

HYPPY MUSEOKYNNYKSEN YLI

**EMPIIRINEN TUTKIMUS TAIDEMUSEOIDEN ASENTEELLISESTA
SAAVUTETTAVUUDESTA SEKÄ KUULUMISEN KOKEMUKSISTA**

Laura Suhonen
Maisterintutkielma
Kulttuuriympäristön tutkimuksen
maisteriohjelma, taidekasvatus
Musiikin, taiteen ja kulttuurin
tutkimuksen laitos
Jyväskylän yliopisto
Kevät 2023

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta	Musiikin, taiteen ja kulttuurin tutkimuksen laitos
Laura Suhonen	
Työn nimi: HYPPY MUSEOKYNNYKSEN YLI – Empiirinen tutkimus taidemuseoiden asenteellisesta saavutettavuudesta sekä kuulumisen kokemuksista	
Oppiaine: Taidekasvatus (Kulttuuriympäristön tutkimuksen maisteriohjelma, KUOMA)	Työn laji: Maisterintutkielma, pro gradu
Aika: Kevät 2023	Sivumäärä: 71 + liitteet
<p>Millaisia ennakkoasenteita Suomen taidemuseoihin nykypäivänä kohdistuu, ja millaisia vaikutuksia koe- tuilla asenteilla on taidemuseoiden saavutettavuuteen sekä ihmisten kuulumisen kokemuksiin taidemu- seoissa? Entä millaisin keinoin voimme olla purkamassa asenteellisia esteitä, jotta taidemuseoon olisi jo- kaisen helppoa tulla?</p> <p>Tutkielmani tavoitteena on pyrkiä edistämään kotimaisten taidemuseoiden yhdenmukaisempaa saavu- tettavuutta, sekä tekemään näkyväksi taidemuseoihin ajantasaisesti kohdistuvia ennakkoasenteita. Pyrin tutkielmani kautta selvittämään millaiset osatekijät vaikuttavat ennakkoasenteiden muodostumiseen, ja millaisia vaikutuksia omaksutuilla asenteilla on ihmisten kuulumisen kokemuksissa museovierailujen ai- kana. Asenteellisten esteiden tunnistamisen kautta tutkielman tavoitteena on lisäksi tuoda esille konkreet- tisia keinoja asenteellisten esteiden purkamiseksi ja museokynnyksen madaltamiseksi.</p> <p>Toteutin tutkielmaani varten kyselyn, jonka tulokset toimivat tutkielman keskeisenä aineistona. Kyselyyn osallistui 141 Keski-Suomessa asuvaa tai Keski-Suomessa vierailevaa henkilöä, ja työn merkittävin kaiku- pohja muodostuu siten kyselyyn vastanneiden henkilöiden omakohtaisista näkemyksistä ja kokemuk- sista. Kyselytutkimuksen tulokset osoittavat, kuinka taidemuseoiden yleisöt koetaan yhä nykyäänkin osin marginalisoituneina, ja taidemuseoihin koetaan kohdistuvan ennakkoasenteita, joilla voi olla heikentäviä vaikutuksia taidemuseoiden saavutettavuudessa. Kyselyyn tulleiden vastausten kautta taidemuseoilta toivotaan nykyistä monipuolisempia osallistumisen ja vapaan oppimisen mahdollisuuksia, sekä interak- tiivisuutta aivan tavallisen kansan suuntaan.</p> <p>Tutkielmani tulokulma muodostuu asenteellisen saavutettavuuden käsitteen kautta, joka on alan akatee- misessä tutkimuksessa sekä alan yhdenvertaisuuskeskustelussa verrattain tuore. Taidemuseoihin kohdis- tuvien ennakkoasenteiden tunnistaminen voidaan käsitteen avuin nähdä puuttuvana osana taidemuseoi- den saavutettavuustyötä, ja aihealueen laajempi tarkastelu voi näin ollen tarjota tärkeitä työkaluja toimia yhdenvertaisuutta edistävästi nyt ja tulevaisuudessa. Alan viitekehyksessä käsite korostaa yhteiskunnal- lisesti merkittäviä kuulumisen ja yhdenvertaisuuden teemoja, ja käsite on sovellettavissa kulttuuriorgani- saatioiden saavutettavuustyöhön yleisesti. Tutkielma pyrkii ottamaan kantaa keskusteluun taiteesta ja kulttuurista jokaisen oikeutena.</p>	
Asiasanat: Asenteellinen saavutettavuus, kuuluminen, yhdenvertaisuus, museopedagogiikka, yleisötyö, empiirinen tutkimus, kulttuuriympäristön tutkimus	
Säilytyspaikka: Jyväskylän yliopisto	
Työn ohjaaja: Pauline Von Bonsdorff	

TAULUKOT

TAULUKKO 1. Museovierailut	26
TAULUKKO 2. Mielenkiinnonkohteet ja motivaatiotekijät	27
TAULUKKO 3. Taidemuseoiden koetut kohderyhmät	28
TAULUKKO 4. Taidemuseoiden koetut ennakkoasenteet.....	31
TAULUKKO 5. Taidemuseoiden lähestyttävyyys, ryhmä 1.	38
TAULUKKO 6. Taidemuseoiden lähestyttävyyys, ryhmä 2.	38
TAULUKKO 7. Tervetulleeksi tulemisen kokemukset, ryhmä 1.....	41
TAULUKKO 8. Tervetulleeksi tulemisen kokemukset, ryhmä 2.....	41
TAULUKKO 9. Museokortin omistajat	49
TAULUKKO 10. Museokortti museokynnyksen madaltajana.....	50
TAULUKKO 11. Museokortti kuulumisen kokemuksen edistäjänä.....	52

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	4
1.1	Tutkielman tavoitteet ja tutkimuskysymykset.....	5
1.2	Tutkielman rakenne	6
2	TEOREETTINEN VIITEKEHYS JA AIEMPI TUTKIMUS.....	8
2.1	Kulttuurinen kerrostuneisuus	9
2.2	Kuka on tervetullut taidemuseoon?	12
2.3	Yleistyön tavoitteet Suomen taidemuseoissa	13
2.4	Taidemuseot yksilöidentiteetin vahvistajina.....	15
3	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS: KYSELYTUTKIMUS TAIDEMUSEOIDEN SAAVUTETTAVUUDESTA JA KUULUMISEN KOKEMUKSISTA	18
3.1	Metodologiset lähtökohdat	18
3.2	Tutkimusmenetelmät.....	19
3.3	Tutkimusaineisto	21
3.4	Aineiston analyysimenetelmät	22
3.5	Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus.....	23
4	KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET.....	25
4.1	Museovierailut ja motivaatiotekijät	25
4.2	Taidemuseoiden koetut kohderyhmät.....	28
4.3	Taidemuseoiden koetut ennakoasenteet	30
4.3.1	Sosioekonomisuuteen liittyvät asenteet.....	32
4.3.2	Taiteen ymmärtämiseen liittyvät asenteet.....	34
4.3.3	Taidemuseoinstituutioihin liittyvät yleiset asenteet	35
4.4	Kuulumisen ja tervetulleeksi tulemisen kokemukset	37
4.4.1	Helposti lähestyttävä taidemuseo?	38
4.4.2	Ihmiset toivottavat toisensa tervetulleiksi.....	41
4.5	Museokynnyksen madaltamisen keinoja.....	43
4.5.1	Interaktiivinen taidemuseo	43
4.5.2	Taidemuseot oppimisen ympäristöinä	46
4.5.3	Markkinoinnin mahdollisuudet.....	48
4.5.4	Museokortin merkitykset.....	49
5	TULOSTEN TARKASTELUA	54
5.1	Taidemuseoiden asenteellinen saavutettavuus	54
5.2	Hyppy museokynnyksen yli.....	58
6	JOHTOPÄÄTÖKSET	63
6.1	Tulosten hyödynnettävyys ja jatkotutkimus.....	64
6.2	Lopuksi	65
	LÄHTEET	67
	LIITTEET	
	Liite 1. Saatekirje	
	Liite 2. Kyselytutkimuksen mainos	
	Liite 3. Kyselytutkimusrunko	

1 JOHDANTO

Taide ja kulttuuri kuuluvat kaikille - vai kuuluvatko? Tämä on kysymys, joka on herättänyt ajankohtaisesti aktiivista yhteiskunnallista keskustelua. Eräissä poliittisissa näkökulmissa kulttuurin on mielletty olevan vain harvojen luksuspalvelu, kun samaan aikaan kotimaisessa taidemuseoviitteessä työskennellään aktiivisesti yhdenvertaisen yleisötyön edistämiseksi. Mistä eriävät näkemykset pohjimmiltaan kumpuavat?

Taidemuseot ovat kulttuuriympäristöjä, jotka pitävät sisällään lukuisia ajallisia kerroksia. Taidemuseot ovat tärkeä osa yhteistä kulttuuriperintöä, jonka muodostumiseen ja eteenpäin viemiseen kaikki osaltamme vaikutamme. Toisaalta taidemuseoiden historia juontaa juurensa aikoihin, jolloin kulttuuriset makumielytykset rakentuivat sosiaalisesti, vahvistaen samalla yhteiskunnallisia valta-asetelmia (Bourdieu 1979; Heikkilä 2016, 6-7). Taidemuseot miellettiin aikanaan osaksi eliittistä statuskulttuuria, joka erotti niin kutsutusti ”korkean matalasta” ja ”legitiimin populaarista” (Bourdieu 1979; Purhonen ym. 2014, 19-20; Heikkilä 2016, 6-7). Sitemmin taidemuseoiden luokkaerorakenteisiin liittyvien asenteiden on todettu toistavan totuttuja narratiiveja, ja nykyiset ennakoasenteemme sekä periytyneet käsityksemme voivat näin ollen yhä ylläpitää yhteisestä kulttuuriperinnöstä eriyttäviä asenteita (Bourdieu 1979; Holt 1997; Dimaggio 2012). Tällä kaikella voi olla merkittävät vaikutuksensa siihen, mielletäänkö nykypäivän taidemuseot helposti saavutettavina vai ei.

