



Julia Keinänen

# Yhteisöllisen kaupunkikulttuurin mahdollisuudet kaupallisissa tiloissa

Case Kalasataman Vapaakaupungin Olohuone  
kauppakeskus Redissä

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Kulttuurituottaja

Kulttuurituotannon tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

11.5.2021

## Tiivistelmä

|  |  |
|--|--|
| Tekijä<br>Otsikko  | Julia Keinänen<br>Yhteisöllisen kaupunkikulttuurin mahdollisuudet kaupallisissa tiloissa |
| Sivumäärä  | 43 sivua + 3 liitettä  |
| Aika   | 11.5.2021  |
| Tutkinto   | Kulttuurituottaja AMK  |
| Tutkinto-ohjelma   | Kulttuurituotannon tutkinto-ohjelma  |
| Ohjaaja  | Lehtori Johanna Niemi  |
| <p>Tämä opinnäytetyö on tapaustutkimus, jossa tutkitaan Kauppakeskus Redissä sijaitsevan avoimen ja epäkaupallisen kaupunkitilan, Vapaakaupungin Olohuoneen kävijöitä sekä heidän toiveitaan paikan suhteen. Työn tavoitteena on selvittää, kuinka Vapaakaupungin Olohuoneeseen ja sen kaltaisiin tiloihin luodaan yhteisöllistä kaupunkikulttuuria. Opinnäytetyön tilaajana toimii Helsinki Urban Art ry.</p> <p>Työn teoreettinen viitekehys muodostuu yhteisöllisyyden, kaupunkikulttuurin sekä avoimen kaupunkitilan tutkimuksesta. Työssä tarkastellaan kaupunkikulttuurissa tapahtunutta muutosta viimeisten parinkymmenen vuoden aikana, minkälainen arvo sillä on nykypäivän kaupungissa sekä miten se tulee muuttumaan tulevaisuudessa. Työssä tarkastellaan myös, miten yhteisöllisyys näkyy osana kaupunkikulttuuria.</p> <p>Aineistonhankintamenetelminä työssä käytetään kyselytutkimusta, havainnointia ja näiden pohjalta järjestettyä osallistavaa ideointityöpajaa, jossa pohditaan kehitysehdotuksia saatujen tulosten pohjalta. Kyselytutkimuksen avulla selvitettiin, ketkä käyttävät Olohuonetta tällä hetkellä ja minkälaisiin tarkoituksiin sekä minkälaisia toiveita heillä on tiloille. Kyselyssä selvitettiin myös vastaajien ajatuksia siitä, kuinka tärkeänä he kokevat Olohuoneen kaltaisten epäkaupallisten ja avointen tilojen olemassaolon.</p> <p>Tuloksista nousi esiin kaksi kehityskohdetta, joiden pohjalta muodostettiin kehitysehdotuksia. Näitä ovat Olohuoneen markkinoinnin ja viestinnän monipuolistaminen sekä työpajojen, tapahtumien ja muun toiminnan kohdentaminen. Olohuoneen viestintä on tällä hetkellä painottunut lähinnä sosiaaliseen mediaan, mutta aineiston tulosten pohjalta havaittiin, että olisi hyödyllistä laajentaa viestintää myös muihin kanaviin. Lisäksi uusien kävijöiden mukaan saamiseksi olisi hyödyllistä luoda yhä enemmän eri ikäisille kaupunkilaisille kohdennettua toimintaa, jotta kynnykselle tulemiseen madaltuisi. Kun paikka tulee kaupunkilaisille tutummaksi ja sen toiminta juurtuu kiinteäksi osaksi kaupunkikulttuuria, on kynnyksellä osallistua kaikille avoimeen toimintaan pienempi.</p> |  |
| Avainsanat   | Kaupunkikulttuuri, avoin kaupunkitila, yhteisöllisyys                                    |

## Abstract

|  |  |
|--|--|
| Author<br>Title  | Julia Keinänen<br>The potential of communal urban culture in commercial premises |
| Number of Pages  | 43 pages + 3 appendices  |
| Date   | 11 May 2021  |
| Degree:  | Cultural management  |
| Degree Programme   | Bachelor of Culture and Arts   |
| Instructor   | Johanna Niemi, Senior Lecturer   |
| <p>This thesis is a case study that examines the visitors of the open and non-commercial urban space, Vapaakaupungin Olohuone (The Free City of Kalasatama living Room). Olohuone is located in Redi Shopping Center. The aim of the work is to find out how a communal urban culture is created in Olohuone and how to create development proposals that will make people more aware of the space. The commissioner of the work is Helsinki Urban Art ry.</p> <p>The theoretical framework of the work consists of urban culture, open urban space, and the sense of community. I look at the change that has taken place in urban culture over the last twenty years, what kind of value it has in today's city, and how it will change in the future. I also look at how communality is reflected in urban culture and what significance it has.</p> <p>Data for this study were collected by a survey, observation and an inclusive brainstorming workshop based on these results. The survey was used to find out who is currently using the living room, for what kind of purposes, and what kind of wishes they have for the facilities. The survey also explored respondents' thoughts on how important they perceive the existence of non-commercial and open spaces like Olohuone.</p> <p>The results highlighted two areas for development. These include diversifying the marketing of Olohuone, as well as targeting workshops, events, and other activities for different age groups. The living room's marketing is currently mainly focused on social media, but based on the results of the material, it was found that it would be useful to expand the marketing to other channels as well. In addition, to attract new visitors, it would be useful to create more targeted activities for visitors of different ages to lower the threshold for coming to the place. When a place becomes more familiar to city dwellers and its activities become an integral part of urban culture, the threshold for participating in activities is lower.</p> |  |
| Keywords   | Urban culture, open urban space, community                                       |

# Sisällys

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 1     | Johdanto  | 5  |
| 2     | Kaupunkikulttuuri                                       | 7  |
| 2.1   | Avoin kaupunkitila                                      | 9  |
| 2.2   | Yhteisöllisyys  | 12 |
| 3     | Tutkimustapaus: Kalasataman Vapaakaupungin Olohuone     | 14 |
| 4     | Tutkimuskysymykset                                      | 17 |
| 5     | Tutkimuksellisen kehittämistyön menetelmät              | 18 |
| 5.1   | Kysely  | 19 |
| 5.2   | Havainnointi  | 19 |
| 5.3   | Ideointityöpaja   | 20 |
| 6     | Tulokset  | 21 |
| 6.1   | Kysely  | 21 |
| 6.1.1 | Tilan nykykäyttö ja kävijät                             | 22 |
| 6.1.2 | Epäkaupallisten tilojen tärkeys osana kaupallista tilaa | 30 |
| 6.2   | Havainnointi  | 33 |
| 6.3   | Ideointityöpaja   | 35 |
| 7     | Kehittämissuhteet                                       | 39 |
| 7.1   | Viestintä ja markkinointi                               | 39 |
| 7.2   | Työpajat ja tapahtumat                                  | 40 |
| 8     | Pohdinta  | 41 |
|       | Lähteet   | 44 |
|       | Liitteet  | 48 |
|       | Kyselytutkimus  |    |
|       | Havainnointikehikko                                     |    |
|       | Ideointityöpajan runko                                  |    |

# 1 Johdanto

Kiinnostukseni kaupunkikulttuuriin ja sen kehittämiseen syntyi vuonna 2018 toimiessani vapaaehtoiskoordinaattorina Arabian katufestivaaleilla. Kyseinen festivaali on Suomen suurin katutaidetapahtuma, joka toteutetaan pitkälti vapaaehtoisvoimin. Olen huomannut, että tämän kaltaiset avoimet ja epäkaupalliset kaupunkitapahtumat ja matalan kynnyksen toiminta tuovat ihmisiä helposti yhteen ja lisäävät tätä kautta yhteisöllisyyttä ja yhdessä tekemisen kulttuuria. Festivaalituotannossa erityisen mieleistä minulle oli se, että toiminta perustui vapaaehtoisuuteen ja esimerkiksi esiintyjäksi tai tapahtuman tekijäksi sai ilmoittautua kuka tahansa, taustasta riippumatta.

Idea opinnäytetyöhöni lähti huomattessani, että Kauppakeskus Redissä sijaitsevalle Vapaakaupungin Olohuoneelle haettiin työntekijöitä. Aloin tutkimaan paikkaa tarkemmin ja ajatus kauppakeskuksessa sijaitsevasta, kaikille avoimesta ja epäkaupallisesta kaupunkitilasta, joka mahdollistaa myös tapahtumien järjestämisen, sai minut uteliaaksi. Kuka tilaa käyttää ja minkälaisiin tarkoituksiin? Minkälaista toimintaa tämän kaltaisissa tiloissa voisi järjestää, jotta siitä todella tulisi kaikille avoin kohtaamispaikka, eikä ainoastaan uusi nuorisotila tai kirjasto? Koin heti, että tällaiset paikat ovat juuri sitä, mitä kaupungista tällä hetkellä puuttuu. Laitoin hakemuksen avoimeen pestiin ja lisäsin viestiin tiedon tuloillaan olevasta opinnäytetyöstäni. Halusin tietää, josko heillä olisi kiinnostusta selvittää, miten tämmöisestä tilasta saataisiin mahdollisimman paljon irti siten, että kaupunkilaiset ottaisivat paikan mahdollisimman hyvin omakseen.

Tapasin Vapaakaupungin taustalla olevan Helsinki Urban Art ry:n toiminnanjohtajan Jaakko Blombergin. Hän kertoi minulle tarkemmin paikan taustoista, tämänhetkisestä toiminnasta sekä siitä, minkälaisia suunnitelmia heillä on Olohuoneen tulevaisuuden suhteen. Kävi ilmi, että tila on sikäli uniikki, ettei vastaavanlaista ole missään muualla, edes ulkomailla. Tästä syystä päätimme, että lähden opinnäytetyössäni tutkimaan, minkälaiset ihmiset käyttävät tällä hetkellä Vapaakaupungin Olohuonetta ja minkälaisiin tarkoituksiin. Lisäksi halusimme selvittää myös ihmisiltä, jotka eivät ole vierailleet tiloissa, miten he kokevat tilan

ja minkälaisiin tarkoituksiin voisivat kuvitella hyödyntävänsä sitä. Haluan opin-  
näytetyöni kautta tutkia, minkälaisiin tarpeisiin Olohuone kaikille avoimena ja  
epäkaupallisena kaupunkitilana taipuu. Tämä helpottaa Olohuoneen sekä mah-  
dollisten samankaltaisten tilojen avaamista ja toiminnan suunnittelua tulevaisuu-  
dessa sekä mahdollistaa sen, että ne houkuttelevat kävijöitä myös jatkossa.  
Työni toteutetaan tapaustutkimuksena ja päätutkimuskysymykseni on ”Kuinka  
luodaan yhteisöllistä kaupunkikulttuuria Olohuoneeseen ja sen kaltaisiin tiloi-  
hin?”

Koen Olohuoneen kaltaisille tiloille olevan tarvetta ja toivon niiden tulevaisuu-  
dessa lisääntyvän yhä enenevässä määrin. Mukavan ajanviettopaikan lisäksi  
koen, että tämänkaltaisilla matalan kynnyksen epäkaupallisilla kulttuuritiloilla ja  
kohtaamispaikoilla on myös yhteiskunnallista merkittävyyttä, sillä ne voivat  
omalta osaltaan toimia mm. yksinäisyyden ja syrjäytymisen ehkäisijöinä. Ihmi-  
sillä on usein tarve kuulua johonkin, ja he tarvitsevat usein kannustusta yhteisöl-  
liseen toimintaan. Koen, että Olohuoneen sijaitseminen kauppakeskuksessa te-  
kee siitä helpommin lähestyttävämmän kuin jos se sijaitsisi erillisissä tiloissa.  
Kauppakeskukset ovat nykyisin enenevässä määrin merkittävää kaupunkitilaa,  
eivät ainoastaan puhtaasti kaupallista tilaa ja ne ovat paikkoja, joissa monen  
ikäiset ihmiset viettävät aikaa.

Opinnäytetyöni alussa avaan työn teoreettisen viitekehyksen, joka auttaa lukijaa  
ymmärtämään työn kokonaisuuden sekä sen, mihin pohjaan kehittämisehdotuk-  
seni. Tämän jälkeen kerron tarkemmin työn tilaajasta, Helsingin Vapaakaupun-  
gin Olohuoneesta sekä sen toiminnan taustalla olevasta Helsinki Urban Art  
ry:stä. Kerron myös työssäni käytetyistä tutkimuskysymyksistä sekä -menetel-  
mistä, jonka jälkeen avaan kyselyn, havainnoinnin sekä ideointityöpajan tulok-  
set kirjallisesti sekä infograafien avulla. Lopuksi esitän kehittämisehdotuksia, joi-  
hin olen työssäni päätenyt sekä omia ajatuksiani prosessiin liittyen.

Työni aihe on ajankohtainen myös kulttuurituottajan näkökulmasta. Osallistava  
ja yhteisöllinen kaupunkitoiminta sekä epäkaupallisten kaupunkitilojen hyödyn-  
täminen osana avoimia kaupunkitapahtumia ja muuta toimintaa on yleistynyt

merkittävästi. Voisi sanoa, että Suomeen on kehittynyt uudenlainen yhteisöllisen kaupunkikulttuurin aalto viimeisen kymmenen vuoden aikana (Blomberg 2019). Näkisin, että kulttuurituottajat voivat osaltaan olla edistämässä tätä aaltoa ja toimia kaupunkilaistoiminnan edelläkävijöinä, innovatiivisina kehittäjinä sekä toiminnan organisoijina.

Toteutan työni koronapandemian aikana, minkä vuoksi myös siitä johtuvat koontumisrajoitukset ovat voimassa. Vapaakaupungin Olohuone aukesi sulun jälkeen käyttöön helmikuussa 2021 kymmenen hengen kävijärajoituksella. Näin ollen opinnäytetyössäni kuvatut tulokset eivät välttämättä anna täysin todenmukaista kuvaa verrattuna siihen, mitä ilman pandemiaa olisi saatu.

## 2 Kaupunkikulttuuri

Kaupungit kasvavat niin Suomessa kuin maailmallakin ja tämän myötä myös niiden merkitys ja rooli korostuvat. Nykytiedon mukaan yli puolet maailman ihmisistä asuu kaupungeissa ja tulevaisuudessa tämä luku tulee vain kasvamaan. (Sinnemäki 2018.) Helsingin muuttuminen muutaman tuhannen asukkaan pikkukaupungista suurkaupungiksi alkoi jo vuonna 1812, kun Helsinki korotettiin Suomen pääkaupungiksi ja uudet, suuret hallintolaitokset toivat väkeä alueelle. Kaupunki kasvoi pikkuhiljaa, kunnes 1900-luvun lopussa Helsingin nopeasti kasvava teollisuus tarjosi työpaikkoja monille ja maaseudulta alettiin muuttamaan Helsinkiin työn perässä. (Laurila 2009, 11.) Tällöin kaupungistumisessa oli pitkälti kyse kaupunkiseutujen kasvusta ja työssäkäyntialueiden laajentumisesta. Suomessa perustettiin myös 1960-luvulta alkaen useita uusia yliopistoja ja korkeakouluja, jotka ovat olleet merkittävässä roolissa alueellisessa kehityksessä. Koulutuksen ja sivistyksen lisäksi niissä on ollut kyse myös hengenluonnista ja opiskelijakulttuurista. (Koste, Neuvonen & Schmidt-Thomé 2018, 11.)

Noin 1980-luvun loppupuolella Suomen, ja etenkin Helsingin kaupunkikulttuuri mullistui. Elintaso oli alkanut nousta niin, että kaupunki alkoi vapautua poliittisesti, taloudellisesti ja kulttuurillisesti. Uudenlainen kaupunkikulttuuri vakiinnutti asemansa 90-luvun lamavuosina, jolloin pääosassa olivat etenkin ravintolat ja

klubit. Niitä pidettiin uuden kaupunkilaisen keskiluokan kokoontumispaikkoina. Tällöin myös kaupunkimediat kuvasivat ja muokkasivat kaupunkilaisille täysin uudenlaista tapaa elää kaupungissa. (Isonkangas, Karvala & Von Reiche 2000, 5.)

