

# OIKEA VIRITYS

---

nykytanssin yleisösuhteen jäljillä

Maija Eränen

Pro gradu -tutkielma

Nordic Arts and Culture Studies -maisteriohjelma

Taidekasvatus

Musiikin, taiteen ja kulttuurin tutkimuksen laitos

Jyväskylän yliopisto

Kevät 2017

# JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistinen tiedekunta	Laitos – Department Musiikin, taiteen ja kulttuurin tutkimuksen laitos
Tekijä – Author Maija Eränen	
Työn nimi – Title Oikea viritys – nykytanssin yleisösuhteen jäljillä	
Oppiaine – Subject Taidekasvatus	Työn laji – Level Pro gradu
Aika – Month and year Toukokuu 2017	Sivumäärä – Number of pages 82
<p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Pro gradu –tutkielman lähtökohtana on tutkia nykytanssikoreografien yleisöön liittämiä merkityksiä sekä luoda heidän yleisösuhteitaan eri näkökulmista. Tarkoituksena on selvittää koreografien ajatuksia kokonaisvaltaisesti yleisöstä, yleisötyön paikasta osana taiteen tekemisen prosessia sekä yleisötyön korostuneesta roolista taiteen kentällä. Tutkielmalla on kahtalaiset tavoitteet: tarkastella yleisötyön kehityskaarta ja pohtia kotimaisen nykytanssin suhdetta tuohon kehitykseen sekä tarkastella tapauskohtaisesti nykytanssikoreografien yleisösuhdetta. Yleisötyötä lähestytään laajana käsitteenä, jonka alle on mahdollista sijoittaa taideorganisaation strategisia ja toiminnallisia tavoitteita sekä taiteen sisältöjen avaamista. Yleistyön alle luetaan myös markkinointiviestintää sekä yleisöjen kohtaamiseen ja saavutettavuuden lisäämiseen liittyviä asioita.</p> <p>Tutkielma on laadullinen tapaustutkimus, jonka empiirinen aineisto koostuu asiantuntijahaastatteluista. Aineistonhankintamenetelmänä toimii yksilöhaastattelu, sillä se arvioitiin parhaaksi tavaksi päästä kiinni taiteilijoiden ajatuksiin ja näkemyksiin. Haastattelun muoto on puolistrukturoitu teemahaastattelu.</p> <p>Tutkielmassa kartoitetaan kotimaista nykytanssin yleisötyötä ja käsitteistöä. Tapaustutkimus tuo tietoa nykytanssikoreografien yleisöön, yleisösuhteeseen ja yleisötyöhön liittyvistä ajatuksista ja käsityksistä.</p> <p>Yleisö ja siihen luotu suhde on nykytanssikoreografeille tärkeä, mutta yleisöön liittyvät merkitykset ja sen rooli vaihtelevat paljon haastateltujen taiteilijoiden kesken. Taiteellisessa teosprosessissa koreografit painottavat enemmän joko teosta tai taiteellista prosessia. Jako näiden työskentelytapojen välillä ei välttämättä ole pysyvä ja se voi vaihdella koreografien eri teosten välillä. Viime vuosina yleisötyöhön ja taiteen sosiaalisiin vaikutuksiin kohdistunut mielenkiinto herättää koreografeissa monenlaisia ajatuksia. Yhtäältä kehityssuuntaus nähdään positiivisena; monipuolinen vuorovaikutus yleisön kanssa ja avartunut työkenttä kiinnostavat. Toisaalta ”pakko” yleisötyön tekemiseen ja rahoituksen vaarantuminen huolestuttaa, samoin kuin pelko taiteen autonomian suitsimisesta.</p> <p>Useampikin koreografeista liittää yleisötyön osaksi keskustelua taiteen hyvinvointivaikutuksista sekä sosiaali- ja terveysalaan kytketystä taiteellisesta toiminnasta. Vaikuttaa siltä, että taiteilijat näkevät mahdollisena, että kulttuuripoliittinen ohjaus suuntaisi taiteellista toimintaa enemmänkin myös taidealan ulkopuolelle. Taideorganisaatioissa kehitys merkitsi mahdollisesti muutoksia painopisteisiin ja osaan toiminnasta, kun taas yksittäiselle taiteentekijälle vaikutus olisi paljon radikaalimpi.</p>	
Asiasanat – Keywords Nykytanssi, yleisötyö, yleisö, taiteen markkinointi	
Säilytyspaikka – Depository JYX	
Muita tietoja – Additional information	

## Sisällysluettelo

1.	JOHDANTO .....	3
1.1.	TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT JA TARKOITUS.....	5
1.2.	TUTKIMUSONGELMA JA -KYSYMYKSET .....	6
1.3.	TEOREETTINEN VIITEKEHYS JA KESKEISET KÄSITTEET .....	7
1.4.	AIEMPI TUTKIMUS JA LÄHDEMATERIAALIT.....	9
2.	NYKYTANSSIKENTTÄ SUOMESSA .....	11
2.1.	ORGANISAATIOT .....	12
2.2.	TUOTANTO .....	13
2.3.	NYKYTANSSIN KATSOJAT .....	14
3.	NÄKÖKULMIA YLEISÖTYÖN KEHITYKSEEN .....	15
3.1.	YLEISÖTYÖN MUODOT .....	17
3.2.	YLEISÖTYÖN KANSAINVÄLISIÄ MALLEJA.....	25
3.3.	YLEISÖTYÖN SUUNTIA JA HAASTEITA.....	32
4.	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN JA AINEISTON KERUU.....	37
4.1.	TUTKIMUSASETELMA.....	37
4.2.	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA AINEISTO.....	38
4.3.	AINEISTON ANALYYSIMETODI.....	42
4.4.	HAASTATELLUT KOREOGRAFIT .....	43
5.	YLEISÖN MERKITYS JA AJATUKSIA YLEISÖTYÖSTÄ.....	44
5.1.	YLEISÖ - MYSTINEN ASIA.....	46
5.2.	YLEISÖSUHDE - TEOSPROESSIN OIKEA VIRITYS.....	50
5.3.	TAITEILIJANA YLEISÖTYÖN AJANJAKSOLLA .....	56
6.	AINEISTON YHTEENVETOA .....	65
6.1.	KOREOGRAFIEN YLEISÖKÄSITYKSET .....	65
6.2.	AVOIN TAI SULKEUTUNUT TYÖTAPA .....	68
6.3.	YLEISÖTYÖN KASVANEESTA MERKITYKSESTÄ.....	71
7.	LOPUKSI.....	73
7.1.	TUTKIMUKSEN TARKASTELUA.....	74
7.2.	JOHTOPÄÄTÖKSIÄ.....	76
	LÄHTEET .....	79

# 1. JOHDANTO

---

Pro gradu -tutkielmassani tutkin nykytanssikoreografioiden yleisöön liittämiä merkityksiä sekä ajatuksia yleisötyöstä ja yleisösuhteen muodostumisesta. Yleisötyön kulttuuripoliittinen merkitys on viime vuosina kasvanut ja sen myötä taideorganisaatioita kiinnostaa entistä enemmän yleisöpohjan laajentaminen ja sitouttaminen sekä kävijöiden kokemuksen syventäminen. Haluan tutkimuksessani kurkistaa koreografioiden näkemyksiin tästä kehityksestä. Onko yleisökeskeinen ajattelutapa levinnyt myös taiteilijoiden keskuuteen? Vaikuttaako suuntaus taiteen tekemisen prosesseihin? Ja kenen tehtävä ylipäätään on ajatella yleisöjä?

Tutkielmalla on kahtalaiset tavoitteet: tarkastella yleisötyön kehityskaarta ja pohtia kotimaisen nykytanssin suhdetta tuohon kehitykseen sekä tarkastella tapauskohtaisesti nykytanssikoreografioiden yleisösuhdetta. Tutkimuksessa keskitytään taideorganisaatioiden tuotantoon ja esitystoimintaan liittyvään yleistyöhön. Rajaan hyvinvointiin tähtäävän sekä sosiaali- ja terveysalan tarpeisiin suunnitellun yleisötyön tutkielman ulkopuolelle.

Päätöksentekijöiden kulttuuripoliittinen kiinnostus yleisöihin ja yleistyöhön on sekä eurooppalaisella, kotimaisella että paikallistasolla ollut merkillepantavaa. Euroopan Unioni on nostanut yleisötyön vuosien 2014–2020 kulttuuriohjelmansa keskeiseksi tekijäksi; *Luova Eurooppa* -hankerahoitusta haettaessa hakijan on kuvattava strategiansa uusien yleisöjen tavoittamiseksi (Kansainvälisen liikkuvuuden ja yhteistyön keskus CIMO 2016). Opetus- ja kulttuuriministeriö (2014, 13) esittää toimenpide-ehdotuksenaan, että taide- ja kulttuurilaitosten harjoittama yleisötyö otetaan huomioon valtiosuusjärjestelmää kehitettäessä. Monet yksityiset säätiöt painottavat yleisötyötä, esimerkiksi Suomen Kulttuurirahastolla (2016) on erillinen *Taidetta hoitolaitoksiin* -tukimuoto sekä *Taide<sup>2</sup>*-apuraha, joka kannustaa laajoihin ja uudistaviin taidehankkeisiin, jotka muun muassa laajentavat taiteen yleisöpohjaa. Helsingin kaupunki tilaa taidelaitoksilta ja -toimijoilta räätälöidysti kaupunginosahankkeita Helsinki-mallia toteuttamaan (Helsingin kulttuurikeskus 2016). Samaan aikaan edistyksellisimmät nykytanssiorganisaatiot ovat toteuttaneet yleisötyötä erikseen resurssien korkeintaan vuosikymmenen, ja työtä on tehty pienin resurssein ruohonjuuritasolla.

Työskentelen kotimaisen nykytanssin aitiopaikalla Zodiak – Uuden tanssin keskuksen tuottajana. Havainnot oman työyhteisön tarpeista, tanssikentän muutoksista sekä kulttuuripoliittinen ilmapiiri kotimaassa ja Euroopassa korostavat yleisötyön roolia taidekentällä.

Tampereen Työväen Teatterin myynti- ja markkinointijohtaja **Pasi Pääkkönen** kiteyttää suuntauksen:

*Muutos kohti yleisötyötä on väistämätön ja tapahtuu pikku hiljaa. Harva instanssi pärjää enää yksinään ilman verkostoitumista. Teatterille tekee hyvää laajentaa toimintaansa konkreettisesti ihmisten pariin, jolloin nykyisenkaltainen raja katsomon ja näyttämön välillä häviää (Torkko 2010, 5).*

Yleisötyön merkitys ja tarve tunnustetaan, mutta sen nopean kehityksen ja vakiintumattoman käsitteistön takia sen rooli ei ole käytännön tasolla yhteisesti jaettu. Tämän tutkimuksen siemenenä toimi Taideyliopistoon vuonna 2015 suorittamani yleisötyön johtamisen erikoistumisohjelma. Omien havaintojeni mukaan yleisötyöntekijät usein toimivat taidelaitoksissa korostetun itsenäisesti. Yleisötyö saattaa olla oma, irrallinen saarekkeensa, jolla ei ole vahvaa toiminnallista ja synergistä yhteyttä organisaation muuhun toimintaan. Työelämähavaintojani tukee yleisötyöntekijöiden toivelista Ylös – ammattiteattereiden yleisötyön kehittämisprojektin loppujulkaisussa. Toivelistalla on esimerkiksi se, että yleisötyöntekijä tuntisi kuuluvansa teatterin henkilökuntaan ja että yleisötyö olisi luonteva osa teatterin toimintaa ja markkinointistrategiaa (Torkko 2015, 16). Vastaavaa isolaatiota olen havainnut myös kansainvälisesti yleisötyön parissa.

Tarkastelen tutkielmassani yleisötyön siiloutumista ja pohdin sitä suhteessa kansainvälisiin malleihin. Olisiko taideorganisaatioiden mahdollista ottaa holistisempi lähestymistapa yleisösuhteeseen? Sanat vaikuttavat käsityksiin ja toimintaan: onko yleisötyö tässä mielessä sopiva käsite?

## 1.1. TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT JA TARKOITUS

Tutkimukseni lähtökohtana on tutkia koreografiien yleisöön liittämiä merkityksiä sekä luodata heidän yleisösuhdettaan eri näkökulmista. Tarkoituksena on selvittää kokonaisvaltaisesti nykykoreografiien ajatuksia yleisöstä, yleisötyön paikasta osana taiteen tekemisen prosessia sekä yleisötyön korostuneesta roolista taiteen kentällä.

Työssäni taiteilijoiden parissa olen havainnut tekijöissä ristiriitaisia, toisistaan poikkeavia yleisösuhteita sekä näkemyksiä yleisön ja taiteentekijän rooleista ja suhteesta. Tanssin kenttä on laaja ja tekijöiden taustat hyvin moninaiset, joten myös asenteet ja näkemykset yleisöstä sekä sen roolista vaihtelevat paljon. Käytännön työkokemukseni mukaan yleisösuhte taiteellisen prosessin ja tuotantotyön välimaastossa on alue, joka jää aikataulupaineissa usein vähemmälle pohdinnalle. Tuo välimaasto – taiteen ja yleisön välinen tila – saattaa olla taiteilijalle herkkää aluetta. Terminologian vakiintumattomuus voi myös aiheuttaa väärinymmärryksiä ja sitä kautta mutkistaa teoksen yleisösuhteen potentiaalın avaamista.

Lähestyn yleisötyötä laajana käsitteenä, jonka alle on mahdollista sijoittaa taideorganisaation strategisia ja toiminnallisia tavoitteita sekä taiteen sisältöjen avaamista. Luen yleistyön alle myös markkinointiviestintää sekä yleisöjen kohtaamiseen ja saavutettavuuden lisäämiseen liittyviä asioita.

Tutkimukseni perustuu kotimaisiin ja kansainvälisiin yleisötyötutkimuksiin, -artikkeleihin ja -selvityksiin. Taustatyössä olen tutustunut myös kotimaiseen tutkimustietoon tanssiyleisöistä sekä esittävän taiteen markkinointiin.

Yleisötyökirjallisuudessa taiteilijat ovat aliedustettuina; käsitykseni mukaan aihetta ei ole tutkittu taiteentekijän näkökulmasta. Suhtaudun tutkimuksessani yleisötyöhön yksittäisiä projekteja laajemmalla näkökulmalla – yleisölähtöisenä toiminta-asenteena. Tästä syystä tiedustelen haastatteluissa koreografiien ajatuksia taiteellisen prosessin sanallisesta avaamisesta taiteilijaimagoon ja brändityöhön sekä näkemyksiä yleisötyön kasvaneesta merkityksestä taiteen tekemisen prosesseihin.

Haastattelin tätä tutkimusta varten kuutta kotimaisella nykytanssikentällä vahvan aseman saavuttanutta, mutta keskenään hyvin erilaista koreografia: **Jyrki Karttusta, Susanna Leinosta, Maija Mustosta, Elina Piristä, Tero Saarista ja Pirjo Yli-Maunulaa.**

Yleisötyö on viime vuosina kasvanut yhä merkityksellisemmäksi ilmiöksi. Kehityssuuntana se vaikuttaa vahvasti taideorganisaatioiden strategiaan painotuksiin ja sitä kautta toimintaan. Tarkastelen tutkielmassani, millaista toimintaa yleisötyö pitää sisällään sekä esittelen kotimaisia ja kansainvälisiä näkökulmia nykytilanteeseen. Pyrin tutkimaan mahdollisuuksia kokonaisvaltaisemman yleisöstrategian muodostamiseen ja sitä kautta kytkemään yleisötyön orgaaniseksi osaksi taideorganisaation toimintaa.

Sekä oman ammatillisen kehittymiseni että taideorganisaation toiminnan näkökulmasta on kiinnostavaa etsiä tapoja yleisösuhteen vankentamiseen ja monipuolistamiseen sekä uusien yleisöjen tavoitteluun. Yleisötyön kehitykseen ja kansainväliseen diskurssiin perehtyminen antaa työvälineitä ja inspiraatiota käytännön työhön. Lisäksi yleisötyön alati kasvattaessa kulttuuripoliittista merkitystään on tärkeää pystyä argumentoimaan omaa toimintaansa sekä tunnistaa alan viimeisimmät virtaukset.

Tutkimus on ajankohtainen taidekentän ammattilaisille; tuottajille, yleisötyöntekijöille, viestijöille ja taiteilijoille. Tarkoituksena on tuoda esille koreografien käsityksiä ja tavoitteita suhteessa yleisöön ja yleisötyöhön, käsitellä tanssitaiteen tuottamiseen liittyvää problematiikkaa yleisötyön näkökulmasta, tarkastella taideorganisaatioiden yleisösuhdetta sekä toivottavasti olla mukana kehittämässä yhteistä käsitteistöä ja keskustelukulttuuria alalle.

## 1.2. TUTKIMUSONGELMA JA -KYSYMYKSET

Tutkimusongelmani pohjautuu havaintoon, että nykytanssi koetaan usein vaikeaselkoiseksi taidemuodoksi, vaikka sen monimuotoisuus ja sisältöjen vaihtelevuus tarjoavatkin monipuolisia mahdollisuuksia erilaisten yleisöjen ja katsojaryhmien puhuttelulle. Hypoteesini on, että koreografeille yleisö on

merkityksellinen, mutta taiteen tekemisen prosessin sanoittamisen ja avaamisen problematiikka vaihtelee taiteilijan työtavoista ja asenteista johtuen.

Tutkimusongelma juontaa mielenkiintoni tätä, ehkä ikäikäistakin taiteilijan ja yleisön välistä jännitettä kohtaan. Samaan aikaan koko taidekenttä on enenevässä määrin tietoinen vuorovaikutuksen ja saavutettavuuden tärkeydestä sekä yleisöjenpohjan laajentamisen merkityksestä. Kulttuuripoliittinen mielenkiinto Euroopan Unionista paikallistoimijoihin suuntautuu yleisöihin. Miten yleisötyö on kehittynyt nykytilaansa ja mitä se pitää sisällään?

Tutkimuksen ensimmäisessä osassa hahmottelen yleisötyön kehityskulkua, nykysuuntauksia ja -käsitteistöä. Toisessa osassa tarkastelen ja analysoin nykykoreografien näkökulmia kuuden tekijähaastattelun kautta.

Tutkimuskysymykset:

- Millaisia käsityksiä nykykoreografeilla on yleisöistään?
- Mikä on yleisön merkitys teosprosesseissa?
- Miten koreografit suhtautuvat yleisötyön kulttuuripoliittisesti kasvaneeseen merkitykseen?

### 1.3. TEOREETTINEN VIITEKEHYS JA KESKEISET KÄSITTEET

Nykytanssikoreografien näkökulmaa yleisöihin luotaavan tutkimuksen viitekehys rajautuu laajalla otteella yleisötyöhön. Molemmat, sekä nykytanssi että yleisötyö, ovat kotimaassa vähän tutkittuja aloja ja niiden historia itsenäisinä tutkimuskohteina ei kata vielä montakaan vuosikymmentä. Kansainvälisestikin yleisötyön tutkimus on nuorta, sen parista puuttuvat testatut teoriat ja pitkäkestoiset empiiriset tutkimukset (Hayes & Slater 2002, 1). Tällä vuosituhannella yksittäisiä tutkimuksia ja artikkeleita on julkaistu sekä Suomessa että muualla. Yleisötyön teoria-aineiston rajallisuudesta johtuen tämän tutkimuksen tausta-aineistona käytetään myös esittävän taiteen markkinoinnin kirjallisuutta.



Yleisöllä tarkoitetaan tässä tutkimuksessa taideorganisaatioiden kävijöitä tai potentiaalisia kävijöitä – käytännössä ketä vain. Taideteoksen yleisö koostuu sitä katsovasta yleisöjoukosta, mutta yleisötyötä suunniteltaessa pohditaan usein myös niitä, jotka syystä tai toisesta eivät vielä – tai enää – ole yleisössä ja kehitetään toimenpiteitä heidän tavoittamiseksi.

Käytännön toiminnan tasolla englanninkielinen termi *audience development* on kansainvälisesti tunnistettu käsite. Sen ymmärretään olevan kokonaisvaltaisempi ilmaisu kuin esimerkiksi termit *cultural education*, *arts marketing*, *outreach* tai *cultural inclusion*, jotka kuvaavat osia yleistyön sisältämistä toiminnoista. Terminologian vakiintumattomuudesta huolimatta *audience development* on laajalti ymmärretty kansainvälisellä taidekentällä (European Commission 2012, 3). Esittävän taiteen markkinoinnin piirissä *audience development* liittyy yleisön rakenteen ja määrän kehittämiseen, mutta yleisötyökontekstissa käsite sisältää huomattavasti enemmän näkökulmia ja toiminnan muotoja.

Vaikka monissa kotimaisissa taidelaitoksissa yleisötyötä on tehty vuosikymmenten ajan, käsite itsessään on verrattain nuori. Suomenkielinen yleistyön käsite on johdettu yleisökasvatuksesta. Yleistyöksi käsitettävää toimintaa tehdään esimerkiksi yleistyön, yhteisötaiteen, ohjelmistosuunnittelun, kuratoinnin, viestinnän, asiakaspalvelun ja markkinoinnin alla (Sorjonen & Sivonen 2015, 25).

Kotimassa taidelaitokset ovat toteuttaneet ns. sivistyksellistä taidekasvatusta jo 1800-luvun lopulta alkaen. Taidekasvatustyö oli perinteisesti yhdensuuntaista toimintaa, kun taas nykymuotoinen yleistyö on luonteeltaan kaksisuuntaista ja osallistavaa. Vuosituhannen vaihteen tienoilta lähtien yleisökasvatus-käsitteestä on pyritty luopumaan, välillä on käytetty myös yleisökoulutus- ja yleisöyhteistyö-termejä kuvaamaan toimintaa (Sorjonen & Sivonen 2015, 11). Yleistyön käsite on pikkuhiljaa vakiintunut, joskin se koetaan edelleen useissa yhteyksissä epätäsmälliseksi.

Yleistyö-käsitteen rajallisuudesta huolimatta sitä käytetään tässä tutkimuksessa, mutta se on käsitetty mahdollisimman laajasti: yleistyö kattaa kaiken kommunikaation taiteesta – taideteoksesta ja taiteilijasta – yleisön suuntaan ja se liikkuu taiteellisten, sosiaalisten ja taloudellisten painotusten välillä.

Koreografihaastatteluissa yleisötyön rinnalla käytetään myös yleisösuhde-termiä, jotta aihekenttää pystyttiin käsittelemään kokonaisvaltaisemmin taiteilijoiden kanssa.

Nykytanssilla tarkoitetaan taidemuotoa, jonka alle mahtuu monia erilaisia suuntauksia ja joka ottaa vaikutteita sekä muista tanssi- että taidelajeista. Koreografi taas toimii teosten alullepanijana ja työryhmän johtajana. Nykytanssissa koreografian tehtävä lähestyy ohjaajan tehtävää, harva koreografi luo askelsarjoja tanssijoille valmiiksi vaan enemminkin vastaa teoskokonaisuudesta (Lehikoinen 2014, 19).

#### 1.4. AIEMPI TUTKIMUS JA LÄHDEMATERIAALIT

Tutkimuksen lähtökohtana on hahmottaa yleisötyön kehitystä ja taustoja, nykymuotoja sekä käsitteistöä. Yleisötyötä (audience development) on erityisesti kehitetty ja tutkittu Iso-Britanniassa kahden-kolmen vuosikymmenen ajan. Yksi harvoista yleisötyön konseptin teoretisoijista on kulttuuripolitiikan tutkija **Nobuko Kawashima**, jonka mukaan yleisötyön vaikuttavuuden kattava arviointi on vielä mahdotonta johtuen käsitteen moninaisesta käytöstä ja projektien puutteellisesta evaluoinnista (2000, 3). Tähän haasteeseen pyrkii vastaamaan Cuporen tutkimus *Taide- ja kulttuurilaitosten yleisötyön muodot, laajuus ja tuloksellisuus* (2015).

Yleisötyökirjallisuus keskittyy käytännönläheisiin oppaisiin<sup>1</sup>, tapaustutkimuksia ja artikkeleita on laadittu erityisesti Iso-Britanniassa. Tässä tutkimuksessa on perehdytty edellä mainitun Cuporen tutkimuksen lisäksi erityisesti **Heather Maitlandin** (2000) yleisötyön opaskirjaan ja Nobuko Kawashiman (2000; 2006) sekä **Debi Hayesin** ja **Alix Slaterin** (2002) artikkeleihin.

Yleisötyö on tutkimuskohteena ajankohtainen teema kotimaassa myös erilaisten selvitysten, hankkeiden ja opinnäytetöiden näkökulmasta. Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissätiö Cupore julkaisi edellä mainitun *Taide ja kulttuurilaitosten yleisötyön muodot, laajuus ja tuloksellisuus* -tutkimuksen (2015), Humanistinen ammattikorkeakoulu *Ei-kävijästä osalliseksi – Osallistuminen*,

---

<sup>1</sup> Ks. esim. Harlow (2014), Maitland (1997; 2000), Morison & Dalgleish (1993), Newman (1992).

*osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla* (2015) ja Museovirasto *Altistutaan asiakkaille! – Museoiden johtamis- ja toimintamallit muutoksessa* (2013). Tampereen yliopiston Tutkivan teatterityön keskuksella oli *Ylös – ammattiteattereiden yleisötyön kehittäminen* -hanke vuosina 2008-2010, jonka loppujulkaisu *Yleisö ja teatteri uuteen suhteeseen* (2010) sisältää ideoita ja esimerkkejä yleisötyön tekemiseen. Valtion taidemuseolla oli *Yleisösuhteen kehittämishanke* (2010-2012) Museoviraston, Suomen museoliiton, Tiedekeskus Heurekan sekä Humanistisen ammattikorkeakoulun kanssa. Hankkeen tuloksina ovat *Arvoisa yleisö* -verkkosivusto ja loppuraportti (2012). Väitöskirjoissa ja opinnäytteissä on käsitelty esimerkiksi näyttelijän yleisökontaktin muodostumista hoitolaitosympäristöissä (Lehtonen 2015), teattereiden yleisötyön tarkoitusta ja resursseja (Pietilä 2013), suomalaisen ammattiteatterin yleisötyötä (Juntunen 2013), katsojan osaa teatteritapahtuman kontekstissa (Mykkänen 2011) sekä toteutettu yleisötyön kehittämishanke (Enqvist 2014) ja tehty tapaustutkimus Jyväskylä Sinfonian yleisötyöstä (Timonen 2013).

Tutkimuksessa on otettu laaja näkökulma yleisötyöhön; yleisötyön huomioiminen taideorganisaation koko toiminnassa, asenteena. Markkinointistrategia nähdään usein menestyvän organisaation kaikkien jakamana ajattelutapana. Koska yleisötyö ja esittävän taiteen markkinointi läpäisevät toisiaan monessa kohtaa ja alojen rajapinnalla voi syntyä hedelmällistä ristipölytystä, tässä tutkimuksessa on tutustuttu myös esittävän taiteen markkinoinnin perusteisiin. Tarkoituksena on pohtia, voisiko kotimaisten taideorganisaatioiden toimintaan sopia yhteisesti jaettu yleisötyöstrategia.

Tutkimuksen kannalta hyödyllisiä teoksia ovat olleet *Art Marketing Insights – The Dynamics of Building and Retaining Performing Arts Audiences* (Scheff Berstein 2007), *Marketing for Cultural Organizations – New Strategies for Attracting Audiences* (Kolb 2013), *Waiting in the Wings – A Larger Audience for the Arts and How to Develop it* (Morison & Dalgleish 1993) ja *Standing Room Only: Strategies for Marketing the Performing Arts* (Kotler & Scheff 1997). Näkökulmia esittävän taiteen markkinointiin on saatu myös artikkeleista *A Strategic Logic for Arts Marketing* (Boorsma 2006) sekä *Motivation, Ability and Opportunity to Participate* (Wiggins 2004).

