



Henna Sillanpää

Kulttuurikeskus Kanneltalon ei-kävijät

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Kulttuurituottaja

Kulttuurituotannon tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

12.10.2021

Tiivistelmä

Tekijä:	Henna Sillanpää
Otsikko:	Kulttuurikeskus Kanneltalon ei-kävijät
Sivumäärä:	40 sivua + 2 liitettä
Aika:	12.10.2021
Tutkinto:	Kulttuurituottaja AMK
Tutkinto-ohjelma:	Kulttuurituotannon tutkinto-ohjelma
Ohjaaja:	Lehtori Niina Torkko

Tässä kehittämistyössä kartoitetaan Kannelmäessä sijaitsevan Kulttuurikeskus Kanneltalon lähialueen asukkaiden syitä ja taustatekijöitä ei-kävijyyteen liittyen. Työn tavoitteena on selvittää, voisiko Kanneltalo palveluitaan tai toimintaansa kehittämällä houkutella lisää kävijöitä ja saada ei-kävijöistä aktiivisia kävijöitä. Opinnäytetyö toteutettiin yhdessä Helsingin kulttuurin ja vapaa-ajan toimialan piirissä toimivan alueellisen kulttuurikeskus Kanneltalon kanssa.

Työn teoreettinen viitekehys muodostuu ei-kävijyyden tutkimuksesta. Siinä tarkastellaan kulttuuri- ja taidealan ei-kävijyyttä sekä esteitä, jotka vaikuttavat ei-kävijyyden taustalla.

Aineistonhankintamenetelminä työssä käytetään kyselytutkimusta- sekä tämän pohjalta kerättyjen yhteystietojen avulla luotuja ryhmähaastatteluja Kannelmäen alueella asuville henkilöille. Kyselytutkimus oli Helsingin kaupungin kulttuuri- ja vapaa-ajan lautakunnan tilaama ja sitä käytettiin opinnäytetyön aineistonhankintamenetelmänä, yhteystietojen keräämisen välineenä sekä haastateltavien taustatietojen selvittämiseen, jonka perusteella suoritettiin haastateltavien ryhmittäminen. Haastattelujen avulla pyrittiin pureutumaan syvemmin ei-kävijöiden motiiveihin ja esteisiin olla käyttämättä Kanneltalon palveluita tai osallistua talon esityksiin. Näitä vertaamalla ja yhdistämällä pyrittiin kehittämään Kanneltalon toimintaa entistä houkuttelevammaksi.

Tuloksista nousi esiin kaksi isompaa kehittämiskohdetta ja näiden pohjalta muodostin erilaisia kehitysehdotuksia. Nämä ovat tiedon puute ja sen toimittaminen ei-kävijöille sekä Kanneltalon fyysinen sijainti, sitä ympäröivä alue ja taloon saapuminen. Tietoa talon toiminnasta on tällä hetkellä saatavilla Kanneltalon omien Facebook- ja Instagram sivujen kautta, sekä heidän kotisivuiltaan. Tulosten kautta selvisi, että vaikka sosiaalinen media on väylä, jonka kautta moni tietoa saa, niin tieto ei Kanneltalon ei-kävijöitä tavoita ja näin ollen kaivataan kipeästi uusia keinoja tiedon levittämiseksi. Lisäksi esiin nousivat talon ulkonäön houkuttelemattomuus, harmaa ympäristö ja talon siihen sulautuminen, sekä talon edessä sijaitsevan Sitratorin epämiellyttävävyys. Saatua tuloksia analysoimalla voi siis todeta, että muutosta kaivataan talon ulkoiseen olemukseen ja lähialueeseen sekä tiedon levittämiseen.

Avainsanat: Kulttuurikeskus, Kanneltalo, Ei-kävijä,

Abstract

Author(s): Henna Sillanpää
Title: The Non-Visitors of Cultural Center Kanneltalo
Number of Pages: 40 pages + 2 appendices
Date: 12 October 2021

Degree: Cultural management
Degree Programme: Bachelor of Culture and Arts
Instructor: Niina Torkko, Senior Lecturer

This thesis is a case study investigating the causes and background factors of the residents of the Kanneltalo Cultural Center in Kannelmäki in relation to non-attendance. The aim of the work is to find out whether Kanneltalo could attract more visitors by developing its services or operations and get active visitors from non-visitors. The thesis was carried out together with the regional cultural center Kanneltalo, which operates within the Helsinki culture and leisure industry.

The theoretical framework of the work consists of the study of non-attendance. It looks at non-attendance in the field of culture and the arts, as well as the barriers that underlie non-attendance.

The data acquisition methods used in the work are survey research, as well as group interviews created for people living in the Kannelmäki area using the contact information collected on this basis. The survey was commissioned by the City of Helsinki's Culture and Leisure Board and was used to establish the survey, to collect contact information and to find out the background information of the interviewees, based on which the interviewees were grouped. The interviews were used to delve deeper into the reasons and obstacles for non-visitors to use Kanneltalo's services or to participate in various performances. By comparing and combining these, we aim to make Kanneltalo's operations even more attractive.

The results highlighted two major areas for development, and based on these, I formed various development proposals. These are the lack of information for non-visitors, as well as the physical location of the Kanneltalo, the surrounding area and the arrival at the house. Information about the house's activities is currently available through Kanneltalo's own Facebook and Instagram pages, as well as on their website. The results showed that although social media is the gateway through which many people receive information, information does not reach non-visitors to Kanneltalo and therefore new ways of disseminating information are urgently needed. In addition, the unattractiveness of the appearance of the house, the gray environment, and the merging of the house into it, as well as the discomfort of the Sitramarket in front of the house stood out. Analyzing the results, it can be stated that a change is needed in the external appearance of the house and the surrounding area, as well as in the lack of information.

Keywords: Cultural Center, Kanneltalo, Non-visitor

Sisällysluettelo

1	Johdanto	5
2	Kulttuuri- ja taidealan ei-kävijä	6
3	Kanneltalo	12
4	Miten Kanneltalon ei-kävijästä saadaan kävijä?	13
5	Kehittämistyön menetelmät	14
5.1	Kehittämispöytä	14
5.2	Tapaustutkimus	15
5.3	Aineiston hankinta	17
5.4	Aineiston analyysi	20
5.5	Oma roolini	21
6	Tulokset	21
6.1	Kysely	22
6.1.1	Kulttuurikeskusten kävijät	22
6.1.2	Kulttuurikeskusten tunnettuus	23
6.1.3	Mielikuvat kulttuurikeskuksista ja Kanneltalosta	24
6.1.4	Kanneltalon ei-kävijät	25
6.2	Haastattelu	27
6.2.1	Tiedon puute osallistumisen esteenä	28
6.2.2	Kanneltalon toiminta	29
6.2.3	Tiedon saaminen	29
6.2.4	Muu tieto ja lippujen hinnat	30
6.2.5	Fyysinen & maantieteellinen saavutettavuus	31
6.2.6	Sijainti ja ympäristö	31
6.2.7	Kanneltalo eri sijainnissa	32
6.2.8	Viihtyisämpi ympäristö	32
6.2.9	Päätelmät	33
7	Kehittämissuositukset	34
7.1	Tiedon puute osallistumisen esteenä	34
7.2	Fyysinen ja maantieteellinen sijainti	36
8	Pohdinta ja arviointi	38
	Lähteet	41
	Liitteet	43
	Haastattelurunko	43
	Kysely	45

1 Johdanto

Idea opinnäytetyöhöni syntyi, kun aloin tarkastelemaan minulle tärkeitä asioita ja mielenkiinnonkohteita kulttuurin kentällä. Avoin, monimuotoinen ja kaikkien saavutettavissa oleva kulttuuri on yksi isoimmista kiinnostuksen kohteistani. Tällaista tarjoaa tai ainakin pyrkii tarjoamaan jokainen Helsingin kaupungin kulttuurin ja vapaa-ajan toimialalla toimiva kulttuurikeskus. Olen huomannut, että vaikka kulttuurikeskukset kuvaavat itseään matalankynnyksen keskuksiksi, niin näkemykseni mukaan on silti monella helsinkiläisellä vääristynyt/vanhentunut mielikuva siitä, millainen on tyypillinen kulttuurikeskuksen kävijä ja mitä palveluita keskus tarjoaa. Tästä syystä saattaa moni kulttuurista kiinnostunut jättää käymättä Helsingin kulttuurikeskuksissa ja hänestä tulee helposti ei-kävijä.

Halusin lähteä tarkemmin selvittämään kulttuurikeskuksen ei-kävijyyttä ja siihen johtaneita syitä, ennakkoluuloja ja mielipiteitä. Aloin tarkemmin tutkimaan aiheetta ja siitä kyllä löytyi materiaalia, mutta ei kovinkaan paljon. Halusin päästä pintaa syvemmälle ja todella selvittää syyt henkilöiden käymättömyydelle oman lähialueensa kulttuurikeskuksessa. Valitsin kahdeksasta kulttuurikeskuksesta minulle mielenkiintoisimman ja otin yhteyttä Kanneltalon johtajaan la Pelliseen. Kerroin hänellä, että olisin kiinnostunut toteuttamaan opinnäytetyöni Kanneltalolle ja kyselin mitä mieltä hän olisi, jos lähtisin tutkimaan heidän ei-kävijöitään.

Sovimme etätapaamisen, jossa kerroin omia ideoitani ja pohdimme yhdessä parasta tapaa lähteä toteuttamaan kehittämistyötä. Koin, että vaikka onkin tärkeää selvittää tämänhetkisten kävijöiden ajatuksia, niin on sitäkin mielenkiintoisempaa tietää kokonaan ei-kävijöiden syyt. Uusien asiakkaiden saaminen ja ihmisten houkuttelemisen kulttuurin pariin on aina ajankohtainen aihe kulttuurin kentällä. Halusin omalta osaltani auttaa Kanneltaloa selvittämään alueen asukkaiden ajatuksia ja esteitä sekä tuoda esiin mahdollisia epäkohtia, joita parantamalla Kanneltalo voi kehittää omaa toimintaansa. Haluan tämän opinnäytetyön kautta selvittää, että mitkä asiat ovat esteenä ei-kävijöille ja mitä he haluaisivat

parannettavan tai muutettavan, jotta he kävisivät katsomassa Kanneltalon esityksiä ja käyttäisivät talon palveluita aktiivisemmin.

Olen omien opintojeni ja suorittamieni harjoittelujen kautta päässyt työskentelemään lähietäisyydeltä yhdessä Helsingin kaupungin kanssa toimiessani tuotantoharjoittelijana ensin Kustaankartanon festivaaleilla 2018 ja sittemmin tuottajana Espan lavalla. Molempien harjoitteluiden tapahtumat olivat osa Helsinki-päivää, joka on kaupungin virallinen syntymäpäivä. Juhlapäivää vietetään vuosittain kesäkuun 12. päivä ja tänä päivänä kymmenet maksuttomat tapahtumat valtaavat Helsingin kaupungin ja kaupunginosat (Helsingin kaupunki 2019).

Kuten Helsinki-päivä, myös Kanneltalo tarjoaa alueen asukkaille yhteisöllisyyttä, ajanvietettä ja yhteisen kohtaamispaikan (Helsingin Kaupunki, Kanneltalo 2020). Koenkin, että kulttuurikeskusten kaltaiset paikat ovat yhteiskunnallisesti todella merkittäviä. Sinne on helppo saapua, se on lähellä ja kuka vain on tervetullut ikään, sukupuoleen tai kansallisuuteen katsomatta. Uskon, että keskukset voivat omalta osaltaan olla vaikuttamassa syrjäytymisen ja yksinäisyyden ehkäisemisessä. Onkin tärkeää panostaa kulttuurilaitosten palveluiden laatuun, mutta pitämällä mielessä saavutettavuus ja matalankynnyksen osallistaminen. Kanneltalo on ainoa kulttuurikeskus, joka ei sijaitse kauppakeskuksen välittömässä läheisyydessä, ja tämä varmasti vaikuttaa osaan Kannelmäen alueella asuvista, varsinkin nuorista kävijöistä.

2 Kulttuuri- ja taidealan ei-kävijä

Kulttuuri- ja taidealalla ei-kävijäksi voidaan määritellä henkilö, joka ei ole vielä löytänyt tietään taiteen tai kulttuurin pariin. Ei-kävijän voi rajata myös taiteeseen ylipäättään negatiivisesti suhtautuvaan henkilöön ja tätä kautta mahdollisesti epätodennäköiseen kävijään. (Barbosa & Brito 2012, 17.) Ei-kävijyys on kävijyyden kääntöpuoli: tyypillinen kävijä on epätyypillinen ei-kävijä. Kun ei-kävijä alkaa aktiivisesti käymään taide- ja kulttuuritapahtumissa, niin tulee hänestä kävijä. (Lindholm 2015, 15.)

Taide- ja kulttuuritilaisuuksissa käymiseen ja päinvastoin ei-käymiseen vaikuttavat useimmiten useat eri taustatekijät yhdessä. Näitä voivat olla mm. koulutus- ja palkkataso, asuinpaikan sijainti sekä henkilön harrastuneisuus. (Lindholm 2015, 12.) Aktiivisesti kulttuuria nauttivan henkilön taustalla onkin usein yhdistyneenä useita positiivisia ilmiöitä: hyvä terveys, pitkä elinikä, sosiaalinen hyvinvointi ja yhteisöllisyys. Päinvastoin tähän nähden heikommassa asemassa olevat ei-kävijät kuluttavat kulttuuri- ja taidepalveluita huomattavasti passiivisemmin. (Lindholm 2015, 33.)

Ei-kävijyys liitetään edelleen valitettavan usein köyhyyteen ja tätä kautta se samalla yhdistetään helposti syrjäytymiseen, vaikka se on tätä paljon laajempi ilmiö. Tulotaso tietysti vaikuttaa kulttuurin kuluttamiseen, mutta ei aina suoraan. (Lindholm 2015, 137.) Ei-kävijä ei usein tunne oloaan kotoisaksi vieraillessaan taide- ja kulttuurilaitoksessa ja kokee kuulumattomuuden tunnetta. Suuri osa tästä ei-kävijöiden ryhmästä saattaa yhdistää nämä paikat johonkin pyhättöön esim. kirkkoon (Lindholm 2015, 68.) Tämä tarkoittaa sitä, että kulttuuri- ja taidelaitokset eivät vieläkään ole kokonaan onnistuneet karistamaan niihin liitettyä imagoa pyhättömyydestä harteiltaan (Lindholm 2015, 136).

Kävijän ja ei-kävijän erottelusta on tehnyt hankalampaa digitaalisuuden kehittyminen, mikä antaa osallistumattomuudelle täysin uutta näkökulmaa. Passiiviseksi luokiteltu kävijä voikin olla hyvinkin aktiivinen kulttuurin kuluttaja, vaikka hän ei käyttäisikään taide- ja kulttuurilaitosten palveluita. Digitaalisen kulttuurin kuluttajan aktiviteetit saattavat sijoittua internettiin, kaduille ja muihin ei-institutionaalisiin paikkoihin. He saattavat lukea kirjoja ja kuunnella musiikkia kotonaan. (Balling & Kann-Christensen 2013, 69.)