Kaupunkikulttuurilla on vuosien saatossa ollut yhä keskeisempi ja uusia muotoja saava merkitys. Isojen kaupunkien kivijalkana ovat tänä päivänä edelleen vahvat kulttuurilaitokset ja toimijat, mutta kaupungit vilisevät yhä enenevässä määrin myös uusia, rentoja tapahtumia, joissa ratkaisevaa eivät ole tilat tai instituutiot vaan iloinen tunnelma. (Ikonen 2017.) Tämän uudelleen kaupunkikulttuurin edustajia ovat mm. Ravintolapäivä, Siivouspäivä, Arabian katufestivaali, edesmennyt Kalasataman Konttiaukio, Kalasataman Vapaakaupunki, Sompasauna, kaupunginosien kirppispäivät, Kaljakellunta, kaupunginosaliikkeet, block partyt jne. (Blomberg 2019.) Näitä kaikkia ilmiöitä yhdistää se, että ne ovat uutta, yhteisöllistä kaupunkikulttuuria, jota kaupunkilaiset tuottavat omaehtoisesti kaupungin hyväksi. Kaupunkilaisilla on yhä suurempi halu osallistua aktiivisesti oman asuinalueensa kehittämiseen ja uusien toimintatapojen luomiseen. Tätä ovat omalta osaltaan tukeneet mm. talouskriisi, ympäristötietoisuuden kasvu, muualta tulleet vaikutteet ja vanhojen toimintatapojen kyseenalaistaminen. Yhdessä tekemällä voidaan luoda jotain, jota ei olla aikaisemmin tehty. Tämän taustalla on vahvasti mm. sosiaalisen median ja teknologian kehittyminen. Alustana esimerkiksi Facebook mahdollistaa erilaisten ryhmien perustamisen, johon saman asuinalueen ihmiset voivat kokoontua ja kehittää yhdessä jotain, mikä ei aikaisemmin olisi ollut mahdollista. (Blomberg 2019.)

Uusi ja yhteisöllinen kaupunkikulttuuri on merkittävä lisä kaupunkien vetovoimaan ja se luo kaupunkeihin identiteettiä sekä yllättävyyttä. Nuoret aikuiset muuttavat sinne, missä tapahtuu ja on hauskaa. Kaupunkien byrokratia voi halutessaan tehokkaasti estää uuden kaupunkikulttuurin toteutumisen vaatimalla lupia, sulkemalla ovia ja nostamalla hintoja. Toisaalta kaupunki voi myös heittäytyä uuden kaupunkikulttuurin kumppaniksi avaamalla ovia, luottamalla ihmisiin ja suostumalla yhteistyöhön. (Ikonen 2017.)



Miltä näyttää kaupunkikulttuurin tulevaisuus? Otto-Wille Koste, Aleksi Neuvonen ja Kaisa Schmidt-Thomé esittelevät Demos Helsingin julkaisussaan "Kaupungistumisen käännekohdat. Skenaarioita Suomen kaupungistumisen tulevaisuudesta 2039" neljä erilaista skenaariota kaupungistumisen tulevaisuudennäkyistä Suomessa. Kaikissa näissä skenaarioissa esiintyy ajatus kaupunkikulttuurin lisääntyvästä tärkeydestä osana ihmisten elämää. Heidän mukaansa tulevaisuudessa ihmiset hakevat entistä enemmän merkityksellistä tekemistä etenkin erilaisista yhteisöistä. Lisääntyneen vapaa-ajan myötä elävää kaupunkikulttuuria, ei-kaupallista toimintaa sekä uudenlaista julkista tilaa syntyy paljon. Tämän uuden syntyminen on erityisen voimakasta etenkin pienempien kaupunkien keskustoissa sekä isompien kaupunkien reuna-alueilla, joita gentrifikaatio, eli keskiluokkaistuminen ei ole vielä tavoittanut. (Koste, Neuvonen & Schmidt-Thomé 2018, 74.)

Vähittäiskaupan siirtyminen verkkoon vähentää jatkuvasti etenkin kaupunkikeskustojen ja kauppakeskusten vetovoimaa (Koste ym. 2018, 74). Tämän myötä etenkin näihin paikkoihin kaivataan uutta, innovatiivista ja yhteisöllistä kaupunkikulttuuria, joilla saadaan pidettyä kauppakeskukset mielenkiintoisina paikkoina, kun kivijalkakaupat eivät enää houkuttele kävijöitä entiseen malliin. Asuinalueena ihmisiä kiinnostaa tulevaisuudessa entistä enemmän urbaani elinympäristö ja vireä kaupunkikulttuuri ja ne toimivat vähintään yhtä merkittävänä vetoimatekijöinä kuin alueiden tarjoamat työmarkkinat. (Koste ym. 2018, 46, 66.)

## 2.1 Avoin kaupunkitila

Avoin ja julkinen kaupunkitila tarkoittaa usein eri ihmisille erilaisia asioita. Toisille kaupungin rauhallisuus ja hiljaisuus on tärkeää, kun taas toiset nauttivat enemmän aktiivisuudesta ja siitä, että kaupungissa tapahtuu aina jotain. Tämän lisäksi kaupunkilaiset myös käyttävät julkista kaupunkitilaa eri tavalla. Toiset käyttävät kaupunkia tilana, jossa siirrytään paikasta toiseen, eli eräänlaisena läpikulkupaikkana. Toisille taas kaupungin puistot ja virkistysalueet ovat kuin oman olohuoneen jatkoa. Kaupunki on tila, jossa monet erilaiset ihmiset sovittavat yhteen näkemyksiään ja toiveitaan. Näin ollen kaupungin ja kaupunkitilan

voisi nähdä eräänlaisena kompromissina, kaupunkilaisten yhteisen neuvottelun tuloksena. (Mäkinen 2010, 1.)

Kaupunkisuunnittelun pyrkimyksenä on suunnitella kaupunkia kokonaisuutena. Nykyisellä kaupunkisuunnittelulla keskitytään kaupunkitilaan ja erilaisten kohtaamispaikkojen luomiseen. Tämä ilmenee esimerkiksi Helsingin uuden yleiskaavan visioista, sillä kaupunkia ei enää suunnitella pelkkää asukasta varten, vaan myös ei-asukasta tai kadun kulkijaa varten. Erilaiset kohtaamisen nähdään tärkeinä kuntien välisessä kilpailussa, sillä niiden uskotaan synnyttävän ”pöhinää”, joka puolestaan tukee turismia, kulutusta ja luovaa teollisuutta. Ajatellaan, että kiinnostava, elävä julkinen tila ja siinä tapahtuva toiminta kohtaukset mukaan lukien on kulttuurinen resurssi, joka generoi taloudellista hyvinvointia. Samaan aikaan kohtauksiin liittyy myös asukkaan hyvinvoinnin ulottuvuus: Kohtaamispaikat ovat paikkoja, joissa ihmiset kohtaavat ja kuuluvat jollakin tavalla yhteen. Kohtaaminen ja interaktio toisten kanssa ovat yksilölle elämänlaadun ulottuvuus, joka myötävaikuttaa sosiaalisen yhteishengen vahvistamiseen ja paikan identiteettiin. (Häyrynen & Wallin 2017, 242–245.)

Jo 1980-luvun lopulta lähtien erilaisilla avoimilla kaupunkitapahtumilla ja -aktiiviteeteilla on ollut Helsingissä tärkeä rooli uusien julkisten kaupunkitilojen tuottamisessa. Näiden tapahtumien yhteydessä kaupunkilaiset ovat vallanneet kaupunkitilaa, luoneet sille uusia käyttötapoja sekä antaneet täysin uusia merkityksiä. (Lehtovuori 2005, 7.) Tästä hyvänä esimerkkinä toimii Kalasataman metroaseman vieressä sijaitseva avoin kaupunkitila, joka tunnettiin pitkään joutomaa-alueena. Alueella alettiin järjestää kaupunkilaisten toimesta omaehtoista, epäkaupallista ja ilmaista kulttuuritoimintaa kissavideofestivaaleista ulkoilmabileisiin ja näyttelyihin. (Sarhimaa 2015.) Kalasataman alueelle aukesi syksyllä 2018 kauppakeskus Redi, joka lupasi kaupungin asukkaille olevansa ”kaupunki kaupungin sisällä.” Uusi kauppakeskus tarjosi kävijöilleen päivittäistavarakauppojen ja vaatekauppojen lisäksi laajan valikoiman ravintoloita, kahviloita sekä elämyksiä ja viihdettä, kuten elokuvateatterin, vapaalentotunnelin, pelitilan, kiipeilyareenan, skeittiparkin, virtuaalielämyspuiston ja niin edelleen.

Kauppakeskuksen rakentuminen muokkasi reilulla kädellä helsinkiläisten yhteistä ja avointa kaupunkitilaa, johon Kalasataman alueella oli totuttu. Kaupunkisuunnittelua ja tilojen käyttöä hallitsevat taloudelliset voimat ja ne eivät aina käy käsi kädessä kansalaisten turvallisuuden ja vapauden tarpeiden kanssa (Malmberg 2016). Törmäsin uuden kauppakeskus Redin rakentumista ja tämän aiheuttamia muutoksia tutkiessani muutamiin artikkeleihin, blogiteksteihin ja mielipidekirjoituksiin aiheesta, joita olen koonnut alle.

Vaikuttamistyön asiantuntija Veikka Lahtinen (2016) kritisoi mielipidetekstissään ”Helsingin toisesta keskustasta tehdään vielä ensimmäistä kamalampi”, kuinka kivijalkakauppoja, elävää kaupunkia ja toimivaa katutilaa korostavana aikana tuntuu kummalliselta, että kaupunkikehittämisen ytimessä on tylsien ostaritilojen luominen. Hänen mukaansa ostoskeskuksista puuttuu persoonallisuus ja omaehtoisuus, jota avoimelta kaupunkitilalta vaaditaan. Lahtinen pohtii tekstissään myös, kuinka kauppakeskusten kaltaiset kaupunkitilat ovat ristiriidassa Helsingin Yleiskaavan vuoden 2050 vision kanssa. Visio kuvailee vuoden 2050 Helsinkiä ”rohkeasti urbaaniksi, elämää sykkiväksi metropoliksi, jossa on enemmän kivijalkakauppoja, pyöräkaistoja, raitiovaunujen kolinaa, torikahveja, kansainvälisyyttä, kaupunkituottavuutta, rantasaunoja, kaupunginosatapahtumia sekä kävelykatuja. — Ihmiset kerääntyvät julkisille paikoille järjestämään omia tapahtumiaan, tapaamaan toisiaan, viettämään aikaa ja tekemään työtä vuodenajasta ja vuorokauden ajasta riippumatta”. (Helsingin kaupunki 2013.) Kauppakeskusten sijaan Lahtinen toivoisi elettävää kaupunkia, joka mahdollistaa omaehtoisuuden, ajan viettämisen ilman rahaa, ryhmien kokoontumiset, taiteen tekemisen, urheilun, kaupunkitapahtumat ja pienyrittäjyyden. Kaupunkitilan pitäisi hänen mukaansa olla sellaista, että sieltä ei tarvitse pelätä tulevaisuutta häädetyksi pois. ”Kauppakeskukset tyypillisesti ovat juuri niitä tiloja, joissa vallitsevat tiukat normit kävijöiden suhteen”, hän kirjoittaa tekstissään. (Lahtinen 2016.)

Voima Kustannuksen viestintäpäällikkö ja journalisti Antti Kurko (2018) pohtii blogitekstissään, voisiko ei-kaupallista ja avointa kulttuuritoimintaa rakentaa tulevaisuudessa jatkuvalla pohjalla sen sijaan, että kaikki avoin ja ei-kaupallinen

kulttuuritoiminta joutuisi aina väistymään kaupallisuuden ja yritysten tieltä. Hänen mukaansa on ristiriitaista, että Kalasatamaa ja erityisesti kauppakeskus Rediä Dressman-myyvälöineen mainostetaan vapaan kaupunkitilan ja kulttuurin kuvastolla, vaikka todellisuuden vapaa kaupunkitila joutui väistymään Redin tieltä. (Kurko 2018.)

"REDI markkinoi itseään avoimella kaupunkikulttuurilla, jonka se on tuhonnut alleen" (Hirvonen 2018). Näin kirjoitti ylioppilaslehden toimitussihteeri Iida Sofia Hirvonen ylioppilaslehden arvostelussaan "REDI on kauppakeskus, jonka ansaitsemme". Vaikka Redi markkinoi itseään urbaanina kaupunkikulttuurikeskukseksi, on siellä kaikki samat liikkeet ja palvelut, kuten Jungle Juicet, Cubukset, ja Haloset, kuin kaikkialla muuallakin. Hirvosen mukaan kauppakeskus on avattu keskeneräisenä, jotta voitaisiin korostaa sen aitoa tunnelmaa rouheassa kaupunginosassa. (Hirvonen 2018.)

Kaiken kritiikin keskellä on vaikea löytää positiivisessa sävyssä kirjoitettuja arvosteluja Redistä. Kurko (2018) mainitsee blogitekstissään, että Redi poikkeaa positiivisesti muista kauppakeskuksista siinä, että perusliikkeiden lisäksi joukosta löytyy myös muutama persoonallisempi toimija, kuten WeFoodin hävikki-ruokakauppa. (Kurko 2018.) Redi sai positiivista palautetta myös esimerkiksi yhteistyöstään Tuska-festivaalin kanssa vuonna 2019, jolloin festivaalin rannekkeiden vaihto sekä kulku itse tapahtumaan hoidettiin kauppakeskuksen kautta. Yhteistyö sujui ongelmitta vastoin monien kävijöiden ennakkosenteitä. Tilassa oli käytetty useampaa eri reitinvalintaa tukevaa tekijää, kuten selkeitä opasteita ja ohjeistuksia sekä onnistunutta ennakkoviestintää. (Riste 2019.)

## 2.2 Yhteisöllisyys

Yhteisöllisyyden käsite on noussut viime vuosina vahvasti esille laajasti yhteiskunnallisena kysymyksenä. Yhteisöllisyyteen liitetään usein sosiaalisia odotuksia sekä monenlaisia jännitteitä, mutta myös myönteisiä mielikuvia. (Paasivaara & Nikkilä 2010, 9.) Ihmiset kaipaavat yhteisöllisyyttä, joka koostuu yhdessä olemisesta ja tekemisestä, vuorovaikutuksesta, henkilökohtaisesti merkittävistä

suhteista, luottamuksesta sekä yhteenkuuluvuuden tunteesta. Yhteisöllisyyttä on usein käytetty yleiskäsitteenä kuvaamaan ihmisten välistä yhteistyötä ja monenlaisia yhteistyömuotoja. Yhteisöllisyyttä voidaan ymmärtää myös laajemmasta makronäkökulmasta, jolloin painotetaan väestöalueeseen perustuvaa yhteisöllisyyttä. Tällöin kyseessä voi olla esimerkiksi kylä, kaupunginosa tai esimerkiksi maaseutuyhteisö. (Paasivaara & Nikkilä 2010, 11.)

Klassisen sosiologian edustajat Ferdinand Tönnies, Émile Durkheim, Georg Simmel ja Max Weber määrittivät sosiaalisen siteen ja yhteenkuuluvuuden tunteen eräänlaiseksi ”sosiaaliseksi sentimentiksi”. Tämä tarkoittaa sitä, että yhteisöllisyydessä on tärkeää juuri emotionaalinen kokemus yhteisöön kuulumisesta. (Aro 2011, 38.) Kuuluminen on perinteisesti ollut niin identiteetin rakentumisen kuin yhteisyydenkin kriteeri. Ihmisillä on tarve ja halu kuulua erilaisiin ryhmiin, yhteisliittymiin ja yhteisöihin. Kuuluminen voi olla myös normatiivista, sosiaalisen viitekehysten säätelemää tai joskus halutaan kuulua vain kiinnostuksen vuoksi, ilman sen kummempia sitoumuksia tai osallistumista. Kuulumiseen liittyy vahvasti myös yhteenkuuluvuuden tunne, jota korostetaan usein yhteisyyttä ja yhteisöllisyyttä määritettäessä. (Kangaspunta, Aro & Saastamoinen 2011, 256.)

Durkheim näki, että ihmisen yksilöllisyyden merkitys kasvaa kaupungistumisen myötä, mutta se ei kuitenkaan täysin tuhoa tai poissulje myöskään yhteisöllisyyttä. Sen sijaan hän koki, että se on mahdollisuus uudenlaisen, urbaanin yhteisöllisyyden luomiselle. Simmel taas näki urbaanin yksilöllistymisen suurena haasteena. Hänen mielestään suurkaupunkilaisen elämä saattaa pahimmillaan johtaa ongelmallisiin muotoihin, kuten tunteettomuuteen, yksinäisyyteen ja tyyliin liioitteluun yksilöllisessä erottautumisessa (Aro 2011, 45).