Suomalaisen yhteiskunnan yksi keskeisimpiä kulttuuripoliittisia tavoitteita on jo vuosien ajan ollut taata kansalaisille mahdollisimman tasa-arvoinen kulttuuripalvelujen tarjonta riippumatta sosiaalisista, taloudellisista tai alueellisista tekijöistä (Kangas 1988; Ahponen 1991; Virolainen 2015). Tavoitteilla on pyritty kulttuuripalvelujen demokratisointiin, ja tämän periaatteet ovat olleet vahvasti sidoksissa ideologiaan hyvinvointivaltiosta (Kangas 1988, 51; Virolainen 2015, 30). Periaatteet ovat lakiin kirjatut, ja korostuvat taidemuseoiden saavutettavuustyössä; taidemuseoiden tavoitteena on tukea ihmisten yhdenvertaisia kulttuuriin osallistumisen mahdollisuuksia riippumatta henkilön sukupuolesta, iästä, etnisestä alkuperästä, vakaumuksesta,

terveydentilasta, seksuaalisesta suuntautumisesta tai muusta henkilöön liittyvästä tekijästä (Sisäasiainministeriö 2010). Kulttuurinen osallistuminen on kotimaisessa kulttuuripolitiikassa vahvasti ihmisoikeuskysymys (ICOM 2001).

Ottaen huomioon ajankohtaisen yhteiskunnallisen keskustelun sekä aktiivisen yhdenvertaisuustyön taiteen ja kulttuurin saavuttamiseksi, taidemuseoiden saavutettavuuskysymysten kriittinen tarkastelu on ajankohtaisesti perusteltua. Tästä motivoituneena pyrin tutkielmani kautta ottamaan selvää, millaisia ennakkoasenteita Suomen taidemuseoihin koetaan nykypäivänä kohdistuvan, ja kuinka ennakkoasenteet vaikuttavat taidemuseoiden saavutettavuuteen sekä ihmisen kuulumisen kokemuksiin taidemuseoissa. Ja olennaisimpana, millaisin konkreettisin keinoin voimme olla purkamassa asenteellisia esteitä, jotta taidemuseoon olisi jokaisen helppoa tulla. Tutkielma pyrkii ottamaan kantaa keskusteluun taiteesta ja kulttuurista jokaisen oikeutena.

1.1 Tutkielman tavoitteet ja tutkimuskysymykset

Käsittelen maisterintutkielmani kautta kotimaisten taidemuseoiden asenteellista saavutettavuutta. Asenteellisella saavutettavuudessa tarkoitan taidemuseoihin kohdistuvien ennakkoasenteiden vaikutuksia taidemuseoiden saavutettavuuteen sekä kuulumisen kokemuksiin. Asenteellisen saavutettavuuden näkökulma on akateemisessa tutkimuksessa sekä alan yhdenvertaisuuskeskustelussa verrattain tuore, ja alan viitekehyksessä käsite korostaa ennen kaikkea yhteiskunnallisesti ajankohtaisia yhdenvertaisuuden teemoja. Taidemuseoihin kohdistuvien ennakkoasenteiden tunnistaminen voidaan käsitteen avuin nähdä puuttuvana osana taidemuseoiden saavutettavuustyötä, ja aihealueen laajempi tarkastelu voi näin ollen tarjota tärkeitä työkaluja toimia yhdenvertaisuutta edistävästi nyt ja tulevaisuudessa. Tutkielmani tavoite on siten pyrkiä tekemään näkyväksi taidemuseoihin ajantasaisesti kohdistuvia asenteellisia esteitä, sekä löytää keinoja näiden purkamiseksi. Tutkielma pyrkii myös täydentämään olemassa olevaa saavutettavuuden ja kuulumisen tutkimusta asenteellisen saavutettavuuden näkökulmasta, ja luomaan siten suuntaviivoja käsitteen määrittelymiseksi myös akateemisen tutkimuksen tasolla.

Tutkielmani toteutuksen yhteistyötahona toimii Jyväskylän taidemuseo, jossa olen toiminut aiemmin taidekasvatuksellisissa ohjaustehtävissä sekä toteuttanut edeltävien opintojeni harjoittelujaksoja. Tutkielmani tukee kyselytutkimuksen tulosten kautta Jyväskylän taidemuseon kulttuurisen vapaaehtoistoiminnan kehittämishanketta, jonka tavoitteena on edistää sosiaalisesti ja kulttuurisesti kestävästä kehitystä Jyväskylän taidemuseon saavutettavuustyössä. Hanketta rahoittaa Museovirasto, ja tämä pyrkii luomaan konkreettisia yleisötyön malleja, joilla edistää kulttuurin

osallisuutta ja saavutettavuutta Keski-Suomessa. (Jyväskylän taidemuseo 2022.) Kokonaisuudessaan tutkielma pyrkii keskustelemaan ajankohtaisesti tärkeiden kuulumisen ja yhdenvertaisuuden teemojen kanssa, sekä tekemään näkyväksi taidemuseoiden saavutettavuustyön yleisesti koettuja ongelmakohtia. Näin ollen tutkielman tavoite on tuottaa tietoutta taidemuseokontekstiin yleisesti sovellettavaksi, ja työn merkittävimmän kaikupohjan muodostavat ihmisten omat kokemukset ja toiveet. Tutkielma pyrkii vaikuttamaan edistävästi siihen, että jokainen ihminen voisi kokea taidemuseot vastaisuudessa helpommin lähestyttävänä kulttuuritoimijoina. Tutkimuskysymykseni aiheen ympäriltä kuuluvatkin:

- Millaisista osatekijöistä asenteellisen saavutettavuuden käsite koostuu, ja millaisia merkityksiä käsitteellä voi olla taidemuseoiden saavutettavuustyössä? Onko käsite tarpeellinen?
- Millaisia ennakoasenteita Suomen taidemuseoihin koetaan nykypäivänä kohdistuvan, ja kuinka ennakoasenteet vaikuttavat taidemuseoiden saavutettavuuteen sekä ihmisen kuulumisen kokemuksiin taidemuseoissa?
- Millaisin konkreettisin keinoin voimme olla purkamassa asenteellisia esteitä, jotta taidemuseoon olisi jokaisen helppoa tulla?

1.2 Tutkielman rakenne

Tutkielman rakenne etenee seuraavanlaisesti; luvussa kaksi esittelen tutkielmani teoreettisen viitekehyksen sekä aiemman tutkimuksen, jotka muodostuvat tutkielmani keskeisimpien käsitteiden; saavutettavuuden, yhdenvertaisuuden sekä kuulumisen, kautta. Tutkielmani pohja-aineisto rakentuu historian ajallisten kerrosten ymmärtämisestä, joiden tulokulman muodostavat muun muassa Pierre Bourdieun (1979) teorialat kulttuuripääomasta sekä tämän yhteiskunnallisista vaikutuksista. Peilaan Bourdieun kulttuuripääomateemoja eri vuosikymmenten kulttuuripääomatutkimuksiin, jotka tekevät näkyväksi kulttuurisen kerrostuneisuuden muutosvaiheita niin kansainvälisessä kuin kotimaisessakin tutkimuksessa. Tuon teorialuvussa lisäksi esille taidemuseoiden 2000-luvun yleisötutkimuksia, jotka havainnollistavat taidemuseoiden marginaaliyleisöjä ja yleisöjen koettua jakautuneisuutta nykypäivänä. Luku pyrkii havainnollistamaan nykyaikaisten ennakoasenteiden muodostumiseen ja taidemuseoyleisöjen marginalisoitumiseen mahdollisesti vaikuttavia tekijöitä. Tämän lisäksi luku esittelee kotimaisten taidemuseoiden keskeisimpiä saavutettavuusperiaatteita sekä yleisötyön tulevaisuuden kehityssuuntia niin museoinstituutioiden kuin yksilöidentiteetin rakentumisen näkökulmista.

Luvussa kolme esittelen tutkielmani tutkimusmetodologiset lähtökohdat, soveltamani tutkimusmenetelmät sekä tutkimusaineiston analyysimenetelmien. Tutkielmani empiirinen aineisto muodostuu toteuttamani kyselytutkimuksen kautta, johon otti osaa 141 Keski-Suomessa asuvaa, tai Keski-Suomessa vierailevaa henkilöä. Tuon luvussa esille kyselytutkimuksen muodostumisen vaiheita, sekä tämän rakentumiseen vaikuttaneita keskeisimpiä osatekijöitä. Luvun lopuksi tuon esille tutkielman kannalta keskeisimmät tutkimuseettiset, ja tutkimuksen luotettavuutta mittaavat periaatteet.

