuksiin liput ostetaan hyvissä ajoin, muuten päätös voi siirtyä viime hetkeen. (Cantell 2003, 27.)

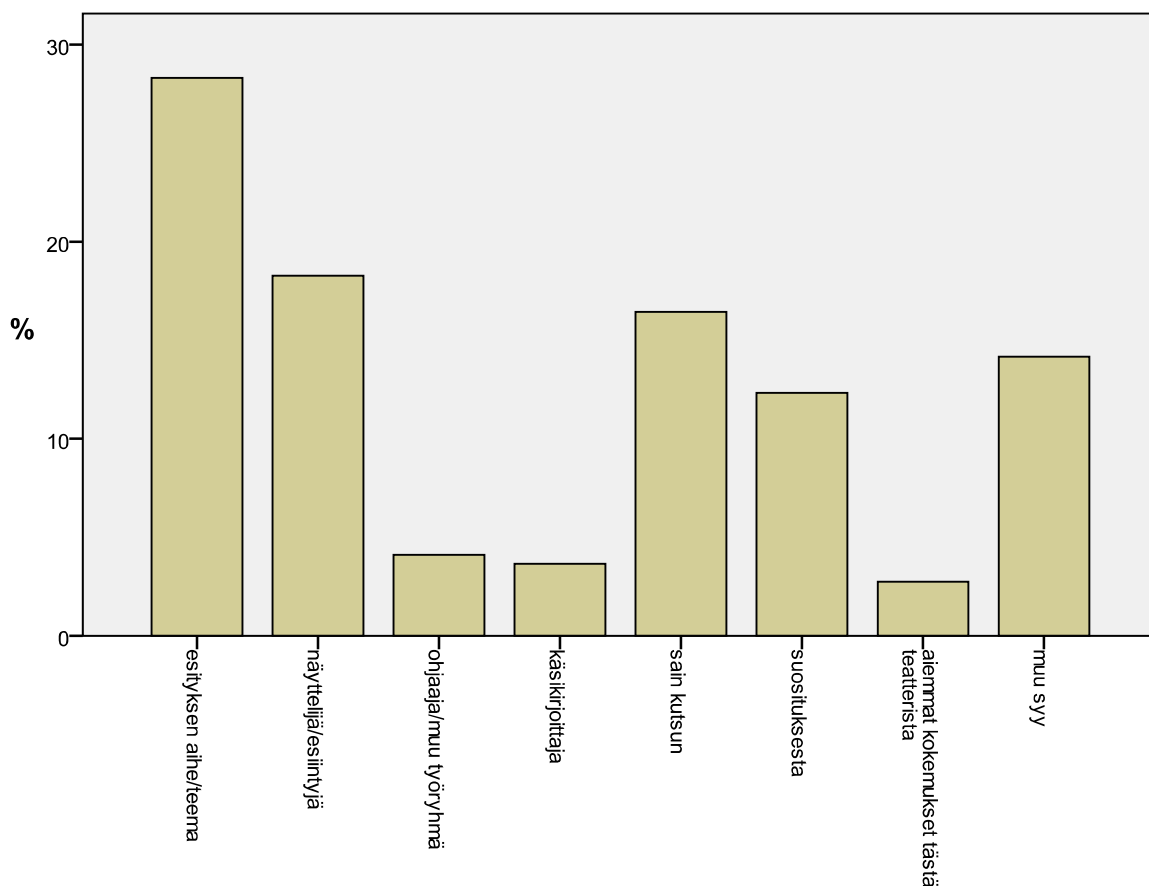
KokoTeatterin yleisöstä kuitenkin 37,6 prosenttia ilmoitti tehneensä osallistumispäätöksen aiemmin kuin kuukautta ennen. Aiemmin kuin viikkoa aiemmin päätöksen teki 25,3 prosenttia kävijöistä. Yhtä moni teki päätöksen edellisen viikon aikana. Niin sanottujen ex tempore -kävijöiden määrä jäi pieneksi. Edellisenä päivänä päätöksen teki 5,9 prosenttia ja samana päivänä 4,5 prosenttia kävijöistä.