Sosiologiassa yhteisön käsite nähdään usein vastakohtana yhteiskunnan käsitteelle, jonka mukaan ”yhteisö on jotakin orgaanista, luonnollista, jota perinne on ylläpitänyt”. Yhteiskunta sen sijaan on usein modernia ja sopimuksellista, joka omalta osaltaan hävittää luonnollisuuden. (Saastamoinen 2009, 37–39.) Havaintoni mukaan tämän vuoksi yhteisöllisyyttä ja esimerkiksi yhteisöllistä toimin-

taa on tärkeää ylläpitää tarkoituksenmukaisesti ihmisten toimesta. Tätä helpottamaan luodaan yhä enenemissä määrin sosialisoitumiseen ja yhteen tulemiseen tarkoitettuja tiloja, johon kuka tahansa voi tulla omana itsenään. Tämän kaltaisissa tiloissa yhteisöt syntyvät ja kehittyvät parhaassa tapauksessa luonnollisesti itsestään, ilman ylhäältä tulevaa pakotusta.

Yhteisöllisyydestä puhuttaessa on hyvä muistaa, ettei se rajoitu ainoastaan julkisiin tiloihin. Sitä syntyy myös projekteissa ja prosesseissa, joissa ollaan tekemisissä toisten kanssa. Esimerkiksi Helsingissä pyritään lisäämään urbaanisuutta kaupunkisuunnittelun keinoin ja edistämään kohtaamisia tiivistämällä esikaupunkeja, mutta samanaikaisesti tukemalla esikaupunkien yhteisöllisyyttä lisäämällä niihin erilaisia kulttuuri- ja taideprojekteja. Nykyisin kaupunkisuunnittelussa ei oleteta, että pystyttäisiin luomaan suoraan kiinteitä yhteisöjä vaan sen sijaan pyritään luomaan paikkoja, jotka edistäisivät ihmisten kohtaamisia. (Häyrynen & Wallin 2017, 246.) Eri ryhmien ja yhteisöjen olemassa olevat verkostot alueella sekä yhteinen asukastila mahdollistavat projektien toteutumisen, jonka johdosta ihmisten välinen vuorovaikutus ja yhteisöllisyyden tunne voivat lisääntyä (Häyrynen & Wallin 2017, 244–245).

### **3 Tutkimustapaus: Kalasataman Vapaakaupungin Olohuone**

Opinnäytetyöni tutkimuskohteena on Kalasataman Vapaakaupungin Olohuone Kauppakeskus Redissä. Olohuone on epäkaupallinen ja avoin tila, jonne kuka tahansa voi tulla esimerkiksi viettämään aikaa, lukemaan kirjoja ja lehtiä, tekemään töitä, opiskelemaan tai osallistumaan tapahtumiin ja työpajoihin. Tilalla on kokoa lähes 600 neliötä, joten tilassa voi järjestää paljon erilaista toimintaa samaan aikaan. Tiloista löytyy myös Vapaakaupungin Verstas, jossa on erilaisia materiaaleja ja työkaluja askartelua, ompelua ja muita käsitöitä varten. Olohuoneen tavoitteena on luoda tilaa omaehtoiselle toiminnalle, vapaudelle, yhdessä tekemiselle ja yhteisöllisyydelle sekä taiteelle, kulttuurille ja ihmisille. (Kalasataman Vapaakaupunki.)

Helsingin Kalasatama on alueena tullut viime vuosina tunnetuksi monesta väliaikaisesta toiminnastaan, kuten konttiaukiosta, kaupunkiviljelmistä, graffiteista, skeittauksesta, Sompasaunasta sekä erilaisista tapahtumista. Vapaakaupungin Olohuonetta ylläpitävä Helsinki Urban Art haluaa säilyttää tämän Kalasataman hengen, joka on tuonut kaivattua vapautta keskelle kaupunkia. Olohuone antaa mahdollisuuden tehdä ja ennen kaikkea kokeilla, mitä kaikkea kaupunkilaiset voivat yhdessä saada aikaan. (Kalasataman Vapaakaupunki.)



Kuva 1. Vapaakaupungin Olohuone ulkoa 20.4.2021, kuva: Julia Keinänen.

Suomessa on hyvin vähän epäkaupallisia tiloja, joihin kaupunkilaiset voisivat mennä viettämään aikaa ja tapaamaan muita ihmisiä. Tila on ainutlaatuinen, sillä se sijaitsee kauppakeskuksessa ja siitä pyritään tekemään kaupunkilaisten näköinen, täysin vapaan toiminnan tila. Tästä syystä sillä ei ole tarkkoja toimintamalleja tai -rakenteita, sillä sitä ei tulla juurikaan ohjailemaan ylhäältä päin. Näin tila luo myös vastapainoa valmiille ja tarkoin suunnitellulle kaupungille. Rahoituksen sekä tilat hankkeelle tarjoaa kauppakeskus Redi. (City.fi 2018.)

Kalasadaman Vapaakaupungin toiminta alkoi alun perin kesällä 2018, kun Suvi-lahteen rakennettiin kahdeksi kuukaudeksi uusi, kaikille avoin kaupunkikulttuurin keidas. Paikka rakentui alueen perinteitä kunnioittaen konttien ympärille, jotka mukautuivat erilaisten tapahtumien näyttämöksi. Paikka tarjosi kävijöilleen grillausmahdollisuudet sekä puiston kaupunkiviljelyaluetta. Alueella kuka tahansa sai myös järjestää tapahtumia, kunhan ne sopivat Vapaakaupungin arvoihin ja henkeen. Yhdistys auttoi järjestelyjen kanssa ja tarjosi esimerkiksi sähköt, äänitekniikan ja ääniteknikon palvelut tapahtumanjärjestäjien käyttöön maksutta. Vapaakaupungin kesätoiminta saavutti lopulta niin suuren suosion, että sen toimintaa päätettiin jatkaa uudessa muodossa kaupunkikeskus Redissä, jonne se aukesi vuonna 2018. (Kalasadaman Vapaakaupunki.)



Kuva 2. Vapaakaupungin Olohuone sisältä, kuva: Julia Keinänen.

## Helsinki Urban Art ry

Helsinki Urban Art ry on Vapaakaupungin Olohuoneen toimintaa ylläpitävä yhdistys, jonka tavoitteena on tuoda taidetta entistä enemmän osaksi ihmisten elämää. Yhdistys sai alkunsa Lisää katutaideä Helsinkiin -projektista vuonna 2016. Projektin nimissä toteutettiin useita kaupunkiympäristöä elävöittäviä katu-taideteoksia, jonka jälkeen Helsinki Urban Art laajensi toimintaansa. Nykyisin yhdistys pyrkii tuomaan taidetta katukuvaan entistä enemmän ja monipuolisem-



min. Helsinki Urban Art on tuottanut Itä-Pasilaan yli 80 katutaideteosta ja vuodesta 2019 asti se on pyörittänyt myös Pasilan kaupunkitaidekeskuksen toimintaa. Helsinki Urban Art toimii niin eri puolilla Helsinkiä kuin muuallakin Suomessa. (Helsinki Urban Art.)

Katutaideteosten lisäksi yhdistyksen tavoitteena on tuoda esiin uusia tapoja käyttää kaupunkitilaa, luoda yhteisöllistä kaupunkikulttuuria sekä tätä kautta etsiä ratkaisuja yhteiskunnallisiin ongelmiin. Yhdistyksen projekteja ovat Vapaakaupungin Olohuoneen lisäksi mm. Pasilan katutaidekaupunginosa, eri puolilla kaupunkia sijaitsevat muraalit, katutaidekierrokset, työpajat sekä Kera-Kollektiivi, jonka tavoitteena on luoda Inexin vanhasta logistiikkakeskuksesta uutta kaupunkikulttuurin keskittymää, Keran Halleja. (Helsinki Urban Art.)

## 4 Tutkimuskysymykset

Opinnäytetyöni tavoitteena on selvittää, kuinka Vapaakaupungin Olohuoneeseen ja sen kaltaisiin tiloihin saadaan luotua yhteisöllistä kaupunkikulttuuria. Saadakseni tähän vastauksen tutkin Olohuoneen nykyistä toimintaa ja kävijöitä sekä sitä, mihin tarkoituksiin he tiloja tällä hetkellä käyttävät. Tutkin myös sitä, minkälaisiin tarkoituksiin kaupunkilaiset haluaisivat tiloja käyttää.

### **Pääkysymys:**

Kuinka luodaan yhteisöllistä kaupunkikulttuuria Vapaakaupungin Olohuoneeseen ja sen kaltaisiin tiloihin?

### **Alakysymykset:**

Minkälaisiin tarkoituksiin Olohuoneen tämänhetkiset kävijät käyttävät tilaa?

Minkälaisia toiveita kaupunkilaisilla on Olohuoneelle?

Kuinka kehittää Vapaakaupungin Olohuoneen toimintaa eri kävijöille houkuttelevaksi?

## 5 Tutkimuksellisen kehittämistyön menetelmät

Valitsen opinnäytetyöni lähestymistavaksi tapaustutkimuksen, sillä tavoitteenani on saada tietoa Olohuoneen kävijöistä sekä tuottaa uusia kehittämissuhteita. Tapaustutkimuksen tavoitteena on tuottaa tutkittua tietoa tutkittavasta kohteesta sekä pyrkiä ymmärtämään syvällisesti kohteen tilannetta tai tuottaa tutkimuksen keinoin uusia kehittämissuhteita. Tapaustutkimukselle on tyypillistä, että tapausten tutkimiseen käytetään useita erilaisia tiedonhankintamenetelmiä. Näin varmistetaan, että kohteesta saadaan mahdollisimman syvälinen ja kokonaisvaltainen kuva. (Ojalahti ym. 2014, 37.)

Tavoitteenani on tutustua Olohuoneen toimintaan mahdollisimman kokonaisvaltaisesti ja tutkia sitä myös eri näkökulmista. Kerään opinnäytetyön aineistoa kolmella eri tavalla: kyselytutkimuksella, havainnoimalla sekä ideointityöpajalla, jonka tarkoituksena on ideoida uusia tapoja kehittää Olohuoneen toimintaa kyselyn vastausten sekä havainnoinnin pohjalta. Haluan varmistaa, että saan kattavasti tietoa sekä Olohuoneen kävijöiltä että ihmisiltä, jotka eivät ole koskaan vierailleet tiloissa.

Kehittämistyö voidaan nähdä yksinkertaisena muutostyön prosessina, johon kuuluu kehittämissuhteiden selvittäminen, tavoitteiden asettaminen sekä suunnitelma siitä, miten tavoitteisiin voidaan päästä. Prosessin kautta tarkastelu auttaa kehittämistyön järjestelmällistä etenemistä ja näin ollen ottamaan huomioon asiat, jotka kussakin vaiheessa olisi hyvä tehdä ennen siirtymistä seuraavaan vaiheeseen. (Ojasalo, Moilanen, Ritalahti 2014, 22.). Aloitan oman kehitysprosessini keskustelemalla Helsinki Urban Art ry:n toiminnanjohtaja Jaakko Blombergin kanssa Olohuoneen tämänhetkisestä toiminnasta, onnistuneiksi koetuista asioista sekä mahdollisista kehityskohteista. Pohdimme yhdessä, mitä asioita haluamme paikan kävijöiltä selvittää ja mitkä tiedot hyödyttäisivät mahdollisimman paljon prosessin etenemistä ja tavoitteisiin pääsyä. Tämän keskustelun pohjalta luon kehittämistyölle aikataulun, tavoitteet, lähestymistavan sekä menetelmät, kuinka tavoitteisiin päästään.

## 5.1 Kysely

Yhtenä aineistonhankintamenetelmänä toteutan paperisen sekä sähköisen kyselyn. Se sopii erityisesti tutkimuksiin, jossa tutkittava aihealue tunnetaan jo ennestään hyvin, mutta halutaan varmistua sen paikkansa pitävyydestä. Kyselyä voidaan käyttää hyvin esimerkiksi lähtötilanteen selvittämiseen tai loppuvaiheessa kehittämistyön saavutettujen tulosten arviointiin. Kyselyssä kysytään yleensä samaa asiaa samalla tavalla isolta joukolta. Tämä mahdollistaa ison otannan vastauksia ja tätä kautta laajan tutkimusaineiston. (Ojala ym. 2014, 40.)

Tutkimuksen yhtenä tavoitteena on saada kokonaiskäsitys Olohuoneen tämänhetkisistä kävijöistä ja heidän toiveistaan paikan suhteen. Lisäksi kysely on tehokas tapa tavoittaa myös kaupunkilaiset, jotka eivät ole vierailleet tiloissa. Heiltä haluan selvittää, minkälaisiin tarkoituksiin he voisivat kuvitella käyttävänsä tämän kaltaista kaupunkitilaa. Vaikka Olohuoneen työntekijöillä on jo ennestään käsitystä siitä, minkälaisiin tarkoituksiin tiloja käytetään, antaa kysely mahdollisuuden selvittää, käyttävätkö samat kävijät tilaa moneen eri tarkoitukseen tai onko esimerkiksi jokin tietty ikäryhmä, joka selkeästi hyödyntää tiloja vain tiettyyn tarpeeseen. Toisaalta kaupungissa asuu paljon ihmisiä, jotka eivät ole koskaan kuulleet kyseisestä paikasta ja tästä syystä on mielestäni tärkeää suunnata kysely myös heille. Kysely on tehokas tapa selvittää myös vastaajien ajatuksia siitä, kuinka tärkeänä tämän kaltaisen epäkaupallisen tilan olemassaolo nähdään osana kaupallisia tiloja.

## 5.2 Havainnointi

Havainnointi on tutkimuksellisen kehittämistyön menetelmä, jonka avulla on mahdollista saada tietoa esimerkiksi siitä, miten ihmiset käyttäytyvät ja mitä tapahtuu luonnollisessa toimintaympäristössä. Tutkimuksellisessa havainnoinnissa on tärkeä muistaa, että se ei ole vain satunnaista katselemista vaan systemaattista tarkkailua. Havainnointia käytetään joko itsenäisesti tai yleensä

haastattelun tai esimerkiksi kyselyn lisänä ja tukena. Havainnoinnin avulla voidaan täydentää kyselyjä ja haastatteluja tai niillä voidaan täydentää havainnointia. Havainnoinnin avulla päästään tapahtumien luonnollisiin ympäristöihin ja se antaa tietoa siitä, toimivatko ihmiset siten kuin sanovat toimivansa. (Ojala ym. 2014, 114.)

Koen, että havainnointi on tehokas keino saada tietoa Olohuoneen kävijöistä ja siitä, mitä he tiloissa tekevät. Vallitsevan koronapandemiatilanteen ja siitä johtuvien kävijärajoitusten vuoksi en usko saavani havainnoimalla täysin todenmukaista dataa esimerkiksi Olohuoneen kävijämääristä. Haluan kuitenkin havainnoida tiloissa muutamana päivänä ja käyttää saamaani dataa tukemaan kyselyn tuloksia.

### 5.3 Ideointityöpaja

Ideointityöpaja on menetelmä, jonka tavoitteena on tuottaa ideoita ryhmässä. Yleisemmin menetelmää kutsutaan myös aivoriiheksi. Ideointityöpajassa ryhmä pyrkii vetäjän johdolla ideoimaan uusia lähestymistapoja tai ratkaisua esimerkiksi ongelmaan. Ideointipajassa on ensiarvoisen tärkeää, että kaikilla osallistujilla on mahdollisuus kertoa oma mielipiteensä. (Ojala ym. 2014, 160.)

Ideointityöpajan tarkoituksena on purkaa kyselyssä ja havainnoinnissa ilmenneitä tuloksia ideointiryhmälle, joka koostuu Vapaakaupungin työntekijöistä sekä toiminnanjohtaja Jaakko Blombergista. Haluan päästä kuulemaan heidän ajatuksiaan annetusta palautteesta ja tuloksista. Koen, että ideointityöpaja on tehokas tapa ideoida uutta sekä kuulla kaikkien ajatuksia siitä, mikä tällä hetkellä toimii ja mihin asioihin voisi tehdä muutoksia, jotta tila palvelisi kävijöitä entistä paremmin.