Luvussa neljä esittelen tutkimukseni tulokset. Tutkimusta selkeyttääkseni ja luokkaeronäkemyksiä havainnollistaakseni olen jakanut kyselyyn tulleet vastaukset koulutustaustan perusteella kahteen ryhmään, joiden kautta havainnollistan mahdollisia luokkaerottain ilmeneviä eriävyyksiä sekä yhtenevyyksiä. Tutkimuksen tuloksissa korostuvat subjektiiviset kokemukset sekä sisällöllisten teemojen laadullinen kerronta. Tulosten painoarvo on ihmisten kokemusten esille tuomisessa. Pohjistan aineistoa kertomalla ihmisten museovierailuaktiivisuudesta sekä keskeisimmistä motivaatiotekijöistä museoissa vierailemiseksi. Tämän jälkeen tuon näkyväksi taidemuseoihin ajankohtaisesti kohdistuvia ennakoasenteita sekä koettujen asenteiden vaikutuksia taidemuseoiden saavutettavuuteen sekä kuulumisen kokemukseen. Esille nousseiden ongelmakohtien ratkaisuehdotuksina tuon esille kyselyyn vastanneiden henkilöiden näkökulmia asenteellisten esteiden purkamiseksi ja museoiden saavutettavuuden edistämiseksi.

Luvussa viisi tuon esiin näkökantoja teoreettiseen viitekehykseen sekä aiempaan tutkimukseen peilaten. Tarkastelen tuloksissa keskeisimpiä ennakoasenteisiin vaikuttaneita teemoja sekä taidemuseoiden saavutettavuustyön koettuja onnistumisia sekä muutostarpeita. Esittelen tutkimukseni sisällöt esiin nousseiden pääteemojen kautta ja tuon esille aiempiin tutkimuksiin peilaamani yhtymäkohtia sekä esiin nousseita yllättäviä tekijöitä, jotka vaativat osakseen nykyistä laajempaa tutkimusta. Nivon luvussa yhteen lisäksi keskeisimmät muutosehdotukset museokynnyksen madaltamiseksi, ja perustelen muutosehdotusten hyötyjä edeltävien tutkimusten valossa.

Luvussa kuusi tuon esille tekemäni keskeisimmät johtopäätökset, ja tarkastelen tutkielmani merkityksiä taidemuseoiden saavutettavuustyön ja kulttuuriympäristön tutkimuksen viitteessä. Tuon esille näkemyksiäni taidemuseoiden saavutettavuuden nykytilasta sekä tämän tulevaisuuden kehityssuunnista. Pohdin lisäksi tutkimukseni hyötyjä yleisesti taide- ja kulttuurialalla sekä esittelen aiheet tutkielman hyödyntämiselle sekä mahdolliselle jatkotutkimukselle. Aivan lopuksi reflektoin omaa oppimisprosessia tutkielmani eri vaiheissa.

2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS JA AIEMPI TUTKIMUS

Käsittelen tässä teorialuvussa saavutettavuuden, kuulumisen ja yhdenvertaisuuden teemoja, sekä taidemuseoihin kohdistuvien ennakoasenteiden muodostumiseen vaikuttaneita osatekijöitä. Tuon esille kotimaisia sekä kansainvälisiä yleisötutkimustuloksia, jotka nostavat esille varsin tärkeitä luokkaerorakenteisiin ja museoiden hegemoniseen historiaan liittyviä näkökulmia. Taidemuseoiden saavutettavuustyön valossa nostan esille lisäksi suomalaisten taidemuseoiden yleisötyön tämänhetkisiä tavoitteita, onnistumisia ja tulevaisuuden kehityssuuntia.

Tutkielmani keskeisimmät käsitteet taidemuseoviitekehysessä:

Saavutettavuus (accessibility). Taidemuseoviitteessä saavutettavuudella tarkoitetaan museoiden kokonaisvaltaista; fyysistä, tiedollista, taloudellista sekä sosiaalista, saavutettavuutta (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2018, 15). Taidemuseoiden saavutettavuuden tulee ottaa huomioon asiakkaidensa ja työntekijöiden yksilölliset tavat toimia, ja hyvä saavutettavuus lisää itsenäisen oppimisen mahdollisuuksia, sekä yhdenvertaisia mahdollisuuksia osallistua ja saada elämyksiä. Hyvässä saavutettavuudessa taidemuseoiden viestinnän tulee myös ottaa huomioon mahdolliset ymmärtämisen esteet, kuten puhutun kielen sekä erilaiset oppimisen tavat. (Langinauer ym. 2021.)

Tasa-arvo ja yhdenvertaisuus (equality). Tasa-arvolla tarkoitetaan yhdenvertaisuutta, jossa ”ketään ei saa syrjiä iän, alkuperän, kansalaisuuden, kielen, uskonnon, vakaumuksen, mielipiteen, poliittisen toiminnan, ammattiyhdistystoiminnan, perhesuhteiden, terveydentilan, vammaisuuden, seksuaalisen suuntautumisen tai muun henkilöön liittyvän syyn perusteella.” (Yhdenvertaisuuslaki 1325/2014 § 8.) Taidemuseoiden tulee kehittää palveluitaan tasa-arvoisesti, vuorovaikutteisesti ja avoimesti edistäen jokaisen ihmisen yhdenvertaisia oikeuksia osallistua yhteiseen kulttuuriperintöön ja tämän määrittelyyn

(Opetus- ja kulttuuriministeriö 2018, 15). Taidemuseoiden saavutettavuudessa yhdenvertaisuuden tulee näkyä lisäksi siten, että kaikki tuntevat olonsa tervetulleeksi museoon, ja fyysisen esteettömyyden mahdolliset ongelmakohdat ovat otettu ratkaistaviksi. Saavutettavuuden yhdenvertaisuus voi tarkoittaa myös erilaisten kokemusten ja näkökulmien huomioimista sisällöntarjonnassa. (Kuitunen 2020.)

Kuuluminen (belonging). Kuuluminen on kokemusta ”emotionaalisesta kiintymisestä”, ”turvallisuuden tunteesta” ja ”kotona olemisen tunteesta” (Yuval-Davis 2006, 197). Kuulumisen käsitteen kautta tarkastellaan yhteisöllisyyden kysymyksiä, jossa korostuvat elämisen sosiaaliset puolet suhteessa muihin ihmisiin sekä historialliseen ja kulttuuriseen kontekstiin (Lähdesmäki ym. 2014). Taidemuseoviitteessä kuulumisen pitää sisällään niin yksityiset kuin yhteiskunnalliset näkökannat, ja tällä tarkastellaan hegemonisia kysymyksiä sekä omaksuttuihin normeihin tai rajoituksiin liittyviä osatekijöitä, jotka mahdollistavat tai estävät ihmistä kuulumasta (Lähdesmäki ym. 2014, 88, 96).

2.1 Kulttuurinen kerrostuneisuus

Yleisessä keskustelussa taidemuseoita saattaa herkästi kuulla luonnehdittavan elitistiseksi yhteisöiksi, ja taidemuseoita leimaa yhä tänäkin päivänä tietynlainen keskiluokkaisuuden odotus. Vaan mistä taidemuseoihin kohdistuvat ennakoasenteet pohjimmiltaan kumpuavat? Kun katsotaan taiteen ja kulttuurin historiaa menneiden vuosikymmenten valossa, voidaan havaita merkittäviä syitä nykyaikaisille käsityksille. Voisikin hyvin sanoa, että ennakoasenteemme tänä päivänä ovat osa ylisukupolvista perintöä.

Aihealuetta laajasti tutkinut ranskalais sosiologi Pierre Bourdieu käsitteli aikanaan kulttuurista kerrostuneisuutta määrittelemänsä kulttuuripääoma -käsitteen kautta. Bourdieu kehitti kulttuuripääoman käsitteen havainnollistamaan, kuinka kulttuuriset resurssit, sekä elämäntyylien ja kulttuuristen suuntausten erot osallistivat aktiivisesti yhteiskunnallisen eriarvoisuuden tuottamiseen ja ylläpitämiseen (Bourdieu 1979). Bourdieu käsitteli ”*La Distinction: Critique sociale du jugement* (1979)” -julkaisussaan ihmisten elämäntyylien, kulutuksen ja maun hierarkkista järjestäytyneisyyttä, ja Bourdieun mukaan se, mitä pidettiin arvokkaana ja korkeana kulttuurina, on ollut kamppailukysymys, joka on liittynyt taisteluun sosiaalisesta statuksesta ja arvovallasta (Bourdieu 1979; Purhonen ym. 2014, 11). Bourdieun mukaan kulttuuriset makumieltymykset yksilötasolla eivät siis ole olleet ainoastaan esteettinen mieltymys vaan nämä rakentuvat sosiaalisesti, vahvistaen samalla yhteiskunnallisia valta-asetelmia. Kulttuuristen suuntausten maku on ollut Bourdieun teoriassa niin ikään myös

sosiaalinen ase, joka erotti korkean matalasta sekä legitiimin populaarista; Bourdieun mukaan keskiluokka on ihaillut ja matkinut korkealuokkaa parhaan osaamisensa mukaan, jolloin työväenluokka valitsi taloudellisten tekijöiden pakosta ylempien luokkien hylkäämän kulttuurin, niin kutsutun alakulttuurin. (Bourdieu 1979; Heikkilä 2016, 6–7.)

Bourdieun lisäksi kulttuuripääomaa sosiologian kentällä on tarkasteltu sitemmin varsin laajasti, ja Bourdieun näkökulmat kulttuuripääoman eriarvoisesta jakautumisesta havainnollistuvat yhdysvaltalaisen sosiologian tutkijoiden Douglas Holtin (1997) ja Paul DiMaggion (2012) tutkimusten kautta. Douglas Holtin mukaan kulttuuripääoman mittarina on käytetty usein yksilön itsensä tai hänen vanhempiansa koulutustasoa, tai suuntautumista ja osallistumista korkeakulttuuriin (Holt 1997). Paul DiMaggio (2012) puolestaan määrittelee kulttuuripääoman ”sellaisten tiedon muotojen tuntemukseksi ja hallinnaksi, jotka ovat arvovaltaisia tietyllä sosiaalisella kentällä” (DiMaggio 2012, 24). Tällöin kulttuuripääomaksi on lukeutunut ennen kaikkea yhteiskunnan niin kutsuttu ”eliittinen statuskulttuuri”, joka on ankkuroitunut tiettyihin yhteiskunnallisiin instituutioihin, kuten taidegallerioihin sekä -museoihin (Purhonen ym. 2014, 19–20).