Vaikka aihetta ei-kävijät on vuosien saatossa tutkittu koko ajan enemmän, niin vieläkään ei ole olemassa yhtä yksinkertaista syytä tai vastausta siihen, että miksi tietyt kansalaiset eivät käy aktiivisesti kulttuuri- ja taidelaitoksissa (Kay, Wong and Polonsky 2008, 3). Kayn, Wongin ja Polonskyn (2008, 3) teettämän tutkimuksen tuloksien mukaan vaikuttaisi siltä, että on olemassa kahdeksan eri-

laista ”estettä”, jotka vaikuttavat yksilön käymiseen kulttuuri- ja taideinstituutioissa. Nämä ovat: *fyysinen, henkilökohtainen, kustannukset, aika ja ajoitus, tuote, henkilökohtainen kiinnostus, sosialisointi ja ymmärtäminen sekä tieto*. Useimmissa tapauksissa esteiden välillä on yhteys. (Kay, Wong and Polonsky 2008, 3.)



Kuvio 1. Kahdeksan estettä, jotka vaikuttavat yksilön käymiseen kulttuuri- ja taideinstituutioissa. (Kay, Wong and Polonsky 2008, 3.)

Tutkimuksessa todettiin, että fyysisen sijainnin vuoksi pääsy koettiin vaikeaksi tai hankalaksi. Esiin nousi kolme laajempaa aihetta, joista ensimmäinen koski kulttuurilaitoksiin fyysisesti vaikeaa pääsyä, toinen liittyi julkiseen liikenteeseen ja kolmannessa yhdistyivät ongelmat kulttuurilaitoksen hankalan sijainnin yhdistyminen heikkoon julkiseen liikenteeseen. Vierailun tai matkan järjestäminen koettiin liian vaikeaksi tai tähän saattoi liittyä haluttomuus matkustaa / käyttää julkista liikennettä. (Kay, Wong and Polonsky 2008, 1.)

Henkilökohtaisen pääsyn esteeksi nousi kaksi laajempaa teemaa, joista ensimmäisessä tuli ilmi, että ihmiset eivät usein tunteneet oloaan mukavaksi, he eivät viihtyneet tai kokivat, ettei se olisi hauskaa. Nämä asiat liittyvät suuremmin henkilökohtaiseen kokemukseen, jonka takia ei-osallistujien kohdalla on hiukan epäselvää, miten havainnot kehitettiin. Aiemmin osallistuneiden kohdalla saatetaan olla, että huono kokemus vaikutti kielteisesti heidän käsitykseensä ja esti uudelleen osallistumisen. Toinen este liittyi henkilön henkilökohtaisiin esteisiin, kuten perheolosuhteisiin tai terveysongelmiin, jotka estivät heitä osallistumasta.

Muut tulokset osoittivat, että toiminta oli usein spontaania, kun potentiaaliset kävijät pystyivät osallistumaan. Ihmiset usein kokivat järjestämisen vaativan liikaa suunnittelua. Jotkut ihmiset myös kokivat, etteivät he halunneet osallistua yksin, eikä heillä ollut ketään kenen kanssa mennä. (Kay, Wong and Polonsky 2008, 2.)

Rahalliset esteet osallistumiselle voidaan esittää kolmella tavalla. Useilla henkilöillä ja perheillä on rajalliset tulot, ja he ottavat huomioon kaikki osallistumisesta koituvat kustannukset, eivät vain pääsylipun hintaa. Lisäkustannuksia ovat esim. lastenhoito, ruoka ja pysäköinti. Kolmanneksi nousi huoli siitä, että saako kokemuksen kautta vastinetta rahoilleen. Joidenkin mielestä osa laitoksista on vain liian kalliita, vaikka osa saattaakin yliarvioida osallistumisesta koituvat kustannukset. (Kay, Wong and Polonsky 2008, 2.)

Kävijät ja ei-kävijät kokevat ajan yhdeksi kriittisimmistä esteistä vierailulle. Rajoitettujen aukioloaikojen tai aikataulujen kanssa esiintyy myös saapumiseen vaikuttavia rajoitteita. Osa ihmisistä ei pidä kulttuurilaitoksissa käyntiä kovin korkeana prioriteettina, eli heillä on parempaakin tekemistä jo valmiiksi rajatun ajan kanssa. Jos osallistumista ei pidetä arvokkaana, saattaa vierailu tuntua ajanhukalta. (Kay, Wong and Polonsky 2008, 2–3.)

Tutkimuksessa tunnistettiin useita kulttuurituotteisiin liittyviä kysymyksiä, jotka saattavat estää vierailua. Esiin nousi huoli kulttuurilaitosten laadusta. Ihmisillä saattaa olla käsitys, että tarjonta on heikkolaatuista ja että jotkut kulttuurilaitokset ovat liian vakavia. Myös ajatus siitä, että kulttuurituotteet edustavat liikaa eri "luokkien" eroa nousi esille. Osa tutkimukseen vastaavista henkilöistä koki, että kerran käymisen jälkeen ei tarvitse käydä kulttuurilaitoksessa uudestaan. Osan mielestä esityksiä kierrätetään liikaa, eli ei ole tarvetta palata. (Kay, Wong and Polonsky 2008, 3.)

Osa ihmisistä ei vain koe kulttuurilaitosten tarjoavan heille heitä kiinnostavaa sisältöä. Heillä on erilaiset kiinnostuksen kohteet ja osallistuminen ei tue heidän identiteettiään. Myös ihmisen käsitys itsestään ja siihen, miten hänen ikäisensä

ihminen nähdään, vaikuttaa osallistumiseen kulttuurilaitosten toimintaan ja tapahtumiin. Miten ei-kävijöiden käsitykset koskien henkilökohtaista kiinnostusta esteenä osallistumiseen kehitettiin ei ole täysin varmaa. Tähän vaikuttavat tekijät saattavat olla todella individualistisia ja voivat myös vaihdella laitoksen mukaan. Syyt näyttävät kuitenkin liittyvän läheisesti henkilökohtaisen pääsyn esteeseen ja ymmärryksen puutteeseen esteenä. (Kay, Wong and Polonsky 2008, 3.)

Ymmärtämisen este liittyy henkilöihin, jotka kokevat, että kulttuurilaitokset eivät ole heille tarkoitettuja tai he eivät ymmärrä niiden tarkoitusta. Tämä este liittyy läheisesti henkilöiden henkilökohtaisiin esteisiin, joissa henkilöllä on näkemys siitä, että yhteydenpito kulttuurilaitoksiin on "liian vaikeaa" tai siitä ei ole tarpeeksi tietoa. Muita esiin nousseita esteitä ovat menneisyydessä heikko osallistuminen, huono aikaisempi kokemus tai huono yhteys kulttuurilaitosten kanssa. Tällaisissa tapauksissa ei-kävijän saaminen vierailulle ja nautinnollisen kokemuksen tarjoaminen ovat merkittävässä roolissa tulevien vierailuiden suhteen. Jos ensimmäinen kokemus epäonnistuu, niin uudelleenkokeilemisen kynnyks vain kasvaa. (Kay, Wong and Polonsky 2008, 3–4.)

Tiedon puute kulttuurilaitoksista nähdään ongelmana. Tätä mieltä ovat kävijät, mutta myös ei-kävijät, joilla ei ole mitään tietoa keskuksista, sen toiminnasta ja mahdollisista esityksistä. Tämä este on läheisessä yhteydessä moneen muuhunkin edellä mainittuun esteeseen, koska ei-kävijä saattaa tiedon puutteen kautta kehittää mielessään virheellisiä uskomuksia taidelaitoksesta. Nämä sitten saattavat muokata henkilön käyttäytymistä ja siitä muodostuu tietynlainen kaava. (Kay, Wong and Polonsky 2008, 4.)

Osallistumattomuuden kahdeksan estettä voidaan jakaa kolmeen ryhmään niiden yhtäläisyyksien mukaan. Nämä ryhmät ovat ulkoinen / tilannekohtainen, tuotekohtainen ja henkilökohtainen. Tutkimuksessa havaittiin, että ei-kävijäisyys on monimutkaista ja on olemassa kahdeksan estettä, jotka vaikuttavat yksilöiden halukkuuteen vieraillla kulttuurilaitoksissa. Esteiden välillä on selkeä yhteys useassa tapauksessa. (Kay, Wong and Polonsky 2008, 4–5.)



Kuvio 2. Osallistumattomuuteen johtavien tekijöiden keskinäiset suhteet. (Kay, Wong and Polonsky 2008, 4-5.)

On kuitenkin mielenkiintoista, että kansallisten ja kansainvälisten tutkimusten mukaan taloudelliset, maantieteelliset tai psykologiset esteet eivät ole isoin syy osallistumattomuuteen. Kyse on ennemminkin ajan tai mielenkiinnon puutteesta kyseistä kulttuuri- ja taidealaa kohtaan. (Stevenson, Balling & Kann-Rasmussen 2015, 6.) Kasvava merkitys kulttuurisen osallistumisen ja ei-osallistumisen mitaamisella on osaksi seurausta hallitusten pyrkimyksestä osoittaa kasvavaa osallistumisastetta ja siten tukea heidän jo tukemaansa kulttuuria (Stevenson, Balling & Kann-Rasmussen 2015, 16). Jos asiaa katsoo tästä näkökulmasta, niin itse ei-kävijät eivät koe käymättömyyttään ongelmana vaan sitä kokevat eri kulttuuri- ja taidealojen organisaatiot, jotka nauttivat julkisesta tuesta houkuttelevat vain pientä osaa väestöstä (Stevenson, Balling & Kann-Rasmussen 2015, 13–14).

Ei-kävijyys ajatellaan usein ongelmana, johon tulisi jotenkin puuttua. Sitä saateen olettaa, että osallistumattomuudelle on jokin este. Tällöin ohitetaan se mahdollisuus, että ei-kävijää ei vain jostain syystä tietty taide- ja kulttuurisuuntaus kiinnosta. Tämä ei tarkoita, että tämä ryhmä ei ole muuten aktiivinen omassa elämässään. (Karttunen 2019, 14.) Kun tutkitaan osallistumattomuutta, niin usein saattaa myös jäädä vähemmälle huomiolle se, että ei-kävijyys ei ole aina pysyvä muoto. Se saattaa liittyä tiettyyn elämänvaiheeseen, kuten tuore äitiys, työttömyys tai hetkellinen terveydentilan heikkeneminen. (Virolainen 2015, 17.) Ei-kävijöiden tutkiminen on aikaa vaativaa työtä ja siihen tarvitaan isot resurssit. Silti voi tuloksia joutua odottamaan pitkän aikaa tai niitä ei vain yksinkertaisesti saada (Lindholm 2015, 138).

3 Kanneltalo

Tämän kehittämistyön tilaajana toimii Kanneltalo, yksi Helsingin kahdeksasta kulttuurin ja vapaa-ajan toimialalla toimivista kulttuurikeskuksista. Kanneltalo on osana Helsingin kaupungin toimintaa ja kunnallisena palveluna se on verovaroin rahoitettua. Kanneltalo sijaitsee aivan Kannelmäen juna-aseman välittömässä läheisyydessä, Sitratorin aukiolla (Helsingin Kaupunki, Kanneltalo 2020). Talo valmistui vuonna 1992 ja sen suunnitteli arkkitehti Pekka Salminen (Silvanto, Linko, Keskinen & Cantell 2005, 42). Pääpaino Kanneltalossa on siirtynyt musiikista teatteriin, mutta myös muutakin toimintaa talosta löytyy.

Kanneltalosta löytyy 235-paikkaisen konsertti- ja teatterisalin lisäksi myös kirjasto, suomenkielinen työväenopisto, nuorisotalo ja kulttuurikahvila Voila. (Helsingin Kaupunki, Kanneltalo 2020). Kaikki, Kahvila Voilaa lukuun ottamatta ovat Helsingin kaupungin toimijoita ja kunnallisina palveluina verovaroin toteutettavaa toimintaa.

Talon henkilökunta koostuu Kanneltalon johtajan ja Pellisen lisäksi toimistosih- teeristä, kahdesta tuottajasta, tuotannonsuunnittelijasta, sekä kolmesta teknisen henkilökunnan työntekijästä. Tämän lisäksi talossa työskentelee lyhytaikaisia määräaikaisia työntekijöitä (Helsingin Kaupunki, Kanneltalo 2020).

Kanneltalo toimii tiiviissä yhteistyössä Helsingin taide- ja kulttuurikentän kanssa, unohtamatta itse helsinkiläisiä ja oman alueen asukkaita. Tarjolla on vaihtuvaa vierailuohjelmistoa ja vakiintunutta kantaesitystoimintaa, sekä monipuolista taidekasvatusohjelmaa. Kanneltalon järjestämän toiminnan ja esitysten lisäksi on kenen tahansa mahdollista järjestää itse erilaisia tapahtumia, näyttelyitä ja kouksia. (Helsingin Kaupunki, Kanneltalo 2020.)

Kulttuurikeskus Kanneltalon johtajan ja Pellisen mukaan ei-kävijöistä kaivataan lisää laadullista tietoa, jonka avulla talon sisältöä ja toimintaa, sekä oikeanlaisia tiedotuskanavia voidaan kehittää entistä kattavammaksi ja kaikkia kohderyhmiä

palvelevaksi. Kulttuurikeskukset -palvelun yksiköt (Kanneltalo, Malmitalo, Savoy-teatteri, Stoa, Maunula-talo ja Vuotalo) vastaavat itse oman kulttuurikeskuksensa sisällöstä ja toiminnasta sekä keskuksen palvelujen yhteistyöstä (Helsingin Kaupunki, Kulttuuri ja vapaa-aika 2021). Perinteisen asiakaspalautteen ja kyselyjen avulla pystytään selvittämään palveluita käyttävien kävijöiden ajatuksia sekä mielteitä. Tämän tutkimuksen avulla pyrimme saamaan selville ei-kävijöiden mielipiteitä ja mahdollisia ennakkoluuloja, sekä sitä kautta parantamaan Kanneltalon ohjelmasisältöä mahdollisuuksien mukaan.

4 Miten Kanneltalon ei-kävijästä saadaan kävijä?

Kehittämistyön päätavoitteena on selvittää, että miksi Kannelmäen alueen asukkaat eivät käytä Kanneltalon palveluita ja ovat näin ei-kävijöitä? Haluan selvittää heidän syynsä käymättömyyteen ja tätä kautta Kanneltalo pystyy lähteä kehittämään omaa toimintaansa niin, että sen palvelut houkuttelevat myös tämän hetken ei-kävijöitä. Vastauksia saadakseni tutkin Kanneltalon tämänhetkistä toimintaa ja sen kävijöitä, sekä ei-kävijöitä, jotka ovat pääkohderyhmänä tässä tutkimuksessa. Syitä ei-kävijyyden tutkimisen rinnalla tutkin mitä palveluita/toimintaa Kannetalossa tulisi olla, jotta ei-kävijästä tulisi kävijä.

Päätutkimuskysymys:

Miksi Kannelmäen lähialueen asukkaat eivät käytä Kanneltalon palveluita?

Alatutkimuskysymykset:

Kuinka saadaan Kannetalosta kiinnostavampi alueen asukkaille?

Minkälainen ohjelmasisältö saisi alueen asukkaat käyttämään Kanneltalon palveluita useammin?