4.2 Osallistumispäätöksen syy

Yksittäisen syyn ilmoittaminen voi olla vastaajalle hankalaa. Esimerkiksi Helsingin Taiteiden yössä suuri osa haastateltavista ei osannut sanoa mitään tiettyä syytä siihen, miksi he tulivat paikalle. Varsinainen taideanti ei tämänkaltaisissa tapauksissa ole välttämättä ensisijainen paikalle tulon syy. (Cantell 1993, 31.) Vaihtoehtoisesti esimerkiksi oopperayleisöjen osalta on saatu jossain määrin jäsentyneempi kuva, jossa korostuu erityisesti kiinnostus esitettävään teokseen tai oopperaan yleensä (Kivessä 1991, 41).

Teatterissa käyneiden osallistumispäätökseen vaikuttivat vuonna 2007 eniten näyttelijät (45 %). Seuraavaksi eniten valintaan vaikuttivat arvostelut (33 %) ja näytelmän tunnettavuus (30 %). Musiikin, tanssin ja laulun merkitys esityksessä on tärkeää 28 prosentille ja näytelmän uutuus 27 prosentille kävijöistä. Näyttelijävalinnat ovat erityisen tärkeitä 25 - 44 -vuotiaille ja kaupungeissa asuville. Arvostelujen merkitys kasvaa sitä mukaa, mitä koulutetumpaa yleisö on. (Kuosmanen & Tuomela 2007, 45.)

KokoTeatterin yleisöstä 28,1 prosenttia saapui paikalle esityksen aiheen tai teeman vuoksi. Näyttelijä tai esiintyjä oli 18,1 prosentille tärkein syy. Mielenkiintoisena voidaan pitää seuraavia lukuja: 16,3 prosenttia kävijöistä saapui paikalle kutsun johdosta ja 12,2 prosenttia suosituksesta. Niin sanottu puskaradio näyttää olevan vaikuttava tekijä myös osallistumispäätöksen kohdalla.



Kuvio 8. Osallistumispäätöksen syy

4.3 Tiedonsaanti

Teatterissa kävijät saavat useimmiten tietoa teatterista ja näytelmistä lehti-ilmoituksista, lehtien artikkeleista ja uutisista, teatterien julkaisuista sekä tuttavilta ja sukulaisilta. Internetiä käytetään tietolähteenä yhä useammin. Vuonna 2007 Internetistä haki tietoa teatteritarjonnasta suoraan teatterin omilta kotisivuilta 74 prosenttia kävijöistä. (Kuosmanen & Tuomela 2007, 37.)

Tässä tutkimuksessa osallistujilta tiedusteltiin, mistä he olivat saaneet tietoa teatterista ja sen esityksistä. Tässä yhteydessä ei kysytty ensisijaista tai yksittäistä tiedonlähdettä, vaan vastaajat saivat halutessaan valita useamman vaihtoehdon. Tarkoituksena oli näin selvittää kaikki tiedonkulkuväylät ja niiden tarpeellisuus.

Merkittävimmäksi tiedon jakajiksi muodostuivat ystävät, lähes puolet vastaajista (44,8 %) oli saanut informaatiota tätä kautta. Artikkelit ja kritiikit sanomalehdissä (26,7 %) nousivat seuraavaksi tärkeäksi tiedonsaantiväyläksi. Eeva-Liisa Taivassalon (2003, 49) mukaan tuttavien merkitys teatterikäynnin herättäjänä on huomattavasti vähäisempää kuin museokävijöiden (36 %) joukossa. Tämän tutkimuksen tulokset eivät tue kyseistä väitettä.

