

HUMAK[®]

OPINNÄYTETYÖ

**Digitaalisuuden hyödyntäminen yleisöpohjan
kasvattamisessa taide- ja kulttuurialalla**
Suomalaisia ja kansainvälisiä näkökulmia

Kaisa Suokas

Kulttuurituotannon koulutusohjelma
(240 op)

4/2021

TIIVISTELMÄ

Humanistinen ammattikorkeakoulu
Kulttuurituotannon koulutusohjelma

Tekijät: Kaisa Suokas

Opinnäytetyön nimi: Digitaalisuuden hyödyntäminen yleisöpohjan kasvattamisessa taide- ja kulttuurialalla. Suomalaisia ja kansainvälisiä näkökulmia.

Sivumäärä: 68 ja 2 liitesivua

Työn ohjaaja(t): Minna Hautio

Työn tilaaja(t): KULTA ry

Tämä opinnäytetyö käsittelee digitaalisuuden hyödyntämistä yleisöpohjan kasvattamisessa taide- ja kulttuurialalla. Työn tilaajana toimi taide- ja kulttuurialan valtakunnallinen edunvalvoja KULTA ry.

Työllä oli kaksi tavoitetta: tavoitteena oli esitellä innovatiivisia käytäntöjä, joissa taide- ja kulttuuritoimijat ovat hyödyntäneet digitaalisuutta yleisöpohjan kasvattamiseksi, ja selvittää kuinka taide- ja kulttuurialalla voitaisiin käyttää digitaalisuutta samaan tarkoitukseen tulevaisuudessa. Työn kehittämistehtävä oli parantaa taide- ja kulttuuritoimijoiden valmiuksia digitaalisuuden hyödyntämiseen omissa organisaatioissaan.

Työn aineistonkeruumenetelminä on käytetty vertaisanalyysia, johon sisältyy dokumenttianalyysi ja käyttäjäkokemuksen havainnointi, sekä asiantuntijahaastatteluja, jotka toteutettiin puolistrukturoituina haastatteluina. Mukana vertaisanalyysissa oli kaksi teatteria, yksi museo ja yksi klassisen musiikin kokoonpano. Havainnointiin valitut sisällöt olivat podcast, striimiesitys, virtuaalisessa ympäristössä tapahtuva teatteriesitys, digitaalisen alustan kautta osallistava musiikkiteos sekä AR-näyttely. Haastateltavina oli kolme kulttuurialan ammattilaista; yleisötyön koordinaattori, museointendentti ja näyttelijä/ohjelmistokehittäjä. Aineistossa oli vertaisanalysoitavia kohteita ja haastateltavia sekä Suomesta että kansainväliseltä taide- ja kulttuurikentältä.

Työn yhteenvedona voi todeta että digitaalisuutta voi tulevaisuudessa hyödyntää taide- ja kulttuurialoilla yleisöjen kasvattamisessa muun muassa kehittämällä uusia digitaalisia tuotteita ja digitalisoimalla perinteisen yleisötyön sisältöjä. Sosiaalisen median painoarvo yleisöjen tavoittamisessa kasvaa entisestään. Myös yleisön rooli muuttuu digitaalisen osallistumisen myötä ja digitaalisissa ympäristöissä toimivien yleisöjen tavoittamiseksi kulttuurialan ammattilaisilta vaaditaan yhä parempaa digitaalista osaamista. Tutkimuksessa ilmeni, että digitaalisuuden hyödyntämisestä löytyy sekä Suomesta että ulkomailta monia innovatiivisia esimerkkejä ja asiantuntijoiden mukaan digitaalisuuteen suhtaudutaan alalla myönteisesti. Tarvitaan kuitenkin lisää resursseja, oikeanlaista asennoitumista ja rohkeita avauksia, jotta tulevaisuudessa digitaalisuuden avulla saadaan tavoitettua yhä laajempia yleisöjä sekä kehitettyä korkealaatuisia ja saavutettavampia sisältöjä.

Asiasanat: digitalisaatio, kulttuuriala, digitaalisuus, digitaalinen yleisötyö, saavutettavuus, osallisuus

ABSTRACT

Humak University of Applied Sciences
Degree Programme in Cultural Management

Author: Kaisa Suokas

Title: Digital applications in audience growth in art and culture fields. Domestic and foreign viewpoints.

Number of Pages: 68 and 2 attachment pages

Supervisor(s): Minna Hautio

Commissioned by: KULTA ry

This thesis examines the utilization of digitality in audience growth in the art and culture fields. The subscriber of the thesis is KULTA ry, which is a central organization for support and producer associations operating in the Finnish arts and culture industry.

The thesis had two main purposes: to exhibit innovative practices in which art and culture organizations had utilized digitality in order to achieve audience growth and to unravel the ways in which digitality could be used to reach out to new audiences in the future. The development assignment of the thesis was to improve the capability of art and culture actors to utilize digitality in their own organizations.

The methods of the thesis were benchmarking and expert interviews. The benchmarking included document analysis and observation of user experience, and the interviews were conducted as semi-structured interviews. The benchmarking covered two theatres, one museum and one composition of modern classical music. Digital contents included in the user observation were a podcast, a live streamed performance, a theatre performance taking place in a virtual environment and an AR-exhibition. Interviewees included three experts from the art and culture fields. The interviewees were a coordinator of audience development, a museum intendant and an actor/software developer. In order to cover both domestic and international viewpoints, there were both Finnish and international representatives the benchmarked organisations and interviewees.

The conclusion of the thesis is that in order to improve audience growth, digitality can be utilized in the future for example by developing new digital products and by digitizing already existing contents of traditional audience development. The importance of social media in reaching out to audiences digitally will continue to grow in the future. The roles of the audiences will transform as an effect of digital participation. In order to reach audiences in digital environments the employees and experts of the art and culture fields will require more profound digital expertise. The analysis also indicated, that in the art and culture field the common attitude towards digitality is positive. There are various examples of creative utilization of digitality in the art and culture fields both in Finland and internationally. In order to utilize digitality in audience growth even more effectively, the art and culture fields require more economical resources, creative approach and ambitious drive.

Keywords: digitalization, culture sector, digitality, participation, accessibility, digital audience development

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO.....	1
2	Digitaalisuus yleisöjen tavoittamisessa	3
	2.1 Tutkimuksia: Suhtautuminen digitaalisuuteen taide- ja kulttuurialoilla.....	3
	2.2 Näkökulmat digitaalisuuden hyödyntämiseen	6
	2.3 Digitaalinen esitys- ja näyttelytoiminta	7
	2.4 Yleisöjen tavoittamisen keinoja – perinteinen yleisötyö	9
	2.5 Yleisöjen tavoittamisen keinoja - digitaalinen yleisötyö	10
	2.6 Tutkimuksia koronapandemian vaikutuksesta digitaalisuuteen kulttuurialoilla.....	14
3	Menetelmät	16
	3.1 Menetelmien valinnan strategia	16
	3.2 Haastattelut	17
	3.3 Vertaisanalyysi.....	19
	3.4 Analyysitavan valinta.....	20
4	Näkökulmia digitaalisuuden hyödyntämiseen.....	22
	4.1 Perinteisen ja digitaalisen yleisötyön määritelmät ja tavoitteet	22
	4.2 Digitaalisen yleisötyön edut, vaikutukset ja mahdollisuudet.....	24
	4.3 Digitaalisen yleisötyön tekijät, kohderyhmät ja saatu palaute	25
	4.4 Pandemiatilanteen vaikutukset digitaaliseen yleisötyöhön.....	28
	4.5 Digitaalisen yleisötyön tarpeet, resurssit ja maksullisuus.....	29
	4.6 Tulevaisuudennäkymät ja haastattelujen yhteenveto	31
5	Digitaalisia käytäntöjä Suomesta ja maailmalta.....	33
	5.1 Turun kaupunginteatterin Somenäyttämö ja Väliaika-podcast.....	33

5.1.1	Somenäyttämö	34
5.1.2	Somenäyttämön tekninen käyttäjäkokemus ja elämyksellisyys	35
5.1.3	Väliaika-podcast	36
5.1.4	Väliaika-podcastin tekninen käyttökokemus ja elämyksellisyys	37
5.2	Helinä Rautavaaran museo -virtuaalinäyttelyitä ja etäopastuksia	38
5.2.1	Virtuaalinäyttely ja opastukset Digimuseo.fi sivustolla	39
5.2.2	Virtuaalinäyttelyn tekninen käyttäjäkokemus ja elämyksellisyys	40
5.3	Birmingham Contemporary Music Group ja osallistavat musiikkiteokset	42
5.3.1	Yleisön rooli osallistavissa musiikkiteoksissa	43
5.3.2	Teoksen nauhoitusilaisuuden tekninen käyttäjäkokemus ja elämyksellisyys ...	43
5.4	The Shakespeare Company - The Dream	45
5.4.1	The Dream-esityksen tekninen käyttäjäkokemus ja elämyksellisyys	46
6	Yhteenveto	50
6.1	Perinteisen yleisötyön sisältöjen digitalisoituminen	50
6.2	Digitaaliset tuotteet	52
6.3	Sosiaalisen median kasvava painoarvo	54
6.4	Yleisön osallisuus ja muuttuva rooli	56
6.5	Digitaalinen osaaminen kulttuurialan ammattilaisuudessa	58
7	Lopuksi	60
7.1	Loppupäätelmät ja jatkotutkimus	60
7.2	Työn tulosten hyödyntäminen ja tilaajan palaute	61
7.3	Pohdintaa työn validiteetista ja reliabiliteetista	62
	LÄHTEET	64
	LIITTEET	70

1 JOHDANTO

Taide- ja kulttuurikentällä digitaalisuus on viime vuosina valjastettu yhä tehokkaammin yleisöjen tavoittamisen välineeksi, ja kohtaaminen yleisöjen kanssa tapahtuu entistä useammin digitaalisen alustan kautta. Ihmisten toimiessa digitaalisissa ympäristöissä taide- ja kulttuuritoimijoiden on täytynyt huomioida digitaalisuus omassa toiminnassaan entistä painokkaammin. Digitaalisuus näkyy taide- ja kulttuuriorganisaatioiden arjessa uusina digitaalisina välineinä ja kanavina sekä digitaalisiin sisältöihin panostamisena. Digitaalisuudella ja sen mukanaan tuomilla uusilla teknologioilla on potentiaalia tavoittaa aiempaa suurempia ja kokonaan uusia yleisöjä. Parhaimmillaan digitaalisuus lisäksi edistää kulttuurin tasa-arvoista saavutettavuutta sekä syventää yleisön ja organisaatioiden välistä suhdetta.

Tutkin opinnäytetyössäni miten digitaalisuutta käytetään taide- ja kulttuurialalla yleisöjen tavoittamiseen nyt ja tulevaisuudessa. Työllä oli kaksi selkeää tavoitetta: tavoitteena oli esitellä innovatiivisia käytäntöjä, joissa taide- ja kulttuuritoimijat ovat hyödyntäneet digitaalisuutta yleisöpohjan kasvattamiseksi, ja selvittää kuinka taide- ja kulttuurialalla voitaisiin hyödyntää digitaalisuutta samaan tarkoitukseen tulevaisuudessa. Työn toivottu vaikutus on, että taide- ja kulttuurialan toimijat saisivat opinnäytetyön pohjalta uusia näkökulmia ja ajatuksia digitaalisuuden kehittämiseen omissa organisaatioissaan. Pitkän aikavälin tavoitteena on että tulevaisuudessa Suomessa yhä useampi voi ja haluaa käyttää digitaalisia palveluita kulttuurista ja taiteesta nauttimiseen.

Opinnäytetyön tilaajana toimii KULTA ry, joka on taide- ja kulttuurialan valtakunnallinen edunvalvoja. KULTA ry:n tavoitteena on toimia valtakunnallisesti vahvistaen taide- ja kulttuurialan yhteiskunnallista asemaa ja taloudellisia toimintaedellytyksiä. (KULTA ry 2020.) KULTA ry tilasi vuonna 2020 Humanistisen ammattikorkeakoulun kulttuurituotannon opiskelijoilta opinnäytetöitä kartoittaakseen kulttuurin kentän tulevaisuusnäkökulmia. Näiden opinnäytetöiden kattoajatukseksi oli "Näkyjä paremmasta tulevaisuudesta kulttuurille ja taiteelle". Omassa opinnäytetyössäni pyrin löytämään näitä tulevaisuuden suuntia digitaalisuuden näkökulmasta. Taide- ja kulttuurialojen digitalisoituminen onkin herättänyt keskustelua viime vuosina kulttuuripolitiikan kentällä. Digitaalisuutta on käsitelty myös alan tutkimuksessa, strategioissa, opinnäytetöissä sekä hankkeissa (ks. esim. OKM 2017, 27–28; OKM 2019; Aalto 2018; Euroopan neuvosto 2017; Arts Council England 2013).

Työn tutkimuksellinen lähestymistapa on ennustava tapaustutkimus. Ennustavassa tapaustutkimuksessa yksittäisen tapauksen tai rajatun kokonaisuuden avulla pyritään selvittämään kohteen todennäköistä tulevaisuutta (Eriksson & Koistinen 2005, 9-10). Tutkittava rajattu kokonaisuus on kulttuuri- ja taidealan toimijoiden digitaaliset sisällöt, joiden pohjalta pyritään ennustamaan sitä, miten digitaalisuutta voi hyödyntää tulevaisuudessa yleisöjen tavoittamisessa. Tutkimus on myös ohjaavaa eli normatiivista, sillä opinnäytetyön kehittämistehtävänä on parantaa taide- ja kulttuuritoimijoiden valmiuksia digitaalisuuden hyödyntämiseen omissa organisaatioissaan. Työn tutkimuskysymykset muodostuivat yhteistyössä työn tilaajan kanssa. Tutkimuskysymykset ovat:

- Millaisin keinoin digitaalisuutta on hyödynnetty yleisöjen tavoittamisessa taide- ja kulttuurialalla 2010-luvulla?
- Miten digitaalisuutta tullaan mahdollisesti käyttämään taide- ja kulttuurialoilla tulevaisuudessa yleisöpohjan kasvattamiseksi?

Työn aineistonkeruumenetelminä on käytetty vertaisanalyysia, johon sisältyy dokumenttianalyysi ja käyttäjäkokemuksen havainnointi, sekä asiantuntijahaastatteluja, jotka toteutettiin puolistrukturoituina haastatteluina. Dokumenttianalyysi tehtiin analysoimalla kulttuuritoimijoiden tuottamia digitaalisia sisältöjä, sosiaalisen median kanavia ja verkkosivuja. Havainnointi tehtiin arvioimalla erikseen valittujen sisältöjen teknistä käyttäjäkokemusta ja elämyksellisyyttä. Mukana vertaisanalyysissa oli kaksi teatteria, yksi museo ja yksi klassisen musiikin kokoonpano. Havainnointiin valitut sisällöt olivat podcast, striimiesitys, virtuaalisessa ympäristössä tapahtuva teatteriesitys, digitaalisen alustan kautta osallistava musiikkiteos sekä lisättyä todellisuutta (jatkossa: AR) hyödyntävä näyttely. Asiantuntijahaastattelut toteutettiin videohaastatteluina ja haastateltavina oli kolme kulttuurialan ammattilaista; yleisötyön koordinaattori, museointendentti ja näyttelijä/ohjelmistokehittäjä. Koska opinnäytetyössä etsittiin näkökulmia sekä Suomesta että ulkomailta, aineistossa on edustajia sekä suomalaiselta että kansainväliseltä kulttuurikentältä. Perehdyin aineiston lisäksi myös aihetta käsittelevään tietoperustaan. Analysoin aineiston käyttämällä sisällönanalyysia, ja jaotteleamalla lopulta aineiston teemoittain. Kerron aineiston analysoinnista tarkemmin luvussa kolme.

Työn kehittämistehtävä oli siis parantaa taide- ja kulttuuritoimijoiden valmiuksia digitaalisuuden hyödyntämiseen omissa organisaatioissaan. Sen tutkimuksellisenä tavoitteena oli selvittää, miten digitaalisuutta on hyödynnetty yleisöpohjan kasvattamisessa viime vuosina, ja miten digitaalisuutta voitaisiin hyödyntää yleisöjen tavoittamiseen jatkossa.

2 DIGITAALISUUS YLEISÖJEN TAVOITTAMISESSA

Tässä osiossa esittelen ensin tutkimustietoa siitä, miten taide- ja kulttuuritoimijat ovat suhtautuneet digitaalisuuden hyödyntämiseen toiminnassaan ja miten taide- ja kulttuurialalla suhtaudutaan alan digitalisoitumiseen ylipäätään. Sen jälkeen käsittelen sitä, miksi tässä työssä yleisöjen tavoittaminen digitaalisuuden avulla on rajattu kahteen kokonaisuuteen: digitaaliseen yleisötyöhön ja digitaaliseen esitys- ja näyttelytoimintaan. Tässä osiossa esittelen myös perinteisen yleisötyön ja digitaalisen yleisötyön suhdetta ja digitaalisen yleisötyön tutkimusta. Lopuksi käsittelen tutkimuksia koronapandemian vaikutuksesta digitaalisuuteen kulttuurialoilla.

2.1 Tutkimuksia: Suhtautuminen digitaalisuuteen taide- ja kulttuurialoilla

Digitaalisuutta taide- ja kulttuurialalla on tutkittu 2010-luvulla sekä ulkomailla, että Suomessa. Digitaalisuus on kuitenkin ilmiö, joka etenee nopeasti yllättäviin suuntiin, joten tutkimustieto vanhenee sen osalta nopeasti. Tutkimustietoa hyödynnettäessä täytyy ottaa huomioon se, että suurin osa laajoista digitaalisuutta taide- ja kulttuurialalla käsittelevistä tutkimuksista sekä Suomessa että ulkomailla on toteutettu ennen vuotta 2020. KULTA ry on aiemmin kartoittanut taide- ja kulttuurialojen suhtautumista digitaalisuuteen muun muassa tilaamalla vuonna 2020 opinnäytetyön aiheeseen liittyen. Krista Holopaisen (2020) opinnäytetyössä kartoitettiin haastatteluin ja kyselyllä KULTA ry:n jäsenjärjestöjen suhtautumista digitaalisen teknologian hyödyntämiseen kulttuurilaitosten toiminnassa. Opinnäytetyön mukaan digitaalisen teknologian hyödyntämisessä nähtiin jäsenjärjestöjen keskuudessa sekä mahdollisuuksia että haasteita. Uhkakuvana nähtiin se, että kulttuuri- ja taidetoimijat eivät pysy mukana digitaalisen teknologian kehityksessä tietotaidon ja resurssien puuttuessa. Toisaalta digitaalisen teknologian hyödyntämisen mahdollisuuksina nähtiin muun muassa organisaatioiden itsenäistyminen teknologisen osaamisen karttuessa. (Holopainen 2020, 64–65.)

Suomessa laajin digitaalisuuden hyödyntämistä ja digitaalista yleisötyötä kartoittava tutkimus on Opetus- ja kulttuuriministeriön vuosina 2017–2018 toteuttama selvityshanke *Kulttuurilaitosten digitaalinen yleisösuhde*, johon kuului kyselytutkimus ja seminaareja alan toimijoille (OKM 2019). Selvityshankkeessa kävi ilmi, että jo vuonna 2018 digitaalisten kanavien ja ympäristöjen hyödyntäminen kuului kulttuurilaitosten jokapäiväiseen toimintaan. Digitaalisen sisältöjen ja digitaalisuuteen liittyvien tavoitteiden kartoittamisen lisäksi

kyselytutkimuksessa saatiin tietoa myös siitä, miten alalla asennoidutaan digitaalisuuteen sekä siitä, mitä resursseja digitaalisten sisältöjen kehittäminen vaatii. (Harju, Ängeslevä & Sainio 2019, 23; 30.)

Kyselytulosten mukaan toimintaympäristöjen monimuotoistumiseen ja digitaalisuuden lisääntymiseen on suhtauduttu taide- ja kulttuurialalla vaihtelevasti. Digitaalisten keinojen käyttöön suhtauduttiin kyselyn mukaan uteliaasti ja niiden uskottiin tulevaisuudessa olevan merkittävä osa kulttuurilaitosten toimintaa. Toisaalta digitalisuuteen liitettiin joitakin uhkakuvia, kuten sen mahdollisesti eriarvoistavat vaikutukset eri yleisöryhmissä. Fyysiset ja digitaaliset toimintatavat nähtiin kuitenkin pääosin toisiaan täydentävinä näkökulmina. (Harju ym. 2019, 30.) Digitaalisen yleistyön ja digitaalisten sisältöjen kehittäminen muuttuvassa toimintaympäristössä vaatii resursseja ja oikeanlaista asenneilmapiiriä. Kyselyn mukaan laitoksilta vaaditaan muun muassa strategista sitoutumista digitaalisiin toimintamuotoihin, uudenlaisen osaamisen hankkimista sekä uusien yhteistyötapojen ja toimintamallien käyttöönottoa. Digitaalisten sisältöjen kehittämisen yleisimmät haasteet liittyvät henkilöstöresurssien vähäisyyteen, osaamisen ja ajan puutteeseen sekä taloudellisten resurssien vähäisyyteen. (Harju ym. 2019, 23, 30.) Resurssien vähäisyys on tunnustettu myös Opetus- ja kulttuuriministeriön kulttuuripolitiikan strategiassa vuodelle 2025. Strategian mukaan kulttuurin ja taiteen tuki- ja rahoitusrakenteet eivät vastaa riittävän hyvin eri aloilla ja uusissa ilmaisumuodoissa tapahtunutta kehitystä. Ala siis kehittyy nopeammin kuin sitä varten rakennettu rahoitusrakenne. (OKM 2017, 20.) Myös Euroopan unionin kulttuuripoliittisissa linjauksissa tiedostetaan digitalisaation aiheuttama kulttuuriorganisaatioiden toimintaympäristöjen muutos. Euroopan unionin neuvoston päätelmissä suositellaankin digitaalisten teknologioiden tehokasta hyödyntämistä yleisösuhteen kehittämisessä, jotta taide- ja kulttuuriorganisaatiot pystyvät mukautumaan muuttuviin toimintaympäristöihin. (Euroopan neuvosto 2017; Harju ym. 2019, 12.)

Suomalaiseen taide- ja kulttuurialojen digitalisoitumisen tutkimukseen on otettu mallia Isossa-Britanniassa toteutetuista tutkimuksista. Arts Council England tutki kulttuurilaitosten digitaalista yleisösuhdetta jo 2010-luvun alussa toteutetussa Digital Culture-kyselytutkimuksessa (Arts Council England 2013). Kyselytutkimus oli osa Digital R&D Fund for the Arts-ohjelmaa, jossa Arts Council England teki yhteistyötä Nestan (the innovation foundation) ja AHRC:n (Arts and Humanities Research Council) kanssa. Laajaan kyselyyn vastasi lähes yhdeksänsataa taide- ja kulttuuriorganisaatiota. (Arts Council England 2013, 3.)

Kyselyn vastauksissa digitaalisuuteen suhtauduttiin hyvin positiivisesti. Kolme neljäsosaa vastanneista näki digitaalisuuden olennaisena osana organisaation markkinointia, ja lähes 50 % kyselyyn vastanneista näki, että digitaalisuudella on ollut positiivisia vaikutuksia laitoksen yleisötyöhön, taiteellisiin sisältöihin ja hallintoon. Yksi kymmenestä vastaajasta oli sitä mieltä, että digitaalisuudella on merkittäviä positiivisia vaikutuksia organisaation ansaintamalliin. Kyselyssä löydettiin myös digitaalisten edelläkävijöiden joukko, jota edusti noin 10 % vastanneista. Edelläkävijät hyödynsivät digitaalisuutta monipuolisesti kokeillen uusia digitaalisia palveluita, tuottaen perinteisen yleisötyön sisältöjä digitaalisina ja omaksuen uusia digitaalisia käytäntöjä. Tällä joukolla oli laajemmat digitaaliset yleisöt ja parempi digitaalinen osaaminen kuin sellaisilla organisaatioilla, joissa digitaalisuutta ei hyödynnetty yhtä tehokkaasti. (Arts Council England 2013, 5–7.) Digitaalisuus näkyi siis merkittävänä tekijänä taide- ja kulttuuriorganisaatioiden arjessa jo 2010-luvun ensimmäisellä puoliskolla.

Arts Council England on sittemmin pyrkinyt edistämään taide- ja kulttuuriorganisaatioiden valmiuksia digitaalisen yleisötyön kehittämiseen hankkeilla, joissa toimijoille on pyritty tarjoamaan konkreettisia neuvoja ja tukea. Arts Council England on lanseerannut esimerkiksi #CultureisDigital-hankkeen, joka perustuu Iso-Britannian kulttuuriministeriön digitaalisuus- ja kulttuuristrategioihin. #CultureisDigital-hankkeessa Arts Council England sitoutuu kahteentoista kulttuuripolitiikan sitoumukseen, joilla pyritään edistämään muun muassa brittiläisten taide- ja kulttuuritoimijoiden digitaalista osaamista, lisäämään yleisöjen digitaalista osallisuutta ja käyttämään yleisödataa tehokkaammin. (Department of Culture, Media and Sport 2019.) Osana #CultureisDigital-hanketta toimijoiden käyttöön kehitettiin Digital Culture Compass, jonka avulla toimija voi pienin askelin ottaa digitaalisuuden mukaan oman organisaationsa yleisötyöhön (Digital Culture Compass 2021). Arts Council England on perustanut myös Digital Culture Network-asiantuntijaverkoston, jonka tehtävä on auttaa taide- ja kulttuuriorganisaatioita hankkimaan lisää digitaalista osaamista ja hyödyntämään digitaalista teknologiaa toiminnassaan. Digital Culture Network tarjoaa tukea muun muassa digitaalisten strategioiden laatimisessa, data-analytiikassa, verkkosivustojen rakentamisessa ja sisällöntuotannossa. (Digital Culture Network 2021.) Digitaalisen yleisösuhteen tutkimus voi parhaimmillaan johtaa siis konkreettisiin toimiin, joilla voidaan lisätä kulttuuritoimijoiden valmiuksia digitaalisen yleisötyön tekemiseen ja digitaalisten sisältöjen kehittämiseen.

2.2 Näkökulmat digitaalisuuden hyödyntämiseen

Tässä työssä digitaalisuuden keinoja yleisöpohjan kasvattamiseksi taide- ja kulttuurialalla tarkastellaan ainoastaan kahdesta näkökulmasta: digitaalisen yleisötyön ja digitaalisen esitys- ja näyttelytoiminnan kautta. Valitsin näkökulmiksi nämä kaksi, koska niiden osalta taide- ja kulttuuritoimijoilta puuttuu vielä toistaiseksi vakiintuneet käytännöt. Esimerkiksi verkkokauppoihin ja digitaaliseen lipunmyyntiin taide- ja kulttuuritoimijoilla on jo hyviksi todettuja käytänteitä, mutta digitaaliseen yleisötyöhön ja esitys- ja näyttelytoimintaan haetaan vielä vakiintuneita toimivia muotoja. Digitaalisen yleisötyön ja digitaalisen esitys- ja näyttelytoiminnan saralla taide- ja kulttuuritoimijoilla on mielestäni myös eniten potentiaalia kehittää tulevaisuudessa uusia ja innovatiivisia ratkaisuja. Vuoden 2020 myötä digitaalisen yleisötyön ja esitys- ja näyttelytoiminnan saralla onkin jo tehty rohkeita avauksia ja uusia kokeiluja. Näitä on syytä tutkia, jotta saataisiin tietoa siitä, miten digitaalisuutta voitaisiin hyödyntää tulevaisuudessa yleisötyössä ja esitys- ja näyttelytoiminnassa yleisöpohjan kasvattamiseksi. Käsittelen digitaalisen yleisötyön ja digitaalisen esitys- ja näyttelytoiminnan määritelmiä myöhemmin tässä luvussa.

Koska digitaalisuus on monisyinen teema, ja sillä on taide- ja kulttuurialoilla monia eri tehtäviä, tätä opinnäytetyötä varten digitaalisuuden keinoja oli syytä rajata Digitaalisuutta voi kuitenkin hyödyntää monella tavalla taide- ja kulttuuritoimijoiden yleisöjen tavoittamiseksi. Viime vuosina digitaalisuus on näkynyt merkittävänä tekijänä esimerkiksi taide- ja kulttuurilaitosten markkinoinnissa ja viestinnässä, lipunmyynnissä ja verkkokaupoissa (ks. esim. Harju ym. 2019, 19). Kaikki nämä ovat keinoja hyödyntää digitaalisuutta yleisöjen tavoittamiseksi, ja myös tapoja madaltaa yleisön kynnystä organisaation toimintaan osallistumiselle digitaalisuuden avulla. On syytä ymmärtää, että vaikka tässä työssä käsitellään vain digitaalista yleisötyötä ja digitaalista esitys- ja näyttelytoimintaa, yleisösuhteeseen ja esimerkiksi yleisön ostopäätökseen vaikuttaa kokonaisuus, jonka muodostavat organisaation tuottamat taiteelliset sisällöt ja koko organisaation kehittämä palvelupolku. Näihin kuuluu vaikkapa se mikä teatteriesityksen sisältö on, paljonko liput maksavat, miten ne voi ostaa, liittyykö esitykseen oheisohjelmaa tai missä esitys fyysisesti (tai virtuaalisesti) esitetään. Digitaalisuus voikin toimia oivana työkaluna sekä taiteellisten sisältöjen toteuttamisessa että palvelupolun eri vaiheissa.