5 Kehittämistyön menetelmät

Organisaation kehittämistarve tai halu saada aikaan muutoksia, sekä muut erilaiset lähtökohdat voivat olla alkuna tutkimuksellisen kehittämistyön synnylle ja tarpeelle. Kehittämistyöhön kuuluu useimmiten uusien ideoiden, käytäntöjen, tuotteiden tai palveluiden tuottamista ja toteuttamista, sekä ongelmien ratkaisua käytännössä. Kehittämistyössä kuvaillaan ja selitetään asioita, mutta tämän lisäksi siinä etsitään niille parempia ratkaisuja, jotka voidaan ratkaisun jälkeen viedä käytäntöön. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 19.)

5.1 Kehittämispöessi

Kehittämistyö on eräänlainen prosessi, joka koostuu toisiaan seuraavista vaiheista, johon kuuluu kehittämishaasteiden selvittäminen, tavoitteiden asettaminen ja tavoitteisiin pääsemisen suunnitelma. Prosessin kautta kehittämistyön tarkastelu auttaa työskentelemään järjestelmällisesti ja ottamaan huomioon kaikki asiat oikeassa järjestyksessä, ennen seuraavaan vaiheeseen siirtymistä. Kehittämistyön tavoitteet tulisi määritellä ennen kuin aletaan pohtia käytettäviä menetelmiä. Huolellinen suunnittelu on tärkeää aikataulussa pysymisen kannalta. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 22.)

Lähtökohtana tutkimuksellisessa kehittämistyössä on kohteen tunnistaminen ja siihen liittyvien tekijöiden ymmärtäminen. Kun kehittämiskohde on tunnistettu, niin aletaan siihen hakea kohteeseen liittyvää tietoa sekä käytännössä että perehtymällä teoreettiseen ja muuhun kirjoitettuun tietoon. Keskeistä tässä tiedonkeruussa on löytää näkökulma, jota katsomalla edetään kehittämistyössä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 23–25.)

Kehittämistyön tavoitteena on tuottaa hyödyllisiä muutoksia ja tästä syystä tulisi aikaa ja resursseja suunnata prosessin loppuvaiheeseen. Prosessiin tulisi sisällyttää paljon muutoksen toteuttamiseen liittyvää toimintaa. On tärkeä koko prosessin ajan raportoida kehittämistyön etenemisestä osallisille ja tätä kautta viedä

sitä samalla koko ajan eteenpäin. Tulosten jakaminen kirjallisena onkin keskeinen osa tutkimuksellista kehittämistyötä. Prosessin viimeisessä vaiheessa toteutetaan kehittämistyön arviointi, joka kohdistuu sekä kehittämisprosessiin että sen tuloksiin. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 25–26.)

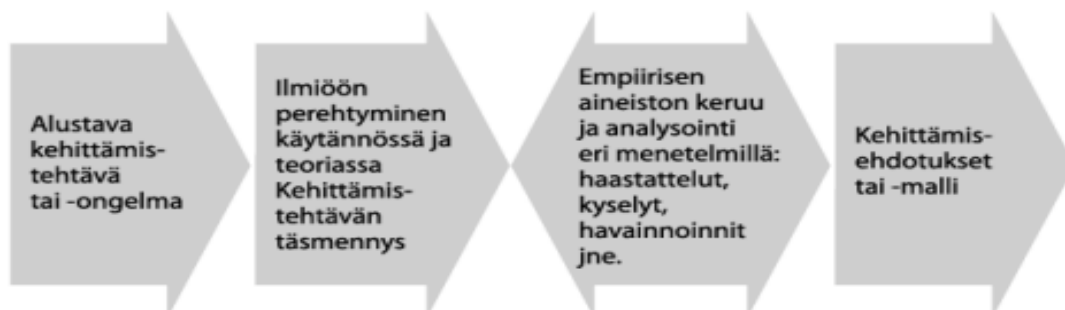
Oman kehittämisprosessini aloitan keskustelemalla työni tilaajan Kanneltalon johtajan ja Pellisen kanssa Kanneltalon ei-kävijyydestä, joka toimii tämän kehittämistyön näkökulmana. Mietimme yhdessä, että miten tätä tietoa olisi paras lähteä keräämään ja mitä menetelmiä käyttämällä saisimme parhaiten prosessia hyödyntäviä tuloksia. Keskustelun jälkeen luon kehittämistyölle tavoitteet, suuntaa antavan aikataulun ja valitsen lähestymistavan, sekä halutut menetelmät palvelemaan tavoitteisiin pääsyä.

5.2 Tapaustutkimus

Kehittäminen toteutetaan tapaustutkimuksena (case study), joka soveltuu hyvin lähestymistavaksi, kun halutaan syvää ymmärrystä kehittämisen kohteesta ja sitä kautta tuottaa uusia kehittämis ehdotuksia, sekä ideoita. Tapaustutkimuksen avulla pystytään tuottamaan tuoretta tietoa nykyajassa tapahtuvasta ilmiöstä sen todellisessa tilanteessa ja toimintaympäristössä. Sen pyrkimyksenä on tuottaa mahdollisimman yksityiskohtaista ja syvällistä tietoa tutkittavasta tapauksesta. Kyseisen tutkimustavan avulla voi ymmärtää valittua kehittämiskohdetta todella kokonaisvaltaisesti hyvinkin realistisessa ympäristössä. Se myös mahdollistaa tilan antamisen tutkittavan ilmiön monimuotoisuudelle yksinkertaistamatta sitä liikaa. On oleellista, että kohde ymmärretään tietyntyyppisenä kokonaisuutena, tapauksena. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 52–53.)

Tyypillinen prosessi tapaustutkimuksessa alkaa alustavan kehittämistehtävän miettimisellä, jonka jälkeen aloitetaan ilmiöön perehtymiseen teoriassa ja käytännössä, sekä kehittämistehtävän täsmennyksellä. Tämän jälkeen lähdetään

empiirisen aineiston keruuseen ja analysointiin hyödyntäen erilaisia menetelmiä, kuten haastattelua, kyselyä tai havainnointia. Prosessin lopuksi tuodaan esille kehittämissuhteet tai -mallit. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 54.)



Kuvio 3. Tapaustutkimuksen vaiheet (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014).

Tapaustutkimukselle tyypillistä on, että siinä käytetään monenlaisia menetelmiä, koska näin saadaan syvä, monipuolinen ja kokonaisvaltainen kuva tutkittavasta tapauksesta. Tapaustutkimuksen pystyy toteuttamaan käyttämällä määrällisiä tai laadullisia menetelmiä, sekä niitä yhdistelemällä. Tyypillisiä tiedonkeruumenetelmiä ovat haastattelut ja havainnointi, koska tapaustutkimus usein liittyy eri tilanteissa tapahtuvaan ihmisen toiminnan tutkimiseen. Tämän avulla kehitettävän tapauksen tutkija pystyy itse kuvaamaan ilmiötä ja selittämään tilanteeseen johtaneita syitä esimerkiksi havainnoimalla todellisia tilanteita.

Myös kyselyjä ja yrityksen erilaisia raportteja voidaan hyödyntää tapaustutkimuksen tiedonkeruumenetelminä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 55.)

Opinnäytetyöni lähestymistavaksi valitsin tapaustutkimuksen, koska sen avulla pystyn tuottamaan syvällistä ja yksityiskohtaista tietoa kehittämisen kohteesta. Tarkoituksena on kerätä laajasti ja kattavasti tietoa organisaation asiakaskunnasta ja sitä kautta tuottaa konkreettisia kehittämissuhteita ja ideoita, jotka voidaan mahdollisesti ottaa käyttöön organisaatiossa.

5.3 Aineiston hankinta

Kehittämistyössäni käytän aineistonhankintamenetelmänä haastattelua, tarkemmin avattuna puolistrukturoitua ryhmähaastattelua sekä kyselyä. Koen että nämä menetelmät tukevat toisiaan ja niiden avulla saan sekä pintapuolista, että syvällistä tietoa aineistoani varten.

Haastattelu on yksi tutkimus- ja kehittämistyön käytetyimmistä tiedonkeruumenetelmistä ja sillä voidaan saada nopeasti kerättyä todella syvällistä tietoa kehittämisen kohteesta. Haastattelu on hyvä yhdistää myös toisiin menetelmiin, sillä ne usein tukevat hyvin toisiaan. Haastattelumenetelmiä on erilaisia ja sen valinta aineistonkeruumenetelmäksi vaatii tarkkaa pohdintaa siitä, millaista tietoa tarvitaan, joka sitten määrittää sen, että minkälaista haastattelua tullaan suunnittelemaan. Haastattelun luonteesta riippuen, eli sen strukturointiasteeseen vaikuttavat kysymysten kiinteys ja miten paljon haastattelija voi joustaa itse haastattelutilanteessa. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 106.)

Puolistrukturoitu haastattelu, eli **teemahaastattelu** sopii hyvin haastattelun tyyliksi tilanteessa, jossa tutkimuksen kohde ei ole niin tunnettu etukäteen eikä haluta liikaa ohjata haastattelun kulkua ja vastaajien vastauksia (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 41). Puolistrukturoitu haastattelu on täysin strukturoitua haastattelua vapaampi, mutta se on edelleen selkeiden raamien sisällä. Haastattelun kysymykset ovat valmiiksi mietittyjä ja ne ovat kaikille samat, mutta ilman valmiita vastausvaihtoehtoja. (Näpärä, 2017.)

Ryhmähaastattelu eli **fokusryhmähaastattelu** on yksi haastattelujen luokista ja siinä osallistujia on useita. Verrattuna yksilöhaastatteluun on ryhmähaastattelun etuna se, että ryhmän dynamiikka voi viedä käsiteltävän aiheen uudelle tasolle. Haastattelija ohjaa ryhmää ja varmistaa että valitut aihepiirit käydään ryhmässä läpi. Menetelmä sopii hyvin, kun aiheesta ei ole paljon tietoa tai se on luonteeltaan epämääräistä. Ryhmähaastattelu on pituudeltaan yleensä noin 1–3 tuntia, riippuen ryhmän koosta. (Ojasalo, Moilanen ja Ritalahti 2014, 111–112.)

Kovin isoa ryhmää ei kannata valita, koska tämä hankaloittaa keskustelun talentamista ja iso joukko ihmisiä voi toimia keskustelun tyrehtyttäjänä innoituksen sijaan. Etuna ryhmähaastattelussa on se, että ryhmän jäsenet voivat auttaa toisiaan muistamaan jotain, mitä ei välttämättä tulisi mieleen yksin haastattelussa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Yhdistin nämä kaksi haastattelumenetelmää yhdeksi ja näin syntyi puolistrukturoitu ryhmähaastattelu. Halusin ryhmitellä ihmiset omiin pienryhmiinsä kyselystä syntyneitä eri teemoja vertaamalla. Näitä teemoja olivat mm. ikä, sukupuoli, koulutusaste ja bruttotulot. Päädyin ryhmittelemään haastateltavat iän mukaan ryhmiin 22–33-vuotiaat, 34–49-vuotiaat ja 50–73-vuotiaat. Vaikkakin koko kyselyn kohderyhmänä olivat 16–99-vuotiaat helsinkiläiset, niin Kanneltalon ei-käviäjyteen ja jatkotutkimukseen suostuneet henkilöt jäivät ikähaarukan 22–73-vuotiaiden väliin.

Koen, että ryhmittelemällä haastateltavat tulen saamaan parhaiten saman taustan omaavilta ihmisiltä erilaisia mielipiteitä. Haluan luoda valmiita kysymyksiä, jotka esitän sitten jokaiselle ryhmälle. Valmiit kysymykset auttavat minua yhtä lailla kuin haastateltavia pysymään aiheessa ja saamaan vastauksia minun kaipaamiini kysymyksiin, jotka ovat olennaisia kehittämistyön kannalta. Uskon, että ryhmähaastattelu luo hyvät mahdollisuudet syville vastauksille ja yhteiselle pohdinnalle. Muut ryhmän jäsenet voivat tukea toisiaan ja tuoda esille muuten unohtuneita asioita.

Haastava puoli haastattelun suunnittelussa on varmistaa, että kysyy juuri oikeat, opinnäytetyötä parhaiten palvelevat kysymykset ja itse haastateltavien sitouttaminen. Koronapandemiasta johtuen suoritan kaikki haastattelut etänä käyttäen valitsemaani viestintäalustaa (Teams). Haastattelun kysymykset syntyvät kyselystä saatujen vastausten perusteella, samalla tiukasti etsien vastausta kysymykseen: Miksi et käy Kanneltalossa? Haastattelujen avulla voi kuitenkin saada todella syvällistä tietoa nopeasti, mikä on ehdottomasti tämän aineistonhankintamenetelmän hyvä puoli.

Kysely on haastattelun lisäksi yksi yleisimmistä tiedonkeruumenetelmistä. Menetelmänä se on todella tehokas ja helppo. Sen avulla voidaan saada kerättyä todella laajasti tietoa, vaikkakin kerätty tieto on usein pinnallista. Kyselyssä kysytään usein samaa asiaa isolta joukolta, mahdollistaen laajan tutkimusaineiston. Tätä aineistonhankintamenetelmää voidaan soveltaa monenlaisien asioiden ja aiheiden tutkimiseen, sekä esimerkiksi lähtötilanteen selvittämiseen. Kyselyn suunnittelu koostuu monesta eri vaiheesta, jossa ensimmäisenä on tarkkaan suunniteltava, mitä tietoa tarvitaan. Yhtä tärkeää on suunnitella kyselyn analysointi huolellisesti jo ennen sen toteuttamista. (Ojasalo, Moilanen & Rita-lahti 2014, 40.)

Tässä kehittämistyössä hyödynnettiin valmista kulttuurikeskusten kohderyhmätutkimuksen kyselyä, jonka tilaajana toimi Helsingin kaupungin kulttuuri- ja vapaa-ajantoimi (Helsingin KuVa). Vastaajina kyselyssä toimivat 1000 helsinkiläistä kuluttajaneelin jäsentä. Kuviossa 4 on havainnollistettu kyselyn teko-prosessi. Siitä tulee ilmi, että KuVa toimii kyselyn tilaajana ja he tilasivat tutkimuksen toteuttamisen OMD Finland Oy:lta, joka osti datankeräämis palvelun markkinatutkimustoimisto Userneedsiltä. OMD Finland käsitteli kerätyn datan, koosti siitä tutkimusraportin ja lähetti sen eteenpäin KuVa:lle. Tämän jälkeen tutkimusraportti lähetettiin eteenpäin jokaiselle kulttuurikeskukselle. Kyselyn avulla haluttiin saada tukea kulttuurikeskusten markkinoinnin ja viestinnän tueksi. (Paula Kasurinen 2021) Koska kyselyn vastaajat ovat valmiita kuluttajaneelin jäseniä eikä kyseessä ole kattava otos helsinkiläisiä, niin tekee tämä kyselyn tuloksista suuntaa antavan.