Taulukko 1. Tiedonsaanti

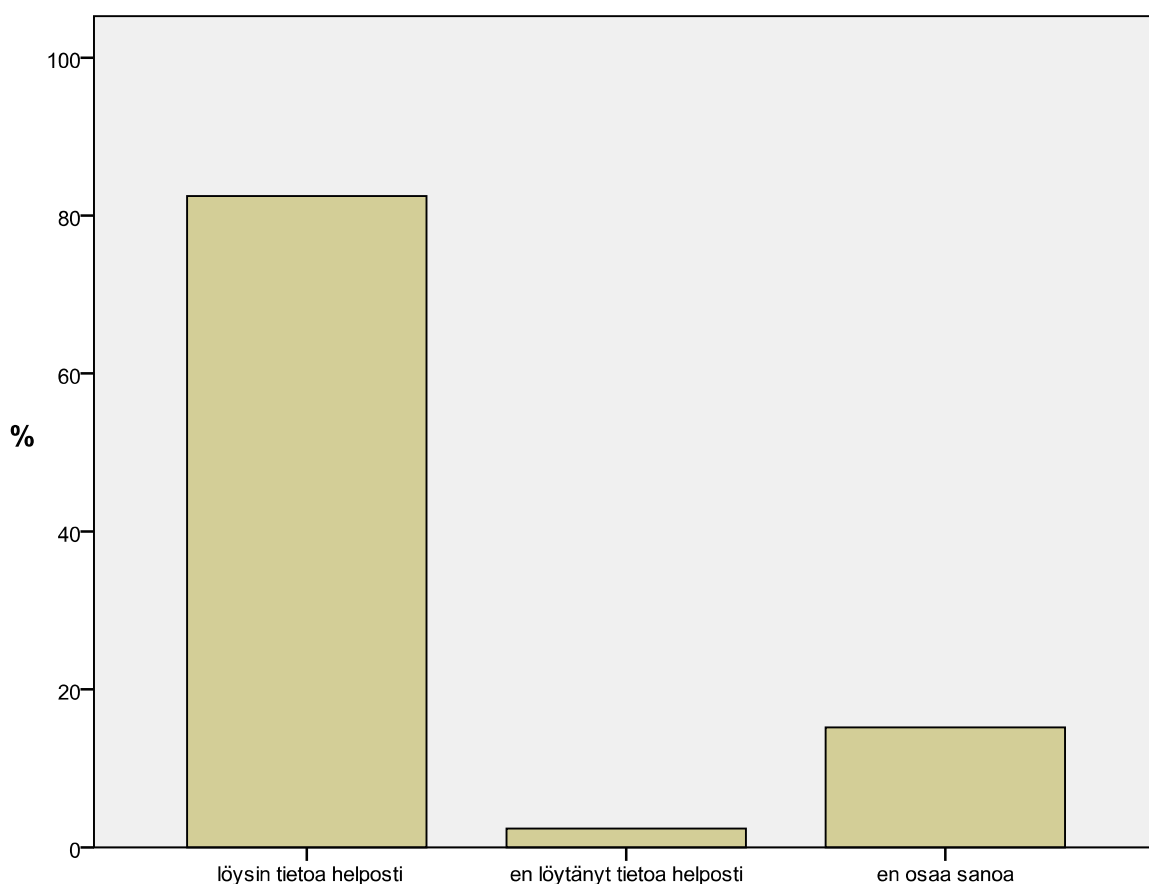
	%
ystävät	44,8
työpaikka, koulu tms.	9,5
radio	1,4
televisio	1,8
artikkelit/kritiikit sanomalehdissä	26,7
artikkelit/kritiikit aikakauslehdissä	3,2
artikkelit/kritiikit internetissä	6,8
tapahtumakalenterit sanomalehdissä	7,2
tapahtumakalenterit aikakauslehdissä	2,3
tapahtumakalenterit internetissä	4,1
Eturivi - Teatterikeskuksen ohjelmistolehti	0,9
Väliverho - Pääkaupunkiseudun kulttuurikalenteri	3,2
teatterin omat internetsivut	17,2
teatterin oma sähköpostilista/uutiskirje	5,9
teatterin omat julisteet	1,4
muu tiedonlähde	3,2

Teatterin omilta internetsivuilta etsi tietoa 17,2 prosenttia vastaajista. Kun tähän lukuun yhdistetään teatterin oma sähköpostilista/uutiskirje (5,9 %), voidaan todeta että lähes joka neljäs kävijä sai tietoa teatterin omien sähköisten tiedotusväylien kautta. Perinteiset julisteet eivät osoittautuneet erityisen merkittäviksi (1,4), kuten eivät

myöskään Teatterikeskuksen ohjelmalehti Eturivi tai pääkaupunkiseudun kulttuurikalenteri Väliverho.