## 6 Tulokset

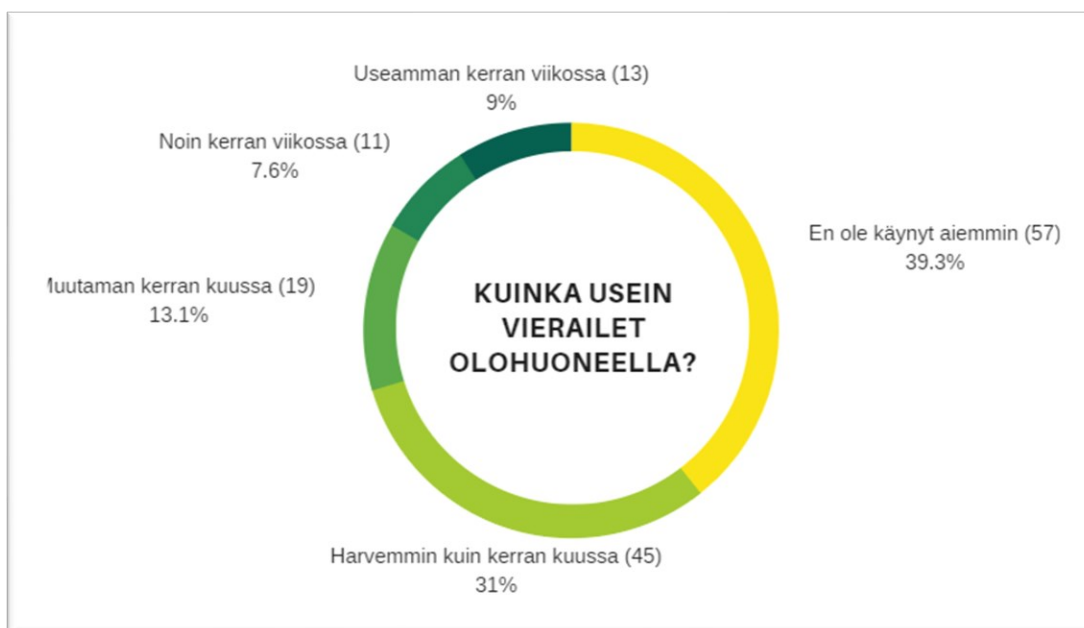
### 6.1 Kysely

Kyselytutkimukseen vastasi 145 henkilöä ja se toteutettiin aikavälillä 22.2.–7.3.2021. Keräsin vastauksia Google Forms -verkkokyselylomakkeen kautta sekä fyysisinä paperilomakkeina, jotka vein Olohuoneelle. Jaoin kyselyn useisiin Kalasataman lähialueiden Facebook-ryhmiin, sillä havaintoni mukaan niissä on paljon eri ikäisiä ihmisiä. Pyysin myös Rediä jakamaan kyselyn omilla Facebook-sivuillaan. Suuntasin kyselytutkimuksen kaikille kaupunkilaisille, jonka johdosta vastauksia tuli sekä kävijöiltä, jotka ovat vierailleet Olohuoneella, että henkilöiltä, jotka eivät ole koskaan käyneet tilassa.

Kysely sisälsi pakollisia, vapaaehtoisia, avoimia, suljettuja ja monivalintakysymyksiä. Esittelen alla osan vastauksista sanallisesti ja osittain graafisten taulukoiden avulla. Tarkastelen ja vertailen tuloksia osittain kahdesta näkökulmasta: vastaajien, jotka ovat vierailleet Olohuoneella sekä vastaajien, jotka eivät ole vierailleet Olohuoneella, sillä heillä kysymykset tai kysymysten asetelut olivat osittain erilaiset. Vastauksissa oli jonkin verran hajontaa, sillä tiloissa vierailleiden vastaajien vastaukset perustuivat kokemukseen tilasta, kun taas ei-käyneiden vastaukset perustuivat pitkälti mielikuviin.

### 6.1.1 Tilan nykykäyttö ja kävijät

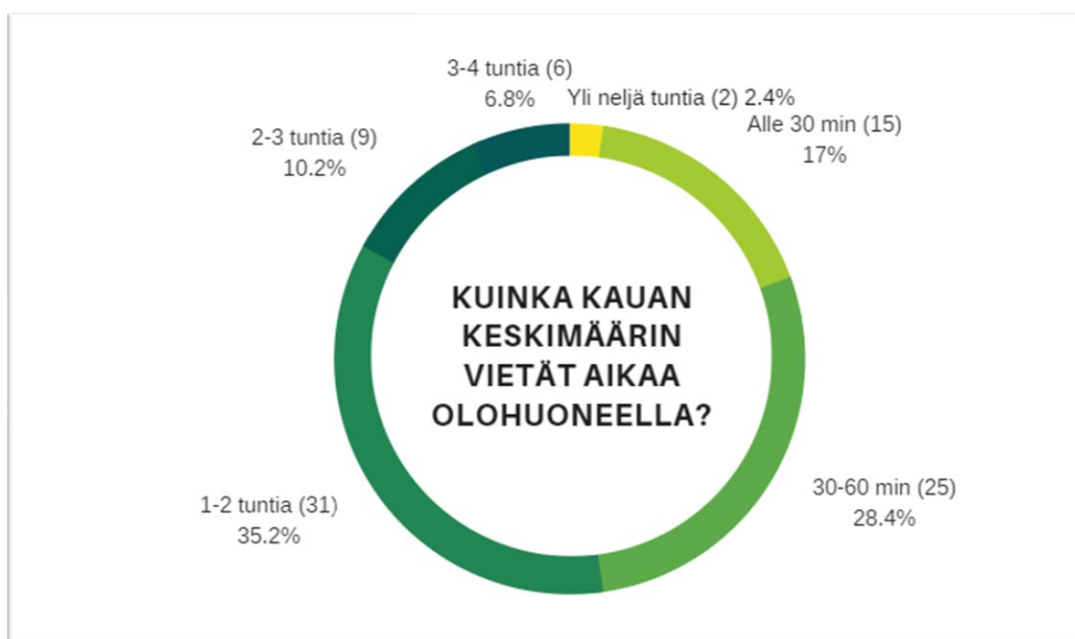
#### Demografiset tekijät



Kuvio 1. Kalasataman Vapaakaupungin Olohuoneen kävijäkysely (2021). Kuinka usein vieraillet Olohuoneella?

Vastaajien suurimmat ikäluokat olivat 20–29-vuotiaat (46,1 %) sekä 30–39-vuotiaat (21,3 %). Vähiten vastauksia kyselyyn tuli yli 50-vuotiailta (13,5 %). Yhtenä syynä vanhempien vastaajien vähäiseen määrään todennäköisesti on, että monien silmissä Olohuone mielletään nuoremman väen paikaksi. Näin ollen vanhemmat vastaajat saattoivat kokea, että kyselyä ei ole suunnattu heille, vaikka kyselylomakkeella tuotiinkin ilmi, mikä Olohuone on ja kenelle se on suunnattu. Sukupuolekseen vastaajat jakautuivat naisiin (60 %), miehiin (33 %) ja muihin (1 %). Noin 6 % vastaajista ei halunnut ilmoittaa kyselyssä sukupuoltaan. Valtaosa vastaajista (n. 80 %) oli Helsingistä, 10 % Espoosta tai Vantaalta ja 5 % muualta Suomesta. Noin 5 % vastaajista ei halunnut ilmoittaa asuinpaikkaansa.

Kaikista vastaajista yli puolet (60 %) vastasi vierailleensa Olohuoneella aikaisemmin. Vastaajat, jotka vastasivat käyvänsä Olohuoneella harvemmin kuin kerran kuukaudessa, koostuivat pitkälti kävijöistä, jotka ovat käyneet tiloissa aktiivisesti ennen koronapandemiaa, esimerkiksi työpajoissa tai tapahtumissa. Sen sijaan kävijät, jotka vastasivat käyvänsä Olohuoneella viikoittain, koostuvat suurimmaksi osaksi ihmisistä, jotka käyttävät tilaa tällä hetkellä esimerkiksi etätöiden tekemiseen tai kirjanvaihtohyllyn käyttämiseen.



Kuvio 2. Kalasataman Vapaakaupungin Olohuoneen kävijäkysely (2021). Kuinka kauan keskimäärin vietät aikaa Olohuoneella?

Suuri osa (35 % vastaajista) viettää tiloissa kerrallaan keskimäärin 1–2 tuntia tai 30–60 minuuttia (28 % vastaajista). Tällä hetkellä eniten aikaa tiloissa viettävät kävijät, jotka tulevat Olohuoneelle opiskelemaan tai työskentelemään. Suurin osa (n. 80 %) vastaajista yhdistää Olohuoneella käynnin muuhun asiointiin Re-dissä (esim. lounas, ruokaostokset ja muut ostokset.)

### Olohuoneen kävijät

Vastausten perusteella kävijät voidaan jakaa kolmeen ryhmään sen perusteella, miten he käyttävät tilaa. Nämä ryhmät ovat opiskelijat ja työskenteelijät (40 % vastaajista), Olohuoneen toiminnan ja tarjonnan käyttäjät, kuten tapahtumissa

ja työpajoissa kävijät, verstaan, lautapeliä tai kirjanvaihtohyllyn käyttäjät ja taidenäyttelyn kiertäjät (40 % vastaajista) sekä oleskelijat (20 % vastaajista). Olohuoneen toiminnan ja tarjonnan käyttäjistä selkeästi suuri osa hyödyntää tilaa useampaan käyttötarkoitukseen (esimerkiksi oleskeluun sekä verstaan ja/tai kirjalyllyn käyttöön.)



#### Opiskelijat ja työskentelijät

Noin 40 % vastaajista vastasi käyttävänsä Olohuonetta pääasiassa opiskeluun ja etätyöskentelyyn. Heille tärkeää on, että heillä on rauhallinen tila, jossa he voivat keskittyä rauhassa työntekoon tietokoneen ja take away -kahvin kanssa. Heistä lähes kaikki pitivät myös melko tärkeänä tai erittäin tärkeänä mahdollisuutta omien eväiden syötiin. Heidän vastauksistaan Olohuoneen parhaiksi puoliksi nousi rauhallisuus sekä rento ja mutkaton ilmapiiri. Myös tilojen iso koko, siisteys, sijainti sekä pöytien riittävä määrä saivat kiitosta.



#### Olohuoneen muun toiminnan ja tarjonnan käyttäjät

Noin 40 % kävijöistä vastasi hyödyntävänsä pääasiassa Olohuoneen tarjoamaa toimintaa ja tarjontaa. Puolet vastaajista, jotka vastasivat käyvänsä tapahtumissa, erittelivät käyneensä Olohuoneella joogassa tai pilateksessa. Heidän mielestään parasta Olohuoneessa on sijainti, maksuttomuus, laajat, houkuttelevat ja monenlaisen toimintaan muovautuvat tilat, epäkaupallisuus sekä rento tunnelma.



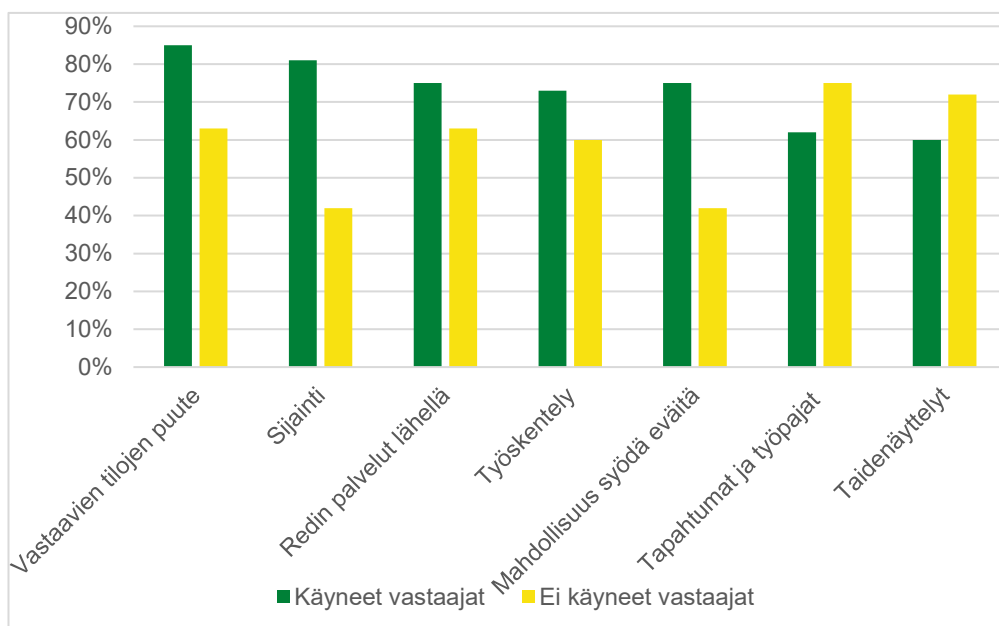
#### Oleskelijat

Oleskelijat käyttävät tiloja hengähdyspaikkana esimerkiksi ennen töihin menoa tai kauppakeskuksessa asiointin yhteydessä. Heille on tärkeää, että kauppakeskuksessa on tila, johon tulla lepäämään, rentoutumaan, lukemaan kirjaa tai lehteä tai lataamaan puhelinta. Havainnoidessa huomasin, että osa kävijöistä tulee tiloihin etenkin koronapandemian ja ravintolasulkujen aikana ainoastaan syömään eväitä, kun muihin tiloihin ei saa mennä. Heidän vastauksissaan Olohuoneen parhaiksi puoliksi nousivat sohvot, rentous sekä ystävällinen ilmapiiri ja tunnelma. Valtaosa koki myös tärkeänä, että tilassa on mahdollisuus olla rauhassa ja oleskella vapaasti.

Kuvio 3. Olohuoneen kävijätyypit.



## Syyt vieraillla Olohuoneella



Kuvio 3. Kalasataman Vapaakaupungin Olohuoneen kävijäkysely (2021). Minkälaisista syistä voisit kuvitella vierailevasi Olohuoneella/Kuinka tärkeinä pidät seuraavia syitä vieraillla Olohuoneella?

Tarkastelin ja vertailin keskenään, kuinka tärkeäksi vastaajat kokivat erilaiset syyt vieraillla Olohuoneella. Kysymykset oli aseteltu ei-käyneille vastaajille muotoon ”Minkälaisista syistä voisit kuvitella vierailevasi Olohuoneella? (asteikolla erittäin todennäköisesti, melko todennäköisesti, melko epätodennäköisesti ja erittäin epätodennäköisesti). Olohuoneella käyneille vastaajille kysymys oli aseteltu muotoon ”Kuinka tärkeinä pidät seuraavia syitä vieraillla Olohuoneella? (asteikolla erittäin tärkeä, melko tärkeä, ei kovin tärkeä ja ei lainkaan tärkeä).

Vastauksissa on hieman hajontaa Olohuoneella käyneiden ja ei-käyneiden vastaajien välillä. Käyneistä vastaajista suurin osa (85 %) kokee melko tärkeäksi tai tärkeäksi syyksi Olohuoneella vierailulle vastaavanlaisten tilojen puutteen. Ei-käyneistä vastaajista tämän kokee tärkeäksi myös yli puolet vastaajista (63 %.) Havaintoni mukaan moni, joka ei ole käynyt tiloissa, saattaa mieltää sen kirjastomaiseksi tai vaihtoehtoisesti nuorille suunnatuksi tilaksi. Paikkana Olohuone on niin omanlaisensa ja uniikki, että sen tunnelman ymmärtää täysin vasta, kun on vierailut paikan päällä. Tämä näkyi myös avoimissa vastauksissa, sillä suuri osa Olohuoneella käyneistä vastaajista mainitsi paikan parhaiksi puoliksi tilan ja siellä vallitsevan rennon tunnelman.

Ei-käyneiden vastaajien keskuudessa korostui, että heille todennäköisimpiä syitä vieraillla Olohuoneella olisivat erilaiset aktiviteetit, kuten tapahtumat (82 % vastaajista), taidenäyttelyt (72 % vastaajista) ja työpajat (68 % vastaajista). Avoimissa vastauksissa kävi myös ilmi, että heidän osaltaan kiinnostusta tämän kaltaiseen tilaan selkeästi löytyy, mutta kynnyksensä paikan päälle muuten vain, on korkea. Moni ei-käyneistä vastaajista siis tarvitsisi jonkin syyn, kuten tapahtuman tai työpajan, jonka verukkeella tulla tiloihin.