Kuvio 4. KuVan kulttuurikeskusten kohderyhmätutkimuksen kävijäkysely (2021). Kulttuurikeskusten kohderyhmäkyselyn prosessin vaiheet

Oman opinnäytetyöni osuus tässä kyselyssä oli saada lisää tietoa Kanneltalon ei-kävijöistä, eli henkilöistä, jotka ilmoittivat, että he eivät tietyistä syistä käy Kanneltalossa tai käytä sen palveluita. Tämän lisäksi kysyimme kyselyn kautta esiin tulleilta ei-kävijöiltä, että ovatko he valmiita vastaamaan jatkokysymyksiin minun opinnäytetyöhöni liittyvien haastattelujen kautta. Päädyimme ratkaisuun hyödyntää valmista kyselyä, koska siitä saa irti todella paljon alustavaa informaatiota vastaajista. Jätin pois vaihtoehdon, jossa tekisin vastauksien perusteella jatkokyselyn. Ihmiset saavat vastattavaksi useita eri kyselyitä ja näin ollen vastausprosentti saattaisi jäädä suhteellisen pieneksi. Meillä myös oli jo valmis kysely, jonka kautta sain hyvin tietoa, joskin pintapuolista. Halusin saada syvällisempiä vastauksia, joita pystyin suunnittelemaan kyselyn avulla. Koen, että kysely toimi hyvänä pohjana ja tukena tuleville haastatteluille.

5.4 Aineiston analyysi

Kyselytutkimus. Kyselytutkimuksen avulla saatua aineistoa voidaan analysoida monella eri tavalla. Kun pyritään ymmärtämiseen, niin tällaisessa lähestymistavassa käytetään useimmiten laadullista analyysiä ja pyritään tekemään päätelmiä. (Hiltunen 2009, 10.) Tässä laadullisessa analyysissä käytettiin teemoittelua ja vastaukset jaettiin valmiiksi luotujen teemojen alle: Tieto, Fyysinen & maantieteellinen, Aika & hinta, Henkilökohtainen kiinnostus ja Muu. Kyselytutkimuksen aineistoa täydennettiin ryhmähaastatteluilla, joiden avulla tietoa syvennettiin ja saatiin tarkemmat perustelut vastauksille.

Haastattelujen analysoimisen aloitin lukemalla litteroinnit läpi, jonka jälkeen jaoin aineiston aikaisemmin kyselytutkimuksessakin käytettyjen teemojen alle ja lähdin vertaamaan saatuja tuloksia teoriaan. Pyrin löytämään yhteneväisyyksiä sekä eroavaisuuksia itse haastattelujen kesken ja myös teorian ja saadun aineiston välillä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 110–111.)

5.5 Oma roolini

Oma roolini tämän kehittämistyön aineistonkeruussa oli vaihtelevan aktiivinen. Koska kyselytutkimus toteutettiin alun perin muihin tarpeisiin kuin minun kehittämistyötäni varten, se toimi minulle pääasiassa pohjatiedon keräämisen menetelmänä ja tulevaisten haastateltavien valinnan tukena.

Haastattelussa minulla oli käytössä valmis kysymysrunko, jonka loin teoriasta ja kyselytutkimuksesta ilmenneiden teemojen avulla. Tämän lisäksi oli muutama ylimääräinen kysymys, jotka liitin muut kysymykset teeman alle. Olisin voinut ottaa hieman aktiivisemmän roolin haastattelijana ja jatkojalostaa valmiita kysymyksiä lisäkysymyksillä, mutta koen silti, että haastateltavilla oli vapaat kädet ja keskustelu oli avointa.

Tulokset voivat olla osittain yleismaallisesti päteviä, mutta vain kun kyseessä on kulttuuri- ja taidealaa koskeva ei-kävijä ja vain jos haastattelun ja teorian välillä on selkeitä yhteneväisyyksiä.

6 Tulokset

Opinnäytetyöni käsittelee Kanneltalon ei-kävijyyttä ja siihen johtaneita syitä ja esteitä. Tässä luvussa tulen esittelemään kahta eri aineistonhankintamenetelmää hyödyntäen tutkimuksen pohjalta esiin nousseita tuloksia, jonka jälkeen analysoin niitä erilaisia kaavioita hyödyntäen.

Analysoinnin tulokset on kerätty hyödyntäen Helsingin kaupungin kulttuuri ja vapaa-ajan lautakunnan tilaamaa kyselyä helsinkiläisiltä kuluttajaneelin jäseniltä. Kyselyn pohjalta valittiin haastateltavat henkilöt puolistrukturoituihin ryhmähaastatteluihin. Tulen siis tällä luvussa esittelemään tekemäni löydökset samalla vastaten luvun 4 tutkimuskysymyksiin.

6.1 Kysely

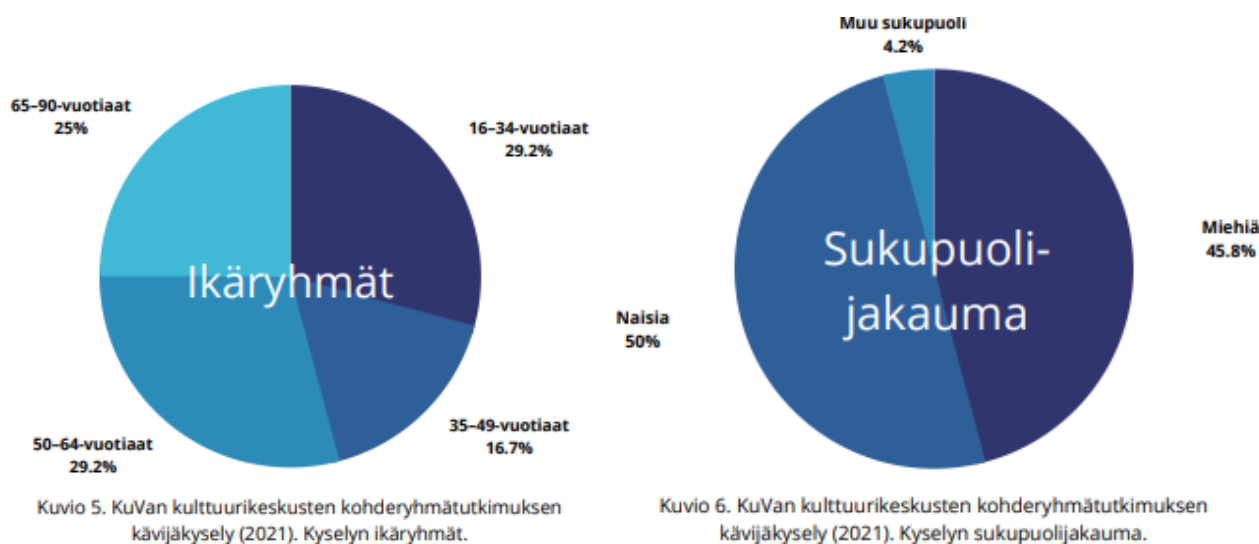
Kysely toteutettiin yhteistyössä Helsingin kaupungin kulttuuri- ja vapaa-ajan toimialan (Kuva) markkinatutkimustoimisto Userneedsin ja OMD Finland Oy:n kanssa. Tässä tilaajana toimi Helsingin KuVa, vastaajien kerääjänä Userneeds ja itse datan käsittelijänä ja tutkimusraportin tekijänä OMD Finland. Kysely lähetettiin tuhannelle Userneedsin kautta saadulle 16–99 vuotiaalle helsinkiläiselle kuluttajaneelin jäsenelle. Se, että kyseessä on vain tietyn paneelin jäseniä, niin tekee kyselystä epäedustavan helsinkiläisten suhteen. Tavoitteena oli kerätä vastauksia tasaisesti neljältä eri Helsingin alueelta, mutta kantakaupunkilaisia tuli selvästi enemmän. Kanneltalon lähialueella Länsi-Helsingissä asuvia oli kokonaisuudessaan 197 kpl. Heistä 24 suostui osallistumaan jatkokyselyyn, joka tulisi olemaan suorittamani ryhmähaastattelut.

Kysely tilattiin Helsingin KuVa:n kulttuurikeskusten kohderyhmätutkimuksen markkinointia ja viestintää koskevien päätösten tueksi ja mukana kyselyssä olivat kaikki kahdeksan kulttuurikeskusta: Annantalo, Caisa, Kanneltalo, Malmitalo, Maunula-talo, Savoy-teatteri, Stoa, Vuotalo. Yleisiä (multirotatoituja) kysymyksiä kyselyssä oli yhteensä noin 31 ja nämä olivat sekaisin monivalintakysymyksiä ja avoimia kysymyksiä. Tämän lisäksi jokaista kulttuurikeskusta kohden oli tarkentavia kysymyksiä, jossa saatiin tietyn alueen ihmisiltä tarkempia vastauksia koskien heidän oman lähialueensa kulttuurikeskusta. Tässä kohtaa tulee ottaa huomioon, että tulen esittelemään ainoastaan Kanneltalon ei-kävijöiden (24 kpl) vastaustuloksia kyselystä yleisesti ja osittain koskien ainoastaan Kanneltaloa. Kyselyn tulokset kertovat siis vain erittäin pienen osan vastausten kokonaisuudesta. Esittelen osan vastauksista kirjallisesti ja sitten osittain erilaisien graafisten taulukoiden avulla.

6.1.1 Kulttuurikeskusten kävijät

Kyselyn vastaajat jakoutuivat neljään ikäluokkaan ryhmään, joista kolme suurinta ja lähes samankokoisia olivat 16–34-vuotiaat (29,17 %), 50–64-vuotiaat (29,17 %) ja 65–90-vuotiaat (25 %). Vähiten vastauksia tuli 35–49-vuotialta (16,67 %).

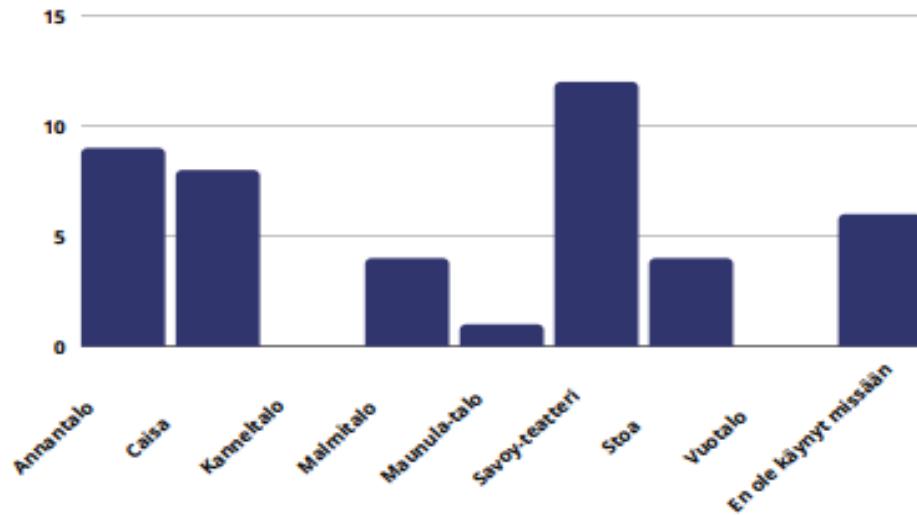
Uskon näiden lukujen johtuvan osittain siitä, että nuorempi väestö (16–34-vuotiaat) on valveutuneempia ja halukkaampia vaikuttamaan asioihin kulttuurin saralla ja kokevat, että kyselyn kautta heidän äänensä tulee kuuluviin. Keski-ikäisillä ja vanhemmalla väestöllä taas yksi syistä on mahdollisesti se, että useimmiten heillä on enemmän aikaa ja he ovat kiinnostuneita kulttuurikeskusten toiminnasta ja saattavat kokea toiminnan enemmän omakseen. Yhtenä syynä 35–49-vuotiaiden vastauksien vähäiseen määrään todennäköisesti on se, että useimmilla on kiireinen perhearki tai työelämä esteenä kulttuurikeskuksissa vierailmiseen. Sukupuoleltaan vastaajat jakautuivat todella tasaisesti, kun miehiä oli 11 (45,86 %) ja naisia oli 12 (50 %). Yksi henkilö (4,17 %) ilmoitti omaksi sukupuolekseen muu. Kaikki vastaajat asuvat Läntisellä suurpiirillä, joka kattaa viisi peruspiiriä: Reijolan, Munkkiniemen, Haagan, Pitäjänmäen ja Kaarelan.



6.1.2 Kulttuurikeskusten tunnettuus

Kaikki kyselyn vastaajista tunsivat Kanneltalon nimeltä tai olivat kuulleet talosta jotain kautta, mutta koska he olivat kaikki ei-kävijöitä niin luonnollisesti ei kukaan ollut käynyt koskaan Kanneltalossa. Kaikista kulttuurikeskuksista eniten oli käyty Savoy-teatterissa, jossa 12 ilmoitti joskus vierailleensa. Toiseksi käydyin oli Annantalo 9 vierailijalla ja kolmanneksi Caisa 8 vierailijalla. Muissa kulttuurikeskuksissa oli muutama vastaaja vierailut. Ainoastaan Vuotalo oli Kanneltalon lisäksi kulttuurikeskus missä kukaan Kanneltalon ei-kävijöistä ei ole koskaan

käynyt. Syitä käymättömyyteen ja käymiseen on monia, mutta hyvin todennäköisesti yleisimpiä ovat talon sijainti, mielikuvat talosta sekä sen toiminta ja tapahtumat.



Kuvio 7. KuVan kulttuurikeskusten kohderyhmätutkimuksen kävijäkysely (2021). Missä seuraavista Helsingin kaupungin kulttuurikeskuksista olet käynyt?

6.1.3 Mielikuvat kulttuurikeskuksista ja Kanneltalosta

Mielikuvat Helsingin kaupungin kulttuurikeskuksista Kanneltalon ei-kävijöiden keskuudessa yleisesti olivat pääasiassa positiivisia, neutraaleja tai tietoa ei ollut tarpeeksi. Kysymys oli kaikille vastaajille pakollinen, mikä olisi saattanut vaikuttaa suuremmin vastauksien tyyliin ja pituuteen, mutta koska suurin osa vastaajista oli selkeästi aidosti kiinnostunut kertomaan oman mielipiteensä, niin oli omia mielikuvia kulttuurikeskuksista avattu hyvinkin laajasti. Keskusten ohjelmasisältö miellettiin useasti monipuoliseksi ja korkeatasoiseksi. Niitä pidettiin oman alueen kokoontumispaikkana missä on mahdollisuus harrastaa, käydä näyttelyissä ja samalla käydä, vaikka kahvilla. Osa vastaajista ei osannut sanoa mitään, ei tiennyt mitä vastata tai kokivat että kulttuurikeskukset eivät tarjoa heille mitään.

Kyselyssä pyydettiin Kanneltalosta kuulleita 24 vastaajaa kertomaan mitä heille tulee mieleen talosta ja kuvailemaan sitä kolmella adjektiivilla. Muutamalle vastaajista talo on niin tuntematon, että heidän oli vaikea sanoa mitään. Havaitsin tuloksia lukiessani, että negatiiviset ja positiiviset mielikuvat olivat aika tasan, mutta hiukan enemmän oli vastaajilla negatiivinen kuva Kanneltalosta tai sen lähialueesta. Yleisimpänä vastauksena esiin nousi Kanneltalon alueen rauhatonmuus, laitapuolenkulkijat. Myös itse talon vanhentunut, harmaa ja betoninen ulkonäkö koettiin vastausten perusteella negatiivisena. Mikä oli yllättävää positiivisissa adjektiiveissa, oli niiden totaalinen vastakohtaisuus negatiivisille. Osa vastaajista koki talon olevan valkoinen, kaunis, melko moderni ja klassinen. Talo miellettiin helposti lähestyttäväksi ja monipuoliseksi.