Kulttuuripääomaa kotimaisessa kontekstissa tutkinut sosiologi Semi Purhonen työryhmineen (2004) tarkasteli, kuinka erityisesti suurempien ikäluokkien koulutustaso, sukupuoli ja ikä suhteutuvat toisiinsa kulttuuripääomaan vaikuttavina tekijöinä 1990-luvun lopussa. Aineistoina he käyttivät Suomen tilastokeskuksen kulutustutkimusta vuodelta 1998. Tutkimuksessa käy ilmi, että suomalaisessa yhteiskunnassa kulttuuripääoma on ollut voimakkaan riippuvainen erityisesti koulutuksesta, ja tätä selittivät voimakkaasti myös muut tekijät, joista huomattavimpana sukupuoli; naisilla on kaikissa ikäluokissa selvästi miehiä enemmän kulttuuripääomaa, ja naiset arvostavat miehiä enemmän erityisesti kirjallisuutta sekä taidetta. (Purhonen ym. 2014, 163, 166–67.) Sukupuolen merkitystä havainnollistaa erityisesti, kuinka korkeimmin koulutettujen miesten kulttuuripääoma on tutkimuksen aineiston mittareilla näyttäytynyt olevan samalla tasolla vähemmän koulutettujen naisten kanssa (Purhonen ym. 2014, 177). Saman suuntaiset tulokset käyvät ilmi myös kulttuurisosiologi Volker Kirchbergin Saksassa vuonna 1996 tehdyssä tutkimuksessa, jonka tulokset osoittivat, että erityisesti taidemuseon vierailijat ovat korkeasti koulutettuja naisia, ja mitä korkeampi koulutustaso henkilöillä on, sitä todennäköisemmin he myös vierailevat taidemuseossa (Kirchberg 1996).

Tuoreimmissa, 2000-luvun luokkaerotutkimuksissa on sen sijaan havaittavissa liikehdintää. Siinä, missä luokkaero käsitteenä pitää tiiviisti pintaansa, on taiteeseen ja kulttuuriin suhtautuminen muutoksessa – ainakin ylempien yhteiskuntaluokkien suhteen. Sosiaali- ja yhteiskuntapolitiikan tutkija Nina Kahma (2011) tuo väitöskirjassaan esille ilmiön, kuinka mitään tiettyä ”*eliitin tai yläluokan suosimaa korkeakulttuurista*

makua ei Suomessa enää ole löydettävissä” (Kahma 2011). Saman ilmiön on havainnut myös Taru Virtanen (2007) Eurobarometriaineistoja tarkastelevassa väitöskirjassaan. Virtasen tutkimus tuo ilmi, kuinka suomalaiset ovat muiden pohjoismaalaisten verrokkiryhmien ohella kaikkein aktiivisimpia kulttuurin kuluttajia EU:ssa, ja suomalaisen kulttuurin kulutus on nykyisellään siten myös varsin monipuolinen sekoitus korkeakulttuuria kuin populaarikulttuuriakin (Virtanen 2007). Aihe korostuu myös yhteiskuntatutkija Riie Heikkilän (2016) Suomalaista kulttuuriosallistumista ja eriarvoisuutta käsittelevässä tutkimuksessa; Heikkilä tuo esille, kuinka tämän päivän kulttuurinsosiologia katsoo, että ennen kaikkea Bourdieun määritelmä legitiimi maku on haihtumassa, ja suurin osa ylemmän keskiluokan kulttuurin kuluttajista yhdistelee makuja korkeakulttuurin ja populaarikulttuurin välillä (Heikkilä 2016, 7).

Alempien yhteiskuntaluokkien kulttuuriosallistumisessa on sen sijaan havaittavia eroavaisuuksia. Riie Heikkilä avaa hiljattain julkaistussa kirjassaan *Understanding Cultural Non-Participation in an Egalitarian Context* (2022) yksityiskohtaisemmin alempien yhteiskuntaluokkien kulttuurista osallistumattomuutta Suomessa. Heikkilän tutkimus perustuu Suomen Akatemian ja Suomen kulttuurirahaston rahoittamaan tutkimushankkeeseen *Kulttuurinen osallistumattomuus nyky-Suomessa (Understanding cultural disengagement in contemporary Finland)*. Tutkimusta varten haastateltiin 40 ihmistä sekä yhdeksää kohderyhmää, jotka edustivat alempia yhteiskuntaluokkia. Heikkilän tutkimuksessa käy ilmi, kuinka nykypäivän kulttuuriosallistuminen on yhä jokseenkin polarisoitunutta; siinä, missä osa suhtautuu korkeakulttuuriin myönteisesti, suhtautui osa tutkimukseen osallistuneista henkilöistä tiettyihin korkeakulttuurinmuotoihin epäluuloisemmin ja uhmakkaammin. Heikkilän tutkimuksessa korkeakulttuuriin suhtautumista voidaankin havainnoida kolmen eri ryhmän kautta; ensimmäinen ryhmä suhtautuu korkeakulttuuriin myönteisesti ja kokee, että kulttuuriosallistuminen linkittyy kulttuuripääomaan ja lisää kokemusta yhteiskuntaan kuulumisesta. Toinen ryhmä kokee kulttuuriosallistumisen käytännöntarpeiden kautta ilman, että tällä olisi selvää yhteyttä kulttuuripääomaan tai statukseen. Kolmas ryhmä suhtautuu korkeakulttuuriksi kokemiinsa kulttuurimuotoihin uhmakkaasti ja kokee itsensä näin ollen kuulumattomaksi korkeakulttuurin osallistujaksi. (Heikkilä 2022.) Tutkimusten tulosten voidaan katsoa viittaavan siihen, että kulttuurinen kerrostuneisuus järjestyy Suomessa osin samanlaisten hierarkioiden mukaisesti kuin muissakin länsimaissa; Suomen väitetty tasa-arvoisuus ei kykene ulottumaan kulttuuriseen osallistumiseen, vaan useampien osallistumismuotojen välittäminen liittyy sosiaalisia ja kulttuurisia hierarkioita heijastaviin sosioekonomisiin eroihin. (Heikkilä ja Lindblom 2023.) Erityisesti alempien yhteiskuntaluokkien kulttuuriosallistumisen tutkimusta tarvitaan kuitenkin kotimaisella kentällä lisää.

2.2 Kuka on tervetullut taidemuseoon?

Ajan saatossa tehdyt kulttuuripääomatutkimukset tuovat tärkeitä näkökulmia havainnollistamaan korkeakulttuuriin liittyvää ajallista jatkumoa ja tämän muutosvaiheita. On varsin kiistatonta, että historiassa korkeakulttuurin kuluttaminen on nähty jakautuneena statussymbolina, joka on ollut omiaan luomaan ja vahvistamaan yhteiskunnan hierarkioita. Kulttuurinen kerrostuneisuus on ollut kautta aikain hyvin globaali ilmiö, joskin on ilmeistä, että maailma on tässäkin suhteessa muutoksessa; siinä missä menneiden vuosikymmenten taidemuseoyleisöt ovat olleet varsin selkeästi jakautuneita, pyrkii taidemuseoiden nykyinen saavutettavuustyö poistamaan eriarvoisuutta ja tavoittamaan yhä enemmissä määrin uusia yleisöjä. Merkille pantavaa kuitenkin on, että lukuisat kävijätutkimukset osoittavat museoiden olevan yhä nykyäänkin osin hierarkisesti jakautuneita; museon kokevat omakseen pääasiassa yhteiskunnan hyväosaisimmat ihmiset (Kaitavuori 2007, 283).

Taidemuseoiden kävijätutkimuksia on tänä päivänä tehty mittavasti niin kotimaisella kuin kansainväliselläkin tasolla, ja erilaisten tutkimusten avuin on pyritty kartoittamaan taidemuseoiden tyypillisimpiä kävijöitä ja heidän kokemuksiaan. Vaikka taidemuseoiden katsotaan olevan kaikille ihmisille avoimia tiloja, tuovat kävijätutkimukset ja -kartoitukset esille, että erityisesti varakkaat ja korkeasti koulutetut ihmiset ovat yhä nykyäänkin museokävijöiden huomattava enemmistö (kts. esim. Bihagen ja Katz-Gerro 2000; Purhonen ym. 2014; Heikkilä 2016). Kotimainen, vuoden 2021 Taloustutkimus Oy:n toteuttama yleinen museokävijätutkimus havainnollistaa asiaa edeltävien tutkimusten mukaisesti; 4274 kyselyyn vastanneista museokävijöistä 63 % on naisia, 60 % yli 45-vuotiaita ja 65 % korkeasti koulutettuja. Tutkimukseen osallistui kaiken kaikkiaan 112 kotimaista museota, joista taidemuseoiden määrää ei erikseen eritelty. Kävijätutkimuksen valossa valtaosa kävijöistä on hyvin tyytyväisiä museovierailuunsa ja 93 % heistä on valmiita käymään museoissa myös uudestaan. (Holm ja Tyynilä 2021.) Tyytyväisyystulokset ovat positiivisia, joskin oletusten mukaisia, sillä tutkimuksen valossa kävijätyytyväisyys muodostuu suurilta osin heidän kokemuksistaan, jotka voidaan tilastollisesti katsoa olevan osa museoille ominaisinta kohderyhmää.