Opinnäytetyön terminologiaan liittyen on syytä mainita, että digitaalista yleisötyötä ja digitaalista esitys- ja näyttelytoimintaa käsiteltäessä käytän joitakin puhekielestä peräisin olevia termejä. Termillä *livestriimi* tarkoitan reaaliaikaista suoratoistoa, jossa yleisö seuraa lähetystä

reaaliaikaisesti omalta laitteeltaan valitulla digitaalisella alustalla. Reaaliaikaisuus mahdollistaa muun muassa vuorovaikutuksen esiintyjien kanssa, jos alustalla on käytössä sen mahdollistava toiminto. Lyhyemmällä termillä *live* tarkoitan reaaliaikaisuutta ylipäätään. *Online-esitys* on termi, jota käytän sellaisista esityksistä, jotka ovat saatavilla digitaalisella alustalla, mutta ne voivat olla joko tallennettuja tai livenä lähetettäviä esityksiä. Mainitsen online-esitysten yhteydessä reaaliaikaisuudesta erikseen, jos sillä on kyseisessä yhteydessä merkitystä.

2.3 Digitaalinen esitys- ja näyttelytoiminta

Digitaalinen esitys- ja näyttelytoiminta tarkoittaa tässä opinnäytetyössä sellaista toimintaa, jossa organisaation ydintoimintaan kuuluvia sisältöjä tuodaan yleisön saataville digitaalisia välineitä, alustoja ja palveluita hyödyntäen tai muiden digitaalisten keinojen avulla. Määritelmä on mukailtu jo aiemmin esitetyn digitaalisen yleisötyön määritelmän pohjalta (ks. Harju, Ängeslevä & Sainio 2019, 12). Digitaalisiksi esitys- tai näyttelytoiminnaksi voisi laskea myös sellaiset sisällöt, joihin tutustutaan paikan päällä digitaalisia välineitä käyttäen. Kuitenkin tässä työssä kaikki aineisto perustuu ei-paikkasidonnaisuuteen, joten myös tämän työn esimerkit digitaalisesta esitys- ja näyttelytoiminnasta ovat sellaisia, joita voi käyttää paikasta riippumattomasti omalta laitteelta.

Digitaalinen esitys- ja näyttelytoiminta on määritelty myös Euroopan unionin vuosien 2015–2018 kulttuuripolitiikan strategiassa (Euroopan unioni 2017). Strategian työsuunnitelmassa, jossa suunnitellaan kulttuurin saavutettavuuden lisäämistä digitaalisin keinoin, mainitaan digitaaliset tuotteet, joilla tarkoitetaan pääasiassa digitaalista esitystoimintaa (Euroopan unioni 2017, 22). Digitaalisiin tuotteisiin voisi kuitenkin hyvin laskea myös näyttelytoiminnan. Strategian mukaan digitaalisten tuotteiden suurin etu suhteessa paikan päällä koettaviin taiteen ja kulttuurin tuotteisiin on saavutettavuus, koska digitaalisten keinojen avulla tuotteita voidaan jakaa yleisöille laajemmin. Strategiassa mainitaan digitaalisten tuotteiden kohderyhmiksi erityisesti sellaiset henkilöt, jotka eivät maantieteellisen sijaintinsa tai taloudellisten rajoitteiden takia pääse osallistumaan tapahtumiin paikan päällä. (mt.) Strategiassa ei kuitenkaan mainita erikseen kohdeyleisöksi erityisryhmiä kuten sellaisia ihmisiä, jotka eivät fyysisen vamman takia pääse paikalle, vaikka digitaaliset tuotteet ovat hyvin saavutettavissa myös nimenomaan näille ryhmille. Digitaalisilla tuotteilla on strategian mukaan kuitenkin potentiaalia syventää yleisön ja esiintyjäorganisaation välistä suhdetta sekä kutsua yleisöjä mukaan teosten tuottamisprosessiin (Euroopan unioni 2017, 23).

Esimerkkejä digitaalisesta esitys- ja näyttelytoiminnasta löytyy sekä Suomesta että maailmalta. Esimerkiksi museoiden näyttelytoimintaa on Suomessa viime vuosina johdonmukaisesti siirretty digitaaliseen muotoon. Digitoidut näyttelyt ja esinekokoelmat mahdollistavat sisältöihin tutustumisen omaehtoisesti, mikä lisää niiden saavutettavuutta myös ihmisille, joiden on vaikea päästä museoon paikan päälle. Suomalaisessa museoiden Finna-palvelussa on esillä kattava määrä suomalaisten museoiden kulttuuriperintösisältöjä (Finna 2021). Suomalaisten museoiden kokoelmia ja näyttelyitä on digitoitu myös esimerkiksi 360°-kuvaustekniikalla, virtuaaliodellisuutta hyödyntämällä ja AR-tekniikalla (Digimuseo.fi 2021). Maailmalla esimerkiksi Googlen Arts & Culture-sovelluksessa hyödynnetään monia eri teknologioita taideteosten ja kulttuuriperintökohteiden esittelyyn, ja kutsutaan myös yleisöä leikittelemään taideteoksilla erilaisten kuvasuodattimien (filters) ja pelien avulla (Google Arts & Culture 2019). Museot lataavat kokoelmiensa sisältöjä myös sosiaaliseen mediaan, ja sosiaalisen median kampanjat ovatkin esitelleet kulttuuriperintöä luovimalla tavoin. Esimerkiksi vuonna 2020 sosiaalisessa mediassa kiersi Yorkshire Museumin lanseeraama kampanja #curatorbattle, jossa haastettiin museot ympäri maailmaa etsimään viikottaiseen teemaan sopiva esine kokoelmistaan. Kampanjan aikana nähtiin esimerkiksi museoiden pelottavimpia ja oudoimpia esineitä, kuten ruttolääkärin naamioita ja muinaisten roomalaisten hiuksia. (BBC.com 2020)

Digitaalisella esitystoiminnalla tarkoitetaan esittävien taiteiden sisältöjä, jotka ovat verkossa saatavilla joko tallenteina tai suoratoistoina eli niin sanottuina livestriimeinä. Esitysalusta voi olla mikä tahansa tarkoitukseen sopiva, esimerkiksi sosiaalisen median alusta, videoneuvottelualusta, verkkosivusto tai virtuaalinen ympäristö. Digitaalisia esityksiä voi tuotannosta riippuen seurata erilaisilla välineillä, kuten esimerkiksi älypuhelimilla, tietokoneilla tai VR-laseilla. (Euroopan unioni 2017, 23.) Erityisesti ooppera ja klassinen musiikki ovat löytäneet tiensä digitaalisesti saataville jo ennen vuotta 2020. Suomessa esimerkiksi Finnkinon elokuvateatterit ovat lähettäneet suorana esityksiä New Yorkin Metropolitan Operasta (Finnkino 2020). Euroopassa tuotettuja oopperoita löytyy ilmaiseksi Euroopan unionin rahoittamasta Operavision-palvelusta (Operavision 2021). Kansainvälisten teatteriesitysten tallenteita pääsee katsomaan esimerkiksi maksullisesta Digital Theatre-palvelusta joko kuukausittaisella tilauksella tai vuokraamalla yksittäisen teatteriesityksen (Digital Theatre 2021). Vuonna 2020 teatteriesityksiä ja populaarimusiikin konsertteja alettiin striimata myös Suomessa, ja digitaalisiin esityksiin myytiin myös lippuja. Suosituimmat teatteristriimit myivät tuhansia lippuja, kuten Tampereen Teatterin esitys Saiturin joulu, jota

esitettiin striimattuna vain neljä kertaa jouluna 2020. Esitys keräsi kokonaisuudessaan yli yhdeksän tuhatta katsojaa. (YLE 2021.) Lippulaivaesimerkki digitaalisesta konsertista on Helsingin kaupungin vappuna 2020 järjestämä etävapputapahtuma, jossa rap-duo JVG esiintyi 3D-mallinnetulla Senaatintorilla. Yleisö pääsi seuraamaan konserttia omilla älypuhelimillaan. Parhaimmillaan konserttia seurasi 1,4 miljoonaa suomalaista. (Helsingin kaupunki 2020.)

2.4 Yleisöjen tavoittamisen keinoja – perinteinen yleisötyö

Yleisöpohjan kasvattaminen on viime vuosina ollut taide- ja kulttuurialoille kasvava haaste. Yhä useampi taide- ja kulttuuritoimija pohtii, kuinka tulisi toimia ja millaisia sisältöjä tarjota, jotta uudet ja laajemmat yleisöt löytäisivät sisältöjen äärelle. Markkinointi on yksi keino tavoittaa yleisöjä, mutta usein markkinoinnin keinot eivät yksinään riitä syvällisen yleisösuhteen rakentamiseen. Yleisöjen tavoittamiseksi taide- ja kulttuuriorganisaatiot tekevätkin yleisötyötä, jonka tavoitteita ovat muun muassa saada yleisö tutustumaan ja sitoutumaan laitoksen toimintaan sekä uusien potentiaalisten yleisöjen saavuttaminen (Sorjonen & Sivonen 2015, 61–65).

Yleisötyölle (engl. audience development) on annettu lukuisia erilaisia määritelmiä. Yleisötyötä on määritelty esimerkiksi kulttuuripoliittisesta, taloustieteellisestä ja markkinointistrategisesta näkökulmasta, ja näkökulmasta riippuen sille on annettu myös hyvin erilaisia tehtäviä ja tavoitteita. (mt., 15.) Erityisesti taloustieteellisestä näkökulmasta juuri yleisön määrällinen kasvattaminen nähdään yhtenä yleisötyön ensisijaisista tehtävistä (Kirchberg 1999, 225). Viime vuosina yleisötyössä on korostettu kaksisuuntaista vuorovaikutusta yleisön ja kulttuuriorganisaation välillä yksisuuntaisen yleisökasvatuksen sijaan (Sorjonen & Sivonen 2015, 11). Cuporen julkaisussa *Taide- ja kulttuurilaitosten yleisötyön muodot, laajuus ja tuloksellisuus* yleisötyö määritellään seuraavasti:

Yleisötyö määritellään toimenpiteiksi, joiden tavoitteena on yksilön tiedollisia ja tunnepitoisia valmiuksia kehittämällä perehdyttää eri kohderyhmiä taide- ja kulttuurilaitoksiin ja edistää siten osallistumista näiden laitosten perustehtävän toteuttamiseksi tuotettuihin esityksiin ja tilaisuuksiin (Sorjonen & Sivonen 2015, 22).

Yleisötyötä voidaan siis kuvailla toiminnaksi, jossa yleisöjä opetetaan käyttämään ja kuluttamaan kulttuuri- ja taidepalveluita. Osallistuminen yleisötyöhön motivoi osallistumaan myös laitoksen perustehtäviin, kuten esityksiin, näyttelyihin tai konsertteihin. (mt., 18, 21.)

Yleisötyötä voidaan määritellä myös luokittelemalla erilaisia yleisötyötyyppejä. Sivonen ja Sorjonen nostavat tutkimuksensa yhteydessä esille Nobuko Kawashiman yleisötyötyyppien luokittelun (mt., 15–18). Kawashiman (2000) luokittelu sisältää neljä yleisötyötyyppiä: kulttuuriin osallistamisen (cultural inclusion), laajennetun markkinoinnin (extended marketing), maun kehittämisen (taste cultivation) ja kasvatukselliset toimenpiteet (audience education). Kawashiman mukaan yleisötyötyypit eroavat toisistaan kohderyhmiensä ja näille tarjottavien tuotteiden suhteen. Usein yleisötyötyypit kuitenkin toimivat limittäin ja niiden kohderyhmät risteävät. (Sivonen & Sorjonen 201, 15–18.)

Kawashiman yleisötyötyypit ovat konkreettisten yleisötyön toimien sijaan enemmänkin yleisötyön sisältöjen kattokategorioita. Tarkemman yleisötyön sisältöjen jaottelun ovat tehneet Sivonen ja Sorjonen itse tutkiessaan suomalaisten taide- ja kulttuurilaitosten yleisötyön muotoja (Sivonen & Sorjonen 2015, 70). Sorjonen ja Sivonen jakavat yleisötyön sisällöt viiteen kategoriaan, joita ovat:

- laitosten järjestämät tilaisuudet, kuten yleisökeskustelut, luennot, seminaarit, taiteilijatapaukset, esittelyt ja kulissikierrokset
- laitoksen omissa tiloissa järjestettävät työpajat, toiminnalliset tehtäväkierrokset sekä kerhot ja leirit
- maksuttomat yleisötapahtumat, yleisölle avoimet harjoitukset sekä avoimien ovien tapahtumat
- erilaiset yhteistyötuotannot laitosten ammattilaisten ja ulkopuolisten osallistujien kesken
- laitoksen ulkopuolella toteutetut yleisötyötilaisuudet. (mt.)

Suomalaisten taide- ja kulttuurilaitosten tekemään yleisötyöhön on otettu vaikutteita kansainväliseltä taiteen ja kulttuurin kentältä, erityisesti Isosta-Britanniasta, jossa yleisötyötä on tehty 1980-luvulta lähtien (Hietanen, 2010, 4). Suomessakin perinteistä yleisötyötä on tehty jo useita vuosia, ja erityisesti viime vuosina kulttuuri- ja taidelaitosten yleisötyö on myös kehittynyt ja löytänyt uusia suuntia. Yksi näistä suunnista on digitaalisuus.

2.5 Yleisöjen tavoittamisen keinoja - digitaalinen yleisötyö

Digitaalisesta yleisötyöstä puhuttaessa keskeisimmät käsitteet ovat *digitalisaatio*, *saavutettavuus* ja *osallisuus*. Yleisellä tasolla termi *digitalisaatio* viittaa siihen, kuinka teknologian yhä kehittyessä digitaalitekniikka tulee yhä luontevammaksi osaksi arkielämän

toimintoja, kuten tapoja olla tekemisissä toisten kanssa sekä tavoissa asioida ympäröivässä yhteiskunnassa. (Alasoini 2015, 16; Koivula, Koironen & Räsänen 2016, 371.) Digitalisaation innovaatiot ovat murtaneet muun muassa aikaan, tilaan, tiedonsaantiin sekä osallistumiseen liittyviä rajoitteita. Digitalisaatiossa tietoa ja tietotekniikkaa hyödynnetään toiminnan muuttamiseen tai uuden mahdollistamiseen. (Kasvi 2019.) Nykykielessä digitaalisuudella tai pelkällä *digi*-etuliitteellä viitataan laajasti koko kirjoon sähköisiä palveluita, toimintoja ja sovelluksia, joita ihmiset hyödyntävät arjessaan. *Digitaalinen* toimiikin yleensä etuliitteenä tai adjektiivina kuvailemaan asioita, jotka tapahtuvat verkossa tai verkon kautta ja joihin osallistuminen vaatii osaamista digitaalitekniikan käyttämisessä. (Alasoini 2015, 16; Koivula ym. 2016, 371–372.)

Digitaalinen saavutettavuus tarkoittaa viralliselta määritelmältään digitaalisten toimintaympäristöjen esteettömyyttä. Saavutettavat digitaaliset toimintaympäristöt noudattavat Euroopan unionin saavutettavuusdirektiiviä (2016/2102). (Euroopan unionin saavutettavuusdirektiivi 2016/2102; Saavutettavuusvaatimukset.fi 2021.) Digitaalisessa yleisötyössä saavutettavuudella voidaan viitata myös esimerkiksi taloudelliseen saavutettavuuteen, eli siihen että yleisötyön sisällöt ovat maksuttomia ja siten saatavilla yleisön taloudellisista lähtökohdista riippumatta (Ashanti 2021; Peltoniemi 2021). Saavutettavuus digitaalisissa palveluissa voi tarkoittaa myös ei-paikkasidonnaisuutta, eli sitä, että sisältöjen ääreen pääsee paikasta ja ajasta riippumatta (Sorjonen & Sivonen 2015, 12).

Yleisötyössä *osallisuus* liittyy siihen, miten perinteisen yleisötyön ja digitaalisten keinojen avulla voidaan edistää taiteeseen ja kulttuuriin osallistumista ja osallisuutta (Virolainen 2015, 42). Osallistumista voidaan edistää muun muassa kehittämällä yleisötyön asiakaslähtöisyyttä tai jalkautumalla ulos toimijan seinien sisältä. Osallisuutta voi edistää myös sellaisella yleisötyöllä, jossa huomio kiinnitetään ryhmiin, jotka ovat vakiintuneiden toimintamuotojen ulottumattomissa. Opetus- ja kulttuuriministeriön kulttuuripoliittisen strategian mukaan digitaaliset palvelut voivat olla tärkeä lisäkeino turvattaessa ihmisten osallisuutta ja osallistumista, ja tarve ottaa huomioon kieli- ja kulttuurivähemmistöt, vammaiset ja muut erityisryhmät tulee koskemaan myös digitaalisia palveluja ja toimintoja. (OKM 2017, 27–28; Virolainen 2015, 42.)

Taide- ja kulttuuritoimijoiden yleisöt sijaitsevat yhä kasvavissa määrin myös verkossa, joten digitaalisuus on nyt ja tulevaisuudessa tehokas väline yleisöpohjan kasvattamiseen. Sekä suomalaiset että ulkomaiset kulttuuritoimijat tekevätkin yleisötyötä entistä enemmän

digitaalisten kanavien välityksellä. Digitaalista yleisötyötä on määritelty eri näkökulmista eri lopputuloksin, vaikkakin digitaalisuuden kehittyessä määritelmät eivät aina pysy perässä. Suomessa digitaalista yleisötyötä on määritelty jo aiemmin mainitussa Opetus- ja kulttuuriministeriön vuosina 2017–2018 toteuttamassa selvityshankkeessa *Kulttuurilaitosten digitaalinen yleisösuhte* (OKM 2019), jossa kartoitettiin kulttuurilaitosten ja yleisöjen välistä vuorovaikutusta digitaalisissa toimintaympäristöissä. Selvitystä varten digitaalinen yleisötyö määriteltiin seuraavasti:

Digitaalisella yleisötyöllä tarkoitetaan toimintaa, jossa taiteen ja kulttuurin toimija on vuorovaikutuksessa yleisöjensä, asiakkaidensa tai kävijöidensä kanssa digitaalisia välineitä, alustoja, sisältöjä tai palveluita hyödyntäen sekä muuta yleisöjen osallistumista kulttuurilaitoksen toimintaan digitaalisten keinojen avulla (Harju, Ängeslevä & Sainio 2019, 12).

Kansainvälisessä kulttuuripolitiikassa digitaalista yleisötyötä on määritelty muun muassa Euroopan komission tilaamassa tutkimuksessa *Study on Audience Development - How to place audiences at the centre of cultural organisations* (Bollo, Da Milano, Gariboldi & Torch 2017). Tutkimuksessa digitaalista yleisötyötä ei määritelty perinteisestä yleisötyöstä erillisenä toimintana, vaan pikemminkin se nähtiin yhtenä kulttuuriorganisaatioiden strategiana yleisöjen tavoittamiseen. Tutkimuksen mukaan yleisöjen tavoittamisessa voidaan painottaa erilaisia tekijöitä (factor) joista yksi on digitaalisuus (digital factor). Digitaalisella yleisötyöllä tarkoitetaan siis tutkimuksen mukaan sellaisia yleisöjen tavoittamisen strategiota, jossa digitaalisuus on avaintekijänä. (Bollo ym. 2017, 15.)

Huomionarvoista määrittelyissä on, että digitaalinen yleisötyö ymmärretään usein ei-paikkasidonnaiseksi toiminnaksi. Määritelmä sopii myös tähän opinnäytetyöhön, koska myös tämän työn aineistoesimerkkien valinnassa paikkaan sitomattomuus oli yksi valintakriteereistä. Digitaalisesti yleisötyöksi voi kuitenkin lukea myös paikan päällä käytettäviä palveluita, kuten teknisten laitteiden käyttämisen kulttuuriorganisaatiossa vierailun yhteydessä.

Koin opinnäytetyöhöni hyödyllisimmäksi määritelmäksi Opetus- ja kulttuuriministeriön (OKM 2019) selvityshankkeen määrittelyn digitaalisesta yleisötyöstä. Tässä työssä käsitellessäni digitaalista yleisötyötä tarkoitan siis toimintaa, jossa taiteen ja kulttuurin toimija on vuorovaikutuksessa yleisöjensä kanssa digitaalisia välineitä, alustoja, sisältöjä tai palveluita hyödyntäen. Lisäksi lasken digitaalisesti yleisötyöksi tässä työssä myös sosiaalisessa mediassa tapahtuvan vuorovaikutuksen yleisön kanssa, sekä muun yleisöjen osallistumisen kulttuurilaitoksen toimintaan digitaalisten keinojen avulla. Opinnäytetyössäni en kuitenkaan

ota huomioon paikan päällä tapahtuvaa digitaalista yleisötyötä, kuten digitaalisten välineiden käyttöä laitoksessa vierailun yhteydessä.

Koska digitaalinen yleisötyö on suhteellisen uusi käsite, sitä on määritelty myös kyselytutkimusten avulla. Kyselytutkimuksissa yleisötyöntekijöiltä itseltään on kysytty, kuinka kulttuuriorganisaatioissa hyödynnetään digitaalisuutta ja mitkä ovat digitaalisen yleisötyön tavoitteet. Kyselytutkimuksia on järjestetty muun muassa Suomessa ja Isossa-Britanniassa (ks. esim. OKM 2019, Arts Council England 2013). Opetus- ja kulttuuriministeriön selvityshankkeen kyselyn tulosten perusteella selviää, että digitaalisuutta on hyödynnetty yleisöjen tavoittamisessa viime vuosina yhä monipuolisemmin. Tuloksissa digitaaliseen yleisötyöhön katsottiin lukeutuvan muun muassa sisältöjen digitointi ja avaaminen verkkoon, digitaalisen alustan kautta tapahtuva asiakaspalvelu ja lipunmyynti, esitys- ja näyttelytoimintaa täydentävä sisällöntuotanto ja jakaminen verkossa (esim. videot YouTubeen), digitaalisten pedagogisten sisältöjen tuottaminen, esitys- ja tapahtumatallenteiden jakaminen, esitysten ja tapahtumien suoratoisto, virtuaalinen ja lisätty todellisuus sekä yhteisöllinen kuratointi. Digitaalisen yleisötyön tärkeimmät tavoitteet ovat yleisöpohjan monipuolistaminen, palvelujen saavutettavuuden lisääminen sekä yleisömäärän kasvattaminen. (Harju ym. 2019, 17; 13;19.) Näiden tavoitteiden myötä on perusteltua, että digitaalisuuden mahdollisuuksia tutkittaessa tutkitaan nimenomaan digitaalista yleisötyötä taide- ja kulttuurialoilla.

Digitaalinen yleisötyö on otettu huomioon myös Opetus- ja kulttuuriministeriön kulttuuripolitiikan strategiassa vuodelle 2025 (OKM 2017). Strategian mukaan digitalisaatiokehitys jatkuu voimakkaana, ja se muuttaa voimakkaasti muun muassa elinkeino- ja työrakenteita sekä kysyntää, kuluttamista, palvelujen järjestämistä ja elämäntapoja. Luovilla aloilla tämä tarkoittaa muun muassa uusia digitaalisia palveluita ja tuotteita. Luovat alat ovatkin strategian mukaan tulevaisuudessa voimakkaasti digitaalisuuteen perustuvia ja voivat toimia jopa suunnannäyttäjinä digitaalisuuden hyödyntämiselle. (OKM 2017, 27–28, 30.)

Vuoden 2019 hallitusohjelmassa kulttuuriin liittyvinä tavoitteina on esitetty kulttuuripalveluiden saavutettavuuden lisääminen ja kulttuurin toimintaedellytysten vahvistaminen (VN 2019). Hallitusohjelmassa mainitaan kulttuuripalveluiden kehittäminen, mutta siinä ei käsitellä erikseen kulttuuri- ja taidealojen digitalisoitumista tai digitalisaation roolia palveluiden saavutettavuuden lisäämisessä. Taide- ja kulttuurisisältöjen tasa-arvoisen saavutettavuuden kannalta digitaalisella yleisötyöllä ja palveluiden digitalisoimisella on kuitenkin suuri merkitys. Hallitusohjelmassa käsitellään myös taiteen ja kulttuurin rahoituksen

haasteita muun muassa Veikkauksen määrärahojen vähenemisen ja esittävien taiteiden VOS-uudistuksen kannalta. Pitkällä aikavälillä kulttuurin ja taiteen määrärahojen osuutta pyritään kuitenkin kasvattamaan valtion budjetissa yhteen prosenttiin. (mt.) Taide- ja kulttuurialat ovatkin Suomessa murroksessa monella saralla. Rahoitusmallit ovat menossa uusiksi mutta askeleita tulisi ottaa eteenpäin ja kehittämistä tulisi tehdä erityisesti saavutettavuuden näkökulmasta. Digitaalisuus tulisikin valjastaa kehittämistyössä yhä voimakkaammin käyttöön niin nykyisten palveluiden saavutettavuuden lisäämisessä kuin uusien palveluiden kehittämisessä.

2.6 Tutkimuksia koronapandemian vaikutuksesta digitaalisuuteen kulttuurialoilla

Vuonna 2020 puhjennut koronapandemia on vaikuttanut monin tavoin taiteen ja kulttuurin toimijoiden työhön sekä kulttuuriin osallistumiseen. On selvää, että koronapandemia on aiheuttanut alalle vastoinkäymisiä, joista merkittävimpinä mainittakoon toimijoiden tulonmenetykset, taide- ja kulttuurialan kasvanut työttömyys sekä kansalaisten vaikeutunut pääsy taide- ja kulttuurisisältöjen äärelle (ks. esim. Jakonen, Luonila, Renko, & Kanerva 2020, 50–55.). Tammikuussa 2021 julkaistussa Rebuilding Europe-tutkimuksessa on havainnollistettu luovien alojen tilannetta ennen pandemiaa ja pandemian jälkeen. Euroopan laajuisesti luovien alojen talous supistui vuoden 2020 aikana 31 %, ja suurimpina kärsijöinä olivat esittävät taiteet ja musiikkiala. (EY 2021.) Pandemia on kuitenkin tarjonnut myös uusia näkökulmia ja kirvoittanut uusiin tutkimuksiin digitaalisen yleisötyön parissa. Unescon raportin (2020) mukaan pandemia on vauhdittanut digitaalisen yleisötyön kehitystä. Pandemia on saanut aikaan taide- ja kulttuurikentällä uusia toimintamuotoja ja ansaintamahdollisuuksia, ja tarjonnut mahdollisuuksia uusiin kokeiluihin digitaalisen yleisötyön piirissä. Raportin mukaan digitaalisen teknologian käyttö taide- ja kulttuurialoilla on lisääntynyt, ja teknologiaa on hyödynnetty myös sellaisilla tahoilla, joiden toiminnassa se ei aiemmin ole näytellyt merkittävää osaa. (Unesco 2020, 41–51; Jakonen ym. 2020, 55.) Vaikka yleisöjen fyysinen pääsy kulttuuritarjonnan äärelle on vaikeutunut pandemian myötä, kulttuuritoimintaan on osallistuttu kotoa käsin aiempaa enemmän. Eniten tämä on näkynyt suoratoistopalveluiden, elokuvien ja kirjallisuuden lisääntyneenä kuluttamisena, mutta myös kiinnostuksena esimerkiksi esittävien taiteiden ja museoiden digitaaliseen tarjontaan. (Jakonen ym. 2020, 54; VN 2020a, 26.)