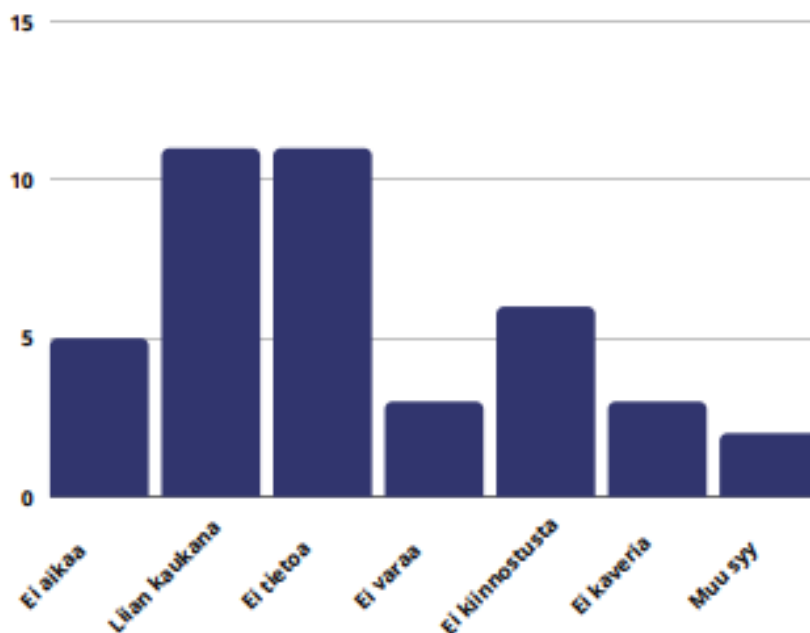
Kuvio 8. KuVan kulttuurikeskusten kohderyhmäkysely 2021. Kuvaile Kanneltaloa kolmella adjektiivilla; Kanneltalon ei-kävijöiden vastauksia.

6.1.4 Kanneltalon ei-kävijät

Kyselyn vastaajilta, jotka eivät koskaan olleet käynyt Kanneltalossa kysyttiin monivalinnan ja mahdollisen muun syyn kautta, että miksi he eivät koskaan ole käynyt talossa. Vastaajat pystyivät valitsemaan useamman heille sopivan vaihtoehdon. Eniten vastauksia 11 vastauksella tuli kohtaan Kanneltalo sijaitsee

liian kaukana ja en tiedä mitä Kanneltalossa tapahtuu. Myös epäkiinnostava ohjelmasisältö ja ajanpuute saivat molemmat yli viisi vastausta.

Onkin mielestäni ymmärrettävää, että jos ei tiedä mitä talossa tapahtuu tai ei tiedä talon toiminnasta mitään, niin miksi sitä kävisi paikanpäällä. Tässä kohtaa on vastaajilta mennyt tieto jostain syystä ohi, sitä ei ole tarpeeksi tai sitä on väärässä paikassa. Uskon ongelman Kanneltalon vastaajille kaukaisesta sijainnista johtuvan suurelta osin vähäisestä tiedosta ja kiinnostuksen puutteesta. Moni vastaajista nimittäin ilmoitti olevansa kiinnostunut erilaisista kursseista ja työpajoista, luennoista ja keskusteluista sekä taide- ja teatteriesityksistä. Kanneltalo tarjoaa tätä kaikkea ja paljon muuta. Tietysti myös välimatka kodin ja Kanneltalon välillä voi olla hankala, varsinkin jos on huonot liikenneyhteydet tai muuten hankala päästä paikalle. Läntinen suurpiiri, jossa vastaajat asuvat on laaja ja välimatkat voivat hyvinkin olla 30-40min ajomatkan päässä, eikä kaikilla ole mahdollisuutta yksityisautoiluun. Olisikin mielenkiintoista tietää, että jos Kanneltalon sijainti muuttuisi, niin vaikuttaisiko se ei-kävijöiden vierailuun talossa positiivisemmin. Vai vähentäisikö se lähellä asuvien vakioasiakkaiden vierailuja?



Kuvio 9. KuVan kulttuurikeskusten kohderyhmätutkimuksen kävijäkysely (2021). Miksi et ole käynyt Kanneltalossa? Voit valita useita vaihtoehtoja.

6.2 Haastattelu

Kun kaikki kyselyn vastaukset Kanneltalon ei-kävijöiltä oli käyty läpi, niin aloin hahmottelemaan ryhmiä tulevia ryhmähaastatteluja varten. Kyselyn avulla olin saanut jo todella hyvää, mutta pintapuolista tietoa ja haluisin haastattelujen avulla syventää tätä tietoa. Olin alun perin suunnitellut, että jakaisin jatkotutkimukseen suostuneet henkilöt iän mukaan noin 5–6 henkilön ryhmiin, jolloin ryhmiä olisi syntynyt noin neljä tai viisi. Valitettavasti kun Userneeds haastattelujen kontaktoijana otti uudemman kerran henkilöihin yhteyttä, niin vain enää 10 henkilöä alkuperäisestä 24 osoitti kiinnostusta osallistua haastatteluun. Mutta minä olin tyytyväinen, että edes tämän verran ihmisiä oli valmiita käyttämään omaa vapaa-aikaansa vastaamalla haastattelukysymyksiini. Haastattelurunko on liitteenä 1.

Luovuin ajatuksesta jakaa henkilöt ryhmiin iän mukaan, kun osallistujamäärä pieneni vielä kahdella, eli loppujen lopuksi haastateltavia oli yhteensä 8. Loin Doodle kyselyn, jossa haastatteluun osallistuvilla oli mahdollisuus valita kolmesta eri vaihtoehdosta itselleen sopivin ja näin syntyi kolme ryhmää. Jälkeenpäin ajateltuna tämä olisi ollut parempi vaihtoehto alun perinkin, koska näin sain aikaan kolme heterogeenistä ryhmää, jossa osallistujilla oli erilaiset taustat ja näin myös erilaisia ominaisuuksia, sekä mielipiteitä ja näkemyksiä. Ryhmien muodostamisen jälkeen oli aika lähteä suunnittelemaan itse haastattelun kysymyksiä. Haluisin luoda selkeät kysymykset, jotka olivat kaikille ryhmille samat mutta sellaiset, jotka antavat tilaa vapaille vastauksille.

Palasin takaisin alkuun ja tämän kehittämistyön teoria osuuteen ei-kävijöistä ja siihen liittyvistä esteistä, joita Kayn, Wangin ja Polonskyn teettämän tutkimuksen (Understanding Barriers to Attendance and Non-Attendance at Arts and Cultural Institutions: A Conceptual Framework, 2012.) mukaan ovat *fyysinen, henkilökohtainen, kustannukset, aika ja ajoitus, tuote, henkilökohtainen kiinnostus, sosialisointi ja ymmärtäminen, sekä tieto*. Kyselyn kautta saatujen vastausten perusteella eniten nousivat esiin teemat tieto, fyysinen & maantieteellinen, aika & hinta sekä henkilökohtainen kiinnostus. Suunnittelin näiden teemojen alle

erilaisia kysymyksiä, ja tämän lisäksi minulla oli aluksi muutama lämmittelevä kysymys ja loppuun muutama lisäkysymys.



Kuvio 10. Teorian pohjalta luodut neljä teemaa ryhmähaastattelua varten

Toteutin haastatteluista kaksi ensimmäistä 10.08.2021 ja kolmannen 13.08.2021. Koska halusin keskittyä haastateltaviin ja kysymysten esittämiseen sataprosenttisesti, niin nauhoitin haastattelut hyödyntäen käyttämäni Teams-pikaviestintäohjelman nauhoitusta. Haastattelujen jälkeen kuuntelin haastattelut läpi, litteroin ne ja aloin analysoimaan keräämääni dataa.

6.2.1 Tiedon puute osallistumisen esteenä

Haastattelujen kautta esiin nousi selkeästi kaksi teemaa, jotka vaikuttavat isosti haastateltavien ei-kävijyyteen ja toimivat näin esteenä mahdolliselle vierailulle. Toinen näistä teemoista on tieto, joka on yksi ensimmäisistä ja ehkä tärkeimmistä tekijöistä että ihminen lopulta päätyy vierailemaan Kanneltalossa. Kuten *Kay, Wong ja Polonsky (2008, 4.)* tutkimuksessaan esittävät, niin nähdään tiedon puute kulttuurilaitoksista yleisenä ongelmana varsinkin ei-kävijöiden keskuudessa, joilla ei ole mitään tietoa keskuksista, sen toiminnasta ja mahdollisista esityksistä. Henkilö saattaa tiedon puutteessa kehittää omassa mielessään virheellisiä mielikuvia keskuksista ja tämä saattaa vaikuttaa henkilön käyttäytymiseen ja ei-kävijyyteen.

6.2.2 Kanneltalon toiminta

Tieto Kanneltalon toiminnasta oli lähes jokaisella haastateltavalla todella puutteellista, olematonta tai arvailujen varassa, eivätkä he täysin ymmärrä mitä kaikkea talo pitää sisällään. Ymmärtämisen este liittyy läheisesti näkemykseen siitä, että yhteydenpito kulttuurilaitoksiin on "liian vaikeaa" tai siitä ei ole tarpeeksi tietoa. (Kay, Wong and Polonsky 2008, 3–4.)

Ensimmäisestä ryhmästä **haastateltava C** osasi kertoa, että ennen korona pandemiaa talossa oli jonkinlaista harrastustoimintaa ja jotain esityksiä, mutta ei osannut sen enempää avata, että minkä tyylistä. Arvailuja oli lapsille suunnatusta toiminnasta ja konserteista. Kolmannen ryhmän **haastateltava G** arveli, että talo tarjoaa erilaisia teatteriesityksiä, askartelua ja mahdollisesti joskus elokuvia. Vastaukset olivat enemmän tai vähemmän arvailua ja varmasti osa mielikuvista perustui johonkin toiseen kulttuurikeskukseen, missä haastateltavat ovat mahdollisesti vierailleet. Jos Kanneltalon toiminta oli haastateltaville pimeän peitossa, niin esitystyyleistä ei ollut tietoaakaan. Ainoastaan ensimmäisen ryhmän **haastateltava C** muisteli, että siellä saattaisi olla erilaisia musiikki -ja teatteriesityksiä tai ainakin jotain musiikkiin liittyvää esittämistä.

6.2.3 Tiedon saaminen

Tietoa Kanneltalosta halutaan pääasiassa sosiaalisen median kautta (Facebook ja Instagram), mutta se miten tämä tieto löytää ei-kävijän jäi vielä kysymymerkiksi ilmaan. Muutama vanhemman sukupolven haastateltava toivoi tietoa sähköpostitse tai sanomalehden kautta. Toisen haastattelunryhmän **henkilöt D, E ja F** keskustelivat yhteisestä ajatuksesta, että mitä jos Kanneltalo laittaisi mainoksia alueen ympäristöön, bussipysäkeille tai jonnekin missä ihmiset odottavat ja voivat samalla vilkuilla mainoksen läpi. Monelle tulee sähköpostiin ja someen niin paljon sisältöä, että puolet siitä menee ohi ja **henkilö F** kertoi joskus jopa hermostuvansa tästä "roskan" määrästä. Kaikki haastateltavat olivat kiinnostuneita saamaan lisää tietoa Kanneltalon esityksistä, mutta kokivat että se ei ole heitä tavoittanut tarpeeksi tehokkaasti.

6.2.4 Muu tieto ja lippujen hinnat

Yksi omasta mielestäni upeimmista asioista Kanneltalossa on se, että siellä on lähes kenen tahansa mahdollista järjestää tapahtuma, näyttely, seminaari tai isompi kokous, hyödyntäen Kanneltalon upeita tiloja ja ammattitaitoa. Tästä tiesivät vähän jotain vain kolmannen ryhmän **haastateltavat G ja H**, jotka olivat kuulleet, että talossa on järjestetty mm. erilaisten yhdistysten joulujuhlia.

Myös tieto talon lippujen hinnoista oli todella huono. Osa arveli lippujen olevan todella kalliita, mahdollisesti taas verraten lippujen hintoja johonkin toiseen taidelaitokseen tai yleisesti erilaisten esitysten lippujen hintoihin. Kuten *Kay, Wong ja Polonsky (2008, 2.)* tutkimuksensa avulla saivat selville, niin joidenkin ihmisten mielestä osa taidelaitoksista vain on liian kalliita, vaikka kuten tässäkin tapauksessa, niin osa haastateltavista tiedon puutteen takia olettaa, että lippujen hinnat ovat liian korkeita. Osa taas arveli hintojen olevan suhteellisen alhaiset tai ainakin niistä oli mahdollisuus saada esim. eläkeläisenä tai opiskelijana alennusta.

Tarkkaa tietoa ei siis tästäkään asiasta keneltäkään löytynyt, vaan enimmäkseen arvailua. Ja vaikka tulotaso saattaa tietysti joissain tapauksissa vaikuttaa kulttuurin kuluttamiseen tai ainakin sen määrään, mutta ei aina täysin suoraviivaisesti. (*Lindholm 2015, 137.*)

On siis selkeästi havaittavissa, että tietoa Kanneltalosta ja sen toiminnasta ei ole joko tarpeeksi tai se ei ole oikeassa paikassa tavoittaakseen haastattelemani ei-kävijöitä. Haastatteluissa nousi esille, että haastateltavilla olisi kiinnostusta juuri Kanneltalon tarjoamaan työväenopiston kurssitoimintaan, galleria näyttelyihin ja esityksiin. He eivät vain yksinkertaisesti tiedä, että juuri tällaista toimintaa olisi tarjolla. Ei-kävijä voi siis olla henkilö, joka ei vielä ole löytänyt tietään taiteen ja kulttuurin pariin. (*Barbosa & Brito 2012, 17.*) Tässä tapauksessa haastateltavat eivät tiedonpuutteen takia ole vielä löytäneet tietään Kanneltaloon, vaikka siellä selkeästi on heitä kiinnostavaa toimintaa.

6.2.5 Fyysinen & maantieteellinen saavutettavuus

Toinen haastatteluissa vahvasti esiin noussut teema on fyysinen & maantieteellinen, jolla tässä tapaustutkimuksessa viitataan Kanneltalon fyysiseen sijaintiin, sitä ympäröivään alueeseen ja taloon saapumiseen. Kaikki haastateltavat ilmoittivat asuvansa Läntisellä suurpiirin alueella, missä myös Kanneltalo sijaitsee mutta vain yksi haastateltava asuu melkein talon välittömässä läheisyydessä. Muille haastateltaville matkaa oli 6–10 km väliltä ja osa henkilöistä ilmoitti pyöräilevänsä tai kävelevänsä, osa autoilevansa ja loput käyttävät julkista liikennettä.