Vain noin 34 % Olohuoneella käyneistä vastaajista ja 30 % ei-käyneistä vastaajista kokee, että uusien ihmisten tapaaminen on heille tärkeä tai todennäköinen syy vieraillla Olohuoneella. Useammassa avoimissa vastauksissa kuitenkin nostettiin esiin, että Olohuone koetaan yhteisöllisenä paikkana ja tila olisi hyvä paikka järjestää sosialisointitapahtumia. Havainnoinnissa kävi ilmi, että valtaosa kävijöistä tulee paikalle yksin, joten tässä tuloksessa saattavat näkyä koronapandemian aiheuttamat rajoitukset. Moni saattaa tällä hetkellä viettää aikaa mieluummin yksin tai ystävän kanssa kuin tavata uusia ihmisiä. Huomionarvoista on, että yli 50-vuotiaat vastaajat kokivat kyselyssä nuorempia vastaajia tärkeämmäksi uusien ihmisten tapaamisen vieraillessaan Olohuoneella.

### Mikä on parasta Olohuoneessa?

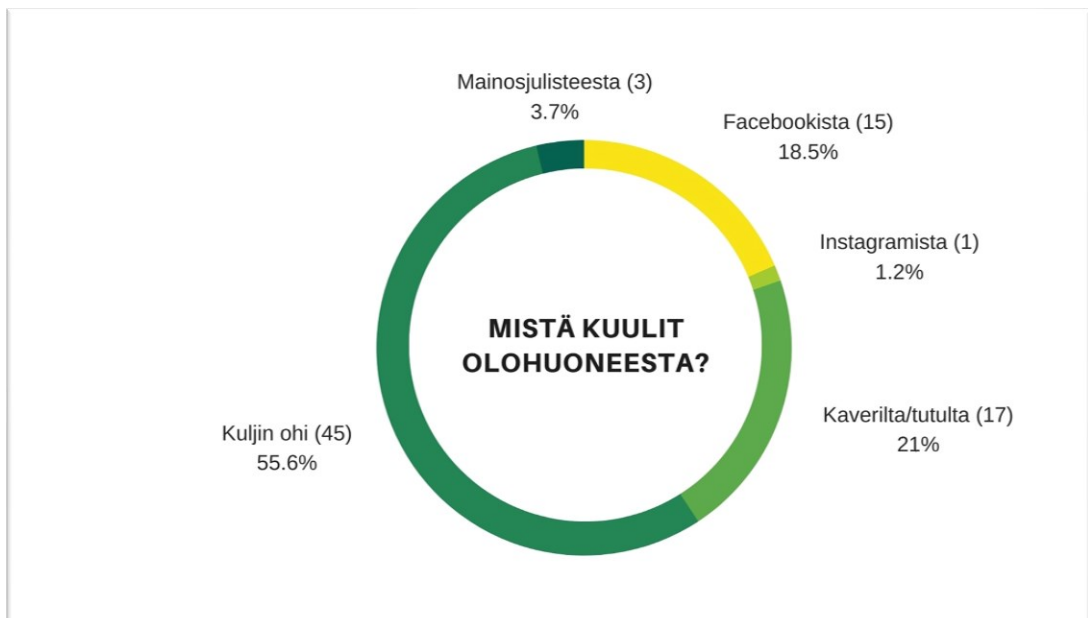


Kuvio 4. Kalasataman Vapaakaupungin Olohuoneen kävijäkysely (2021). Mikä on parasta Vapaakaupungin Olohuoneessa?



nipuolisesti ja huomionarvoista on, että eri ikäiset kävijät toivoivat paikalta hie-  
man erilaisia asioita. Alle 20-vuotiaat selkeästi toivovat saavansa tilan, jossa  
viettää rauhassa aikaa yksin tai kavereiden kanssa. 20–29-vuotiaat toivoivat  
suurimmaksi osaksi askarteluun ja taiteisiin liittyviä työpajoja. Tämän ikäryhmä  
toiveissa toistui useasti myös musiikkitapahtumat sekä joogaa, tanssi ja muut  
liikunnalliset aktiviteetit. Perheelliset, suurimmaksi osaksi 30–39-vuotiaat vas-  
taajat toivovat lapsille suunnattuja työpajoja ja tapahtumia ja yli 60-vuotiaat vas-  
taajat mm. käsityö- ja neulomiskerhoja, lukupiiriä sekä muuta yhteisöllistä toi-  
mintaa. Lisäksi iso osa eri ikäisistä vastaajista nosti avoimissa vastauksissa  
käyneensä Olohuoneella järjestettävässä joogassa, mitä he toivovat myös lisää.

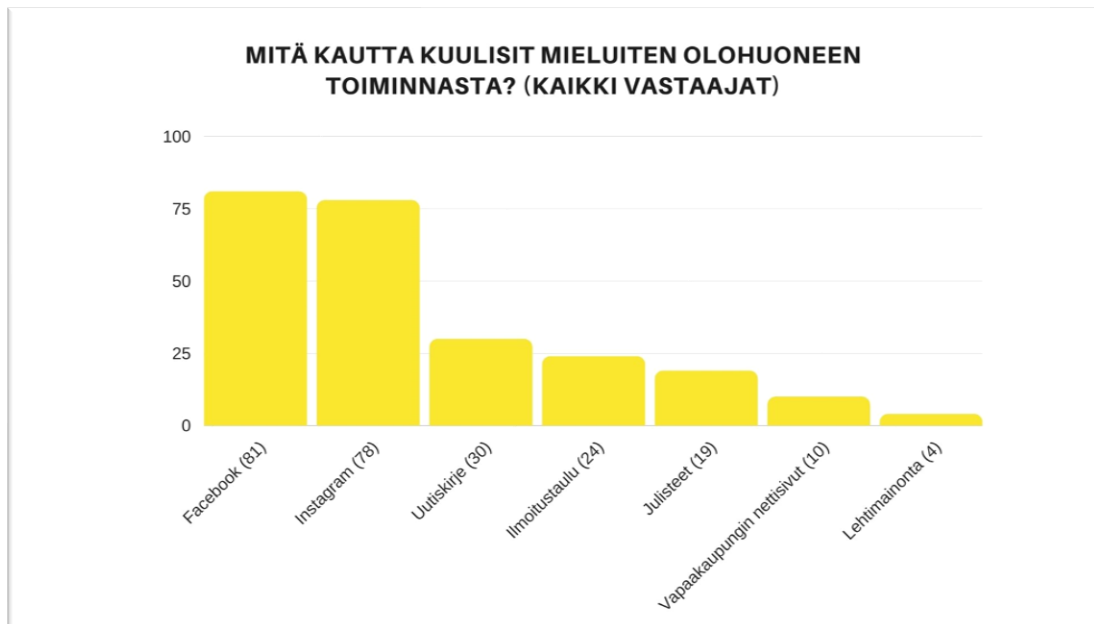
### Olohuoneen viestintä



Kuvio 6. Kalasataman Vapaakaupungin Olohuoneen kävijäkysely (2021). Mistä kuulit Olohuoneesta?

Vastaajien antamassa palautteessa kysymykseen ”Miten Olohuonetta ja sen  
toimintaa voisi mielestäsi kehittää?”, yhtenä isona teemana nousi esiin Olohuo-  
neen viestintä. Kyselyssä kävi ilmi, että sekä monen tilassa käyneen että ei-käy-  
neen vastaajan näkökulmasta Olohuoneen viestintä ja tiedotus esimerkiksi työ-  
pajoista ja tapahtumista on ollut melko näkymätöntä. Vain noin 19 % vastaajista  
on löytänyt paikan kuulemalla siitä sosiaalisessa mediassa, kun taas valtaosa  
kävijöistä (n. 56 %) on löytänyt paikan kulkemalla siitä ohi. Myös yli puolet ei-

käyneistä vastaajista on aikaisemmin kuullut Olohuoneesta. Valtaosa on joko kulkenut tilan ohi (n. 26 % vastaajista) tai kuullut siitä ystävältään (n. 21 % vastaajista). Vähiten tieto oli tavoittanut Facebookin kautta, jonka vastasi n. 12 %



vastaajista.

Kuvio 8. Kalasataman Vapaakaupungin Olohuoneen kävijäkysely (2021). Mitä kautta kuulisit mieluiten Olohuoneen toiminnasta?

Kaikilta vastaajilta kysyttiin, mitä kautta he mieluiten kuulisivat Olohuoneen toiminnasta, tulevista tapahtumista sekä työpajoista. Kysymykseen sai valita halutessaan useamman vaihtoehdon ja valtaosa vastaajista (yli 50 %) koki parhaaksi viestintäkanavaksi Facebookin tai Instagramin. Uutiskirjettä tai ilmoitustaulua kannatti taas noin 20 % vastaajista. Vähiten kannatusta sai perinteinen lehtimainonta (n. 3 % vastaajista).

## 6.1.2 Epäkaupallisten tilojen tärkeys osana kaupallista tilaa



Kuvio 9. Kalasataman Vapaakaupungin Olohuoneen kävijäkysely (2021). Miten tärkeäksi koet Olohuoneen kaltaisten vapaan oleskelun tilojen olemassaolon kauppakeskuksissa/muissa kaupallisissa tiloissa?

Kyselyssä selvitettiin, kuinka tärkeänä vastaajat näkevät Olohuoneen kaltaisen, ei-kaupallisen tilan osana kaupallista tilaa (esim. kauppakeskusta.) Kävi ilmi, että valtaosa vastaajista (70 %) kokee tilan erittäin tärkeänä ja 20 % melko tärkeänä. Tilojen tärkeyttä perusteltiin vastaajien toimesta mm. seuraavilla tavoilla:

*”Tämmöiset tilat tekee kauppakeskukset inhimillisemmiksi ja lähestyttävämmiksi. Puuhastelu on aina jees!”*

*”Mielestäni on tärkeää, että tällaisia vapaan oleskelun tiloja on käytävissä siellä, missä ihmiset muutenkin asioivat. Niihin on myös helppo tulla erilaisiin työpajoihin.”*

*”Mielestäni nämä voivat olla oikein hyviä työtapaamisten ja opiskelijujen ryhmätöiden vaihtoehtoiseen järjestämiseen. Tarvitaan lisää matalan kynnyksen paikkoja, joissa voi viettää aikaa vapaasti ja monella eri tarkoituksella.”*

*”Olisi ihanaa, jos muissakin kauppakeskuksissa olisi paikka, missä voi vapaasti hengaila, jos pitää vaikka odottaa bussin tuloa, ystävää, tapaamista. Usein esim. kahvilat maksavat liikaa.”*

*”Tämän kaltaiset tilat voisivat lisätä kaupunkilaisten aktiivisuutta ja tuoda lisää aloitteellisuutta yhteisön hyväksi.”*

*”Kirjastoja lukuun ottamatta tämänkaltaisia tiloja ei juurikaan ole. Kaikkialla pitää maksaa.”*

*”Vastaavat kunnalliset palvelut on kohdistettu usein tietyille ihmisryhmälle, joten olisi hyvä, että yksityiset toimijat tarjoaisivat kaikelle kansalle sopivia yhteisiä tiloja ja aktiviteetteja. Olisi myös hyvä, jos tiloissa järjestettäisiin mahdollisuuksia tutustua uusiin ihmisiin, jolloin tilat voisivat osaltaan ehkäistä syrjäytymistä. Suomalaiset tarvitsevat usein ulkopuolista kannustusta tuntemattomiin tutustumiseen, joten siihen liittyen olisi ehkä hyvä keksiä jotain matalan kynnyksen aktiviteetteja.”*

*”Olohuoneet voisivat toimia nuorisotilojen tapaisina paikkoina laajemmalle kävijäkunnalle. Kauppakeskuksiin sijoitettuna palvelu saattaisi saada enemmän kannatusta, koska paikalla voisi piipahdtaa ohimennen.”*

Vastauksista on pääteltävissä, että tilat nähdään erityisen hyödyllisinä paikkoina, joihin kuka tahansa voi tulla viettämään aikaa esimerkiksi kauppakeskuksessa asiain yhteydessä. Vastauksissa nousi esiin myös, että on erityisen mukavaa, ettei tiloissa ole painetta ostaa mitään. Tila nähdään hyödyllisenä osana yhteisöllisyyden rakentamisessa sekä syrjäytymisen ehkäisemisessä. Kuten Paasivaara ja Nikkilä (2010, 11) mainitsevat kirjassaan, ihmiset tarvitsevat usein yhteisöllisyyttä jopa huomaamattaan. Yhteisöllisyyden ei tarvitse aina rakentua kanssakäymisestä muiden kanssa. Jo tieto siitä, että on tervetullut mukaan esimerkiksi kaikelle avoimeen toimintaan voi riittää siihen, että ihminen kokee yhteenkuuluvuutta muihin. Kuten Kangaspunta ym. (2011, 256) toteavat, joskus yhteisöön halutaan kuulua vain kiinnostuksen vuoksi, ilman sen kummempia sitoumuksia tai osallistumista. Tällä tarkoitetaan juuri Aron (2011, 38) tekstissään mainitsemaa emotionaalista kokemusta yhteisöön kuulumisesta. Kyselyn avoimissa vastauksissa nousi vahvasti esiin myös tämä näkökulma. Moni ei tiloissa käynyt vastaaja ei ollut kuullut paikasta, mutta kyselyn täytettyään oli kiinnostunut näkemään, minkälaisesta paikasta on kyse ja minkälaista yhteisöllistä toimintaa se voisi tarjota.

Kuten Ikonen (2017) mainitsee artikkelissaan, on uudenlainen ja yhteisöllinen kaupunkikulttuuri merkittävä lisä kaupunkien vetovoimaan, joka luo kaupunkiin

identiteettiä sekä yllättävyyttä. Olohuone on hyvä esimerkki tästä. Kun kaupunkilaisille annetaan tila, joka ei ole juurikaan ylhäältä päin ohjailtavissa vaan nimenomaan kaupunkilaisten oman luomisen varassa, antaa se paljon mahdollisuuksia yhteisöllisyyden lisäämiseen yhdessä tekemisen kautta. Jo se, että tämän kaltainen tila on perustettu osaksi kauppakeskusta, on uudenlaista kaupunkikulttuuria, jota ei olla aikaisemmin tehty. Se myös näin ollen varmasti osaltaan lisää sekä alueen että kauppakeskuksen kiinnostavuutta ihmisten silmissä ja toimii toivottavasti tulevaisuudessa suunnannäyttäjänä myös muille kaupallisille tiloille.

Noin 10 % vastaajista ei pitänyt kovin tärkeänä tai lainkaan tärkeänä Olohuoneen kaltaista tilaa osana kaupallisia tiloja. Asiaa perusteltiin heidän toimestaan mm. seuraavilla tavoilla:

*"Minusta ne eivät ole välttämättömiä kaupallisissa tiloissa, niiden toimivuus mietityttää."*

*"Joissain paikoissa tila ei toimisi (menisi villien nuorten takia turvatomaksi)"*

*"En ole aiemmin ajatellut tuollaisten tilojen olemassaoloa tai tarpeellisuutta, mutta voisi ne olla ihan käteviä, jos tila saataisiin toimimaan."*

*"En ole käyttänyt."*

*"Olen vanha ja tullut ilmankin toimeen. Nuorille varmaan tarpeellinen tai ainakin hyvä."*

*"Ei anna mitään. Kuka tilan ja ylläpidon maksaa?"*

Vastauksissa oli pääteltävissä, että vastaajilla ei ollut juurikaan omakohtaista kokemusta tämän kaltaisen paikan käytöstä. Vastauksissa huomasi myös, että paikan toimivuus sekä sen taustat, kuten rahoitus, ylläpito yms. mietityttävät. Havaintoni mukaan Olohuoneen kaltaisen tilan ylläpitämisessä on erityisen tärkeää tehdä asiat läpinäkyvästi. Jos tila mainostetaan kaikkien kaupunkilaisten



yhteisenä olohuoneena ja oleskelupaikkana on monille kävijöille tärkeää tietää myös tilan taustat, kuten kuka sitä ylläpitää ja rahoittaa.

## 6.2 Havainnointi

Kävin Vapaakaupungin Olohuoneella havainnoimassa kahtena eri päivänä. Ensimmäisen havainnointipäivän pidin tiistaina 23.2. klo 11.00–18.00. Vallitsevan koronapandemiatilanteen vuoksi pidin seuraavan havainnointipäivän muutamaa kuukautta myöhemmin. Halusin odottaa, jos pandemian aiheuttamat rajoitukset hieman lieventyisivät ja tällöin voisin saada todenmukaisempaa dataa kävijöistä ilman, että tiloissa olisi voimassa 10 hengen rajoitusta. Rajoitukset eivät kuitenkaan poistuneet, joten järjestin seuraavan havainnoinnin tiistaina 13.4. klo 10.00–18.00.