Kotimaisen nykytanssin lähdekirjallisuutena on käytetty *Tanssi sanoiksi – tanssianalyysin perusteita* -oppikirjaa (Lehikoinen 2014), *Tanssissa on tulevaisuus – tanssin visio ja strategia 2010-2020* (Laakkonen 2009), *Tanssin strategia 2010-2020 Työpapereita* (Laakkonen & Kukkonen 2010), kahta nykykoreografihaastattelukirjaa (Jyrkkä 2005 ja 2011) sekä *Zodiak – Uuden tanssin tähden* -historiikkia (Ojala & Takala 2007).

## 2. NYKYTANSSIKENTÄ SUOMESSA

---

Tässä luvussa annan yleiskuvan kotimaisesta nykytanssikentästä. Esittelen sen keskeisimmät toimijat, kuvailen nykytanssin tuotantoa sekä kerron sen yleisöistä.

Kotimaan nykytanssikenttä koostuu tanssitaiteilijoista ja -ryhmistä, festivaaleista, tapahtumista sekä tuotantotaloista ja näyttämöistä. Tanssin sisällöt ja ilmaisukeinot ovat monipuolistuneet tekijöiden ja organisaatioiden määrän kasvaessa viime vuosikymmenten aikana. Valtaosa tanssin ammattilaista toimii pääkaupunkiseudulla, mutta alueellinen saavutettavuus on kasvanut tanssitaiteilijoiden kehittäessä työskentelymahdollisuuksia myös muualla Suomessa.

Nykytanssi ei nojaa yhteen traditioon, muotoon tai esittämisen tapaan. Taiteellinen työ voi ottaa vaikutteita nykytanssiteosten lisäksi klassisesta baletista, tanssi- tai fyysisestä teatterista, kansan- tai katutanssista, sirkuksesta, performanssista tai esitystaiteen uusista virtauksista ja painopiste voi olla eri-ikäisille yleisöille suunnatuissa teoksissa. Tanssi on suorassa vuorovaikutuksessa muihin taiteenlajeihin ja se voi toteutua näyttämöteoksen lisäksi installaationa, paikkasidonnaisena teoksena, videona, valokuvana, kirjoituksena tai interaktiivisena tapahtumana. Nykytanssin yleisössä on paljon nuoria ja nuoria aikuisia, jotka seuraavat myös muita visuaalisen ja esittävän taiteen lajeja (Laakkonen 2009, 25).

Nykytanssiteokset syntyvät usein koreografivetoisesti, mutta erilaiset kollektiivisen tekemisen ja taiteellisen yhteistyön tavat ovat lisääntyneet. Taiteilijoiden pyrkiessä vuorovaikutukseen yleisön ja yhteisön kanssa, toimintakenttä on avautunut

esitystiloista laajemmin yhteiskuntaan. Moni tanssitaiteilija työskentelee yhteisötaiteen menetelmin, kytkien tanssin arjen keskelle. Tanssia käytetään välineenä monikulttuurisuusprojekteissa, hoiva- ja hoitotyössä sekä sosiaalialan hankkeissa.

Nykytanssin toimintakenttä on globaali ja tanssitaiteilijoille kansainväliset vierailut ja residenssit ovat arkipäivää. Kansainvälistyminen alkoi laajemmassa mittakaavassa 1990-luvulla ammatillisen korkeakoulutuksen ja sitä kautta taiteellisen tason nousun myötä. Suomalaisen tanssin kansainvälisesti mielenkiintoinen ominaispiirre on koreografien kiinteä yhteistyö valo- ja äänisuunnittelijoiden sekä muiden visuaalisen alan taiteilijoiden kanssa (Laakkonen 2009, 29).

## 2.1. ORGANISAATIO

Teatteri- ja orkesterilain (VOS) piirissä toimii yhdeksän tanssiteatteria ja kaksi tanssin tuotantokeskusta. Helsingissä sijaitsevat Suomen Kansallisbaletti sekä Helsinki Dance Company, joka ainoana suomalaisena tanssiryhmänä toimii puheteatterin yhteydessä (TINFO 2015, 28). Tanssin aluekeskusverkostossa on seitsemän jäsentä: Itäinen tanssin aluekeskus, Keski-Suomen tanssin keskus, Läntinen tanssin aluekeskus, Pohjanmaan tanssin aluekeskus, Pohjoinen tanssin aluekeskus, Sisä-Suomen tanssin aluekeskus ja Zodiak – Uuden tanssin keskus.

VOS-tanssiteatterit ja -tuotantokeskukset sekä tanssin aluekeskukset ovat suomalaisen tanssin infrastruktuurin ydin. Keskeinen toimija tanssin kentällä on myös Tanssin tiedotuskeskus sekä kasvavassa määrin Tanssin talo -yhdistys.

Valtaosa tanssin ammattilaisista työskentelee vapaalla kentällä eli teatteri- ja orkesterilain ulkopuolella toimivissa ryhmissä sekä itsenäisinä taiteilijoina. Valtion harkinnanvaraista tukea nauttavia vapaita tanssiryhmiä on parisenkymmentä ja ilman säännöllistä tukea toimivia ryhmiä on suurin piirtein yhtä monta. Valtaosa ryhmistä toimii pääkaupunkiseudulla, lisäksi eri puolilla Suomea työskentelee kymmeniä freelancekoreografeja. Suomessa on yhteensä noin 1 000 tanssitaiteilijaa (Laakkonen 2009, 14).

Tanssifestivaaleja ja tanssiin liittyviä tapahtumia on ympäri maata, niiden määrä on kasvanut liki kahteenkymmeneen vuosituhannen vaihteen jälkeen. Tanssia nähdään myös monien yleisfestivaalien ohjelmistoissa. (ibid, 14; Tanssin tiedotuskeskus.)

## 2.2. TUOTANTO

Tanssitaiteen olemukseen kuuluu hetkessä oleminen: teoksen voi kokea tietyssä hetkessä ja paikassa, ja sitten se onkin jo ohi. Esitystaiteen tutkija **Peggy Phelan** (2003, 146-150) huomauttaa, että elävän taiteen ainoa elämä on nykyhetkessä. Teosta ei voi taltioida, monistaa tai uudelleen tuottaa levitystä varten – kun niin tehdään, teos muuttuu joksikin muuksi. Phelanin mukaan juuri tietyssä hetkessä ja paikassa, rajatulle yleisölle esitetyn elävän taiteen teknologinen, taloudellinen ja kielellinen itsenäisyys massatuotannosta on sen suurin vahvuus.

Hetkeen sidottu olemus ja ei-narratiivisuus, ei-kielellisyys kuuluvat tanssitaiteen erityispiirteisiin. Tanssin tekijöille on luontevaa välittää tietoa kehollisesti ja tämä piirre tekee tanssin lähtökohtaisesti vaikeasti sanoitettavaksi. Tanssiteosten elinkaari kotimaassa on lyhyt ja yleisölle viestitään vasta tekeillä olevista kantaesityksistä, joiden lopullisesta olemuksesta ei vielä tiedetä. Markkinointiviestinnän ja yleisötyön näkökulmasta narratiivin sekä konkreettisen, tunnetun lähtökohdan puute ei tarjoa helppoa avausta yleisön suuntaan. Tanssiteoksen taiteellinen prosessi voi keikahtaa mihin vaan ja lopputulos pysyy usein tekijöillekin arvoituksena hyvin lähelle ensi-iltaa.

Tanssitaide on Suomessa kehittänyt uudenlaisia yhteistuotantomalleja, joista esimerkkinä ovat tuotanto- ja aluekeskukset, jotka tarjoavat puitteet monien freelancetaiteilijoiden työskentelylle. Tuotantorakenteiden kehittäminen, yhdessä tekeminen ja valtakunnallinen verkostoituminen ovat lisänneet tanssitaiteilijoiden toimintamahdollisuuksia pääkaupunkiseudun ulkopuolella.

Tanssiteoksen tuotannossa työskentelee yleensä myös muiden taidealojen ammattilaisia ja kotimainen nykytanssi onkin ollut edelläkävijä valo- ja äänisuunnittelun sekä muiden visuaalisten taiteiden käytössä tasavertaisena

ilmaisumuotona. Lisäksi tuotannossa on usein mukana tuotannon ja viestinnän ammattilaisia.

Tanssin kantaesityksiä tuotettiin 162 vuonna 2015. Kantaesityksistä miltei puolet on vapaiden ryhmien tuotantoja ja sekä VOS-tanssiteatterit ja -tuotantotalot että itsenäiset koreografit tuottivat kokonaismäärästä neljännekset (TINFO 2015, 137).

## 2.3. NYKYTANSSIN KATSOJAT

Tiedot nykytanssin katsojista vuosittain tilastoitavien yleisö määrien lisäksi perustuvat muutama viimeisen kahdenkymmenen vuoden aikana toteutettuun yleisötutkimukseen sekä silmämääräisiin havaintoihin.

Kotimaista tanssiyleisöä tutkittiin ensimmäisen kerran Kuopio Tanssii ja Soi -festivaalilla vuonna 1995. Tutkimuksessa näkyi taideyleisöistä tuttu ilmiö: enemmistö yleisöstä koostuu koulutetuista naisista (Cantell 1996, 10). Iltään tanssiyleisö on keskimääräistä nykyaikaisen yleisöä tai teatterikatsojaa nuorempaa, havainto on tehty useammassa tanssiyleisön tutkimuksessa (Cantell 2003; Kettunen & Lindholm 2015; Mustonen 2015). Cantell (2003, 55) mainitsee, että saman tyyppisiä tuloksia nykytanssiyleisön koostumuksesta on saatu myös Iso-Britanniassa ja Ruotsissa.

Tanssin katsojat vaikuttavat olevan aktiivisia kulttuurin seuraajia, kiinnostuksen kohteena on tanssin lisäksi erityisesti elokuva sekä kuvataide, kevyt musiikki ja teatteri. Klassista musiikkia ja oopperaa seuraa harvempi (Cantell 2003, 44-45; Mustonen 2015, 12; Kettunen & Lindholm 2015, 5). Tanssin monimuotoisuus näkyy myös yleisöissä: vuosina 2014-15 toteutetut yleisötutkimukset Tero Saarinen Companyn esityksissä ja Zodiak – Uuden tanssin keskuksessa antavat eri tyyppisen kuvan tanssiyleisöistä. Tero Saarinen Companyn esitysten yleisöt olivat naisvaltaisempia, iäkkäämpiä ja edustivat laajemmin eri ammattialoja, kun taas Zodiakin yleisöstä yli puolet on eri taidealojen ammattilaisia ja neljäsosa tanssiammattilaisia tai -opiskelijoita. Saarisen yleisössä luovilla aloilla työskenteleviä oli viidesosa ja tanssin ammattilaisia 7% (Mustonen 2015; Kettunen & Lindholm 2015).

Tanssilla on hieman yli 450.000 katsojaa vuosittain. Kaksi viidesosaa yleisöistä käy VOS-teattereissa ja -tuotantokeskuksissa, yli viidennes vapaiden ryhmien esityksissä, viidesosa Kansallisbaletissa ja Kaupunginteatterin Helsinki Dance Companyssa sekä kymmenesosa on yksittäisten koreografien yleisöä (TINFO 2015, 137).

### 3. NÄKÖKULMIA YLEISÖTYÖN KEHITYKSEEN

---

Tässä luvussa kuvailen yleisötyön kehitystä kansainvälisesti ja kotimaassa sekä tarkastelen sitä saavutettavuuden ja markkinoinnin näkökulmista. Esittelen kolme kansainvälistä yleisötyön mallia: Maitlandin (2000) yleisötyötavoitteiden kolmijaon, Kawashiman (2000) yleisötyötyyppien nelikentän sekä Hayesin ja Slaterin (2002) näkemyksen yleisötyöstä strategian keskeisenä elementtinä. Havainnoin myös yleisötyön haasteita ja tulevia suuntia. Jätän tutkimuksen ulkopuolelle taiteen hyvinvointivaikutuksiin tähtäävän sekä sosiaali- ja terveysalan palveluiden tarpeisiin kehitetyn yleisötyön.

Yleisötyö ja yleisösuhteen rakentaminen taiteen parissa eivät ole uusia asioita. Taide on aina ollut osa yhteiskuntaa, kommentoiden, peilaillen ja kritisoiden maailmaa ympärillään, ja yleisö on provosoitunut, inspiroitunut ja haltioitunut taiteen äärellä. Taide tarvitsee yleisönsä ja tämän päivän tieto- ja elämysvirrassa yleisöjen houkuttelemisen sen pariin vaatii uusia, aikaamme ja elämäntapaamme soveltuvia keinoja. Taiteen vahvuus on, että se voi tarjota kokijalleen jotain sellaista, mitä muut elämän alueet eivät tavoita.

Nykypäivänä tiukentuvan taloustilanteen vuoksi taideorganisaatioissa kiinnitetään enenevässä määrin huomiota kävijämääriin ja lipputuloihin, moni tarkastelee vaikuttavuuttaan ja yleisösuhdettaan uudella intensiteetillä. Lisäksi päättäjät ovat kiinnostuneita taiteen positiivisista vaikutuksista yksilöihin ja yhteisöihin – jopa siinä määrin, että taidekenttä kokee välillä autonomiansa uhatuksi. Tässä saumakohdassa näen strategisesti toimintaan kytketyn yleisötyön voivan osaltaan sekä vakauttaa organisaation taloutta, mahdollistaa taiteilijoille vapaan työympäristön että tarjota soveltavalle taiteelle tilaisuuden vaikuttaa.



Nykyisenlainen yleistyö juontuu Iso-Britanniasta, jossa sitä on kehitetty 1990-luvulta saakka vahvassa kulttuuripoliittisessa ohjauksessa. Kawashima (2000) määrittää yleistyön kasvun lähtölaukaukseksi Arts Council of Englandin vuonna 1998 käynnistämän New Audiences Fund -tukimuodon. Uusi tukimuoto sisälsi runsaasti yleistyölle korvamerkittyä rahaa, joka sai brittiläiset markkinointitoimistot ympäri maata kehittämään erilaisia projekteja asiakkaidensa kanssa. Vuosituhannen vaihteessa taideorganisaatiot toteuttivat kasvavassa määrin tuen avulla aktiviteetteja julkisiin tiloihin, järjestivät promootiokampanjoita, lisäsivät saavutettavuutta teknologian keinoin sekä toteuttivat nuorille ja erityisryhmille suunnattuja, taiteilijoiden vetämiä projekteja (Kawashima 2000, 11; European Commission 2012, 3). Tämä kehitys on jatkunut Iso-Britanniassa viimeiset kaksi vuosikymmentä ja sama suuntaus on nähtävillä muuallakin Euroopassa.

Lindholmin (2015, 18-19) mukaan yleistyössä näyttäisi olevan vahvistumassa kaksi suuntausta: jalkautuminen (*outreach*) ja henkilökohtaisuuden painottuminen. Jalkautuminen kohdistuu usein jollekin erityisryhmälle, kuten palvelutaloon, vankilaan tai päiväkotiin tai tietylle alueelle, kuten Helsinki-mallin kaupunginosaprojekteissa. Henkilökohtaisuuden painottumisen esimerkkejä ovat kulttuuriluotsit, kulttuuriystävät ja kulttuurikaverit, joiden toiminta perustuu vapaaehtoisten kouluttamiseen. Helsingissä ja Espoossa kuka vain voi tilata itselleen koulutetun kulttuurikaverin, joka lähtee seuraksi taidetapahtumaan, hankkii tarvittaessa lipun ja opastaa tai avustaa tapahtumapaikalle, ja jonka kanssa voi keskustella kokemuksesta (Helsingin kulttuurikeskus 2016). Tarkoituksena on kannustaa osallistumiseen kävijöitä, joiden kynnyks taiteeseen ja kulttuuriin osallistumiseen on korkea. Kulttuurikaverin seurassa lipunhintaa on madallettu, usein huomattavasti.

### 3.1. YLEISÖTYÖN MUODOT

Yksinkertaisesti yleisötyöllä tarkoitetaan taidealan organisaation suunnittelemaa strategisia ja vuorovaikutteisia toimenpiteitä, joilla rikastetaan vierailijoiden kävijäkokemusta ja laajennetaan yleisöpohjaa sekä määrällisesti että laadullisesti. Yleisötyön fokuksessa on kahdensuuntainen vaihto (Kawashima 2000, 4) taideorganisaation ja yleisön välillä. Kulttuuripolitiikan tutkija Hilppa Sorjonen (2015, 22) on määritellyt yleisötyön seuraavalla tavalla:

*...toimenpiteiksi, joiden tavoitteena on yksilön tiedollisia ja tunnepitoisia valmiuksia kehittämällä perehdyttää eri kohderyhmiä taide- ja kulttuurilaitoksiin ja edistää siten osallistumista näiden laitosten perustehtävän toteuttamiseksi tuotettuihin esityksiin ja tilaisuuksiin.*

Yleisötyö ottaa monia muotoja ja sen kirjo on laaja. Kertaluontoinen tilaisuus voi olla yleisötyötä, samoin kuin monivuotinen hanke. Yleisötyö voi kannustaa osallistumaan tai edellyttää vain vastaanottoa. Se voi tapahtua taideorganisaatiossa, hoivalaitoksessa tai niiden ulkopuolella ja yleisötyön tavoitteet voivat vaihdella taiteellisten, myynnillisten ja sosiaalisten vaikutusten välillä (Sorjonen & Sivonen 2015, 13).

Erilaisten kävijäryhmien huomiointi saavutettavuuden ja diversiteetin näkökulmasta kuuluu yleisötyön piiriin. Eli eri tavoin liikkuvien, havaitsevien ja ymmärtävien sekä eri elämäntilainten ja käyntimotiivien, kuten vaikka perheiden, koululaisten ja matkailijoiden tunnistaminen sekä eri perehtyneisyyden tasojen huomioiminen taiteen ammattilaisesta ensikertalaiseen. Lisäksi yleisötyössä tarkastellaan taidekokemusta kokonaisuutena ja prosessina; mitä asioita ja millä tavoin kävijä kohtaa ennen vierailuaan, sen aikana sekä sen jälkeen. Yleisötyönäkökulma kietoo yhteen ympäristön, ihmiskontaktit ja koettavan taiteen – fyysisen, sosiaalisen ja esteettis-filosofisen ulottuvuuden. Yleisötyö on tiedon välittämistä sekä kävijän oman kokemuksen ja tulkinnan tukemista. Se on myös yleisökoostumuksen tarkastelua kävijätutkimusten ja yleisöpalautteiden kautta sekä ei-kävijöiden pohdintaa (Kaitavuori 2015).

Yleisötyön tekijöiden spektri on yhtä lailla laaja. Maitlandin (2000, 5) mukaan yleisötyötä tekevät taidekasvattajat, taiteilijat ja markkinoijat. Laamasen ja Sorjosen (2015, 70) kotimaisten lakisääteistä valtionosuutta nauttivien teattereiden, orkestereiden ja museoiden yleisötyötä kartoittavassa tutkimuksessa yleisötyön tekijöiden ammattinimekkeiksi tunnistettiin museolehtori, museopedagogi, taidekasvatuksen ja kulttuurihistorian museolehtori, museopedagogiasta vastaava kulttuuritulkki, aluetatterikuraattori, -tuottaja, teatterikuraattori, tanssitaiteilija, yleisötyövastaava, -henkilö, yleisötyöntekijä, tuotantokoordinaattori ja projektisihteeri.

Kotimaisten taidelaitosten yleisötyöntekijöiden luettelossa ei näy markkinoinnin ammattilaisia, kun taas Iso-Britanniassa markkinointiajattelu on keskeinen osa yleisötyötä. Syyt tähän lienevät sekä historialliset että kulttuuriset: kotimainen yleisötyö perustuu sivistykselliseen taidekasvatukseen, kun taas Iso-Britanniassa ensimmäiset aktiiviset uuden aallon audience development -toimijat olivat markkinointitoimistoja. Suomalaisissa taideorganisaatioissa ammattimainen markkinointi ylipäätään ei ole yleistä; meillä keskitytään perinteisesti viestintäosaamiseen sekä pedagogiikkaan ja koulutukseen, jonka perinnölle yleisötyömme rakentuu. Iso-Britanniassa kulttuuri-ilmapiiri on toisenlainen ja markkinointi on elimellinen osa taidetuotantoa – erityisesti siksin, että taideorganisaatioiden julkinen rahoitus perustuu pitkälti taloudellisiin ja sosiaalisiin mittaristoihin.

### **3.1.1. Tanssin kotimainen yleisötyö**

Kotimaisen tanssin strategian 2010–2020 työstäminen käynnistyi vuonna 2008 Valtion tanssitaide-toimikunnan toimesta. Strategian tavoitteena on tarkastella kentän toimintaa kokonaisuutena, linjata tulevaa kehitystä sekä tehdä toimenpide-ehdotuksia tanssin toimintaedellytysten parantamiseksi (Laakkonen 2009, 5). Tanssin strategiassa yleisö ja yleisötyö mainitaan monessa kohtaa, eri näkökulmista. Esittämisen yhteydessä nostetaan esiin mahdollisimman laaja ja kattava saavutettavuus ja toisissa kappaleissa korostetaan tanssin hyvinvointivaikutuksia, tuodaan esiin tanssin puuttuminen koulujen

opetussuunnitelmasta sekä nähdään tanssi osana luovaa taloutta, kulttuurimatkailullisena ja imagollisena tekijänä (ibid 25-39).

Strategiatyön aikana kymmenen vuotta sitten havaittiin tanssin yleistyön olevan kasvava alue, mutta tuolloin ainoastaan Zodiak – Uuden tanssin keskuksessa toimi nykytanssiin erikoistunut, päätoiminen yleistyöntekijä (Laakkonen & Kukkonen 2010, 3). Nykyään tilanne on sama päätoimisten yleistyöntekijöiden osalta, mutta erityisesti aluekeskusten myötä tanssin yleistyö on monipuolistunut sekä laajentunut valtakunnallisesti erilaisten hankkeiden ja yhteistyöprojektien kautta. Erityisesti yleisökasvatukselliset ja sosiaaliset projektit, jalkautuminen hoito- ja hoivalaitoksiin sekä erityisryhmien pariin tai taiteellinen toiminta taidetilojen ulkopuolella kuuluvat nykytanssitoimijoiden työkalupakkiin.

Sen sijaan tanssiteoksiin liittyvää markkinointilähtöistä yleistyötä ei tanssikentällä ole vielä systemaattisesti omaksuttu. Liikuttaessa tanssiteosten markkinointilähtöisen yleistyön parissa astutaan alueelle, jossa taiteen tekemisen ja tuottamisen prosessit kohtaavat vaikuttavuuteen ja myyntiin liittyvät tavoitteet. Tanssikentän asenteita kuvastaa nykytanssin yleistyöpioneeri, Zodiakin yleistyövastaavan Katja Kirsin (2007, 174) näkemys markkinointilähtöisestä yleistyöstä ”radikaalina markkinatalouslinjana”. Näkemykseen liittyy vastakkainasettelu markkina-arvoisen ja taiteellisin perustein valikoidun ohjelmiston välillä. Kirsi kuitenkin jatkaa, että Zodiakin yleistyössä otetaan huomioon markkinointitutkimukset, joiden mukaan nuoret ovat otollinen kohderyhmä, josta kasvaa potentiaalisesti tulevaisuuden yleisöjä. Tästä voi päätellä, että markkinointilähtökohdat ovat hyväksyttävissä tanssikentällä, kunhan niitä saa soveltaa omaehtoisesti.

Tanssialan organisaatiossa yleistyöntekijän lisäksi markkinoinnin ja myynnin ammattilainen on harvinaisuus. Nykyään muutamassa tanssin VOS-teatterissa toimii markkinointi- tai myyntihenkilö, mutta esimerkiksi aluekeskuksissa ei. Tanssin aluekeskukset ovat yleensä hyvin pieniä, yhden tai kahden hengen organisaatioita. Tanssin piirissä markkinointilähtöisen yleistyön suunnittelusta, toteuttamisesta ja evaluaatiosta puuttuu selkeä malli ja hallinnollinen prosessi – sekä tieto siitä, millä tavoin markkinointilähtöiset kokeilut vastaanotettaisiin kentällä taiteilijoiden ja muiden ammattilaisten sekä yleisöjen puolesta.

Katja Kirsi vertaakin tanssia taidelajina teatteria enemmän nykytaiteeseen, sillä se haastaa katsojan esittämään kysymyksiä (2007, 175). Tanssin piirissä yleisötyö on toteutunut pääasiassa taiteellisin ja sosiaalisin perustein. Perinteisesti yleisötyöstä puhutaan yleisön ja taidelaitoksen välisenä toimintana, mutta Zodiakissa yhtälöön lisätään myös kolmas toimija, taiteilija.

Katja Kirsi (2007) hahmottelee Zodiakin yleisötyön lähtökohtia:

*Monimuotoisuudella pyritään tavoittamaan mahdollisimman laaja ja heterogeeninen joukko ihmisiä. Yhtäältä yleisötyössä pyritään luomaan toistettavissa olevia malleja, mutta toisaalta niitä muokataan aina kullekin toimijalle tarkoituksenmukaiseksi kokonaisuudeksi.*

Zodiakin yli 10-vuotisessa yleisötyön kurssitoiminnassa on siirrytty alkuaikojen erityisesti teoslähtöisistä työpajoista eri kohderyhmille suunnattuun, omaehtoisen ja ympärivuotisen nykytanssin harrastamisen mahdollistamiseen. Kausiohjelmiston esityksissä käyvien yleisöjen käyntikokemuksen rikastaminen on viime vuosina kohdistunut teosalustuksiin, taiteilijatapaamisiin sekä joidenkin teosten kohdalla kaikille avoimiin työpajoihin. Yleisötyön punaisena lankana on kulkenut tavoite työllistää Zodiakissa jo työskenteleviä taiteilijoita enemmän yleisötyön kautta. Nykyään Zodiakin yleisötyön piirissä tapahtuu kurssitoiminnan lisäksi useita eri hankkeita yhteisöllisistä kaupunginosaprojekteista hoivalaitoksissa ja kouluissa tapahtuvaan toimintaan.

Kotimainen tanssin yleisötyö on kehittynyt pitkälti yksittäisten pioneeriorganisaatioiden ja -tekijöiden myötä. Zodiakin vuosikertomusten ja toimintatilastojen lisäksi kotimaisen tanssin yleisötyöstä ei löydy yksittäisiä havaintoja ja satunnaisia projektiraportteja kattavampaa tietoa. Yleisötyön vaikuttavuutta on tutkittu systemaattisesti Zodiakin kurssitoiminnan palautekyselyillä sekä vuonna 2015 laajemman kurssikävijöiden palautetutkimuksen avulla. Zodiakin yleisötutkimuksessa (Kettunen & Lindholm 2015, 10) havaittiin kolmasosan yleisöstä osallistuvan yleisötyöhön tai kurssille. Tämän voi tulkita tarkoittavan sitä, että kolmasosa Zodiakin yleisöstä tulee yleisötyön kautta, tai ainakin vaikuttuu siitä.

### 3.1.2. Saavutettavuus, osallisuus ja asiakaslähtöisyys

Yleisötyöhön liittyy myös saatavuus ja saavutettavuus sekä osallisuus ja osallistuminen. Taiteen mahdollisimman laaja saavutettavuus kuuluu yleisötyön ydinalueisiin. Suomalaisessa kulttuuripolitiikassa keskeistä on kulttuurin demokratisointi ja kulttuuridemokratia, joiden ideaaleihin sisältyy ihmisten aktiivisuus, oma-aloitteisuus sekä palveluiden saatavuus (Virolainen 2015, 58). Taidealan toimijoilta edellytetään saavutettavuuden ja esteettömyyden huomioimista toiminnassaan. Opetus- ja kulttuuriministeriö (2014, 12-13) on kulttuuripolitiikassa linjannut moninaisuuden, saavutettavuuden, esteettömyyden ja yleisötyön keskeisiksi teemoiksi. Kulttuuripolitiikan strategiassa yhdeksi tavoitetilaksi on linjattu kansalaisten aktiivinen osallistuminen taide- ja kulttuurielämään (ibid, 18). Virolainen (2015, 62) peräänkuuluttaa ratkaisua taiderahoituksen nykytilaan: kulttuurin julkinen tuki jakautuu taide- ja kulttuuripalveluiden passiiviseen vastaanottoon perustuen, vaikka kulttuuripoliittisina tavoitteina on mainittu aidon osallisuuden tukeminen.