Vaikka kattava tutkimus ei ole vielä ollut mahdollista, pandemian vaikutuksista kulttuurialalle Suomessa on jo vuoteen 2021 mennessä tuotettu tietoa esimerkiksi eri tahojen toteuttamilla kyselyillä. Kyselyitä ovat toteuttaneet muun muassa taidealakohtaiset tiedotuskeskukset ja edunvalvontajärjestöt, Tilastokeskus sekä Opetus- ja kulttuuriministeriö. (Tilastokeskus 2020; ks. esim. Tanssin Tiedotuskeskus 2020; TINFO 2020a; VN 2020a.) Kyselyiden avulla pandemian vaikutuksia voidaan seurata ja arvioida niin kansallisesti, alueellisesti kuin yksittäisten toimijoiden tasolla (Jakonen ym. 2020, 50–56). OKM teki jo toukokuussa 2020 kyselyn pandemian vaikutuksista kuntien kulttuuritoimintaan. Tulokset kertoivat, että vaikka korona keskeytti kuntien kulttuuritoiminnan monilta osin, pandemian aikana myös kehitettiin tai vahvistettiin ”uusia toiminnan muotoja ja innovaatioita, kuten digitaalisia kulttuuripalveluita ja etäopetusta”. (VN 2020a.) OKM kysyi pandemian vaikutuksista huhtikuussa 2020 myös yksittäisiltä kulttuuri- ja taidealan toimijoilta kyselyssä, johon vastasi noin 1600 toimijaa (VN 2020b). Kyselyssä kartoitettiin lähinnä toimijoiden tulonmenetyksiä, mutta kyselyn raportissa sivuttiin myös poikkeusoloissa kehitettyjä uusia digitaalisia palveluita. Kyselyn raportissa taiteenalakohtaisten järjestöjen laatimissa yhteenvedoissa todetaan, että poikkeusolojen aikana taide- ja kulttuurialoilla hyödynnetään aktiivisesti jo käytössä olevia digitaalisia käytäntöjä ja kehitetään myös uusia digitaalisia palveluita. Digitaalisten palveluiden ansaintamallit ovat kuitenkin ainakin toistaiseksi vielä kehittymättömiä, eikä niillä saada varsinaisia tuloja toimijoille. (VN 2020b, 26.) Digitaalisuutta ei siis voida vielä nykyisissä muodoissaan valjastaa kompensoimaan luovan alan menetyksiä, mutta digitaalisuutta voidaan hyödyntää poikkeustilanteessa esimerkiksi näkyvyyden tavoitteluun ja yleisökontaktin ylläpitoon. (VN 2020b, 26; Betzler, Loots, Prokūpek, Marques, & Grafenauer 2020, 1.)

Vaikka tietoa on kerätty, vielä ei ole selvää, mitkä vuonna 2020 tapahtuneet kehitysaskleet ja muutokset ovat koronan vaikutuksia, ja mitkä jo olemassa olleita, koronan vahvistamia kehityskulkuja kulttuuritoiminnan piirissä ja yleisöjen tavoissa kuluttaa kulttuuria (ks. esim. Betzler ym. 2020, 14–16; Jakonen ym. 2020, 55). Vaikka koronapandemian vaikutukset eivät tässä opinnäytetyössä varsinaisena tutkimusaiheena olekaan, oli väistämätöntä, että ne nousisivat esille haastatteluissa ja vertaisanalyysissa. Koronapandemia on nostanut digitaalisuuden ja digitaalisen yleisötyön mahdollisuudet näkyville sekä toimijoille että yleisöille, sekä paljastanut uusia suuntia, joihin taide- ja kulttuuriala on digitaalisuuden avulla suuntaamassa. Siispä pandemian vaikutukset näkyvät myös tämän opinnäytetyön tuloksissa.

3 MENETELMÄT

3.1 Menetelmien valinnan strategia

Valitsin aineiston hankinnan menetelmiksi haastattelut ja vertaisanalyysin. Valitsin nämä menetelmät, koska halusin tehdä määrällisen tutkimuksen sijaan nimenomaan syväluotaavaa laadullista tutkimusta, ja nostaa esille muutamia esimerkkejä, jotka mielestäni edustavat taide- ja kulttuurialojen ja digitaalisuuden monisyistä suhdetta. Strategiani oli esitellä vertaisanalyysin avulla kohteita ja niiden digitaalisia sisältöjä syväluotaavasti ja painottaa erityisesti teknistä käyttäjäkokemusta ja sisältöjen elämyksellisyyttä. Käyttäjäkokemus ja elämyksellisyys ovat avainasemassa, kun digitaaliset sisällöt kilpailevat yleisöistä paikan päällä tapahtuvien taide- ja kulttuurielämysten kanssa. Menetelmien valinnassa painotin myös opinnäytetyöni tilaajan näkökulmaa. Pyrin huomioimaan sen, millaisilla menetelmillä saisin tietoa, joka olisi suomalaisille taide- ja kulttuurialan toimijoille mahdollisimman ymmärrettävää ja hyödyllistä, ja herättäisi kiinnostuksen kehittää digitaalisia sisältöjä toimijoiden omissa organisaatioissa. Haastattelujen ja vertaisanalyysin avulla saisin sellaista tietoa, joka olisi paitsi hyödyllistä ja käytännönläheistä, myös ajatuksia herättävää ja inspiroivaa.

Valitsemani menetelmät täydentävät digitaalisuuden ja taide- ja kulttuurialojen suhdetta käsittelevää aiempaa tietoperustaa, joka muodostuu pääasiassa digitaalista yleisösuhdetta kartoittavista kyselytutkimuksista ja kulttuuripoliittisista strategioista. Tietoperustan ja valitsemieni menetelmien avulla uskoin voivani hahmottaa yleisiä linjoja digitaalisuuden hyödyntämisen käytänteistä ja niiden tulevaisuudesta. Käyttämäni menetelmät limittyvät toistensa kanssa niin, että osalla haastateltavista on työssä ikään kuin kaksoisroolitus. Turun kaupunginteatterin yleisötyön koordinaattori Maria Peltoniemi edustaa työssä sekä Turun kaupunginteatterin näkökulmaa että esittävien taiteiden yleisötyön asiantuntijan näkökulmaa. Helinä Rautavaaran museon intendentti Katri Hirvonen-Nurmi tuo työhön sekä Helinä Rautavaaran museon että museoalan asiantuntijan näkökulman. Näiden haastateltavien ääni kuuluu siis niin haastatteluanalyysissä kuin vertaisanalyysissä. Koin järkeväksi valita haastateltaviksi juuri nämä henkilöt, sillä heillä oli tietoa paitsi oman kulttuurialansa yleisistä käytänteistä, myös oman organisaationsa konkreettisista toimenpiteistä liittyen digitaalisuuden hyödyntämiseen.

3.2 Haastattelut

Valitsin työni yhdeksi kehittämismenetelmäksi haastattelut. Halusin haastatteluiden avulla selvittää taide- ja kulttuurialan edustajien suhtautumista digitaalisuuteen, sekä saada lisää tietoa siitä, kuinka digitaalisuus on otettu alalla käyttöön. Halusin keskittyä haastatteluissa erityisesti digitaaliseen yleisötyöhön ja selvittää miksi, miten ja kenelle digitaalista yleisötyötä tehdään sekä millaisia tavoitteita, vaikutuksia, ja mahdollisuuksia sillä on haastateltavien näkökulmasta. Valitsin haastateltaviksi kolme kulttuurialan edustajaa, joista kaksi työskentelee digitaalisen yleisötyön parissa kulttuurilaitoksissa ja yksi on kehittänyt digitaalisen alustan yleisön käyttöön. Haastateltavat olivat:

- Maria Peltoniemi, Turun kaupunginteatterin yleisötyön koordinaattori
- Katri Hirvonen-Nurmi, Helinä Rautavaaran museon intendentti
- Kahlil Ashanti, kalifornialaisen Weshowup-palvelun perustaja, näyttelijä ja ohjelmistokehittäjä

Peltoniemi työskentelee sekä perinteisten että digitaalisten yleisötyön sisältöjen parissa teatterimaailmassa, ja on ollut toteuttamassa Turun kaupunginteatterin Somenäyttämö-livestriimejä ja Väliaika-podcastia (Peltoniemi 2021). Hirvonen-Nurmi tekee museossa paitsi kokoelmatyötä, myös suunnittelee ja toteuttaa digitaalisen yleisötyön sisältöjä. Hän on ollut mukana toteuttamassa Helinä Rautavaaran museon AR-näyttelyä Digimuseo.fi-sivustolle. (Hirvonen-Nurmi 2021.) Ashanti on työskennellyt kulttuurisisältöjen parissa sekä näyttelijänä että ohjelmistokehittäjänä, joten hänellä on näkemyksiä digitaalisuuteen sekä kulttuurialan edustajana että sisältöjen teknisen toteuttamisen näkökulmasta. Ashanti on perustanut ja rakentanut Weshowup-palvelun, joka on digitaalinen lipunmyyntialusta. Weshowup-palvelussa yleisö saa itse määrittellä maksamansa lipun hinnan esityksen jo nähtyään. (Ashanti 2021; Weshowup.io 2021a.)

Peltoniemi ja Ashanti edustavat esittäviä taiteita, Hirvonen-Nurmi on museo- ja kulttuuriperintöalan asiantuntija. Hirvonen-Nurmi ja Peltoniemi tuovat näkemyksiä suomalaiselta kulttuurikentältä, Ashanti taas edustaa Suomen ulkopuolista näkökulmaa. Valitsemalla eri taustaisia haastateltavia toivoin saavani erilaisia näkökulmia tutkimaani ilmiöön ja voivani niitä yhdistelemällä löytää teemoja koko alan kehityssuunnista.

Haastateltavat valitsin sen perusteella, että heidän edustamissaan kulttuurilaitoksissa ja -palveluissa on hyödynnetty digitaalisuutta tehokkaasti ja toteutettu erilaisia digitaalisen

yleisötyön sisältöjä. Lisäksi he edustavat eri taiteenaloja. Valitsin edustettavat taiteenalat kahdella perusteella. Ensinnäkin halusin painottaa sellaisia taiteenaloja, joilla digitaalisuus vielä hakee paikkaansa, ja jossa sillä voisi olla potentiaalisia ja yllättäviäkin etuja yleisöpohjan kasvattamisessa. Esimerkiksi esittävät taiteet perustuvat perinteisesti fyysisesti paikan päällä reaaliaikaisesti koettavaan kokemukseen, ja museo- ja kulttuuriperintöala perustuu esineiden ja paikkojen materiaaliseen ulottuvuuteen. Näillä aloilla digitaalisuuden mahdollisuuksia on kokeiltu esimerkiksi livestriimauksen ja digitoitujen esinekokoelmien yhteydessä, mutta johdonmukaisia, koko alalle yhteisiä tapoja hyödyntää digitaalisuutta yleisöjen tavoittamiseksi ei ole vielä muodostunut. Toinen kohteiden valintaan vaikuttanut peruste oli se, kuinka hyvin ala oli edustettuna KULTA ry:n jäsenjärjestöissä. KULTA ry:n jäsenjärjestöt edustavat monipuolisesti eri taiteenaloja suomalaisella kulttuurikentällä, ja jotta KULTA ry:n jäsenjärjestöt ja heidän edustamiensa taiteenalojen toimijat saisivat mahdollisimman suuren hyödyn irti opinnäytetyöstäni, halusin tutkia taiteenaloja, jotka olivat KULTA ry:n jäsenjärjestöissä vahvimmin edustettuina. Näitä aloja olivat esittävät taiteet, museo- ja kulttuuriperintöala ja musiikkiala. Aineiston ulkopuolelle jäi kuitenkin paljon KULTA ry:n jäsenjärjestöjen edustamia taiteenaloja, jotka ansaitisivat tulla kuulluksi ja joilta löytyisi varmasti potentiaalisia esimerkkejä myös digitaalisuuden luovasta hyödyntämisestä yleisöpohjan kasvattamisessa.

Toteutin haastattelut helmikuussa 2021 videoneuvottelualustoilla, joiden avulla myös tallensin haastattelut. Haastattelut toteutin puolistrukturoituina haastatteluina (liite 1). Puolistrukturoidussa haastattelussa valitaan etukäteen teemat, joihin haastattelussa keskitytään, ja esitetään tarvittaessa tarkentavia kysymyksiä. Suhteessa strukturoituun haastatteluun puolistrukturoidun haastattelun etuna on se, että haastattelussa voidaan tarkentaa ja syventää kysymyksiä perustuen haastateltavien vastauksiin. Puolistrukturoidun haastattelun metodologinen tausta korostaa haastateltavan tulkintoja ja merkityksenantoja. (Hirsjärvi & Hurme 2015, 11;25–27.) Haastateltavat saivat haastatteluteemarungon etukäteen nähtäväksi, mutta haastattelujen aikana keskustelut muotoutuivat hyvinkin toisistaan poikkeaviksi kokonaisuuksiksi. Haastatteluissa löytyi kuitenkin kaikille yhteisiä teemoja, joita käsittelemässä osiossa. Haastatteluissa käsiteltyjä teemoja olivat: yleisötyö, digitaalisen yleisötyön määritelmä ja tavoitteet, digitaalisen yleisötyön edut, vaikutukset ja mahdollisuudet, digitaalisen yleisötyön tekijät, digitaalisen yleisötyön kohderyhmät ja saatu palaute, digitaalisen yleisötyön tarpeet ja resurssit, digitaalisen yleisötyön maksullisuus sekä digitaalisen yleisötyön tulevaisuudennäkymät. Haastatteluissa haastateltavat korostivat myös

vuoden 2020 pandemiatilanteen vaikutuksia digitaaliseen yleisötyöhön, joten nostin sen analyysiin yhdeksi teemaksi.

3.3 Vertaisanalyysi

Käytin työn toisena kehittämismenetelmänä vertaisanalyysia. Vertaisanalyysissa pyritään kehittämään omaa toimintaa analysoimalla eroja oman ja arvioitavan kohteen välillä (Karjalainen 2002, 17). Vertaisanalyysin etuihin lukeutuu se, että sen avulla voi tarkastella toisten vertailukelpoisten toimijoiden toimintaa, tunnistaa niiden vahvuuksia ja heikkouksia, ja oppia niistä hyviä käytäntöjä oman toiminnan kehittämiseen (Seppänen-Järvelä 2005, 56). Vertaisanalyysia on toisaalta kritisoitu muun muassa isomorfismista, eli siitä, että saman alan toimijat samankaltaistuvat, jos kehittämisen sijaan tyydytään vain kopioimaan muilta (Karjalainen 2002, 17). Tässä työssä käytetään vertaisanalyysia sillä poikkeuksella, että pyrkimyksenä ei ole kehittää minkään tietyn organisaation toimintaa, vaan hankkia tietoa koko taide- ja kulttuurialan kehittämiseen. Vertaisanalyysi sopii tämän työn menetelmäksi siksi, että parhaimmillaan innovatiivisten digitaalisten sisältöjen arvioiminen tarjoaa kulttuuritoimijoille uusia näkökulmia digitaalisuuden mahdollisuuksien hyödyntämiseen omassa toiminnassaan.

Vertaisanalyysi muodostuu tyypillisesti dokumenttianalyysista, havainnoinnista ja haastatteluista (Hautio 2021). Haastattelut ovat kuitenkin tässä työssä myös erillinen kehittämismenetelmä, joten vertaisanalyysi painottuu dokumenttianalyysiin ja havainnointiin. Haastattelu on mukana täydentävänä tiedonlähteenä niissä analyysikohteissa, joista onnistuin saamaan haastateltavan vertaisanalyysin kohteesta. Dokumenttianalyysin toteutin perehtymällä valittujen kohteiden digitaalisiin sisältöihin, kuten verkkosivuihin, sosiaalisen median kanaviin ja digitaalisen yleisötyön sisältöihin. Havainnoinnin suoritin testaamalla valittujen kohteiden digitaalisia sisältöjä. Arvioin sisältöjen teknistä käyttäjäkokemusta sekä sisältöjen elämyksellisyyttä, eli sitä kuinka ne onnistuvat tuottamaan kulttuurielämyksen digitaalisesti ja etänä koettuna. Tässä työssä analysoinnin kohteeksi on otettu neljä kulttuuri- ja taidealan toimijaa ja heidän tuottamia digitaalisia sisältöjä. Näistä toimijoista kaksi edustaa esittäviä taiteita, yksi museo- ja kulttuuriperintöalaa sekä yksi musiikkialaa.

Analysoitavat digitaaliset sisällöt on valittu kahden kriteerin perusteella. Nämä kriteerit ovat:

- analysoitavat digitaaliset sisällöt ovat mahdollisimman uusia, toteutettu vuoden 2018 jälkeen

- analysoitavat digitaaliset sisällöt eivät ole paikkasidonnaisia, niiden käyttäminen ei siis vaadi sitä, että yleisö on paikan päällä kohteessa

Lisäksi, jotta aineisto tuottaisi tietoa myös kansainväliseltä kulttuuri- ja taidekentältä, analysoitavat sisällöt on valittu niin, että mukana on sisältöjä sekä suomalaisilta että ulkomaisilta kulttuuri- tai taidetoimijoilta. Jotta analysoinnin avulla voidaan tutkia myös taide- ja kulttuurisisältöjen ansaintalogiikkaa, analysoitaviin sisältöihin on otettu mukaan sekä yleisölle maksuttomia että maksullisia sisältöjä. Aineisto on rajattu mahdollisimman uusiin sisältöihin siksi, että tarkoituksena oli myös ennakoida tulevaisuuden toimintamalleja. Analysoitavien sisältöjen tulee siis olla viime vuosina toteutettuja. Ei-paikkasidonnaisuuden vaatimus on valittu osin siksi, että vuonna 2020 alkaneen koronapandemian myötä kulttuurilaitoksiin ei ollut aina mahdollista lähteä vierailemaan paikan päälle. Onkin olennaista selvittää, kuinka yleisöjä voi tavoittaa pelkästään verkon välityksellä, ja kuinka yleisö voi nauttia digitaalisista tuotteista etänä.

Vertaisanalyysin kohteiksi valitsin seuraavat kulttuurilaitokset ja niiden digitaaliset sisällöt:

- Turun kaupunginteatteri, Somenäyttämö-striimiesitys ja Väliaika-podcast
- Helinä Rautavaaran museo, AR-näyttely ja virtuaaliopastus näyttelyyn
- Birmingham Contemporary Music Group-kokoonpano, osallistava klassisen nykymusiikin teos Roddy's Reel
- The Royal Shakespeare Company, virtuaalisella alustalla toteutettu teatteriesitys The Dream.

3.4 Analyysitavan valinta

Aineistojen analyysissa on käytetty sisällönanalyysia. Sisällönanalyysi on perusanalyysimenetelmä, jota voi käyttää kaikkien laadullisen tutkimuksen aineistojen analyysissa. Sisällönanalyysi on paitsi yksittäinen metodi, myös väljä teoreettinen kehys, jota voi yhdistää erilaisiin analyysikokonaisuuksiin. Sisällönanalyysia ei siis ohjaa mikään tietty teoria tai epistemologia, vaan siihen voidaan soveltaa melko vapaasti monenlaisia teoreettisia lähtökohtia. (Sarajärvi & Tuomi 2018, 4.) Sisällön analysoinnissa käytin temaattista analyysia, eli jaottelin aineistoa teemoittain. Sisällönanalyysin valitsin aineiston analyysimenetelmäksi siksi että se on melko vapaasti sovellettavissa monenlaiseen aineistoon ja se sopii hyvin myös digitaaliseen aineistoon kuten videoihin, äänimedioihin ja virtuaaliympäristöihin, joita

aineistoni pääasiassa on. Valitsin aineiston esittämistavaksi teemoittelun, koska sen avulla pystyin osoittamaan aineistosta löytyneitä yhdenmukaisuuksia.

Analyysia varten litteroin haastatteluaineiston ja järjestin sen haastatteliteemoittain. Värikoodasin haastatteluaineiston niin, että merkitsin vastauksissa esille tulleet samankaltaiset seikat samalla värillä. Koodasin samalla tavalla myös vertaisanalyysissa keräämäni muistiinpanot, eli merkitsin samankaltaisia toimintoja, ominaisuuksia ja piirteitä muistuttavat asiat saman värisiin kategorioihin. Tämä auttoi erottamaan aineistosta yhteneväisyyksiä. Kokosin esille tulleita asioita yhä tiiviimmiksi kategorioiksi, ja lopulta pyrin tiivistämään teemojen alle tutkimuksen kannalta kaikkein olennaisimmat asiat. Esittelen analyysin tulokset luvussa kuusi.

4 NÄKÖKULMIA DIGITAALISUUDEN HYÖDYNTÄMISEEN

Tässä osiossa analysoin haastatteluaineistoa. Käyn aineistoa läpi kokonaisuuksittain, ja kaikissa kokonaisuuksissa käyn läpi haastateltavien erilaisia näkökulmia aiheisiin. Analyysiin valitut kokonaisuudet on muodostettu haastatteluteemaruunun (liite 1) pohjalta, sekä niiden aiheiden pohjalta, joita haastateltavat haastattelujen yhteydessä toivat esille. Analyysin teemat ovat:

- perinteisen ja digitaalisen yleisötyön määritelmät ja tavoitteet
- digitaalisen yleisötyön edut, vaikutukset ja mahdollisuudet
- digitaalisen yleisötyön tekijät, kohderyhmät ja saatu palaute
- pandemiatilanteen vaikutukset digitaaliseen yleisötyöhön
- digitaalisen yleisötyön tarpeet, resurssit ja maksullisuus

4.1 Perinteisen ja digitaalisen yleisötyön määritelmät ja tavoitteet

Yleisötyö käsitettiin haastateltavien keskuudessa yleisesti sellaiseksi työksi yleisön parissa, joka madaltaa kynnystä vierailta taide- tai kulttuurilaitoksessa, avaa laitoksen toimintaa yleisölle ja tarjoaa lisätietoa laitoksen esille tuomista teemoista. Perinteisen yleisötyön muodoista mainittiin muun muassa laitoksessa paikan päällä järjestetyt keskustelutilaisuudet, taiteilijatapaukset, työpajat, opastetut kierrokset, kulissikierrokset ja koululaisille verkkoon tuotetut pedagogiset materiaalit. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021.) Peltoniemen mukaan Turun kaupunginteatterilla yleisötyön toivotaan madaltavan kynnystä tulla teatteriin, avaavan teatterin toimintaa yleisölle laajemmin ja aktivoivan taloa myös varsinaisen esitystoiminnan ulkopuolella. Laadukas yleisötyö varmistaa aktiivisen oheistoiminnan ja yleisötyötä voikin ajatella esityksille ”lihaksi luiden päälle”. (Peltoniemi 2021.) Hirvonen-Nurmen mukaan kaikessa museotyössä on syytä muistaa, että työtä tehdään yleisölle. Vaikka oma työnkuva museossa ei suoraan liittyisi yleisötyöhön, työtä tehdään silti yleisön tarpeita silmällä pitäen. (Hirvonen-Nurmi 2021.)

Haastateltavien edustamissa laitoksissa digitaalista yleisötyötä ja sen tavoitteita ei ollut määritelty erikseen, vaan digitaalisen yleisötyön nähtiin kuuluvan osaksi yleistä yleisötyötä. Digitaalisen yleisötyön tavoitteiksi mainittiin myös samoja tavoitteita kuin perinteisellä yleisötyöllä - se madaltaa kynnystä vierailta laitoksessa, tarjoaa syventävää tietoa ja avaa

laitoksen toimintaa yleisölle. Yleisesti digitaalinen yleisötyö määriteltiin digitaalisella alustalla tapahtuvaksi yleisötyöksi, johon yleisö voi osallistua omaehtoisesti paikasta ja aikatauluista riippumatta. Laitosten digitaalisiksi yleisötyöksi määriteltiin mm. työpajat verkossa, striimatut keskustelutilaisuudet, kulissikierrokset ja opastukset, podcastit, videot, kuunnelmat, digitoidut esinekokoelmat ja muut materiaalit verkkosivuilla. Myös sosiaalinen media nimettiin digitaalisen yleisötyön alustaksi, koska siellä organisaatiot ovat yleisön kanssa vuorovaikutuksessa digitaalisesti. Sosiaalisessa mediassa on tarjolla myös paljon yleisötyön sisältöjä digitaalisessa muodossa. Digitaalisiksi yleisötyöksi miellettiin myös paikan päällä käytettävät digitaaliset palvelut, kuten esimerkiksi VR-kokemukset ja digitaaliset käsiohjelmat. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021.)

Peltoniemi kertoi, ettei Turun kaupunginteatterilla olla määritelty digitaalista yleisötyötä erikseen, mutta hän itse ymmärtää digitaalisen yleisötyön yleisötyöksi, joka tapahtuu etänä ja digitaalisella alustalla niin, että se ei vaadi yleisön saapumista paikan päälle teatterille (Peltoniemi 2021). Helinä Rautavaaran museossa ei niin ikään ollut määritelty digitaalista yleisötyötä. Kuitenkin, kun digitaalisia sisältöjä on tuotettu lisää, aiemmin häilyvänä alueena koettuun digitaaliseen yleisötyöhön on alettu kiinnittää enemmän huomiota esimerkiksi museoiden toimintakertomusten yhteydessä (Hirvonen-Nurmi 2021). Digitaalisesta yleisötyöstä puhuttaessa korostettiin sitä, että digitaaliseen yleisötyöhön pätevät samat kriteerit kuin muuhun yleisötyöhön – sen tulee olla korkealaatuista ja sisältöjen monipuolisia (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021; Ashanti 2021).

Kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, että digitaalisen yleisötyön keskeisimpiä tavoitteita on taide- ja kulttuurisisältöjen saavutettavuuden lisääminen. Saavutettavuudella tarkoitettiin sekä fyysiseen tilaan ja paikkaan liittyvää saavutettavuutta että taloudellista saavutettavuutta. Haastateltavien mielestä oli tärkeää, että yleisötyön sisältöjen siirtyessä verkkoon sisällöt pysyisivät pääasiassa maksuttomina. (mt.) Hirvonen-Nurmen (2021) mukaan saavutettavuus museossa tarkoittaa sitä, että museon aineistojen tulisi olla yleisön saavutettavissa muutenkin kuin paikan päällä, ja siksi esinetietoja ja yleisötyön sisältöjä on tuotu verkkoon. Peltoniemi tarkoitti saavutettavuudella paitsi sitä, että digitaaliseen yleisötyöhön voi osallistua etänä, myös sitä, että se on osallistujalle aina maksutonta (Peltoniemi 2021). Ashantin mukaan weshowup.io-alustan tavoite on digitaalisena lipunmyyntijärjestelmänä palvella sekä tapahtumajärjestäjiä että yleisöä varmistaakseen sen, että laadukas taide ja viihde on kaikkien saavutettavissa huolimatta heidän taloudellisista lähtökohdistaan tai maantieteellisestä

sijainnistaan (Ashanti 2021). Haastateltavat olivat yksimielisiä myös siitä, että heidän organisaatioissaan digitaalinen yleisötyö oli todella onnistunut lisäämään sisältöjen saavutettavuutta (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021; Ashanti 2021).

Haastateltavat mainitsivat, että kun vuonna 2020 taide- ja kulttuurilaitokset joutuivat koronapandemian myötä välillä sulkemaan ovensa yleisöltä eikä fyysinen kohtaaminen ollut mahdollista, digitaalisen yleisötyön rooli kasvoi ja sen ensisijaiseksi tavoitteeksi tuli ylläpitää kontaktia yleisöön. Kanavat, jotka ennen miellettiin viestinnän ja markkinoinnin piiriin kuuluviksi, kuten verkkosivut ja sosiaalinen media, valjastettiin digitaalisen yleisötyön käyttöön. Yleisöjen kanssa pyrittiin olemaan vuorovaikutuksessa digitaalisesti, jotta yleisösuhte säilyisi ja yleisöt muistaisivat laitosten olemassaolon. (mt.)

4.2 Digitaalisen yleisötyön edut, vaikutukset ja mahdollisuudet

Digitaalisen yleisötyön suurimpina etuina nähtiin sen saavutettavuus, ei-paikkasidonnaisuus ja omaehtoisen tutustumisen mahdollistaminen. Digitaalisen yleisötyön toivottu vaikutus oli se, että yleisö löytäisi myös paikan päälle laitokseen. Digitaalisen yleisötyön mahdollisuuksina nähtiin kyky tavoittaa uusia ja laajempia kohderyhmiä, sekä yhä useamman henkilön pääsy taide- ja kulttuuripalveluiden äärelle. Digitaalista yleisötyötä verrattiin paljon perinteiseen yleisötyöhön, ja etuja pyrittiin löytämään nimenomaan eroina paikan päällä tapahtuvaan yleisötyöhön. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021; Ashanti 2021.)

Digitaalisten sisältöjen eduksi koettiin se, että ne mahdollistavat laitoksen toimintaan tutustumisen omaehtoisesti ilman paikkasidonnaisuutta tai aikataulurajoitteita. Monet digitaaliset sisällöt ovat saatavilla verkossa milloin vain ja niihin voi tutustua missä päin maailmaa tahansa. Esimerkiksi sekä Peltoniemi että Ashanti mainitsivat, että digitaalisten tilaisuuksien etu on se, ettei niissä ole paikkarajoitusta eikä niitä voi myydä loppuun (Peltoniemi 2021; Ashanti 2021). Digitaaliset sisällöt ovat saavutettavampia myös ihmisille, jotka asuvat maantieteellisesti kaukana tapahtumapaikasta tai eivät esteellisyyden takia pääse paikan päälle. Digitaalisuus poistaa siis monia fyysiseen tilaan liittyviä haasteita.