6.2.6 Sijainti ja ympäristö

Kaikki haastateltavat kokivat, että Kanneltalon sijainti on ok, eikä saapumista sinänsä koettu hankalaksi. Osalla oli julkisen liikenteen takia vähän pidempi matka, eikä poikittaisliikennettä koettu kovin hyväksi mutta mielummin he silti tulisivat paikalle julkisilla kuin autolla. Tässä saattaa hyvinkin olla taustalla yhdistelmäeste: kulttuurilaitoksen hankala sijainti ja heikko julkinen liikenne, kuten *Kay, Wang ja Polonsky* tutkimuksessaan (2008, 1.) toteavat. Parkkeeraaminen koettiin hankalaksi ja alueen turvattomuuden takia autoa haluttaisi edes lähelle taloa jättää. Talon ympäristö, lähialue, varsinkin talon edessä sijaitseva Sitratori koettiin teeman fyysinen & ja maantieteellinen isoimmaksi esteeksi vierailta Kannetalossa. Edessä sijaitseva tori koettiin levottomaksi, täynnä epämääräistä porukkaa ja siitä tulee epäturvallinen fiilis.

Lindholmin (2015, 68.) mukaan iso osa ei-kävijöistä ei usein tunne oloaan kotoiksi vieraillessaan kulttuurilaitoksessa ja saattaa kokea kuulumattomuuden tunnetta. Osa näistä ei-kävijöistä saattaa yhdistää kyseiset paikat johonkin pyhätöön esim. kirkkoon. Kanneltalon tapauksessa tästä ei todellakaan ole kyse, sillä ei-kävijät päinvastoin kokivat talon hukkuvan harmaaseen betonimaisemaan, ja sitä eivät kaikki edes huomaa.

Toisen haastatteluryhmän **henkilöt E ja F** kokivat, että Kanneltalo ei ole tarpeeksi houkutteleva ja sen koettiin sulautuvan liikaa sitä ympäröivään harmaaseen taustaan. Talo ei erotu millään tavalla ja se koettiin liian virastomaiseksi, jota ei tee mieli lähestyä, vaikka tori olisi aivan tyhjänä ihmisistä.

6.2.7 Kanneltalo eri sijainnissa

Kysyin haastateltavilta, että kävisivätkö he todennäköisemmin Kanneltalossa, jos se sijaitsi kokonaan jossain muualla, esim. Kauppakeskus Kaaressa. Halusin tämän kysymyksen avulla selvittää, että onko Kanneltalon kirjaimellisesti fyysisellä sijainnilla merkitystä, vaikka hyvin epätodennäköistä on, että talon sijainti muuttuu. Osa vastauksista yllätti minut positiivisesti ja haastateltavissa oli havaittavissa ahaa-elämyksiä. Kaksi kolmesta ryhmästä kävisi paljon mieluummin Kanneltalossa, jos se sijaitsi Kaaren yhteydessä, osittain koska sen ympäristö ja sijainti koetaan turvallisemmaksi. Toinen haastatteluryhmä ei kokenut vanhaa sijaintia huonona, mutta kyllä Kaari olisi mieluisampi. Muutama kommentti Kanneltalon eri sijainnista:

”No jos olisi siellä Kaaressa tai sen kauppakeskuksen lähistöllä, niin itseän käyn siellä paljon enemmän kuin tuossa Kanneltalon lähistöllä, niin varmaan sitten saattaisin samalla käydä sielläkin”

”Siihen saisi sitten yhdistettyä kaikkea muuta toimittamista, niin kyllä se varmasti tihentäisi käyntejä”

”No kyllä se on todennäköisempää, koska mä käyn siellä kaaressa muutenkin”

6.2.8 Viihtyisämpi ympäristö

Jokaisesta haastattelusta nousi esille ajatuksia alueen viihtyvyyden parantamisesta ja kuinka sen tuomat vaikutukset nostattaisivat käymisen mahdollisuutta. Viihtyisämpi ympäristö esim. kasveilla tai väreillä houkuttelisi todennäköisemmin käymään talon sisällä. **Haastateltava D** ehdotti, että jos talon ulkoasua voisi päivittää, vaikka maalaamalla tai siitä tehtyä jotenkin erottuvamman, sekä tuomalla Kanneltalon nimen paremmin esille niin ei talo hukkuisi maisemaan niin helposti. **Haastateltavat E ja F** jatkoivat ideointia ja toivat esille idean, että

Kanneltalo seinälle voisi ripustaa ison julisteen tai banderollin, jossa voisi joko olla tietoa talon toiminnasta tai meneillään olevasta esityksestä. Näin talon ohi kulkevat eivät ainakaan voisi olla huomaamatta tätä mainosta.

6.2.9 Päätelmät

Voin siis näiden kahden eniten esiin nousseiden teemojen perusteella todeta, että kyseiset haastateltavat tuntuivat olevan erittäinkin kiinnostuneita Kanneltalon toiminnasta ja sen esityksistä, mutta koska heillä ei ole tarpeeksi tietoa minkä perusteella lähteä asiaa sen enempiä tutkimaan eivät he ole löytäneet tietään sisään Kanneltaloon. Toinen este on taloa ympäröivä alue, sen edessä sijaitseva Sitratori ja talon katoaminen sen sulautuessa ympäristöön. Aika ei ollut kenellekään haastateltavista sen suurempi ongelma, koska vaikka joukossa oli eläkeläisten ja opiskelijoiden lisäksi myös yksi lapsiperhe, niin kyllä kiinnostavan asialle on aina mahdollista tehdä aikaa. Kaikilla haastateltavilla omia henkilökohtaisia mielenkiinnonkohteita, mutta muutama yhteinen tekijäkin löytyi. Lähes kaikki haastateltavat olivat kiinnostuneita elokuvista, muutama varsinkin vanhoista elokuvista. Myös erilaiset networking tapahtumat ja kerhoasiat kiinnostivat osaa haastateltavista.

Haastattelun viimeisenä kysymyksenä kysyin, että mikä tekisi heistä Kanneltalon ei-kävijästä kävijän? Esiin nousi konkreettisia ideoita ohjelmasisältöön liittyen, markkinoinnin kehittämistä tiedon saamisen edistämiseksi sekä lippujen hinnat.



Kuvio 11. Haastattelukysymys: Mikä tekisi sinusta Kanneltalon ei-kävijästä kävijän?

7 Kehittämisehdotukset

Näin opinnäytetyön lopussa voidaan todeta, että Kanneltalolla menee kulttuurikeskuksena hyvin, mutta kehitettävää on aina. Tutkimustuloksien kautta esiin nousi selkeästi kaksi teemaa, jotka Kanneltalon ei-kävijät kokevat ongelmalliseksi ja tästä syystä eivät vieraile lähialueensa kulttuurikeskuksessa. Nämä kaksi isompaa esiin nousutta kokonaisuutta ovat tieto ja fyysinen & maantieteellinen sijainti. Tuloksien kautta selvisi, että usealla vastaajalla oli kiinnostusta juuri sellaiseen toimintaan ja esityksiin, joita Kanneltalo tarjoaa, mutta he eivät niistä tiedä. Myöskään talon ulkonäkö ja lähialue eivät houkuttele astumaan sisään. Kehittämisehdotukseni nousevat pääasiassa esille tehdyistä haastatteluilta ja työn teoreettisesta viitekehystä. Tulen havainnoimaan kehittämisehdotukset kuviossa 11 Tiedon puute osallistumisen esteenä ja kuviossa 12 Fyysinen ja maantieteellinen sijainti.



Kuvio 12. Tiedon puute osallistumisen esteenä: kehittämisehdotukset 1-3

7.1 Tiedon puute osallistumisen esteenä

Sosiaalinen media, mainokset, uutiskirjeet ja puskaradio ovat vain pieni osa mahdollisuuksista markkinoida ja levittää tietoa. On tunnettava kohderyhmä ja osattava kohdistaa tietoa juuri heille. Kanneltalon laaja toiminta ja vaihtelevat esitystyylit vetävät puoleensa todella eri ikäisiä asukkaita ja näin ollen markki-

nointia on oltava laajalla skaalalla erilaisissa paikoissa ja erilaisin keinoin. Kyse- lyn ja haastattelun kautta selvisi, että kaikki ovat kyllä kuulleet Kanneltalosta, mutta tiedon puute talosta ja sen toiminnasta ei ole saanut heitä koskaan vierai- lemaan talossa. Puutteellinen tieto kulttuurilaitoksista nähdään ongelmana niin kävijöiden kuin ei-kävijöiden keskuudessa, joilla ei ole mitään tietoa keskuk- sesta. Tässä on riski, että ei-kävijä saattaa muodostaa virheellisiä uskomuksia ja tämä muokkaa henkilön käyttäytymistä. (Kay, Wong and Polonsky 2008, 4.)

Kanneltalosta, sen toiminnasta ja esityksistä on hyvinkin tietoa talon omilla netti- sivuilla, Facebookissa ja Instagramissa mutta nämä kanavat eivät tavoita ei-kä- vijöitä tavalla, joilla heistä saisi aktiivisia kävijöitä. Tietoa tulisi löytyä ”boksin ul- kopuolella”, olevista paikoista, joissa mahdolliset tulevat kävijät käyvät. Tietoa ei saa, jos sitä ei näe tai tiedä mistä etsiä. Tietoa Kanneltalosta voisi ei-kävijöille yrittää saada seuraavin toimenpitein:

1. Mainokset katukuvassa tai bussipysäkeillä laajemmin tai vain Kaarelan alueella, jos tarkoituksena on saada lähialueen henkilöitä vierailemaan Kanneltalossa. Yleisellä tasolla sosiaalinen media on nopea ja tehokas, mutta siellä on tietoa niin paljon, että se helposti hukkuu tai menee ihmi- siltä ohi. Bussipysäkillä on useimmiten aina hetki aikaa odotella ja siinä samalla voisi lukea tietoa Kanneltalosta, sen mielenkiintoisista tulevista esityksistä tai muusta talon toiminnasta. Tämä voisi myös ohjata ihmisiä tutkimaan Kanneltalon nettisivuja, jotka ovat täynnä tietoa tulevista esi- tyksistä ja talon toiminnasta.
2. Julkisten tilojen kuten kauppakeskus Kaaren, Kanneltalon lähialueen kauppojen ja liikkeiden tilat ovat mainio paikka tuoda esille tietoa Kannel- talosta. Tässä on mahdollisuus, vaikka solmia suoramarkkinointisopimus, missä molemmat osapuolet hyötyvät sovitulla tavalla. Myös muiden kult- tuurikeskusten kanssa voisi tehdä tiukempaa yhteistyötä esim. mainosta- malla muiden esityksiä omissa talojen tiloissa.

3. Kanneltalon talo ja ulkoseinä voi itsessään myös toimia tiedonjakajana. Isot banderollit talojen seinällä ovat tänä päivänä ennemmin sääntö kuin poikkeus. Ne ovat siitä helppoja, että ne eivät vahingoita rakennusta ja niitä pystyy tarpeen tullen vaihtamaan. Kanneltalo pystyisi näin kertomaan talon toiminnasta, esityksistä yleisesti tai ihan vain kiinnittämään ohikulkijoiden huomion. Pienet infotaulut talon edustalla eivät saa aikaan kovinkaan suurta huomiota. Myös Kanneltalo kyltin uudistaminen ja paremmin esiintuominen on keino tuoda tietoa talosta tai ainakin tiedon siitä, että mikä rakennus on kyseessä.



Kuvio 13. Fyysinen ja maantieteellinen sijainti: kehittämissuhteet 1-3

7.2 Fyysinen ja maantieteellinen sijainti

Kulttuurikeskuksen fyysisen sijainnin vuoksi pääsy saatetaan kokea vaikeaksi tai hankalaksi. Kyse voi olla laitokseen fyysisesti vaikeasta pääsystä, huonoista julkisen liikenteen yhteyksistä tai näiden kahden yhdistelmästä. (Kay, Wong and Polonsky 2008, 1.) Kanneltalo sijaitsee aivan Kannelmäen junaradan vieressä ja sinne on esteetön pääsy myös vaunujen tai pyörätuolin kanssa. Fyysisesti talon sisään on siis helppo päästä, mutta se miten itse alueelle pääsee, niin on asia erikseen. Poikkiliikenne oman kodin ja Kanneltalon välillä koettiin suhteellisen kehnoksi ja useampi vastaaja kertoi mieluummin saapuvansa paikalle

pyörällä tai jalan. Autolla liikkujiaakin oli vastaajissa, mutta taas kerran tieto parkkimahdollisuudesta oli olematon, eikä oman auton jättäminen alueelle tuntunut turvalliselta vaihtoehdolta.

Kanneltalon edustalla sijaitseva Sitratori koetaan suurena ongelmana sen levottoman, epämääräisen ja epäturvallisen maineen takia. Tähän on tietysti itse Kanneltalon vaikea vaikuttaa, koska tori on julkista aluetta, jossa saa oleskella vapaasti. Mutta ehkä taloa tai sen edustan ilmettä kohentamalla tilanne voisi parantua ja ympäristöä muuttua hiukan kutsuvammaksi. Kanneltalon, sekä sen edustan fyysistä houkuttelevuutta voisi parantaa seuraavin ehdotuksin:

1. Tietoa Kanneltaloon saapumisesta erilisin esimerkein esim. somessa tai muuten helposti saatavilla, sekä autolla saapuville selkeät ohjeet. Kanneltalon sisäänkäynti on tällä hetkellä Sitratorin puolella, mutta autolla ja muutenkin talon toiselta puolelta saapuville voisi olla toinen sisäänkäynti parkkipaikan puolelta. Tämä voisi luoda turvallisuuden tunnetta ja selkeyttä saapumista taloon.
2. Itse talon houkuttelevuus ja sulautuminen sitä ympäröivään harmaaseen maisemaan ei saa Kanneltaltoa erottumaan millään tavalla. Taloa ei tee mieli lähestyä, vaikka tori olisi aivan tyhjä ihmisistä ja sen virastomainen olemus eivät lisää ei-kävijöiden mielenkiintoa taloa kohtaan. Talon houkuttelevuutta voisi lisätä päivittämällä taloa modernimmilla ratkaisuilla, lisäämällä väriä eri keinoin tai kuten aikaisemmin mainittiin, niin tuomalla Kanneltalon nimen paremmin esille. Viihtyisämpi ympäristö voisi mahdollisesti madaltaa kynnystä vilkaista talon sisällä ja sitä kautta vierailta talossa. Näitä keinoja voisivat olla esim. kasvillisuuden lisääminen, värien lisääminen ja muutenkin houkuttelevuuteen panostaminen. Banderolli talon seinällä, joka samalla jakaisi tietoa toisi myös eloa talon ulkonäköön.
3. Kanneltalo on sijainnut samassa paikassa vuodesta 1992 asti ja näin ollen vakiinnuttanut paikkansa osana Kannelmäkeä. On sanomattakin sel-

vää, että uusien tilojen etsiminen veisi aikaa, rahaa ja mahdollisesti kävijöitä. Kokonaan uuden sijainnin muutoksen sijaan Kanneltalo voisi viedä itsensä muualle toteuttamalla erilaisia yhteistyöprojekteja Kauppakeskus Kaaren kanssa, esim. erilaisia Pop-Up tapahtumia, kilpailuja tai muuta.

Kaikki kehittämissuunnitelmat ovat suuntaa antavia ja minun luomiani, pohjalla kyselyn ja haastattelujen ei-kävijöiden kommentteja sekä ajatuksia. Uskon kuitenkin, että suurinta osaa näitä ehdotuksia oikealla tavalla hyödyntämällä on Kanneltalolla mahdollisuus saada ei-kävijöiden joukosta useita uusia aktiivisia kävijöitä.