Television ja radion merkitys jäi myös hyvin vaatimattomaksi. Muita tiedonlähteitä nimettiin esimerkiksi ainejärjestöt sekä muut sähköpostilistat. Facebook mainittiin neljässä vastauksessa; tätä ei vielä kyselyä tehtäessä eritelty omaksi vaihtoehdokseen. Tulevaisuudessa lienee tarpeellista eritellä sähköisiä viestintäväyliä entistä tarkemmin.

Kysyttäessä tiedon löytymisen helppoutta vastaajista 78,7 prosenttia koki löytäneensä vaivattomasti tietoa teatterista ja sen ohjelmistosta. Kielteisesti vastasi vain 2,3 prosenttia.



Kuvio 9. Tiedon löytyminen

Huomionarvoista on ”en osaa sanoa” -vaihtoehdon valinneiden korkea osuus (14,5 %). Tätä voidaan selittää muiden kysymysten avulla; esimerkiksi monet miehet ilmoittivat tulleen puolisonsa tai seuralaisensa kanssa. Tällöin vastuu tiedon hankinnasta oli jätetty suosiolla toiselle osapuolelle. Kymmenen vastaajaa (4,5 %) jätti vastamatta tähän kysymykseen. Viimeinen kysymys pitkien monivalintavaihtoehtojen jälkeen ei välttämättä kiinnittänyt vastaajien huomiota tarpeeksi.

5 YLEISÖN MUU KULTTUURIHARRASTUS

Kulttuuriharrastusten tiedetään kasautuvan. Kiinnostus yhteen taidemuotoon liittyy yleensä laajempaan kulttuuriseen kiinnostukseen. Esimerkiksi lähes puolet Kuhmon Kamarimusiikin yleisöstä käy yli kymmenen kertaa vuodessa erilaisissa musiikkitilaisuuksissa. Samanlaista kiinnostusta osoitetaan myös muita kulttuuritapahtumia, kuten teatteria, näyttelyitä ja elokuvia kohtaan. (Cantell 1993, 27.)

Vuonna 2007 kysyttäessä suomalaisilta, mitkä eri vaihtoehdot kilpailevat eniten teatterissa, oopperassa tai baletissa käymisen kanssa, 46 prosenttia vastaajista mainitsi koti-illan. Muita teatterissa käymisen kanssa kilpailijoita ovat illanvietto ystävien ja sukulaisten kanssa (36 %) ja omat harrastukset (32 %). Naisten keskuudessa teatterikäynnin kanssa kilpailevat illanvietto ystävien ja sukulaisten kanssa sekä elokuvat ja konsertit. Miehiä kiinnostaa enemmän oma harrastustoiminta ja urheilutapahtumat. (Kuosmanen & Tuomela 2007, 50.)

5.1 Käynnit muissa Teatterikeskuksen teattereissa

Suomalaisista teatterissa käy keskimäärin 46 prosenttia. Yleisin syy teatterissa käymättömyyteen on kiinnostuksen puute (Kuosmanen & Tuomela 2007, 16).

Kävijöistä lähes kaikki uskovat käyvänsä myös uudestaan teatterissa seuraavan vuoden aikana. Useimmat arvioivat tulevansa seuraavan 12 kuukauden aikana 1-5

kertaa. Teatterissa kävijöistä 4 prosenttia uskoo, että ei käy seuraavan vuoden aikana uudestaan teatterissa. (mt., 34.)