Tavoitteenani havainnoidessa oli seurata tilaan saapuvia ihmisiä, mitä he tiloissa tekevät sekä kuinka kauan he viipyvät. Kirjasin ylös myös muita havaitsemiani huomioita (liite 2.) Havainnointien aikana tilassa oli koronapandemian vuoksi voimassa 10 hengen kävijärajoitus, joka vaikutti merkittävästi syntyneisiin tuloksiin. Normaalioloissa olisin todennäköisesti tehnyt havainnointia tiloissa myös viikonloppuna sekä tapahtumien ja/tai työpajojen aikana.

Alla oleviin kaavioihin olen koonnut havainnoinnin aikana huomaamiani asioita. Kaaviossa esitetyt iät, kävijöiden keskinäiset suhteet jne. ovat omia näkemyksiäni ja perustuvat omaan arviooni.

| HAVAINNOINTIPÄIVÄ                                  | KÄVIJÄRYHMÄT  | MITÄ TEKEVÄT?   | PAIKALLAOLOAIKA?  | MUITA HUOMIOITA   |
|--|---|---|---|---|
| <b>TIISTAI 23.2.2021</b><br><b>KLO 11.00-18.00</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Opiskelevat/työskentelevät (n. 62 % kävijöistä)</li> <li>Kirjahyllyllä piipahtavat &amp; taidenäyttelyn kiertäjät (n. 10 % kävijöistä)</li> <li>Nuoret (n. 15-18 -vuotiaat) (n. 4 % kävijöistä)</li> <li>Eri ikäisiä kävijöitä, jotka tulevat ovelle, mutta eivät kävijärajoituksen vuoksi mahdu sisään</li> <li>Huoltaja lapsen kanssa (n. 4 % kävijöistä)</li> <li>Oleskelijat (n. 20 % kävijöistä)</li> <li>Perheitä/yksittäisiä henkilöitä, jotka ovat ohikulkumatalla, mutta jäävät kiinnostuneena lukemaan ovelta olevia infolappuja. Eivät kuitenkaan tule sisään.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Valtaosa kävijöistä tuli paikalle tietokoneen kanssa opiskelemaan tai työskentelemään. Suurin osa heistä iältään n. 25-35 vuotta.</li> <li>Eri ikäisiä kävijöitä (20-70v), jotka piipahtavat kirjahyllyllä katsomassa valikoimaa. Osa kävijöistä tuli ainoastaan nopeasti kirjahyllylle, jonka jälkeen he poistuivat. Osa taas vilkaisi kirjahyllyä tullessaan tai lähtiessään Olohuoneelta.</li> <li>Muutamia äitejä lapsen kanssa, jotka tulivat tilaan imettämään tai istuskelemaan hetkeksi.</li> <li>Osa kävijöistä tuli tilaan istuskelemaan, lukemaan lehtiä, selailemaan puhelinta tai viettämään aikaa ystävän kanssa.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Kirjahyllyllä piipahtavat ovat paikalla keskimäärin 2 minuuttia. Jotkut heistä käyvät kiertämässä myös taidenäyttelyn, jolloin he ovat paikalla pidempään, keskimäärin 5-6 minuuttia.</li> <li>Opiskelijat ja tietokoneella työskentelevät kävijät ovat paikalla yleisesti pidempään, keskimäärin yli kaksi tuntia.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Suurin osa kävijöistä (n. 80 %) tuli paikalle yksin.</li> <li>Paikka meni nopeasti täyteen heti aamupäivästä (klo 10-11 välillä). Suurin osa aamupäivällä saapuvista kävijöistä tuli paikalle opiskelemaan tai työskentelemään.</li> <li>Yhteensä havainnoinnin aikana (klo 11.00-18.00) tilassa vieraili 52 kävijää.</li> <li>Osa ihmisistä kääntyi ovelta huomattessaan, että paikka on täynnä. Muutama kävijä palaa myöhemmin ovelle katsomaan, onko tila edelleen täynnä.</li> <li>Suurin osa kävijöistä iältään n. 25-35 -vuotiaita.</li> <li>Kaikkien kävijöiden keski-ikä päivän aikana oli n. 28-35 vuotta.</li> <li>Paikan ohi kulkee päivän aikana ihmisiä, jotka vilkuilevat selkeästi kiinnostuneena sisään. Osa jää tutkimaan ovilla olevia infolappuja.</li> </ul> |

Kuvio 10. Havainnointikaavake, tiistai 23.2.2021.

| HAVAINNOINTIPÄIVÄ                                  | KÄVIJÄRYHMÄT   | MITÄ TEKEVÄT?  | PAIKALLAOLOAIKA?   | MUITA HUOMIOITA   |
|--|--|--|--|---|
| <b>TIISTAI 12.4.2021</b><br><b>KLO 10.00-18.00</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Opiskelevat/työskentelevät (n. 45 % kävijöistä)</li> <li>Kirjahyllyllä kävijät (n. 20 % kävijöistä)</li> <li>Lapset ja nuoret (10-15v) (n. 5 % kävijöistä)</li> <li>Oleskelijat, lehtien lukijat, taidenäyttelyn kiertäjät (n. 25 % kävijöistä)</li> <li>Verstaan käyttäjät (n. 5 % kävijöistä)</li> <li>Eri ikäiset kävijät, jotka olisivat tulossa tilaan, mutta eivät kävijärajoituksen vuoksi mahdu sisään</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Valtaosa kävijöistä tuli paikalle tietokoneen kanssa opiskelemaan tai työskentelemään. Suurin osa heistä iältään n. 25-35 vuotta.</li> <li>Eri ikäisiä kävijöitä (20-60+ -vuotiaat), jotka piipahtavat kirjahyllyllä katsomassa valikoimaa. Osa kävijöistä tuli ainoastaan nopeasti kirjahyllylle, jonka jälkeen he poistuivat. Osa taas vilkaisi kirjahyllyä tullessa tai lähtiessä Olohuoneelta.</li> <li>Kahden nuoren (n. 20v) hengen seurue, jotka tulivat tilaan askartelemaan hyödyntäen verstaan tavaroita ja materiaaleja.</li> <li>Ovella käy päivän mittaan ihmisiä, jotka eivät koronarajoitusten vuoksi mahdu sisään. Osa heistä tulee kuitenkin vilkaisemaan kirjahyllyn valikoimaa tai kiertämään pikaisesti taidenäyttelyyn.</li> <li>Paikan ohi kulkee päivän aikana ihmisiä, jotka vilkuilevat selkeästi kiinnostuneena sisään. Osa jää tutkimaan ovilla olevia infolappuja.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Kirjahyllyllä kävijät ovat paikalla keskimäärin muutamia minutteja.</li> <li>Tilassa vietettiin aikaa keskiarvoisesti noin 2 tuntia.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Suurin osa kävijöistä (n. 70 %) tuli paikalle yksin.</li> <li>Paikka meni täyteen ensimmäisen 30 minuutin aikana. Ensimmäiset tulijat olivat paikalla jo klo 9:50. Tilassa vieraili havainnoinnin aikana yhteensä 35 ihmistä.</li> <li>Osa ihmisistä kääntyi ovelta huomattessaan, että paikka on täynnä. Iso osa ihmisistä tuli kuitenkin sisälle ovelta olevasta kytlistä huolimatta, jolloin henkilökunta joutui huomauttamaan kävijärajoituksesta.</li> <li>Kävijöiden keski-ikä päivän aikana oli noin 35-45 vuotta.</li> </ul> |

Kuvio 11. Havainnointikaavake, tiistai 12.4.2021.

Havainnoinnissa kävi ilmi, että valtaosa Olohuoneen kävijöistä ovat tietokoneen kanssa tilaan saapuvia opiskelijoita tai etätyöntekijöitä. Iso osa työskentelijöistä saapui paikalle jo aamusta tai aamupäivästä ja viipyivät keskiarvollisesti noin kaksi tuntia tai pidempään. Monet myös poistuivat työskentelyn välissä hakemaan lounasta tai kahvia kauppakeskuksessa sijaitsevista ravintoloista tai kahviloista, jonka jälkeen he palasivat syömään Olohuoneelle.

Toinen selkeä kävijäryhmä päivän aikana olivat Olohuoneen kirjanvaihtopisteellä kävijät. Kirjanvaihtopiste on Olohuoneen aulassa sijaitseva kirjahylly, johon kuka tahansa saa tuoda tai viedä kirjoja. Havaitsin, että kirjanvaihtopisteellä käytiin tasaisesti päivän aikana ja hyllyä hyödynsivät monipuolisesti eri ikäiset kävijät. Monet kävivät pikaisesti katsomassa, oliko hyllyyn tullut jotain uutta, kun taas osa jäi pidemmäksi aikaa tutkimaan valikoimaa. Hyllyyn ei havainnointien aikana tuotu uusia kirjoja, mutta muutamia lähti kävijöiden mukaan.

Kolmas kävijäryhmä havainnoinnin aikana olivat oleskelijat, jotka tulivat tiloihin istuskelemaan sohville, lukemaan lehtiä tai selailemaan puhelinta. Osa heistä kävi samalla myös kiertämässä taidenäyttelyä. Muutama ihminen myös haki kirjahyllystä kirjan, jota jäi lueskelemaan. Havaitsin, että oleskelijoista osa tuli selkeästi vain hetkeksi lepäilemään kauppakeskuksessa kiertelyn lomassa tai odottelemaan bussin tai muun kyydin saapumista. Osa taas tuli paikalle mahdollisesti ensimmäistä kertaa, sillä he kiertelivät tiloissa tutkien, katsellen taidenäyttelyä ja muuta, mitä Olohuoneelta löytyy. Muutama äiti tuli vauvan kanssa tiloihin imettämään ja hetkeksi istuskelemaan. Uskon, että monet tulevat Olohuoneelle oleskelemaan, sillä tilassa on mukava ja rento tunnelma, mutta myös siksi, että koronapandemian aiheuttamien rajoitusten vuoksi kauppakeskuksen omat penkit ja muut oleskelualueet olivat käyttökiellossa.

### 6.3 Ideointityöpaja

Ideointityöpaja järjestettiin 20.4.2021 Vapaakaupungin Olohuoneella ja mukana olivat Olohuoneen työntekijät sekä toiminnanjohtaja Jaakko Blomberg. Toimin itse työpajan vetäjänä.

Ideointityöpaja aloitettiin esivaiheella, jonka tarkoituksena on asettaa ja rajata tavoitteet (Ojala ym. 2014, 161). Aluksi esittelin lyhyesti, miten ja missä järjestyksessä toteutuneet tulokset tullaan esittelemään ja minkälainen rooli työpajaan osallistuneilla henkilöillä ideoinnissa on. Työpajan tarkoituksena oli nostaa esiin kyselyssä ja havainnoinnissa nousseita huomioita ja herättää keskustelua niiden ympärille. Heti alkuvaiheessa todettiin, että koronapandemia on mitä ilmeisemmin vaikuttanut vastauksiin, mikä tuli ottaa huomioon tuloksia tulkitessa. Tulosten esittelyn jälkeen annettiin aikaa vapaalle keskustelulle siitä, mitä ajatuksia tulokset herättävät. Tavoitteena ideointityöpajassa oli synnyttää 1–3 uutta kehitysideaa Olohuoneelle.

Ideointityöpajan keskustelurunko:

1. Tilankäytön nykytila ja kävijöiden syyt tulla Olohuoneelle
2. Ei-käyneiden vastaajien mielikuvat Olohuoneesta
3. Kävijöiden palaute ja kehitysehdotukset
4. Mitä kaupunkilaiset toivovat Olohuoneelta ja sen kaltaisilta tiloilta?

Ensimmäisen vaiheessa esittelin ryhmälle kyselytutkimuksessa sekä havainnoinnissa ilmenneitä tuloksia siitä, miten ja minkälaisiin tarkoituksiin nykyiset kävijät käyttävät Olohuonetta. Tuloksissa kävi ilmi, että nykyisistä kävijöistä vain 34 % koki uusien ihmisten tapaamisen tärkeäksi syyksi vieraillla Olohuoneella. Avoimissa vastauksissa kuitenkin korostettiin tilan tarjoaman yhteisöllisyyden tärkeyttä. Tuloksista oli nähtävissä, että erityisesti yli 50-vuotiaat vastaajat kokivat uusien ihmisten tapaamisen tärkeämmäksi kuin nuoremmat vastaajaryhmät. Pohdittiin, että onko tälle ikäryhmälle aikaisemmin kohdistettu omia tapahtumia tai työpajoja. Kävi ilmi, että ennen koronapandemiaa oli järjestetty suosittuja työpajoja ja tapahtumia jonkin verran, mutta verrattain melko vähän tälle kohde-ryhmälle itsessään. Tässä siis nähtiin selkeä kehitysidea, jolla saataisiin myös vanhempaa ikäryhmää aktivoitua käymään Olohuoneella. Kyselyssä kävi ilmi, että Olohuone nähdään helposti nuorten paikkana, joka saattaa aiheuttaa sen, että esimerkiksi vanhemmilla kävijöillä on suurempi kynnyks vieraillla tilassa. Ratkaisu tähän voisi olla, että suunniteltaisiin entistä kohdennetummin tapahtumia

ja työpajoja eri ikäryhmille, jotta paikka tulisi heille tutuksi. Tämä myös madaltaisi kynnystä osallistua kaikille ikäryhmille suunnattuun toimintaan myöhemässä vaiheessa.

Seuraavaksi keskustelussa siirryttiin tilaan ja sen käyttöön. Kävijöiltä oli tullut monenlaista palautetta tilojen koosta. Osa koki hyväksi, että tilat ovat avarat ja isot kun taas osa vastaajista koki, että olisi mukavaa, jos tilasta löytyisi myös tunnelmallisempia, yksityisempiä ja hiljaisempia osioita. Tämä helpottaisi esimerkiksi työtapaamisten järjestämistä. Esitin ideointiryhmälle kysymyksen, mitä ajatuksia tämä herättää ja minkälaisia ratkaisuja tilan rajaukseen voitaisiin heidän näkökulmastaan tehdä. Lyhyen pohdinnan jälkeen todettiin, että tilasta ei haluta tehdä liian toimistomaista vaan säilyttää Olohuoneen tunnelma ja henki. Tila on myös alun perin luotu yhteisölliseksi paikaksi, jossa ihmisillä on mahdollisuus tavata toisiaan, eikä liikaa rajata tilaa pieniin osioihin. Avara ja avoin tila on myös helpompi valvottava työntekijöiden näkökulmasta.

Kolmantena käytiin läpi muutama kävijöiden antama palaute ja kehitysehdotus. Alla esiteltynä muutama annettu kehitysehdotus sekä ryhmän ideointi aiheen ympäriltä.



#### Pehmeiden tuolien lisääminen

Ideointiryhmä totesi, että pehmustettujen työtuolien hankkimista on syystä vältelty, sillä kovapintaiset tuolit on helpompi pitää puhtaana. Tilasta löytyy kuitenkin jonkin verran sohvia ja säkkituoleja pehmeitä istumapaikkoja kaipaaville.



#### Kahvimyynti sekä ruokailutilan lisääminen Olohuoneelle

Olohuoneesta löytyy tällä hetkellä mikro, mutta ideointiryhmä pohti ajatusta kaupunkikeittiöstä, jossa olisi monipuolisempi ruuanlaittomahdollisuus. Lopulta todettiin, että tämän kaltaisen avoimen keittiön ylläpito ja siivous olisi työläs lisä muun työn ohelle. Tiloissa on kuitenkin runsaasti pöytätilaa, johon mahtuu syömään omia eväitä. Kahvin myyntiä tiloissa on jossain vaiheessa pohdittu, mutta ajatuksesta luovuttu, sillä Redissä on paljon kahviloita, joilta ei haluta viedä myyntiä.



#### Verstaan välineistön monipuolistaminen

Kävijät toivovat verstaalle lisää välineitä, kuten ompelukoneita, kyniä, tusseja sekä muita taidetarvikkeita. Ideointiryhmä totesi, että asia on ollut työn alla ja verstaan tämän hetkinen välineistö tullaan käymään läpi ja lisäämään tarpeen mukaan tarvikkeita.

Kuvio 12. Ideointityöpajan kehitysehdotukset.