Yksi digitaalisen yleisötyön toivotuista vaikutuksista oli se, että se houkuttaisi ihmisiä myös paikan päälle kulttuurilaitokseen. Digitaalisen yleisötyön avulla yleisö voi tutustua laitokseen ennen vierailua tai se voi tarjota lisätietoa vierailun jälkeen (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021). Peltoniemen mukaan yleisöjen houkutteleva paikan päälle ei ole digitaalisen

yleisötyön ensisijainen tavoite, mutta tutustuttuaan teatterin toimintaan verkossa yleisöt todennäköisesti löytävät helpommin myös lippukaupoille ja paikan päälle teatteriin. Hirvonen-Nurmen mukaan museoiden ensisijainen tehtävä on esineiden säilyttäminen, johon kuuluu olennaisesti materiaallinen ulottuvuus. Tähän ulottuvuuteen liittyy se, että yleisön toivotaan tulevan vierailemaan museoon paikan päälle. Digitaalisella yleisötyöllä ei siis varsinaisesti tavoitella taloudellisia voittoja, mutta sen toivotaan kuitenkin vaikuttavan yleisöihin niin, että kynnys lippujen ostamiseen tai muuhun taloudelliseen panostamiseen olisi matalampi. Kun organisaatio on tutumpi, yleisö haluaa myös tukea sen toimintaa. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021.)

Digitaalisen yleisötyön mahdollisuutena nähtiin kulttuuritoimijan ja yleisön välisen välimatkan lyheneminen. Digitaalisella yleisötyöllä toimijan on mahdollista tavoittaa uusia ja laajempia kohderyhmiä, ja myös yleisön on mahdollista löytää taide- ja kulttuurisisältöjen äärelle vaivattomammin. Digitaalisten palveluiden toivottiin tavoittavan erityisesti sellaisia ihmisiä, jotka eivät aikaisemmin ole käyttäneet taide- ja kulttuuripalveluita tai joilla ei ole ennen ollut pääsyä taide- ja kulttuurisisältöjen äärelle. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021.) Ashantin mukaan digitaalinen yleisötyö mahdollistaa jopa uudenlaisten digitaalisten yleisöyhteisöjen syntymisen. Esimerkiksi livestriimatuissa esityksissä yleisö voi olla yhteydessä kommenttiosioden avulla toisiinsa, jolloin suhde syntyy esittävän tahon lisäksi myös yleisön muihin jäseniin. Tämän avulla voi syntyä uusia yhteisöllisiä digitaalisia yleisökokemuksia. (Ashanti 2021.)

4.3 Digitaalisen yleisötyön tekijät, kohderyhmät ja saatu palaute

Haastatteluista kävi ilmi, että samat henkilöt, jotka työskentelevät perinteisen yleisötyön parissa, tekevät myös digitaalista yleisötyötä. Yleisötyön ammattilaisten lisäksi digitaalisessa yleisötyössä tarvitaan henkilöitä, joilla on ammattitaitoa ja osaamista teknisten laitteiden, ohjelmistojen ja alustojen käyttämiseen. Koska digitaalinen yleisötyö liittyy markkinoinnin ja viestinnän kanssa, myös viestintäosastot ovat mukana digitaalisen yleisötyön tekemisessä. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021; Ashanti 2021.)

Turun kaupunginteatterissa digitaalisen yleisötyön tekemiseen oli osallistunut yleisötyön koordinaattorin lisäksi taiteellisen sisällön vastaavat ja teknistä henkilökuntaa, kuten valon, äänen, videokuvauksen ja editoinnin ammattilaisia. Lisäksi viestintäosasto oli auttanut sisältöjen markkinoinnissa ja ideoinnissa. Peltoniemi kertoi, että viime vuonna eri osastot ovat

auttaneet toisiaan ja työskennelleet yhteistyössä, kun uusia digitaalisia keinoja yleisön tavoittamiseen on kehitetty. (Peltoniemi 2021.) Helinä Rautavaaran museossa digitaalisen yleisötyön parissa työskentelevät pääasiassa intendentti, manageri, tuottaja ja media-assistentti. Kuitenkin koko museon yhdentoista hengen henkilökunta on ollut mukana sisältöjen toteuttamisessa ja henkilöstöä oli myös koulutettu digitaalisten välineiden, kuten striimauslaitteiden käyttämiseen. (Hirvonen-Nurmi 2021.)

Koska digitaalista yleisötyötä ei ole erikseen määritelty tai rajattu, ei aina ole myöskään selvää kenen toimenkuvaan digitaaliseen yleisötyöhön liittyvät tehtävät kuuluvat. Hankkeisiin ja projekteihin kootaan tiimit usein projektikohtaisesti. Peltoniemi ja Hirvonen-Nurmi kertoivat, että digitaalisen yleisötyön tekeminen vaatii usein töiden järjestämistä ja neuvottelua siitä, mikä on kenenkin tehtävä. Digitaalisen yleisötyön kehittyminen muuttaakin myös perinteisiä kulttuuri- ja taidealojen ammattinimikkeitä ja toimenkuvia. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021.)

Haastateltavien mukaan on tärkeää tunnistaa missä laitoksen oman henkilökunnan osaaminen ja aikaresurssit riittävät digitaalisten sisältöjen tuottamiseen, ja milloin sisällöt vaativat erikoisosaamista ja ne kannattaa ostaa ulkopuolelta. Digitaalisten sisältöjen tuotannon ulkoistaminen vapauttaa laitoksen oman henkilökunnan muiden tehtävien hoitamiseen. Ulkopuoliselta yritykseltä tilatut sisällöt ovat yleensä myös korkealaatuisia, vaikkakin ne ovat usein hintavampia kuin itse tuotetut sisällöt. Esimerkiksi Turun kaupunginteatterilla näytelmien trailereiden tuotanto tilataan ulkopuoliselta yritykseltä. Helinä Rautavaaran museossa muun muassa AR-näyttely on tuotettu ulkopuolisten asiantuntijoiden osaamista hyödyntäen. Vaikka ulkopuolisia palveluita käytetään, haastateltavat korostavat, että heidän laitoksissaan henkilökunnalla on jo paljon teknistä osaamista. Osaamista pyritään myös jatkuvasti lisäämään kouluttamalla henkilöstöä ja jakamalla osaamista ja asiantuntijuutta laitoksen sisällä. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021.)

Digitaalisella yleisötyöllä pyritään sekä tavoittamaan uusia kohderyhmiä että syventämään suhdetta jo olemassaoleviin yleisöihin (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021; Ashanti 2021). Ashantin mukaan digitaalisia palveluita on otettu käyttöön niin monissa eri yhteiskunnan palveluissa, että nykyään yhä useammalla ihmisellä on riittävät valmiudet digitaalisten sisältöjen käyttämiseen. Enää ei siis voida sanoa, että digitaalinen yleisötyö olisi kohdennettu vain nuorille tai vain ihmisille, joilla on erityisen edistyneet tekniset taidot. Kun yleisöjen

digitaalinen osaaminen lisääntyy, myös eri alustoilla toteutettavat digitaaliset sisällöt tavoittavat enemmän ihmisiä. (Ashanti 2021.)

Haastateltavien mukaan digitaalisen yleisöryhmän kohderyhmä riippuu aina digitaalisen yleisöryhmän sisällöistä. Esimerkiksi Ashantin (2021) mukaan livestriimien kohderyhmä riippuu täysin siitä, onko striimi sisällöltään teatteria, viininmaistelua vai joogaa. Myös Peltoniemi (2021) ja Hirvonen-Nurmi (2021) kertoivat, että digitaalisista sisällöistä pyritään tekemään monipuolisia juuri siksi, että ne tavoittaisivat eri kohderyhmiä. Sisältöjä on tehty niin koululaisille kuin senioreille.

Kun suunnitellaan digitaalisen yleisöryhmän sisältöjä, on otettava huomioon tarpeet, joita tavoitettavalla kohderyhmällä on. Kohderyhmä vaikuttaa esimerkiksi käytettävän digitaalisen alustan valitsemiseen. Ashantin mukaan nuoremmat kohderyhmät oppivat helposti uusien digitaalisten alustojen käytön, kun taas vanhemmat yleisöryhmät pysyvät mieluiten alustoilla, joiden käytön he jo hallitsevat. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021; Ashanti 2021.)

Haastateltavien mukaan digitaalisen yleisöryhmän kohderyhmistä kerätään jonkin verran tietoa digitaalisten alustojen kautta, mutta tarkkaa järjestelmää digitaalisen yleisöryhmän tavoittavuuden mittaamiselle ei ole. Sosiaalisen median kautta saadaan tietoa esimerkiksi seuraajamääristä ja striimien katselukerroista. Osa alustoista, kuten Turun kaupunginteatterin käyttämä podcast-alusta ja Helinä Rautavaaran museon käyttämä AR-näyttelyalusta keräävät tarkempaa tietoa esimerkiksi käyttäjien maantieteellisestä sijainnista, ikäjakaumasta ja sisältöjen parissa käytetystä ajasta. Ashantin mukaan Weshowup-palvelu kerää tietoa vain katsojamääristä sekä heidän lahjoittamistaan lippuhinnoista. Haastateltavien mukaan kaikki yleisöistä saatava data on laitoksille arvokasta tietoa ja auttaa digitaalisten sisältöjen suunnittelussa, mutta parhaiten sisältöjä kehitetään yleisön antaman palautteen perusteella. (mt.)

Kohderyhmiltä on kerätty palautetta digitaalisten sisältöjen vaikuttavuudesta ja alustojen toimimisesta esimerkiksi kyselyiden kautta. Eniten palautetta on tullut nimenomaan sisällöistä, ei niinkään alustoista, mikä on tulkittu niin, että alustat ovat olleet pääosin hyvin toimivia ja tarkoitukseensa sopivia. (mt.) Ashantin mukaan yleisö haluaakin useimmiten alustoilta yksinkertaisuutta kikkojen ja lisäpalveluiden sijaan. Tärkeintä on tarjota laadukkaita sisältöjä helposti käytettävällä digitaalisella alustalla. (Ashanti 2021.)

4.4 Pandemiatilanteen vaikutukset digitaaliseen yleisötyöhön

Vuonna 2020 alkaneen koronapandemian myötä taide- ja kulttuuritoimijat joutuivat miettimään, kuinka yleisötyötä toteutetaan tilanteessa, jossa yleisö ei pääse vierailemaan laitoksessa paikan päällä. Poikkeusaikojen myötä useita perinteisen yleisötyön muotoja siirrettiinkin osin verkkoon tai toteutettiin kokonaan digitaalisessa muodossa. Peltoniemi kertoi, että esimerkiksi Turun kaupunginteatterissa teosavaukset siirrettiin livelähetyksiksi teatterin Facebookiin, pedagogisia materiaaleja tuotettiin verkkoon ja teatteri teki tilakierrosesittelyvideon opettajille korvaamaan koululaisille tarkoitettuja teatterikierroksia (Peltoniemi 2021). Helinä Rautavaaran museossa työpajoja toteutettiin videoina, keskustelutilaisuuksia striimattiin sosiaalisen median alustoille ja yleisölle alettiin järjestämään virtuaaliopastuksia (Hirvonen-Nurmi 2021). Sen lisäksi että perinteinen yleisötyö siirtyi verkkoon, kehitettiin myös uusia digitaalisen yleisötyön sisältöjä. Esimerkiksi Turun kaupunginteatterissa poikkeusaikojen inspiroimaa sisältöä on viikottainen Somenäyttämö-livestriimilähetykset (Peltoniemi 2021). Vuoden 2020 myötä laitosten markkinointiviestintä, kuten laitosten verkkosivut ja sosiaalisen median tilit on ymmärretty yhä enemmän digitaalisen yleisötyön alustoiksi, joiden avulla voi ylläpitää yleisösuhdetta ja kontaktia yleisöön digitaalisesti. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021.)

Haastateltavat kertoivat, että vuoden 2020 myötä on opittu paljon uutta myös digitaalisten sisältöjen tuottamisesta. Uusien digitaalisten sisältöjen parissa on jouduttu ja päästy opettelemaan uusien teknisten laitteiden ja digitaalisten alustojen hallintaa. Vuoden aikana on opittu paljon tunnustelemalla ja kokeilemalla, ja poikkeusaika on myös kannustanut yleisötyöntekijöitä luovuuteen ja kekseliäisyyteen. Poikkeusajan myötä henkilökunnan tekninen ja digitaalinen osaaminen on kasvanut. Haastateltavat pitivät tärkeänä, että jatkossa opittua hyödynnetään edelleen ja digitaalisia sisältöjä tuotetaan yleisölle myös tulevaisuudessa. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021.) Haastateltavien mukaan korona-aika on korostanut digitaalisen yleisötyön mahdollisuuksia saavuttaa yleisöt silloin kun fyysinen kohtaaminen ei ole mahdollista.

Vuoden 2020 aikana online-tapahtumia järjestettiin verkossa enemmän kuin koskaan ennen. Tämä näkyi myös Ashantin online-tapahtumien lipunmyyntiä järjestävässä Weshowup-palvelussa, jonka käyttäjämäärät kasvoivat vuonna 2020. Pandemian myötä palvelua alkoivat käyttämään ammattimaisten esiintyjätahojen lisäksi myös itsenäiset taiteilijat online-esitysten, kurssien ja työpajojen järjestämiseen. Palvelu ei kuitenkaan tuottanut suuria voittoja esiintyjille,

sillä tarjonnan kasvaessa myös esitysten laatu kärsi. Esitysten määrän kasvaessa palvelu ei voinut enää taata esitysten laatua, ja yleisö luonnollisesti maksoi heikompileaatuisista esityksistä vähemmän. Myös ilmaisten online-esitysten ylitarjonta verkossa johti siihen, että yleisö oli yhä vähemmän halukas ostamaan lippuja maksullisiin online-esityksiin. Kun tarjontaa on paljon, sisällön koettu arvo laskee. Ashanti ei pahimpien pandemia-aikojen aikana perinyt esiintyjiltä provisiota lipputulosta lainkaan, jotta kaikki mitä yleisö suostui esityksistä maksamaan, menisi suoraan esiintyjille. (Ashanti 2021.)

4.5 Digitaalisen yleisötyön tarpeet, resurssit ja maksullisuus

Haastateltavien mukaan yleisöjen tavoittamisen näkökulmasta on tärkeää, että digitaalisen yleisötyön sisällöt ovat korkealaatuisia, jotta ne erottuvat yhä kasvavasta digitaalisten sisältöjen tarjonnasta. Korkealaatuisten digitaalisten sisältöjen tuottamiseen tarvitaan jatkossa parempaa teknistä kalustoa, monipuolisempaa teknistä ja sisällöllistä osaamista sekä taloudellisia resursseja. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021; Ashanti 2021.)

Ashantin mukaan taide- ja kulttuurilaitosten tuottamat verkkosisällöt kilpailevat livekokemuksen lisäksi myös esimerkiksi suoratoistopalveluiden kanssa (Ashanti 2021). Kilpailu on siis kovaa, ja teknisen toteutuksen lisäksi myös sisällön suunnitteluun tulee panostaa. Digitaalisten sisältöjen täytyykin olla nimenomaan taiteellisilta sisällöiltään taitavasti suunniteltu, jotta ne ylläpitävät yleisöjen kiinnostusta ja pystyvät kilpailemaan muun verkossa olevan tarjonnan kanssa. Korkealaatuisten sisältöjen toteuttamiseen tarvitaan siis ymmärrystä siitä, miten sisällöt kannattaa tuoda yleisön saataville, mitkä sisällöt toimivat missäkin digitaalisessa muodossa ja mikä digitaalisten sisältöjen ansaintalogiikka on. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021; Ashanti 2021.)

Kasvava digitaalisen yleisötyön painoarvo tulee vaatimaan taide- ja kulttuurilaitosten henkilökunnalta yhä monipuolisempaa osaamista paitsi teknisten laitteiden käytössä, myös digitaalisten sisältöjen suunnittelussa. Toimenkuvien muuttuessa henkilökuntaa täytyy siis kouluttaa ja osaamista täytyy hankkia myös oman organisaation ulkopuolelta. Esimerkiksi Helinä Rautavaaran museossa koko henkilökunta oli osallistunut ulkopuoliselta yritykseltä tilattuun striimauskoulutukseen (Hirvonen-Nurmi 2021). Digitaalisten sisältöjen lisääntyminen voi johtaa siihen, että myös henkilökuntaa tarvitaan lisää, sillä toimenkuvat laajentuvat eivätkä aikaresurssit riitä sekä perinteisten toimenkuvien täyttämiseen että digitaalisten sisältöjen tuottamiseen. Esimerkiksi Peltoniemen mukaan Turun kaupunginteatterin Facebookissa

esitystavoitteiden toteuttaminen onnistunut toteuttamaan hyvin erityisesti siksi, että esitystoiminnan tauon myötä teatterin tekninen henkilökunta vapautui auttamaan livelähetysten järjestämisessä. Teatterin toimiessa normaalisti näin laajamittaisen digitaalisen yleisöyön toteuttaminen vaatisi sille erikseen osoitettua teknistä henkilökuntaa ja laitteita. (Peltoniemi 2021.)

Käytännön tason resurssien kuten kaluston, osaamisen ja rahoituksen lisäksi haastateltavat mainitsivat, että digitaalisen yleisöyön kehittämiseen tarvitaan myös oikeanlaista asennoitumista. Digitaaliset sisällöt ovat tulleet jäädäkseen, ja taide- ja kulttuurialoilta täytyy löytyä ennakkoluulotonta asennetta ja rohkeutta ottaa digitaalisuuden mahdollisuudet käyttöön. Haastateltavat toivoivat, että taide- ja kulttuurialan digitalisoitumista olisi edistämässä mahdollisimman monimuotoinen joukko ihmisiä. Esimerkiksi laitosten johtotehtäviin kaivattiin lisää moninaisuutta, kuten nuoria ja vähemmistöjen edustajia. Kehittämistyön parissa tulisi työskennellä sellaisia ihmisiä, joilla on ymmärrystä digitaalisuudesta ja sen mahdollisuuksista. Monimuotoisuutta tarvitaan niin henkilöstöön kuin päätöksentekoprosessiin, sillä mitä enemmän erilaisia ihmisiä on tuomassa ajatuksia kehittämistyöhön, sitä paremmat mahdollisuudet taide- ja kulttuurialalla on tuottaa tulevaisuudessa digitaalisia sisältöjä, jotka palvelevat mahdollisimman monia. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021; Ashanti 2021.)

Haastateltavien mukaan on tärkeää, että laitoksilla on tarjolla yleisölle maksuttomia palveluita, joihin kuka tahansa voi osallistua taloudellisista lähtökohdista riippumatta. Yleisöyön siirtyessä verkkoon halutaankin pitää kiinni palveluiden maksuttomuudesta, jotta myös digitaalisen yleisöyön sisällöt edistäisivät taide- ja kulttuurisisältöjen taloudellista saavutettavuutta. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021; Ashanti 2021.) Turun kaupunginteatterin linjaus on, että kaikki yleisötyö on maksutonta, mukaan lukien digitaaliset sisällöt (Peltoniemi 2021). Ashantin mukaan Weshowup-palvelussa on tarjolla sisältöjä, joista ei peritä lainkaan varausmaksua, eikä niihin näin ollen tarvitse sitoutua taloudellisesti (Ashanti 2021).

Vaikka yleisöyön maksuttomuutta korostettiin, haastateltavien laitoksissa oli tarjolla myös maksullisia digitaalisia sisältöjä. Turun kaupunginteatterilla oli myyty lippuja striimattuihin esityksiin, ja Helinä Rautavaaran museon virtuaaliset opaskierrokset ovat maksullisia. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021.) Haastateltavat kertoivatkin, että digitaalisia sisältöjä suunniteltaessa on tärkeää tehdä ero sen välille, mitkä sisällöt ovat saatavilla ilmaiseksi, ja

mitkä sisällöt ovat sellaisia, joista pyydetään maksu. Haastateltavat toivat esille ajatuksen digitaalisista tuotteista, joihin sisältyy ansaintalogiikka. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021; Ashanti 2021.) Esimerkiksi Peltoniemen mukaan maksulliset striimit ovat teatterin esitystoimintaa, eivät digitaalista yleisötyötä, ja siksi niihin voidaan myydä lippuja (Peltoniemi 2021). Haastateltavat siis erottivat maksuttoman digitaalisen yleisötyön maksullisista digitaalisista tuotteista. Kaikki haastateltavat olivat kiinnostuneita ansaintalogiikan kehittämisestä, ja olivat avoimia ajatukselle, että laitos tuottaisi lisää sellaisia digitaalisia sisältöjä, joista voitaisiin periä maksu. He kuitenkin korostivat, että silloin sisällöt eivät enää olisi varsinaisesti yleisötyötä, vaan digitaalisia tuotteita, koska yleisötyö on lähtökohtaisesti maksutonta. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021; Ashanti 2021.)

Haastateltavien mukaan myös sillä on väliä, miten kulttuuri- ja taidesisällöt siirtyvät verkkoon. On erityisen tärkeää kiinnittää huomiota siihen mitä sisältöjä verkossa on tarjolla ilmaiseksi. Jos yleisölle on jatkuvasti tarjolla ilmaisia taide- ja kulttuurisisältöjä, sisältöjen oletettu arvo laskee ja sen myötä laskee myös halukkuus sisällöistä maksamiseen. Maksullisen vaihtoehdon sijaan kuluttaja valitsee ilmaisen sisällön. Jos yleisö oppii, ettei kulttuurista ja taiteesta tarvitse maksaa, se vaikuttaa taiteen ja kulttuurin arvostukseen myös tulevaisuudessa. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021; Ashanti 2021.)

4.6 Tulevaisuudennäkymät ja haastattelujen yhteenveto

Haastateltavien mukaan digitaaliset sisällöt tulevat tulevaisuudessa saamaan kulttuuri- ja taidetoimijoiden yleisötyössä yhä enemmän painoarvoa. Tulevaisuuden näkymiä tiedusteltaessa tulevaisuutta tarkasteltiin sekä sisältöjen kannalta että koko alan digitaalisen murroksen näkökulmasta. Haastateltavat toivoivat, että tulevaisuudessa digitaaliset sisällöt ja paikan päällä toteutettava yleisötyö toimitaisivat toisiaan täydentäen. Vuonna 2020 opituista taidoista ja toimiviksi todetuista konsepteista halutaan pitää kiinni ja toiveena on, että vastaavia digitaalisia sisältöjä tuotetaan yleisön saataville myös tulevaisuudessa. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021.) Haastateltavat korostivat myös paikan päällä tapahtuvien elämysten merkitystä ja sitä, että digitaalisia sisältöjä suunniteltaessa täytyy ottaa huomioon se, mitkä sisällöt toimivat digitaalisina ja mitä yleisön halutaan kokevan paikan päällä. Haastateltavat uskoivat, että yleisöllä on myös tulevaisuudessa tarve kokea taidetta ja kulttuuria vieraillemalla laitoksissa paikan päällä. (Peltoniemi 2021; Ashanti 2021.)

Erityisesti vuosi 2020 on näyttänyt, että perinteisen yleisötyön muotoja voi ja kannattaa siirtää saataville myös verkkoon. Haastateltavat uskovatkin, että tulevaisuudessa perinteisen yleisötyön sisältöjä, kuten tilakierroksia, taiteilijatapaamisia ja työpajoja toteutetaan kasvavissa määrin digitaalisessa muodossa. Sen lisäksi että perinteisen yleisötyön sisällöt siirtyvät verkkoon, suunnitellaan yhä enemmän pelkästään digitaalisilla alustoilla toteutettavia sisältöjä, kuten virtuaalinäyttelyitä ja podcasteja. Haastateltavien mukaan digitaalisella yleisötyöllä on parhaimmillaan yleisö-asiantuntija-suhdetta demokratisoiva vaikutus. Digitaalisella yleisötyöllä on mahdollista purkaa perinteistä asetelmaa, jossa kulttuuri- ja taidealan asiantuntijat sanelevat sen, millaisia sisältöjä laitos yleisölle tuottaa. Digitaalinen yleisötyö valottaa yleisölle kulttuuri- ja taidelaitosten arkea, ja kutsuu yleisöä vaikuttamaan laitoksen tuottamiin sisältöihin. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021; Ashanti 2021.)

Digitaalisen yleisötyön ja digitaalisten sisältöjen kehittyessä perinteiset kulttuuri- ja taidealan ammattilaisten toimenkuvat muuttuvat. Digitaalisten sisältöjen tuottamiseksi täytyy hankkia uudenlaista osaamista oman asiantuntijuuden ulkopuolelta, ja digitaalisuus voi tuoda mukanaan myös täysin uusia ammattinimikkeitä. Haastateltavat toivoivat, että tulevaisuudessa erityisesti taide- ja kulttuurialan johtotehtävissä työskentelevät henkilöt suhtautuisivat digitaalisuuteen ennakkoluulottomasti. (Hirvonen-Nurmi 2021; Ashanti 2021.)

Haastateltavien mukaan tulevaisuudessa on tärkeää, että digitaaliset sisällöt ovat korkealaatuisia. Korkea laatu ja kiinnostavat sisällöt ovat omiaan tavoittamaan uusia kohderyhmiä ja sitouttamaan yleisöjä laitoksen toimintaan. Haastateltavat toivat esille myös sen, että tulevaisuudessa digitaalisten sisältöjen ansaintalogiikkaa tulee kehittää. Taide ja kulttuuri tulee siirtää verkkoon saataville niin, että sen oletettu arvo ei kärsi. Haastateltavien mukaan yleisöjen tavoittaminen digitaalisuutta hyödyntäen ei välttämättä tarkoita sitä, että laitoksen tulisi ottaa käyttöön raskaita sovelluksia tai kehittää kalliita virtuaalimaailmoja tuodakseen sisältöjään saataville digitaalisesti. Usein yleisöt kaipaavat yksinkertaisuutta ja helppoa pääsyä sisältöjen äärelle. Yhä enemmän tuotetaankin haastateltavien kuvailemia ”kevyitä tuotantoja”, eli esimerkiksi videoita, striimejä tai kampanjoita sosiaaliseen mediaan, jossa yleisöt ovat helposti tavoitettavissa. Vaikka korkealaatuista teknistä toteutusta korostettiin, haastateltavat olivat sitä mieltä, että myös kevyillä laitteilla saa tehtyä hyviä digitaalisia sisältöjä, jotka kiinnostavat yleisöjä. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021; Ashanti.)

5 DIGITAALISIA KÄYTÄNTÖJÄ SUOMESTA JA MAAILMALTA

Seuraavissa alaluvuissa käyn läpi vertaisanalyysiin valittuja organisaatioita ja niiden digitaalisia sisältöjä. Esittelen organisaatio kerrallaan ensin organisaation toimintaa yleisesti, sitten valittujen digitaalisten sisältöjen taustaa ja lopuksi digitaalisten sisältöjen teknistä käyttäjäkokemusta ja elämyksellisyyttä. Esittelen kulttuurilaitokset ja niiden digitaaliset sisällöt seuraavassa järjestyksessä:

- Turun kaupunginteatteri, Somenäyttämö-striimiesitys ja Väliaika-podcast
- Helinä Rautavaaran museo, AR-näyttely ja virtuaaliopastus näyttelyyn
- Birmingham Contemporary Music Group-kokoonpano, osallistava klassisen nykymusiikin teos Roddy's Reel
- The Royal Shakespeare Company, virtuaalisella alustalla toteutettu teatteriesitys The Dream.

5.1 Turun kaupunginteatterin Somenäyttämö ja Väliaika-podcast

Turun kaupunginteatteri on Turussa sijaitseva täyskunnallinen ammattiteatteri, joka tuottaa vuosittain 5–10 ensi-iltaa (Turun kaupunginteatteri 2021a). Teatterin perinteistä yleisötyötä ovat muun muassa Teosavaus-keskustelutilaisuudet, teatterikierrokset, taiteilijatapaamiset sekä pedagogiset materiaalit opetuskäyttöön. Sen digitaalista yleisötyötä ovat esimerkiksi digitaaliset opetusmateriaalit, videoitu kulissikierto, striimatut keskustelutilaisuudet, sosiaalisen median kanavissa tapahtuva vuorovaikutus yleisöjen kanssa, sekä Somenäyttämö-striimi ja Väliaika-podcast. Turun kaupunginteatteri on tuottanut yleisötyön sisältöjä verkkoon jo ennen vuotta 2020, mutta koronapandemian myötä digitaalisia sisältöjä alettiin tuottaa yhä enemmän. Valitsin Turun kaupunginteatterin vertaisanalyysin kohteeksi, koska esittävien taiteiden kulttuurilaitoksena sen perinteinen suhde yleisöön perustuu paikan päällä koettavaan elämykseen. Turun kaupunginteatteri on kuitenkin tuottanut verkkoon digitaalisia sisältöjä, joiden avulla teatterin toimintaan voi tutustua täysin etänä esimerkiksi silloin, kun kohtaaminen paikan päällä ei ole mahdollista. Käsittelen vertaisanalyysissä teatterin Somenäyttämö-konseptia ja Väliaika-podcastia. Tein vertaisanalyysin tutustumalla Turun kaupunginteatterin verkkosivuihin, sosiaalisen median kanaviin ja haastatteleamalla yleisötyön koordinaattori

Maria Peltoniemeä. Havainnoinnin tein katsomalla teatterin Somenäyttämö-livestriimiä ja kuuntelemalla Väliaika-podcastia.