Liverpoolin kansallismuseoiden johtotehtävissä toiminut David Fleming on puhunut laajalti museoiden demokratisoinnin puolesta. Fleming (2002) väittää, että museot eivät ole olleet riittävän demokraattisia ja osallistavia organisaatioita, vaan sosiaalisen syrjäytymisen vaikuttajia – eikä vain sattumalta, vaan suunnitellusti. Flemingin mukaan taloudellisen elinkelpoisuuden turvaamiseksi museot ovat lähtökohtaisesti rajoittuneet vastaamaan koulutettujen keskiluokkaisten ja taloudellisesti vaikutusvaltaisten ihmisten tarpeisiin. Flemingin mukaan museoita johtanut elitistinen vähemmistö on näistä lähtökohdista pyrkinyt vaikuttamaan siihen, kenelle museot ovat

ensisijaisesti räätälöityjä. (Fleming 2002, 213–19; Jung 2010, 276.) Aihe havainnollistuu osin myös itävaltalainen museoasiantuntija Christian Waltlin (2006) tutkimuksessa, jonka mukaan museot ja galleriat ovat palvelleet useimmiten koulutetumpia yhteiskuntaluokkia (Waltl 2006). Waltlin mukaan tämä on osasyy, jonka vuoksi suuri osa yleisöistä on pysynyt poissa museoista ajatellen, että museot eivät ole heitä varten (MORI 2001; Waltl 2006).

Nykyisen saavutettavuustyön puitteissa varsinaisen taidemuseomarginaalin ulkopuolelle jäävät väestöryhmät ovat nousseet enemmässä määrin esille myös kotimaisessa tutkimuksessa. Suomessa museoiden ja kulttuuri-instituutioiden saavutettavuutta on hiljattain tutkinut Dorothea Breier (2021) Helsingin yliopistosta. Breier on tarkastellut saavutettavuuden sosiaalisia ulottuvuuksia Helsingin Alakulttuurikeskus Loukon, 20–30-vuotiaiden nuorten aikuisten näkökulmista, jotka ovat vaarassa syrjäytyä, tai jotka kokevat itsensä syrjityiksi sosiaalisesta taustastaan, koulutustaustastaan, sukupuoli-identiteetistään tai mielenterveydenongelmistaan johtuen. Breierin tutkimuksen tulokset koostuvat Kulttuurikeskus Loukon ylläpitämän Museokerhon kautta, jonka toiminnan tavoitteena on järjestää matalan kynnyksen vierailuja eri museoihin. Breierin tutkimuksessa käy ilmi, kuinka erityisesti syrjäytymisvaarassa olevat nuoret aikuiset kokevat museokynnyksen korkeaksi, ja osa nuorista ei välttämättä koe kuuluvansa taidemuseoon, vaikka kulttuuri olisikin heille tärkeää. Breier tuo tutkimuksessaan esille, kuinka museokerhon tarpeellisuus voidaan nähdä osin myös suorana vastauksena kulttuurilaitosten havaittuihin epäonnistumisiin ja puutteisiin. Breierin mukaan kotimaisten kulttuuri-instituutioiden tulisikin tunnustaa rajoituksensa saavutettavuustyössään. (Breier 2021.)

2.3 Yleisötyön tavoitteet Suomen taidemuseoissa

Tuoreimman museotilastoseselvityksen mukaan Suomessa oli vuoden 2021 aikana 151 ammatillisesti hoidettua museota, jotka ylläpitivät yhteensä 328 yleisölle avointa, erilaista museokohdetta. Taidemuseokohteita Suomessa oli kaiken kaikkiaan 59 kappaletta. (Museovirasto 2022.) Saavutettavuustyössä yleisötyön merkitykset Suomen taidemuseoissa ovat hyvin keskeisiä. Vaan siinä missä taidemuseoiden yleisötyö hahmotetaan usein museopedagogisten yksittäistehtävien, kuten yleisöopastuksien, työpajojen tai tapahtumien kautta, on yleisötyössä kyse tätä laajemmasta kokonaisuudesta; yleisötyö vastaa museokäynnin prosessin kokonaisvaltaisesta hahmottamisesta, joka liittyy laaja-alaisesti museon ja yleisön vuorovaikutteiseen suhteeseen sekä museon roolin hahmottamiseen yhteiskunnassa. (Kaitavuori 2007, 286.)

Suomalaisen yhteiskunnan yksi keskeisimpiä kulttuuripoliittisia tavoitteita on jo vuosien ajan ollut taata kansalaisille mahdollisimman tasa-arvoinen

kulttuuripalvelujen tarjonta riippumatta sosiaalisista, taloudellisista tai alueellisista tekijöistä (Kangas 1988; Ahponen 1991; Virolainen 2015). Kulttuurin saavutettavuutta on edistänyt erityisesti 1970-luvulla käytäntöön lanseerattu ”uuden kulttuuripolitiikan käsite”, joka pyrkii osallistamaan ihmisiä eri kulttuuritoiminnan kehittämiseen sekä sisällönmäärittelyyn ja tätä kautta oman asuinalueensa kehittämiseen (Kangas, Jakonen, ja Havimäki 2014, 60; Virolainen 2015, 30). Kulttuuripolitiikalla pyrittiin keskeisesti kulttuuripalvelujen demokratisointiin, ja tämän periaatteet olivat vahvasti sidoksissa ideologiaan hyvinvointivaltioista (Kangas 1988, 51; Virolainen 2015, 30).

Kulttuuripoliittiset periaatteet näkyvät laajasti myös tämän päivän saavutettavuustyössä. Taidemuseoiden saavutettavuustyö pohjaa vahvasti keskeisiin lakeihin (kts. Perustuslaki 731/1999 § 6; Yhdenvertaisuuslaki 1325/2014 § 8; Museolaki 314/2019 sekä laki kuntien kulttuuritoiminnasta 166/2019). Taidemuseoviitteessä lakien tavoitteena on tukea ihmisten yhdenvertaisia osallistumisen mahdollisuuksia riippumatta henkilön sukupuolesta, iästä, etnisestä alkuperästä, vakaumuksesta, terveydentilasta, seksuaalisesta suuntautumisesta tai muusta henkilöön liittyvästä tekijästä (Sisäasiainministeriö 2010). Kulttuurinen osallistuminen nähdään kotimaisessa kulttuuripolitiikassa ihmisoikeuskysymyksenä, joka taidemuseokontekstissa nojaa kansainvälisen museoneuvosto ICOM:in (*International Council of Museums*) eettiseen ohjeistukseen. Museoneuvoston eettisen ohjeistuksen mukaisesti museoilla on tärkeä velvollisuus kehittää ennen kaikkea kasvatuksellista rooliaan monipuolisia yleisöjään tavoittaen. Vuorovaikutus yhteisön kanssa ja kulttuuriperinnön vaaliminen muodostavat näin ollen oleellisen osan myös museoiden kasvatuksellisesta tehtävästä. (ICOM 2001.)

Yleisötyö museon ja yhteisön välisellä rajapinnalla toimiessaan vastaa siitä, että museot palvelevat erilaisia yleisöjä sekä pitävät huolta, että jokaisella ihmisellä on yhtäläiset kulttuuripalveluihin osallistumisen mahdollisuudet, jotka tulevat yksilöllisten tarpeiden mukaisesti huomioiduiksi (Kaitavuori 2007, 291). Tämän funktion mukaisesti taidemuseoiden keskeisimpiin toiminta-ajatuksiin kuuluvat elämysten välittäminen sekä tuottaminen, joiden keskeisenä päämääränä on edistää yhteiskunnallista hyvinvointia ja jatkuvuutta kestävässä kehityksessä periaatteiden mukaisesti (Kaitavuori 2007, 280; Westergård 2009, 47). Kestävä kehitys taidemuseokontekstissa voidaankin ymmärtää prosessina, jonka kautta ympäristö, talouskasvu, tasa-arvoisuus sekä moninaisuus pyritään saattamaan kestävässä tasapainoon hyvinvoinnin ylläpitämiseksi ja edistämiseksi (Weil 2002, 35; Kallio 2007, 121). Kestävää kehitystä voitaisiin hyvin myös kuvata kaiken museotoiminnan odotusarvona, jonka tavoitteena on mahdollistaa kulttuuriperinnön säilyminen mahdollisimman monipuolisena ja rikkaana kasvualustana seuraaville sukupolville (ICOM 2001; Kukko ym. 2010, 5, 13–14).

Suomessa taidemuseoiden tulevaisuuden kehityssuunnat ovat ennen kaikkea saavutettavuuden monitahoisemmassa tunnistamisessa ja yksilöiden

yhdenvertaisessa huomioimisessa. Opetus- ja kulttuuriministeriön museopoliittisen ohjelman visiona on, että vuoteen 2030 mennessä Suomessa on Euroopan ajankohtaisimmat museot ja innokkaimmat kävijät (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2018). Museo- poliittisen ohjelman mukaan museoiden tulee taata kaikille mahdollisuus osallistua jokaiselle kuuluvan kulttuuriperinnön määrittelyyn ja museoiden toiminnan tulee perustua kestävän kehityksen mukaisille eettisille periaatteille. Museoiden tulee myös olla rohkeita mahdollistajia ja vuorovaikutteisia suunnannäyttäjiä, jotka elävät ajassa ja auttavat ihmisiä rakentamaan kestävää tulevaisuutta sekä kulttuurista identiteettiään. Kynnyksen käyttäjä museoiden palveluja tulee siten olla matalla kaikille väestöryhmille, ja museoiden tulee vastata siitä, että heidän kokonaisvaltainen saavutettavuutensa on nyt ja tulevaisuudessa mahdollisimman esteetön. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2018.) Taidemuseoiden yleisötyön kehittämistehtävissä varsin keskeinen kysymys kuuluukin, kuinka museo voisi yhä paremmin täyttää käytännön tehtävänsä saavutettavana, jokaiselle kuuluvana kulttuuriympäristönä? (Kaitavuori 2007, 287).