Virolainen (ibid, 62) huomauttaa osallisuuden ja osallistumisen käsitteiden jäävän usein epäselviksi kulttuuripoliittisessa keskustelussa. Tilanne on sama muiden yleisötyöhön liittyvien käsitteiden parissa. Taidekentän eri toimijat ymmärtävät käsitteet ja niiden merkitykset eri tavoin, jolloin onnistumisen ja vaikuttavuuden todentaminen vaikeutuu.

Saavutettavuudella tarkoitetaan yksilöiden ja ihmisryhmien yhdenvertaisia mahdollisuuksia osallistua ja toimia kulttuurin kentällä. Saavutettavuuden käsite kattaa viestinnän eri muodot, sosiaalisuuden ja hinnoittelun sekä esteettömyyden, erityisesti rakennetun ympäristön ja eri aistien näkökulmasta. Lisäksi saavutettavuus sisältää tiedonsaannin ja ymmärtämisen tukemisen sekä fyysisen saatavuuden eri alueiden ja niiden asukkaiden kesken (Kulttuuria kaikille -palvelu 2016).

Yleisötyössä puhutaan usein osallistumisesta ja osallistamisesta. Osallisuutta ja ei-kävijyyttä tutkinut Lindholm (2015, 15) huomauttaa osallistamisella ja osallistumisella olevan merkittävä näkökulmaero. Osallistaminen sisältää konnotaation sanelusta ylhäältä alaspäin ja se on sikäli negatiivinen käsite.

Osallistuminen kumpuaa ihmisestä itsestään käsin ja siitä tulee positiivinen mielikuva. Näistä näkökulmaeroista huolimatta taideorganisaatiot yleensä käyttävät osallistamisen käsitettä avautuessaan yhteisön ja yhteiskunnan suuntaan esimerkiksi taideteoksen tarjotessa osallistumismahdollisuuksia.

Museoissa asiakaslähtöisyys on ollut pinnalla nykytanssin kenttää enemmän – museotoiminnan fokus on näyttelytoiminnassa, mikä lähtökohtaisesti poikkeaa paljon elävän esityksen tuotannosta. Yhtä kaikki molemmissa yleisösuhte ja -kontakti ovat olemassa ja museokentän toimintamalleista voi soveltaa osia esittävän taiteen pariin. Museoiden toiminta- ja johtamismalleja tutkineet Teräs ja Teräsvirta (2013, 15-16) nostavat keskeiseksi kysymykseksi yleisötyön eri muotoja suunniteltaessa kulloinkin tavoiteltavan suhteen yleisöihin. Luodaanko suhdetta yleisön ja taidelaitoksen välille vai mietitäänkö, mitä voidaan tehdä ihmisten hyväksi? Mitä asioita ja millaista palveluja erilaiset kävijät tarvitsevat? Aito pyrkimys erilaisten tarpeiden ymmärtämiseksi tuo yleisön ja taidelaitoksen lähemmäksi toisiaan. Teräs ja Teräsvirta korostavat, että on tärkeää ymmärtää yleisön käsite yksilön lisäksi myös yhteisöksi tai toiseksi organisaatioksi. Myös yleisötyön näkökulmasta voi olla hedelmällistä pohtia yksittäisen kävijöiden tai kohderyhmien lisäksi myös yhteisöjä ja organisaatioita.

### **3.1.3. Markkinoinnin näkökulma**

Esittävän taiteen markkinoinnin suunnittelussa kaikki kietoutuu asiakkaan, kävijän, ympärille. Markkinoinnin tavoite on luoda kokonaisvaltainen elämys, joka löytyy helposti, saavutetaan vaivattomasti ja tuo nautintoa sopien kävijän elämäntyylisiin. Tämän tavoittamiseksi taideorganisaation on tutkittava systemaattisesti olemassa olevan ja potentiaalisen asiakaskunnan tarpeet ja halut, olettamukset ja asenteet sekä mielenkiinnon kohteet. Onnistuneen markkinoinnin edellytys on asiakkaan tuntemus (Scheff Bernstein 2007, 16-17).

Markkinoinnin näkökulmasta yleisötyötä voi ajatella itsenäisenä tuotteena tai laajennettuna tuotteena (Sorjonen 2015, 21-22). Esimerkiksi yleisöä aktivoiva projekti voi olla itsenäinen tuote ja teokseen liittyvä työpaja tai keskustelu laajennettu tuote. Yleisötyö voi kohdistua olemassa oleviin tai uusiin yleisöihin ja siihen osallistumisesta voidaan periä maksu.

Strategisen taidemarkkinoinnin kulmakiviteoksessaan Kotler ja Scheff (1997, 32) laajentavat markkinointinäkökulman toimintafilosofiaksi. Markkinointistrategiaa luotaessa tulee etsiä vastauksia seuraaviin kysymyksiin: ”Kuka on asiakas?” ”Mitä asiakas arvostaa?” ja ”Kuinka voimme luoda asiakkaalle lisäarvoa?” Yleisötyöstrategian voikin ajatella alkavan samoista lähtökohdista, korvaten asiakas-sanan kävijällä tai yleisöllä. Tämä malli asettaa asiakkaan organisaation keskiöön; markkinoinnissa on jatkuvasti tutkittava kävijöiden haluja ja tarpeita, näkemyksiä ja asenteita sekä mieltymyksiä ja tyydytyksiä. Kotler ja Scheff (ibid, 34) kuitenkin korostavat, että asiakaslähtöisyys tarkoittaa markkinointisuunnittelun lähtökohtaa, ei sisällön muuttamista tai toimintojen säntäilyä eri toiveiden mukaan.

Boorsma (2006, 74) huomauttaa, että asiakaslähtöisellä strategialla on kriittikonsa. Muutamat tutkijat, kuten Voss & Voss (2000), ovat huomanneet, että liiallisella asiakaslähtöisyydellä on negatiivisia vaikutuksia lipputuloihin. Toiset, esimerkiksi Caust (2003) ja Nielsen (2003), varoittavat ”taidemarkkinoinnin sudenkuopasta” eli business-lähtöisen kielenkäytön ja ajatusmaailman aikaansaamasta taiteellisesta kompromissista ja yleisölähtöisestä ohjelmistosta, joka johtaakin yleisökatoon. Boorsma (2006, 74) jatkaa, että molemmissa näkemyksissä on pohjaa ja taideorganisaation tehtävänä on löytää tasapaino yleisöpainotuksen ja taiteellisten arvojen välillä.

Scheff Bernsteinin (2007, 17-25) mukaan esittävän taiteen markkinoinnissa oleellista on löytää asiakkaaseen yhteys sekä tehdä hänen kanssaan arvopohjaista yhteistyötä. Tämä tarkoittaa sitä, että koko organisaation on ajateltava markkinointiorientoituneesti. Markkinointistrategiassa on jatkuvasti tavoiteltava sekä uutta yleisöä että syvennettävä suhdetta ja lisättävä käyntitiheyttä olemassa olevien yleisöjen parissa.

Taideorganisaatio pyrkii puhuttelemaan kohdeyleisöjä arvojen, elämäntavan ja mielenkiinnonkohteiden kautta markkinointiviestinnän avulla. Viestien kohdentamista varten yleisö jaotellaan segmentteihin iän, elämänvaiheen, sukupuolen ja taustan mukaisesti. Segmenttien kautta viestintä kohdennetaan sopivaksi vastaanottajien asenteiden, käytöksen, odotusten ja kiinnostusten mukaan. Ikä- ja elämänvaihesegmentit esimerkiksi sisältävät neljä hyvin erilaista ryhmää: *varttuneet aikuiset*, ruuhkavuosia elävät perheelliset – joko *pienten lasten*



tai *kouluikäisten vanhemmat – sekä nuoret aikuiset*. Scheff Bernstein (ibid, 25-47) on jakanut nämä neljä ryhmää lukuisiksi pienemmiksi segmenteiksi, joille on jo mahdollista kohdentaa viestintää. Kohdennus tarkentuu yhdistelemällä ikä- ja elämänvaihesegmenttejä sukupuolen ja taustan segmentteihin.

Liiketalouden tutkijat Tajtáková, Žák ja Filo (2012, 125-140) huomauttavat yleisötyön ylittävän markkinointiviestinnän keinot yleisöjen tavoittelemisessa. Heidän määritelmänsä mukaan yleisötyö liikkuu viidellä eri vaikutuskentällä: markkinointi, koulutus, suhteen muodostaminen, ohjelmistosuunnittelu ja sosiaaliset projektit. Kotlerin ja Scheffin (1997, 517-519) mukaan koulutus on näistä sikäli keskeisin, että yleisöllä on oltava koulutusta ollakseen lähtökohtaisesti kiinnostunut ja valmis vastaanottamaan taidetta. Tässä yhteydessä he tarkoittavat koulutuksella yksilön koko elämän aikana hankkimaa koulutusta, kokemusta – bourdieulaisittain kulttuurista pääomaa. Taideorganisaation yleisötyö voi rakentua vain sen päälle. Yleisöllä on oltava halu ja usko taiteellisen kokemuksen mahdollisuuteen, jotta taide ja siihen liittyvä yleisötyö mahdollistuu.

Nykytanssin ollessa kyseessä taideorganisaation ydintuote on yleensä esitys. Laajennettu tuote taas voi sisältää kaikkea lipputarjouksista uutiskirjeisiin, teosalustuksiin ja taiteilijatapaamisiin sekä kursseihin ja luentoihin. Markkinoinnin piiriin kuuluu kaikki laajennetulla tuotteella paketoitua ydintuotteesta, sen hinnoittelusta ja mainonnasta viestintään ja saavutettavuuteen – aina valaistusta parkkipaikasta lippujen verkkokauppaan (Scheff Bernstein 2007, 92-93). Kaikki laajennetun tuotteen piiriin kuuluvat asiat voidaan käsittää myös osaksi yleisötyötä. Eroavaisuuden, jos sen haluaa määrittää, voi ajatella juontuvan näkökulmasta tai työntekijän koulutustaustasta.

Teknologinen kehitys on osaltaan siivittänyt taideorganisaatioiden yleisösuhteen muutosta. Kun perinteisesti suhde yleisöön sisältää fyysisen vierailun taidetapahtumaan, nykyään osa yleisöstä haluaa osallistua toimintaan tai sen kehittämiseen uuden median kautta. Markkinoinnin on omaksuttava uudenlaisia, vuorovaikutteisia työkaluja kommunikoidakseen osallisuutta etsivien yleisön jäsenten kanssa. Perinteisen markkinoinnin lisäksi tarvitaan joukko osallistumiseen houkuttelevia toimintamahdollisuuksia ja -foorumeita. Kävijöille on kiinnostavaa, millaisia merkityksiä toiset kävijät ovat antaneet taideteokselle ja -

organisaatiolle. Yleisö hakee yksilöllisiä muotoja kumppanuuteen taideorganisaation kanssa, katsomojen täyttämisen lisäksi markkinoinnin tavoitteena voivat olla erilaiset yhteistyömuodot (Kolb 2013, 36).

Radbourne (2013, 157) peräänkuuluttaa uutta, nyky-yleisön yksilöllisyyden kaipuun tunnistavaa esittävän taiteen markkinoinnin mallia. Uusi malli mahdollistaisi luovan prosessin ja yksilön tarpeen itsensä toteuttamiseen taiteen kokemisen kautta. Hän kuitenkin toteaa nykyisen kaltaisen markkinointimallin toimivan, jos siinä keskitytään aitojen elämysten tuottamiseen organisaatiofokuksen sijaan. Tällöin markkinoinnissa ei ole rajoja, vaan se rakentuu verkostoille, vuorovaikutukselle ja yhteistyölle – ja se vaikuttaa luovaan prosessiin vahvistavasti.

## 3.2. YLEISÖTYÖN KANSAINVÄLISIÄ MALLEJA

Yleisötyön muotoja ja sisältöjä on jaoteltu ja kuvailtu kirjallisuudessa eri tavoin. Esittelen alla kolme jaottelua tai näkökulmaa yleisötyöhön.

### 3.2.1. Maitlandin tavoitteiden kolmijako

Klassikko-opaskirjassaan *A Guide to Audience Development* (1997, uusittu 2000) Heather Maitland jaottelee yleisötyön tavoitteiden jakautuvan kolmeen eri alueeseen tai niiden yhdistelmään: taiteelliseen (artistic), taloudelliseen (financial) ja sosiaaliseen (social).

*Taiteelliset tavoitteet* ovat yleensä taideorganisaatioiden ytimessä, vaikuttaen miltei kaikkeen toimintaan yleisötilaisuuksien luonteesta, lukumäärästä ja kirjosta yleisötyöhön ja koulutukseen sekä organisaation identiteettiin. Jotta taiteelle saadaan sitä arvostavaa yleisöä, avainasemassa on kehittää yleisön ymmärrystä, on sitten kyse jo vakiintuneesta taideyleisöstä tai uusista kävijöistä (2000, 7).

Kaikilla taideorganisaatioilla on *taloudellisia tavoitteita*. Ne sisältävät usein pääsylipputulaja osallistumismaksuja, mutta myös maksuttomien tilaisuuksien järjestäjät huomioivat taloudelliset tavoitteet esimerkiksi julkisten tukien, yhteistyön

ja niiden vastikkeiden muodossa. Yleisötyön taloudelliset tavoitteet sisältävät kävijämäärien lisäystä, käyntitiheyden kasvattamista, vaikutusta maksullisten tapahtumien tuloihin tai vaikkapa kysyntään vastaamista (ibid, 7-8).

*Sosiaaliset tavoitteet* eivät sisälly jokaisen taideorganisaation toimintasuunnitelmaan, mutta joillekin ne ovat toimintaa vahvasti eteenpäin vievä voima. Sosiaaliset tavoitteet sisältävät eri väestöryhmien osallistumisen mahdollistamista ja käynnin esteiden poistamista.

Usein yleistyöprojektit sisältävät useampia yllä mainituista tavoitteista. Esimerkiksi kävijäkunnan laajentaminen uusiin yleisöihin tuo usein myös lisää tuloja ja uusien ryhmien saattaminen taiteen pariin sosiaalisin perustein auttaa myös taiteellisten tavoitteiden saavuttamisessa taidemuodon syvemmän ymmärtämisen kautta (ibid, 8).

Yleisötyön erillisprojektit hyödyttävät taideorganisaatiota vain, jos ne kytkeytyvät pitkäaikaiseen kokonaisstrategiaan. Maitland huomauttaa projektien usein kytkeytyvän tiettyyn kohderyhmään, joka houkuttelee taidemuodon pariin. Yksittäisen projektin päätyttyä työtä näiden uusien kävijöiden kanssa ei kuitenkaan jatketa (2000, 6). Maitland viittaa yleisötyöhön ainoastaan projektien kautta, jättäen täysin käsittelemättä projektien taustalla mahdollisesti toimivan, organisaation pitkäjänteisen yleisötyön. Ehkä opaskirjan kirjoittamisen aikaan vuosituhannen vaihteen tuntumassa yleisötyö perustui ainoastaan projekteihin tai kirjoittamisen motiivina oli nimenomaan projektiosaaminen. Tätä asiaa kirjassa ei kuitenkaan käsitellä eikä tuoda esille.

### **3.2.2. Kawashiman nelikenttä yleisötyötyypeistä**

Kulttuuripolitiikan ja yleisötyön tutkimuksissa viitataan usein Kawashiman (2000; 2006) yleisötyön luokitteluun. Hän on tyypitellyt yleisötyön neljään luokkaan: kulttuuriin osallistamiseen (cultural inclusion), laajennettuun markkinointiin (extended marketing), maun kehittämiseen (taste cultivation) ja kasvatuksellisiin toimenpiteisiin (audience education). Kawashima huomauttaa, etteivät luokat sulje toisiaan pois, vaan jaottelu on käsitteellistä. Käytännössä ne toimivat limittäin ja joskus jopa yhdessä (Kawashima 2000, 12-18; Sorjonen & Sivonen 2015, 18).

Yleisötyötyypit Kawashiman (2000) mukaan sijoitettuna taulukkoon:

	<i>Kohde</i>	<i>Muoto</i>	<i>Tarkoitus</i>
Kulttuuriin osallistaminen (2000) Jalkautuminen (2006)	Epätodennäköisimmät osallistajat, esim. vähävaraiset	Laitoksen ulkopuolelle suuntautuminen / Outreach (esim. yhteisöissä tapahtuva työ)	Sosiaalinen
Laajennettu markkinointi	Potentiaaliset osallistajat, entiset osallistajat	Tarjotaan samaa tuotetta, paremmin kohdennettuna	Taloudellinen, taiteellinen
Maun kehittäminen	Olemassa olevat yleisöt	Muihin taidemuotoihin tai genreihin tutustuttaminen	Taiteellinen, taloudellinen (ja kasvatuksellinen)
Kasvatukselliset toimenpiteet	Olemassa olevat yleisöt	Saman tuotteen tarjoaminen lisätyllä kasvatuksellisuudella	Kasvatuksellinen (ja taloudellinen)

Kawashima (2000) huomauttaa, että kaksi ensimmäistä luokkaa erovat taiteen markkinoinnin kapeasta kohdeasiakasryhmittelystä. Markkinointi kohdentuu yleensä olemassa oleviin yleisöihin, mutta yleisötyö tavoittelee myös yleisöjä, jotka eivät ole niin helposti saavutettavissa. Hankalammin tavoitettavat yleisöt tosin vaihtelevat niistä, jotka ovat entisiä tai epäsäännöllisiä kävijöitä niihin, jotka tuskin koskaan osallistuvat taidetapahtumiin. Ensimmäinen ja toinen luokka eroavat keskenään tässä mielessä.

*Kulttuuriin osallistaminen* kohdennetaan ryhmille, joiden taidetapahtumiin osallistumattomuuden tulkitaan johtuvan erityisesti sosiaalisista syistä. Yleisötyön avulla ihmisiä rohkaistaan taiteen piiriin, yleensä omakohtaisen kokemisen tai tekemisen kautta. Usein osallistaminen tapahtuu viemällä taidetta ja taiteilijoita suoraan yhteisöihin, taideorganisaatioiden ulkopuolelle. Vastaavasti taideorganisaatiot, joilla on omat tilat, voivat pyrkiä tuomaan ryhmiä omiin tiloihinsa. Kulttuuriin osallistamisen projekteilla ei ensisijaisesti tavoitella tuottoja, vaan toiminnalla on erityisesti sosiaaliset perusteet. Jatkaessaan tutkimustaan yleisötyön parissa Kawashima (2006) korvasi kulttuuriin osallistamisen termin ilmaisulla laitoksen ulkopuolelle suuntautuminen (outreach). Tässä myöhemmässä tutkimuksessaan hän erottaa yleisötyöstä omaksi alueekseen sosiaalisen osallistamisen (social inclusion), jonka avulla pyritään saamaan aikaan myönteisiä kokemuksia ja vaikutuksia yksilöissä ja yhteisöissä (Kawashima 2000, 8-9; Kawashima 2006, 58; Sorjonen & Sivonen 2015, 16.)

*Laajennettu markkinointi* keskittyy potentiaalsiin kävijöihin, jotka eivät vielä ole asiakkaita. Laajennetun markkinoinnin tavoitteena on houkutella potentiaalisia kävijöitä yleisöksi tarjoamalla innostavia näkökulmia ohjelmistoon. Keinovalikoimaan kuuluvat suostuttelu, erikoistarjoukset ja erilaisten käynnin esteiden madaltaminen (Kawashima 2000, 9).

*Maun kehittäminen* viittaa olemassa olevien yleisöjen maun kehittämiseen esimerkiksi tutustuttamalla muita taidemuotoja ja -genrejä jonkun tietyn taidemuodon yleisölle. Tämä yleisötyömuoto toimii erityisen hyvin taideorganisaatioiden välisessä yhteistyössä, esimerkiksi markkinointiponnistuksissa. Kawashiman (ibid, 9) mukaan maun kehittäminen ei välttämättä lisää taiteen kuluttajien kokonaismäärää, mutta se kasvattaa yksittäisiä käyntikertoja. Käyntikertojen lisäys tuo taideorganisaatioille lisätuloja ja taiteellinen ohjelmisto uusia kokijoita.

Kawashiman (ibid, 9-10) yleisötyötyypeistä neljäs, *kasvatukselliset toimenpiteet*, kohdentuu maun kehittämisen tavoin olemassa oleviin yleisöihin. Sen tavoitteena on lisätä ymmärrystä ja nautintoa käsillä olevasta taiteesta. Kulttuuriin osallistamisessa ja laajennetussa markkinoinnissa on kyse ensisijaisesti kävijämäärästä, kasvatuksellisissa toimenpiteissä taas kiinnostuksen kohteena on kävijäkokemuksen laatu. Tämä ei suoraan johda yleisömäärän kasvuun, mutta vaikuttavamman kokemuksen voidaan odottaa lisäävän käyntitiheyttä. Esimerkkeinä kasvatuksellisista toimenpiteistä voidaan mainita teosalustukset ja yleisökeskustelut, joiden tarkoituksena on lisätä yleisön ymmärrystä tai tarjota mielenkiintoinen näkökulma esitykseen. Kawashima viittaa tämän yleisötyömuodon yhteneväisyyksistä vuosituhannen vaihteen keskeiseen käsitteeseen elinikäinen oppiminen (life-long learning). Taideorganisaation kasvatuksellisten toimenpiteiden ja elinikäisen oppimisen erona on erityisesti toiminnan kesto sekä kohderyhmä, jonka yleisötyössä voi ajatella olevan osallisuuden kautta nähty taideyleisö.

### **3.2.3. Yleisötyö strategian keskeisenä elementtinä**

Hayes ja Slater (2002) hahmottavat tutkimuksessaan kaksi erilaista yleisötyön suuntaa: *valtavirta* (mainstream) ja *uudisraivaus* (missionary). Valtavirta keskittyy

olemassa oleviin yleisöihin ja uudisraivaus on suunnattu tyypillisiin ei-kävijöihin. Hayes ja Slater huomauttavat, että olemassa oleva yleisötyökirjallisuus rajoittuu lähinnä tekijäkunnan kirjoittamiin opaskirjoihin, joissa keskitytään yleisötyön prosesseihin ja parhaisiin käytänteisiin. Näkökulmana on pääasiassa uudisraivaus, jonka tavoitteena on madaltaa kynnystä ja murtaa aitoja epätyypillisten yleisöjen ja taiteen väliltä. Valtavirran, eli jo olemassa olevan yleisön huomioiminen jää vähemmälle huomiolle.

Projektirahoitusta on yleensä saatavilla uusien yleisöjen, erityisesti hankalammin tavoitettavien ei-kävijöiden aktivoimiseksi. Rahoituksen vuoksi suunnitellut yleisötyöprojektit ovat usein lyhytkestoisia- ja näköisiä, eivätkä välttämättä palvele organisaation strategisia tavoitteita. Olemassa olevat yleisöt sen sijaan jätetään huomioimatta, sillä niihin liittyviin projekteihin ei ole helposti haettavaa rahoitusta ja yleisön käyntitapojen oletetaan jatkuvan (ibid, 4).

Uusia yleisöryhmiä tavoiteltaessa on ensisijaisen tärkeää muistaa, etteivät uudet yleisöt voi korvata vakiintunutta kävijäkuntaa. Markkinointiviestinnän ja yleisötyön keinojen vaikutuksia olemassa olevaan yleisöön tuleekin arvioida huolellisesti. Kun viestejä kohdennetaan tietyille segmenteille, on pohdittava strategian mahdollisia seurauksia segmentin ulkopuolisille yleisöryhmille (Hayes & Slater 2002, 15; Wiggins 2004, 26-27). Wiggins (2004, 27) huomauttaa, että yleisötyöstrategia tietyn ryhmän tavoittamiseksi voi tuottaa negatiivisia seurauksia toisissa ryhmissä, myös olemassa olevassa yleisöpohjassa. Hayes ja Slater (2002, 1-2) jatkavat, että uusien yleisöjen hankinta vie paljon resursseja ja on sekä hidasta että vaikeaa. Uusien yleisöjen käytöksestä pitkällä aikavälillä ei ole tietoa eikä uusien kävijöiden juurtumisesta vakiokävijöiksi ole takeita.

Hayes ja Slater (2002, 6-11) ehdottavat valtavirta- ja uudisraivausmallien yhdistelmää kestävästä yleisötyöstrategian luomiseksi. He ovat yhdistelleet ja muokanneet erilaisista markkinointitutkimuksista kuusi yleisötyyppiä: olemassa oleva yleisö (existing audience), vaihtelijat (switchers), kävijät toisaalla (attenders elsewhere), aikoajat (intenders), välinpitämättömät (indifferent) ja vihamieliset (hostile).

*Olemassa olevalla yleisöllä* tarkoitetaan kävijöitä, jotka ovat jo taideorganisaation asiakkaita. *Vaihtelijat* käyvät monissa eri taidetapahtumissa ja -organisaatioissa vaihtelevalla sitoutumisen asteella. *Kävijät toisaalla* ovat hyvin heterogeeninen ryhmä; he eivät ole vielä vierailleet kyseisessä taideorganisaatiossa, mutta ovat toisten kulttuuripalveluiden asiakkaita. Nämä kolme yleisöryhmää kuuluvat valtavirtaan ja niiden parissa on helpointa saavuttaa hyviä tuloksia yleisösuhteen kehittämisen parissa lyhyellä ja keskipitkällä aikavälillä (ibid, 11-14).

*Aikoajat* ovat toinen erityisen heterogeeninen luokka. Tälle ryhmälle on tyypillistä suhtautua positiivisesti taiteeseen ajatuksen tasolla, mutta esimerkiksi taloudellisen tai elämäntilanteen, muiden kiireiden tai syrjäisen asuinpaikan johdosta he eivät koskaan tule osallistuneeksi taidetapahtumiin. *Välinpitämättömillä* ei ole vahvaa mielipidettä taiteesta eikä erityistä mielenkiintoa hakeutua sen pariin. *Vihamieliset* ovat edellisen ryhmän kaltaisia, paitsi että he ovat omaksuneet vihamielisen suhtautumisen taiteeseen. Nämä kolme ryhmää sijoittuvat uudisraivauksen piiriin, koska yksittäisen taideorganisaation on äärimmäisen vaikeaa purkaa rakenteellisia esteitä taiteeseen osallistumisen tieltä. Toisaalta näissä ryhmissä on potentiaalia, jos ne saadaan aktivoitua mukaan (ibid, 11-14).