5.1.1 Somenäyttämö

Somenäyttämö on livelähetys, joka esitetään viikottain Turun kaupunginteatterin Facebook-sivuilla. Turun kaupunginteatteri, kuten monet muut teatterit Suomessa ja maailmalla, joutui keskeyttämään esitystoimintansa alkuvuodesta 2020 koronapandemian leviämisen myötä. Teatterille oli esityskatkon aikana erityisen tärkeää, että sen toiminta ei pysähdy ja yhteys yleisöihin säilyy, joten keskeytyneen esitystoiminnan korvaajaksi teatteri kehitti Somenäyttämön. Konsepti kehitettiin hyvin nopealla aikataululla noin viikossa, kun ensimmäiset esitystoiminnan rajoitukset astuivat voimaan keväällä 2020. Siitä lähtien konseptia ja sen sisältöjä on edelleen kehitetty. (Peltoniemi 2021.)

Somenäyttämöllä esiintyvät teatterin omat näyttelijät, ja lähetyksessä on joka viikko eri sisältö. Somenäyttämöllä on nähty muun muassa improvisaatioteatteria, musiikkiesityksiä ja runonlausuntaa. Lähetyksissä on järjestetty myös kulissikierroksia, haastatteluja ja keskustelutilaisuuksia. (Turun kaupunginteatteri 2021b.) Teatterin ohjenuora on se, että esitystoiminnan ollessa katkolla Somenäyttämö on teatterin esitystoimintaa. Kategorisesti Somenäyttämö häilyy kuitenkin digitaalisen yleisötyön ja digitaalisen esitystoiminnan rajapinnalla, koska se on paitsi esitys, myös yleisötyötä. Virallisesta esityksestä Somenäyttämö poikkeaa esimerkiksi siinä, että siihen ei tarvitse ostaa lippuja, vaan sen seuraaminen on katsojalle maksutonta, kuten kaikki muukin teatterin yleisötyö. Myös Somenäyttämön sisällöt ovat sekä esitystoimintaa että yleisötyötä. Itsenäisten esitysten lisäksi lähetyksissä esitellään Turun kaupunginteatterin toimintaa, kuten teatteritaloa ja eri osastojen arkea. (Peltoniemi 2021; Turun kaupunginteatteri 2021b.)

Somenäyttämö lähetetään livestriiminä Facebookiin, ja Peltoniemi toimii esitysten aikana teatterin nimissä lähetyksen kommenttikentässä. Lähetyksessä teatteri voi siis reagoida ja vastata yleisön kommentteihin, ja jopa kannustaa vuorovaikutukseen pyytämällä esimerkiksi aiheita improvisaatioesitykseen. Näin yleisö voi vaikuttaa myös itse esityksen toteutukseen. Somenäyttämö on siis myös reaaliaikaiseen vuorovaikutukseen perustuva digitaalisen yleisötyön muoto. Somenäyttämön katselijoista ei kerätä kovin tarkkaa dataa, mutta esimerkiksi sen katsomiskertoja ja kommenttimääriä seurataan (Peltoniemi 2021).

5.1.2 Somenäyttämön tekninen käyttäjäkokemus ja elämyksellisyys

Somenäyttämö-lähetystä pääsee seuraamaan reaaliaikaisesti teatterin Facebook-sivulla, jonne esityksistä jää myös tallenteet myöhemmin katsottavaksi. Facebook on lähetykselle toimiva alusta, koska teatterilla on sivuillaan jo valmiiksi seuraajia, ja Facebook on lisäksi helposti lähestyttävä alusta esityksen seuraamiseen myös kokemattomalle digitaalisten palveluiden käyttäjälle. Moni vanhemmankin polven teatterin ystävä on jo löytänyt tiensä Facebookiin, joten seuraajien ei välttämättä tarvitse omaksua uuden alustan käyttöä virtuaalista esitystä seuratakseen (Peltoniemi 2021).

Somenäyttämön konseptissa näkyy teknisesti melko mittava kehityskaari, sillä ensimmäiset lähetykset keväällä 2020 oli kuvattu älypuhelimien kameralla, kun taas viimeisimmissä, vuoden 2021 puolella toteutetuissa lähetyksissä striimi on toteutettu televisiolähetyksiä jäljitellen usealla kameralla, näyttelijät mikitettyinä ja käyttäen ruutuun ilmestyviä grafiikoita. (ks. esim. Turun kaupunginteatteri 2021c ja 2021d) Somenäyttämö-esitykset on kuvattu pääasiassa Turun kaupunginteatterin omilla näyttämöillä, joten niissä on käytössä myös näyttämöiden valo- ja äänitekniikka. Esitykset onkin toteutettu näyttämöiden tekniikkaa hyödyntäen ja näyttämöympäristö on suunniteltu vastaamaan striimiin tarpeisiin. Esitykset, jotka on kuvattu teatterin lämpiössä ja muissa tiloissa on toteutettu teknisesti yksinkertaisemmin, esimerkiksi käyttäen vain yhtä kameraa. Somenäyttämön katselukokemus on miellyttävä, sillä striimi on teknisesti korkealaatuinen ja lähetykset on tehty myös rakenteeltaan helposti seurattaviksi. Koska kyseessä on livelähetys, teknisiä ongelmia esiintyy aika ajoin, mutta teatteri reagoi niihin nopeasti eivätkä ne häiritse merkittävästi katsojakokemusta.

Suhteessa perinteiseen paikan päällä tapahtuvaan esitykseen Somenäyttämön etuna on paitsi se, että sitä voi seurata etänä, myös se, että livelähetyksen seuraaminen sosiaalisen median alustalla mahdollistaa yleisölle vuorovaikutuksen kommenttikentässä esittäjäorganisaation ja jopa muiden yleisön jäsenten kanssa. Myös paikan päällä tapahtuvassa esityksessä esiintyjät voivat ottaa kontaktin yleisöön, mutta yleisö harvoin pääsee antamaan palautetta jo esityksen aikana. Facebookin kommenttikentässä se onnistuu.

Somenäyttämöä katsoessa ei koe olevansa teatterissa, sillä striimissä yleisö näkee määrätysti vain sen mitä kuvaan on rajattu. Teatteriesityksessä katsoja saa kiinnittää huomionsa valitsemiinsa yksityiskohtiin. Lähetysten teemat ohjaavat kuitenkin ajatukset teatterimaailmaan ja kannustavat teatterissa vierailuun. Somenäyttämön tavoite ei olekaan pyrkiä korvaamaan

paikan päällä tapahtuvaa teatterielämystä, vaan ylläpitämään suhdetta yleisöön silloin, kun yleisö ei pääse paikan päälle teatteriin (Peltoniemi 2021). Yleisöjen tavoittamisen näkökulmasta Somenäyttämön elämyksellisintä antia ovatkin juuri ne lähetykset, joissa nähdään kulissien taakse ja tutustutaan teatterilaisiin ja teatterin arkeen, koska ne ovat sisältöjä, joita perinteisen teatteriesityksen yhteydessä ei pääse näkemään. Sisällöt ylläpitävät kiinnostusta teatteriin, tuovat teatterin lähemmäksi katsojaa ja toimivat lisäpalveluna mahdollisesti tulevalle teatterivierailulle. Somenäyttämö edustaa laajempaa suuntausta, jossa esittävien taiteiden sisältöjä on tuotu verkkoon yleisöjen saataville. Teatterien, konserttitalojen ja muiden esittävien taiteiden laitosten sisältöjä alettiin striimaamaan verkkoon erityisesti vuonna 2020 alkaneen koronapandemian aikana (Marttinen 2020, 24–26). Esimerkiksi Teatterin tiedotuskeskus TINFO:n sivuilta löytyy kootusti linkkejä teatterien järjestämiin maksullisiin ja maksuttomiin livestriimauksiin ja niiden tallenteisiin (TINFO 2020b).

5.1.3 Väliaika-podcast

Väliaika on Turun kaupunginteatterin oma podcast, jota teatteri alkoi tuottaa keväällä 2020. Väliaika-podcastissa tutustutaan teatterilaisiin ja teatteriin liittyviin ilmiöihin. Podcastin vieraiden kanssa keskustellaan vaihtelevista teatteriin liittyvistä aiheista kuten dramaturgiasta, lavastuksesta ja näyttelijäntyöstä. Podcastia juontaa kaupunginteatterin yleisötyönkoordinaattori Maria Peltoniemi, joka on päävastuussa myös podcastin sisällöistä ja vieraiden valinnasta. Väliaika-podcast on teatterin digitaalista yleisötyötä, ja podcastin alkujuonnossa kerrotaankin, että podcastin tarkoitus on toivottaa niin uudet kuin kokeneemmatkin katsojat teatterin maailmaan ja antaa uutta näkökulmaa teatterista kiinnostuneille. (Peltoniemi 2021; Turun kaupunginteatteri 2021e.) Peltoniemen mukaan podcast oli suunnitteilla jo ennen poikkeusaikoja, mutta esitystoiminnan keskeydyttyä podcastin julkaisua aikaistettiin. Podcastin ensimmäinen jakso kertookin teatterilaisten tunnelmista esitysten peruunnuttua keväällä 2020. (mt.) Teatteri saa podcast-alustan avulla tietoa muun muassa kuuntelukerroista, kuuntelijoiden sijoittumisesta maantieteellisesti sekä siitä, missä kohdissa podcastin kuuntelu on mahdollisesti keskeytetty. Podcast tuottaa siis teatterille myös sellaista arvokasta dataa yleisöstä, jota perinteisin yleisötyön keinoin ei ehkä saavutettaisi. (Peltoniemi 2021.)

5.1.4 Väliaika-podcastin tekninen käyttökokemus ja elämyksellisyys

Väliaika-podcastia voi kuunnella yleisimmillä podcast-alustoilla kuten Spotifylla, Anchorilla, Google Podcast-, ja Apple Podcast-palvelulla. Yksittäinen podcast-jakso on pituudeltaan 20-40 minuuttia. (Turun kaupunginteatteri 2021e.) Podcastin kuunteleminen on kuuntelijalle maksutonta, eikä kuuntelu vaadi teknisiä taitoja enempää kuin sen, että kuuntelija löytää Väliajan valitsemaltaan podcast-alustalta. Podcastin etu suhteessa muihin digitaalisen yleisötyön sisältöihin, kuten esimerkiksi livestriimeihin on se, että sitä voi kuunnella omaehtoisesti paikasta ja aikatauluista riippumatta. Helppokäyttöisyys ja maksuttomuus lisää podcastin saavutettavuutta (Peltoniemi 2021).

Podcastin ote on haastattelumainen ja keskusteleva. Peltoniemi kertoo käsiteltävistä aiheista arkikielellä ja maanläheisesti, ja jos vieraana olevat teatterin ammattilaiset käyttävät vaikeita teatteritermejä hän pysähtyy selittämään ne kuulijoille. Podcastista on siis tehty helposti lähestyttävä myös kuuntelijoille, jotka eivät ole perehtyneet teatterimaailmaan. Podcastissa käsitellään Turun kaupunginteatteriin liittyvien aiheiden lisäksi myös teatterimaailmaa ylipäättään, joten kuuntelijalla ei tarvitse olla myöskään suhdetta Turun kaupunginteatteriin kuunnellakseen podcastia. Jaksot ovat itsenäisiä kokonaisuuksia - osassa perehdytään syvemmin tiettyyn teatterin ilmiöön, osassa esitellään teatterin eri osa-alueita. Jaksoja ei tarvitsekaan välttämättä kuunnella kronologisesti, vaan kuulija voi valita kuunneltavakseen jaksoista itselleen sopivimmat.

Väliaika-podcastin kuuntelukokemuksen elämyksellisyyttä lisää podcastin äänimaailma. Väliajalla on oma tunnusmusiikkinsa ja aidon väliajan tunnelmaa mukailee kuohuviinipullon poksahdus ja iloinen puheensorina. Elämyksellisyyttä luovat myös jaksojen vaihtuvien vieraiden tarinat teatterimaailmasta. Väliaika tarjoaakin erityisesti teatterista jo valmiiksi kiinnostuneille kiinnostavia sisältöjä. Podcast on teatterille toimiva lisäpalvelu, sillä sen avulla yleisö saa lisäarvoa teatterikokemukseensa. Sen avulla kuuntelija voi valmistautua vierailuun teatterissa tai syventyä aiheeseen teatteriesityksen jälkeen. Podcast voi toimia myös täysin itsenäisenä kokonaisuutena, jolloin se tuottaa vaihtoehtoista sisältöä teatterille esimerkiksi esitystaukojen aikana.

Podcastit ja äänimedia ovat kasvattaneet suosiotaan viime vuosina (RadioMedia 2020) ja myös taide- ja kulttuuritoimijat ovat aktivoituneet podcastien tuottamisessa. Teatteripodcastit ovat yleistyneet ja Peltoniemi kertookin, että Turun kaupunginteatterin ideoidessa podcastin

toteuttamista jo ennen vuotta 2020, teatteripodcasteja oli Suomessa tarjolla melko vähän (Peltoniemi 2021). Vuonna 2020 teatteriaiheisia podcasteja on kuitenkin julkaistu useita, kuten Seinäjoen teatterin Lämpöelämää-podcast ja Kansallisteatterin Äänikanavan podcastit (Seinäjoen kaupunginteatteri 2021; Kansallisteatteri 2021.) Ammattiteattereille podcast-trendin hyödyntäminen on luontevaa, koska yleensä teattereilla on jo olemassa tekninen laitteisto podcastin tuottamiseen. Teatteriaiheisia podcasteja ovat julkaisseet ammattiteatterien lisäksi myös yksittäiset tekijät, kuten teatterijournalisti Rosanna Liuski, joka juontaa suosittua Kaikki teatterista!-podcastia (Kaikki teatterista! 2020).

5.2 Helinä Rautavaaran museo -virtuaalinäyttelyitä ja etäopastuksia

Helinä Rautavaaran museo on maailmankulttuureita esittelevä etnografinen museo Espoossa. Museon ydinkokoelma muodostuu maailmanmatkaja Helinä Rautavaaran matkoiltaan keräämistä esineistä, hänen ottamistaan valokuvista ja videomateriaaleista. Museon kokoelmissa on taide-, rituaali- ja käyttöesineitä Afrikasta, Aasiasta ja Latalalaisesta Amerikasta. Osa esinekokoelmasta on myös digitaalisesti saatavilla museoiden, kirjastojen ja arkistojen yhteisessä Finna-hakupalvelussa. Museon tärkein kohderyhmä ovat koululaisryhmät, sekä nuoret ja lapset perheineen. (Helinä Rautavaaran museo 2020; Hirvonen-Nurmi 2021.)

Helinä Rautavaaran museon perinteiseen yleisötyöhön kuuluvat työpajat ja yleisöopastukset. Museon digitaaliseen yleisötyöhön kuuluvat verkkosivuilta löytyvät työpajavideot, verkkonäyttelyt ja kuunnelmat. Museo on ryhtynyt järjestämään koronapandemian myötä myös livestriimattuja opaskierroksia näyttelyihinsä niin, että opas kulkee kameran kanssa fyysisessä näyttelytilassa ja opastettavat seuraavat kierrosta omilta laitteiltaan etänä. Myös museon sosiaalisen median kanavat toimivat digitaalisen yleisötyön välineinä, ja museo on muun muassa linkittänyt Facebook-sivuilleen tallenteita järjestämistään striimatuista keskustelutilaisuuksista. Museo tuo esille sosiaalisen median kautta myös museon arkea, työtä kokoelman parissa sekä yhteistyöprojektejaan. (mt.)

Valitsin Helinä Rautavaaran museon vertaisanalyysiin, koska museo on tehnyt digitaalista yleisötyötä paitsi tarjoamalla sisältöjä verkkosivuillaan, myös tuottamalla näyttelyitä kokonaan digitaalisessa muodossa sekä järjestämällä virtuaalisia opastettuja kierroksia. Esittelen tässä osiossa Helinä Rautavaaran museon Digimuseo.fi-sivustolle tuottaman AR-näyttelyn sekä AR-näyttelyn opastetut virtuaalikierrokset. Vertaisanalyysi on tehty tutustumalla museon

verkkosivuihin sekä museon sisältöihin Digimuseo.fi-sivustolla. Lisäksi haastattelin museon intendenttiä, Katri Hirvonen-Nurmea. Havainnoinnin toteutin vierailemalla museon AR-näyttelyssä älypuhelimellani.

5.2.1 Virtuaalinäyttely ja opastukset Digimuseo.fi sivustolla

Helinä Rautavaaran museo valittiin vuonna 2020 Museoliiton järjestämän Vuoden museokilpailun finalistiksi. Kilpailun finalistit pääsivät mukaan pilottihankkeeseen, jossa Digimuseo.fi-palveluun tuotettiin museoiden virtuaaliset näyttelyt. (Hirvonen-Nurmi 2021.) Digimuseo.fi on verkkopalvelu, jonka tavoitteena on kerätä museoiden digitaaliset sisällöt yhdelle alustalle ja toimia helppokäyttöisenä ja ensisijaisena alustana kuluttajille ja museoille. Digimuseo.fi kehittää kulttuuriperinnön digitaalista tallentamista ja saatavuutta, ja tarjoaa museoille teknologian digitaalisessa toimintaympäristössä toimimiseen. Digimuseo.fi avautui toukokuussa 2020 ja sen palveluihin kuuluu muun muassa virtuaalinäyttelyt, opastetut virtuaalikerrokset, museoiden mobiilioppaat ja museoiden yhteinen Kysy museolta-tietopalvelu. Museon ylläpidosta vastaa yhteiskunnallinen yritys Yhteinen Perintö Oy ja sen yhteistyökumppanit ovat Arilyn, Buena, Cisco, Giosg, Insite Finland ja Preacom. (Digimuseo.fi 2021.)

Helinä Rautavaaran museon näyttely Digimuseossa on toteutettu AR-tekniikalla. AR-tekniikka eli lisätty todellisuus (eng. augmented reality) on termi, jota käytetään sellaisesta teknologiasta, jossa näkymään todellisesta ympäristöstä lisätään tietokonegrafiikalla luotuja tietoelementtejä kuten kuvaa, ääntä, videota tai tekstiä. AR-tekniikassa keinotekoinen, tietokoneella luotu tieto yhdistyy siis näkymään todellisesta ympäristöstä. Käyttäjä voi tarkastella tätä näkymää läpikatseltavien näyttöjen, kuten kännykän kameran kautta. (Schueffel, 2017, 2.) Helinä Rautavaaran museon AR-näyttely Digimuseossa poikkeaa perinteisestä lisätyn todellisuuden määritelmästä siinä, että todellisen ympäristön ja tietokonegrafiikalla tuotettujen tietoelementtien yhdistämisen sijaan se rakentuu kokonaan digitaaliseen ympäristöön.

Helinä Rautavaaran museon virtuaalinäyttelyssä vierailaan etänä oman mobiililaitteen kautta. Näyttelyn voi kokea joko maksutta itsenäisesti tai siihen voi tutustua opastettuna virtuaaliopastuksen avulla. Opastuksen hinta on 45 € per ryhmä, ja ryhmään mahtuu maksimissaan 25 henkilöä. Helinä Rautavaaran museon virtuaaliset opastukset Digimuseossa on toteutettu niin, että Helinä Rautavaaran museon opas johdattaa ryhmää virtuaalisessa näyttelytilassa omalta laitteeltaan, ja kierroksen osallistujat seuraavat opastusta omilta

laitteiltaan. Opastus tapahtuu siis reaaliaikaisesti ja oppaalta voi kysyä kierroksen aikana myös kysymyksiä. Helinä Rautavaaran museon virtuaalisia opastuskierroksia on vuoden 2020 aikana järjestetty neljä kertaa. (Digimuseo.fi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021.)

5.2.2 Virtuaalinäyttelyn tekninen käyttäjäkokemus ja elämyksellisyys

Helinä Rautavaaran museon virtuaaliseen näyttelytilaan pääsee Digimuseo.fi-verkkosivuston kautta, ja parhaiten sen pääsee kokemaan älypuhelimien tai tabletin avulla. Mobiililaitte toimii kokemuksessa parhaiten, koska liikkuaakseen virtuaalisessa näyttelytilassa käytettävää laitetta täytyy voida kääntää. Älypuhelimella palvelua voi käyttää myös VR-asetuksilla niin, että näyttö muodostaa kokonaiskuvan VR-lasien tavoin kahdesta kuvasta. Itse vierailin virtuaalinäyttelyssä älypuhelimelläni.

Virtuaalinäyttelyssä on esillä Helinä Rautavaaran museon kokoelmien maailmankulttuureja esitteleviä esineitä, valokuvia ja videoita. Näyttely on koottu museon jo valmiiksi digitoiduista aineistoista, ja sen sisältö on pääosin samaa kuin Helinä Rautavaaran fyysisessä museossa. Digitaalinen näyttelytila rakentuu kahdesta huoneesta ja niiden välisestä lyhyestä käytävästä. Kussakin huoneessa on esillä 6-7 kohdetta. Käyttäjä voi katsella ympärilleen kääntymällä itse ja kääntelemällä käytettävää laitetta. Näyttelytilassa voi “kävellä” eli liikkua koskettamalla näyttöllä lattiasta kohtaa, johon haluaa liikkua. Näyttelyn esineet ovat esillä virtuaalitalan seinillä, ja niitä koskettamalla aukeaa tietoiikkuna, jossa on lyhyt esittelyteksti kohteesta. Myös kohde näkyy tietoiikkunassa isompana ja tarkempana. Seinillä olevia videokuvakkeita koskettamalla videot käynnistyvät, ja niitä voi katsella kuin seisoi itse tilassa ja katsoisi televisiosta toistuvaa videota. Näyttelytilaan on luotu tilan tuntua musiikilla, joka soi taustalla liikuttaessa näyttelytilassa. Kun siirtyy huoneesta toiseen, jo koetun huoneen kohteet ovat muuttuneet uusiksi kohteiksi. Näyttely on siis todellisuudessa paljon laajempi kuin kaksi virtuaalista huonetta.

Näyttelyn sisällöt on tarkasti digitoitu, ja valokuvat ja videot ovat hyvälaatuisia. Tietolaatikot ovat ytimekkäitä ja kertovat kohteen kuvailun lisäksi kulttuurien välisen dialogin tärkeydestä. Huoneiden sisällöt vaihtuvat teemoittain ja käyttäjän mielenkiinto säilyy, kun yhden teeman parissa ei viihdytä liian kauaa. Visuaalisesti virtuaalinäyttelytila muistuttaa perinteistä näyttelytilaa. AR-tekniikalla toteutettu näyttely jäljittelee tarkasti paikan päällä koettua näyttelyä, ja perinteisen näyttelytilan tuntua lisää esimerkiksi musiikki, seinille ripustetut

näyttelykohteet ja tapa, jolla tilassa voi liikkua. Parhaimmillaan kokemus voi olla siis hyvinkin immersiiivinen, erityisesti jos näyttelyn kokee VR-ominaisuutta hyväksi käyttäen.

Perustaidot älypuhelimien käyttämiseen riittävät siihen, että näyttelyn kokeminen sujuu vaivattomasti. Kokemuksen alussa palvelu antaa joitakin yksinkertaisia neuvoja esimerkiksi liikkumiseen ja kohteiden tarkasteluun, joten käyttäjä oppii näyttelyn käyttämisen nopeasti. Palvelu jättää kuitenkin joitakin yllätyksiä myös käyttäjän oman uteliaisuuden varaan - esimerkiksi sen, että huoneiden sisällöt muuttuvat, kun niiden välillä liikkuu.

Viime vuosina virtuaalisia näyttelyitä on toteutettu museoissa ympäri maailmaa (Dragoş & Ştefan 2018, 463). Osa virtuaalinäyttelyistä on käytännössä digitoituja esinekokoelmia, eikä niiden toteutuksessa ole juurikaan kiinnitetty huomiota elämyksellisyyteen. Yksinkertaisimmat virtuaalinäyttelyt ovat esineistöä esitteleviä verkkosivustoja, joille on koottu kuvia ja tekstejä näyttelykohteista. Yksi tapa toteuttaa virtuaalinäyttely on 360°-tekniikka, jossa näyttelytila on still- tai videokuvattu niin, että kuva yltää ympäri 360 astetta, eli kuvauspaikasta voi katsella koko kierroksen ympärilleen (Vuoristo 2018). AR-näyttelyn etu suhteessa 360° kuvattuihin näyttelyihin on se, että tilassa voi liikkua vapaammin ja kohteisiin voi tutustua tarkemmin. AR-tekniikkaa on Suomessa kuitenkin toistaiseksi käytetty museonäyttelyiden yhteydessä vielä melko vähän. Helinä Rautavaaran museon AR-tekniikalla toteutettu virtuaalinäyttely edustaakin Suomessa uudenlaista tapaa toteuttaa virtuaalisia näyttelyitä (Hirvonen-Nurmi 2021). Teknologia näkyy museonäyttelyissä myös digitaaliteknologian yhdistämisenä paikan päällä koettavaan näyttelyyn. Esimerkiksi virtuaalitodellisuutta on käytetty lisäämään paikan päällä koettujen näyttelyiden immersiiivisyyttä. Muun muassa Kansallismuseossa ja Lahden Kaupunginmuseossa on päässyt tutustumaan näyttelyteemoihin käyttämällä VR-laseja jo vuonna 2018 (YLE 2018).

Maailmalla AR-tekniikkaa on ryhdytty käyttämään yhä enemmän taiteen ja kulttuurin parissa. Tekniikkaa on käytetty erityisesti musiikkialalla, jossa on esimerkiksi herätetty edesmenneitä artisteja henkiin hologrammikonserttien avulla. AR-tekniikan mahdollisuuksia on tutkittu myös esittävässä taiteissa, kuten teatteriesityksissä. AR-tekniikkaa hyödynnetään nykyään myös itsenäisenä taiteentekemisen tekniikkana, ei vain keinona tuoda lisäarvoa liveinä koettavaan taide-elämykseen. (XR Today 2020.) AR-tekniikka on käytössä myös sovelluksissa. Esimerkiksi Googlen Arts & Culture-sovelluksesta löytyy toiminto, jossa taideteosta voi tarkastella lisätyn todellisuuden avulla omassa todellisessa ympäristössä (Google Arts & Culture 2019). AR-tekniikalla on siis useita tehtäviä - se tuo taidetta ja kulttuuria koettavaksi

kotisohvalle, se tuo lisäarvoa kulttuurielämykselle paikan päällä ja sen avulla voi luoda kokonaan uudenlaista digitaalista taidetta.

5.3 Birmingham Contemporary Music Group ja osallistavat musiikkiteokset

Birmingham Contemporary Music Group eli BCMG on englantilainen modernin klassisen musiikin orkesterikokoonpano, joka on perustettu Birminghamissa vuonna 1987. Kokoonpanoon kuuluu neljätoista muusikkoa ja sen toiminnasta vastaa kahdentoista hengen hallinnollinen henkilökunta. BCMG esiintyy säännöllisesti sekä konserttisaleissa Isossa-Britanniassa että kiertueilla ympäri maailmaa. BCMG järjestää konsertteja myös BBC Radio 3-kanavalla, ja se on äänittänyt mittavan määrän uuden klassisen musiikin teoksia. BCMG tekee yhteistyötä kansainvälisten huippumuusikoiden ja säveltäjien kanssa, ja se on saanut työstään klassisen nykymusiikin parissa monia tunnustuksia ja palkintoja. Esitysten ja äänitysten lisäksi BCMG tekee musiikkikasvatustyötä ja panostaa nuorten muusikoiden koulutukseen. Sillä on muun muassa oma nuorten muusikoiden vuoden pituinen koulutusohjelma NEXT, joka on toteutettu yhteistyössä Royal Birmingham Conservatoire'n kanssa. (BCMG 2021a.)

BCMG työskentelee aktiivisesti, jotta klassinen nykymusiikki olisi yleisön saatavilla myös digitaalisesti, ja konserttitaltointien ja äänitteiden lisäksi se tuottaa verkkoon myös paljon digitaalisen yleisötyön sisältöjä. Yleisötyöstä vastaa BCMG:n oppimis- ja osallisuusosasto yhdessä muusikoiden kanssa. BCMG:n digitaalista yleisötyötä ovat muun muassa lapsille ja nuorille suunnatut maksuttomat online-työpajat, joissa tutustutaan musiikin tekemiseen esimerkiksi tuottamalla erilaisia äänimaailmoja. Online-työpajoja löytyy BCMG:n verkkosivuilta sekä tallennettuina videoina että livenä striimattuina tilaisuuksina. Striimatut työpajat järjestetään Zoom-alustan kautta, ja niitä ohjaavat BCMG:n muusikot sekä vierailevat säveltäjät ja muusikot. (BCMG 2021b; Evans 2021.)