Kyselyssä nousi esiin, että kävijöiden näkökulmasta Olohuoneen viestintä ja tiedotus esimerkiksi työpajoista ja tapahtumista on ollut melko näkymätöntä. Ideointiryhmä pohti tämänhetkistä viestintää, joka on painottunut pitkälti Facebookiin ja Instagramiin. Nämä kanavat tavoittavat eniten yleisöä, mutta todettiin, että sosiaalisen median sisältö on usein nopeatempoista ja unohtuu ihmisiltä helposti kaiken muun informaation keskellä. Kyselyssä ja havainnoinnissa huomasi, että yksi tehokkaimmista markkinointikanavista on Olohuoneen oma sisäänkäynti. Valtaosa tiloissa käyneistä vastaajista on löytänyt tilan kulkemalla siitä ohi ja myös moni ei-käyneistä vastaajista oli tietoinen tilasta, sillä oli kulkenut siitä ohi.

Ideointiryhmä päätti, että Olohuoneen edustaa ruvetaan hyödyntämään entistä enemmän yhtenä markkinointipaikkana pystyttämällä siihen ilmoitustaulu/juliste-seinä, johon kootaan entistä näkyvämmiin tietoa tulevista tapahtumista ja työpajoista. Näin ohikulkija saa heti tiedon siitä, mistä paikasta on kyse ja mitä se tarjoaa. Tämän lisäksi päätettiin perustaa uutiskirje, johon koottaisiin tulevat tapahtumat, työpajat sekä nostoja esimerkiksi tulevista esiintyjistä. Näin uutiskirjeen tilaaja saisi yhdessä kirjeessä tiedon kaikesta Olohuoneen toiminnasta ja voisi valita itseään kiinnostavat aktiviteetit.

Viimeisenä esittelin ryhmälle asioita, joita vastaajat ovat toivoneet tilalta. Vastaajilta tuli paljon ideoita erilaisista tapahtumista ja työpajoista, joista suosituimpia olivat jooga, musiikkitapahtumat, käsityö- ja taidetyöpajat sekä kokkailutyöpajat. Esiin nousi myös erilaisia kokeilevia tapahtumia ja -työpajoja, kuten viinijooga sekä epäfiinit kaljan/viininmaistelut aikuisille. Tapahtumien ja työpajojen järjestäminen on vielä toistaiseksi koronapandemian vuoksi kielletty, mutta rajoitukset muututtua tapahtumia aletaan suunnitella entistä pidemmälle ja tiedottamaan niistä aikaisemmin kävijöille sosiaalisessa mediassa, uutiskirjeessä sekä ilmoitustaululla.

## 7 Kehittämisehdotukset

Opinnäytetyön pohjalta voidaan todeta, että Olohuone ja sen kaltaiset tilat nähdään erittäin tärkeinä ja tervetulleina osaksi kaupunkia. Tutkimustuloksista nousi esiin selkeänä kokonaisuutena viestintä sekä työpajat, tapahtumat ja muu toiminta, joiden pohjalta esitän kehitysehdotuksia Olohuoneen toiminnan kehittämiseksi. Tuloksista oli havaittavissa, että valtaosa kävijöistä on ollut tyytyväisiä Olohuoneeseen ja sen toimintaan, mutta kehittämissuositusten kautta tyytyväisyyttä voidaan parantaa entisestään. Tämän lisäksi voidaan madaltaa kynnystä vierailta Olohuoneella ja tätä kautta tavoittaa myös uusia kävijöitä.

### 7.1 Viestintä ja markkinointi

Kyselyssä selvisi, että valtaosa kävijöistä on löytänyt Olohuoneen kävelemällä siitä ohi. Havainnoidessa myös huomasin, että monet ohikulkijat pysähtyivät oville lukemaan infolappuja tai tähyilemään sisään. Olohuoneen sisäänkäynnillä ja sen houkuttelevuudella on iso merkitys ja havaitsin, että se on tilan yksi tärkeimmistä markkinointipaikoista. Ovella on jo ennestään tietoa tilasta ja sen toiminnasta, mutta jo sisäänkäynnillä olisi hyvä käydä ilmi entistä selkeämmin, mikä tila on, miksi ja kenelle se on olemassa sekä kuka sitä ylläpitää. Lisäksi tuloksissa kävi ilmi, että moni, joka ei ole aikaisemmin käynyt Olohuoneella, tarvitsisi selkeästi jonkun syyn vierailta tiloissa. Olohuoneen viestintää ja markkinointia helpottamaan tehdään seuraavat toimenpiteet:

#### 1. Ilmoitustaulu

Olohuoneen ovelle pystytetään näkyvä ilmoitustaulu, johon kootaan tieto Olohuoneen tulevista tapahtumista sekä työpajoista. Näin ohikulkija saa heti tiedon, minkälaista toimintaa tiloissa järjestetään.

## 2. Uutiskirje

Ilmoitustaulun lisäksi Olohuoneelle perustetaan uutiskirje, johon kootaan kaikki tuleva toiminta yhteen. Olohuoneella on paljon sitoutuneita vakiokävijöitä, jotka käyttävät tilaa johonkin tiettyyn tarkoitukseen, kuten opiskeluun tai kirjanvaihtohyllyn käyttöön. Uutiskirjeen avulla saadaan tilojen käyttäjille helposti tietoa myös muusta toiminnasta. Tämän lisäksi kirjeeseen voidaan tehdä nostoja ja esittelyjä esimerkiksi tulevista esiintyjistä. Tämä tukee sosiaalisen median tiedottamista ja markkinointia sillä on havaittu, että sosiaalinen media tavoittaa paljon yleisöä, mutta sisältö on usein nopeatempoista ja ei jää välttämättä katsojan mieleen kaiken muun informaation keskellä.

## 7.2 Työpajat ja tapahtumat

Koronapandemian vuoksi suurin osa Olohuoneen tapahtumista sekä työpajoista on ollut jo pidemmän aikaa tauolla. Kun toimintaa saadaan taas järjestää, on Olohuoneella hyvä panostaa entistä enemmän eri ikäryhmien tavoittamiseen ja toiminnan kynnyksen madaltamiseen. Olohuone on konseptina vielä verrattain uusi, joten sen tuominen ihmisten tietoisuuteen tulee todennäköisesti viemään aikaa. Tutkimustuloksissa kävi ilmi, että ihmiset kaipaavat yhteisöllisyyttä ja yhteistä toimintaa, mutta tarvitsevat siihen ulkopuolelta tulevaa kannustusta ja toimeenpanoa.

Kyselyssä kävi ilmi, että etenkin vanhempi ikäryhmä näkee Olohuoneen helposti nuorille suunnattuna tilana. Toisaalta tuloksissa kävi myös ilmi, että he, jotka tilaa käyttävät, kokevat sen helposti lähestyttävänä ja kaikille avoimena, eivät ainoastaan yhden ikäryhmän paikkana. Tämän vuoksi on tärkeää, että etenkin vanhemmalle ikäryhmälle madallettaisiin kynnystä vierailta Olohuoneella toteuttamalla esimerkiksi ainoastaan heille kohdennettua toimintaa. Kyselyssä nousi monen yli 60-vuotiaan vastaajan kohdalla toiveissa esiin esimerkiksi neulontakerho ja lukupiiri. Tilaan voisi järjestää tämän kaltaista toimintaa, ensin Olohuoneen organisoimana keräämällä kiinnostuneita osallistujia kasaan,



jonka jälkeen ryhmää voisi kannustaa toimimaan omatoimisesti, esimerkiksi keran viikossa tietynä kellonaikana. Tämä lisäisi myös kävijöiden omatoimisuutta ja yhteisöllistä toimintaa sekä madaltaisi parhaassa tapauksessa kynnystä osallistua myös Olohuoneen muuhun, kaikille kohdennettuun toimintaan.

## 8 Pohdinta

Tässä luvussa kiteytän yhteen opinnäytetyön prosessin sekä lopputulokset. Pohdin prosessia, tuloksia sekä työn merkitystä. Lisäksi arvioin työtä sekä omaa työskentelyäni prosessin aikana.

Opinnäytetyöni tavoitteena oli selvittää, kuinka Olohuoneeseen ja sen kaltaisiin tiloihin saadaan luotua yhteisöllistä kaupunkikulttuuria. Vapaakaupungin Olohuone on sikäli uniikki, että sen kaltaista ole ei ole vielä missään muualla, edes ulkomailla. Tutkin prosessissa ainoastaan Olohuonetta, mutta koen, että opinnäytetyöni on hyvä katsaus siihen, mitä kaupunkilaiset tämän kaltaisista tiloista ajattelevat ja mitä he niiltä toivovat. Tämä helpottaa toiminnan suunnittelua myös tulevaisuudessa, mikäli Olohuoneen kaltaisia tiloja perustetaan lisää.

Tuloksissa kävi vahvasti ilmi, että Olohuoneen kaltaisille tiloille on kysyntää etenkin paikoissa, jotka ovat helposti saavutettavissa ja joissa ihmiset muutenkin viettävät aikaansa. Olohuoneen kaltaisten, epäkaupallisten ja uudenlaisten kaupunkitilojen lisääntyminen kaupunkisuunnittelussa tulee mitä todennäköisimmin lisääntymään tulevaisuudessa, kuten Koste, Neuvonen ja Schmidt-Thomé (2018, 74) esittelevät julkaisussaan. Kaupunkikulttuurin tärkeys osana ihmisten elämää tulee kasvamaan entisestään samalla, kun kaupunkikeskustojen ja kauppakeskusten vetovoima tulee vähentymään vähittäiskaupan siirtyessä yhä enemmän verkkoon. Myös Helsingin Yleiskaavan vuoden 2050 visio (2013) puoltaa tätä. Sen mukaan tulevaisuuden Helsingissä "ihmiset kerääntyvät julkisille paikoille yhä enemmän järjestämään omia tapahtumiaan, tapaamaan toisiaan, viettämään aikaa ja tekemään työtä vuodenajasta ja vuorokauden ajasta riippumatta". Tämän vuoksi tullaan tarvitsemaan yhä enemmän kaikille avoimia paikkoja, joissa viettää aikaa ja osallistua erilaiseen toimintaan. Epäkaupalliset

tapahtumat ja aktiviteetit myös tavoittavat kaikki varallisuudesta riippumatta. Tämä lisää yhteisöllisyyden tunnetta, kun ihmisiä ei aseteta eriarvoiseen asemaan, vaan tilasta on tehty kaikille yhteinen. Kuten Häyrynen ja Wallin (2017, 246) kirjassaan toteavat, nykyisessä kaupunkisuunnittelussa ei luoda suoraan kiinteitä yhteisöjä, vaan ennemminkin pyritään luomaan paikkoja, jotka edistävät ihmisten kohtaamisia. Tähän samaan tähtää myös Vapaakaupungin Olohuone ja sen toiminta.

Kalasadama on jo pitkään ollut tunnettu alueena, jossa on annettu tilaa kaupunkilaisten epäkaupalliselle ja omaehtoiselle tekemiselle ja toimimiselle. Kauppakeskuksen rakentuminen alueelle muutti osaltaan tätä kuvaa asuinalueesta. Tämä aiheutti osaltaan paljon kritiikkiä, kuten Lahtinen (2016), Kurko (2018) ja Hirvonen (2018) mielipideteksteissään kirjoittavat. Redi markkinoi itseään avoimella kaupunkikulttuurilla, vaikka monien mielestä se päinvastoin tuhosi sen alueen (Hirvonen 2018). Kyselyssä kävi ilmi, että Olohuoneen avautuminen Rediin on nähty positiivisena lisänä, sillä epäkaupallisuus ja kaikille avoin, matalan kynnyksen toiminta on juuri sitä, mitä monet kaupunkilaiset tuntuvat alueelta kaipaavan.

Yhteisöllistä kaupunkikulttuuria Olohuoneeseen ja mahdollisiin tuleviin, samankaltaisiin tiloihin saadaan luotua kuuntelemalla kaupunkilaisia ja sitä, mitä he tiloilta toivovat. Olohuone on alun perin luotu paikaksi, jota ei liikaa ohjailta ylhäältä, vaan annetaan sen muodostua sellaiseksi, miksi kaupunkilaiset sen tekevät. Toki on huomioitava, että kaikki julkiset tilat tarvitsevat jonkinlaista suunnittelua ja organisointia ja näenkin tässä kulttuurituottajan näkökulmasta hyvän mahdollisuuden päästä mukaan toiminnan kehittämiseen. Tilat on suunnattava kaikille kaupunkilaisille ja etenkin alkuvaiheessa on tärkeää huomioida esimerkiksi eri ikäryhmät toiminnan suunnittelussa. Kun Olohuoneen kaltaisia vapaan oleskelun tiloja juurrutetaan osaksi kaupunkisuunnittelua, on tärkeää muistaa, että konsepti on uusi ja vieras monelle. Kyselyssä selvisi, että se saattaa aiheuttaa monissa myös ennakkoluuloja. Tämän vuoksi tilojen identiteetin rakentuminen voi viedä aikaa.

Työn tulokset eivät juurikaan yllättäneet, mutta vahvistivat käsitystäni siitä, että epäkaupallisuutta, omaehtoisuutta ja yhdessä tekemistä, niin sanottua ”me-henkeä” kaivataan kaupunkiin entistä enemmän. Kuten Mäkinen (2010) artikkelissaan toteaa, kaupunki ja kaupunkitila on aina eräänlainen kaupunkilaisten yhteisen neuvottelun synnyttämä kompromissi, sillä ihmiset haluavat kaupunkitiloilta erilaisia asioita. Myös Olohuoneen kävijöistä pystyttiin tunnistamaan erilaiset kävijätyypit sen mukaan, miten he tiloja käyttävät ja mitä he tiloilta toivovat. Olohuoneen ja sen kaltaisten tilojen eduksi on, jos siellä on tilaa ja sen kautta mahdollisuuksia järjestää monipuolisesti toimintaa ja näin ollen vastata mahdollisimman monien kaupunkilaisten toiveisiin.

Opinnäytetyöni kehitti omaa ammatillista osaamistani ja antoi paljon uutta ajateltavaa kaupunkikulttuurista ja kaupunkitilan monipuolisesta käytöstä. Koen, että aihe on ajankohtainen, sillä kaupunkikulttuuri muuttuu ja kehittyy jatkuvasti. Koronapandemiasta johtuvat rajoitukset rajoittivat valitettavan paljon myös omaa työtäni. Olohuonetta ja sen kävijöitä olisi kiinnostavaa tutkia uudestaan niin sanottuna normaaliaikana, kun työpajoja ja tapahtumia saadaan taas järjestää. Uskon, että tällä on valtava vaikutus kävijämääriin ja tätä kautta myös saattaviin tuloksiin. Opinnäytetyöni toteuttamisen jälkeen ymmärrykseni yhteisöllisen kaupunkikulttuurin tärkeydestä on vahvistunut. Toivon, että Olohuone ja sen kaltaiset vapaan oleskelun tilat tavoittavat, innostavat ja osallistavat tulevaisuudessa yhä enemmän kaupunkilaisia yhteisöllisen tekemisen pariin.

## Lähteet

Aro, Jari 2011. Yhteisöllisyys ja sosiaalinen side. Teoksessa Kangaspunta, Seppo (toim.) Yksilöllinen yhteisöllisyys. Avaimia yhteisöllisyyden ymmärtämiseen. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy - Juvenes Print. Luettavissa [https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/103157/Kangaspunta\\_Yksilollinen\\_yhteisollisyys.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/103157/Kangaspunta_Yksilollinen_yhteisollisyys.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Luettu 26.4.2021

City.fi 2018. Kaikille avoin Kalasataman Vapaakaupungin Olohuone avaa Redissa – tilaa riittää, ihmiset päättävät mitä siellä tehdään. <https://www.city.fi/opas/kaikille+avoin+kalasataman+vapaakaupungin+olo+huone+avaa+redissa+tilaa+riittaa+ihmiset+paattavat+mita+siella+tehdään/12092>. Luettu 14.4.2021.

Helsingin kaupunki, kaupunkisuunnitteluvirasto. Helsingin yleiskaava - Visio 2050. [https://www.hel.fi/hel2/ksv/julkaisut/yos\\_2013-23.pdf](https://www.hel.fi/hel2/ksv/julkaisut/yos_2013-23.pdf). Luettu 1.4.2021.

Helsinki Urban Art. <https://www.helsinkiurbanart.com/>. Luettu 12.4.2021.