2.4 Taidemuseot yksilöidentiteetin vahvistajina

Taidemuseoiden sivistyksellisen tehtävän päämääriä ovat ihmisen identiteetin vahvistuminen, kulttuurisen vuoropuhelun lisääntymisen sekä kulttuuriperinnön arvostuksen kasvu (Karvonen ym. 2007, 17). Museoiden julkisena tilana voidaan myös katsoa toimivan keskustelufoorumina erilaisille arvomaailmoille (Kaitavuori 2007, 285). Museolaisissa museoiden tehtäväksi yleisesti määritellään kulttuuri- ja luonnonperintöä koskevan tiedon saatavuuden edistämisen, jonka puitteissa museoiden tehtävänä on tarjota riittävät resurssit ihmisten oppimisen tueksi (Museolaki 314/2019). Taidemuseot toimivat museoroolinsa lisäksi taidelaitoksina, jollaisina nämä rinnastuvat muihin yhteiskunnan kulttuuri-instituutioihin, kuten gallerioihin, orkestereihin tai muihin esittävän taiteen laitoksiin (Kaitavuori 2007, 280). Taidemuseoiden toiminnan tavoitteet nykyisessä yhteiskunnassa ovatkin varsin selkeät. Sen sijaan syyt sille, miksi ihmiset vierailevat taidemuseoissa kaipaavat ennen kaikkea kotimaisessa taidemuseokontekstissa laajempaa huomiota.

Ihmisten syitä vierailla taidemuseoissa on tutkittu kansainvälisellä tasolla varsin runsaasti. Useat tutkimukset osoittavat, että ihmiset eivät mene taidemuseoon ainoastaan katsomaan taidetta, vaan syyt vierailla museoissa ovat huomattavasti tätä laajemmalla. Amerikkalainen yhteiskuntatieteilijä ja museotutkija John Falk (2009) on jäsentänyt *Identity and the museum visitor experience* -julkaisussaan ihmisten museokokemuksia jakamalla nämä kolmeen hallitsevaan osa-alueeseen; henkilökohtaiseen, fyysiseen sekä sosiokulttuuriseen viitekehykseen. Henkilökohtaiseen viitekehykseen

kuuluvat vierailijoiden aiemmat tiedot, kokemukset sekä henkilökohtaiset kiinnostuksen kohteet. Fyysiseen osa-alue sisältää museokokemukseen vaikuttavat tilalliset tekijät, kuten kalusteet, valaistuksen ja esteettömyyden. Sosiokulttuurisen osa-alueen Falk on katsonut pitävän sisällään vuorovaikutteisuuden, sekä vierailijoiden edeltävät kulttuuriset kokemukset sekä omaksutut arvot. (Falk 2009, 159.) Falk korostaa tutkimuksessaan erityisesti museovierailujen henkilökohtaisen viitekehityksen merkitystä. Falkin mukaan ihmisten keskeisimmät syyt vierailla museoissa kumpuavat ihmisten identiteettiperäisistä tarpeista, ja ihmiset hakevat museovierailuiltaan ennen kaikkea vastetta identiteettinsä osa-alueiden rakennusaineiksi (Falk 2009, 36, 89).

Vaan mitä tarkoitetaan, kun puhutaan identiteetistä? Kulttuuriperintökasvatuksen viitteessä ihmisen identiteettiä voidaan tarkastella laaja-alaisista näkökulmista. Peruskäsitys ihmisen identiteetistä kuvantuu ihmisen käsityksensä omasta itsestään, kun ihmisen kulttuurinen identiteetti puolestaan liitetään tunteeseen kuulumisesta ryhmään, jonka maailmankatsomus perustuu yhteiselle arvopohjalle, menneisyydelle tai nykyisille traditioille. (Relph 2008, 49; Vihreälehto 2023.) Kokonaisuudessaan ihmisen identiteetin voidaan katsoa olevan usean tekijän summa, joka muodostuu julkisesta ja yksityisestä, synnynnäisestä ja hankitusta, sekä evoluution kehityksestä ja kulttuurisen narratiivin vaikutteista (Bruner ja Kalmar 1998; Falk 2009, 71–75). Identiteettiimme vaikuttaa siten myös runsaslukuinen määrä ylisukupolvisia vaikutteita, joita kannamme tässä hetkessä mukamme, ja joita myös jatkuvasti peilaamme ympäristöistämme (McAdams 1990; Cooper 1999; Falk 2009, 71–75). Identiteetti voidaankin käsittää minuuden laajempänä ymmärtämisenä ja tämän kehittämisenä sen sijaan, että kategorisoisimme itsemme yksinkertaistetusti etnisyytemme, ideologiamme tai muun yksittäisten identiteetin osa-alueen perusteella. Yksinkertaisimmillaan identiteetti on jotakin sellaista, jota jokainen voi intuitiivisesti ymmärtää; se on jotakin, millaisina käsitämme itsemme kaiken kokemamme kautta (Falk 2009, 71–72).

Falkin mukaan ihmisen identiteetin ymmärtäminen voi toimia merkittävänä työkaluna museovierailukokemusten ymmärtämiseksi, ja identiteetti voi toimia välineenä, jonka avulla käsitykset henkilökohtaisista tarpeista ja motivaatioista voidaan yhdistää museon resursseihin sekä mahdollisuuksiin vastata yleisöjensä tarpeisiin (Falk 2009, 71–72, 77). Toisin sanoen, ihmisen identiteetin ymmärtäminen voi edistää museoiden sisältötarjonnan rakentumista, jolloin museoiden sisältötarjonta voi toimia vasteena ihmisen identiteettiperäisille tarpeille. Tämän vuoksi olennaisen tärkeää museovierailukokemuksen ymmärtämiseksi on, että vierailukokemus alkaa jo huomattavasti aiemmin kuin ihminen astuu jalallaankaan museoon. Vierailu saa alkunsa yksilön identiteettiin liittyvien vapaa-ajan tarpeiden sekä kiinnostuksen kohteiden tasolla. (Falk 2009, 89.) Asia vahvistuu myös muiden tutkimusten kautta; ihmisten on todettu kiinnittävän museovierailuillaan eniten huomiota asioihin, jotka vastaavat heidän lähtökohtaisia kiinnostuksensa kohteita (Leinhardt, Crowley, ja Knutson 2002).

Ihmiset hakevat museovierailuiltaan lisäksi emotionaalisia ja esteettisiä kokemuksia, sekä vapaa-ajan viihtymistä ja vuorovaikutteisuutta (Hood 1981; Moussouri 1997; Packer ja Ballantyne 2002). Onnistuneimpien museokokemusten onkin katsottu pohjaavan olosuhteisiin, jotka ovat antaneet kävijälleen mahdollisuuden sitoutua museovierailuunsa älyllisesti sekä emotionaalisesti itselle sopivalla tasolla (Falk 2009, 153).

Identiteettiviitteen näkökulmista museoilla vapaa-ajan kulttuuritoimijoina voi sivistystyönsä ohessa olla merkittävät vaikutukset myös kuulumisen kokemusten lisääntymisessä, sillä kuulumisen kokemuksen muodostumisen on vahvasti sidoksissa ihmisen identiteettiin, ja käsite korostaa erityisesti elämän sosiaalisia puolia suhteessa muihin ihmisiin sekä historiallisiin ja kulttuurisiin konteksteihin. (Lähdesmäki 2014; Lähdesmäki ym. 2014, 87–88.) Tämän perusteella se, kuinka paljon taidemuseot kykenevät tarjoamaan vastetta ihmisten motivaatiotekijöille ja identiteettiin pohjaaville tarpeille, voi määrittää ihmisten kuulumisen kokemuksia taidemuseoissa, sillä kuulumisella ei tarkoiteta ainoastaan sosiaalisia paikkoja tai yksilöiden ja kollektiivien identiteettien rakenteita, vaan myös tapoja, joilla nämä otetaan huomioon (Yuval Davis, 203). Kuulumisen kokemuksen lisääntyminen voi siten olla yksi museokynnystä madaltavista tekijöistä, ja mikäli museoiden sisältötarjonta kykenee tarjoamaan samaistumis pintaa ja mahdollisuuden laajentaa ymmärrystä ja kokemusta kulttuuriympäristöön kuulumisesta, voi tämä vaikuttaa edistävästi tuleviin päätöksiin vierailta taidemuseoissa. Ihmisten vierailumotivaatioiden tiedostaminen voi näin ollen mahdollistaa monipuolisempien yleisöjen tavoittamisen, jolloin tarpeiden ja tarjonnan vuorovaikutteisuus voi toimia keskeisenä taidemuseoiden yleisötyötä kehittävässä tekijänä.

3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS: KYSELYTUTKIMUS TAI-DEMUSEOIDEN SAAVUTETTAVUUDESTA JA KUULUMISEN KOKEMUKSISTA

Tässä luvussa esittelen tutkimukseni aineiston sekä tämän rakentumisen muodostumisen vaiheita. Avaan alkuun tutkielmani metodologisia lähtökohtia sekä keskeisempiä tutkimusmenetelmiä, jonka jälkeen esittelen tutkielmani keskiöksi muodostuvan aineiston sekä aineistoon soveltamani analyysimenetelmät. Luvun lopuksi tuon esille tutkielman kannalta keskeisimmät tutkimuseettiset, ja tutkimuksen luotettavuutta mittaavat periaatteet.