Valitsin BCMG:n vertaisanalyysiin, koska online-työpajojen lisäksi BCMG:n digitaaliseen yleisötyöhön kuuluvat osallistavat digitaaliset musiikkiteokset, jotka tarjoavat yleisölle mahdollisuuden osallistua BCMG:n sisältöjen toteuttamiseen etänä. Tarjoamalla mahdollisuuden osallistumiseen verkossa BCMG:n tavoitteena on murtaa ammattimuusikoiden ja kuuntelijan välistä hierarkiaa ja kutsua uusia yleisöjä klassisen nykymusiikin äärelle (Evans 2021). Esittelen tässä vertaisanalyysissä ensin, miten BCMG:n osallistavat musiikkiteokset toimivat. Havainnointiosiossa kerron nauhoitustilaisuuden teknisestä toteutuksesta ja teokseen

osallistumisen elämyksellisyydestä. Tein vertaisarvioinnin tutustumalla BCMG:n verkkosivuihin ja osallistumalla Roddy's Reel -teoksen nauhoitukseen.

5.3.1 Yleisön rooli osallistavissa musiikkiteoksissa

BCMG:n digitaalisen musiikkikasvatustyön avulla myös aikuiset voivat löytää klassisen nykymusiikin äärelle, sillä orkesterin musiikkikasvatustyöhön kuuluu osallistavia digitaalisia musiikkiteoksia, jotka kannustavat kaikenikäisiä yleisöjä osallistumaan musiikin tekemiseen. Näissä teoksissa yleisö otetaan mukaan musiikin tuottamisprosessiin tavalla, joka muuttaa yleisön roolin kuuntelijasta osallistujaksi. Osallistavissa digitaalisissa teoksissa yleisö saa osallistua teoksen toteuttamiseen paikasta riippumattomasti digitaalisten alustojen kautta. Yleisöä esimerkiksi pyydetään videoteitse tuottamaan jotakin ääntä, joka nauhoitetaan ja liitetään osaksi musiikkiteosta. Lopulliset teokset tulevat kuunneltavaksi BCMG:n verkkosivulle digitaalisena ”konserttina”, eli videotallenteena, johon voi hankkia katseluoikeuden ostamalla konserttiin lipun. (BCMG 2021c.)

Digitaalisuus mahdollistaa sen, että teokseen osallistuminen vaatii osallistujalta mahdollisimman vähän sitoutumista, sillä nauhoitussessioon voi osallistua etänä ja osallistuminen on maksutonta. Nauhoitustilaisuus sitouttaa osallistujaa kuitenkin sen verran, että kuullakseen lopullisen teoksen osallistujan tulee ostaa digitaaliseen konserttiin lippu. Digitaalinen osallistuminen luo yleisölle siis henkilökohtaisen suhteen BCMG:n toimintaan ja kannustaa osallistumaan orkesterin toimintaan myös jatkossa.

5.3.2 Teoksen nauhoitustilaisuuden tekninen käyttäjäkokemus ja elämyksellisyys

Havainnointia varten osallistuin BCMG:n järjestämään nauhoitustilaisuuteen, jossa nauhoitettiin yleisöosuudet Sir Harrison Birtwistlen säveltämään Roddy's Reel-teokseen. Roddy's Reel on bassoklarinetille ja yleisölle sävelletty nykymusiikkiteos, jossa yleisö tuottaa käsiään taputtamalla ja shh-äänteellä ukkosen ja tuulen ääntä (BCMG 2021d). Teos on saanut ensiesityksensä vuonna 2009, ja sen yleisöosuudet toteutetaan tavallisesti niin, että konsertissa kapellimestari ohjeistaa yleisöä osallistumaan äänten tuottamiseen (Boosey & Hawkes 2021). Roddy's Reel-teos esitettiin helmikuussa 2021 BCMG Centressä osana Back to the Beginning-strimikonserttia. Koska konsertti järjestettiin ilman yleisöä, yleisöosuudet nauhoitettiin etukäteen Zoom-alustan kautta. (BCMG 2021d.)

Nauhoitustilaisuuteen pääsi osallistumaan rekisteröitymällä osallistujaksi BCMG:n nettisivuilla. Osallistajat saivat sähköpostiinsa Zoom-linkin, jonka kautta pääsi osallistumaan noin tunnin mittaiseen nauhoitustilaisuuteen, jonka ohjasi BCMG:n taiteellinen johtaja Stephan Meier. Tilaisuuteen osallistui myös teoksen bassoklarinetiosuudet soittanut muusikko Mark O'Brien. Sekä tapahtuman rekisteröitymissivulla että nauhoitustilaisuuden alussa korostettiin, että osallistuakseen nauhoitukseen osallistujilla ei tarvitse olla aiempaa musiikillista taustaa tai kykyä lukea nuotteja (BCMG 2021c). Tilaisuuteen osallistui noin 50 henkilöä, joista ainakin 5 osallistui tilaisuuteen muualta kuin Isosta-Britanniasta. Joukossa oli eri ikäisiä ihmisiä ja joidenkin laitteiden ääressä oli useampi osallistuja. Ennen kuin äänten tuottamista alettiin harjoittelemaan, Meier kuvaili miltä kova tuuli ja ukkosen jyrynä kuulostavat Skotlannin luonnossa ja millaista tunnelmaa teosta kuuntelevalle yleisölle pyritään välittämään.

Tilaisuus oli tunnelmaltaan kevyt, vaikkakin alussa osallistujia tuntui ujostuttavan äänten tuottaminen oman laitteen äärellä. Kuitenkin Meierin kannustuksen myötä rohkeus kasvoi, ja kun näki ja kuuli muut osallistajat myös oma taputtaminen ja suhiseminen alkoi tuntua hauskalta ja perustellulta. Tilaisuuden elämyksellisyys perustuikin yhteiseen heittäytymiseen ja ennakkoluulottomuuteen. Meier ohjasi yleisöä ensin muutaman harjoituskierroksen verran, jonka jälkeen yleisön ääntä nauhoitettiin. O'Brien soitti yleisöosuuksien välissä bassoklarinetiosuudet, joita ei kuitenkaan nauhoitettu, sillä hän tulisi soittamaan osuudet konsertissa yhdessä nauhoitettujen yleisön äänten kanssa. Teknisesti tilaisuus oli osallistujalle helppokäyttöinen, ja se vaati osallistujalta vain sen, että hän löysi oikeaan Zoom-kokoukseen. Osallistujia ohjeistettiin Zoom-alustan käyttöön pikaisesti ennen harjoittelun aloittamista, ja osallistujan tuli hallita alustan käyttö nauhoituksen aikana ainoastaan siltä osin, että mikrofoni oli päällä oikeaan aikaan. Nauhoittaminen hoidettiin BCMG:n puolesta, eikä siitä kerrottu osallistujille enempää kuin se, että kenenkään ääntä ei yksittäisenä kuuluisi teoksessa vaan äänet yhdistettäisiin äänimaisemaksi.

Tilaisuuden lopussa kerrottiin, että Roddy's Reel esitetään Back to the Beginning-konsertissa, joka järjestetään striimattuna BCMG Centre-musiikkitalosta. Konsertti oli katsottavissa BCMG:n verkkosivuilla 24 tuntia striimauksen jälkeen, ja siihen sai katselu oikeuden ostamalla kymmenen punnan hintaisen lipun. Osallistuminen Roddy's Reel-teoksen nauhoitukseen kannusti ostamaan lipun, ja hankin myös itse katselu oikeuden konserttiin. Teokseen osallistumisen myötä esitystä kohtaan oli jo muodostunut odotuksia, joten esitystä seurasi erilaisesta näkökulmasta ja asemasta kuin konserttia, johon olisi osallistunut ainoastaan

kuuntelijana. Voisi siis sanoa, että digitaalinen osallistuminen oli luonut jo ennen konserttia suhteen teokseen osallistuneiden yleisöjäsenien ja organisaation välille, mikä mahdollisti ainutlaatuisemman yleisökokemuksen teokseen osallistuneille.

BCMG on kutsunut yleisöä osallistumaan teoksiinsa aiemminkin. Esimerkiksi BCMG:n David Langilta tilaamassa tuhannelle yleisön jäsenelle kirjoitetussa Crowd Out-teoksessa yleisö pääsi osallistumaan teoksen harjoittelemiseen ja esittämiseen fyysisesti paikan päällä (BCMG 2021e). Roddy's Reel-teoksen yleisöosuksien nauhoittaminen on kuitenkin BCMG:lle ensimmäinen kerta, kun yleisö osallistuu teoksen toteuttamiseen digitaalisen alustan kautta (Evans 2021). Digitaalisten alustojen kautta osallistamista ja joukkoistamista on hyödynnetty taiteen tekemisessä myös aiemmin sekä Suomessa että ulkomailla. Suomessa muun muassa Savonlinnan Opera by you-projektissa yleisö osallistui oopperan luomiseen Wreckamovie-verkkoalustan avulla (Opera by you 2012). Isossa-Britanniassa Yorkshire Dance pyysi yleisöä vaikuttamaan Respond-verkkoalustan avulla tanssiesityksen tuottamiseen (Walmsley 2016). Respond-alustan käytön yhteydessä tutkittiin myös digitaalisten teknologioiden kykyä demokratisoida esiintyjän ja yleisön suhdetta. Tutkimuksessa kävikin ilmi, että tuottamisprosessiin osallistuneet henkilöt kokivat valmiin esityksen seuraamisen helpommaksi ja elämyksellisemmäksi kuin henkilöt, joilla ei ollut etukäteen mitään suhdetta esitykseen. (Walmsley 2016.)

5.4 The Shakespeare Company - The Dream

The Dream on reaaliaikaisesti striimattuna toteutettu online-teatteriesitys, joka tapahtuu virtuaalisessa ympäristössä. Esityksen on tuottanut The Royal Shakespeare Company yhteistyössä virtuaalisiin ympäristöihin ja immersiiiviseen taiteeseen erikoistuneen Marshmallow Laser Feast (MLF) kollektiivin ja Philharmonia Orchestran kanssa. Yhteistyössä on mukana myös Manchester International Festival (MIF). Esitys kuuluu UK Research and Innovation -julkisyhteisön (UKRI) Audience of the Future-hankkeen projekteihin, jota on rahoittanut Industrial Strategy Challenge Fund (ISCF). (Dream.online 2021.) The Dream perustuu William Shakespearen The Midsummer Night's Dream-näytelmään. Esitys tapahtui virtuaalisessa metsässä, jossa seurattiin kivihahmo Puckin seikkailuja. The Dream esitettiin vain sitä varten kehitetyllä dream.online-verkkoalustalla kymmenen esityksen verran maaliskuussa 2021. Dream.online-verkkoalustan kautta yleisö pääsi paitsi reaaliaikaisesti

seuraamaan virtuaalista ympäristöä, jossa näytelmä tapahtuu, myös vaikuttamaan ympäristöön ja sitä kautta olemaan vuorovaikutuksessa esiintyjien kanssa. (mt)

The Dream-esityksessä yhdistyivät reaaliaikaisesti näytelty striimattu esitys, virtuaalinen ympäristö ja peliteknologia. Esityksen toteuttamisessa käytettiin liikkeenkaappaus-tekniikkaa. (mt.) Liikkeenkaappaus (engl. motion capture) on tekniikka, jolla liikkuvan kohteen liikkeitä voidaan taltioida ja muuttaa ne digitaaliseen muotoon. Kaapattua liikedataa voidaan käyttää digitaalisten hahmojen ja esineiden liikuttamiseen. (Brotkin 2010, 2.) Näytelmää varten Portsmouthin Guildhall-tapahtumakeskukseen rakennettiin studio, jossa liikkeenkaappausta hyödyntäen näyttelijöiden liikkeet siirrettiin virtuaaliseen ympäristöön. Studioissa näyttelijät oli puettu erityisiin liikkeenkaappausasuihin, joiden avulla näyttelijät pystyivät ohjaamaan virtuaalisia hahmoavatarejaan animoidussa peliympäristössä. Liikkeenkaappausasussa on sensoreita, jotka luovat pisteitä animoituun virtuaaliseen peliympäristöön, joista muodostuu lopulta hahmo ja pisteiden liikkeessä myös hahmo liikkuu. (Dream.online 2021.) Näyttelijät näkivät virtuaaliympäristön heijastettuna studion seinälle ja pystyivät siis näyttelemään hahmoja reaaliaikaisesti. Osa näyttelijöistä käytti lisäksi VR-laseja virtuaalisessa ympäristössä toimimiseen. Virtuaalimaailmassa näyteltyjen osuuksien lisäksi näytelmä rakentui myös kohtauksista, joissa kuvattiin studioissa näytteleviä näyttelijöitä, sekä etukäteen nauhoitetuista animaatiotallenteista.

5.4.1 The Dream-esityksen tekninen käyttäjäkokemus ja elämyksellisyys

The Dream-esitystä pääsi seuraamaan dream.online-alustalla joko maksutta tai kymmenen punnan hintaan ostamalla Audience Plus-lipun. Audience Plus oikeutti esityksen seuraamisen lisäksi oikeuden päästä käyttämään interaktiivisuus-ominaisuutta. Audience Plus sisälsi myös pääsyn ennen esitystä Dream Lobbyyn ja esityksen jälkeen mahdollisuuden jäädä seuraamaan näytelmän tuotannon Q&A-tilaisuutta ja kulissikierrosta. Ostin esitykseen Audience Plus-lipun, koska halusin päästä kokemaan esityksen sen parhailla ominaisuuksilla. Lippua ostettaessa sivusto testasi automaattisesti käytettävän laitteen soveltuvuuden esityksen katsomiseen, jotta käyttäjä voi lipun ostettuaan varmasti nauttia esityksestä kyseiseltä laitteelta.

Viittä päivää ennen esitystä lipun ostaneen sähköpostiin tuli linkki Dream Lobbyyn. Dream Lobby oli dream.online-palvelun sivu, jossa sivusto testasi kertaalleen käytettävän laitteen soveltuvuuden esityksen katsomiseen. Lobbyssa näki myös, kuinka kauan aikaa oli jäljellä esityksen alkamiseen, mikä oli hyödyllinen ominaisuus, sillä esityksajat oli ilmoitettu lipun oston

yhteydessä vain GMT-ajassa. Jos siis seurasi esitystä joltain muulta aikavyöhykkeeltä, sivuston avulla pystyi varmistamaan, että on esityksen alkaessa paikalla. Sivustolla oli lisäksi tietoa esityksestä ja video, jossa kerrottiin miten esityksen aikana pääsi vaikuttamaan esitykseen. Dream Lobbyssa pystyi siis hyvissä ajoin ennen esitystä opettelemaan etukäteen, miten esityksen seuraaminen ja interaktiivisuus teknisesti toimii, jotta esityksen aikana pystyisi alustan käytön opetteluun sijaan keskittymään esityksestä nauttimiseen.

Dream Lobby siirsi lipun ostaneet automaattisesti striimiin esityksen alkaessa. Esityksen alussa nähtiin striimikuvaa Guildhall-keskuksesta, jossa Puckia esittävä näyttelijä EM Williams johdatti yleisön studioon. Studiassa Williams laittoi ylleen VR-lasit ja ikään kuin hyppäsi virtuaaliseen metsään, ja samalla myös yleisö siirrettiin seuraamaan virtuaalista ympäristöä. Virtuaalinen metsäympäristö muistutti visuaalisuudeltaan videopeliä, mutta peliympäristöstä poiketen yleisö ei voinut liikkua ympäristössä itse. Esityksessä yleisöä kuljetettiin metsässä välillä kolmannesta persoonasta, ja välillä Puckin näkökulmasta niin, että yleisölle näytettiin Williamsin käyttämien VR-lasien kuvaa.

Interaktiivisissa osioissa kuvaruutu jakautui kahtia. Toisella puolella kuvaruutua näkyi Puck virtuaalisessa metsässä, toisella puolella pelimaailman miniatyyrikartta. Kartan avulla virtuaaliseen metsään sai lähetettyä valopisteitä itse valitsemaansa kohtaan. Valopisteet lähetettiin vetämällä ja vapauttamalla hiiren oikeaa painiketta. Mobiililaitteella tämä tehtiin hipaisemalla näyttöä. Kun valopiste oli lähetetty, se ilmestyi muutamien sekuntien päästä jaetun ruudun toiselle puolelle virtuaaliseen metsään, jossa näyttelijä näki sen VR-lasien läpi. Valopisteet valaisivat metsää eri tavoilla riippuen missä ne sijaitsivat, ja myös Puck reagoi niihin liikkuen aina sinne mihin pisteet ilmestyivät. Näyttelijä pystyi siis reagoimaan pelimaailmaan ilmestyneisiin yleisön lähettämiin elementteihin. Noin puolen tunnin mittaisessa esityksessä interaktio-ominaisuutta käytettiin muutama otteeseen. Esityksen viimeisessä kohtauksessa valopisteen sijaan metsään sai lähettää siemenen, josta kasvoi viimeisen kohtauksen taustalle kukkaketo.

Esityksessä nähtiin pääasiassa kuvaa virtuaalisesta metsästä, mutta muutamissa kohtauksissa kuva vaihtui striimiin, jossa yleisö näki näyttelijät näyttelemässä studiossa. Striimikuvassa yleisölle näytettiin, että näyttelijöillä oli yllään liikkeenkaappausasut ja VR-lasit, ja metsän kivet ja puunrungot, joilla Puck liikkui, olivat todellisuudessa toteutettu studiossa lavastekorokkeina. VR-lasit yllään näyttelijät eivät luonnollisestikaan näe todellista ympäristöään, joten heidän tukenaan toimi joukko avustajia, jotka varmistivat, etteivät

näyttelijät satuta itseään kiivetessään lavasteille. Tämä näkymä oli ainakin itselleni kiinnostavampi kuin virtuaalinen ympäristö, sillä studiossa näki sen miten paljon esityksen näyttelemisen todella erosi perinteisestä näytelmästä.

Esityksen jälkeisessä keskustelutilaisuudessa Audience Plus-lipun ostaneille esiteltiin striimin kautta studiota vielä tarkemmin ja yleisö sai lähettää näyttelijöille ja tuotantoryhmälle kysymyksiä. Keskustelutilaisuudessa kävi ilmi, että kyseistä esitystä oli seurannut verkon välityksellä reaaliaikaisesti yli 5500 katsojaa. Itselleni The Dream-esityksestä jäi vaikutelma, että kyseessä oli pilottikokeilu, jossa ikään kuin vasta tutkittiin uudenlaista digitaalista tapaa toteuttaa teatteriesitys. Esitys toimi pääasiassa teknisesti hyvin, mutta jotkut elementit olivat vielä alkutekijöissään. The Dream-esityksen elämyksellisyys perustuikin pitkälti uutuudenviehätykseen. Esityksen interaktiiviset osiot olivat enemmänkin pintaraapaisu digitaalisen interaktiivisuuden hyödyntämiseen kuin aktiivista digitaalista vuorovaikutusta yleisön ja näyttelijöiden välillä. Mahdollisuus osallistumiseen tuntui melko rajalliselta, vaikkakin oli hauskaa, jos näyttelijä sattui reagoimaan juuri siihen valopisteeseen, jonka oli itse lähettänyt. Esitystä oli markkinoitu etukäteen niin, että yleisön osallistumisen myötä jokainen The Dream-esitys on erilainen, ja yleisö voi osallistumisellaan vaikuttaa jopa juoneen ja esityksen äänimaailmaan. Esityksessä oli kuitenkin melko löyhä juoni, joten oli vaikea sanoa, oliko sillä väliä mihin suuntaan Puck valopisteiden perässä metsässä liikkui.

Esityksen elämyksellisyyteen vaikutti virtuaalinen ympäristö, joka oli taitavasti toteutettu, vaikkakin se oli paljon yksinkertaisempi kuin esimerkiksi kehittyneimpien videopelien maailmat. Esityksen äänimaailma oli sinfoniaorkestereineen vaikuttava, mutta oli vaikea hahmottaa, miten yleisön interaktiivisuus vaikutti äänimaailmaan. Esityksessä kiinnostavinta oli nähdä mitä näyttelijät todellisuudessa tekivät studiossa esityksen aikana. Elämyksellisintä olikin erilaisten teknologioiden yhdistäminen; oli hienoa nähdä varta vasten tätä esitystä varten rakennettu virtuaalinen ympäristö, toisaalta oli kiinnostavaa nähdä myös kulissien taakse. Myös se, että pystyi itse reaaliaikaisesti vaikuttamaan tuhansien kilometrien päässä tapahtuvaan live-esitykseen, oli kutkuttava ajatus, vaikkakin sen tekninen toteutus ei tässä tuotannossa kovin vaikuttava ollutkaan.

The Dream esityksessä korostui tehokas palvelupolku, jonka avulla esityksen katselu- ja osallistumiskokemuksesta pyrittiin tekemään mahdollisimman vaivaton. Käyttäjäkokemuksesta teki miellyttävän selkeät ohjeet Dream Lobbyssa, sekä kokemusta helpottavat lisäpalvelut kuten teknisen laitteiston automaattinen testaaminen ja katsojan

automaattinen siirtäminen Lobbysta esitykseen ja esityksestä Q&A-tilaisuuteen. Teoksessa oli lukuisia sitouttavia elementtejä, kuten osallistava interaktiivisuus-ominaisuus sekä teoksen vaihtuvat näkökulmat virtuaalisessa ympäristössä ja studiossa. Elämyksellisyyteen vaikutti virtuaaliympäristön korkealaatuinen toteutus, äänimaisema ja erilaisten teknologioiden sulava yhteensovittaminen.

6 YHTEENVETO

Vertaisanalyysi, haastatteluaineisto sekä aiempi tietoperusta osoittavat, että taide- ja kulttuurialalla digitaalisuuden hyödyntämisessä on nähtävissä selkeitä teemoja. Osa teemoista näkyy toimijoiden sisällöissä ja toiminnassa jo nyt, osasta on näkyvillä vasta viitteitä ja hiljaisia signaaleja. Löysin aineistosta viisi teemaa, joita ovat:

- perinteisen yleisötyön sisältöjen digitalisoituminen
- digitaaliset tuotteet
- sosiaalisen median kasvava painoarvo
- yleisön osallisuus ja muuttuva rooli
- digitaalinen osaaminen kulttuurialan ammattilaisuudessa

Teemoja yhdistää se, että ne kertovat siitä, miten digitaalisuutta on viime vuosina hyödynnetty yleisöpohjan kasvattamisessa ja miten tulevaisuudessa taide- ja kulttuurialat saavat digitaalisuuden avulla tavoitettua yhä laajempia yleisöjä. Samalla ne kertovat koko alan digitalisoitumiskehityksestä. Teemat ovat vahvassa vuorovaikutuksessa keskenään ja niissä on osin myös limittäisiä sisältöjä. Tässä luvussa kuvaan näitä teemoja, kutakin omana lukunaan. Havainnollistan teemoja aineiston ja tietoperustan avulla.

6.1 Perinteisen yleisötyön sisältöjen digitalisoituminen

Niin aineistossa kuin aiemmassa tietoperustassa oli selvästi nähtävissä taide- ja kulttuurilaitosten perinteisen yleisötyön digitalisoituminen. Perinteisen yleisötyön digitalisoitumisella tarkoitan niitä toimia, joilla jo olemassa olevia yleisötyön sisältöjä muunnetaan saataville digitaaliseen muotoon. Kuten jo aiemmin on mainittu, perinteisen yleisötyön sisältöjä ovat esimerkiksi kulissikierrokset, keskustelutilaisuudet ja työpajat (Sivonen & Sorjonen 2015, 70). Näiden sisältöjen digitaaliset muodot voivat olla esimerkiksi verkkosivuille tallennettuja videoita tai livestriimejä tilaisuuksista. Monen toimijan digitaalinen yleisötyö alkaakin uusien sisältöjen tuottamisen sijaan digitalisoimalla jo olemassa olevia perinteisen yleisötyön sisältöjä. Jo 2010-luvun alussa toteutetussa Digital Culture-kyselytutkimuksessa taide- ja kulttuuritoimijat olivat toteuttaneet perinteisen yleisötyön sisältöjä verkossa ja saaneet niistä yleisöiltä positiivista palautetta (Arts Council England 2013). Perinteisen yleisötyön sisältöjen digitalisoiminen onkin ollut digitaalisen yleisötyön varhaisimpia askeleita.

Vertaisanalyysissa perinteisen yleisötyön muotojen digitaalisia versioita edustaa esimerkiksi Turun kaupunginteatterin Somenäyttämö. Somenäyttämöllä on järjestetty livestriimattuna muun muassa kulissikierroksia ja keskustelutilaisuuksia, jotka kuuluvat myös teatterin perinteiseen yleisötyöhön. Muita aineistossa mainittuja digitaalisesti toteutettuja perinteisen yleisötyön sisältöjä ovat BCMG:n livestriimatut työpajat sekä Helinä Rautavaaran museon livestriimatut opaskierrokset sekä verkkosivuille tallennetut työpajavideot.

Haastatteluissa kävi ilmi, että vuonna 2020 alkanut koronapandemia on ollut merkittävä tekijä perinteisen yleisötyön sisältöjen digitalisoitumiskehityksessä (Peltoniemi 2021; Ashanti 2021; Hirvonen-Nurmi 2021). Myös tietoperustassa todettiin, että moni toimija on vuoden 2020 myötä ottanut digitaalista teknologiaa vahvemmin mukaan sisältöjen tuottamiseen. Unescon raportin mukaan teknologiaa on hyödynnetty myös sellaisilla tahoilla, joiden toiminnassa se ei aiemmin ole näytellyt merkittävää osaa (Unesco 2020, 41–51; Jakonen ym. 2020, 55). Unescon raportin (2020) lisäksi myös Opetus- ja kulttuuriministeriön teettämässä kyselyissä kävi ilmi, että taide- ja kulttuuritoimijat olivat vuoden 2020 aikana etsineet keinoja toteuttaa sekä perinteisen yleisötyön sisältöjä että esitystoimintaa digitaalisesti (VN 2020a; VN 2020b, 26). Sekä kyselytuloksissa että tämän tutkielman haastatteluissa kerrottiin, että poikkeusvuonna digitaalisena toteutetun yleisötyön ensisijainen tavoite oli ylläpitää kontaktia yleisöihin (Peltoniemi 2020; VN 2020b, 26). Perinteisen yleisötyön siirtäminen digitaaliseen muotoon onkin osoittanut monelle toimijalle, että yleisösuhteen rakentaminen on mahdollista myös digitaalisesti.

Perinteisen yleisötyön sisältöjen digitalisoituminen on keskeisessä roolissa uusien kohderyhmien ja laajempien yleisöjen tavoittamisessa. Enää taide- ja kulttuurilaitosten tuottamiin sisältöihin ja yleisötyöhön osallistumiseen ei vaadita sitoutumista vierailuun paikan päällä. Perinteisen yleisötyön sisältöjen digitalisoituminen mahdollistaakin sen, että sisällöt, jotka aiemmin vaativat läsnäoloa organisaatiossa ovat vastaisuudessa saatavilla omaehtoisesti paikasta ja usein myös ajasta riippumattomasti. Tämä riippumattomuus palvelee myös yleisötyön ja taide- ja kulttuurisisältöjen saavutettavuutta, mikä on haastateltavien mukaan digitaalisen yleisötyön keskeisimpiä tavoitteita. (Peltoniemi 2021; Ashanti 2021; Hirvonen-Nurmi 2021.) On syytä huomioida, että perinteisen yleisötyön sisältöjen siirtyessä verkkoon toimijat ovat halunneet pitää kiinni yleisötyön maksuttomuudesta (Peltoniemi 2021; VN 2020b, 26). Maksuttomuus lisää digitaalisen yleisötyön saavutettavuutta entisestään. Haastateltavien mukaan perinteisen yleisötyön sisältöjä siirretään verkkoon myös siksi, että niille on nykyään

verkossa aiempaa enemmän kysyntää. Yleisöt ovat yhä digitaisempia ja avoimempia kulttuurisisältöjen käyttämiseen digitaalisten alustojen kautta. (Peltoniemi 2021; Ashanti 2021; Hirvonen-Nurmi 2021.) Parhaimmillaan mahdollisuus osallistua yleisötyöhön digitaalisesti madaltaa kynnyksestä osallistumiselle ylipäättään, ja kannustaa lopulta myös vierailuun paikan päällä.

Tulevaisuudessa perinteisen yleisötyön ja digitaalisen yleisötyön välinen jaottelu hämärtyy entisestään. Sekä tietoperustassa (Bollo ym. 2017, 15) että haastatteluissa nousi esille, että digitaalista yleisötyötä ei määritellä perinteisestä yleisötyöstä erilliseksi kokonaisuudeksi, vaan se nähdään yhtenä strategiana yleisöjen tavoittamiseen (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021). Perinteistä ja digitaalista yleisötyötä ei myöskään ole syytä erottaa siitä syystä, että yleisötyön sisältöjä voi toteuttaa nykyään myös hybrideinä. Hybriditoteutuksissa yleisöllä on mahdollisuus valita, osallistuuko esimerkiksi keskustelutilaisuuteen paikan päällä vai katsooko sen striimattuna omalta laitteelta käsin. Hybriditoteutusten avulla on siis mahdollista tavoittaa sekä laajempia yleisöjä, että huomioida myös ne yleisöryhmät, joilla on heikommat digitaaliset valmiudet.