Hayesin ja Slaterin (2002, 11) mukaan kestävä yleisöyöstrategia sisältää tasapainoisen yhdistelmän valtavirta- ja uudisraivaustoiminnasta. Strategialle tulee asettaa alle 1-vuotiset lyhyen ajan tavoitteet, 1-3 vuoden keskipitkän ajan tavoitteet sekä 5-vuotiset pitkän ajanjakson tavoitteet. Edellä mainittujen kuuden yleisötyypin aktivoimiseksi ja tavoittamiseksi Hayes ja Slater (2002, 12-13) laativat strategisten painopisteiden ja yleisötyön lähestymistapojen taulukon:

Yleisöryhmä	Strateginen fokus	Markkinointi	Koulutustavoitteet tai tavoittelukeinot	Ohjelmisto
Olemassa olevat	Rikastaminen	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Uskollisuuden palkitseminen</li> <li>*Lisäarvon tarjoaminen</li> <li>*Vuorovaikutteisen suhteen korostaminen</li> <li>*Ristiin- ja lisämyynti</li> <li>*Kanta-asiakasohjelmat</li> <li>*Tiedonkeruu ja profilointi ryhmän laajentamiseksi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Henkilökohtainen kehitys</li> <li>*Samanmielisten yhteisöön kuuluminen</li> <li>*Organisaatioon osallistuminen</li> <li>*Vapaaehtoistyön ja vaikuttamisen mahdollisuudet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Taiteellisessa linjassa pysyminen</li> <li>*Odotusten ja oletusten haastaminen</li> <li>*Ohjelmistolinjasta ja menettelytavasta viestiminen</li> <li>*Esteettiselle matkalle mukaan kutsu</li> </ul>
Kävijät toisaalla	Salametsästys	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Kokeilu kiinnostavan viestinnän houkuttelemana</li> <li>*Brändinrakennus sekä arvojen määrittäminen</li> <li>*Kilpailijoiden analysointi ja kohteiden valinta</li> <li>*Tarjoukset ja mainonta</li> <li>*Kokeilun palkitseminen</li> <li>*Sitouttaminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Henkilökohtainen kehitys</li> <li>*Ainutlaatuisen toimintamuodon korostus</li> <li>*Yhteisöön tutustuttaminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Osoita heijasteet muiden toimijoiden ohjelmistossa</li> <li>*Ainutlaatuinen positio</li> </ul>
Vaihtelijat	Houkuttelu	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Kiinnostuksen herättäminen</li> <li>*Teoksilla, kuvilla ja mielikuvilla viestiminen</li> <li>*Yhteistyö muiden organisaatioiden kanssa</li> <li>*Innovatiivinen mainonta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Suhteen aloitus maksuttomien lisäarvotapahtumien kautta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Ei myönnytyksiä</li> </ul>
Aikoajat	Uudelleenaktivointi	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Osallistumattomuuden syiden tutkinta demografian ja elämäntilanteen kautta</li> <li>*Aiemmasta yleisösuhteesta muistuttaminen</li> <li>*Lisäarvon tuottaminen</li> <li>*Uudelleenpaketointi ja lisäpalvelu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Osallistumiseen houkuttelu</li> <li>*Henkilökohtaisen kehityksen korostaminen</li> <li>*Muistuttaminen ”makupalojen” kautta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Ei myönnytyksiä</li> </ul>
Välinpitämättömät	Käännytys	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Kokeilu</li> <li>*Riskien poisto</li> <li>*Vakuuttaminen</li> <li>*Merkittävät alennukset</li> <li>*Populaarikulttuurin viitteiden käyttö</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Esteiden madallus, itsevarmuuden rakennus aloitteiden kautta</li> <li>*Osallistumisen nautinnon ja merkityksellisuuden korostus geneeristen taideprojektien kautta</li> <li>*Jalkautuminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Nykyisen ohjelmiston uudelleen sijoittelu, esim. makupaloja lounasaikaan</li> <li>*Teemojen, tyylien ja tuotantoarvojen tunnistaminen</li> </ul>
Vihamieliset	Paluu	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Pidennetyt kokeilumahdollisuudet</li> <li>*Räätälöity ja sensitiivinen viestintä</li> <li>*Tuettu hinnoittelu</li> <li>*Rakenteellisten esteiden poisto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Havainnollisten ja henkisten esteiden poisto</li> <li>*Itseluottamuksen kasvatus</li> <li>*Tiedolla ja taidolla varustaminen</li> <li>”itsenäisen yleisön” kehittämiseksi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Jalkautumisprojektit perusohjelmiston ulkopuolella turvallisissa paikoissa</li> <li>*Liian taiteellisten lähestymistapojen välttäminen, populaarikulttuurista lainaaminen ja omaksuminen</li> </ul>



Hayesin ja Slaterin ehdottama malli sisältää painopisteitä ja taktiikoita strategisen yleisötyön välineeksi, jotta taideorganisaation yleisöpohja saataisiin tasapainoiseksi. He painottavat erityisesti taiteellisessa linjassa pitäytymistä; vaikka uudisraivauksessa houkutusena saattaakin olla ohjelmiston mukauttaminen vaikeammin saavutettavien yleisöjen houkuttelemiseksi, riskinä on olemassa olevien yleisöjen karkottaminen. Uusi taiteellinen linja ei välttämättä kiinnostakaan uusia yleisöjä ja vain vahvistaa välimatkaa. Lisäksi sirpaleisen ohjelmiston käynnistäminen voi houkuttaa organisaatiota jatkamaan samalla linjalla myös tulevaisuudessa, mikä taas johtaa epävarmaan sitoutumiseen eri yleisöryhmien parissa (ibid, 15-16).

### 3.3. YLEISÖTYÖN SUUNTIA JA HAASTEITA

Edellä esitetyt yleisötyömallit rakentuvat toistensa päälle ja niiden kirjoittajat viittaavat edeltäjiinsä. Maitlandin (2000, 7-8) esittelemä yleisötyön tavoitteenasettelu taiteellisiin, taloudellisiin ja sosiaalisiin on edelleen toimiva ja tunnistettavissa kotimaisella nykytanssikentällä. Omien käytännön havaintojeni perusteella organisaation jatkuvalla, pitkäjänteisellä yleisötyöllä on taiteellisten ja sosiaalisten päämäärien lisäksi taloudellisia tavoitteita, mutta erillisprojektit vaikuttavat painottavan taiteellisia ja sosiaalisia tarkoitusperiä. Tämän voi ajatella olevan seurausta tekijöidensä mielenkiinnon kohteiden lisäksi myös rahoitusohjauksesta: projektit toteutetaan avustuksilla ja apurahoilla. Kotimaassa rahoitus ei kannusta kulttuuritoimijoita suunnittelemaan projekteja, joiden ensisijaisessa tähtäimessä on taloudellinen hyöty.

Maitland ei mainitse jaottelussaan lainkaan koulutuksellisia tavoitteita. Tulkitsen hänen sisällyttävän koulutukselliset tavoitteet taiteellisiin tavoitteisiin, sillä niitä määriteltessään hän tuo esiin yleisön ymmärryksen syventämisen. Nykytanssin yleisötyön parissa taiteelliset päämäärät saattavat kietoutua koulutuksellisiin päämääriin, mutta mielestäni koulutus on erillinen tavoite. Esimerkkinä koulutusta ja taidetta yhdistävästä projektista voi mainita Zodiakin *TALK - taidetta ja liikettä kieltenopetukseen* -hankkeen (Zodiak 2017), jossa tanssitaiteilijat jalkautuvat

koulujen kielten tunneille. Hankkeessa kehitetään toiminnallisia menetelmiä kielten opetukseen.

Nabuko Kawashima (2000, 2) on huolissaan alan nopeasta kehityksestä; kun kehitys on liian nopeaa, käytänteiden toimivuudesta ei ole takeita. Käsitteiden epäselvyys ja vakiintumattomuus tuottavat risteäviä odotuksia yleisötyön ja sosiaalisen osallisuuden vaikuttavuudesta taiteen ja yhteiskunnan kentillä (Kawashima 2006, s. 56).

Kawashiman (2000, 8) yleistyötyyppitaulukon tarkastelu kotimaisen nykytanssikentän yleisötyön näkökulmasta ei ole aivan tasapainossa. Erityisen silmään pistävää on taiteellisten tarkoituksien vähäinen osuus: ainoastaan maun kehittämiseen suuntaavalla yleistyötyypillä on taiteellisia tavoitteita. Nykytanssin piirissä on paljon tekijöitä, joiden taiteellinen praktiikka on niin lähellä yleisötyötä, että niiden erottaminen toisistaan on hyvin vaikeaa. Usein yleisötyötä lähellä oleva taiteentekijä toimii yhteisöllisesti tai painottaa työssään sosiaalisia näkökulmia, toisinaan taas taiteellinen työ inspiroituu tai käynnistyy konseptuaalisesti yleisöstä käsin. Viime vuosina nykytanssin piirissä on tuotettu useampia teoksia, joiden esiintyjäjoukossa on ei-ammattilaisia ja teosprosessi on liikkunut yleisötyön ja taiteellisen työn rajapinnoilla. Sivonen (2015, 30) toteaaakin, että raja yleisötyön ja yhteisötaiteen välillä ei aina ole selvä ja yleisötyön selkeärajainen erottaminen taiteellisesta toiminnasta voi olla vaikeaa.

Yleistyötyypeistä maun kehittäminen ja kasvatukselliset toimenpiteet ovat tanssin yleisötyön näkökulmasta niin lähellä toisiaan, että niiden erillisyyksien vaikutus keinokeinoiselle. Maun kehittämisen määritelmässä yleisöä tutustutetaan muihin taidemuotoihin; nykytanssissa eri tanssityylien yhdistely, taiteidenvälisyys ja esimerkiksi valo- ja äänisuunnittelu ovat teostuotannossa niin keskeisessä roolissa, että en näe syytä näiden yleistyötyyppien erillisyyteen. Samoin monipuolinen taiteellinen ohjelmisto taideorganisaatiossa kehittää yleisön makua ja voidaan samalla nähdä kasvatuksellisena toimintana. Yksipuolisen ohjelmiston seuraaminen sen sijaan kaventaa makua eikä lisää oppimista, vaikka käyntitiheys olisikin suuri.

Kawashima kohdistaa laajennettu markkinointi -yleisötyypin potentiaaliin ja entisiin osallistujiin. Nykytanssin markkinointiviestinnässä huomioidaan myös olemassa olevat yleisöt ja pyritään kasvattamaan käyntitiheyden lisäämistä. Sorjonen (2015, 17-18) kiinnittää huomiota terminologiaan: markkinoinnissa pyritään lisäämään myyntiä nykyisten ja potentiaalisten asiakkaiden parissa, sikäli lisäämääre ”laajennettu” on tarpeeton.

Hayesin ja Slaterin (2002, 1-2) esittelemä ajatus valtavirta- ja uudisraivausyleisötyöstä jälkimmäisen korostuessa edellisen kustannuksella kuvailee tilannetta verrattain hyvin myös nykytanssikentällämme. Erityisesti erillisprojektit ja pitkäkestoiset hankkeet kohdentuvat pääasiassa uusiin yleisöihin, usein sosiaalisin perustein. Rahoitusmallit, sosiaaliset tavoitteet ja kulttuuripolitiikan edellyttämä vaikuttavuus ohjaavat uudisraivaus-tyyppiseen yleisötyöhön. Vakiintunutta valtavirtayleisötyötä ovat erityisesti taiteilijatapaamiset ja yleisökeskustelut, joita moni ryhmä järjestää esitystensä yhteydessä ja esimerkiksi Zodiak kaikkien tuotantojensa parissa.

Yllä esitelty jako kuuteen yleisötyyppiin vaikuttaa toimivalta myös nykytanssin kontekstissa. Omasta ammatillisesta näkökulmastani käsin ehdotetut markkinoinnin, koulutuksen ja ohjelmistotyön toimenpiteet vaikuttavat potentiaalisilta, mutta niiden vaikuttavuuden arvioimiseen tarvittaisiin testausta ja seurantaa. Osa Hayesin ja Slaterin (2002, 12-13) mainitsemista vaikutuskeinoista kaikilla eri toimintasektoreilla on kotimaisella tanssin kentällä jo käytössä. Tanssiorganisaatioiden pienten resurssien vuoksi esitellyn kaltainen malli vaatisi hyvin strukturoitua toimintaa.

Cuporen tutkimuksen pohjalta voi sanoa, että kotimaisten VOS-taideorganisaatioiden dokumentoidun yleisötyön perusteella vaikuttaa siltä, että yleisötyön pariin hakeutuu jo valmiiksi taiteesta ja kulttuurista kiinnostuneita ihmisiä. Tutkimuksen seitsemästä tapausesimerkistä viiteen yleisön tuli aktiivisesti hakeutua mukaan, yhdessä osallistujia jopa valikoitiin hakijoiden joukosta, jolloin ainoastaan innokkaimmat osallistujat ja parhaat hakemukset pääsivät mukaan (Sivonen 2015, 63-64). Tällaisissa tapauksissa yleisötyö palvelee olemassa olevia yleisöjä, mutta saattaa tavoittaa myös Hayesin ja Slaterin määrittelemiä

yleisöryhmiä *kävijät toisaalla* ja *vaihtelijat* – kaikki nämä ryhmät ovat valtavirtayleisötyön piirissä.

VOS-organisaatioissa on usein tavoitteena, että yleisötyön pariin löytäisi muitakin kuin taiteenharrastajia. Uudisraivausyleisötyönä voi pitää Sorjosen (ibid 63-64) mainitseman erilaisissa laitoksissa, kuten kouluissa, päiväkodeissa ja vanhustenhoidon parissa tehdyn yleisötyön. Joissakin organisaatioissa kerrottiin erityisyleisöille suunnatussa ohjelmassa epäonnistutun siksi, että suunniteltuja kohderyhmiä ei oltu tavoitettu tai kohderyhmä ei ollut halukas osallistumaan tarjottuun ohjelmaan.

Kotimaisten VOS-organisaatioiden toiminta poikkeaa nykytanssikentästä, sillä kyseessä ovat vakiintuneet, pitkäjänteistä työtä tekevät organisaatiot. Nykytanssikentän muodostavat valtaosin valtiosuuslain ulkopuoliset toimijat. Käytännön havaintojen pohjalta oletan, että kokonaisuudessaan nykytanssin yleisötyö painottuu yllä kuvattua enemmän uudisraivaukseen. Näin siksikin, että nykytanssin yleisöpohja on suhteellisesti VOS-organisaatioita kapeampi, vaikka se onkin laaventunut viime vuosina – osin juuri uudisraivausyleisötyön ansiosta.

Käytännössä yleisötyön vaikutuksista ei ole yleistettävää tutkimustietoa. Laamasen ja Sorjosen (2015, 69) mukaan yleisötyön vaikutusta taideorganisaatioiden toimintaan ei ole empiirisessä kysyntätutkimuksessa selvitetty ennen heidän tekemäänsä tutkimusta Cuporelle. Kyseisessä tutkimuksessa selvitettiin valtiosuutta nauttivien museoiden, orkestereiden ja teattereiden yleisötyön vaikutusta taide- ja kulttuurilaitosten käyntimäärään. Tutkimusaineisto kerättiin laitosten vuosikertomuksista, tilinpäätöksistä ja tilastoista. Tutkimuksessa ei pystytty osoittamaan positiivista yhteyttä yleisötyötoimenpiteiden ja käyntimäärien välillä (ibid, 75). Vastaavaan tulokseen päätyivät Barbosa ja Brito, jotka tutkivat museoiden avoimien ovien päivien kävijöitä. Barbosa ja Brito (2012, 30) toteavat, että maksuttomat tapahtumat tuovat paikalle merkittävän määrän uusia kävijöitä ja tarjoavat positiivisen kokemuksen, mutta nämä uudet kävijät eivät kuitenkaan ole valmiita tulemaan museoon toiste tavallisena päivänä ja maksamaan pääsylipusta.

Pitkäjänteisten tulosten saamiseksi uudisraivaus lienee tehokkainta suunnata nuoriin. Colbert (2003, 34) huomauttaa, että lukuisten tutkimusten perusteella vaikuttaa siltä, että varhainen osallisuus taiteisiin vaikuttaa oleellisesti myöhempään elämään: ilman lapsuuden tai nuoruuden taidekokemuksia yksilö ei tule niitä myöhemmin hakemaan.

Yleisötyö voi vaikuttaa osallistujiinsa todella syvällisesti ja merkittävästi, tästä todistavat esimerkiksi lukuisat kurssi- ja projektipalautteet Zodiakin yleisötyön parissa. Nykytanssissa yleisötyö on tuonut tanssin ja liikkeen pariin valtavan määrän ihmisiä, joilla ei ennestään ole minkäänlaista suhdetta nykytanssiin. Lisäksi erillisprojektit ovat vieneet taidetta ja taiteilijoiden kanssa työskentelyä alueille ja yhteisöihin, joissa se ei aiemmin ole ollut mahdollista. Maitlandin taiteellisten, sosiaalisten ja taloudellisten yleisötyötavoitteiden hengessä voi taloudellisena vaikutuksena todeta, että Zodiakin yleisötyö tavoitti yli 13 000 henkilöä vuonna 2016.

Keynote-puheenvuorossaan Pedaali ry:n seminaarissa Sorjonen (2015) vastasi yleisötyöntekijöiden kritiikkiin Cuporelle laatimastaan tutkimuksesta ja sen tuloksista todeten, että vaikuttavuutta on mahdoton todentaa, mikäli sitä ei ole kirjattu organisaatioiden vuosikertomuksiin. Tämä on suora seuraus yleisötyön itsenäisyydestä ja isolaatiosta taideorganisaatioissa: yleisötyön projektit jäävät viestinnän ulkopuolelle ja toiminta tuloksineen ei näy toimintakertomuksissa ja -tilastoissa. Tilanne on käytännön havaintojeni mukaan yllättävän tavallinen: yleisötyö on oma, irrallinen saarekkeensa, jolla ei ole vahvaa toiminnallista ja synergistä yhteyttä organisaation muuhun toimintaan. Tätä havaintoa vahvistaa samainen Cuporen tutkimus, jonka mukaan yleisötyölle ei ole asetettu omia tavoitteita eikä sen vaikuttavuutta seurata (Sivonen 2015, 67). European Audiences 2020 -konferenssin yhteenveto ehdottaakin, että isolaation sijaan yleisötyössä tulisi pohtia, miten asioita voidaan linkittää ja rakentaa työtä edellisten toimien päälle (European Commission 2012, 10).

Cuporen VOS-laitosten yleisötyön vaikuttavuuden tutkimuksessa kuitenkin todettiin, että yleisötyön avulla on mahdollisuus luoda yleisöön pysyvä suhde, joka johtaa säännöllisiin käynteihin. Sen sijaan pitkän aikavälin vaikutuksista ei ole

tutkimustuloksia, joten yleisötyön vaikutusten ja uusien kävijöiden sitoutumisen kestosta ei ole tietoa (Sorjonen 2015, 21).

Tässä luvussa olen tuonut esille yleisötyön eri puolia ja esitellyt kotimaista nykytanssin yleisötyötä. Olen tuonut esille sekä saavutettavuuden, osallisuuden ja asiakaslähtöisyyden että esittävän taiteen markkinoinnin näkökulmia yleisötyöhön. Esittelin kolme yleisötyön kansainvälistä mallia, tarkastelin malleja suhteessa toisiinsa ja kotimaiseen yleisötyöhön sekä kiinnitin huomiota yleisötyön haasteisiin ja tutkimusaukkoihin.

## 4. TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN JA AINEISTON KERUU

---

Tässä luvussa kuvailen tutkimuksen toteuttamisen ja aineiston keruun vaiheet sekä esittelen lyhyesti haastatellut koreografit.

### 4.1. TUTKIMUSASETELMA

Tutkimukseni on laadullinen tapaustutkimus, jonka empiirinen aineisto koostuu asiantuntijahaastatteluista. Valitsin aineistonhankintamenetelmäksi yksilöhaastattelun, sillä koin sen parhaaksi tavaksi päästä kiinni taiteilijoiden ajatuksiin ja näkemyksiin. Haastattelun muoto on puolistrukturoitu teemahaastattelu. Hirsjärven ja Hurmeen (2010, 47-49) mukaan teemahaastattelu etenee keskeisten teemojen varassa vapauttaen haastattelun pääosin tutkijan näkökulmasta tuoden haastateltavien äänen kuuluviin. Haastattelutyypille ovat keskeisiä ihmisten tulkinnat ja asioille antamat merkitykset. Menetelmä on puolistrukturoitu, sillä aihepiirit ja teemat ovat kaikille samat, mutta kysymysten muoto ja järjestys vaihtelevat riippuen haastattelun kulusta.

Tutkimuksen tarkoituksena on luoda taustoittava katsaus nykytanssin yleisötyöhön sekä tuoda esille ja ymmärtää erilaisia näkökulmia ja tarkoitusperiä, joita taiteilijoilla on suhteessa yleisöön ja yleisötyöhön. Aineiston käsittelyn mielekkyyden ja lukijaystävällisyyden johdosta päätin käyttää

asiantuntijahaastattelua, eli haastatellut koreografit esiintyvät tutkielmassa omilla nimillään.

Tutkimusasetelmaan vaikuttaa oma taustani nykytanssin parissa, jota toin esille ensimmäisessä luvussa. Koen, että ymmärrys taiteellisesta prosessista ja monivuotinen kokemus nykytanssin tuotannosta on oleellista teemahaastattelun runkoa suunniteltaessa sekä haastattelua tehdessä. Pyrin tunnistamaan omat ennako-odotukseni ja häivyttämään ennakkotulkinnat ja toteuttamaan tutkimuksen puhtaalta pöydältä eli tarkastelemaan aineistoa sellaisena kuin se on.

Yleisötyö on tanssikentällä käsitteenä suhteellisen uusi ja halusin tutkimuksessa tarkastella myös sanoja ja käsitteistöä. Omasta taiteesta viestiminen on taiteilijoille usein herkkää aluetta, joten pyrin haastattelujen aikana aistimaan tunnelmaa ja välttämään väärinymmärryksiä. Samalla yritin tavoitella täsmällisiä vastauksia tutkimuksen kannalta olennaisiin kysymyksiin.

## 4.2. TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA AINEISTO

Tutkimuksen kannalta mielestäni oli keskeistä haastatella esteettisesti, ilmaisullisesti ja persoonallisesti eri tyyppisiä taiteilijoita. Oleellinen taustatekijä oli myös se, miten he ovat taiteellisen työskentelynsä järjestäneet. Halusin tutkia, näkyykö koulutustausta ja nykyinen asema vastauksissa. Koreografivalinnan taustamuuttujina pohdin seuraavia tekijöitä: toimiiko koreografi freelancerina eli vapaana taiteilijana, oman ryhmänsä taiteellisena johtajana vai palkkasuhteessa taideorganisaatioon? Onko hänellä muita työ- tai luottamustehtäviä kuten kuratointia, opettamista tai hallituspaikkoja ja niiden kautta avautuvia toisia näkökulmia? Valinnassa vaikuttivat myös ikä, sukupuoli, asuinpaikka, uran kesto ja koulutus, sillä tavoitteena oli mahdollisimman heterogeeninen joukko. Haastatellut koreografit valikoituivat nykytanssikentän tuntemukseni pohjalta, pohdin valintoja myös kollegoideni kanssa erilaisten näkökulmien huomioimiseksi.

Haastateltu koreografijoukko on satunnainen, eikä anna kokonaiskuvaa kotimaisten nykytanssintekijöiden monipuolisesta ammattikentästä. Alun perin tarkoitus oli haastatella viittä koreografiaa, mutta Tero Saarisen

haastatteluajankohdan varmistumisen venyessä ehdin pyytää haastattelua Susanna Leinoselta. Näillä kahdella taiteilijalla on balettitanssijan tausta ja he ovat molemmat omaa nimeään kantavan tanssiryhmänsä taiteellisia johtajia. Taiteensa, koulutuksensa, uransa, ikänsä, sukupuolensa ja asemansa suhteen he ovat kuitenkin erilaisia, joten sisällytin molemmat haastattelut tutkimusaineistoon. Sekä Saarisen että Leinosen haastattelu tutkimusaineistossa voi näkyä tietyn tyyppisen työskentelytavan ja estetiikan korostumisena. Tämän vastapainona olisi ollut mielekästä haastatella yhteisötanssia praktiikassaan käyttävää koreografia, mutta koin, että resurssini eivät riittäneet enää seitsemänteen haastatteluun. Vielä laajempi joukko haastateltavia olisi antanut laajemman näkökulman nykytanssikenttään, mutta toisaalta haastattelujen lisääminen ei olisi tarjonnut yleistettävää tietoa.

Ensimmäinen kontakti koreografeihin luotiin joko puhelimitse tai sähköpostitse. Tässä vaiheessa esittelin lyhyesti tutkimuksen ja sen tarkoitusperät sekä pyysin suostumusta asiantuntijahaastatteluun ja nimen käyttöön tutkimuksessa. Kaikki pyytämäni koreografit suostuivat haastatteluun, joka pääsääntöisesti saatiin sovittua muutaman viikon sisään yhteydenotosta.

Pyrin luomaan haastattelutilanteet rauhallisiksi ja luottamusta herättäviksi, jotta koreografit voisivat puhua vapaasti työstään ja näkemyksistään ilman, että heidän tarvitsee puolustaa tai rinnastaa ajatuksiaan valmiisiin kehyksiin. Pohjustin haastatteluja kertomalla yleisötyön näkökulmasta, mutta nimenomaan siitä lähtökohdasta, ettei koreografien oleteta osaavan tai tietävän aiheesta ennakkoon, vaan ajatuksena on kartoittaa taiteilijakunnan näkemyksiä aiheesta.

Tiedostin haastatteluasetelmassa sen, että koreografit tuntevat minut työroolissani Zodiak – Uuden tanssin keskuksen tuottajana. Pyrin ottamaan huomioon ammattimaisen haastattelijan roolin eli toimimaan tehtäväkeskeisesti ja kiinnostuneesti, pitämään omat mielipiteeni itselläni ja olemaan jakamatta haastateltavien ajatuksia heidän välillään (Hirsjärvi & Hurme 2010, 96-98). Lisäksi mainitsin haastattelujen alussa pitäytyväni haastattelijan roolissa. Haastattelut tehtiin pääasiallisesti koreografiensa ehdottamissa paikoissa: Kiasma-teatterin ja Cirko – Uuden sirkuksen keskuksen takahuoneissa, Helsingin kaupunginteatterin kokoustilassa, Tero Saarinen Companyn toimistossa sekä haastattelijan ja



haastateltavan kodeissa. Toivoin tämän mahdollistavan vapaan ajatuksenjuoksun neutraalissa tilanteessa. Toisaalta valikoin taiteilijat ennakkotietämykseni valossa; jokainen heistä on oman tiensä kulkija, joka ei pelkää tuoda omia ajatuksiaan ja mielipiteitään esille.

Haastattelujen aluksi taustatiedoksi kartoitin koreografin uraa, tanssinäkemyistä ja ilmaisukeinoja. Tutkimusfokuksessa olivat yleisöihin ja yleisösuhteeseen liittyvät asenteet ja pohdinnat, kokemukset yleisötyöstä, taiteellisen ja tuotannollisen työn mahdolliset rajaukset sekä suhde markkinoinnilliseen ajatteluun brändäyksen ja taiteilijaimagon kautta. Haastattelujen avulla pyrin muodostamaan tuokiokuvia tämän ajan tanssitaiteilijoiden suhteesta yleisöihin, mielenkiinnosta taiteellisten prosessien avaamiseen sekä vuorovaikutukseen yleisöjen parissa.

Tutkimusaineiston muodostaa kuusi puolistrukturoitua koreografihaastattelua, jotka tehtiin Helsingissä syksyllä 2016, elokuun lopun ja marraskuun välillä. Tallensin haastattelut Audacity-ohjelmalla tietokoneelleni haastattelutilanteissa. Nauhoitin myös puhelimellani varakopiot, joita en kuitenkaan joutunut käyttämään, sillä tallenteet onnistuivat erinomaisesti. Äänitiedostojen kestot vaihtelevat tunnista ja viidestä minuutista tuntiin ja neljäänkymmeneenviiteen minuuttiin.

Aineiston keruu onnistui hyvin ja teknisiltä ongelmilta vältyttiin. Olin testannut haastattelukysymyksiä kollegoillani ja haastattelutilanteessa kysymykset olivat paperilla mukamani. Tietokone oli sivussa tallentamassa.

Haastattelu eteni siten, että tiedustelin ensin koreografin taustasta ja koulutuksesta, tukijoista, tanssinäkemyksestä ja arvoista, teosteemoista sekä ilmaisukeinoista. Taustakysymykset esitin yleensä samassa järjestyksessä – tosin joidenkin haastattelujen kohdalla jo joku taustakysymyksistä herätti laajemman teeman, joka saattoi johtaa jo varsinaisten yleisösuhte-teemaisten kysymysten alueelle. Annoin tilanteiden soljua haastateltavan esiin nostamien aiheiden mukaisesti ja jonkun teeman herätessä pyrin jatkamaan siitä.