Taulukko 2. Käynnit Teatterikeskuksen jäseneteattereissa

	%
Circus Maximus	4,5
Improvisaatioteatteri Stella Polaris	29,4
Musiikkiteatteri Kapsäkki	10,9
Klockriketeatern	4,5
KokoTeatteri	60,2
KOM-teatteri	72,9
Teatteri Naamio ja Höyhen	10
Nälkäteatteri	7,7
Oblivia	1,4
Ooppera Skaala	3,6
PerformanceSirkus	0,9
Q-teatteri	57,5
Rakastajat Teatteri	5,4
Ryhmäteatteri	62
Tanssiteatteri Hurjaruuth	31,7
Teatteri Avoimet Ovet	35,3
Teatteri Jurkka	40,3
Teatteri Takomo	34,4
Teatteri Telakka	8,1
Teatteri Vanha Juko	8,6
TEHDAS teatteri	3,6
Todellisuuden tutkimuskeskus	8,6
TOTEM-teatteri	0,5
Universum ry	11,8
Valtimonteatteri	7,2
Viirus	27,6

Tässä kyselyssä tutkittiin erityisesti käyntejä muissa Teatterikeskuksen jäseneteattereissa. Tämä kysymys olikin ensisijaisesti tarkoitettu Teatterikeskuksen käyttöön esimerkiksi yhteismarkkinointia varten.

Eniten vastaajat olivat käyneet KOM-teatterissa (72,9 %), Q-teatterissa (57,5 %) ja Teatteri Jurkassa (40,3 %). Myös Takomo, Avoimet Ovet ja Hurjaruuth olivat KokoTeatterin kävijöille tuttuja paikkoja. Keskimäärin vastaajat olivat käyneet 5,12 Teatterikeskuksen jäseneteatterissa.

Osalle vastaajista kysymyksen asettelu osoittautui hieman epäselväksi, usein juuri se teatteri jossa vastaus annettiin, jäi mainitsematta. Tässä tapauksessa esimerkiksi KokoTeatterin kävijöistä vain 60,2 prosenttia ilmoitti käyneensä juuri kyseisessä teatterissa. Tuloksia voidaan pitää vain suuntaa-antavina. Lisäksi useampi vastaaja ymmärsi teatteriluettelon jonkinlaiseksi kattavaksi kotimaisen teatterikentän listaksi; mikäli omaa ehdokasta ei löydetty listalta, se saatettiin lisätä sinne omavaltaisesti

5.2 Käynnit muissa kulttuuritapahtumissa

Eurooppalaiset vierailevat museoissa tai gallerioissa keskimäärin kerran vuodessa. Kirjastoissa käydään noin kaksi kertaa vuoden aikana. Suomalaiset käyttävät kirjastoa keskimäärin eurooppalaisista tiheimmin eli 4-6 kertaa vuodessa. Elokuviissa eurooppalaiset käyvät keskimäärin 4-6 kertaa vuodessa, kun suomalaisten käyntikerrat jäävät kahteen kertaan. (Taivassalo 2003, 49.)

Tutkimuksessa kysyttiin vastaajien muita kulttuuri- ja vapaa-ajan kohteita. Vaihtoehdot olivat: kirjasto, museo, teatteri, elokuvateatteri, konsertti, tiedepuisto ja urheilutapahtuma. Vastausvaihtoehdot oli porrastettu käyntitiheyden mukaan: en koskaan, harvemmin kuin kerran vuodessa, noin kerran vuodessa, useita kertoja vuodessa sekä kerran kuukaudessa tai useammin.

Vastaajat vierailevat erityisesti museoissa, elokuvateattereissa ja konserteissa useita kertoja vuodessa. Kirjastoja käytetään vielä tiheimmin, 47,1 prosenttia vastaajista käytti kirjastopalveluja kerran kuukaudessa tai useammin

Korkeakulttuuriyleisön tietäntyyppistä erikoistumista tukevat tulokset, jonka mukaan esimerkiksi 27,6 prosenttia vastaajista ei käy koskaan urheilutapahtumissa.