3.1 Metodologiset lähtökohdat

Tutkimukseni on laadullinen, eli kvalitatiivinen tutkimus. Laadullisella tutkimuksella tarkoitetaan menetelmää, jonka kautta pyritään ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä laajempina, eri osatekijöiden ja tulkintojen muodostamana kokonaisuutena (Alasuutari 2011, 41). Laadullisessa tutkimuksessa on lisäksi keskeistä pyrkiä ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä subjektiivisten kokemusten, ajatuksien sekä tunteiden kautta, jotka muodostavat merkityksiä tutkittavalle ilmiölle (Puusa, Juuti, ja Aaltio 2020). Laadullisen tulokulman lisäksi hyödynnän tutkimuksessani määrällisen, eli kvantitatiivisen tutkimuksen periaatteita, joiden funktio on toimia suuntaa antavina lukuina tutkittavan aihealueen hahmottamiseksi. Määrällisellä tutkimuksella tarkoitetaan menetelmää, joka perustuu kohteen tulkitsemiseen ja kuvaamiseen tilastojen sekä numeroiden avulla (Jyväskylän yliopisto 2023). Laadullisessa tutkimuksessa ei kuitenkaan tavoitella tilastollisia yleistyksiä, vaan tällä pyritään kuvaamaan jotakin tapahtumaa tai toimintaa, tai muodostamaan teoreettinen tulkinta tutkittavasta ilmiöstä (Eskola ja Suoranta 1998, 61). Määrällisen tutkimuksen menetelmät toimivat näin ollen tukena

tutkimukseni eri vaiheissa, ja aineiston määrälliset osuuksien pääasiallinen tehtävä on havainnollistaa tutkimukseni laadullista kerrontaa. Muodostetut numeeriset tilastot tukevat osaltaan myös laajan aineiston hallintaa. (Eskola ja Suoranta 1998, 13, 64–65; Alasuutari 2011, 32.)

Tulokulmani käsittelemääni aiheeseen kumpuavat olennaisesti fenomenologis-hermeneuttisista näkökannoista. Fenomenologisen tutkimuksen kohteena on elämismaailma (Varto 1992), eli ihmisen suhde omaan todellisuuteensa (Laine 2010). Tutkimuksessa keskeisiä käsitteitä ovat tällöin ennen kaikkea kokemus, merkitys sekä yhteisöllisyys. Fenomenologisen tutkimuksen kohde voidaan näin ollen mieltää inhimillisen kokemuksen tutkimisena, joka muodostuu suhteessa elettyyn ympäristöön. Fenomenologisessa merkitysteoriassa ajatellaan, että ihmisten toiminta on yhteisölähtöistä, ja merkitykset, joiden valossa todellisuus avautuu, eivät ole ihmisessä synnynäisesti, vaan tämän lähtökohtana on yhteisö, jossa yksilöt kasvavat ja johon heidät kasvatetaan. (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 34–35.) Tutkimuksessa hermeneuttinen ulottuvuus muodostuu puolestaan tulkinnan tarpeen myötä (Laine 2010). Hermeneutiikalla tarkoitetaan tutkittavien ilmiöiden merkitysten oivaltamista. Hermeneutiikan tulokulmassa olennaista on myös, kuinka tarkastelun alla oleva ilmiö ennestään ymmärretään. Toisin sanoen, ymmärtäminen ei ala tyhjästä, vaan tämän pohjana toimii jo olemassa oleva kaikupohja tarkasteltavasta ilmiöstä. Fenomenologis-hermeneuttisessa tutkimuksessa nousevatkin vahvasti esille ymmärtämiseen ja tulkintaan liittyvät näkökannat, ja tutkimuksen viitteessä pyrin tekemään näkyväksi niitä asioita, jotka ovat ajan saatossa muodostuneet itsestään selviksi käytösmalleiksi, joita arjessa jo koetaan, mutta joita ei vielä tietoisesti ajatella. (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 34–35.) Fenomenologis-hermeneuttisessa tutkimuksessa oletetaan, että tutkittavat ilmiöt ovat sellaisinaan jo läsnä elämismaailmassa, mutta muodoissa, jotka eivät suoriltaan avaudu käsitteellistämiseksi ja ymmärtämiseksi. Tulkinnat tutkittavasta ilmiöstä tehdään näin ollen kerätyn aineiston kautta. (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 35.)

3.2 Tutkimusmenetelmät

Tutkimukseni menetelmät muodostuvat empiirisen, teoreettisen sekä kehittämistutkimuksen lähtökohdista. Tutkielmani pääpaino on ensisijaisesti empiirisessä, eli kokemusperäisessä tutkimuksessa, jossa tarkastellaan laaja-alaisesti ihmisten kokemuksellisuutta tutkittavan ilmiön ympärillä (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 27–28). Empiirisessä tutkimuksessa konkreettinen ja koottu tutkimusaineisto toimii näin ollen myös tutkimuksen tekemisen merkittävänä lähtökohtana (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 27–28; Jyväskylän yliopisto 2023). Tutkimuksessani painopiste on pyrkiä tekemään näkyväksi taidemuseoihin kohdistuvia ennakoasenteita sekä näiden vaikutuksesta

muodostuneita asenteellisia esteitä. Painopiste on ilmenneiden ongelmien kriittisessä tarkastelussa. Empiirisen tutkimusmenetelmän periaatteet vastaavat siten myös tutkielmani tavoitteisiin menetelmän perustuessa mahdollisten ongelmien ratkaisemiseen kerättyjen havaintoaineistojen pohjalta (Hirsjärvi 1992).

Empiirisen tutkimusotteen ohella tutkimukseni muodostumisen lähtökohdat ovat teoreettisen tutkimuksen perustuksissa; taustateoriassa sekä tulkintateoriassa. Taustateoria toimii pohjana, jota vasten aineistoa tarkastellaan, ja tulkintateoria ohjaa sitä, mitä aineistosta etsitään. (Eskola ja Suoranta 1998, 82.) Teoreettiset lähtökohdat toimivat merkittävänä tukirankana erityisesti, kun tarkastelussa ovat ylisukupolviset tekijät sekä menneisyyden mahdolliset heijastumat nykyhetkessä (Alasuutari 2011, 55–74). Teoreettinen tutkimus havainnollistaa siten historian olennaisia muutosvaiheita sekä näihin vaikuttaneita osatekijöitä, ja tuo näkyväksi myös edeltäviä tutkimuksia ilmiön ympäriltä. Tutkimuksen teoria muodostuu näin ollen käsitteistä ja näiden välisistä merkityssuhteista, jolloin teoria toimii myös tärkeänä peilipintana nykyisille näkemyksille ja kokemuksille. (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 18.) Tutkimuksessani teoreettinen osuus on ohjannut myös kyselytutkimuksen osittaista rakentumista sekä mahdollistanut tutkimuskokonaisuuden pysymisen hallittavana kokonaisuutena (Eskola ja Suoranta 1998, 18–19). Olen ottanut kyselyn rakentumisen vaiheissa huomioon ennalta tehtyjä tutkimuksia, ja pyrkinyt tutkielmani kautta täydentämään aiemmissa tutkimuksissa mahdollisesti ilmenneitä aukkoja. Toisaalta tutkimuksen sisällöllinen muodostuminen on saanut vahvoja vaikutteita myös yhteiskunnallisesti ajankohtaisista keskusteluista, jotka fenomenologis-hermeneuttisen tutkimusviitteen mukaisesti kumpuavat ulkopuolelta omaksutuista ja tiedostamattomistakin käytösmalleista (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 39–42). Ajankohtaiset keskustelut toimivatkin varsin tärkeinä kriittisinä kanssakeskustelijoina taustateorioille, ja tässä suhteessa empiirisen sekä teoreettisen tutkimuksen lähtökohdat muodostavat tutkielmassani toisiaan tukevan kokonaisuuden.

Siinä, missä tutkielmani on aiheellisesti kriittinen, on tämä myös tavoitteiltaan ratkaisukeskeinen. Tutkimuksen tavoitteellisuuden kautta tutkielmani voi näin ollen nähdä myös kehittämistutkimuksena. Kehittämistutkimuksen pääasiallisena tavoitteena on pyrkiä selvittämään tutkittavaan ilmiöön liittyviä ongelmakohtia (Edelson 2002), jolloin tutkimusten tulosten kautta pyritään myös tuottamaan luovia ratkaisuja tutkimuksen kautta ilmenneisiin ongelmiin (Barab ja Squire 2004). Kehittämistutkimuksen viitteessä tutkielmani tarttuu taidemuseoiden saavutettavuustyön ajankoh-taisiin ongelmiin ja pyrkii löytämään ratkaisuja ja muutosehdotuksia saavutettavuus-työn eteenpäin viemiseksi. Tutkielma pyrkii myös muodostamaan uusia polkuja taidemuseoiden ja yleisöjen välille, sekä keskeisimpänä; kuulemaan yleisöjen kehittämisehdotuksia yhteisten kulttuuriympäristöjen rakentumiseksi.