6.2 Digitaaliset tuotteet

Toinen tutkimuksessa löytnyt teema on digitaaliset tuotteet. Sekä haastateltavien edustamissa organisaatioissa että vertaisanalysoituissa laitoksissa oli saatavilla maksuttomien sisältöjen lisäksi myös maksullisia digitaalisia sisältöjä. Nämä sisällöt erosivat maksullisuuden lisäksi digitaalisen yleisötyön sisällöistä siinä, että ne olivat lisäpalveluiden sijaan yleensä lähempänä laitoksen ydintoimintaa, kuten esitys- tai näyttelytoimintaa. Teatterissa digitaaliset tuotteet olivat esimerkiksi maksullisia striimauksia esityksistä, museossa ne olivat maksullisia striimattuja opaskierroksia näyttelyihin. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021.)

Taide- ja kulttuurialojen digitalisoituessa on tärkeää, että organisaatioissa tehdään strategisen työn yhteydessä inventaario digitaalisista sisällöistä. Organisaatioiden tulee osata määritellä se mitkä sisällöt ja palvelut tulisivat olla ilmaisia kaikille ja mitkä voisivat olla sellaisia, joista yleisöltä voi pyytää maksun. Jotta yleisöt olisivat valmiita maksamaan digitaalisista sisällöistä, digitaalisten tuotteiden suunnittelussa tulee panostaa sisältöjen korkeaan laatuun, elämyksellisyyteen ja selkeään konseptiin. Niillä tulee olla yksinkertainen tekninen käytettävyys, jotta niiden elämyksellisyys ei kompastu vaikeasti käytettävään alustaan. Laadukkaiden digitaalisten tuotteiden tuottamiseen tarvitaan teknistä ja taiteellista osaamista,

oikeanlaiset tekniset laitteet sekä usein myös organisaatioiden välistä yhteistyötä. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021; Ashanti 2021.) Esimerkkejä digitaalisista tuotteista ovat Helinä Rautavaaran museon opastus AR-näyttelyyn sekä The Shakespeare Companyn The Dream-sesitys. Ne ovat esimerkkejä myös useamman organisaation yhteistyöhankkeista, joissa on tehty yhteistyötä myös yli toimialarajojen (Hirvonen-Nurmi 2021; Dream.online 2021).

Digitaalisten tuotteiden tarjonta on viime vuosina kasvanut, ja erityisesti vuoden 2020 aikana tarjonta räjähti. Viimeistään koronapandemian myötä myös yleisöt ovat oppineet kuluttamaan verkossa tarjolla olevia taide- ja kulttuurisisältöjä. Yleisö on ollut myös valmiimpi maksamaan digitaalisista tuotteista tukeakseen toimijoita. Maksullisten digitaalisten tuotteiden lisäksi verkossa on kuitenkin myös valtava määrä ilmaisia esityksiä, konsertteja ja muita kulttuuri- ja taidesisältöjä. Erityisesti pandemia-aikana useat toimijat tarjosivat esityksiään verkossa maksutta viihdyttääkseen koteihinsa jämähtäneitä kansalaisia ja saadakseen laajempaa näkyvyyttä verkossa. Sisältöjen tarjoaminen ilmaiseksi vaikuttaa kuitenkin merkittävästi digitaalisten taide- ja kulttuurisisältöjen oletettuun arvoon. Jos tarjoaa jotakin ilmaiseksi nyt, voi olla, että yleisö ei ole valmis maksamaan siitä vastaisuudessaan.

Taide- ja kulttuurisisältöjen digitalisoinnissa onkin huolehdittava, että niiden oletettu arvo ei kärsi. Taide- ja kulttuurialan digitalisoituminen on juuri nyt siinä murrosvaiheessa, jossa on vielä mahdollista vaikuttaa siihen, miten taide ja kulttuuri menee verkkoon. Vielä on mahdollista kasvattaa yleisöt ymmärtämään, että myös verkossa olevista taide- ja kulttuurisisällöistä tulee maksaa. Digitaalisten tuotteiden kohdalla onkin erityisen tärkeää, että toimijat osaavat katsoa aikaan pandemian jälkeen. Kun tarjolla on niin live- kuin online-elämyksiä, digitaalisten tuotteiden kehittämisessä tulee kiinnittää huomiota tuotteiden korkeaan laatuun ja elämyksellisyyteen, jotta digitaaliset tuotteet nähtäisiin paikan päällä koettavien elämysten rinnalla varteenotettavana vaihtoehtona kulttuurin kuluttamiseen.

Vaikka digitaaliset tuotteet ovat maksullisia, laadukkaat digitaaliset tuotteet edistävät parhaimmillaan sekä taloudellista että paikkaan sitomatonta saavutettavuutta. Esimerkiksi ulkomaille kulttuurikohteeseen matkustaminen ei välttämättä ole taloudellisesti saavutettava ajatus, mutta pieni maksu opastetusta virtuaalikerroksesta tuntuu jo paljon realistisemmalta mahdollisuudelta päästä kokemaan kohde. Myös esteellisyys vaikuttaa mahdollisuuksiin päästä vierailemaan kulttuurikohteisiin, mutta digitaalisista tuotteista voi nauttia paikasta riippumatta.

Digitaalisten tuotteiden mahdollisuuksista on saatu vasta esimakua, ja erityisesti niiden ansaintalogiikassa on vielä paljon kehitettävää. Opetus- ja kulttuuriministeriön kyselyn mukaan digitaalisten palveluiden ansaintamallit ovat toistaiseksi kehittymättömiä, eikä niillä saada varsinaisia tuloja toimijoille. (VN 2020b, 26.) Haastateltavien mukaan organisaatiot ovat kuitenkin kiinnostuneita kehittämään maksullisia digitaalisia sisältöjä ja niiden ansaintalogiikkaa (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021; Ashanti 2021). Onkin kiinnostavaa nähdä millaisen roolin digitaaliset tuotteet ottavat taide- ja kulttuuritoimijoiden tarjonnassa poikkeusaikojen jälkeen. Konkreettinen askel kohti kannattavampia digitaalisia tuotteita on valtiovarainministeriön maaliskuussa 2021 tekemä esitys tuloverolain kulttuurietuuden muutoksista. Lakimuutos mahdollistaisi sen, että kulttuuriseteleitä voisi käyttää maksuvälineenä myös virtuaalisissa tapahtumissa. (Harakka 2021.)

6.3 Sosiaalisen median kasvava painoarvo

Jo aiemmin kyselytutkimuksissa on selvinnyt, että taide- ja kulttuurialan toimijat ovat ottaneet sosiaalisen median monipuolisesti käyttöön organisaatioiden markkinoinnissa ja viestinnässä. (OKM 2019, 13) Sosiaalinen media tulee esittämään kuitenkin yhä suurempaa roolia myös taide- ja kulttuuriorganisaatioiden digitaalisessa yleisötyössä ja yleisösuhteen rakentamisessa. Nykyään on jo oletettavaa, että lähes kaikilla taide- ja kulttuurilaitoksilla on ainakin yksi sosiaalisen median kanava. Sosiaalinen media voi auttaa tavoittamaan yleisöjä ja parhaimmillaan se madaltaa kynnyistä yleisön osallistumiselle lyhentämällä laitoksen ja yleisön välistä välimatkaa. (ks. esim. Walmsley 2016, 70-72; Evans 2021) Sosiaalisessa mediassa organisaatio voi olla yhteydessä yleisönsä kanssa kommenttien, viestien ja reaktioiden kautta. Positiivinen näkyvyys ja hyvin rakennettu yleisösuhte sosiaalisessa mediassa voi sitouttaa yleisöjä seuraamaan laitoksen toimintaa myös jatkossa. Se voi kannustaa myös vierailuun itse laitoksessa. Aineistossa sosiaalisen median kasvava rooli tuli ilmi sekä haastatteluissa että vertaisanalyysissa. Kaikissa vertaisanalysoitavissa organisaatioissa digitaalista yleisötyötä tehtiin myös sosiaalisessa mediassa. BCMG ja The Royal Shakespeare Company ovat aktiivisia Youtubessa, Turun kaupunginteatteri ja Helinä Rautavaaran museo tavoittavat ihmisiä Facebookissa ja Instagramissa.

Sosiaalinen media taipuu moneen. Digitaalinen yleisötyö sosiaalisessa mediassa voi tarkoittaa esimerkiksi sitä, että yleisölle tarjotaan sisältöjä, jotka alustavat laitoksessa vierailuun tai tarjoavat lisätietoa vierailun jälkeen. Sisällöt voivat esitellä esimerkiksi laitoksen arkea,

esityksen tai näyttelyn tuotantoa tai laitoksen henkilökuntaa. Sosiaalista mediaa voi hyödyntää myös nopeaan palautteen keräämiseen sekä palautteeseen vastaamiseen. Sosiaalisen median kanavat ovat myös esiintymisalustoja. Haastateltavat korostivat sosiaalisen median käyttökelpoisuutta niin sanottujen “kevyiden tuotantojen” järjestämisessä (Hirvonen-Nurmi 2021; Peltoniemi 2021). Esimerkiksi Facebook - tai Instagram Liven kautta esityksen tai taiteilijatapaamisen voi järjestää hyvin kevyellä teknisellä toteutuksella, jopa pelkkää älypuhelinä käyttämällä. Striimaamalla tilaisuuksia sosiaalisen median alustalla myös perinteisen yleisötyön sisältöjä voi toteuttaa digitaalisena. Saavutettavuuden kannalta sosiaalisen median etu on myös se, että sen alustojen kautta järjestetyt esitykset ja tilaisuudet ovat yleensä katsojalle maksuttomia.

Sosiaalisessa mediassa digitaalista yleisötyötä ovat myös erityisesti sosiaalista mediaa varten suunnitellut sisällöt, kuten sosiaalisen median kampanjat. Kulttuuri- ja taidetoimijoilla onkin sosiaalisessa mediassa kampanjoita, jotka kutsuvat yleisöjä esimerkiksi taide- ja kulttuuriaiheilla leikittelemiseen. Esimerkiksi keväällä 2020 museot kutsuivat yleisöjä luomaan omia versioitaan taidemaalauksista (Mymodernmet.com 2020). Kampanjoiden idea on tavoittaa yhä laajempia yleisöjä kannustamalla yleisöjä osallistumaan sisältöjen jakamiseen. Mitä enemmän sisältöjä jaetaan, sitä laajempia yleisöjä ne tavoittavat. Sisältöjen jakamisella sosiaalisessa mediassa on siis merkittävä rooli organisaatioiden näkyvyyden lisäämisessä ja yleisöpohjan kasvattamisessa. Sisältöjen jaettavuuteen panostamisesta kertoo myös se, että useilla taide- ja kulttuuritoimijoilla on oma hashtag eli aihetunniste, jolla organisaatioon liittyvät päivitykset löytää sosiaalisen median kanavista. Tämä näkyi myös vertaisanalyysissä, jossa digitaalisten sisältöjen yhteydessä yleisöä kannustettiin jakamaan sisältöjä käyttäen organisaatioiden omia aihetunnisteita, kuten The Dream-esityksen aihetunnistetta #dreamonline21.

Haastattelujen ja tietoperustan mukaan taide- ja kulttuuritoimijat ovat viime vuosina myös heränneet hyödyntämään sosiaalisen median analytiikkaa yleisöistä kertyvän käyttäjätiedon keräämiseen. Tiedon keräämisessä ja hyödyntämisessä on kuitenkin hajontaa toimijoiden keskuudessa, sillä OKM:n kyselyssä 59 % vastaajista ilmoitti käyttävänsä digitaalisia alustoja käyttäjätiedon keräämiseen, mutta jopa 40 % ilmoitti, ettei alustojen käyttäjistä kerry organisaatiolle lainkaan tietoa (OKM 2019, 22). Myös haastateltavat kertoivat, että yleisötiedon keräämisen tulisi olla systemaattisempaa ja tiedon hienojakoisempaa, jotta sitä voitaisiin käyttää palveluiden ja sisältöjen kehittämiseen. Alalla kaivataan siis parempaa ymmärrystä tietojen

käyttömahdollisuuksista sekä osaamista käyttäjädatan analysointiin. (Hirvonen-Nurmi 2021; Peltoniemi 2021; OKM 2019.)

Tulevaisuudessa taide- ja kulttuuritoimijoilta vaaditaan yhä enemmän “somesilmää”, eli ymmärrystä siitä mikä on kiinnostavaa ja huomiota herättävää sosiaalisen median jatkuvassa tietotulvassa. Sosiaalisen median sisältöjen tulee olla laadukkaita tavoittaakseen yleisöjä tehokkaasti ja kannustaakseen vuorovaikutukseen. Sosiaalisen median välittämään kuvaan organisaatiosta on syytä panostaa myös siksi, että se on usein yleisön ensimmäinen kosketus organisaatioon ja kanava, jonka kautta yleisö arvioi myös sitä haluaako vieraila organisaatiossa paikan päällä.

6.4 Yleisön osallisuus ja muuttuva rooli

Taide- ja kulttuurialojen digitalisoitumisen myötä myös yleisöjen rooli tulee tulevaisuudessa muuttumaan. Yleisön roolissa tulee näkymään uudenlainen digitaalinen osallistuminen ja osallisuus. Haastatteluista, tietoperustasta ja vertaisanalyysistä kävi ilmi, että erilaiset digitaalisuuden keinot purkavat esiintyjän/asiantuntijan ja yleisön välisiä hierarkioita ja demokratisoivat näiden välistä suhdetta (ks. esim. Walmsley 2016, 70-72; Evans 2021; Hirvonen-Nurmi 2021). Vastaisuudessa digitaalisuus vahvistaakin yleisötyössä viime vuosina yleistynyttä linjaa, jossa korostuu yleisön ja kulttuuriorganisaation välinen kaksisuuntainen vuorovaikutus (Sorjonen & Sivonen 2015, 11). Yleisön roolin muuttumiseen vaikuttavat muun muassa vuorovaikutuksen mahdollistavat digitaaliset kanavat, kuten sosiaalinen media, sekä erilaiset digitaalisia alustoja hyödyntävät osallistumiseen kannustavat yleisötyön muodot.

Vertaisanalyysissa yleisön uudenlainen osallistuminen näkyi esimerkiksi BCMG:n osallistavissa musiikkiteoksissa sekä The Dream-virtuaaliesityksessä. Näissä teoksissa yleisölle tarjottiin mahdollisuus, vaikkakin rajattu sellainen, osallistua kulttuuriorganisaation taiteellisten sisältöjen luomiseen digitaalisten alustojen kautta. Tapauksissa, joissa yleisö saa osallistua taiteellisten sisältöjen toteuttamiseen voidaan puhua jaetusta tekijyydestä tai joukkoistamisesta (engl. crowdsourcing) (Lindholm 2015, 20). Kun osallistuminen tapahtuu digitaalisen alustan kautta, tärkeää on verkkofasilitointi, eli toimivan alustan löytäminen (Aalto 2018, 50). Digitaalinen alusta mahdollistaa osallistumisen myös ilman paikkasidonnaisuutta, ja näin ollen lisää sisältöjen osallisuutta.

Yleisön rooli oli erityisen tarkastelun alla vertaisanalyysissa käyttäjäkokemuksen havainnoinnissa. Sisällöissä, kuten Somenäyttämön livelähetyksissä, BCMG:n nauhoitustilaisuudessa sekä The Dream-esityksessä oli mahdollisuus reaaliaikaiseen vuorovaikutukseen organisaation kanssa. Verrattuna omaehtoisesti käytettäviin sisältöihin kuten virtuaalinäyttelyyn ja podcastiin, livestriimatut tilaisuudet olivat vuorovaikutteisempia ja siksi myös elämyksellisimpiä. Niissä myös organisaatio itsessään tuntui helposti lähestyttävämmältä. Oli vaikuttamisen väylä sitten kommenttiosio, valopallojen heittäminen tai omalla äänellä osallistuminen, vuorovaikutus oli tilaisuuksien ehdoton etu suhteessa verkossa oleviin taide- ja kulttuurisisältöihin, joissa yleisöllä on vain katsojan rooli.

Digitaalisten kanavien kautta yleisöllä on voinut olla taide- ja kulttuuriorganisaatioiden toiminnassa myös taloudellinen rooli ja viime vuosina yleisöjä onkin verkon kautta kannustettu taloudelliseen osallistumiseen yhä enemmän. Maksulliset digitaaliset sisällöt ovat lisääntyneet (Ashanti 2021; Hirvonen-Nurmi 2021) ja taiteen ja kulttuurin tukemiseen on kannustettu myös muun muassa mesenaintikampanjoilla (Mesenaatti.me 2021). Yhä yleisempää on, että yleisölle tarjotaan verkossa joustavia mahdollisuuksia osoittaa tukeaan taide- ja kulttuurilaitoksille. Yleisöä pyydetään esimerkiksi lahjoittamaan haluamansa summa digitaalisten esitysten yhteydessä (Weshowup.io 2021a). Yleisöllä on siis merkittävä rooli myös siinä, miten taiteen ja kulttuurin sisältöjä taloudellisesti arvotetaan. Yleisö on myös mahdollisesti vaikuttamassa siihen, miten digitaalisia sisältöjä tulevaisuudessa hinnoitellaan (Ashanti 2021). Yleisön roolia organisaatioiden ansaintamalleissa ei kuitenkaan pidä liioitella, ja on muistettava, että nykyisellään maksulliset digitaaliset sisällöt ovat enemmän kokeiluja kuin varsinaisia tulonlähteitä organisaatioille (VN 2020b, 26).

Jos yleisön muuttuvaa roolia ja osallistumista tarkastellaan yleisöpohjan kasvattamisen näkökulmasta, on tunnustettava se tosiasia, että aktiivinen osallistuminen ja vuorovaikutus on paljon todennäköisempää niiltä, jotka ovat jo valmiiksi kiinnostuneita taide- ja kulttuurisisällöistä kuin uusilta yleisöiltä. (ks. esim. Sorjonen & Sivonen 2015, 63-64; Hirvonen-Nurmi 2021) Digitaaliset kanavat kuitenkin edesauttavat sitä, että uudet kohderyhmät löytävät sisältöjen äärelle ja niiden kautta kynnys osallistumiseen voi olla matalampi (Peltoniemi 2021; Ashanti 2021). Digitaaliset kanavat palvelevat siis parhaillaan sekä uusia että jo olemassa olevia yleisöjä. Uudet yleisöt voivat osallistua toimintaan digitaalisten kanavien kautta “kevyellä interaktiolla”, eli esimerkiksi tykkäyksin ja kommentein, ja jo olemassa olevat yleisöt voivat digitaalisten keinojen kautta löytää uusia tapoja osallistua toimintaan ja jopa

sisältöjen toteuttamiseen. Taide- ja kulttuuriorganisaatioiden onkin tärkeää ymmärtää yleisöjen roolien moninaisuus, ja se, että vastaisuudessa yleisöillä on yhä erilaisempia tarpeita osallistua ja tulla kuulluksi. Digitaalisilla keinoilla onkin mahdollista tarjota yleisöille eritasoisia mahdollisuuksia osallistumiseen ja oman yleisökokemuksen syventämiseen.

6.5 Digitaalinen osaaminen kulttuurialan ammattilaisuudessa

Taide- ja kulttuurialan digitalisoituminen tarkoittaa muun muassa sitä, että taide- ja kulttuuriorganisaatioiden yleisöt sijaitsevat yhä kasvavissa määrin myös laitosten ulkopuolella digitaalisissa ympäristöissä. Organisaatioiden täytyy siis ottaa haltuun digitaalisia ympäristöjä laajemmin ja yhä luovemmin voidakseen huomioida myös verkossa sijaitsevat yleisöt (Hirvonen-Nurmi 2021; Peltoniemi 2021; Ashanti 2021). Niin tietoperustassa kuin haastatteluissa yhdeksi teemaksi muodostuikin digitaalinen osaaminen kulttuurialan ammattilaisuudessa. Muuttuvat toimintaympäristöt vaativat taide- ja kulttuurialan ammattilaisilta uudenlaista digitaalista osaamista ja ne myös muuttavat taide- ja kulttuurialan ammattilaisten toimenkuvia ja ammattinimikkeitä.

Digitaalinen osaaminen tarkoittaa esimerkiksi sitä, että kulttuurialan ammattilaisilla täytyy olla riittävät tekniset valmiudet erilaisten digitaalisten ympäristöjen, alustojen, kanavien ja ohjelmien käyttämiseen. Tekninen osaaminen ei tarkoita siis yksittäisten ohjelmien hallitsemista vaan sitä, että kulttuurialan työntekijöillä tulisi olla riittävä teknisen osaamisen lähtötaso, jotta uusien digitaalisten alustojen käytön opetteleminen olisi sujuvaa. Tekninen osaaminen on edellytys sille, että taide- ja kulttuurialan ammattilaiset kykenevät toteuttamaan laadukkaita digitaalisia kulttuuri- ja taidesisältöjä. Myös multimediaalinen osaaminen, eli taidot esimerkiksi kuvien ja videoiden tuottamiseen tulevat olemaan tärkeitä sisältöjen tuottamisessa. Digitaalisia ympäristöjä tulee olemaan yhä moninaisempia, joten osaamista on päivitettävä säännöllisesti. Myös haastatteluissa korostettiin, että teknisen osaamisen tarve tulee tulevaisuudessa kasvamaan. Organisaatioissa osaamista olikin lisätty koulutuksin, yhteistyöprojektein, jakamalla tietoa talon sisällä sekä ulkopuolisten kouluttajien avulla. Erityisesti hankkeet, joissa oli työskennelty yhteistyössä yli toimialarajojen, koettiin hyödyllisiksi henkilökunnan digitaalisten valmiuksien kehittämiseksi. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021.)

Digitaalinen osaaminen tarkoittaa valmiuksia myös digitaalisuuteen liittyvään suunnittelutyöhön. Suunnittelutyössä tarvitaan sekä vahvaa taiteen ja kulttuurin

sisältöosaamista että kokonaisvaltaista ymmärrystä sisältöjen digitalisoimisen mahdollisuuksista. Tämä tarkoittaa esimerkiksi osaamista verkkofasilitoinnissa, eli kykyä arvioida erilaisten digitaalisten alustojen soveltuvuutta erilaisten sisältöjen tuottamiseen sekä ymmärrystä siitä, miten digitaalisuudella voi esimerkiksi edistää sisältöjen saavutettavuutta. Suunnittelutyössä täytyy ymmärtää mitä digitaalisten sisältöjen ja palveluiden tuottaminen maksaa sekä mistä löytyy niihin vaadittavaa osaamista. Digitaalisten sisältöjen suunnittelussa on otettava huomioon myös digitaalisten ympäristöjen erilaiset kohderyhmät sekä käyttäjäkokemuksen merkitys. (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021; Ashanti 2021.) Kulttuurialan ammattilaisilla on perinteisesti vahva sisältöosaaminen, joten lähtökohdat suunnittelutyöhön ovat hyvät. Sisältöjen suunnitteleminen digitaalisiin ympäristöihin vaatii kuitenkin usein ainakin aluksi konsultaatiota myös ulkopuolisilta asiantuntijoilta tai parhaassa tapauksessa pitkäjänteistä yhteistyötä eri toimijoiden välillä osaamisen kartuttamiseksi.

Henkilöstön osaamisen puute on mainittu haasteena myös aiemmissa kyselytutkimuksissa (Harju ym. 2019, 23, 30.). Alaa kyllä kannustetaan ottamaan digitaalisia teknologioita aktiivisesti käyttöön, mikä näkyy muun muassa Opetus- ja kulttuuriministeriön kulttuuripolitiikan strategiassa sekä Euroopan unionin neuvoston päätelmissä (Euroopan neuvosto 2017; Harju ym. 2019, 12; OKM 2017). Kehotusten konkretisoitumiseksi taide- ja kulttuuritoimijoilta tarvitaan kuitenkin muun muassa oikeanlaista asenneilmapiiriä sekä strategista sitoutumista. (Harju ym. 2019, 23, 30.) Kun digitaalisuuteen suhtaudutaan organisaatiossa lähtökohtaisesti avoimesti ja sen hyödyntämiselle on asetettu strategiset tavoitteet, voidaan lähteä selvittämään, minkälaista digitaalista osaamista organisaatiossa tarvitaan ja mistä sitä voi hankkia. Haastattelujen perusteella organisaatiot ovat olleet hyvin avoimia digitaalisuutta kohtaan, mutta usein vastassa ovat niin ajan käyttöön liittyvät kuin taloudelliset resurssiongelmat (Peltoniemi 2021; Hirvonen-Nurmi 2021). Samojen resurssien puuttumista valitettiin myös aiemmissa kyselytutkimuksissa (Harju ym. 2019, 23, 30.). Tulevaisuudessa niin taloudellisia kuin ajankäyttöllisiä resursseja täytyneekin järjestää uudelleen, jotta taide- ja kulttuuriammattilaisten digitaalinen osaaminen päivittyy muuttuvien toimintaympäristöjen edellyttämällä tahdilla. Lisäksi digitaalisen osaamisen kasvava painoarvo on otettava huomioon taide- ja kulttuurialojen koulutuksessa.

7 LOPUKSI

7.1 Loppupäätelmät ja jatkotutkimus

Digitaalisuuden hyödyntämisestä on viime vuosina tullut taide- ja kulttuuritoimijoille keskeinen väline yleisöpohjan kasvattamiseen. Digitaalisuuteen on suhtauduttu resurssipulasta huolimatta myönteisesti ja digitaalisuutta on hyödynnetty luovasti, kokeillen ja jatkuvasti oppien. Taide- ja kulttuuritoimijoilla on käytössä yleisöjen tavoittamiseksi yhä erilaisempia digitaalisia kanavia, ja yleisöjä kohdataan yhä enemmän digitaalisten ympäristöjen ja alustojen välityksellä. Tekniset laitteet sisältöjen tuottamiseen ovat parantuneet, ja samanaikaisesti sisältöjä voi tuottaa käyttäen yhä kevyempiä laitteistoja. Myös kulttuurialan henkilöstön tekninen osaaminen on kasvanut erityisesti vuoden 2020 myötä. Digitaalisuuden hyödyntäminen yleisöpohjan kasvattamisessa ei tarkoitaakaan välttämättä mittavia digitaalisuushankkeita, vaan oikeanlaisella osaamisella digitaalisuutta voi hyödyntää pienin askelin kaikenkokoisten taide- ja kulttuuritoimijoiden arjessa.

Työn yhteenvetona voi todeta, että digitaalisuutta voi tulevaisuudessa hyödyntää taide- ja kulttuurialoilla yleisöpohjan kasvattamisessa muun muassa kehittämällä uusia digitaalisia tuotteita ja digitalisoimalla perinteisen yleisötyön sisältöjä. Sosiaalisen median painoarvo yleisöjen tavoittamisessa kasvaa entisestään. Myös yleisön rooli muuttuu digitaalisen osallistumisen myötä ja digitaalisissa ympäristöissä toimivien yleisöjen tavoittamisessa vaaditaan kulttuurialan ammattilaisilta yhä parempaa digitaalista osaamista. Digitaalisilla sisällöillä on potentiaalia lisätä taide- ja kulttuurisisältöjen saavutettavuutta, ja sisältöjen etuja ovat esimerkiksi se, että ne ovat taloudellisesti saavutettavia sekä ei-paikkasidonnaisia eli käytettävissä täysin etänä. Jotta taide- ja kulttuuriala voisi toimia jopa suunnannäyttäjänä digitaalisuuden ja uusien teknologioiden hyödyntämisessä, tarvitaan muun muassa lisää taloudellisia resursseja ja niiden ohjaamista oikeanlaisiin kohteisiin kuten osaamisen kasvattamiseen.

Taide- ja kulttuurialojen digitalisoitumiskehitys on kiihtynyt vasta viimeisen kymmenen vuoden aikana, joten jatkotutkimukselle on tarvetta. Tässä tutkimuksessa digitaalisuutta tutkittiin taide- ja kulttuurialan toimijoiden näkökulmasta, mutta mielenkiintoista olisi selvittää myös yleisöjen näkökulmia aiheeseen liittyen. Muita kiinnostavia tutkimusnäkökulmia

digitaalisuuteen olisivat esimerkiksi digitaalisten sisältöjen ansaintalogiikka sekä digitaalinen saavutettavuus.

7.2 Työn tulosten hyödyntäminen ja tilaajan palaute

Työn tulosten pohjalta laadin KULTA ry:lle tieto- ja työpajakortit, joissa käsitellään digitaalisuuden hyödyntämistä taide- ja kulttuuritoimijoiden työssä. Tietokorteissa esitellään opinnäytetyön yhteenvedossa käsiteltyjä teemoja digitaalisuuden hyödyntämisen tulevaisuuden suunnista. Työpajakorteissa on kysymyksiä, joiden avulla taide- ja kulttuuritoimijat voivat ideoida omia digitaalisia sisältöjä ja pohtia kuinka digitaalisuutta voisi hyödyntää organisaatioiden yleisöpohjan kasvattamisessa.