Varsinaiset yleisöön ja yhteisösuhteeseen liittyvät kysymykset voi jakaa kolmeen osa-alueeseen: käsitykset ja tiedot yleisöstä, teosprosessin avaaminen ja yleisön merkitys sekä laajempi, yleisösuhdetta ja yleisötyön kulttuuripoliittista merkitystä luotaava osuus.

Käytännössä kysymykset sekä niiden asettelu ja järjestys vaihtelivat, laatimani kysymyssarja ohjasi haastattelutilannetta teemojen ja aihealueiden kautta. Välillä jotain kysymystä ei tarvinnut edes esittää, kun haastateltava vei jo puheen itsenäisesti aiotulle alueelle. Toisinaan taas kysymykseen ei yrityksistä huolimatta tullut vastausta.

Kaiken kaikkiaan koreografit vaikuttivat halukkailta vastaamaan kysymyksiin ja jakamaan ajatuksiaan. Käsitteistön vakiintumattomuuden ja näkökulmaerojen vuoksi jouduin välillä selvittämään, mitä kysymykselläni tarkoitan tai sitten huomasin vastauksesta, että se oli ymmärretty toisin kuin tarkoitin. Näkökulmaerolla tarkoitan, että pitkään tuottajan perspektiivistä tanssikenttää ja taiteen tekemistä tarkkailleelle asiat näyttäytyvät välillä toisin kuin taiteen tekijälle. Neutraalin ja kommunikoivan ilmapiirin vuoksi haastattelutilanteet pysyivät kuitenkin positiivisina.

Haastatteluajaksolla olin tyytyväinen kysymyksiini, ne eivät mainittavasti muuttuneet sisällöltään haastattelusta toiseen. Taustakysymyksiä tosin oli suhteellisen paljon suhteessa siihen, että koreografit vastasivat niihin huomattavasti laajemmin ja perusteellisemmin kuin olin odottanut. Päätin kuitenkin pitäytyä samassa rakenteessa haastattelun aluksi, jotta haastatteluasetelma pysyisi samankaltaisena kaikille.

Osa koreografeista puhui taiteen tekemisen eetoksestaan tai missiostaan; mitä haluaa taiteellaan saada aikaiseksi. Haastatteluja purkaessani pohdin, olisiko siitä pitänyt kysyä kaikilta. Päätin kuitenkin olla jälkikäteen täydentämättä haastatteluja, sillä kaikkien koreografiensa taiteen tekemisen taustalla ei välttämättä ole vahvaa missiota. Oletan, että ne koreografit, joille se on yksi keskeisistä taiteellisen työn motiiveista, toivat sen itsenäisesti haastatteluissa esille.

Litteroin haastattelut sanasta sanaan pian kunkin haastattelun jälkeen, kirjaamatta taukoja, yskähdyksiä ja äänenpainoja. Joskus kirjasin ylös voimakkaan reaktion, kuten naurun tai pöydän läimäytyksen. Aineistoa kertyi yhteensä 97 liuskaa. Siteeratessani aineistoa jätin pois täytesanoja, toistoja sekä välillä yksinkertaistin puhutun lauserakenteen. Analyysissä erotan koreografit heidän koko nimiensä tai sukunimiensä perusteella.

### 4.3. AINEISTON ANALYYSIMETODI

Käytin sisällönanalyysiä analyysimenetelmänä teemoittelun kautta. Tarkastelin piirteitä, jotka olivat useammalle haastateltavalle yhteisiä ja etsin teemojen yhteyksiä (Hirsjärvi & Hurme 2010, 173-176). Etenin analyysissäni aineistolähtöisesti, lähestyen esiin nousevia teemoja tutkimuskysymysteni kautta. Valitsin analyysimetodiksi aineistolähtöisyyden, sillä halusin lähestyä haastateltujen koreografien vastauksia mahdollisimman avoimesti.

Luin litteroidun ja paperille tulostetun aineiston tarkasti muutamaan kertaan ja purin aineiston ensin viiteen aihealueeseen, jotka värikoodasin puuväreillä. Keräsin värikoodatut aineistot yksinkertaistettuina omille liuskoilleen ja ryhmittelin ne eri aihealueiden alle. Tiivistettyäni aineiston kahteen kertaan muodostin aineistosta ajatuskartan. Keskeisen aiheen – yleisötyön ja yleisösuhteen muodostumisen – ympärille kehittyi kolme teemaa. Ensimmäinen teema liittyy koreografien ajatuksiin omista yleisöistään sekä heidän yleisöihin liittämiinsä merkityksiin. Toisessa teemassa käsitellään teosprosessin avaamista viestinnän ja markkinoinnin kautta sekä yleisöille. Kolmannen teeman kautta tarkastellaan koreografien suhtautumista yleisötyön kasvaneeseen merkitykseen sekä luodataan yleisötyötä ja yleisösuhdetta laajemmin.

Kunkin pääteeman alle syntyi kahdesta kuuteen alaryhmää. Palasin alkuperäiseen, värikoodattuun aineistoon ja ryhmittelin sen uusiksi kunkin alateeman alle. Poimin uudelleenryhmitelystä aineistosta toisiaan tukevat, keskustelevat ja vastakkaiset näkökulmat, jotka purin lukuun viisi.

Palasin aineistoon prosessin aikana monta kertaa ja pyrin tarkastelemaan aineistoa mahdollisimman ennakkoluulottomasti. Käytän raportissa lainauksia haastateltavien puheesta mahdollistaakseni koreografien äänen ja tyylin kuultamisen tekstin läpi. Lisäksi koen, että voimakkaat ilmaisut tuovat näkyville aiheen merkitystä haastateltavalle.

#### 4.4. HAASTATELLUT KOREOGRAFIT

Tutkimukseni aineisto muodostuu kuuden sekä kotimaassa että kansainvälisesti työskentelevän koreografin asiantuntijahaastattelusta. Koreografit tulevat erilaisista taustoista ja he ovat työskennelleet nykytanssin kentällä jo vuosia. Koska tanssin kentällä on niukasti valmiita työpaikkoja tai rakenteita, se näkyy myös tanssin tekijöiden toimintaympäristöissä – jokainen on rakentanut omansa. Esittelen haastatellut koreografit lyhyesti:

**Jyrki Karttunen** (s. 1969) toimii **Helsinki Dance Companyn** (ent. Helsingin kaupunginteatterin tanssiryhmä) taiteellisena johtajana. Valtaosan kansainvälisestä urastaan freelancerina toiminut Karttunen aloitti tanssijana Helsingin kaupunginteatterin tanssiryhmässä, jossa hän työskenteli 1989-1993. Karttunen on vuonna 1995 perustetun **Nomadi**-tuotannon perustajajäseniä ja vuosina 2007-2014 hän johti omaa taiteellista työtään edistävää ryhmäänsä **Karttunen Kollektiv**. Taiteen tekemisessä hänelle keskeistä on oma kiinnostus ihmisiä ja heidän käyttäytymistään kohtaan. Karttunen tunnetaan inhimillisistä teoksistaan, joissa abstraktit elementit yhdistyvät teatterillisiin tilanteisiin.

**Susanna Leinonen** (s. 1972) johtaa nimeään kantavaa, vuonna 2001 perustettua **Susanna Leinonen Companya**. Baletti- ja nykytanssijataustainen Leinonen on valmistunut Teatterikorkeakoulusta tanssitaiteen maisteriksi. Oman ryhmänsä lisäksi Leinonen tekee koreografioita myös suurille baletti- ja nykytanssitaloille. Tunnusomaista hänen työlleen on persoonallinen, runsaasti yksityiskohtia sisältävä fyysinen liikekieli yhdessä viimeistellyn ja tarkkaan harkitun visuaalisuuden kanssa (Leinonen 2016).

**Maija Mustosella** (s. 1979) on tanssitaiteen kandidaatin tutkinnon lisäksi maisterintutkinto Kuvataideakatemiasta. Kilpavoimistelutaustainen, freelancerina toimiva Mustonen on viime vuosina keskittynyt ohjaustyöhön ja yhteistyöprojekteihin liikkuen taiteidenvälisessä maastossa. **Go Go Tanssiryhmä Kuumat Putket** -kollektiivin projekteissa hän on yhdessä taiteilijakollegoidensa kanssa tarttunut naiseuteen ja naisellisuuteen omintakeisella nykyaideasenteella. Mustosen käynnistämät kollektiiviteokset ovat liikkuneet populaarin,

taiteidenvälisyyden, syvän pohdinnan ja selkeän konseptoinnin maastoissa (Tanssin tiedostuskeskus 2016).

**Elina Pirinen** (s. 1981) on vahvassa kansainvälisessä nosteessa oleva koreografi, joka tekee uraa myös muusikkona. Hänellä on maisterin tutkinto Teatterikorkeakoulun tanssitaiteen laitokselta ja musiikin koulutus konservatoriosta. Pirinen toimii freelancerina ja on viime vuosina saanut pidempiä työskentelyapurahoja. Monitaiteellisesti työskentelevä Pirinen tunnetaan vahvoista näyttämöteoksistaan, joissa hän yhdistää suuria klassisen musiikin teoksia feministisiin ja psykoanalyttisiin maisemiin (Pirinen 2016).

**Tero Saarinen** (s. 1964) on suomalaisen nykytanssin merkittävimpiä tekijöitä. Hän on luonut poikkeuksellisen, kansainvälisesti merkittävän uran sekä tanssijana, koreografina että taiteellisenä johtajana. Uransa Suomen Kansallisbaletin tanssijana (1985-1992) aloittanut Saarinen on yhtenä sukupolvensa harvoista edustajista pystynyt uudistamaan tanssin liikekieltä ja synnyttämään oman, helposti tunnistettavan ”rujonkauniin” tyylin. Vuonna 1996 perustettu **Tero Saarinen Company** on Euroopan johtavia tanssiryhmiä sekä yksi harvoista kotimaisista VOS-tanssiteattereista (Jyrkkä 2005, 184).

**Pirjo Yli-Maunula** (s. 1959) on Oulusta käsin taiteellisen uransa tehnyt taiteilijaprofessori, koreografi, tanssija ja taiteellinen johtaja. Vuodesta 1980 alkaen tanssitaiteilijana työskennellyt Yli-Maunula tekee kansallisia ja kansainvälisiä yhteistöitä. Vuodesta 2006 hän on johtanut **Flow Productions** -tuotantoryhmää sekä toiminut uransa aikana esimerkiksi Täydenkuun Tanssit -festivaalin ja JoJo – Oulun tanssin keskuksen taiteellisenä johtajana. Improvisaatiosta kiinnostunut Yli-Maunula viihtyy erityisesti monitaiteisissa, yhteisöllisissä työprosesseissa (Jyrkkä 2011, 276).

## 5. YLEISÖN MERKITYS JA AJATUKSIA YLEISÖTYÖSTÄ

---

Tässä luvussa esittelen tutkimusaineiston sekä kerron haastattelujen löydöksistä. Kerron, mitkä teemat aineistosta nousivat ja miten teemat suhteutuvat tutkimuskysymyksiin.

Sisällönanalyysiprosessi eteni aineiston ryhmittelyn kautta teema-alueisiin, joista tiivistämisen jälkeen hahmottui kolme eri pääteemaa:

- yleisö – koreografioiden käsitykset ja merkitykset
- yleisösuhte – teosprosessin oikea viritys
- taiteilijana yleisötyön ajanjaksolla

Kukin aineiston pääteema sisältää kahdesta kuuteen alaryhmää. Kaikkien koreografioiden vastaukset eivät välttämättä sisälly kaikkiin ryhmiin, mutta jokaisen vastauksia on kaikkien pääteemojen alla.

Jaoin ensimmäisen teeman kahteen ryhmään: koreografioiden ajatukset ja havainnot omista yleisöistään sekä yleisöihin liittämät merkitykset.

Toinen teema, joka sisältää teosprosessista viestimisen ja sen avaamisen ulospäin, jakautui neljään ryhmään: yleisön käsite ja merkitys teosprosessissa, teosprosessin kielellistäminen, markkinointi sekä avoimet harjoitukset.

Kolmannen teeman kautta avautui laajempi, yleisösuhdetta eri näkökulmista luotaava ulottuvuus. Kolmas teema sisältää kuusi ryhmää: koreografioiden määritelmät yleisötyöstä, yleisötyökokemukset, oma missio tai näkemys taiteen tehtävästä, imago ja brändi, ajatuksia omasta praktiikasta suhteessa nykytanssin kenttään sekä pohdintaa yleisötyön merkityksen kasvamisen vaikutuksista.

Tutkimusaineistosta nousseet teemat vastaavat tutkimuskysymyksiin, jotka ovat:

- Millaisia käsityksiä nykyykoreografeilla on yleisöstään?
- Mikä on yleisön merkitys teosprosessissa?
- Miten koreografit suhtautuvat yleisötyön kulttuuripoliittisesti kasvaneeseen merkitykseen?

Esittelen seuraavassa kolmessa alaluvussa aineiston teemojen mukaisesti ja kuudennessa luvussa palaan tutkimuskysymyksiin johtopäätösten esittelyn ja pohdinnan parissa.

## 5.1. YLEISÖ – MYSTINEN ASIA

Tämän teeman kautta esitellään koreografien ajatuksia omasta yleisöstään, tanssiyleisöistä laajemmin sekä yleisöjen merkityksestä. Luku vastaa tutkimuskysymykseen ”Millaisia käsityksiä nykykoreografeilla on yleisöstään?” haastateltujen koreografien vastausten perusteella.

### 5.1.1. Oma yleisö

Valtaosalla haastatelluista koreografeista on käsitys omasta, vakiintuneesta yleisöstään, vaikka se perustuukin pääasiassa silmämääräisiin havaintoihin ja henkilökohtaisiin kohtaamisiin. Osa koreografeista on huomannut helsinkiläisyleisön jakautuneen paikkauskollisesti eri teattereihin, eli he kokevat tavoittavansa tietyt yleisöt tietyissä teattereissa ja toiset toisissa. Tietty yleisöryhmä saattaa kuitenkin seurata koreografia esityspaikasta toiseen. Tutkittua tietoa yleisöstään on vain Tero Saarisella, jonka ryhmä on toteuttanut vuosien varrella markkinointitutkimuksia yleisöstään.

Susanna Leinonen tunnistaa vakiintuneen yleisönsä, joka käy katsomassa ryhmän esityksiä Stoassa. Uransa alussa hänellä oli yleisömenestys Kansallisbaletissa ja hän kuvailee silloin naiivisti olettaneensa, että nyt hän on rakentanut oman yleisöpohjansa. Tämä yleisö ei kuitenkaan seurannut häntä Stoaan, jossa hän on myös esiintynyt paljon. Ylipäätään Leinonen olettaa yleisönsä olevan kiinnostunut tanssista, baletista ja kulttuurista laajemmin sekä uudesta musiikista, jota hän teoksissaan käyttää. Ikäjakama ei hänen mukaansa vaikuta kovin nuorelta, vaikka nuoria ja aikuisia katsomossa näkeekin.

Elina Pirinen hahmottaa Zodiakissa ja Kiasma-teatterissa eri yleisöt. Hän on huomannut, että molemmissa teattereissa käy myös tiettyjä taitelijoita seuraava pienempi joukko. Pirinen kuvailee, että hänelle yleisö on mystinen ja hämmentävä. Hänelle on mahdoton ajatus, että hän tietäisi tai tuntisi yleisönsä. Suhde yleisöön on Pirisellä ristiriitainen:

*Tää kertoo ehkä jotakin; vaikka mulla on joissain asioissa kauheen hyvä itsetunto, niin joissain asioissa mä huomaan et se falskaa ihan helvetisti. Mähän oon*

*lähtökohtaisesti aina sitä mieltä, et kukaan ei tuu kattoon mun esityksiä, ja samalla mulla on myös semmonen olo, et mun esitykset on tosi hyviä ja monet niistä pitävät. Mulla on todella ristiriitanen olo sen kanssa.*

Pirjo Yli-Maunula tulkitsee oman perusyleisönsä noudattavan tyypillistä tanssiyleisön määritelmää; se on keskimäärin teatteriyleisöjä nuorempaa ja naisvoittoista. Yli-Maunulan mukaan hänen Ouluun kuratoimansa Flow-sirkussarja kiinnostaa laveampaa yleisöpohjaa ja sirkusesityksissä on selvästi enemmän mieskatsojia. Saman Flow-brändin alla Yli-Maunulan tuottamat omat teokset ovat alkaneet kerätä laajempaa katsojakuntaa ja hän uskookin, että hänen kaupunkiin tuomansa teokset vaikuttavat myös hänen omien teostensa yleisöpohjaan.

Jyrki Karttunen kuvailee tietävänsä yleisöstään jotain hyvin yleistä ja yleistävää. Nuorena tekijänä hän ihmetteli, että missä hänen yleisönsä on ja nykyään Karttunen kertoo iloitsevansa siitä, että hänellä on yleisö ja ihmisiä, jotka seuraavat hänen tekemisiään. Toisaalta kiertueet ulkomailla ja tuntemattomalle yleisölle esiintyminen ovat tuntuneet hänestä erityisen vapauttavalta:

*...kun asettuu yleisön eteen, joka ei tunne minua ja jota minä en tunne, niin se on suuri lahja, päästä esiintymään sellaiselle yleisölle. Siks mie koen, et keikoilla mie hengitin ihan eri tavalla, kun mun ei tarvinnu välittää, ei kollegoista, eikä tästä paikallisen kentän kontrollista.*

Taiteilijoiden kanssa työskennellessä välillä aistii jännitteisen suhteen kollegoihin ja tanssikenttään. Myös Maija Mustonen puhuu kollegayleisön vaikutuksesta:

*Zodiakissa on tietysti valtava helsinkiläisen taideporukan tietty massa ja paine. Vaikka koko ajan on paljon enemmän uutta yleisöä, niin on myös tosi paljon kollegoita ja se vaikuttaa siihen.*

Mustonen on pitänyt usein teokseen liittyviä yleisötyökursseja ja sitä kautta hän kokee tietävänsä paljonkin osasta yleisöään ja tulleensa vuosi vuodelta lähemmäs katsojiaan. Osa kurssilaisista palaa toistuvasti kursseille ja heitä näkee myös kollegoiden teosten yleisöissä, mikä on luonut työskentelyn ympärille ”hyvän huokoisuuden”. Näiltä vakiokävijöiltä saa paljon palautetta, mikä on Mustoselle tärkeää. Hän mainitsee tuntevansa yksinäisyyttä teosprosessin jälkeen, ilman käsitystä siitä, mitä kukaan teoksesta ajattelee.



Tero Saarinen kokee, että hän on uransa alusta alkaen onnistunut sekoittamaan yleisöjä. Yleisötutkimusten avulla hänen ryhmänsä on ottanut selvää, mitkä kohderyhmät on tavoitettu ja mitä ryhmiä pyritään tulevaisuudessa tavoittamaan. Saarinen kertoo ryhmänsä havainneen ajankohdan ja kohderyhmätarjonnan merkityksen. Elokuun alussa Helsingin kulttuuritarjonta on vähäistä ja ryhmän järjestettyä tuolloin esityksiä, markkinointitutkimus osoitti yleisön koostuvan pitkälti turisteista.

### 5.1.2. Yleisön merkitys ja näkökulmia yleisömäärään

Susanna Leinonen ja Tero Saarinen kertovat ottavansa mielellään suoraa palautetta vastaan ja kokevat esityksen jälkeiset keskustelut yleisön kanssa mielenkiintoisiksi. Leinoselle yleisöpalaute toimii keinona seurata teosten vastaanottoa:

*Jos ei ikinä kuulis mitään, niin sithän sitä ei yhtään tietäis missä mennään.*

Palautteen merkitys riippuu kuitenkin paljon siitä, kuinka paljon kävijä avaa kokemustaan. Teostulkintojen kuuleminen on Leinoselle erittäin mielenkiintoista.

Maija Mustoselle Zodiakin tanssikursseilla käyvät aktiiviset harrastajat ovat tärkeitä keskustelukumppaneita. Koreografi saa heiltä täsmällistä palautetta teoksistaan ja erityisen arvokasta hänelle taiteilijana on, että monilla kurssilaisilla on jo useamman teoksen perspektiivi taustalla. Omistautuneella katsojakunnalla on Mustoselle energeettinen tuki, joka tuntuu hyvältä.

Elina Pirisen lähtökohtana on, että hän ei halua miellyttää yleisöään. Hänelle on kuitenkin liikuttavaa, kun katsoja on kokenut teoksen ehdotuksen omakseen tai ymmärtänyt sen pimeän huumorin. Erityisesti nuorempana tekijänä hän ajatteli yleisön olevan joko hänen rakastajiaan tai vihollisiaan. Pirinen kertoo suhtautuvansa yleisöönsä flirtillisesti, mutta hän saattaa välillä myös pyrkiä nöyryyttämään katsojiaan. Yleisön käsite vaikuttaa kuitenkin vahvasti motivoivalta tekijältä:

*Sehän kiihottaa tekemään, että joku sitä katsoo.*

Yleisön reaktiot voivat kuitenkin tuottaa yllätyksen ja työryhmän mielestä esimerkiksi leikillinen teko voi saada aikaan vahvan reaktion. Pirjo Yli-Maunula pohtii teosta tehdessään, minkälaisia reaktioita tai provokaatioita hän haluaa katsojissa saada aikaan, mutta vastaanotto voi olla täysin arvaamatonta. Silloin tällöin koreografi joutuu tilanteeseen, jossa esityksen osaa tai elementtiä halutaan muutettavan. Yli-Maunulan mukaan yksittäisissä tapauksissa on pohdittava erikseen, missä rajoissa muutoksia voi tehdä, jos ollenkaan.

Koreografit kiinnittävät huomiota yleisön määrään ja liittävät yleisömäärään merkityksiä. Ylipäätään vaikuttaa siltä, että koreografeille on tärkeää, että mahdollisimman moni näkisi teokset ja että katsomot olisivat täysiä. Jyrki Karttunen täsmentää näkemystään:

*On sillä [yleisöllä] iso merkitys, siinä on muutakin merkitystä kuin sillä et yleisö tulee yleensä sinne missä on yleisöä. Mikään ei oo niin huono arvio esitykselle, kun vajaa katsomo. Näin vanhoillisesti mie sen asian näen.*

Susanna Leinonen huomauttaa yleisön olevan siinäkin mielessä hyvin tärkeä, että teos herää henkiin vasta, kun sillä on yleisö ja joku vastaanottamassa sitä. Työryhmän motivaation ja esiintyjien suorituksen kannalta yleisöllä on merkitystä, Leinosen mukaan tanssijoille suuri sali täynnä katsojia on hienointa, mitä voi olla. Lisäksi lipputuloista riippuvaiselle ryhmälle yleisö on elinehto – mitä enemmän yleisöä on, sitä paremmin ryhmällä menee taloudellisesti.

Tero Saarinen on esiintynyt uransa aikana myös erittäin suurilla näyttämöillä. Hänen voi tulkita saaneen siitä ja menestyksestään kollegoilta negatiivistakin palautetta:

*Siinä ei oo mitään pahaa eikä halpaa, eikä se oo huoraamista, jos on paljon yleisöä.*

Pirjo Yli-Maunula kuvailee pyrkivänsä kääntämään voitoksi tanssin pienet yleisömäärät: hän saattaa yleisön tutkimusmatkalle ja pienen ihmismäärän kanssa suhde esiintyjiin – ja myös toisiinsa – on intiimimpi. Yleisön määrällä pelaaminen on Yli-Maunulalle kiinnostavaa:

*Jos vaikkapa ajatellaan, että on katsomo, jossa on 150 paikkaa, ja niissä istuu 30 henkilöä, niin kaikilla on tietoisuus, että täällä pitäis olla tän verran enemmän, mut meitä on vaan se 30 – mut entäpä jos lähtökohtaisestikaan ei oo kun 30 paikkaa, niin se tilanne on eri.*

## **5.2. YLEISÖSUHDE – TEOSPROSESSIN OIKEA VIRITYS**

Tässä luvussa käsitellään koreografioiden teosprosesseja; yleisön osaa niissä sekä taiteellisen työn vaiheiden ja teoksen sisällön avaamista markkinoinnin, viestinnän ja yleisötyön tarpeisiin. Luku avaa näkökulmia tutkimuskysymykseen ”mikä on yleisön merkitys teosprosessissa?”.

### **5.2.1. Yleisön käsite ja merkitys teosprosessissa**

Yleisön käsite ja esityspaikan oma yleisö voi olla tärkeä tekijä teosprosessin aikana; toisille tekemisen ponttimena tai sisällöllisenä vaikuttimena, joillekin sillä taas ei ollut merkitystä.

Yleisön ajattelu teosprosessissa ei kuulu Tero Saarisen tai Susanna Leinosen työskentelytapoihin. Saarinen pohtii sen johtuvan ammattitaustastaan; hänen Kansallisoopperan baletissa tanssiessaan katsomoissa oli aina paljon yleisöä ja sisäänrakennettuna ajatuksena oli, että balettiesityksiä tehtiin yleisölle. Leinonen kuvailee ainoaksi tavoitteeksi sen, että yleisöä on paljon – kontekstilla eli paikalla, teosta tuottavalla taholla tai sen yleisön rakenteella ei ole merkitystä.

Jyrki Karttuselle sen sijaan esityspaikka ja käsitys sen yleisöstä on keskeinen tekijä teosta suunniteltaessa:

*Mä ite kutsun sitä kontekstin tajuksi. Ja se ei oo millään tavalla pois minun taiteellisesta kunnianhimostani, että en tee samaa teosta Zodiakiin tai Helsingin kaupunginteatteriin. Ymmärrän aina – tai toivon ymmärtäväni – sen kontekstin ja sen yleisön, mille ollaan tekemässä. Eli mitä koen yleisön siihen esitykseen tarvitsevan, ja sitten tuunaan oman taiteellisen näkemykseni sen mukaisesti. Tavallaan tyylin ja kontekstin taju.*

Karttuselle yleisöjen ajattelu on taiteellinen valinta ja yleisösuhteen oikea viritys oleellinen harjoiteltava asia.

Maija Mustosen mukaan hänen taiteilijaidentiteettinsä on liukuva, mutta työskentely Zodiakissa viime vuosien aikana on vaikuttanut hänen profiloitumiseensa tanssin tekijäksi. Hän kokee, että identifioituminen koreografiksi on tullut kollegoiden kautta sekä tilan ja yleisön myötä. Mustonen kertoo aiemmin pohtineensa enemmän yleisöä, mutta viime aikaista kollektiiviyöskentelyään hän kuvaa näin:

*Mä oon ajatellu, et me tehdään just sitä mitä huvittaa, keskenämme.*

Toisaalta Mustonen kuitenkin jatkaa, että esimerkiksi Turussa Kutomolla oleva tietynlainen yleisö vaikuttaa suoraan niihin taiteellisiin ratkaisuihin, mitä siellä tehdään. Hänelle olisi kiinnostavaa ajatella yleisöjä paljon enemmänkin, myös yhteisötaiteellisen koulutuksensa kautta.

Elina Piriselle suhde yleisöön on suora peili. Hän kokee oman yleisösuhteensa muuttuneen selkeämmäksi samalla, kun hän itse on kehittynyt ja suhde omaan itseensä on selkeytynyt. Hän kokee saavansa paljon yleisöstä:

*Mä tykkään ihan hirveesti kujeilusta tai pöpeilystä yleisön kanssa.*

Pirinen kuvailee teosta tehdessään ajattelevansa ihmistä, joka katsoo teosta – mutta ei yleisöä tai kohdeyleisöä. Hänelle tärkeä ajatus teosprosessissa on tehdä taidetta siten, että se kommunikoi hänelle itselleen mahdollisimman hyvin. Sitä kautta hän kokee sen voivan kommunikoida myös yleisölle.