Taulukko 3. Käynnit muissa kulttuuritapahtumissa/kohteissa prosenttia

	ei koskaan	harvemmin kuin kerran vuodessa	noin kerran vuodessa	useita ker- toja vuo- dessa	kerran kuukau- dessa tai useammin
kirjasto	1,4	8,1	10	31,7	47,1
museo		5,9	24,9	57	10,4
teatteri		1,4	13,1	63,3	20,8
elokuvateatteri	0,5	4,5	14,5	62,9	16,7
konsertti		10	20,8	52,5	15,4
tiedepuisto	21,7	57,5	17,2	0,5	
urheilutapahtuma	27,6	34,8	17,2	16,3	2,3

6 YHTEENVETO

KokoTeatterin suurimpia haasteita on yleisöpohjan laajentaminen ja katsojamäärien kasvattaminen (González 2005, 10). Helsingin seutu on täynnä teattereita, samoin erityisyleisöjä. Pääkaupunkiseudulla on mahdollista tehdä pienten yleisöjen esityksiä. Tämä ei tarkoita sitä, että Helsingissä toimiminen olisi sen helpompaa. Teatterit kilpailevat paitsi keskenään myös muiden kulttuuritapahtumien kanssa. Parhaimmillaan tämä synnyttää hyvää tuotekehittelyä ja rohkaisee teattereita profiloitumaan ja erottumaan joukosta. Pahimmillaan se tarkoittaa lukuisia tyhjiä esityssaleja. (Veijalainen 2007, 334.)

Minna-Karoliina Heinon aiemmasta tutkimuksesta (2003, 12-15) käy ilmi, että KokoTeatterin tyypillisin kävijä on noin 30-vuotias korkeasti koulutettu nainen, joka tulee

teatteriin yksin tai ystäviensä kanssa. Samat piirteet vahvistuivat myös tässä tutkimuksessa. Naisten osuus vastaajista jopa ylitti aiempien tutkimusten luvut.

Tällä hetkellä valtaosa teatterin yleisöstä on siis korkeasti koulutettuja naisia. Naisennemistö on huomattava, jopa verrattuna kaikkein naisvaltaisimpana pidettyyn oopperayleisöön. Kyselyyn vastanneet miehet myös ilmoittivat usein, että he ovat tulleet seuralaisen mukana, tai että päätös teatteriin tulosta ei ole heidän itsensä tekemänsä. Yksin teatteriin tulleita miehiä ei juuri vastaajista löytynyt, ja jos löytyi, kyseessä oli usein teatterialan ammattilainen.

Miksi sitten näin? Selitystä tälle voidaan hakea osittain siitä, että kulttuuritapahtumat kiinnostavat hyvin valikoitunutta yleisöä, joka ei ainakaan avoimesti halua kuulla puhuttavan tapahtumien sosiaalisista merkityksistä. Kaikkinainen markkinointi kulttuurisektorilla vaatii suurta kykyä luovia soveliaisuuden rajoissa. Viittaaminen sukupuolten välisiin tapaamismahdollisuuksiin saattaa olla yksi varmimmista keinoista karkottaa jo vakiintuneet kanta-asiakkaat. (Cantell 1996, 55.)

Teatterin tavoitettavuudesta tiedusteltaessa selvisi, että lähes puolet kävijöistä oli kuullut KokoTeatterista ja sen ohjelmistosta ystäviltaan. Artikkelit ja kritiikit sanomalehdissä näyttäytyivät myös merkittävänä tiedonkulkuväylinä. Erilaisten tapahtumakalenterien osuutta ei pidä vähätellä, mutta niiden moninaisuus saattaa sekoittaa tiedon etsijää. Usein tapahtumakalentereista tiedon saanut kävijä oli myös etsinyt informaatiota muista tietolähteistä.

Kuosmasen ja Tuomelan (2007, 13) lukuihin internetistä teatteritarjonnan informaatioväylänä ei vielä päästy, mutta KokoTeatterin internetsivut ja sähköpostilista tavoitavat kuitenkin jo joka neljännen kävijän. Tämä näyttäytyy merkittävänä vuorovaikutusmahdollisuutena, kun puhutaan rajallisista taloudellisista resursseista. Perinteinen julistemainonta näyttää taas menettävän merkitystään.