Tieto- ja työpajakortteja testattiin käytännössä Turun ylioppilasteatterin johtokunnan iltakoulussa järjestetyssä pilottikokeilussa huhtikuussa 2021. Kokeilussa johtokunta luki ensin tietokortit, jonka jälkeen johtokuntalaiset jaettiin ryhmiin ideoimaan sisältöjä työpajakorttien avulla. Työpajakorttien avulla saatiin ideoitua alustavia digitaalisten sisältöjen konsepteja, joita teatteri johtokuntalaisten mukaan pyrkii toteuttamaan mahdollisesti jo vuoden 2021 aikana. Konsepteja olivat muun muassa Tik Tok-näytelmät sekunneissa, striimatut biisituokiot vanhainkoteihin ja videoidut koe-esiintymiset. Palaute työpajakorteista oli pääosin positiivista, ja johtokuntalaiset suhtautuivat digitaalisuuteen liittyviin koulutuksiin ylipäättään myönteisesti. Taide- ja kulttuurialojen digitalisoitumiskehityksessä onkin hyvä huomioda myös se, että osaamisen lisääminen digitaalisuuteen ja digitaalisiin sisältöihin liittyen on kaivattua myös taiteen ja kulttuurin harrastejärjestöjen keskuudessa.

KULTA ry kommentoi tätä opinnäytetyötä ja sen tuloksia vielä ennen työn julkaisua. KULTA ry:n mukaan työ on kokonaisuudessaan kattava, ja siinä on tehty erityisesti laaja taustatyö tutustumalla yleisötyön, digitaalisuuden ja saavutettavuuden määritelmiin. Opinnäytetyössä on KULTA ry:n mukaan myös erinomaisesti valitut menetöt, joilla on saavutettu KULTA ry:n kannalta relevantteja tuloksia. Erityisesti kansainvälisen näkökulman tuominen työhön tekee tuloksista tilaajan kannalta kiehtovia ja hyödyllisiä.

KULTA ry käyttää vuonna 2020 tilaamiensa opinnäytetöiden tuloksia apunaan kehittäessään järjestön teemoja tuleviin vuoden 2023 eduskuntavaaleihin ja niitä seuraavalle eduskuntakaudelle. Opinnäytetöiden tekijät osallistuivat myös huhtikuussa 2021 järjestettyyn KULTA-foorumiin, jossa Sitran kehittämällä Tulevaisuustaaajuus-työpajatekniikalla pyrittiin

kuvittelemaan taide- ja kulttuurialan tulevaisuuksia Suomessa. Tilaamalla opinnäytetöitä kulttuurialan opiskelijoilta KULTA ry mahdollistaa sen, että taide- ja kulttuuriala saa lisää ajankohtaista tutkittua tietoa alan mahdollisista tulevaisuuden suunnista. Tulevaisuutta käsittelevien opinnäytetöiden tilaaminen parantaa myös kulttuurialan opiskelijoiden kompetenssia alan vaihtoehtoisten tulevaisuuksien kuvitteluun. Tämä kyky on hyödyllinen opiskelijoiden siirtyessä työelämään toteuttamaan näitä tulevaisuuksia.

7.3 Pohdintaa työn validiteetista ja reliabiliteetista

Tätä opinnäytetyötä voisi ajatella prototyypinä tai pilottina kattavammalle taide- ja kulttuurialojen digitalisoitumisen tutkimukselle. Tutkimuksen pohjalta on vaikea tehdä koko taide- ja kulttuurialaa koskevia yleistyksiä, vaikkakin jo pieni otanta kertoo yleisimmistä yleistyvistä käytänteistä. Jotta saataisiin yleistettävää tietoa siitä, miten taide- ja kulttuurialoilla käytetään hyödyksi digitaalisuutta yleisöpohjan kasvattamisessa, tutkimus tulisi skaalata, eli aineiston tulisi muodostua suuremmasta määrästä vertaisanalysoitavia kohteita ja haastateltavia. Lisäksi edustettuna tulisi olla useampia taidealoja, tai vastaavasti tutkimuksia tulisi tehdä taidealakohtaisesti, keskittyen vain yhden taiteenalan erityispiirteisiin. Huomiota tulisi kiinnittää myös esimerkiksi julkisen sektorin ja vapaan kentän toimijoiden erilaisiin edellytyksiin toteuttaa digitaalisia sisältöjä.

Tässä opinnäytetyössä saatiin tapaustutkimuksen hengessä esiteltyä muutamia innovatiivisia esimerkkejä siitä, miten digitaalisuus on taide- ja kulttuurialoilla valjastettu käyttöön yleisöpohjan kasvattamisessa. Haastattelujen avulla saatiin lisäksi selvitettyä taide- ja kulttuurialan ammattilaisten näkökulmia siihen, millaiset asiat vaikuttavat digitaalisten sisältöjen kehittämiseen jatkossa. Tutkimuksen tulokset ovat mielestäni hyödyllisiä taide- ja kulttuuritoimijoille, mutta ne eivät ole toimialaa ravistelevia – useimmat löytämäni teemat ovat sellaisia, joista on viime vuosina jo nähty viitteitä ja joiden on nähty painottuvan taide- ja kulttuuritoimijoiden arjessa. Teemojen järjestelmällisen esittelyn myötä aiheita on kuitenkin ehkä helpompi ymmärtää ja edelleen soveltaa toimijoiden omaan toimintaan.

Tämä opinnäytetyö kirjoitettiin keväällä 2021 aikana, jolloin Suomessa elettiin tiukimpien rajoitusten alla, joita koko koronapandemian aikana maahan oli säädetty. Taide- ja kulttuurilaitokset olivat joko kokonaan yleisöltä suljettuja tai rajoittivat voimakkaasti pääsyä tiloihinsa. Koronapandemian vaikutukset kuuluvat haastateltavien vastauksissa selvästi ja pandemia on voinut vaikuttaa myös sisältöjen käyttäjäkokemuksen havainnointiin sekä

aineiston valintaan ylipäättään. Onkin tärkeää tiedostaa, että digitaalisuutta on tässä opinnäytetyössä tarkasteltu tahtomattakin jonkinlaisen korona-ajan linssin läpi. Vaikka korona-aikana on otettu käyttöön innovatiivisia digitaalisuuden keinoja, on mahdotonta sanoa mitkä niistä jäävät taide- ja kulttuuritoimijoiden käyttöön poikkeusaikojen päätyttyä. On myös otettava huomioon, että vaikka tässä työssä korostetaan digitaalisuuden mahdollisuuksia, on selvää, että poikkeusaikojen jälkeen ihmiset kaipaavat kohtaamisia paikan päällä. Onkin täysin mahdollista, että korona-ajan jälkeen digitaaliset sisällöt jäävät hetkeksi taka-alalle yleisöjen keskittyessä kuluttamaan paikan päällä tapahtuvia “analogisia” kokemuksia. Nämä eivät kuitenkaan sulje toisiaan pois, vaan parhaimmillaan digitaaliset sisällöt ja paikan päällä tapahtuvat kokemukset täydentävät toisiaan.

Pidän tutkimuksen onnistuneimpana tuotoksena analyysia sisältöjen käyttäjäkokemuksesta ja elämyksellisyydestä. Toivon, että käyttäjäkokemuksen analysointi painottaa lukijalle sitä, miten tärkeää on sujuvan käyttäjäkokemuksen varmistaminen digitaalisten sisältöjen suunnittelun yhteydessä. Toivon myös, että esittelemäni digitaaliset sisällöt ja digitaalisuuden teemat inspiroivat suomalaisia taide- ja kulttuuritoimijoita hyödyntämään digitaalisuutta rohkeasti omien sisältöjensä suunnittelussa ja palveluidensa kehittämisessä.

LÄHTEET

- Aalto, Ina 2018. Digitaalisen yleisötyön kehittäminen kulttuuriorganisaatioissa. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Kulttuurituotannon koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Viitattu 22.3.2021.
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/146543/Aalto_Ina.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alasoini, T. 2015. Digitalisaatio muuttaa työtä–millaista työelämää uudistavaa innovaatiopolitiikkaa tarvitaan? Työpoliittinen Aikakauskirja, 2(2015), 26–37. Viitattu 16.2.2021. <https://tem.fi/documents/1410877/2874993/tak22015.pdf>
- Arts Council England 2013. How arts and cultural organisations in England use technology. Arts Council England. Viitattu 11.3.2021.
https://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/DigitalCulture_FullReport_2013.pdf
- Ashanti, Kahlil 2021. Ohjelmistokehittäjä. Videohaastattelu 22.2.2021. Haastattelija: Kaisa Suokas. Haastatteluaineisto haastattelijan hallussa.
- BBC.com 2020. Yorkshire Museum: Curator battle seeks 'creepiest exhibit'. Viitattu 7.4.2021.
<https://www.bbc.com/news/uk-england-york-north-yorkshire-52369540>
- BCMG 2021a. Who we are. Viitattu 2.3.2021. <https://www.bcmg.org.uk/who-we-are>
- BCMG 2021b. Workshops and events for young people. Viitattu 3.3.2021.
<https://www.bcmg.org.uk/Pages/Events/Category/workshops-and-events-for-young-people>
- BCMG 2021c. Take part in Back to the Beginning. Viitattu 3.3.2021.
<https://www.bcmg.org.uk/Event/take-part-in-bcmg-back-to-the-beginning-recording>
- BCMG 2021d. An interactive online performance of Birtwistle's Roddy's Reel and the world premiere of Back to the Beginning by Ma Xiao-Qing feature in BCMG's latest digital concert of new music. Viitattu 4.3.2021. <https://www.bcmg.org.uk/news/back-to-the-beginning-announcement>
- BCMG 2021e. Crowd Out: a new piece for 1000 voices. Viitattu 4.3.2021.
<https://www.bcmg.org.uk/Event/crowd-out-a-new-piece-for-1000-voices>
- Betzler D., Loots, E., Prokúpek, M. Marques, L. & Grafenauer P. 2020. COVID-19 and the arts and cultural sectors: investigating countries' contextual factors and early policy measures, International Journal of Cultural Policy. DOI: 10.1080/10286632.2020.1842383
- Bollo, Alessandro & Da Milano, Cristina & Gariboldi, Alessandra & Torch, Chris 2017. Study on Audience Development. How to place audiences at the centre of cultural organisations. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017. Viitattu 26.3.2021. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/cc36509d-19c6-11e7-808e-01aa75ed71a1>
- Boosey & Hawkes 2021. Harrison Birtwistle Roddy's Reel. Viitattu 4.3.2021.
<https://www.boosey.com/cr/music/Harrison-Birtwistle-Roddy-s-Reel/53638>

- Brotkin, Erkki 2010. Optisen liikkeenkaappauksen käyttö hahmoanimoinnissa 2010. Lahden ammattikorkeakoulu. Viitattu 12.3.2021. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/15689/Brotkin_Erkki.pdf?sequence=1
- Department of Culture, Media and Sport 2019. Culture is Digital: June 2019 progress report. Viitattu 11.3.2021. <https://www.culturehive.co.uk/resources/culture-is-digital-june-2019-progress-report/>
- Digimuseo.fi 2021. Mikä Digimuseo? Viitattu 10.2.2021 <https://digimuseo.fi/mika-digimuseo/>
- Digital Culture Compass 2021. Viitattu 11.3.2021. <https://digitalculturecompass.org.uk>
- Digital Culture Network 2021. Viitattu 11.3.2021. <https://digitalculturereport.org.uk/about/about-the-network/>
- Digital Theatre 2021. Viitattu 7.4.2021. <https://www.digitaltheatre.com/consumer>
- Dream.online 2021. About. Viitattu 5.3.2021. <https://dream.online/faq-type/about/>
- Finna 2021. Museot. Etusivu. Viitattu 7.4.2021. <https://museot.finna.fi>
- Finnkino 2020. New York Metropolitan Opera: Live in HD. Viitattu 7.4.2021. <https://www.finnkino.fi/oopperakausi/>
- Eriksson, Päivi & Katri Koistinen 2005. Monenlainen tapaustutkimus. Kuluttajatutkimuskeskus. Viitattu 6.4.2021. https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/152279/Monenlainen_tapaustutkimus.pdf
- Euroopan neuvosto 2017. Neuvoston päätelmät kulttuurin saatavuuden edistämises tä digitaalisin keinoin painopisteenä yleisösuhteen kehittäminen (2017/C 425/03). Euroopan unionin virallinen lehti joulukuu 2017. Viitattu 11.3.2018. [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/HTML/?uri=CELEX:52017XG1212\(01\)&from=FI](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/HTML/?uri=CELEX:52017XG1212(01)&from=FI)
- Euroopan unioni 2017. Promoting access to culture via digital means. Policies and strategies for audience development: work plan for culture 2015-2018. Euroopan unionin julkaisuja 2017. Luxemburg. Viitattu 7.4.2021. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/7839cb98-651d-11e7-b2f2-01aa75ed71a1/language-en>
- Euroopan unionin saavutettavuusdirektiivi 2016/2102. Viitattu 11.3.2021. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/?uri=CELEX%3A32016L2102>
- Evans, Nancy 2021. Director of Learning and Participation. Sähköpostihaastattelu 25.2.2021. Haastattelija: Kaisa Suokas. Haastatteluaineisto haastattelijan hallussa.
- EY 2021. Rebuilding Europe. The cultural and creative economy before and after the COVID-19 crisis . Executive summary. January 2021. Viitattu 7.4.2021. https://1761b814-bfb6-43fc-9f9a-775d1abca7ab.filesusr.com/ugd/4b2ba2_f88b63e2fd814956aff12871f50562c8.pdf
- Gheorghiu, Dragoş & Ştefan, Livia 2018. Virtual Museums: Dealing with Cultural Identity in the Digital Age. The International Scientific Conference eLearning and Software for Education; Bucharest Vol. 4, : 463-470. Bucharest: "Carol I" National Defence University. <https://search.proquest.com/openview/d5264fc0539fb884dd5d36fcf755271e/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1876338>

- Google Arts & Culture 2019. Explore art and culture through a new lens. Viitattu 17.2.2021. <https://www.blog.google/outreach-initiatives/arts-culture/explore-art-and-culture-through-new-lens/>
- Harakka, Timo 2021. Facebook-päivitys. 22.3.2021., 12.30. Viitattu 22.3.2021. <https://www.facebook.com/photo?fbid=10159683947722638&set=a.10150364435807638>
- Hautio, Minna 2021. Suullinen tiedonanto 5.2.2021.
- Helinä Rautavaaran museo 2020. Viitattu 10.2.2021. <http://helinamuseo.fi/helina-rautavaara/>
- Helsingin kaupunki 2020. Helsingin #Etävappu-tempaukselle kansainvälistä tunnustusta. Viitattu 7.4.2021. <https://www.hel.fi/uutiset/fi/kaupunginkanslia/helsingin-etavappu-palkittiin>
- Hietanen S. 2010. Kasvatuksesta yhteistyöhön. Suomen Kansallisoopperan yleisötyöstä 1992–2008. Helsinki: Loisto-kulttuuripalvelut.
- Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena 2015. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. (E-kirja.) Helsinki: Gaudeamus.
- Hirvonen-Nurmi, Katri 2021. Intendentti. Videohaastattelu 24.2.2021. Haastattelija: Kaisa Suokas. Haastatteluaineisto haastattelijan hallussa.
- Holopainen, Krista 2020. Ketteriä, joustavia ja askeleen edellä: Miten kulttuuri- ja taidealan keskusjärjestön jäsenet kokevat digitaalisen teknologian. Viitattu 6.4.2021. <https://www.theseus.fi/handle/10024/333038>
- Jakonen, Olli & Luonila, Mervi & Renko, Vappu & Kanerva, Anna 2020. KATSAUS KORONAN VAIKUTUKSISTA TAITEEN JA KULTTUURIN ALOJEN TOIMINTAEDELLYTYKSIIN JA KULTTUURIPOLITIikkaan SUOMESSA. Kulttuuripolitiikan tutkimuksen vuosikirja 2020, 50–59. Viitattu 26.3.2021. <https://journal.fi/kultpol/article/view/100430>
- Kaikki teatterista! 2020. Podcast. Viitattu 10.2.2021. <https://kaikkiteatterista.podbean.com>
- Kansallisteatteri 2021. Äänikanava. Viitattu 9.3.2021 <https://kansallisteatteri.fi/esitys/aanikanava/>
- Karjalainen, Asko 2002. Mitä benchmarking-arviointi on? Teoksessa Kauko Hämäläinen & Minna Kaartinen-Koutaniemi (toim.) Benchmarking korkeakoulujen kehittämismallina. Korkeakoulujen arviointineuvoston julkaisuja 13:2002, 10–19. Viitattu 9.3.2021. https://karvi.fi/app/uploads/2015/01/KKA_1302.pdf
- Kasvi, Jyrki 2019. Digi digi digi. TIEKE Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry. Viitattu 20.1.2021. <https://tieke.fi/digi-digi-digi/>
- Kawashima N. 2000. Beyond the division of attenders vs non-attenders: a study into audience development in policy and practice. Coventry: Centre for Cultural Policy Studies, University of Warwick.
- Kirchberg V. 1999. Boom, bust and recovery? Arts audience development in Germany between 1980 and 1996. Cultural Policy, 5:2, 219–254.

- Koivula, A. & Koironen, I. & Räsänen, P. 2016, Digitaaliset kuulut ja verkkorahapelaamisen väestöryhmittäiset muutokset 2006–2014. *Yhteiskuntapolitiikka*, 81, 247–259. Viitattu 16.2.2021.
https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/131130/YP1604_Koivulaym.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- KULTA ry 2020. Etusivu. Viitattu 13.4.2021. <https://kulttuurijataide.fi>
- Lindholm, Arto 2015. Johdanto. Teoksessa Arto Lindholm (toim.) *Ei-kävijästä osalliseksi. Osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla*. Humanistinen ammattikorkeakoulu, 20. Viitattu 23.4.2018. <https://www.humak.fi/wp-content/uploads/2015/11/Arto-Lindholm-ei-kavijasta-osalliseksi.pdf>
- Marttinen, Tittamari 2020. ANNA TAITEEN YLLÄTTÄÄ! Taidemaistiaiset ja Kulttuurivaskooli viestinnän välineinä taiteilijan ja yleisön elämyksellisessä vuorovaikutuksessa. Oulun ammattikorkeakoulu. Kulttuurituottamisen ja luovan talouden koulutusohjelma (YAMK)
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/341914/marttinen_tittamari.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Mesenaatti.me 2021. Korona Aid. Viitattu 22.3.2021. <https://mesenaatti.me/pro/korona-aid/>
- Mymodernmet.com 2020. Dutch Instagram Account Has People Recreating Famous Artworks While in Quarantine. Viitattu 9.3.2021. <https://mymodernmet.com/tussen-kunst-quarantaine-recreate-art-challenge/>
- OKM 2017. Opetus- ja kulttuuriministeriön kulttuuripolitiikan strategia 2025. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2017:20. Viitattu 11.3.2021.
<http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79811/okm20.pdf>
- OKM 2019. Selvitys kulttuurilaitosten digitaalisesta yleisösuhteesta valmistunut. Viitattu 16.3.2021. <https://minedu.fi/-/selvitys-kulttuurilaitosten-digitaalisesta-yleisösuhteesta-valmistunut>
- Opera by you 2012. Free will-yhteisöopera ensi-illassa Olavinlinnan näyttämöllä ja verkossa. Viitattu 4.3.2021. <https://news.cision.com/fi/opera-by-you/r/free-will--yhteisöopera-ensi-illassa-olavinlinnan-nayttamolla-ja-verkossa,c9285166>
- Operavision 2021. Viitattu 7.4.2021. <https://operavision.eu/en/about-project>
- Peltoniemi, Maria 2021. Yleisötyönkoordinaattori. Videohaastattelu 3.2.2021. Haastattelija: Kaisa Suokas. Haastatteluaineisto haastattelijan hallussa.
- RadioMedia 2020. Podcast, podcast - Tutkimus podcastien kuuntelusta helmikuussa 2020. Viitattu 10.2.2021. <https://www.radiomedia.fi/sites/default/files/podcastutkimus-2020.pdf>
- Saavutettavuusvaatimukset.fi 2021. Yleistä saavutettavuudesta. Viitattu 11.3.2021. <https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/yleista-saavutettavuudesta/>
- Sainio, Tapani & Ängeslevä, Viivi & Harju, Emma 2019. Kulttuurilaitosten digitaalinen yleisösuhte. Kooste selvityshankkeen tuloksista. Opetus- ja kulttuuriministeriö 2019. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2019:25. Viitattu 11.3.2021
https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161674/OKM_2019_25_Kulttuurilaitosten_digitaalinen_yleisösuhte.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Sarajärvi, Anneli & Tuomi, Jouni 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 2. uudistettu painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi
<https://www.ellibslibrary.com/reader/9789520400118>
- Schueffel, Patrick 2017. The Concise Fintech Compendium. Fribourg, Switzerland, 2017: School of Management Fribourg (HEG-FR), Switzerland
<https://web.archive.org/web/20171024205446/http://www.heg-fr.ch/EN/School-of-Management/Communication-and-Events/events/Pages/EventViewer.aspx?Event=patrick-schuffel.aspx>
- Seinäjoen kaupunginteatteri 2021. Lämpiöelämää-podcast. Viitattu 9.3.2021
<https://seinajoenkaupunginteatteri.fi/lampioelamaa-4-keskustelua-komediasta-ja-nayttelijan-peruspaivasta/>
- Seppänen-Järvelä, Riitta (toim.) 2005. Vertaismenetelmät kehittävän arvioinnin välineinä. Helsinki: Stakes. Viitattu 9.3.2021.
<http://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/77163/vertaismenetelmat.pdf?seq>
- Sorjonen, Hilppa & Sivonen, Outi 2015. Taide ja kulttuurilaitosten yleisötyön muodot, laajuus ja tuloksellisuus. Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissätiö Cuporen verkkojulkaisuja 27. Viitattu 5.3.2021. <https://www.cupore.fi/images/tiedostot/taide-jakulttuurilaitostenyleisotyomuodot17.4..pdf>
- Tanssin Tiedotuskeskus 2020. Korona on aiheuttanut tanssin kentälle dominoefektin, jonka vaikutukset ulottuvat pitkälle tulevaisuuteen. Viitattu 16.3.2021.
www.danceinfo.fi/artikkelit/korona-on-aiheuttanut-tanssin-kentalle-dominoefektin-jonka-vaikutukset-ulottuvat-pitkalle-tulevaisuuteen/
- Tilastokeskus 2020. Koronakriisi iski voimakkaasti esittäviin taiteisiin. Viitattu 16.3.2021.
www.stat.fi/uutinen/koronakriisi-iski-voimakkaasti-esittaviin-taiteisiin
- TINFO 2020a. Mitä korona tarkoittaa teatterin ekosysteemille? Viitattu 16.3.2021.
www.tinfo.fi/fi/Mita_korona_tarκοittaa_teatterin_ekosysteemille
- TINFO 2020b. Teatteri kotisohvalle. Viitattu 9.3.2021
https://www.tinfo.fi/fi/Teatteri_kotisohvalle
- Turun kaupunginteatteri 2021a. Tietoa teatterista. Viitattu 10.2.2021.
<https://teatteri.turku.fi/turun-kaupunginteatteri/tervetuloa-teatteriisi>
- Turun kaupunginteatteri 2021b. Somenäyttämö. Viitattu 8.3.2021.
<https://teatteri.turku.fi/somenayttamo>
- Turun kaupunginteatteri 2021c. Somenäyttämö: Ilta Olli Rahkosen kanssa 29.1.2021. Viitattu 10.2.2021
https://www.facebook.com/TurunKaupunginteatteri/videos/?ref=page_internal
- Turun kaupunginteatteri 2021d. Somenäyttämö: Nyt improtaan! 20.3.2020. Viitattu 10.2.2021
<https://www.facebook.com/138505859550641/videos/210482770025973>
- Turun kaupunginteatteri 2021e. Väliäika-podcast. Viitattu 8.3.2021.
<https://teatteri.turku.fi/podcast>
- UNESCO 2020. Culture in crisis: policy guide for a resilient creative sector. (E-kirja.)Pariisi: Unesco.

- Walmsley, Ben 2016. From arts marketing to audience enrichment. How digital engagement can deepen and democratize artistic exchange with audiences. *Poetics* Volume 58, 10/2016, 66–78. Viitattu 4.3.2021. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0304422X15300383>
- Valtioneuvosto 2019. Pääministeri Sanna Marinin hallituksen ohjelma 2019. 3.7.1 Kulttuuri, nuoriso ja liikunta-asiat. Viitattu 23.3.2021. <https://valtioneuvosto.fi/marinin-hallitus/hallitusohjelma/kulttuuri-nuoriso-ja-liikunta-asiat>
- Valtioneuvosto 2020a. Koronapandemian vaikutukset kuntien kulttuuritoimintaan. Opetus- ja kulttuuriministeriö, kulttuuri- ja taidepolitiikanosasto. Viitattu 13.3.2021. <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/162352>
- Valtioneuvosto 2020b. KORONAPANDEMIAN VAIKUTUKSET KULTTUURIALALLA Raportti kyselyn vastauksista. Opetus- ja kulttuuriministeriö. VALTIONEUVOSTON JULKAISUJA 2020:14. Viitattu 13.3.2021. <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/162255>
- Weshowup.io 2021a. Viitattu 18.2.2021. <https://weshowup.io>
- Virolainen, Jutta 2015. Kulttuuriosallistumisen muuttuvat merkitykset. Katsaus taiteeseen ja kulttuuriin osallistumiseen, osallisuuteen ja osallistumattomuuteen. Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissäätiö Cuporen verkkojulkaisuja 26. Viitattu 9.3.2021. https://www.cupore.fi/images/tiedostot/kulttuuriosallistumisenmuuttuvatmerkitykset_000.pdf
- Vuoristo, Janne 2018. Mitä on 360°-kuvaaminen ja mihin sitä voi hyödyntää? Viitattu 17.2.2021. <https://www.linkedin.com/pulse/mitä-360-kuvaaminen-ja-mihin-sitä-voi-hyödyntää-janne-vuuristo/>
- XR Today 2020. Augmented Reality in The Arts & Culture Sector. Viitattu 17.2.2021 <https://www.xrtoday.com/augmented-reality/ar-in-arts-and-culture/>
- YLE 2018. Haluaisitko keskustella keisarin kanssa tai testata Artekin kalusteita? Virtuaaliodellisuus mahdollistaa jo sisustuskokeilut ja museoiden aikamatkat. Viitattu 6.4.2021. <https://yle.fi/uutiset/3-10092582>
- YLE 2021. “Ihmiset pyörittelivät päätään, että ei me sellaisia määriä myydä” – tamperelainen teatteristriimi keräsi yllättäen lähes 10 000 katsojaa. Viitattu 7.4.2021. <https://yle.fi/uutiset/3-11757109>

LIITTEET

Liite 1. Teemahaastattelurunko

Taustakysymykset/Background information

- Nimi, laitos, työnimike, toimenkuva/Name, organisation, title, job description

Digitaalinen yleisötyö/Digital audience development

- Miten organisaatiossa määritellään digitaalinen yleisötyö ja sen tavoitteet? (omin sanoin)/How is digital audience development defined within the organisation?(in your own words)

Digitaalisen yleisötyön sisällöt/Contents of digital audience development

- Millaisia digitaalisia sisältöjä ja palveluita organisaatiolla on? (esim. eri kanavia, alustoja)/What type of digital/online contents and utilities does the organisation have? (for example platforms, communication channels)

Digitaalisen yleisötyön tekijät/People in charge of digital audience development

Digitaalisen yleisötyön kohderyhmät/The target demographic for digital audience

development

- Kenelle kohdennettu/ketä digitaalisella yleisötyöllä tavoitetaan? Onko tavoitettu uusia yleisöjä?/What is the the target demographic for digital audience development? Have you reached new audiences with online content?
- Millaista palautetta digitaalisesta yleisötyöstä on saatu?/What kind of feedback have you had from the contents of digital audience development?

Yleisöstä kerätty data/Audience data

- Kerätäänkö digitaalisen yleisötyön yleisöistä dataa, jos kerätään, millaista?/What kind of data do you get from the audiences of digital audience development?

Pandemiatilanne

- Onko pandemia vaikuttanut digitaalisen yleisötyön tekemiseen tai sen sisältöihin?/Has the pandemic had an effect on digital audience development?(for example contents, audiences etc.)

Organisaation suhtautuminen digitaalisuuteen/What is the view on digitality in general within the organisation

Organisaation suhtautuminen digitaalisen yleisötyön maksullisuuteen/maksuttomuuteen/What is the organisations policy with paid contents of digital audience development

Organisaation suhtautuminen paikkasidonnaisuuteen/ei-paikkasidonnaisuuteen/Organisations policy with site-specific contents/online contents

- Pyritäänkö digitaalisten sisältöjen avulla saamaan kävijöitä fyysiseen museoon?/Is the goal of online contents to invite visitors on site?

Digitaalisen yleisötyön resurssit/Resources of digital audience development

Digitaalisen yleisötyön tulevaisuus/The future of digital audience development