Kommunikaatio on myös sana, jota Pirjo Yli-Maunula käyttää kuvatessaan yleisösuhdetta. Hän pyrkii teosprosessin kuluessa pohtimaan, mitä hän haluaa teoksellaan viestiä, millaisia tunteita tai ajatuksia herättää. Oleellista on, ettei teos viesti jotain aivan muuta, mitä hän on tarkoittanut.

### **5.2.2. Teosprosessin kielellistämisestä**

Jyrki Karttunen ja Pirjo Yli-Maunula vertaavat tanssiteoksen syntyprosessia viestinnän näkökulmasta teatteriin. Teatteria tuotettaessa voidaan aina puhua

valmiista tekstistä, jos näyttämöteoksesta ei vielä pystytä mitään kertomaan. Tanssiteoksesta viestiminen ennen sen ensi-iltaa on vaikeaa. Yli-Maunula huomauttaa sen olevan myös katsojalle haastavaa, koska etukäteen ei voi tietää, mitä tulee saamaan. Hän kuvailee tanssintekijöiden sisäistä ristiriitaa: toisaalta ollaan hyvin tietoisia sanoista eikä haluta viestiä niin, että luvataan teoksen olevan tietynlainen tai määritellä katsojan kokemusta etukäteen. Toisaalta haluttaisiin kuitenkin olla rohkeita ja sanoa teoksesta myös adjektiivien kautta jotain.

Karttunen kokee tällä hetkellä haastavana, mitä teoksesta uskaltaa luvata. Hänen edellinen teoksensa Helsinki Dance Companylle, *Pieniä pääosia* (2016), meni etukäteisviestinnältään sikäli pieleen, että Karttusen piti muuttaa teoksen koko konsepti sen jälkeen, kun kaikki markkinointimateriaalit olivat jo menneet. Markkinoinnissa viitattiin teokseen, jota ei enää ollut. Selkeämpi taiteellinen ennakkosuunnittelu ja asioiden valmistelu aikaisemmassa vaiheessa voisi Karttusen mukaan estää vastaavat tilanteet.

Susanna Leinonen tuo esiin katsojien odotushorisontin virittämisen. Joillekin katsojille on hyvin tärkeää, että teos vastaa ennalta asetettua mielikuvaa. Nykytanssi-käsitteen alla kulkee hyvin erilaista työtä ja estetiikkaa, ja lisäksi tekijät itse ovat pääsääntöisesti hyvin haluttomia nimeämään tai lokeroimaan omaa tekemistään nykytanssin sisällä. Leinonen kuitenkin ehdottaa, että yleisöä ohjeistettaisiin jollain tavoin siitä, mitä he voivat odottaa. Tero Saarinen taas peräänkuuluttaa tanssikentän yhteistyötä yleisöjen tavoittamiseksi. Koska tanssiin lukeutuu niin laaja tekemisen kirjo, yleisöjä tulisi hänen mukaansa kannustaa tutustumaan erilaisiin tekijöihin.

Maija Mustonen kuvailee suhtautuvansa anteeksi antavalla otteella itseensä, sillä kokee taiteen sanoittamisen hyvin vaikeaksi ja kertoo kokevansa myötähäpeää omista teksteistään. Visuaalisena ihmisenä hänelle teoskuvat merkitsevätkin usein enemmän. Mustoselle tekstit ovat kuitenkin tärkeitä yleisösuhteen kokonaisprosessin kannalta. Hän pyrkii olemaan teksteissä riittävän henkilökohtainen, jotta teos saa vapauden mennä omaan suuntaansa. Mustonen kertoo *Divine* -teoksensa (2016) ennakkoteksteissä innostuneensa käyttämään voimasanoja sekä kirjoittamaan muun muassa ylistämisestä ja alistamisesta. Hän myöntää sokaistuneensa omasta kollektiivistaan siten, ettei ymmärtänyt, että

jossain piireissä teksti tulkittaisiin fetisseihin liittyvänä. Teksti ehdittiin muuttaa ennen kuin teos keräsi enemmän epätarkoituksenmukaista yleisösuhdetta.

Elina Pirinen haluaa markkinointimateriaalien olevan oma pikku teoksensa, joka on flirtti teoksen maailmaan. Hän hakee teosesittelyteksteissä jännittävää ja kutsuvaa, taiteellista ennakkomuotoa tulevasta teoksesta. Piriselle teosteksteissä ja markkinointimateriaaleissa piilee vaara, että ne toimivatkin käsikirjoituksena omalle esitykselle. Myös Maija Mustonen ja Susanna Leinonen kertovat olevansa tarkkoja ennakkoteksteistä, etteivät ne sido liikaa prosessia tai katsojan tulkintaa. Leinoselle on tärkeää olla niukkasanainen kertoessaan teoksesta ja omista tarkoituspereistään, sillä hän ei halua kertoa tarinaa.

Moni koreografi laatii teoksen ennakkotekstejä mielellään työryhmän tai jonkun muun luotetun henkilön kanssa yhteistyössä. Oman taiteen sanoittaminen ja kielellistäminen on Elina Piriselle mieluisaa, sillä se avaa koreografillekin sitä, mitä on tekemässä. Hänelle mieluisa työtapana on tuottaa tekstejä yhdessä dramaturgin ja työryhmän kanssa. Myös Tero Saarinen kertoo olevansa valmis puhumaan ja kirjoittamaan teoksistaan etukäteen. Hänelle oman taiteellisen prosessin avaaminen markkinointiviestinnän tarpeisiin mahdollistaa keskittymisen omaan ytimeen ja taiteen tekemiseen.

Pirjo Yli-Maunula on ottanut viime vuosina avuksi kirjoittajan, joka käy säännöllisesti katsomassa harjoituksia ja keskustelemassa prosessista. Yli-Maunula kuvaa kokevansa itse mykkyyttä tavoitellessaan alitajuista ja puhumatonta. Hänelle on helpottavaa, kun ulkopuolisen silmän kautta löytyykin yhtäkkiä viitteitä ja sanoja sille, mitä hän on tekemässä. Tärkeänä viestinnän välineenä Yli-Maunula mainitsee making-of-kuvat, joita otetaan viikoittain harjoituksissa. Hänelle sosiaalisen median kautta jaettavat kuvat tarjoavat mahdollisuuden välittää yleisölle mielikuvia tulevan teoksen tunnelmasta ja visuaalisesta ilmeestä sekä työryhmän työskentelytavoista.

### **5.2.3. Myynti ja markkinointi**

Koreografit vaikuttavat suhtautuvan markkinointiviestintään tarpeellisena ja positiivisena asiana. Elina Pirinen mainitsee ongelmalliseksi taiteellisen prosessin

ja markkinointiviestinnän aikataulujen yhteensovituksen – tästä samasta aiheesta Jyrki Karttusella oli esimerkki edellisessä alaluvussa. Markkinoinnin aikataulu edellyttää usein ennakkotekstejä ja -kuvia siinä vaiheessa, kun koreografi työryhmineen on vasta teosprosessin alkuvaiheessa.

Karttunen toivoo, että kaikki teosviestintä, markkinointi ja yleisötyö olisivat linjassa ja viestisivät samaa asiaa. Hän ajattelee, että huolimatta Helsingin kaupunginteatterin ohjelmalehden yhdenmukaistavasta ja parjatusta ulkomuodosta hänen teoksensa hyötyvät siinä mukana olostsa. Sosiaalinen media on Karttuselle se kanava, jonka kautta teoksesta voi viestiä perinteistä markkinointia persoonallisemmin. Yleisösuhdetta hän virittää mielellään huumorin kautta.

Tero Saarinen korostaa myös taiteellisen prosessin ja markkinoinnin yhteneväisyyttä. Hänelle markkinointihenkilö on osa taiteellista työryhmää, suoran yhteyden kautta varmistetaan oikean tyyppisen tiedon välittäminen ja leviäminen. Saarinen korostaa työryhmän eri ammattitaitojen kunnioittamista ja ymmärtämistä sekä taiteilijan vastuuta avata itseään luottamuksen ja yhteisen näkemyksen synnyttämistä varten. Hänelle ammattilaisten ympäröimänä toimiminen on suojeleva mekanismi:

*...et mä voin pitää sen taiteellisen kurssin suorana ja et mä en lähe räätälöimään tai tekemään asioita, joita mä en osaa.*

Susanna Leinonen kertoo olleensa aina sitä mieltä, että taidetta pitää myydä ja markkinoida, täysi katsomo on hänelle tärkeä. Hän kuitenkin toivoo, että taide puhuu puolestaan – Leinoselle yksityisyydestä kiinni pitäminen on tärkeää. Hän ei halua avata yksityiselämänsä mediassa ja haastattelujen antaminen on hänelle vastenmielistä:

*Mä en oo sinut sen puolen kanssa. Sen takia mä teen tanssitaideita, et mun ei tarvii puhua, mä kerron ne asiat mun kehon kautta.*

Ikävänä markkinointikokemuksena Maija Mustonen mainitsee Zodiakissa aikoinaan tehdyt, videoidut taiteilijahaastattelut, jotka edelleen, vuosien jälkeen tulevat YouTubessa eteen. Muiden haastatteluja on mielenkiintoista katsoa, mutta oman katsominen tuottaa häpeää. Mustonen kertoo karttavansa huomion

keskipisteenä olemista ja pelkäävänsä radio- ja tv-haastatteluja. Pirjo Yli-Maunulalle ikävimpiä ovat kevyet, yleisen tason haastattelut, jotka hänen mielestään ohentavat tai yksinkertaistavat käsillä olevaa asiaa liikaa. Samalla tavoin hänelle ikäviä tilanteita ovat yleisökeskustelut, joissa pitäydytään pinnallisella tasolla. Yli-Maunulalle kiinnostavampaa on esimerkiksi porautua yhteen, spesifiin kysymykseen. Samalla hän kuitenkin mainitsee, että yleisökeskustelussa taiteesta mielenkiintoisesti puhuminen on hankalaa.

#### 5.2.4. Avoimet harjoitukset

Avoimet harjoitukset eli yleisön kutsuminen harjoitustilanteeseen vaikuttaa olevan toisille koreografeille toimiva työmuoto, toisille taas ei. Elina Pirinen kuvailee teoksen tekemistä hauraaksi. Yleisön kommentit avoimissa harjoituksissa tuntuvat raskaalle, sillä hänen tulkintansa mukaan palaute heijastelee usein kommentoijan omia taiteellisia mieltymyksiä. Tässä ajassa Pirinen kokee painetta järjestää avoimia harjoituksia yleisötyön puitteissa. Hän arvelee kuitenkin itse olevansa taiteilija, jolle sopii paremmin avata teos vasta sen valmistuttua. Teoksen valmistuttua Pirinen on valmis keskustelemaan ja vastaanottamaan kommentteja, koska silloin ”hänellä on suojat”. Karttusen mukaan teos saa valmistuttuaan elää elämäänsä, hän ei koe olevansa siitä enää samalla tavalla vastuussa.

Susanna Leinosella harjoitusstudion ovet pysyvät kiinni myös omalle työryhmälle:

*Kukaan ei istu koskaan salissa kattomassa yhtään mitään. Se on vaan tapa, miten me ollaan aina tehty se.*

Jyrki Karttusta avoimet harjoitukset palvelevat molempiin suuntiin: työryhmä pääsee testaamaan ja harjoittelemaan yleisösuhdetta, ja yleisö taas rakastaa katsoa keskeneräisiä asioita.

Pirjo Yli-Maunulaa kiinnostaa teosprosessin pidempikestoinen jakaminen yleisön kanssa kuin pelkästään esityksen ja yleisökeskustelun ajan. Hän haluaisi houkutella katsojia seuraamaan teoksen syntyprosessia, vaikka se vaatiikin paljon aikaa. Yli-Maunula uskoo, että se olisi valtavan palkitsevaa:

*Prosessista jää joku osa siihen näyttämölle, mutta siellä on kuitenkin paljon sellaista, mikä ei päädy sinne näyttämölle asti, jota voisi olla kauheen kiva jakaa.*



Maija Mustonen on myös kiinnostunut avaamaan harjoituksia pidemmältä ajalta, esimerkiksi nimetyille kummikatsojille. Hänelle olisi kiinnostavaa saada samalla palautetta prosessin aikana, vaikka kirjoitetussa muodossa, jos keskustelulle ei järjestyisi aikaa.

### 5.3. TAITEILIJANA YLEISÖTYÖN AJANJAKSOLLA

Tässä luvussa tarkastellaan koreografien yleisösuhteeseen liittämiä tavoitteita sekä ajatuksia nykysuuntauksesta, jossa yleisöt ja yleisötyö ovat monella tavoin huomion keskiössä. Lisäksi selvitetään miten koreografit näkevät taiteensa ja taiteilijuutensa välittyvän yleisölle imagon ja brändäyksen kautta. Tämän luvun myötä tarkastellaan tutkimuskysymystä ”Miten koreografit suhtautuvat yleisötyön kulttuuripoliittisesti kasvaneeseen merkitykseen?”

#### 5.3.1. Yleisötyön käsite ja määritelmä

Yleisötyön käsite vaikuttaa olevan koreografeille tuttu, monelle aktiivisen suunnittelun ja toteuttamisen kautta, toisille hieman etäisempänä.

Elina Pirinen kuvaa yleisön mukanaolon itsestäänselvydeksi, hänelle taide on aina lähtökohtaisesti osa yleisötyön tekemistä. Pirinen kokee, ettei yleisötyön käsite ole hänelle aivan selvä, mutta yleisötyön alle hän lukee tietyille kohdeyleisölle tehtävät teokset sekä teoksen ympärille rakennettavat, yleisöä aktivoivat tilaisuudet.

Susanna Leinonen kertoo ryhmänsä toteuttavan kahta eri yleisötyön muotoa; yhdellä on markkinoinnilliset tavoitteet ja toinen liittyy taiteen sisältöjen avaamiseen.

Yleisötyö sanana on Pirjo Yli-Maunulalle ja Tero Saariselle ongelmallinen. Molemmille se kalskahtaa vanhanaikaiselta, Yli-Maunula kokee sen herättävän mielikuvia haluttomasta yleisöstä ja pakkopullasta, Saarinen aistii käsitteessä asenteellisuutta ja alistaisuutta. Molemmat käsittävät yleisötyön toimintana nykyään olevan vuorovaikutteista ja laajaa, asioita mahdollistavaa. Yli-Maunula

näkee yleisötyön ydinasiaksi yleisön tasavertaisen kohtaamisen; taiteilijan, taiteen ammattilaisten ja yleisön yhteisen pohdinnan ja keskustelun kaikkia kiinnostavan asian äärellä. Hänelle yleisötyö sisältää teoksen viestinnän ja yleisön kiinnostuksen herättämisen lisäksi ymmärryksen tukemisen, teoksen maailman syventymisen ja nähdyn käsittelemisen. Tero Saarinen korostaa yleisötyön ymmärtämisen omaa yleisöä laajempänä toimintakenttänä, tanssin eri todellisuuksiin jalkauttamisena.

Maija Mustoselle yleisötyö on kommunikaatiota taiteilijan tai hänen teoksensa väliltä katsojalle, sisältäen kaiken kursseista, teosesittelyistä ja teoriasta taiteilijatapaamisiin. Jyrki Karttuselle yleisötyö on laaja hämähäkki, jonka keskeisin osa on näyttämöesitys ja sen ympärillä olevat elementit ovat osa laajennettua esitystä. Joskus vuorovaikutus yleisön kanssa jatkuu kauan:

*Parhaimmillaan ne lähtee leikkimään sitä, ja ne leikkii sitä pitkään. Et se on kuin lapsilla, aina palataan siihen Jemina-leikkiin.*

### **5.3.2. Yleisötyökokemukset**

Koreografeilla on laajaa yleisötyökokemusta keskusteluista ja tapaamisista työpajoihin ja opettamiseen sekä monilla myös erillisprojekteihin.

Susanna Leinonen ja Tero Saarinen ovat järjestäneet ryhmiensä kanssa taiteilijatapaamisia esitysten yhteydessä pitkään. Saarinen kertoo ryhmänsä tapaavan yleisöään jokaisen esityksen jälkeen. Molemmat koreografit kertovat keskustelusta kiinnostuneiden ihmisten ja ryhmien lisääntyneen viime vuosina.

Jyrki Karttusen työnkuvaan kuuluu yleisötyön kehittäminen. Yleisökeskustelujen, työpajojen ja avointen harjoitusten lisäksi hän on suunnitellut ja toteuttanut *Sisäpiiriä*, jossa pieni yleisöryhmä seuraa teoksen valmistumisprosessia sekä syventää kokemusta osallistuen työpajoihin ja kirjoittaen kokemuksistaan. Toiminnan tarkoituksena on laajentaa verkostoja sekä myydä lippuja. Lisäksi Helsinki Dance Companyllä on yleisötyön ja esityksen hybridi, *Syrjähyppy*-niminen kulissikierros. Karttusta kiehtoo siinä fantasian ja faktan sekoittuminen.

Vaikka Elina Pirinen ei mielellään järjestä avoimia harjoituksia, hän kertoo olevansa aina valmis avaamaan studion ovet nuorille:

*Ehkä se kertoo itsestä, kun itse on ollut teini ja nähnyt jotain tosi villiä ja mahtavaa, niin se on ollut... Et en ole yksin.*

Myös Susanna Leinosta kiinnostavat nuoret yleistyöprojektin kohteena, hän toteaa tulevaisuuden yleisön tulevan nuorista. Hänen ryhmänsä on järjestänyt monenlaisille eri kohderyhmille työpajoja osana yleistyöprojekteja. Projektit hän kokee mielenkiintoisina, mutta työläinä. Leinonen toteaa ryhmänsä ensisijaisen toiminnan olevan esiintymisen ja kantaesitysten tuottamisen. Hän on huomannut, että omien voimavarojen ja resurssien suhteen tulee olla hyvin tarkka. Tero Saarinen puhuu samassa yhteydessä omasta ja ryhmänsä työajasta, sillä esitystoiminnan ulkopuolinen opetus- ja muu toiminta vaikuttaa organisaation muihin toimintoihin ja on sikäli strategista suunnittelua. Saarisen halukkuuteen tehdä yleistyötä vaikuttaa hänen vahva missionsa tanssietoisuuden levittämisestä. Saarinen haluaisi mahdollistaa tanssin näkemisen ja kokemisen kaikille. Yleistyö-termin sijaan hän niputtaa koko toimintansa yhteen:

*Sitä on tavallaan missionary, lähetysaarnaaja, et tällainen on mahdollista ja tämä on se, mihin minä uskon. Se on paljon luontevampaa, kun yksi otsikko, jonka alla tekee tätä työtä.*

Pirjo Yli-Maunula mainitsee *Svartisen*-yleistyöprojektin, joka toteutettiin Oulussa sosiaali- ja terveystieteiden rahoituksella. Projektin juurena toimi Yli-Maunulan monitaiteinen teos *Svartisen* (2011), jonka elementeistä ja teemoista käsin suunniteltiin sisältö laajaan, eri taiteenaloja ja sosiaalialan organisaatioita yhdistävään projektiin. Projektin tavoitteena oli työskennellä syrjäytymisuhan alla olevien nuorten parissa. Yli-Maunula kontaktoi useita nuorten parissa toimivia organisaatioita ja räätälöi kullekin soveltuvan yleistyöhankkeen, kuten videotyöpajan kuvataiteilijan kanssa ja korutyöpajan teatteriryhmän kanssa. Lisäksi projekti sisälsi taiteilijatapaamisia työryhmän eri jäsenten kanssa sekä *Svartisen*-teoksen katsomisen. Yli-Maunula kuvailee projektia yhtäältä erittäin onnistuneeksi ja palkitsevaksi, mutta toisaalta hirvittävän vaativaksi. Hän kokee, että yksittäisenä taiteilijana, ilman tuottajaa tai yleistyöntekijää, ison yleistyöprojektin vetäminen on liian työlästä.

Kiivas työtahti ja halu keskittyä olennaisimpaan, oman taiteen tekemiseen, kaikkusean koreografin puheessa. Moni tekee taiteellisen työn lisäksi esimerkiksi tuotantotyötä ja viestintää.

Maija Mustoselle yleisötyön tekeminen on hyvin mieluisaa ja hän toivoo, että teoksilla olisi pidempi elinkaari. Yleisötyö voisi tukea teosten elinkaarta ja Mustoselle olisikin mieluisaa keskittyä tulevaisuudessa paremmin yleisötyön kytkemiseen osaksi teosprosessejaan. Hän kuitenkin toteaa, että yleinen kiire on aiheuttanut sen, ettei ole ehtinyt miettimään asiaa kunnolla.

### 5.3.3. Missio tai taiteen tehtävä – harrasta mystiikkaa

Muutamille koreografeille taiteen tekemisessä keskeinen tekijä on oma missio ja toisille oman praktiikan taustalla vaikuttaa ajatus taiteen tehtävästä.

Tero Saarisella on missio; hän haluaa lisätä tanssin yleisömääriä ja tehdä kaikkea, mikä lisää ymmärrystä tanssista ja ihmisten omasta kehollisesta lahjakkuudesta. Hän kuvailee suhdettaan tanssiin:

*Se on syväluotaus johonkin vanhaan, mitä me kannetaan mukamme. Se kantaa mukanaan niin paljon vanhempaa tietoa, jotka on sanomattomia, selittämättömiä, mut voimakkaasti tuntuvia asioita ja niitä haluis välittää ja koskettaa. Vanhaa ekspressiivisyyttä ja sitä rituaalista essenssiä, et jos sinne uskaltaa sukeltaa, on se paljon vanhempaa kuin mikään sana.*

Pohjoisessa asuvana Pirjo Yli-Maunula kokee elävänsä puhumattomuuden kulttuurissa. Hänelle asioiden käsittely tanssin kielellä on helpompaa ja Yli-Maunula kokee pääsevänsä siten syvemmälle:

*...laajentaa ymmärrystä ympäröivästä yhteiskunnasta, itsestäni samaan aikaan, ja ikään kuin päästä johonkin pinnan alaisiin, alitajuisiin kerroksiin, jossa sitten ehkä lymyää meidän syvimät motivaatiotekijät, joita meidän ehkä tietoisessa mielessä on vaikea edes analysoida tai tavoittaa. Et sitten kun lähtee tekemään taidetta, niin saavuttaa jotakin sieltä, vielä syvemmältä kuin tietoisesta ajattelusta. Ja sille matkalle mä haluan katsojan kanssa, katsojankin sysätä. Et yhtäkkiä tulisikin ahaa-elämyksiä itsestä ja inhimillisestä olemisesta.*

Elina Pirinen pohtii itse toimivansa sijaiskehona ja teostensa taas sijaismaailmoina ihmisille, jotka ovat kokeneet samankaltaisia asioita kuin hän.

Maija Mustoselle hienoa taiteen tekemisessä on se, että lopputuloksen kommunikointi on hallitsematonta. Toiselle sama teos voi olla upea kokemus, jolla on suorat vaikutukset omaan elämään ja toiselle vain outo, mutta silti kokemus voi johtaa joihinkin asioihin. Mustoselle taiteen tekeminen on harrasta mystiikkaa ja hänelle oleellista on kuunnella omia sydämen ääniä siinä, mikä on tärkeää. Mustonen kokee myös, että taiteilijuuden pohja on edustaa vapautta ja edelläkävijyyttä:

*...et mihin ihmisevoluutio tänään, tässä aikalaisuudessa voi yltää, niin meillä on vapaus ja vastuu toteuttaa kohdillamme sitä.*

Tanssin mystisyyden ja etäisyyden purkaminen on Jyrki Karttuselle taiteellisen työn perusta. Hän kertoo aina vastustaneensa omassa tekemisessään korkeakulttuurisuutta siinä mielessä, että se on käsittämättömyyttä. Karttuselle oli suuri oivallus jossakin vaiheessa huomata, että puhuva ihminen ei koskaan ole mystinen. Hän pyrkii teoksissaan samastuttavuuteen ja hän kuvaa vuosien varrella menneensä aina kauemmaksi virheettömästä, äännettömästä, abstraktista tanssista.

#### **5.3.4. Taiteilijaimago ja -brändi**

Taiteilijaimago ja -brändi vaikuttavat yleisösuhteen muodostumiseen mielikuvatasolla. Tutkimuksessa halutaan myös tarkastella, millä tavoin koreografit suhtautuvat imagoonsa ja brändiinsä sekä pyrkivätkö he vaikuttamaan mielikuvien muodostumiseen.

Koreografit vaikuttavat olevan hyvin tietoisia viestinnän ja markkinoinnin tärkeydestä sekä viestien vaikutuksesta yleisösuhteen muodostumiseen. Valtaosalle imagoon vaikuttaminen ja brändäys vaikuttavat luonnolliselta osalta työtä, joskin osalle niiden merkitys kapealla nykytanssikentällä tuntuu vähäiseltä. Toisille ne taas toimivat keinona erottautua sekä tehdä omasta taiteellisesta toiminnastaan ja linjastaan helpommin ymmärrettävää.

Elina Pirinen huudahtaa imagosta ja brändistä puhuttaessa, ettei hän ole käyttänyt ajatustakaan sellaiseen. Jyrki Karttunen kertoo, ettei hän suunnittele imagoaan eikä koe, että imago ja brändi olisivat sikäli erillään hänestä. Sen sijaan Karttunen kokee olevansa oma itsensä ja omaavansa tietynlaisen historian ja maineen. Hänen mukaansa tanssin kentän sisäiset arvot – näkemykset siitä, mikä on hyvää – syntyvät pitkälti Tanssin tiedotuskeskuksessa ja Zodiakissa. Karttunen tulkinnan mukaan kollegat arvottavat toistensa tekemistä, mutta hänelle se on tanssin kentän sisäistä brändäystä, jolla ei laajemman yleisön näkökulmasta ole merkitystä. Sen sijaan yleisen julkisuuden Karttunen on huomannut vaikuttavan laajempaan yleisöön.

Susanna Leinonen ajattelee brändinsä rakentuvan teohistoriasta ja viimeistellystä, hiotusta tyylistä. Hän hakee ryhmänsä kaikessa toiminnassa sekä siitä viestinnässä selkeää, viimeisteltyä linjaa ja taiteen ehdoilla toimimista.

Maija Mustonen näkee itsensä väliinputoajaksi sikäli, että hän ei ole koulutuksensa tai työhistoriansa puolesta yksiselitteisesti koreografi, kuvataiteilija tai esitystaiteilija. Mustonen haluaa olla helpommin ymmärrettävä ja onkin siksi pyrkinyt puhumaan ja kommunikoimaan mukavuusrajojensa ulkopuolella, sillä hän haluaa elää taiteen tekemisellä ja saada työskentelyapurahoja. Brändäykseen hän kertoo suhtautuvansa leikkinä:

*Mä en ole helposti brändättävä, koska mulla ei ole sellaista siistiä teossarjaa.*

Tero Saarinen on tietoisesti uransa alusta saakka tehnyt arvovalintoja ja muokannut brändiään siten, ettei ole lähtenyt mukaan mihinkään, mikä ei liity tanssiin. Hän kertoo olleensa sisäsyntyisesti sitä mieltä, että häntä kiinnostaa keskittyä tanssialan kehittymiseen ja itsensä kehittämiseen sen sisällä, ja pysyä erossa esimerkiksi mainoksista ja kaupallisesta televisiosta.