Oma mielenkiintoinen lukunsa on teatterin kävijäkunnan ikäjakauma. Kävijöitä löytyi melko tasaisesti kaikista ikäryhmistä, ei pelkästään nuorista aikuisista. Isabel González (2005, 4) määrittelee KokoTeatterin tyyliä ja miljöötä rohkeaksi ja ennakkoluulottomaksi; esimerkiksi teatteritilan menneisyyttä pehmopornon sävyttämänä elo-

kuvateatterina ei ole peitelty vaan päinvastoin jopa korostettu. Dekadentti teatterimiljöön yhdistettynä räväkkään ohjelmistoon ei tässä yhteydessä toimi kompastuskivenä eri ikäryhmille; kaikkia yhdistäneenä kiinnostus rajoja rikkovaan riippumattomaan teatteriin.

LÄHTEET

- Alkula, Tapani & Pöntinen, Seppo & Ylöstalo, Pekka 1994. Sosiaalitutkimuksen kvantitatiiviset menetelmät. Helsinki: WSOY.
- Cantell, Timo 1993. Musiikkijuhlien yleisöt. Kaustinen, Kuhmo, Viitasaari. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta. Tilastotietoa taiteesta n:o 7.
- Cantell, Timo 1996. Kaupunkifestivaalien yleisöt. Kuopio tanssii ja Soi, Tampereen Teatterikesä, Turun musiikkijuhlat, Ruisrock. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta. Tilastotietoa taiteesta n:o 14.
- Cantell, Timo 2003. Nykytanssin yleisöt. Tutkimus Tanssiareena 2000 -festivaalin kävijöistä. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta. Tilastotietoa taiteesta n:o 31.
- González, Isabel 2005. KokoTeatterin imago. Yleisön mielikuva teatterista. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Ammattikorkeakoulun perustutkinnon opinnäytetyö.
- Harju, Heidi & Pohjanmäki, Titta 2005. Kvantitatiivisen aineiston kerääminen ja sen analysointi SPSS –ohjelmalla. Helsinki. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Sarja C. Oppimateriaalit.
- Heikkilä, Tarja 2005. Tilastollinen tutkimus. 5.-6. painos. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Heino, Minna-Karoliina 2003. Mainonta, peruskilpailukeinot ja rahoitus vapaan teatterin näkökulmasta. Helsinki: opinnäytetyö.
- Kivekäs, Kyllikki 1991. Alueoopperat ja yleisöt. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta. Tilastotietoa taiteesta 5 A.
- Kuosmanen, Johanna & Tuomela, Jutta. Suomalaisten teatterissa käynti. Suomen teatterit ry 2007. Viitattu 6.5.2010.
http://www.teatteriliitto.fi/Uudet_netpdf/Suomalaisten_teatterissa_käynti_raportti_lokakuu2007.pdf
- Taivassalo, Eeva-Liisa 2003. Museokävijä. Valtakunnallinen museokävijöiden kävijätutkimus 2003. Helsinki: Suomen museoliiton julkaisuja 53.
- Teatterikeskus 2009. Viitattu 6.5.2010. <http://www.teatterikeskus.fi>
- Tyvelä, Tuukka 2009. Teatterikeskuksen kyselytutkimus. Syyskausi 2008. Helsinki: Teatterikeskus.
- Veijalainen, Anna 2007. Joukkokohtaus. KokoTeatteria 10 vuotta. Helsinki: Like.

LIITTEET

Liite 1: Kyselylomake

Arvoisa teatterissakävijä

Pyydämme ystävällisesti vastaamaan tähän Teatterikeskuksen teettämään kyselyyn, jolla selvitämme kävijäkuntamme rakennetta ja sitä, kuinka voisimme tavoittaa teidät entistä paremmin. Vastaamalla voitte auttaa meitä kehittämään toimintaamme.