Hirvonen, Iida Sofia 2018. Arvostelu: REDI on kauppakeskus, jonka ansaitsemme. Ylioppilaslehti 21.9.2018. <https://ylioppilaslehti.fi/2018/09/arvostelu-redi-on-kauppakeskus-jonka-ansaitsemme/>. Luettu 9.4.2021.

Häyrynen, Maunu & Wallin, Antti 2017. Kulttuurisuunnittelu: Kaupunkikehittämisen uusi näkökulma. Turenki: Hansaprint Oy.

Ikonen, Anna-Kaisa 2017. Anna-Kaisa Ikonen: Rakkaudesta kaupunkikulttuuriin. Verkko uutiset.fi. 25.1.2017. <https://www.verkkouutiset.fi/rakkaudesta-kaupunkikulttuuriin/#b8c56597>. Luettu 12.4.2021.

Isokangas, Antti, Karvala, Kaappo & Von Reiche, Markus 2002. City on sinun. Kuinka uusi kaupunkikulttuuri tuli Helsinkiin? Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Kalasadaman Vapaakaupungin nettisivut. <https://www.vapaakaupunki.fi/>. Luettu 7.3.2021.

Kangaspunta, Seppo, Aro, Jari & Saastamoinen, Mikko 2011. Epilogi: Yhteisyyden jatkumo. Teoksessa Kangaspunta, Seppo (toim.) Yksilöllinen yhteisöllisyys. Avaimia yhteisöllisyyden ymmärtämiseen. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy - Juvenes Print. Luettavissa [https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/103157/Kangaspunta\\_Yksilollinen\\_yhteisollisyys.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/103157/Kangaspunta_Yksilollinen_yhteisollisyys.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Luettu 26.4.2021

Koste, Otto-Wille, Neuvonen, Alekski & Schmidt-Thomé, Kaisa 2018. Kaupungistumisen käännekohtat. Skenaarioita Suomen kaupungistumisen tulevaisuudesta 2039. [https://www.demoshelsinki.fi/wp-content/uploads/2018/11/demos-helsinki\\_kaupungistumisen-kaannekohtat\\_web\\_5mb.pdf](https://www.demoshelsinki.fi/wp-content/uploads/2018/11/demos-helsinki_kaupungistumisen-kaannekohtat_web_5mb.pdf). Luettu 22.4.2021.

Kurko, Antti 2018. Viihtyvätkö raha ja vapaus samassa kaupunkitilassa? Voima.fi. 13.9.2018. <https://voima.fi/hairikot/artikkeli/viihtyvatko-raha-vapaus-samassa-kaupunkitilassa/>. Luettu 1.4.2021.

Lahtinen, Veikka 2016. Helsingin toisesta keskustasta tehdään vielä ensimmäistä kamalampi. <https://lahtinenveikka.wordpress.com/tag/kaupunkitila/>. Luettu 1.4.2021.

Laurila, Aarne 2009. Kasvoi kaupunki ympärillämme – Kolmen sukupolven Helsinki. Keuruu: Otava.

Lehtovuori, Panu 2005. Experience and conflict: the dialectics of the production of public urban space in the light of new event venues in Helsinki 1993-2003. Väitöskirja. Espoo: Teknillinen korkeakoulu (nyk. Aalto-yliopisto). Luettavissa

osoitteessa <https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/2909/isbn9789512283125.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Luettu 26.4.2021

Malmberg, Fanny 2016. Ta staden tillbaka. STBL. <https://stbl.fi/2016/05/03/ta-staden-tillbaka/>. Luettu 1.4.2021.

Mäkinen, Liisa Annukka 2010. Helsingin Yliopisto. Julkisen tilan kontrollin ulottuvuuksia. Tapaustutkimus Stop Töhryille -projektista. <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/23781/Gradu%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Luettu 9.4.2021.

Ojasalo, Katri, Moilanen Teemu & Ritalahti, Jarno 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Paasivaara, Leena & Nikkilä, Juhani 2010. Yhteisöllisyydestä työhyvinvointia. Helsinki: Nord Print Oy.

Riste, Juho 2019. Kuinka kävijä löytää perille? -Kulunohjaus yleisötapahtumissa. Opinnäytetyö. Helsinki: Metropolia ammattikorkeakoulu, kulttuurituotannon tutkinto-ohjelma. Luettavissa osoitteessa [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/263265/Riste\\_Juho.pdf?sequence=2](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/263265/Riste_Juho.pdf?sequence=2). Luettu 6.4.2021.

Saastamoinen, Mikko 2011. Intensiivistyvä yksilöllistyminen ja sosiaalisuuden muuttuvat muodot. Teoksessa Kangaspunta, Seppo (toim.) Yksilöllinen yhteisöllisyys. Avaimia yhteisöllisyyden ymmärtämiseen. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy - Juvenes Print. Luettavissa [https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/103157/Kangaspunta\\_Yksilollinen\\_yhteisollisyys.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/103157/Kangaspunta_Yksilollinen_yhteisollisyys.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Luettu 10.4.2021.

Sinnemäki, Anni 2018. Kaupunkiympäristön apulaispormestari Anni Sinnemäki: "Tulevaisuuden kaupungit kasvavat kestävästi". <https://www.kehittyvatkaupungit.fi/rakentaminen/tulevaisuuden-kaupungit-kasvavat-kestavasti/>. Luettu 31.3.2021.

## Liitteet

### Kyselytutkimus



#### Kalasadaman Vapaakaupungin Olohuoneen kävijäkysely / Olohuone Visitor Survey

Teemme Kauppakeskus REDissä toimivalle Kalasadaman Vapaakaupungin Olohuoneelle kävijätutkimusta, jonka tarkoituksena on selvittää kävijöiden kokemuksia Olohuoneesta ja sen toiminnasta. Kyselyyn vastaamalla pääset vaikuttamaan Olohuoneen toimintaan, jotta voimme kehittää sitä entistä paremmaksi! Kyselyyn voit vastata myös, vaikka et olisi koskaan vierailut Vapaakaupungin Olohuoneella.

Kyselyn on laatinut Julia Keinänen Metropolia Ammattikorkeakoulusta yhteistyössä Vapaakaupungin Olohuoneen kanssa. Kyselyn vastauksia tullaan käyttämään osana kulttuurituotannon tutkinto-ohjelman opinnäytetyötä, jonka tarkoituksena on selvittää, kuinka luodaan yhteisöllistä kaupunkikulttuuria kaupallisiin tiloihin sekä kuinka Vapaakaupungin Olohuonetta ja sen toimintaa voisi kehittää. Valmis työ julkaistaan ammattikorkeakoulujen julkaisuarkistossa Theseuksessa, jossa opinnäytetyö on vapaasti luettavissa myöhemmin.

Kaikki vastaukset ovat arvokkaita ja ne tullaan käsittelemään anonymisti. Kyselyyn vastaaminen vie noin 5-10 minuuttia ja kyselyyn voi vastata su 7.3.2021 saakka.

Kiitos jo etukäteen vastauksestasi!

Lisätietoja:

Julia Keinänen  
[julia.keinanen@metropolia.fi](mailto:julia.keinanen@metropolia.fi)  
puh. 040 701 6323

Mikä on Vapaakaupungin Olohuone?

Kalasadaman Vapaakaupungin Olohuone on kaupunkilaisten vapaa, epäkaupallinen ja yhteinen tila Kauppakeskus REDin toisessa kerroksessa. Olohuone tarjoaa kaupunkilaisille paikan luoda omia tapahtumia, osallistua työpajoihin, työskennellä hiljaisina hetkinä tai muuten vaan hengailta. Olohuoneesta löytyy myös taidegalleria ja verstaas. Kaikki toiminta ja siihen osallistuminen on ilmaista. Tilalla on kokoa lähes 600 neliötä, joten paikalle sopii hyvin paljon erilaista toimintaa samaankin aikaan.

Katso lyhyt esittelyvideo Olohuoneesta täältä:  
[www.facebook.com/vapaakaupunki/videos/610237652789594](https://www.facebook.com/vapaakaupunki/videos/610237652789594)

Vapaakaupungin nettisivut: [www.vapaakaupunki.fi](http://www.vapaakaupunki.fi)

Ikä \*

- Alle 20 vuotta
- 20-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60 +
- En halua vastata

Postinumero ja asuinpaikkakunta \*

Oma vastauksesi

Sukupuoli \*

- Mies
- Nainen
- Muu
- En halua vastata

Kuinka usein vieraillet Olohuoneella? \*

- Useamman kerran viikossa
- Noin kerran viikossa
- Muutaman kerran kuussa
- Harvemmin kuin kerran kuussa
- En ole käynyt aiemmin

Seuraava



Osio 1

Kuinka kauan keskimäärin vietät yleensä Olohuoneella? \*

- Alle 30 min
- 30-60 min
- 1-2 tuntia
- 2-3 tuntia
- 3-4 tuntia
- Yli 4 tuntia

Mihin aikaan vieraillet mieluiten Olohuoneella? \*

- Aamupäivällä klo 10-13
- Päivällä klo 14-16
- Iltapäivällä/illalla klo 16 tai myöhemmin

Mitä mieltä olet Olohuoneen aukioloajoista? (avoinna ma-la klo 10-19) \*

- Sopivat
- Haluaisin, että Olohuone aukeaisi aikaisemmin
- Haluaisin, että Olohuone olisi auki pidempään

Mistä kuulit Olohuoneesta? / Where did you hear about Olohuone? \*

- Kaverilta
- Facebookista
- Instagramista
- Mainosjulistesta
- Kuljin ohi
- Muu: \_\_\_\_\_

Mitä kautta kuulisit mieluiten Olohuoneen toiminnasta ja tulevista tapahtumista? (Voit halutessasi valita useamman) \*

- Instagram
- Facebook
- Vapaakaupungin nettisivut
- Ilmoitustaulu
- Lehtimainonta
- Uutiskirje
- Julisteet
- Muu: \_\_\_\_\_

Kuinka tärkeinä itsellesi pidät seuraavia syitä vierailia Olohuoneella? \*

|                            | Erittäin tärkeää      | Melko tärkeää         | Ei kovin tärkeää      | Ei lainkaan tärkeää   |
|----------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Oleakelu                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Oplakelu                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Työkentely                 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Työtapaamiset              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kirjat ja lukeminen        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ystävien tapaaminen        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Uusien ihmisten tapaaminen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Taidenäyttelyt             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tapahtumat                 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Verstas                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mahdollisuus syödä eväitä  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vastaavien tilojen puute   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Minulla hyvä sijainti      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Redin palvelut lähellä     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Muut syyt?

Oma vastauksesi

---

Mihin tarkoituksiin käytät pääasiallisesti Olohuonetta? \*

Oma vastauksesi

---

Minkälaisia sisältöjä, työpajoja ja/tai tapahtumia toivoisit Olohuoneelle? \*

Oma vastauksesi

---

Käytätkö Olohuoneen lisäksi muita REDIn palveluita? Mitä?

Oma vastauksesi

---

Miten tärkeäksi koet, että Olohuoneen kaltaisia vapaan oleskelun tiloja olisi kauppakeskuksissa/muissa kaupallisissa tiloissa? \*

1      2      3      4

Erittäin tärkeää                    Ei lainkaan tärkeää

---

Perustele vastauksesi \*

Oma vastauksesi

---

Mikä on parasta Vapaakaupungin Olohuoneessa?

Oma vastauksesi

---

Miten Olohuonetta ja sen toimintaa voisi mielestäsi kehittää?

Oma vastauksesi

---

Muut terveiset

Oma vastauksesi

---

[Takaisin](#)    [Lähetä](#)

(Ei käyneet  
vastaajat)

#### Mikä on Vapaakaupungin Olohuone?

Kalasataman Vapaakaupungin Olohuone on epäkaupallinen, kaikille avoin ja vapaa tila Kauppakeskus RED:ssä. Olohuone tarjoaa kaupunkilaisille paikan luoda omia tapahtumia, osallistua työpajoihin, työskennellä hiihaisina hetkinä tai muuten vaan hengailta. Olohuoneesta löytyy myös taidegalleria ja versta. Kaikki toiminta ja siihen osallistuminen on ilmaista. Tilalla on kokoa lähes 600 neliötä, joten paikalle sopii hyvin paljon erilaista toimintaa samaankin aikaan.

Olohuoneessa voi järjestää omia tapahtumia ilmaiseksi, kunhan ne ovat kaikille avoimia ja ilmaisia. Kaikkoja ja muita äänekkäämpää toimintaa Olohuoneessa voi järjestää lauantai-iltaisin klo 19 – 22.30, muuten paikalla mennään iisimmissä tunnelmissa. Se voi olla ohjattua joogaa tai vaikkapa yhteisöllinen työpaja.

Katso lyhyt esittelyvideo Olohuoneesta täältä:  
[www.facebook.com/vapaakaupunki/videos/610237652789594](https://www.facebook.com/vapaakaupunki/videos/610237652789594)  
Vapaakaupungin nettisivuille pääset täältä: [www.vapaakaupunki.fi](http://www.vapaakaupunki.fi)

#### Oletko aikaisemmin kuullut Vapaakaupungin Olohuoneesta? \*

- Kyllä, ystävältä
- Kyllä, Facebookista
- Kyllä, Instagramista
- Kyllä, mainosjulisteesta
- Kyllä, olen kulkenut tilan ohi
- En
- Muu: \_\_\_\_\_

#### Minkälaisista syistä voisit kuvitella vierailevasi Olohuoneella? \*

|                            | Erittäin todennäköinen | Melko todennäköinen   | Melko epätodennäköinen | Erittäin epätodennäköinen |
|----------------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|---------------------------|
| Oleskelu                   | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>     |
| Työskentely                | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>     |
| Työtapaamiset              | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>     |
| Opiskelu                   | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>     |
| Kirjat ja lukeminen        | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>     |
| Ystävien tapaaminen        | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>     |
| Uusien ihmisten tapaaminen | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>     |
| Taidenäyttelyt             | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>     |
| Työpajat                   | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>     |
| Verstas                    | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>     |
| Tapahtumat                 | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>     |
| Mahdollisuus syödä eväitä  | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>     |
| Vastaavien tilojen puute   | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>     |
| Minulle hyvä sijainti      | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>     |
| Redin palvelut lähellä     | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>     |

Muu syy, mikä?

Oma vastauksesi

Minkälaisiin työpajoihin ja/tai tapahtumiin olisit kiinnostunut osallistumaan Olohuoneella? (esim. askartelu-/taidetyöpajat, ruoka-/kokkailutyöpajat, tanssityöpajat, jooga, musiikkitapahtumat jne.) Sana on vapaa! \*

Oma vastauksesi

Mitä kautta kuulisit mieluiten Olohuoneen toiminnasta ja tulevista tapahtumista? \*

- Facebook
- Instagram
- Vapaakaupungin nettisivut
- Ilmoitustaulu
- Lehtimainonta
- Julisteet
- Uutiskirje
- Muu: \_\_\_\_\_

Miten tärkeäksi koet, että Olohuoneen kaltaisia vapaan oleskelun tiloja olisi kauppakeskuksissa/muissa kaupallisissa tiloissa? \*

Erittäin tärkeää      1      2      3      4      Ei lainkaan tärkeää

Perustele vastauksesi \*

Oma vastauksesi

Muut terveiset

Oma vastauksesi

Takaisin

Lähetä

**Havainnointikehikko**

| HAVAINNOINTIPÄIVÄ | KÄVIJÄRYHMÄT | MITÄ TEKEVÄT? | PAIKALLAOLOAIKA? | MUITA HUOMIOITA |
|-------------------|--------------|---------------|------------------|-----------------|
|                   |              |               |                  |                 |

## Ideointityöpajan runko

### Ideointityöpaja ja tulosten esittely ti 20.4.2021

Ideointityöpajan tavoitteena on esitellä kyselyssä sekä havainnoinnissa esiin nousseita asioita. Tarkastelemme Olohuoneen käytön nykytilaa, ei-käyneiden vastaajien mielikuvia paikasta sekä kävijöiden palautteita ja toiveita tilaa kohtaan. Tämän pohjalta pohdimme mahdollisia kehitysehdotuksia, jos sellaisia ilmenee.

#### **Teemat:**

1. Tilankäytön nykytila ja kävijöiden syyt tulla Olohuoneelle
2. Ei-käyneiden vastaajien mielikuvat Olohuoneesta
3. Kävijöiden palaute ja kehitysehdotukset
4. Mitä kaupunkilaiset toivovat Olohuoneelta ja sen kaltaisilta tiloilta?