Pirjo Yli-Maunulalle on tärkeää luoda omaa Flow Productions -brändiään ja hän toivoo, että kaikki hänen taiteellinen ja kuratoriaalinen toimintansa Flow'n alla resonoi toisiinsa. Oulun lisäksi Yli-Maunulalle on tärkeää näkyä valtakunnallisesti:

*Mä toimin periferiassa suhteessa pääkaupunkiseutuun, joten oon kokenut kaikki viestinnälliset asiat koko urani ajan hirveen tärkeiksi. Minkälaisia painotuotteita ja*

*viestejä mä lähetän maailmalle tekemisestäni, ne rakentaa tosi paljon sitä mielikuvaa.*

### **5.3.5. Ajatuksia omasta tekemisestä suhteessa tanssin kenttään**

Vaikuttaa siltä, että kaikilla koreografeilla on näkemyksiä ja mielikuvia tanssin kentästä. Monilla suhde näyttäytyy jännitteisenäkin ja oletuksena vaikuttaa olevan, että osa kentästä ei arvosta omaa tekemistä ja taiteellista linjaa.

Susanna Leinonen on kokenut leimaantuneensa jossain vaiheessa ”tanssiliikettä ja fyysistä liikettä tekeväksi fossiiliksi”. Hän toteaa olevansa sitä mieltä, että kaikenlaista tekemistä tarvitaan ja peräänkuuluttaa lokeroimisen vastustamista.

Tero Saarinen näkee tanssin kentällä itseluottamuksen puutetta omaan työskentelyyn ja koko alaan. Hän korostaa työntekoa yleisöjen tavoittamiseksi ja huomauttaa, että jatkuvan informaatio- ja ärsyketulvan keskellä pitää erottua ja tuoda omaa tekemistä esille.

*Meillä on vieläkin sellainen fiilis, että meidät pitää löytää. Meillä on kaksijakoisuus – joko sut pitää löytää tai jos verkostoidut ja markkinoit itseäsi, niin oot huora.*

Maija Mustonen kertoo havainneensa tanssin kentällä paljon ”me ja te” -jaottelua. Hän aistii myös sekä omassa että monien kollegoidensa työskentelyssä ”vähän pakkomielteistä omassa kuplassansa vääntämistä”. Hän uskoo, että kommunikaatio yleisön kanssa olisi taiteilijoille voimaannuttavaa sekä tukisi omien rajojen ja mukavuusalueen ulkopuolella toimimista.

Elina Pirinen on kokenut, että nykyään taiteilijan luomistarvetta käsitellään usein negatiivisena asiana, ja jos taiteilija ajattelee yleisöä teosta tehdessään, hän on vähemmän narsistinen. Pirinen on myös tunnistanut taiteen tekemisessä trendin, jossa pyritään tekemään yleisölle hyvä olo ja tavoitellaan hyvää mieltä. Pirinen pohtii: ”miks mun pitäis, eihän hekään tee mulle”. Hän kokee taiteen tehtäväksi ennemminkin järkyttämisen.

Jyrki Karttunen ei koe oman taitonsa tai taiteensa kärsivän siitä, että hän pohtii yleisöä. Sen sijaan hän kokee turhautumista tanssin kentän hitaaseen muutokseen ja nauttii työskentelystään kentän reunamilla, Helsingin

kaupunginteatterissa. Hänelle isossa koneistossa toimiminen tarjoaa mahdollisuuden toteuttaa rakkauttaan teatteriin ja kehittyä työssään.

Elina Pirinen uskoo teostensa kommunikoivan suurille yleisöille, mutta kokee, että Suomessa aliarvioidaan yleisöjä ja ajatellaan, etteivät yleisöt tule. Toisaalta hän on kriittinen isojen talojen – kuten Helsinkiin rakennettavan Tanssin talon – rakentamisen suhteen ja pelkää, että ne pitävät yllä vanhanaikaista ajattelurakennetta taiteen suhteen.

### **5.3.6. Yleisötyön korostuminen – huolet ja uudet mahdollisuudet**

Yleisöihin ja yleisötyöhön kohdistunut mielenkiinto ja odotukset ovat herättäneet koreografeissa ajatuksia muun muassa taiteen autonomian menetyksestä ja sen arvon välineellistämisestä. Monia pohdituttaa, millä tavoin suuntaus vaikuttaa rahoitukseen ja rahoituksen vastineeksi taiteilijoilta edellytettävään työhön. Positiivisina vaikutuksina nähdään taiteilijoiden vahvistuneet taidot taiteestaan kommunikoimiseen sekä laajentuneet työskentely- ja erikoistumismahdollisuudet.

Elina Pirinen kertoo pohtivansa mielellään tuotantotaloissa työskentelevien ammattilaisten kanssa yleisöjen tavoittamista, mutta samalla häntä huolestuttaa resurssien ohjaaminen yleisötyöhön. Hän kokee taiteen autonomian uhatuksi ja pelkää, että yleisötyöpainotus muokkaa taideorganisaatioita palvelualan suuntaan.

Myös Susanna Leinonen aistii uhkaa taiteen autonomialle. Hän iloitsee siitä, että muutamat yksityiset taidesäätiöt ovat kiinnostuneita itsenäisistä taideprojekteista, joita ei ole tavoitteiltaan ja vaikutuksiltaan kytketty mihinkään taiteen ulkopuolella. Leinonen toivoo, että taiteen rahoituksessa pidetään erillään taidemuodon kehittäminen ja taiteellinen työ sekä taiteen soveltava käyttö. Jyrki Karttusta huolestuttavat tekijöiden motiivit; aito halu yleisötyön tekemiseen saattaa hämärtyä, kun rahoittajat korostavat sen merkitystä.

Tero Saarinen näkee kehityksessä riskin, että taiteen ammattilaiset nähdään terapeutteina ja oletetaan, että se on tanssiammattilaisten päätehtävä. Hän korostaa, että taiteen soveltavassa käytössä vastuun tulee olla tilaavilla laitoksilla ja niissä työskentelevillä ammattilaisilla. Saarinen näkee kehityksessä myös mahdollisuuden tanssin alan ammattilaisille, kunhan työhön saadaan oikeanlainen



koulutus ja siihen suuntautuneilla taiteilijoilla on oikeat lähtökohdat hoiva- tai hoitotyöhön. Hän toivoo, että tanssialan koulutuksessa soveltavan taiteen tekeminen tuotaisiin näkyvämmiin esille. Erikoistuminen taiteenalan sisällä on tulevaisuutta.

Maijan Mustosen mukaan yleisötyön korostuminen on johtanut siihen, että taiteilijat määrittävät tarkemmin oman suhteensa siihen. Mustonen toivoo pystyvänsä vastaisuudessa miettimään tarkemmin, mitä mahdollisuuksia hänen omassa taiteellisessa praktiikassaan on yleisötyön tekemiseen. Pirjo Yli-Maunula on huomannut, että kehitys on vaikuttanut taiteilijoiden ajatteluun. He ovat Yli-Maunulan mukaan tietoisempia kommunikaatiosta ja teosmaailman avaamisesta yleisölle. Mustonen huomaa lisäksi, että viime vuosien aikana tuotetut yleisötyöteokset, joissa on käytetty ei-ammattilaisia teosten esiintyjinä, ovat vaikuttaneet esitysten näköisyyteen ja tuoneet uusia katsojia.

Pirjo Yli-Maunula kuvailee kauttaan Oulun Vuoden taiteilijana vuonna 2011 käänteentekeväenä omassa ajatusmaailmassaan. Kyseinen vuosi ja sen antama mandaatti yhteistyöhön kaupungin kulttuurilaitosten kanssa avasi hänen eteensä mahdollisuuksien kirjon:

*Meillä on loputtomat mahdollisuudet tehdä yhteistyötä erilaisten tahojen kanssa, kun vaan avaa silmät ja näkee, mitä kaikkia mahdollisuuksia on. Jos tekee yhteistyötä, niin kaikilla on siinä vaan voitettavaa ja se ei tarkoita mitään kohtuuttomia satsauksia kenellekään. Se on auttanut mua taiteilijana luomaan selviytymisstrategioita, sen vuoden jälkeen mä oon uskaltanut paljon enemmän tehdä ehdotuksia siitä, mitä mulla ois annettavaa muille organisaatioille Oulussa.*

Yli-Maunulalle yleisötyössä on kyse näkökulmasta, mitä tarjottavaa ja kytköksiä omalla taiteella on, ilman rajoittavia ajatuksia siitä, kenelle se on tarkoitettu. Hänelle yleisö- ja yhteistyössä kyse on pohjimmillaan kommunikaatiosta ja sen hyvää generoivasta vaikutuksesta.

## 6. AINEISTON YHTEENVETOA

---

Tutkimukseni tavoite oli selvittää nykytanssikoreografien yleisöön liittämistä merkityksiä sekä ajatuksia yleisötyöstä ja yleisösuhteen muodostumisesta. Aineistosta vetämäni johtopäätökset eivät ole yleistettävissä koko nykytanssin kenttään, vaan ne edustavat muutaman koreografian näkemyksiä, joiden voi olettaa antavan suuntaa ainakin osaan ammattikentän asenteista ja käsityksistä.

Useilla koreografeilla vaikuttaa olevan laaja ja kokonaisvaltainen käsitys yleisötyön kentästä. Erityisesti Tero Saarinen ja Pirjo Yli-Maunula ulottivat käsitteen projektien ja välittömän teosyleisön ulkopuolelle. Yli-Maunula nostaa tasa-arvon keskeiseksi yleisötyön arvoksi:

*...yhteinen nuotiotuli, jonka ääressä me istutaan ja pohditaan asioita. Miten niistä tilanteista saattaa tulla semmoisia, et ei oo olemassa ylhäällä olevat taiteilijat, jotka tekee jotain mystisiä asioita, joita yrittää sitten pappeina sieltä avata yleisölle, että tätä me tarkoitamme, vaan että siitä yhtäkkiä syntyy tilanne, että me ollaan kaikki siinä samassa ringissä ja pohditaan niitä samoja asioita. Kukaan ei oo siinä sen asiantuntevampi kuin toinen, vaan että siinä ollaan vähän eri näkökulmista kattomassa niitä samoja juttuja.*

Kaikki kuusi koreografihaastattelua osoittavat, että yleisö ja siihen luotu suhde on taiteilijalle tärkeä. Merkitykset ja rooli vaihtelivat paljon koreografien kesken, kuten tutkimusasetelmassani ennakoinkin. Suoraa yhteyttä ei kuitenkaan voi vetää esimerkiksi koulutustaustan tai nykyisen aseman ja yleisösuhteen välille.

### 6.1. KOREOGRAFIEN YLEISÖKÄSITYKSET

*Turvallisuushakuiset ihmiset eivät helposti hakeudu tanssin pariin, vaan siinä pitää olla kykyä myöskin kestää pettymyksiä ja yrittää uudestaan ja hakea, mistä tekijöistä pitää ja ehkä joitakin alkaa seurata enemmän kuin toisia. Mutta että ymmärtää se, kuinka laajan ja moniulotteisen kentän kanssa on tekemisissä. Siellä on niin monenlaista, että jos ei yhdestä pidä, niin toiseen voi täysin rakastua.*

**Pirjo Yli-Maunula, 2016**

Ensimmäinen tutkimuskysymykseni oli: millaisia käsityksiä nykykoreografeilla on yleisöstään? Koreografeilla on pääasiassa silmämääräisiin havaintoihin perustuvaa tietoa yleisöstään – kuten tanssikentällä yleensäkin. Koreografit vaikuttavat huomioivan yleisöään analyttisesti, joko markkinointitutkimuksen omaisesti sukupuolen, iän ja muiden helposti havaittavien ominaisuuksien mukaan tai sitten henkilöperusteisesti. Markkinointitutkimustermein yleisöstä puhuvat erityisesti Jyrki Karttunen, Susanna Leinonen, Tero Saarinen ja Pirjo Yli-Maunula, joiden työ sisältää myös strategista suunnittelua ja organisaation kehittämistä. Organisaatiossa työskentely jonkinlaisine tulospaineineen todennäköisesti kannustaa pitkäjänteiseen yleisösuhteen suunnittelutyöhön. Freelance-koreografeilla ei yleensä ole suoria lipputulo- tai katsojatilastotavoitteita, vaan yleisöihin liittyvän riskin kantaa esittävä teatteri.

Osa koreografeista on kiinnittänyt huomiota pääkaupunkiseudun teattereiden rajautuneisiin yleisöihin. Heille teattereiden yleisöpohjat näyttäytyvät paikkauskollisina ja tietystä teatterissa luotu yleisöpohja ei välttämättä tarkoita, että katsojat seuraisivat tekijää toiseen teatteriin. Toisaalta taas kaikki oman brändin alla tehty toiminta vaikuttaa kävijöihin, kuten Pirjo Yli-Maunula kuvaa Flow-sirkussarjansa vaikutusta omien teostensa yleisöpohjaan. Oletettavasti saman tyyppiseen ajatukseen perustuu myös Tero Saarinen Companyn Helsinkiin tuottamien ulkomaisten tanssiryhmien vierailuesitykset.

Tietääkseni pääkaupunkiseudun eri teattereiden yleisöpohjia ei ole tutkittu ristiin vertaillen festivaalitutkimuksia lukuun ottamatta, mutta toisaalta monet yleisötutkimukset toteavat yhdellä taiteenalalla aktiivisen kävijän seuraavan runsaasti myös muuta taide- ja kulttuuritarjontaa. Viimeaikaiset Tero Saarinen Companyn ja Zodiakin yleisötutkimukset (molemmat vuodelta 2015) tosin viittaavat siihen suuntaan, että nykytanssiyleisö on hyvin valikoitunutta. Molempien tutkimusten mukaan aktiivisuus tietyn järjestäjän tanssiesityksissä ei tarkoittanut välttämättä aktiivisuutta toisessa, vaan aktiivisuus näkyi ennemminkin toisten taiteenalojen parissa. Ehkä voi ajatella, että osalla taideyleisöstä on tarkka maku, jonka kautta itselle mielenkiintoiset tekijät siivilöityvät taiteenlajista riippumatta. Toisaalta osa voi toimia Susanna Leinosen olettamalla tavalla: ”mennään katsomaan, mitä talo tarjoaa, ei välttämättä valita ohjelmaa”.

Haastattelujen perusteella erityisenä yleisöryhmänä esiin nousee myös kollegayleisö, johon taiteilijat vaikuttavat liittävän jännitteisiä käsityksiä tai oletuksia. Jyrki Karttunen jopa kuvailee hengittäneensä keikoilla toisella tavalla, kun ei tarvinnut välittää kollegoista. Toinen erikseen mainittu ryhmä ovat vakiokävijät, joihin saattaa olla muodostunut henkilökohtainenkin suhde. Tätä ryhmää taiteilija voi käyttää vastaanoton mittapuuna; palautteen kautta taiteilija saa kuulla ”missä mennään”, kuten Susanna Leinonen haastattelussaan totesi. Maija Mustonen taas mainitsi, että hän on saanut vakiokävijöiltä ”ihan menen tullen eniten” palautetta teoksistaan.

Koreografit kokevat yleisön ylipäättään merkitykselliseksi ja positiivinen yleisöpalautte liikuttaa, tuntuu ihmeelliseltä, hienolta ja upealta. Käytännössä palautte on usein pintapuolisia kiitoksia ja koreografit vaikuttavat kaipaavan pohdittua ja tarkkaa palautetta työstään. Palautteen kautta taiteilijat voivat seurata, millä tavoin oma työ resonoi yleisössä sekä saada Maija Mustosen mainitsemaa energieettistä tukea omalle tekemiselle.

Kaikki haastatellut koreografit suhtautuvat taiteilijatapaamisiin ja yleisökeskusteluihin positiivisesti. Niiden voi tulkita toimivan myös tilaisuuksina, joissa taiteilijat saavat tietoa yleisöistään, niiden rakenteesta ja mielenkiinnon kohteista. Tero Saarinen kertoo, että hänelle on henkilökohtaisesti mielenkiintoista keskustella yleisön kanssa ja hän on tehnyt sitä esitysten jälkeen jo kaksikymmentä vuotta. Monelle koreografille omasta työstä puhuminen esityksen jälkeisessä kontekstissa vaikuttaa erityisen mieluisalta yleisötyömuodolta.

Aineiston perusteella voi siis todeta, että koreografeille on yleensä mieluisaa ja kiinnostavaa tavata yleisöä – erityisesti valmiin teoksen puitteissa. Yleisötyötä suunniteltaessa voi pohtia uudenlaisia kiireettömiä kohtaamispaikkoja ja -tilanteita, joissa taiteilijat ja katsojat pystyvät keskustelemaan teosten sisällöistä ja taiteellisista prosesseista.

Teräs & Teräsvirran (2013, 17) mukaan yhtä tärkeää kuin kohdeyleisöjen pohdinta ja kävijäryhmien aktivoiminen on yleisösuhteen ymmärtäminen kaksisuuntaisena prosessina. Yleisö ei ole vain kohde, vaan myös aktiivinen toimija. Yleisölle

voidaan myös tarjota erilaisia kanavia kohdata taiteilijoita ja ehdottaa uuden tyyppisiä kohtaamisen ja kommunikaation muotoja.

Kotimaassa yhteistyö eri taiteenalojen organisaatioiden välillä yleisötyön puitteissa on vielä vähäistä. Jos ajatellaan, että osa yleisöstä tekee seurattavista taiteilijoista esteettisiä valintoja yli taiteenalojen, yleisötyössä voisi kokeilla monitaiteisia taiteilijatapaamisia eri alojen taiteilijoiden kesken. Koreografi voisi vaikkapa valita itselleen taiteellisesti resonoivan keskusteluparin esimerkiksi kuvataiteen kentältä ja yleisölle tarjottaisiin yhteislippu näyttelyyn ja esitykseen sekä mahdollisuus taiteilijoiden tapaamiseen. Tämän kaltaisilla kevyillä yleisötyömuodoilla esiteltäisiin yleisölle kenties uusia, kiinnostavia taiteilijoita ja taiteenaloja sekä tuotaisiin uusia kävijöitä ja lisättäisiin yleisömääriä taideorganisaatioille.

## 6.2. AVOIN TAI SULKEUTUNUT TYÖTAPA

*Teoshan on olemassa vasta sitten, kun sillä on yleisö.*

**Susanna Leinonen**, 2016

Toinen tutkimuskysymykseni oli: mikä on yleisön merkitys teosprosessissa? Aineistosta käsin voi sanoa, että koreografit painottavat enemmän joko teosta tai taiteellista prosessia. Nimeän tässä nämä painotukset avoimeksi ja sulkeutuneeksi työtavaksi. Avoin työtapa korostaa prosessia ja kutsuu dialogiin, sulkeutunut työtapa taas korostaa lopputulosta, teosta, sekä taiteilijan omaa, keskittynyttä työskentelytapaa.

Vaikuttaa siltä, että sulkeutuneella tavalla työskenteleville koreografeille yleisöllä ei ole mainittavaa roolia teosta tehtäessä, kun taas avoimesti työskentelevillä koreografeilla yleisölle tai sen käsitteelle on teosprosessissa rooli. Työtavan avoimuus voi painottua enemmän työryhmään ja yhteistyökumppaneihin tai yleisöön.

Jako näiden työskentelytapojen välillä ei välttämättä ole pysyvä, se voi vaihdella koreografin teosten välillä. Koreografeja ei voi myöskään yksiselitteisesti laittaa yhteen lokeroon, vaan käsitän painotuksen enemmän janaksi, jolla yksittäinen taiteilija urallaan liikkuu.

Haastattelujen perusteella Tero Saarinen ja Susanna Leinonen vaikuttavat työskentelevän pääasiassa sulkeutuneesti. Yleisöllä ei ole roolia heidän teosprosesseissaan, vaan molemmat kertovat etteivät ajattele yleisöä tehdessään uutta teosta. Molemmat kuitenkin mainitsevat työryhmän ja uskottujen kumppaneiden merkityksestä taiteellisessa prosessissa, mikä kertoo yhtäältä taiteellisesta dialogista sekä toisaalta tanssiteosten tuotannosta, joka edellyttää useiden eri alojen ammattilaisten työpanosta.

Tulkitsen Elina Pirisen työskentelytavan sijoittuvan avoimen ja sulkeutuneen orientaation välille. Hänen työskentelytapansa lähtökohta on tehdä teosta yksityisestä yleiseen eli niin, että se on Piriselle itselleen merkityksellinen ja kommunikatiivinen. Hänelle avoimet harjoitukset eivät ole mieleinen työmuoto, vaan hän kokee teosprosessin hauraaksi ja siihen liittyvän ulkopuolisen kommentoinnin ongelmalliseksi. Pirinen kuvailee ajattelevansa teosta katsovaa ihmistä ihmislajin edustajana, mutta ei yleisöä sinänsä. Hän määrittelee omaa työtään taiteilijana:

*...se jännä juttu, että miten tehdä teos joka ei oo ylimielinen ja joka ei käännä selkäänsä katsojille, jos lähtökohtana ei ole ollut miettiä katsojaa. Ja mä ajattelen et tämä on se mun työ taiteilijana, tehdä se, avata tuo vääntö sillä teoksella ja niillä materiaaleilla mitä siinä teoksessa on.*

Maija Mustonen vaikuttaa työskentelevän pääasiassa avoimesti. Hänen työskentelytapansa on kollektiivinen, työryhmän sisällä käydään paljon keskustelua ja neuvottelua sekä annetaan palautetta. Elina Pirinen kertoo myös kaikkien työryhmän jäsenten ehdottavan ja tuovan sisältöä teokseen, mutta Pirinen on teosprosessissa johtaja. Mustosen työskentelytapa poikkeaa sikäli tästä, että kollektiivisesti työskenneltäessä työryhmässä ei ole yhtä johtajaa. Lisäksi hän kertoo myös teoskontekstin ja tulevan yleisön kuitenkin vaikuttavan ratkaisuihin, konteksti taas ei vaikuta Piriselle erityisen keskeiselle. Mustonen kertoo, ettei ole viime aikaisissa töissään erityisesti ajatellut yleisöään, mutta tulevaisuudessa se olisi hänelle kiinnostavaa.

Maija Mustonen, Pirjo Yli-Maunula ja Jyrki Karttunen mainitsevat avoimet harjoitukset ja yleisön palautteen merkityksen teosprosessissa. Mustonen ja Yli-Maunula nostavat esille toiveenaan tulevaisuuden yleisötyömuodosta

pidempikestoisen yhteisen prosessin pienen katsojajoukon kanssa. Karttunen mainitsee esimerkkinä Helsinki Dance Companyssä toimivan Sisäpiirin, joka on vastaavanlainen, pienelle ryhmälle suunnattu yleisötyömuoto, jossa kävijät seuraavat prosessia pidemmän aikaa ja antavat kokemuksistaan palautetta.

Pirjo Yli-Maunula kuvailee itseään prosessorientoituneeksi taiteilijaksi ja hänelle teosprosessin avaaminen esimerkiksi sosiaalisen median kautta on luonteva työmuoto. Jyrki Karttuselle yleisöllä on keskeinen rooli sekä teosta suunniteltaessa että harjoituksissa. Hänelle viikoittaiset avoimet harjoitukset ovat hyvä tapa harjoitella teoksen yleisösuhdetta. Tässä suhteessa hän kokee poikkeavansa kollegoistaan:

*Mie oon ehkä siinä mielessä aika yksinäinen tanssintekijä, et mie luulen, et kovin monet muut koreografit ei mieti asiaa näin paljoo.*

Aineistosta voi vetää johtopäätöksen, että yleisön merkitys teosprosessissa vaihtelee taiteilijasta ja teoksesta toiseen. Teosta painottavat, sulkeutuneesti työskentelevät koreografit tekevät teoksensa kuitenkin yleisölle, eli käsitteellisellä tasolla yleisö on merkityksellinen myös heille. Koreografi voi myös haluta kokeilla uransa varrella erilaisia työtapoja. Vaikuttaa kuitenkin siltä, että taiteilijalla on joko avoimempi tai sulkeutuneempi työtapa, jonka ansiosta teosprosessi joko antautuu helpommin avoimeen muotoon mahdollistaen yleisön osallistumisen ja monen tyyppisen yleisötyön jo teosprosessin aikana, tai sitten yleisötyö on toimivampaa suunnitella toteutettavaksi vasta valmiin teoksen parissa. Tämä on keskeinen asia keskustella taiteilijan kanssa varhaisessa vaiheessa, ennen yleisötyö- ja tuotantosuunnitelmien käynnistämistä.

### 6.3. YLEISÖTYÖN KASVANEESTA MERKITYKSESTÄ

*Parhaimmillaan se lisää ymmärrystä tanssitaiteesta ja tanssin mahdollisuuksista, lisää ihmisen hyvää oloa itsestään ja toisistaan ja sitä kautta sitä isoo suvaitsevaisuutta.*

**Tero Saarinen, 2016**

Kolmas tutkimuskysymykseni oli: miten koreografit suhtautuvat yleisötyön kulttuuripoliittisesti kasvaneeseen merkitykseen?

Viime vuosina yleisötyöhön ja taiteen sosiaalisiin vaikutuksiin kohdistunut mielenkiinto herättää koreografeissa monenlaisia ajatuksia. Yhtäältä kehityssuuntaus nähdään positiivisena; monipuolinen vuorovaikutus yleisön kanssa ja avartunut työkenttä kiinnostavat. Toisaalta ”pakko” yleisötyön tekemiseen ja rahoituksen vaarantuminen huolestuttaa, samoin kuin pelko taiteen autonomian suitsimisesta.

Elina Pirinen kokee painetta yleisötyön tekemiseen:

*Mulla on heränny kriittinen suhde tätä yleisötyön tekemistä kohtaan, että taiteilijat osallistuu siihen. Se on tosi problemaattinen koska se on sitä mitä meidän pitäis just nyt tehdä.*

Moni haastatelluista koreografeista puhuu liiallisesta työtaakasta ja kiireen tunnusta. He haluavat priorisoida työtehtäviään ja keskittyä olennaisimpaan, mikä vaikuttaa kaikilla olevan omaan taiteelliseen työhön keskittyminen. Susanna Leinosen mukaan esitystoiminnan ulkopuolinen tekeminen on kiinnostavaa oheistoimintaa, mutta pienillä resursseilla toimiminen pakottaa miettimään tarkkaan, mihin voimavaroja voi venyttää. Maija Mustonen näkee saman asian oman työn suunnittelun näkökulmasta; hän pohtisi mielellään erilaisia mahdollisuuksia avata työskentelyään ja toteuttaa yleisötyötä, mutta kiireinen työtahti ei ole antanut siihen vielä tilaa.

Vaikuttaa siltä, että koreografeja kiinnostaa ensisijaisesti suoraan omaan esitystoimintaan kytkeytyvä yleisötyö, mutta ei niinkään suurimuotoisemmat erillisprojektit. Teoksiin teemallisesti liittyneiden kurssien ohjaaminen vaikuttaa



tukeneen monin tavoin Maija Mustosen taiteellista työtä. Jyrki Karttuselle ja Pirjo Yli-Maunulalle teosprosessin jakaminen yleisön kanssa on mielekäs työtapa. Sen sijaan isompia projekteja vetäneet Pirjo Yli-Maunula ja Susanna Leinonen toteavat hankkeet hyvin työläiksi.

Aineiston perusteella voi sanoa, että koreografit tunnistavat yleisötyön kasvaneen merkityksen ja he ovat omalla kohdallaan analysoineet, mitä se tarkoittaa. Kukin heistä on poiminut itselleen toimivia tapoja sekä huomannut, millainen yleisötyö ei ensisijaisesti itselle toimi. Koreografit vaikuttavat suhtautuvan yleisötyöhön ja sen avaamiin mahdollisuuksiin uteliaasti, mutta myös realistisella varauksella.

Tero Saarinen nostaa esille tanssitaiteilijoiden mahdollisuuden laajentaa työnsä sosiaali- ja terveystieteille yleisötyön avaamien mahdollisuuksien kautta. Tätä varten Saarinen peräänkuuluttaa koulutusta ja tekijöiden henkilökohtaista arvopohjan tutkintaa, hoivatyöhön ei pidä lähteä väärin perustein. Taiteilijoiden mielenkiinnon lähtökohdat yleisötyötä kohtaan pohdituttavat myös Jyrki Karttusta ”nyt kun siitä on tehty porkkana”. Toisaalta Elina Pirinen ja Pirjo Yli-Maunula eivät usko, että taiteilijat muokkaavat taidettaan sen mukaan, että saisivat rahoitusta.