**1. Mitä esitystä tulitte katso-
maan?** _____

2. Sukupuoli

1 nainen	2 mies
----------	--------

3. Syntymävuotenne on _____

4. Postinumeronne on _____

5. Perhemuotonne?

1 yksin asuva	4 yksinhuoltaja
2 avio- tai avoliitossa, ei lapsia	5 muu perhemuoto, mikä?
3 avio- tai avoliitossa ja lapsia	

6. Mikä on koulutuksenne?

1 perus-, keski- tai kansakoulu	4 ylioppilastutkinto ja ammatillinen tutkinto
2 ammatillinen koulutus, ei ylioppilastutkintoa	5 ammattikorkeakoulututkinto
3 ylioppilastutkinto	6 yliopistotutkinto tai ylempi korkeakoulututkinto

7. Oletteko tällä hetkellä (valitkaa sopivin):

1 palkkatyössä	5 äitiys-, isyys- tai hoitovapaalla
2 yrittäjä	6 eläkkeellä
3 työtön	7 muu, mikä?
4 opiskelija	

8. Millä alalla työskentelette/opiskelette? _____

9. Kuinka usein käytte seuraavissa kohteissa?

	en kos- kaan	harvemmin kuin kerran vuodessa	noin ker- ran vuo- dessa	useita kertoja vuodessa	kerran kuukau- dessa tai useammin
kirjasto	1	2	3	4	5
museo	1	2	3	4	5
teatteri	1	2	3	4	5
elokuvateatteri	1	2	3	4	5
konsertti	1	2	3	4	5
tiedepuisto	1	2	3	4	5
urheilutapahtuma	1	2	3	4	5

10. Alla on lueteltu Teatterikeskuksen jäseneteattereita. Minkä teattereiden esityksiä olette nähneet (voitte valita useamman)?

1 Circus Maximus	10 Ooppera Skaala	19 Teatteri Telakka
2 Improvisaatioteatteri Stella Polaris	11 PerformanceSirkus	20 Teatteri Vanha Juko
3 Musiikkiteatteri Kap-säkki	12 Q-teatteri	21 TEHDAS teatteri
4 Klockriketeatern	13 Rakastajat Teatteri	22 Todellisuuden tutki-muskeskus
5 KokoTeatteri	14 Ryhmäteatteri	23 TOTEM-teatteri
6 KOM-teatteri	15 Tanssiteatteri Hurja-ruuth	24 Universum ry
7 Teatteri Naamio ja Höyhen	16Teatteri Avoimet Ovet	25 Valtimonteatteri
8 Nälkäteatteri	17 Teatteri Jurkka	26 Viirus
9 Oblivie	18 Teatteri Takomo	

11. Milloin teitte päätöksen teatteriin tulosta (valitkaa vain yksi vaihtoehtoista)?

1 samana päivänä	3 edellisen viikon aikana	5 aiemmin kuin kuukausi sitten
2 edellisenä päivänä	4 aiemmin kuin viikko sitten	6 en osaa sanoa

12. Mikä oli tärkein tekijä, joka sai teidät tulemaan juuri tähän esitykseen (valitkaa vain yksi vaihtoehtoista)?

1 esityksen aihe/teema	5 sain kutsun
2 näyttelijä/esiintyjä	6 suosituksesta
3 ohjaaja/muu työryhmä	7 aiemmat kokemukset tästä teatterista
4 käsikirjoittaja	8 muu, mikä

13. Mistä saitte tietoa tästä esityksestä (voitte valita useamman)?

1 ystäviltä	9 tapahtumakalenterit aikakauslehdissä
2 työpaikalta, koulusta tms.	10 tapahtumakalenterit internetissä
3 radiosta	11 Eturivi – Teatterikeskuksen ohjelmistolehti
4 televisiosta	12 Väliverho – pääkaupunkiseudun kulttuurikalenteri
5 artikkelit/kriitikit sanomalehdissä	13 teatterin omat internetsivut
6 artikkelit/kriitikit aikakauslehdissä	14 teatterin oma sähköpostilista/ uutiskirje
7 artikkelit/kriitikit internetissä	15 teatterin omat julisteet
8 tapahtumakalenterit sanomalehdissä	16 muualta, mistä?

14. Löysittekö helposti tietoa tästä teatterista ja sen ohjelmistosta?

1 kyllä löysin	2 en löytänyt	3 en osaa sanoa
----------------	---------------	-----------------

TEATTERIKESKUS KIITTÄÄ VAIVANNÄÖSTÄNNE!