8 Pohdinta ja arviointi

Tässä luvussa käyn läpi opinnäytetyön prosessia ja johtopäätöksien kautta syntyneitä lopputuloksia sekä kerron omia mietteitäni työprosessista kokonaisuudessaan. Opinnäytetyöni tavoitteena oli selvittää, mitä esteitä ja taustatekijöitä kulttuurikeskus Kanneltalon ei-kävijöiden käymättömyyteen liittyy. Usein tutkitaan jo olemassa olevien kävijöiden tyytyväisyyttä erilaisten kävijäkyselyiden kautta, mutta harvemmin perehdytään mahdollisiin potentiaalsiin kävijöihin ja nimenomaan syihin, miksi he eivät käytä tutkitun kohteen palveluita.

Kanneltalo on yksi kahdeksasta Helsingin Kaupungin kulttuurikeskuksista, jotka tarjoavat helsinkiläisille monipuolisia kulttuuripalveluja, kuten konsertteja, teatteriesityksiä, näyttelyitä, lastentapahtumia ja taideopetusta. Valitsin kohteekseni vain yhden kulttuurikeskuksen, koska uskoin näin saavani enemmän syvällistä tietoa ja pystyväni tuottamaan Kanneltalolle tarkkoja, sekä konkreettisia kehittämissuunnitelmia. Vaikka jokainen kulttuurikeskus on omanlaisensa ja eroja talojen palveluissa ja toiminnoissa on, niin uskoin, että tästä opinnäytetyöstä voivat hyötyä kaikki kaupungin kulttuurikeskukset omaa toimintaansa suunniteltaessa.

Tiedostin jo heti alusta alkaen, että ei-kävijöiden tutkiminen ei ole niin yksinkertaista ja voi olla haastavaa saada konkreettisia syitä ihmisiltä, jotka eivät talon palveluita käytä ja näin myös oletettavasti niistä mitään tiedä. Kuten *Lindholm*

(2015, 138) tutkimuksessaan toteaa, niin ei-kävijöiden tutkiminen on aikaa vaativaa ja isoja resursseja vaativaa työtä. Ja vaikka siihen käytettäisiin aikaa ja rahaa, niin voi tuloksia joutua odottamaan pitkänkin aikaa tai niitä ei vain yksinkertaisesti saada. Uskon saaneeni aikaan listan hyviä kehittämisehdotuksia, vaikka kaikkia ei varmasti pystytä toteuttamaan, ainakaan vielä. Koska Kanneltalo on osana Helsingin kaupungin toimintaa ja kunnallisena palveluna verovaroin rahoitettua, niin siinä voi olla hyvinkin tarkkoja säädöksiä, miten esimerkiksi markkinointia tulee toteuttaa ja mitä muutoksia rakennuksen ulkonäköön ja lähialueeseen saa tehdä.

Oli mielenkiintoista näin jälkikäteen tuloksia tutkiessa sekä kehittämisehdotuksia luodessa palata takaisin alkuun, teoreettiseen viitekehykseen ja verrata näitä keskenään. Sieltä löytyi useita yhtäläisyyksiä ja esteitä ei-kävijyyteen, jotka selkeästi pitävät vielä paikkansa, kuten tässä tapauksessa tiedon puute, josta johdetaan myös harhaluulo, että tarjolla ei ole mitään kiinnostavaa. Kuten haastattelusta ja kyselystä kävi ilmi, niin Kanneltalo tarjoaa todella paljon juuri sellaista, mitä ihmiset haluavat tehdä vapaa-aikanaan. Valitettavasti tieto talon toiminnasta ja esityksistä ei vain ole tavoittanut ei-kävijöitä. Myös erojakin löytyi, esim. ajattelutapa kulttuurilaitoksen kävijöistä ja näiden paikkojen yhdistäminen johonkin pyhättöön. Uskon, että käsitykset eri kulttuurilaitosten ”vakavuudesta” ja eri ”luokkien” eroista alkavat olla aika vanhanaikainen ajattelutapa. Kukaan kyselyn tai haastattelun vastaajista ei ainakaan tuonut esille tätä huolta, päinvastoin he näkivät, että kulttuurilaitokset ovat kaikille avoimia. Myöskään ajan puutetta ei koettu ongelmalliseksi, vaikka Kay, Wong and Polonsky (2008, 2–3.) tutkimuksessaan sen esittivät olevan yksi kriittisimmistä tekijöistä. Ihminen käyttää oman vapaa-aikansa haluamallaan tavalla oli se sitten museo, elokuvat tai teatteriesitys kulttuurikeskuksessa.

Olisi ollut mielenkiintoista selvittää, että miten muut Helsingin kaupungin kulttuurikeskuksista toimii ei-kävijöiden suhteen ja millaisia ongelmia tai ratkaisuja heillä on tähän asiaan. Jos jatkokehittäisin opinnäytetyötäni tästä eteenpäin, niin varmasti vertailisin Kanneltaloa muiden kulttuurilaitosten kesken. Olisi myös mielenkiintoista tietää enemmän muiden maiden tilanteesta ja onko tällaisia

keskuksia muissa maissa. Haastattelisin myös ei-kävijöiden lisäksi itse kulttuurikeskuksen väkeä, jotka osaavat kaikista parhaiten kertoa, että minkälainen on tyypillinen kävijä ja mitä keinoja he ovat jo uusien kävijöiden saamiseksi. Näillä saisi jo paljon syvemmän katsauksen aiheeseen.

Uskon, että muutoksia ja kehitysideoita uusien kävijöiden saamiseen on jokaisen kulttuurikeskuksen omalla tahollaan tehtävä nyt ja tulevaisuudessa. Kulttuuritarjonta kasvaa ja näin myös ihmisten tiedon nälkä. Koronapandemia on luonut omat haasteensa koko alalle, vaikka kulttuurikeskukset ovatkin siitä onnekkaita, että toiminta on verovaroin tuotettua ja näin ollen turvattua. Tähän ei silti voi tuudittautua, vaan alueen asukkaille on pystyttävä tarjoamaan uusia ja mielenkiintoisia esityksiä, näyttelyitä ja muuta kulttuurisesti kehittävää toimintaa. Jokainen ihminen voi olla mahdollinen kulttuurin kuluttaja, kävijä ja vierailija. Heidät vain on löydettävä.

Lähteet

Balling, Kytte & Kann-Rasmussen, Nanna 2013. What is a non-user? An analysis of Danish surveys on cultural habits and participation. 22:2, 67–76

<https://www.researchgate.net/publication/263411354> What is a non-user An analysis of Danish surveys on cultural habits and participation.

Luettu 26.5.2021

Barbosa, Belem & Quelhas Brito, Pedro 2012. Do open day events develop art museum audiences? Museum Management and Curatorship, 27:1, 17-33

[file:///C:/Users/silla/Downloads/MMS-Do open day events develop art%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/silla/Downloads/MMS-Do%20open%20day%20events%20develop%20art%20(1).pdf). Luettu 26.05.2021

Helsingin Kaupunki, Kanneltalo <http://www.kanneltalo.fi/>. Luettu 15.5.2021

Helsingin Kaupunki, Kulttuuri ja vapaa-aika 2021 <https://www.hel.fi/helsinki/fi/kulttuuri-ja-vapaa-aika/tapahtumat/kaupunki/paiva/>. Luettu 18.5.2021

Hiltunen, Leena 2009. Metodina kyselytutkimus. Graduryhmä. Jyväskylän Yliopisto <http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/kyselytutkimus2.pdf>

Karttunen, Sarik 2019. Kulttuuritilaisuuksissa kävijyys ja ei-kävijyys Espoossa. <https://www.researchgate.net/publication/334164451> Kulttuuritilaisuuksissa kävijyys ja ei-kävijyys Espoossa. Luettu 26.5.2021

Kay, Pandora & Wong, Emma & Polonsky Michael 2012. Understanding Barriers to Attendance and Non-Attendance at Arts and Cultural Institutions: A Conceptual Framework. <https://www.researchgate.net/publication/46574302> Understanding Barriers to Attendance and Non-Attendance at Arts and Cultural Institutions A Conceptual Framework. Luettu 26.5.2021

Lindholm, Arto 2015. Ei-kävijästä osalliseksi — Osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla. Humanistinen ammattikorkeakoulu (<https://www.humak.fi/wp-content/uploads/2015/11/Arto-Lindholm-ei-kavijasta-osalliseksi.pdf>)

Näpärä, Liisa 2017. Haastattelun tyypit. Puolistrukturoitu haastattelu.

<https://spoken.fi/2180/>. Luettu 21.6.2021

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

Saaranen-Kauppinen, Anita & Puusniekka, Anna 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkojulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. <https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus>. Luettu 21.6.2021

Silvanto, Satu & Linko, Maaria & Keskinen, Vesa & Cantell, Timo 2005. Kaupunkilaisten kulttuurikeskus. Helsinki: Otavamedia Oy.

Stevenson, David & Balling, Gitte & Kann-Rasmussen, Nanna 2015. Cultural participation in Europe: shared problem or shared problematization? International Journal of Cultural Policy. https://www.researchgate.net/publication/277969303_Cultural_participation_in_Europe_shared_problem_or_shared_problematization. Luettu 26.5.2021

Virolainen, Jutta. 2015. Kulttuuriosallistumisen muuttuvat merkitykset. https://www.cupore.fi/images/tiedostot/kulttuuriosallistumisenmuuttuvatmerkitykset_000.pdf. Luettu 26.5.2021

Haastattelut

Haastateltavat **A**, **B** ja **C**. 2021. Haastattelu 10.08.2021

Haastateltavat **D**, **E** ja **F**. 2021. Haastattelu 10.08.2021

Haastateltavat **G**, **H**. 2021. Haastattelu 13.08.2021

Liitteet

Haastattelurunko

Alkuun muutama lämmittelevä kysymys:

- 1) Mitä ajatuksia tai mielikuvia Kanneltalo sinussa herättää?
- 2) Oletko koskaan käynyt Kannetalossa?
 - o Jos et ole käynyt, niin miksi et?
- 3) Oletko koskaan vieraillut jossain muussa kulttuurikeskuksessa? (*Annan talo, Caisa, Savoy-teatteri, Malmitalo, Stoa, Vuotalo*)
- 4) Minkälaiset ihmiset mielestäsi käyvät Kannetalossa tai muissa kulttuurikeskuksissa?
- 5) Mikä sai sinut osallistumaan tähän haastatteluun?

Teema 1 Tieto |

1. Mitä tiedät Kannetalosta tai sen toiminnasta?
 - o Mitä kaikkea toimintaa Kanneltalo tarjoaa?
2. Millaisia esityksiä Kannetalossa esitetään tai on esitetty?
3. Mistä haluaisit saada lisää tietoa: esityksistä vai/ja muusta talon toiminnasta?
 - o Onko tietoa tarpeeksi ja oikeassa paikassa?
4. Miten haluaisit saada lisää tietoa?
 - o Ja kuinka usein?
5. Mitkä kanavat tavoittaisivat sinut parhaiten? (*Sähköposti, tekstiviesti, Facebook, Instagram, Sanomalehti, Mainokset katukuvassa*)
6. Minkälaista tietoa haluaisit saada? (*Tekstiä, äänitteitä, videoita, kuvia vai jotain muuta*)
7. Mikä kiinnostaa enemmän: Konsertin/esityksen sisältö vs. ketä siinä esiintyy?
8. Onko käsite kulttuurikeskus sinulle tuttu? Onko nimi tarpeeksi selkeä kuvaamaan talon toimintaa?
9. Tiesitkö, että Kannetalossa voit myös itse järjestää tapahtumia, näyttelyitä ja kokouksia? Lue lisää: <http://www.kanneltalo.fi/fi/jarjesta>

Teema 2 Fyysinen, maantieteellinen

1. Miten kaukana Kanneltalo sijaitsee kodistasi?
2. Miten hankalaksi koet saapumisen Kannetaloon?
 - o Kävellen?
 - o Julkisilla?
 - o Pyörällä?
3. Vaikuttaako Kannetalon sijainti käymiseesi Kannetalossa?
4. Mitä mieltä olet Kannetalon sijainnista ja sitä ympäröivästä Sitra-torista?
5. Mikä tekisi Kannetalosta helpommin lähestyttävän?
6. Miten todennäköisesti kävisit Kannetalossa, jos se sijaitsisi jossain muualla, esim. Kauppakeskus Kaaressa?
7. Miten todennäköisesti kävisit Kannetalossa, jos sitä ympäröivä oleva alue olisi viihtyisämpi?

Teema 3 Aika ja hinta

1. Minkälaisia asioita tykkäät tehdä vapaa-aikanasi?
2. Mitkä asiat ovat ajallisesti esteenä käydä Kannetalossa?
3. Kävisitkö Kannetalossa, jos esitykset olisivat päivällä tai aikaisemmin illasta?
4. Mikä olisi paras päivä mennä esitykseen?
5. Mitä mieltä olet lippujen hinnoista? Ovatko hinnat liian korkeita?

Teema 4 Henk.koht kiinnostus

1. Minkälainen ohjelmasisältö saisi sinut osallistumaan useammin Kanneltalon esityksiin?
2. Minkä tyyppiset aiheet innostaisivat sinua osallistumaan Kanneltalon muuhun toimintaan?
3. Olisiko joku oheisohjelma tai tapahtuma mikä kiinnostaisi sinua?
4. Puuttuuko Kanneltalosta joku taiteenala/suuntaus mikä sinua kiinnostaisi?
5. Mitä ennakkoluuloja Kanneltaloo tai ylipäänsä kulttuurikeskuksia kohtaan tunnistat itsessäsi?
6. Käykö joku sukulaisesi tai tuttava Kanneltalossa?

Teema 5 Muut kysymykset

1. Onko käsityksesi Kanneltalosta, sen toiminnasta tai ohjelmistosta muuttunut Kulttuurikeskusten kävijäkyselyn saapumisen jälkeen?
 - o Jos on muuttunut, niin miten?
2. Aiotko käydä Kanneltalossa lähitulevaisuudessa tai joskus tulevaisuudessa?
3. Vaikuttaako nykyinen korona tilanne Kanneltalossa vierailuusi?
4. Kävisitkö Kanneltalossa, jos sinulla olisi seuraa esim. teatteri esitykseen? Lue lisää kulttuurikaverista: <https://www.hel.fi/kulttuurin-ja-vapaa-ajan-toimiala/fi/palvelut/yleiset-kulttuuripalvelut/ikaantyneiden-kulttuuripalvelut/kulttuurikaverit>
5. Jos Kanneltalossa olisi tarjolla lapsenvahti palvelu esityksen aikana, luuletko että kävisit esityksissä useammin? (kysymys jos on lapsia)
6. Mikä tekisi sinusta Kanneltalon ei-kävijästä kävijän?

Kysely

HELSINGIN KAUPUNKI Kulttuuri- ja vapaa-aika
KULTTUURIKESKUSTEN KOHDERYHMÄTUTKIMUS
KYSELYLOMAKE **KANNELTALO**

Tutkimuksen kohderyhmä: Yli 16-vuotiaat helsinkiläiset

1) Sukupuolesi?

Mies
Nainen
Muu

2) Ikäsi?

3) Postinumerosi?

Tervetuloa vastaamaan helsinkiläisille suunnattuun kyselyyn! Vastaaminen vie noin 10-15 minuuttia. Vastaathan kysymyksiin huolella, sillä mielipiteesi on erittäin arvokas.