Koreografioiden keskeisin huoli yleisötyöhön kohdistuvasta kulttuuripoliittisesta mielenkiinnosta vaikuttaa liittyvän rahoitukseen. Muutamat nostivat haastattelussa esille epätietoisuuden rahoituskriteeristön ja -mittariston kehityksestä ja sen mahdollisista vaikutuksista tanssikentän toimintaan. Toisaalta taideorganisaatioiden yleisötyöhön kohdentamat resurssit herättivät myös epäilyjä taiteen autonomian suitsimisesta ja liiallisesta yleisöpainotuksesta. Elina Pirinen pohtii, johtaako suuntaus muutokseen kohti palvelualan organisaatiota.

Aineistosta käsin vaikuttaa silti siltä, että koreografioiden asenne yleisötyön kasvanutta merkitystä kohtaan on positiivinen. Taiteilijat haluavat päästä vuorovaikutukseen yleisönsä kanssa sekä laajentaa oman taiteensa vaikutuspiiriä. Yleisötyöhön kohdistunut mielenkiinto tukee Maija Mustosen ja Pirjo Yli-Maunulan mukaan koreografioiden kehitystä omassa ammatissaan siten, että he oppivat kommunikoimaan taiteestaan paremmin. Lisäksi yleisötyön ja lisääntyvän

monialaisen yhteistyön voi tulkita lisäävän taiteilijoiden työllistymis- ja ansaintamahdollisuuksia.

Teräs ja Teräsvirta (2013, 32) toteavatkin, että kekseliäät kumppanuudet vahvistavat ja laajentavat tekijöiden toimintamahdollisuuksia niukkenevista resursseista huolimatta. Ennakkoluuloton yhteistyö eri alan toimijoiden kanssa tarjoaa uusia mahdollisuuksia ja toiminta-alueita.

Käytännössä koreografien mielenkiintoa ja kokemusta kannattaa pyrkiä hyödyntämään taidealan organisaatioissa jo toiminnan suunnittelun asteella. Heillä vaikuttaa olevan vilpitön halu kommunikaatioon ja yleisöpohjan laajentamiseen, mutta suunnittelu- ja yleisötyön on tapahduttava taiteellisen prosessin kannalta sopivaan aikaan. Taiteellisen prosessin ollessa intensiivisimmillään, taiteilija haluaa priorisoida teokseen keskittymisen.

## 7. LOPUKSI

---

Kotimaisella ja kansainvälisellä taiteen kentällä mielenkiinto yleisöihin ja yleisötyöhön on kasvanut viime vuosien aikana. Tieteellistä tutkimusta yleisötyöstä ja sen vaikuttavuudesta on hyvin vähän, tanssin alalla vielä vähemmän, joten aihetta on syytä vastaisuudessa tarkastella monenlaisista näkökulmista. Tämä tutkimus on keskustelunavaus sekä taiteilijoiden, taideorganisaatioiden että koko nykytanssikentän suuntaan.

Tutkimus tuo uutta tietoa nykytanssikoreografien yleisöön, yleisösuhteeseen ja yleisötyöhön liittyvistä ajatuksista ja käsityksistä. Koska kyse on uudenlaisesta näkökulmasta yleisötyön ja esittävän taiteen markkinoinnin tutkimuksen aloilla, työ lisää ymmärrystä taiteilijoiden asenteita ja työskentelyä kohtaan.

## 7.1. TUTKIMUKSEN TARKASTELUA

Tutkimuksellani oli kahtalaiset tavoitteet: tarkastella yleisötyön kehityskaarta ja pohtia kotimaisen nykytanssin suhdetta tuohon kehitykseen sekä tarkastella tapauskohtaisesti nykytanssikoreografien yleisösuhdetta.

Tässä tutkimuksessa keskityttiin koreografeihin, joiden työ sijoittuu ja kontekstoituu näyttämöille. Olisi mielenkiintoista vertailla aineistoa vastauksiin koreografeilta, jotka tekevät soveltavaa taidetta tai vaikkapa teoksia ei-ammattilaisten kanssa.

Aineistonkeruumenetelmänä yksilöhaastattelu oli onnistunut valinta. Haastatteluissa pääsin suoraan käsiksi taiteilijoiden ajatuksiin ja haastattelun aikana oli mahdollista tarkentaa kysymyksiä sekä selittää, mitä tarkoitan. Käsitteiden vakiintumattomuus näyttäytyi haastattelutilanteissa. Toisaalta kokemattomuuteni tutkimushaastattelijana näyttäytyi analyysivaiheessa. Huomasin kaipaavani syvempiä ja perusteellisempia vastauksia – en siis osannut aina esittää tarkentavia kysymyksiä oikeaan aikaan.

Omaa rooliani ja läsnäoloani haastattelutilanteissa on vaikea arvioida. Erityisesti ensimmäistä haastattelua litteroidessani huomasin puhuvani suhteellisen paljon ja esittäväni kysymykset hyvin monisanaisesti. Koska litteroin haastattelut hyvin pian ne tehtyäni, pystyin vaikuttamaan rutiiniini muiden haastattelujen parissa. Mielestäni annoin haastateltaville tilaa ja aikaa vastata kysymyksiin, enkä tarjonnut valmiita vastauksia. Tulkintani mukaan haastateltavat puhuivat vapaasti, ilman että läsnäoloni olisi estänyt heitä esittämästä ajatuksiaan.

Puolistrukturoitu menetelmä mahdollisti haastattelujen orgaanisen liikkumisen haastateltavien assosiaatioiden mukaisesti. Kuten luvussa 4.2. mainitsin, taustoittavia kysymyksiä oli suhteellisen paljon verrattuna haastattelun teemaan. Toisaalta juuri taustoittavat kysymykset toivat esiin koreografien taidenäkemyksiä, minkä ansiosta huomasin, että tutkimuksen olisi voinut perustaa modernin ja postmodernin teorioille.

Aineistolähtöisyys oli mielestäni toimiva analyysitapa, sillä yleisötyön perustutkimuksen puuttuessa en osannut arvioida, millaisia asioita

tutkimuksessani nousisi esiin. Toisaalta jo aineistoa kerätessä kävi ilmi, että analyysiä olisi voinut tehdä estetiikan ja taiteenfilosofian näkökulmasta. Nyt analysoin koreografien yleisölle antamia merkityksiä avoimen ja sulkeutuneen työtavan mukaisesti.

Aineiston kautta kävi ilmi, että analyysin olisi voinut perustaa modernistiselle ja dialogiselle tai relationaaliselle taidenäkemykselle. Modernilla taiteilijäkäsityksellä tarkoitan alun perin Immanuel Kantin kehittämää ajatusta taiteilijasta erityispersoonana, yksinäisenä nerona, joka luo taidetta sisäsyntyisen prosessin kautta (Carey 2005, 7-8; Kester 2011, 3; Novitz 2001, 163). Grant Kesterin (2004, 110) mukaan näkemyksen keskiössä on itsenäinen taiteilija, joka ilmaisuvoimallaan kohottaa tavanomaisen, primitiivisen tai rappioituneen suureksi taiteeksi. Moderniin taidekäsitykseen liittyy käsitys autonomisesta taiteesta, joka perustuu omaan, sisäiseen logiikkaansa (Kukkonen 2014, 24).

Dialogisella tai relationaalisella taiteilijäkäsityksellä viitataan teoriaan taiteesta kulttuurisesti ja sosiaalisesti juurtuneena ilmiönä, joka on sosiaalisen vuorovaikutuksen tulos (Boorsma 2006, 75). Tämä taidekäsitys liittyy postmodernistiseen näkemykseen taiteen prosessinomaisuudesta, avoimesta muodosta ja läheisyydestä arkielämään (Kukkonen 2014, 25; Novitz 2001, 164). Grant Kesterin kehittämän dialogisen estetiikan ytimessä on taiteilija, joka on avoin ja kuunteleva sekä halukas hyväksymään oman riippuvuussuhteensa ja haavoittuvaisuutensa suhteessa yhteistyökumppaneihinsa tai katsojiinsa (2004, 110).

Aineiston perusteella voi sanoa, että nykytanssikentältä löytyy molempiin suuntiin kallellaan olevia taidenäkemyksiä. Taidenäkemyksen voi tulkita vaikuttavan sekä yleisösuhteeseen että yleisön rooliin teosprosessissa. Taiteilijoiden sekä taideorganisaatioiden tavoittelemaa yleisösuhdetta voisi siis tutkia modernin ja dialogisen taidekäsityksen näkökulmasta, tai tarkastella nykytanssin tuotantoa ja yleisösuhdetta verkoston ja monisyisen riippuvuussuhteen näkökulmasta, kuten nykytaiteen tuotantoa ovat kuvanneet esimerkiksi Boris Groys ja Axel Bruns (Kaitavuori 2015).

## 7.2. JOHTOPÄÄTÖKSIÄ

*... vaihtoehto on vähentää teatterin yleisömäärään liittyviä tulostavoitteita ja tehdä sen sijaan yleisötyöstä yksi tulostavoite.*

**Maarit Pyökäri** (Torkko 2010, 17).

Yleisötyö vaikuttaa juurtuneen kotimaiselle nykytanssikentälle. Monipuolisten yleisötyöhankkeiden ja tanssitoimijoiden vakiintuneen yleisötyön lisäksi taiteilijat tunnistavat yleisötyön eri muotoja ja kaikki haastatellut koreografit ovat osallistuneet yleisötyön tekemiseen.

Käsitteiden vakiintumattomuus ja kömpelöt termit vaikeuttavat yleisötyön käsittelyä tutkimusmenetelmin. Yleisötyö sisältää valtavan määrän eri tyyppisiä asioita: sen avulla rikastetaan kävijöiden kokemuksia, syvennetään ymmärrystä taiteesta ja laajennetaan yleisöpohjaa. Yleisötyössä huomioidaan erilaisia kävijäryhmiä ja pyritään mahdollistamaan taiteen kokeminen liikkumistavasta, havainnoinnista, ymmärtämisestä tai elämäntilanteesta riippumatta. Yleisötyössä tarjotaan mahdollisuuksia osallistua kullekin henkilölle ominaisella tavalla sekä viestimään ja tarjoamaan tietoa. Samalla yleisötyö edistää ja parantaa taideorganisaation taloudellisia edellytyksiä toimia. Se liikkuu koulutuksellisten, sosiaalisten, taiteellisten ja taloudellisten tavoitteiden ja keinojen piirissä. Yleisötyössä huomioidaan saavutettavuuden ja osallisuuden sekä markkinoinnin ja myynnin näkökulmia. Lisäksi taiteen hyvinvointivaikutukset konkretisoituvat usein osallistujien kokemuksissa. Yleisötyöstä puhuttaessa ja erityisesti sitä kytkettäessä taideorganisaatioiden toiminnan suunnitteluun ja arviointiin, olisi siihen liittyvä käsitteistö määriteltävä ja vakiinnutettava käyttöön.

Useampikin koreografeista liittää yleisötyön osaksi keskustelua taiteen hyvinvointivaikutuksista sekä sosiaali- ja terveysalaan kytketystä taiteellisesta toiminnasta. Vaikuttaa siltä, että taiteilijat näkevät mahdollisena, että kulttuuripoliittinen ohjaus suuntaisi taiteellista toimintaa enemmänkin myös taidealan ulkopuolelle. Taideorganisaatioissa kehitys merkitsisi mahdollisesti muutoksia painopisteisiin ja osaan toiminnasta, kun taas yksittäiselle taiteentekijälle vaikutus olisi paljon radikaalimpi – jos praktiikkaan ei sen tyyppinen työ aiemmin ole kuulunut.

Koreografeilla voi sanoa olevan vaihteleva käsitys yleisötyöstä. Yhdelle se on orgaaninen osa toimintaa, toisille yleisötyön eri muodot ja niiden kehittäminen ovat hyvinkin tuttuja ja joillekin etäisempi, vain yksittäisistä elementeistä tuttu alue. Koreografeille yleisön ajattelu ja yleisösuhte ovat jollakin tavoin osa teoksen tuotantoprosessia, joko kiinteästi pitkin matkaa tai mielikuvana ensi-illassa – tai jotain siltä väliltä.

Hayesin ja Slaterin (2002) esittelemän valtavirta- ja uudisraivausmallin pohjalta voi tasapainottaa yksittäisen taiteentekijän tai taideorganisaation yleisöpohjaa. Malli sisältää ajatuksen lyhyen-, keskipitkän- ja pitkän ajan tavoitteiden linjaamisesta eri tyyppisten yleisöryhmien tavoittamiseksi sekä erillisprojektien arvioinnin tulevien hankkeiden pohjaksi. Yleisötyön ja organisaation strategiset tavoitteet tulee yhdenmukaistaa sekä pohtia synergisesti keinoja niiden saavuttamiseksi. Yleisöjä tarkastellaan laajalla panoraamalla huomioiden eri ryhmien tarpeet monenlaisten toimintojen yhdistelmällä. Käytännössä yleisötyön tulisi olla taideorganisaation tavoite, jota rahoitetaan perustoiminnasta asiantuntevalla johdolla. Hayesin ja Slaterin laatima strategisten painopisteiden ja yleisötyön lähestymistapojen taulukko löytyy tämän pro gradu -työn sivulta 31.

Sorjonen ja Sivonen (2015, 99) pohtivat, millä tavoin yleisötyötä tulisi muuttaa, mikäli sen avulla halutaan kasvattaa käynti- ja kävijämäärää:

*Olisiko lisättävä vähän resursseja sitovia yleisötyömuotoja vai olisiko panostettava suurimuotoisiin hankkeisiin? Olisiko kohdistettava yleisötyö nykyisiin kävijöihin yleisösuhteen syventämiseksi vai suunnattava entistä enemmän ponnistuksia uuden yleisön saamiseksi? Olisiko vastuu yleisötyöstä osoitettava nykyistä selkeämmin toimintoja organisoitaessa?*

Kotimaisissa taideorganisaatioissa vaikuttaa olevan vielä epäselvyyttä, kenen tehtävä yleisötyö eri muodoissaan pohjimmiltaan on, sekä taiteellisen ja muun henkilökunnan rooli yleisötyössä (ibid, 99). Hayes ja Slater (2002, 4, 7, 21) ovat huomanneet saman tilanteen tapaustutkimuksissaan ja korostavat onnistuneen yleisötyön edellytyksenä kehittämis- ja tuotantovastaavan nimeämistä kullekin yleisötyön osa-alueelle ja projektille.

Kaavio yleisötyöstrategian suunnitteluun Hayesin ja Slaterin (2002) mallia mukailleen:

Yleisötyömuoto	1-vuotiset lyhyen ajan tavoitteet ja keinot	1-3 vuotiset keski-pitkän ajan tavoitteet ja keinot	5-vuotiset pitkän ajanjakson tavoitteet ja keinot
<b>Valtavirta</b> <i>Keskittyy olemassa olevaan yleisöön</i>	Tavoitteet:  Keinot:  Vastuuhenkilö:	Tavoitteet:  Keinot:  Vastuuhenkilö:	Tavoitteet:  Keinot:  Vastuuhenkilö:
<b>Uudisraivaus</b> <i>Suuntautuu ei-kävijöihin</i>	Tavoitteet:  Keinot:  Vastuuhenkilö:	Tavoitteet:  Keinot:  Vastuuhenkilö:	Tavoitteet:  Keinot:  Vastuuhenkilö:

Kaavio on tarkoitettu havainnollistamaan taideorganisaatiolle, mitä tavoitteita yleisötyön muodoilla ja erillisprojekteilla on, sekä mahdollistamaan tavoitteiden vertailu organisaation strategian kanssa. Sen avulla voidaan yleisötyö tasapainottaa valtavirran ja uudisraivauksen kesken. Jako lyhyeen, keskipitkään ja pitkään ajanjaksoon tukee pitkäjänteisen toiminnan suunnittelua. Keinot liittyvät markkinointiin, koulutukseen ja ohjelmistosuunnitteluun ja niiden suunnitteluun voi käyttää muun muassa Hayesin ja Slaterin (2002) ehdottamia tapoja. Keinojen kirjaaminen tuo näkyväksi perustoiminnan ja erillishankkeiden kautta tapahtuvan toiminnan.

Kolmannessa luvussa viittasin Lindholmin (2015, 18-19) näkemykseen, jonka mukaan yleisötyössä on vahvistumassa kaksi suuntausta: jalkautuminen ja henkilökohtaisuuden painottuminen. Erityisesti jälkimmäinen vaikuttaa pitävän paikkansa jo yleistyötä suunniteltaessa. Taiteilijoilla voi aineiston perusteella väittää olevan yksilölliset valmiudet ja mielenkiinnon kohteet yleisöjen kanssa toimimiseen. Yleisötyö ja yleisösuhteen rakentaminen nykytanssin parissa on syytä suunnitella taiteilija- ja teoskohtaisesti, ei valmista kaavaa noudattaen. Tanssin yleisötyöpioneeri Katja Kirsi (2015) toteaa:

*Taiteilijalla ei ole valmista kaavaa, jonka mukaan hän valmistaa uuden teoksen. Samalla tavalla yleisötyössä ei ole olemassa valmista mallia kohdata ihmisiä. Kyseessä on taiteellinen työ, joka muotoutuu aina uudestaan, ja antaa jokaiselle taiteilijalle mahdollisuuden etsiä ja löytää tapansa työskennellä ihmisten parissa.*

## LÄHTEET

---

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

**Boorsma, Miranda** (2006). "A Strategic Logic for Arts Marketing." *International Journal of Cultural Politics*, 12:1, 73-92.

**Cantell, Timo** (1996). *Kaupunkifestivaalien yleisöt*. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta.

**Cantell, Timo** (2003). *Nykytanssin yleisöt*. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta.

**Carey, John** (2005). *What Good Are the Arts?*. London: Faber and Faber Limited.

**Colbert, François** (2003). "Entrepreneurship and Leadership in Marketing the Arts." *International Journal of Arts Management*, 6:1, 30-39.

**European Commission** (2012). *European Audiences: 2020 and Beyond*. Conference Conclusions.

**Gray, Charles M.** (1998). "Hope for the Future? Early Exposure to the Arts and Adult Visits to Art Museums." *Journal of Cultural Economics* 22, 87-98.

**Hayes, Debi & Slater Alix** (2002). "Rethinking the missionary position' – the quest for sustainable audience development strategies." *Managing Leisure* 7, 1-17.

**Harlow, Bob** (2014). *Road to Results – Effective Practices for Building Arts Audiences*. New York: Bob Harlow Research and Consulting, LLC.

**Helsingin kulttuurikeskus** (2016). *Avustukset Helsingin mallin hankkeisiin*. <http://www.hel.fi/www/kulke/fi/palvelut/avustukset/avustus-helsingin-mallin-hankkeisiin>. (Viitattu 28.9.2016.)

**Helsingin kulttuurikeskus** (2016). *Kulttuurikaverit*. <http://www.hel.fi/www/kulke/fi/palvelut/kulttuurikaverit/>. (Viitattu 21.11.2016.)

**Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena** (2010). *Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Gaudeamus.

**Jyrkkä, Hannele** toim. (2005). *Tanssintekijät – 35 näkökulmaa koreografian työhön*. Helsinki: Like Kustannus Oy.

**Jyrkkä, Hannele** toim. (2011). *Nykykoreografian jalanjäljissä – 37 tapaa tehdä tanssia*. Helsinki: Like Kustannus Oy.

**Kaitavuori, Kaija** (2015): "Kuka välittää?" *TAHITI* 03/2015, [tahiti.fi/03-2015/tieteelliset-artikkelit/kuka-valittaa/](http://tahiti.fi/03-2015/tieteelliset-artikkelit/kuka-valittaa/). (Viitattu 21.11.2016)



**Kansainvälisen liikkuvuuden ja yhteistyön keskus CIMO** (2016): Luova Eurooppa -ohjelman esittely. [http://www.cimo.fi/ohjelmat/luovaeurooppa/ohjelman\\_esittely](http://www.cimo.fi/ohjelmat/luovaeurooppa/ohjelman_esittely). (Viitattu 28.9.2016.)

**Kawashima, Nobuko** (2000). *"Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders: a study into audience development in policy and practice."* University of Warwick: Centre for Cultural Policy Studies.

**Kawashima, Nobuko** (2006). *"Audience Development and Social Inclusion in Britain."* International Journal of Cultural Policy, 12:1, 55-72.

**Kester, Grant H.** (2004). *Conversation Pieces: Community & Communication in Modern Art.* Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.

**Kester, Grant H.** (2011). *The One and the Many.* Durham & London: Duke University Press.

**Kettunen, Anne & Lindholm, Arto** (2015). Zodiakin yleisötutkimus 2015.

**Kirsi, Katja** (2007). *"Tietäen ja tanssien – yleisötyön moninaiset mahdollisuudet"*. Teoksessa Raija Ojala & Kimmo Takala *Zodiak – Uuden tanssin tähden*. Helsinki: Like Kustannus Oy.

**Kirsi, Katja** (2015). *Mitä yleisötyö on?* <http://www.zodiak.fi/yleisoty/mita-zodiakin-yleisoty>. (Viitattu 28.11.2016.)

**Kolb, Bonita M.** (2013). *Marketing for Cultural Organizations – New Strategies for Attracting Audiences.* New York: Routledge.

**Kotler, Philip & Scheff, Joanne** (1997). *Standing Room Only: Strategies for Marketing the Performing Arts.* Boston, MA: Harvard Business School Press.

**Kukkonen, Aino** (2014). *Postmoderni liikkeessä – tulkintoja 1980-luvun suomalaisesta tanssista.* Helsinki: Helsingin yliopisto.

**Kulttuuria kaikille -palvelu** (2016). *Mitä on saavutettavuus?* [http://www.kulttuuriakaikille.info/saavutettavuus\\_mita\\_on\\_saavutettavuus](http://www.kulttuuriakaikille.info/saavutettavuus_mita_on_saavutettavuus). (Viitattu 15.8.2016.)

**Laakkonen, Johanna** toim. (2009). *Tanssissa on tulevaisuus – tanssin visio ja strategia 2010-2020.* Helsinki: Taiteen keskustoimikunta, Valtion tanssitaidetoimikunta.

**Laakkonen, Johanna & Kukkonen, Aino** toim. (2010). *Tanssin strategia 2010-2020 Työpapereita.* Helsinki: Taiteen keskustoimikunta, Valtion tanssitaidetoimikunta.

**Laamanen, Jani-Petri & Sorjonen, Hilppa** (2015). *"Yleisötyön yhteys taide- ja kulttuurilaitosten kysyntään"*. Teoksessa Hilppa Sorjonen & Outi Sivonen *Taide- ja kulttuurilaitosten yleisötyön muodot, laajuus ja tuloksellisuus*. Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissäätö - Cupore: Cuporen verkkojulkaisuja 27.

**Lehikoinen, Kai** (2014). *Tanssi sanoiksi: tanssianalyysin perusteita*. Helsinki: Taideyliopiston Teatterikorkeakoulu, Tanssin koulutusohjelma.

**Leinonen, Susanna** (2016). *Susanna Leinonen Company*. <http://susannaleinonen.com/ryhma/>. (Viitattu 7.11.2016.)

**Lindholm, Arto** toim. (2015). *Ei-kävijästä osalliseksi - Osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla*. Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu.

**Maitland, Heather** (2000). *A Guide to Audience Development*. London: The Arts Council of England.

**Morison, Bradley G. & Dalgleish, Julie Gordon** (1993). *Waiting in the Wings – A Larger Audience for the Arts and How to Develop It*. New York: American Council for the Arts.

**Mustonen, Pekka** (2015). Tero Saarinen Company & Tanssin talo - yleisötutkimus.

**Newman, Danny** (1992). *Subscribe Now! Building Arts Audiences through Dynamic Subscription Promotion*. New York: Theater Communication Group.

**Noviz, David** (2001). "Postmodernism: Barthes and Derrida". Teoksessa Berys Gaut and Domonic McIver Lopes (eds) *The Routledge Companion to Aesthetics*. London and New York: Routledge.

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

**Opetus- ja kulttuuriministeriö** (2014). *Taiteen ja kulttuurin saavutettavuus*. Loppuraportti. Opetus- ja kulttuuriministeriön työryhmämuistioita ja selvityksiä 2014:15. Opetus- ja kulttuuriministeriö, Kulttuuri-, liikunta- ja nuorisopolitiikan osasto.

**Phelan, Peggy** (2003). *Unmarked: The Politics of Performance*. London & New York: Routledge.

**Pirinen, Elina** (2016). *Bio*. <http://elinapirinen.com/bio.html>. (Viitattu 7.11.2016.)

**Radbourne, Jennifer** (2013). "Converging with Audiences". Teoksessa Jennifer Radbourne, Hilary Glow, & Katya Johanson *The Audience Experience – A Critical Analysis of Audiences in Performing Arts*. Bristol: Intellect.

**Ruusuvuori, Johanna & Tiittula, Liisa** ed. (2005). *Haastattelu - tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.

**Scheff Bernstein, Joanne** (2007). *Arts Marketing Insights – The Dynamics of Building and Retaining Performing Arts Audiences*. New York: John Wiley & Sons.

**Sivonen, Outi** (2015). ”Yleisötyötä julkisesti tuetuissa taide- ja kulttuurilaitoksissa”. Teoksessa Hilppa Sorjonen & Outi Sivonen *Taide- ja kulttuurilaitosten yleisötyön muodot, laajuus ja tuloksellisuus*. Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissäitiö - Cupore: Cuporen verkkojulkaisuja 27.

**Sorjonen, Hilppa** (2015). ”Yleisötyön käsite, muodot ja tuloksellisuus”. Teoksessa Hilppa Sorjonen & Outi Sivonen *Taide- ja kulttuurilaitosten yleisötyön muodot, laajuus ja tuloksellisuus*. Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissäitiö - Cupore: Cuporen verkkojulkaisuja 27.

**Sorjonen, Hilppa** (2015). ”Testing the boundaries of audience development”. Luento 28.5.2015 Pedaali ry:n seminaarissa *From museum education to audience engagement – new approaches NOW*.

**Suomen Kulttuurirahasto** (2016): Haettavat apurahat. <http://skr.fi/fi/haettavat-apurahat>. (Viitattu 28.9.2016.)

**Tajtková, Mária; Žák, Štefan & Filo, Peter** (2012). ”Shifts in audience development strategies in the times of economic crisis.” *Megatrend Review*, 9:1, 125-140.

**Tanssin tiedotuskeskus** (2016). *Ryhmät ja koreografit*. <http://www.danceinfo.fi/groups-category/tanssiryhmat/>. (Viitattu 7.11.2016.)

**TINFO - Teatterin tiedotuskeskus** (2016). *Teatteritilastot 2015*. Helsinki: TINFO.

**Teräs, Ulla & Teräsvirta, Eeva** (2013): *Altistutaan asiakkaille! Museoiden johtamis- ja toimintamallit muutoksessa*. Helsinki: Museovirasto.

**Torkko, Niina** (2010): *Ylös - ammattiteattereiden yleisötyön kehittäminen - hankkeen loppujulkaisu*. Tampere: Tampereen yliopisto.

**Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli** (2009): *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.

**Virolainen, Jutta** (2015). ”Kulttuuripoliittinen näkökulma osallistumiseen”. Teoksessa Arto Lindholm *Ei-kävijästä osalliseksi - Osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla*. Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu.

**Valtion taidemuseo / Kehittäminen ja yhteiskuntasuhteet Kehys** (2012): *Arvoisa yleisö*. Valtion taidemuseo.

**Wiggins, Jennifer** (2004). ”Motivation, Ability and Opportunity to Participate: A Reconceptualization of the RAND Model of Audience Development.” *International Journal of Arts Management*, 7, 22-33.

**Zodiak – Uuden tanssin keskus** (2017). *TALK-hanke*. <http://www.zodiak.fi/talk/talk-hanke>. (Viitattu 14.3.2017.)