4) Mitä Helsingin kaupungin kulttuurikeskuksia tiedät nimeltä? Kirjoita kaikki mieleesi tulevat kulttuurikeskukset.

5) Mitkä seuraavista Helsingin kaupungin kulttuurikeskuksista tunnet nimeltä? Valitse kaikki ne kulttuurikeskukset, jotka tiedät vähintään nimeltä.

1. Annantalo
2. Caisa
3. Kanneltalo
4. Malmitalo
5. Maunula-talo
6. Savoy-teatteri
7. Stoa
8. Vuotalo
9. En tunne mitään näistä

6) Missä seuraavista Helsingin kaupungin kulttuurikeskuksista olet käynyt? Valitse kaikki ne kulttuurikeskukset, joissa olet käynyt (esim. tapahtumissa, näyttelyssä, kursseilla jne.).

1. Annantalo
2. Caisa
3. Kanneltalo

- 4 Malmitalo
- 5 Maunula-talo
- 6 Savoy-teatteri
- 7 Stoa
- 8 Vuotalo
- 9 En ole käynyt missään kulttuurikeskuksessa

7) Millainen mielikuva sinulla on Helsingin kaupungin kulttuurikeskuksista? Ole hyvä ja kerro omin sanoin mitä ajatuksia kulttuurikeskukset sinussa herättävät.

8) Vastasit aiemmin, ettet ole käynyt missään kulttuurikeskuksessa. Miksi et ole käynyt kulttuurikeskuksissa?

9) Eri puolilla Helsingiä sijaitsevat kulttuurikeskukset tarjoavat helsinkiläisille monipuolisia kulttuuripalveluja kuten konsertteja, teatteriesityksiä, näyttelyitä, elokuvia, lastentapahtumia ja taideopetusta. Kuinka kiinnostunut olisit käymään kulttuurikeskuksissa tulevaisuudessa?

- 1. Erittäin kiinnostunut
- 2. Melko kiinnostunut
- 3. En kovinkaan kiinnostunut
- 4. En lainkaan kiinnostunut
- 5. En osaa sanoa

10) Miksi et ole kiinnostunut käymään kulttuurikeskuksissa?

11) Missä näistä kulttuurikeskuksista olisit kiinnostunut käymään tulevaisuudessa? Voit valita useita vaihtoehtoja.

- 1. Annantalo
- 2. Caisa
- 3. Kanneltalo
- 4. Malmitalo
- 5. Maunula-talo
- 6. Savoy-teatteri
- 7. Stoa
- 8. Vuotalo
- 9. En osaa sanoa

12) Missä määrin olet samaa tai eri mieltä seuraavien väittämien kanssa? Vastaa mielikuvasi mukaan eli ei haittaa vaikka sinulla olisi aiempaa kokemusta kulttuurikeskuksista.

5=Täysin samaa mieltä

4

3

2

1=Täysin eri mieltä

*Kulttuurikeskukset ovat kaikille avoimia
Kulttuurikeskuksissa on myös maksutonta toimintaa ja tapahtumia
Kulttuurikeskusten maksullisten tapahtumien hinnat ovat edullisia
Tiedän, mistä löydän tietoa kulttuurikeskusten tarjonnasta
Kulttuurikeskukset tuovat kulttuuria ja taidetta kaikkien saataville
Olen hyvin perillä siitä, mitä kaikkea kulttuurikeskuksissa tapahtuu
Kulttuurikeskuksissa on monipuolinen ja laaja tarjonta erilaista ohjelmaa
Kulttuurikeskusten ohjelmista on mielenkiintoista
Kulttuurikeskusten tapahtumiin ja toimintaan on helppo osallistua
Kulttuurikeskusten tarjonta on ajankohtaista
Kulttuurikeskukset sijaitsevat hyvien kulkuyhteyksien päässä
Kulttuurikeskuksissa on tapahtumia ja toimintaa kaikenikäisille
Kulttuurikeskuksissa on tarjontaa lapsille ja perheille*

13) Mistä näistä kulttuurikeskusten tarjoamista tapahtumista olisit kiinnostunut? Valitse kaikki sellaiset tapahtumat, joihin voisit ajatella osallistuvasi tulevaisuudessa.

1. Elokuvat
2. Festivaalit
3. Kaupunginosatapahtumat
4. Klubi-illat
5. Kurssit ja työpajat
6. Lastentapahtumat
7. Liikuntatapahtumat
8. Luennot ja keskustelut
9. Musiikkikonsertit
10. Pelitapahtumat
11. Sirkusesitykset
12. Taidenäyttelyt
13. Taideopetus
14. Tanssiesitykset
15. Teatteriesitykset
16. Yhteisölliset tapahtumat
17. En ole kiinnostunut mistään näistä

13B) Tuleeko mieleesi äsken näytettyjen lisäksi joitakin muita tapahtuma- tai ohjelmaideoita, joita voitaisiin toteuttaa kulttuurikeskuksissa ja joihin olisit kiinnostunut osallistumaan? Kerro omin sanoin.

14) Entä mitkä aiemmin valitsemistasi tapahtumista koet kaikista kiinnostavimmiksi? Valitse 1-3 sinua eniten kiinnostavaa.

15) Kulttuurikeskusten ohjelmistoa on tarjolla myös etänä verkossa. Oletko ollut tietoinen mahdollisuudesta etäosallistua kulttuurikeskusten tapahtumiin virtuaalisesti?

1. Kyllä
2. En

16) Kuinka kiinnostunut olisit etäosallistumaan kulttuurikeskusten tapahtumiin verkossa tulevaisuudessa? Verkon kautta on mahdollista osallistua erilaisiin tapahtumiin liveinä ja osan esityksistä voi myös katsoa tallenteena jälkikäteen.

1. Erittäin kiinnostunut
2. Melko kiinnostunut
3. En kovinkaan kiinnostunut
4. En lainkaan kiinnostunut
5. En osaa sanoa

17) Miksi et ole kiinnostunut kulttuurikeskusten verkkotapahtumista?

18) Mistä näistä kulttuurikeskusten tarjoamista verkkotapahtumista olisit kiinnostunut? Valitse kaikki sellaiset verkkotapahtumat, joihin voisit ajatella etäosallistuvasi tulevaisuudessa.

1. Elokuvat
2. Festivaalit
3. Kaupunginosatapahtumat
4. Klubi-illat
5. Kurssit ja työpajat
6. Lastentapahtumat
7. Liikuntatapahtumat
8. Luennot ja keskustelut
9. Musiikkikonsertit
10. Pelitapahtumat
11. Sirkusesitykset
12. Taidenäyttelyt
13. Taideopetus
14. Tanssiesitykset
15. Teatteriesitykset
16. Yhteisölliset tapahtumat
17. Muu, mikä?
18. En ole kiinnostunut mistään näistä

19) Kuinka kiinnostunut olisit liittymään kulttuurikeskusten kanta-asiakkaaksi? Kanta-asiakkaana saisit mm. tarjouksia ja muita etuja kulttuurikeskusten tapahtumiin liittyen.

1. Erittäin kiinnostunut
2. Melko kiinnostunut
3. En kovinkaan kiinnostunut
4. En lainkaan kiinnostunut
5. En osaa sanoa

Kanneltalo

T9) Millaisia asioita sinulle tulee mieleen Kanneltalosta? Kuvaile Kanneltaloa kolmella adjektiivilla.

T10) Mitä seuraavista ominaisuuksista yhdistäisit Kanneltaloon?

1. Mielenkiintoinen teatteriohjelmisto
2. Monipuolinen ohjelmisto
3. Viihtyisä ja turvallinen paikka
4. Alueen oma kulttuurikeskus
5. Tarjoaa ohjelmaa lapsiperheille
6. Rohkea edelläkävijä
7. Mielenkiintoisia näyttelyitä
8. Kanneltalossa voin käydä kirjastossa, kahvilassa, työväenopiston kursseilla sekä osallistua tapahtumiin
9. Tarjoaa taidekursseja lapsille ja nuorille
10. En mitään näistä

Kanneltalo T11) Mitä kautta toivot saavasi Kanneltalosta tapahtumatietoja?

Kuukausikirje

Nettisivut

Sosiaalinen media

Painettu ohjelmalehtinen

Ilmoitustaulu talon sisällä

Jokin muu tapa – tähän vapaan tekstin mahdollisuus

+ lisäkohta, jos näin toivotte

Kanneltalo T15) Vastasit aiemmin, ettet ole käynyt Kanneltalossa. Miksi et ole käynyt Kanneltalossa? Voit valita useita vaihtoehtoja. Kysytty niiltä, jotka eivät käyneet Kanneltalossa aiemmin

1. Minulla ei ole riittävästi aikaa
2. Kanneltalo sijaitsee liian kaukana
3. En tiedä mitä Kanneltalossa tapahtuu
4. Minulla ei ole varaa maksulliseen toimintaan
5. Kanneltalossa ei ole minua kiinnostavaa ohjelmaa
6. Minulla ei ole kaveria, jonka kanssa lähteä tapahtumiin
7. Muu syy, mikä?

20) Elämäntilanteesi?

1. Asun vanhempieni luona
2. Asun yksin
3. Asun puolisoni kanssa kahdestaan
4. Asun puolisoni ja lasten kanssa
5. Yksinhuoltaja
6. Muu

21) Minkä ikäisiä lapsia taloudessasi on? Voit valita monta vaihtoehtoa.

1. Alle vuoden
2. 1–3 vuotta
3. 4–6 vuotta
4. 7–10 vuotta
5. 11–14 vuotta
6. 15–17 vuotta
7. Yli 17 vuotta

22) Mitä seuraavista teit eilen? Voit valita monta vaihtoehtoa.

1. Luin painettua sanomalehteä
2. Luin painettua aikakauslehteä
3. Luin sanoma- tai aikakauslehden digitaalisia sisältöjä
4. Kuuntelin radiota
5. Kuuntelin radiota netin kautta
6. Katsoin TV:tä
7. Katsoin netti-TV:tä (esim. mtv.fi tai ruutu.fi)
8. Kuuntelin podcasteja
9. Kuuntelin musiikin suoratoistopalveluita (esim. Spotify)
10. Katsoin elokuvaa
11. Selailin Internetiä tietokoneellani
12. Luin sähköpostiini tullutta uutiskirjettä
13. Selailin Internetiä matkapuhelimellani
14. Selailin Internetiä tabletilla
15. Luin blogikirjoituksia
16. Seurasin verkkokeskustelua netissä
17. Käytin sosiaalista mediaa (esim. Facebook, Instagram, Twitter jne.)
18. Katsoin tubettajien tekemiä YouTube-videoita
19. En mitään näistä

23) Mitä seuraavista sosiaalisen median kanavista käytit eilen? Voit valita monta vaihtoehtoa.

1. Facebook
2. Instagram
3. Twitter
4. LinkedIn
5. YouTube
6. Snapchat
7. WhatsApp
8. TikTok
9. Jodel

10. Jokin muu, mikä?
11. En mitään näistä / En osaa sanoa

24) Luetko paikallisia painettuja ilmaisjakelulehtiä (esim. Helsinki-lehti, Helsingin Uutiset)?

1. Kyllä
2. En

25) Mistä seuraavista tietolähteistä saisit mieluiten tietoa kulttuurikeskusten tarjonnasta? Voit valita useita vaihtoehtoja.

1. Kulttuurikeskuksen infonäyttö tai ilmoitustaulu
2. Painettu ohjelmaesite
3. Sanoma-, aikakausi- tai asiakaslehdet
4. Radio
5. Televisio
6. Internetin hakukoneet
7. Internetin keskustelupalstat
8. YouTube ja/tai tubettajat
9. Sosiaalisen median kanavat (esim. Facebook, Instagram, TikTok)
10. Kotiin tulevat esitteet tai lehtiset
11. Kulttuurikeskusten internet-sivut
12. Helsingin kaupungin tapahtumat yhteen kokoava tapahtumat.hel.fi -sivusto
13. Ystävien tai perheenjäsenten suositukset
14. Tunnetun julkisuuden henkilön suositukset (esim. artistin, näyttelijän, bloggaajan tai muun)
15. julkisuuden henkilön suositteleva
16. Podcastit
17. Blogit
18. Sähköpostiin saapuva uutiskirje
19. Ulkomainonta kaupungilla
20. Jostain muualta, mistä?
21. En mitään näistä

26) Mitkä seuraavista kuuluivat vapaa-ajanviettopoihisi ennen korona-aikaa?

1. Musiikkikonserteissa käynti
2. Elokuviissa käynti
3. Teatterissa käynti
4. Oopperassa käynti
5. Baletissa käynti
6. Museoissa käynti
7. Taidenäyttelyissä käynti
8. Sirkusesityksissä käynti
9. Tanssiesityksissä käynti
10. Muissa kulttuuriesityksissä käynti, missä?
11. Ei mikään näistä

27) Kuinka usein arvioit käyneesi eri kulttuuritapahtumissa (esim. konsertit, näyttelet, teatteri) ennen korona-aikaa?

1. Viikoittain
2. Noin 2–3 kertaa kuukaudessa
3. Noin kerran kuukaudessa
4. Muutaman kerran vuodessa
5. Harvemmin
6. En koskaan

28) Mistä seuraavista aihealueista olet kiinnostunut yleisellä tasolla?

1. Ruuanlaitto, reseptit, leipominen
2. Ravintolat
3. Pukeutuminen ja muoti
4. Hyvinvointi, terveys
5. Kauneudenhoito ja kosmetiikka
6. Autot, moottoriajoneuvot
7. Puutarhan- tai pihanhoito ja kasvit
8. Tekniikka, tekniikan kehitys
9. Asuminen, sisustaminen
10. Taide ja kulttuuri
11. Kirjat, kirjallisuus, lukeminen
12. Urheilu, liikunta, kuntoilu
13. Tiede, tutkimus
14. Matkailu
15. Luonto ja luonnossa liikkuminen
16. Eläimet ja lemmikit
17. Veneet ja venely
18. Musiikki ja konsertit
19. Elokuvat ja tv-sarjat
20. Ympäristöasiat
21. Talous- ja raha-asiat (liike-elämä, säästäminen, sijoittaminen jne.)
22. Hyväntekeväisyys, vapaaehtoistyö
23. Yhteiskunta ja politiikka
24. Shoppailu
25. Käsityö, tee-se-itse, nikkarointi, askartelu
26. Pelaaminen
27. Julkisuuden henkilöt
28. En mistään näistä

29) Ammatillis?

1. Johtavassa asemassa oleva henkilö
2. Ylempi toimihenkilö
3. Alempi toimihenkilö
4. Työntekijä
5. Yrittäjä
6. Eläkeläinen
7. Opiskelija

- 8. Kotiäiti/isä
- 9. Työtön
- 10. Muu

30) Mikä on henkilökohtainen vuosittainen bruttotulosi (ennen veroja)?

- 1. Alle 10 000 €
- 2. 10 000–20 000 €
- 3. 20 001–30 000 €
- 4. 30 001–40 000 €
- 5. 40 001–50 000 €
- 6. 50 001–60 000 €
- 7. Yli 60 000 €
- 8. En osaa sanoa
- 9. En halua sanoa

31) Äidinkielenä?

- 1. Suomi
- 2. Ruotsi
- 3. Saame
- 4. Muu, mikä?