3.3 Tutkimusaineisto

Tutkimukseni keskiö muodostuu toteuttamani kyselytutkimuksen tuloksista, jonka tehtävä on muodostaa käsitteellistä ymmärrystä tutkimastani aiheesta (Eskola ja Suoranta 1998, 62). Toteutin kolmivaiheisen kyselyn Webropol -ohjelman avuin, jolla pyrin kartoittamaan ihmisten kokemuksia taidemuseoihin kohdistuvista ennakoasenteista sekä näiden vaikutuksista kuulumisen kokemukseen taidemuseoissa. Kyselyn kohderyhmänä olivat Keski-Suomessa asuvat tai Keski-Suomessa vierailevat 20–45-vuotiaat aikuiset. Pyrin tavoittamaan kyselyyn osallistuvia henkilöitä erilaisista yhteiskuntaluokista, joka mahdollistaisi myös aineistosisältöjen keskinäisen vertailun. Kohderyhmän ikähaitarilla pyrin laajentamaan aiemmin tehtyjä tutkimuksia työikäisten ihmisten näkökulmilla. Viittaan kommentilla erityisesti tuoreimpaan, vuoden 2021 museokävijätutkimukseen, jonka perusteella kotimaisten museokävijöiden todettiin olevan pääsääntöisesti yli 45-vuotiaita naisia (kts. Holm ja Tyynilä 2021). Museokävijöiden korkeampaan ikään perustuvat tekijät korostuvat myös muissa edeltävissä tutkimuksissa (kts. esim. Bihagen ja Katz-Gerro 2000; Purhonen ym. 2014; Heikkilä 2016). Paikallisuudella tutkielma kartoittaa lisäksi Jyväskylän taidemuseoon kohdistuvia mahdollisia asenteellisia esteitä, jolloin tulokset tulevat tukemaan myös Jyväskylän taidemuseon kulttuurisen vapaaehtoistoiminnan kehittämishanketta sekä Jyväskylän taidemuseon saavutettavuustyötä yleisesti. Paikallisuus tekee osaltaan näkyväksi myös pienemmillä paikkakunnilla asuvien ihmisten kokemuksia kaupunki-alueiden kulttuuritarjonnasta.

Kyselytutkimuksen sisältö muodostui kolmen vaiheen kautta: Suomen taidemuseot, Jyväskylän taidemuseo sekä museokortti, ja tämä piti sisällään 24 kohtaa, jotka muodostuvat monivalintakysymyksistä sekä avoimista kysymyksistä (Liite 3.) Monivalintakysymysten tavoitteena oli muodostaa tutkimusrunkoa muodostavaa tilastoa, ja avoimien vastausten avulla pyrin muodostamaan kokonaiskuvaa ihmisten kokemuksista ilman ennakkoon johdettuja vastausvaihtoehtoja. Kyselyn vastausaika oli 7.11.-18.12.2022, ja toinen, lisäaineistoa kartoittava vastauskierros toteutui aikavälillä 26.3.-2.4.2023. Kyselyn toteutuksen haasteet liittyivät olennaisesti vastaajien kartuttamiseen sekä riittävän erilaisen vastaajakunnan tavoittamiseen. Tästä johtuen pyrin kyselyni markkinoinnissa aktiivisuuteen ja suunnitelmallisuuteen. Hyödynsin kyselyn markkinoinnissa muodostamiani mainoksia (Liite 2.) sekä sähköistä viestintää varten luotua saatekirjettä (Liite 1.). Markkinoin kyselyä eri paikallisjärjestöissä, sekä Jyväskylän taidemuseon sisäisen viestinnän kuin oppilaitosten sähköpostilistojen kautta. Toisella vastauskierroksella vastaajista merkittävän osan tavoitin sosiaalisessa mediassa, erityisesti lähikuntien paikallisissa Facebook-ryhmissä. Ennen julkaisua, kyselyn toiminnallisuus ja tarkoituksenmukaisuus pilotoitiin koevastaajilla. Kysely oli

käännetty myös englannin kielelle, joskin kysely tavoitti pääasiassa suomea äidinkielenään puhuvat henkilöt.

Kyselyyn osallistui lopulta 141 henkilöä, joista merkittävä enemmistö oli korkeasti koulutettuja naisia. Vastanneista 109 (77,3 %) olivat naisia, 21 (14,9 %) miehiä, 6 (4,3 %) jotakin muuta sukupuolta, ja 5 henkilöä (3,5 %) ei halunnut vastata kysymyseen. Koulutustaustoiltaan vastanneista 57 (40,4 %) omasi yliopistotutkinnon, 35 (24,8 %) ammattikorkeakoulututkinnon, 36 (25,6 %) ammattikoulututkinnon, 11 (7,8 %) lukiopohjan sekä 2 (1,4 %) peruskoulupohjan. Vastanneiden keskiarvoikä oli 35,1 vuotta, sekä mediaani 36 vuotta. Kyselyyn osallistuneiden enemmistö kuvantuu edeltävien tutkimusten mukaisesti taidemuseoiden tyypillisimpänä kävijäkohderyhmänä, eli korkeasti koulutettuina naisina. Kyselyyn osallistuneiden henkilöiden perusteella voidaan jo alustavasti muodostaa johtopäätös, kuinka taidemuseoiden sisältötarjonnat kiinnostavat tällä hetkellä eniten korkeasti koulutettua viiteryhmää. Ensimmäisen ja toisen asteen tutkinnon suorittaneita henkilöitä täytyi myös tavoitella toisella, heille erikseen kohdennetulla vastauskierroksella, sillä ensimmäisellä vastauskierroksella vastauksia kertyi 106 kappaletta, joista alemman tutkinnon suorittaneiden vastauksia ainoastaan 14 kappaletta. Lopullinen vastaajamäärä, 141 vastausta, jakautuu aineiston analyysivaiheissa kahteen erilliseen ryhmään; **Ryhmä 1. Peruskoulu, ammattikoulu, lukio** (49 vastaajaa), sekä **Ryhmä 2. Ammattikorkeakoulu, yliopisto** (92 vastaajaa). Pysin jaon kautta tuomaan esille yhteiskuntaluokittain jakautuvien kokemusten eroavaisuuksia ja yhteneväisyyksiä.

3.4 Aineiston analyysimenetelmät

Tutkimusaineiston analyysimenetelmänä hyödynnän temaattista sisällönanalyysia. Sisällönanalyysi on analyysimenetelmä, jota voidaan hyödyntää lähes kaikissa laadullisen tutkimuksen perinteissä, ja tämän avuin tutkittavasta ilmiöstä pyritään muodostamaan kokonaiskuva tiivistetyssä muodossa (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 103, 117). Teemoittelun ulottuvuus pyrkii tässä suhteessa tekemään näkyväksi aineistosta esiin nousseita pääkohtia, jotka mahdollistavat ilmiön käsittelyn tälle ominaisten tulokulmien kautta (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 106). Teemoittelua aineiston analyysimenetelmänä suositellaan erityisesti myös tilanteissa, joissa pyritään ratkaisemaan jotakin käytännön tasolla ilmenevää ongelmaa (Eskola ja Suoranta 1998, 179–80).

Tutkimukseni sisällönanalyysia ohjasi tutkielmaani varten kerätty empirinen aineisto, jonka työvaiheet olivat aineiston pelkistämisessä, ryhmittelyssä sekä teoreettisten käsitteiden luomisessa (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 121). Pehdyin alkuun aineistosisältöihin tätä yleisesti läpikäymällä. Tämän jälkeen erittelin aineistosta tutkielmaani valikoituja osioita, joista osa, oli jätettävä tarkastelun ulkopuolelle aineiston

laajuuden vuoksi. Valitsemieni asiasisältöjen jälkeen, keskityin erittelemään aineistosta toisiaan kuvaavia termejä värikoodien avulla, jolloin samaa tarkoittavat termit muodostuivat pääkäsitteillä nimetyiksi ryhmiksi. Aineiston jakaminen ja käsitteellistäminen mahdollisti näin ollen myös aineiston tiivistymisen sekä tämän hahmottamisen selkeytyneiden yleiskäsitteiden kautta. (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 121–127.) Aineistosisällöt muodostivat näin ollen myös käsittelemäni aihealueen keskeisimmät pääteemat, jotka osaltaan määrittivät tutkielman rungon rakentumista.

Aineiston määrästä johtuen hyödynsin temaattisessa sisällönanalyyysissa lisäksi kvantifiointia, eli avoimien vastauksien muuntamista määrällisiksi luvuiksi, jotka selkeyttivät sisältöjen käsittelyä vastauksissa eniten toistuvien teemojen mukaisesti (Eskola ja Suoranta 1998, 166). Kvantifiointi tuo myös tarkkuutta tulosten esittelyyn (Alasuutari 2011, 192–193). Selkeytyneiden käsitteiden kautta kvantifioin tulokset taulukkomuotoon, jotta tulosten esittely on mahdollisimman johdonmukaista eikä tulosten esille tuominen perustu ainoastaan kyselyyn vastanneiden sitaatteihin. Kvantifioidut taulukoiden lukemat kuvaavat analyyysissa näin ollen vastausten noin-prosenttiosuuksia, sillä yksi annettu vastaus on saattanut sisältää usean sisällöllisen teeman, jotka jakautuvat useamman vastausvaihtoehdon alle. Erittelin teemat mahdollisimman tarkasti, ja tulkinnanvaraiset vastaukset olen luokitellut kysymyskohtaisesti ryhmiin ”Jollekin muulle yksittäiselle kohderyhmälle”, ”muuta yksittäisiä ennakoasenteita”, ”Ei osaa sanoa / ei vastausta”, tai johonkin muuhun vastaukselle kysymyskohtaisesti sopivaan ryhmään. Kvantifioiduissa tilastoissa ryhmien prosentiosuudet muodostuvat suhteessa ryhmien sisäiseen vastaajamäärään.

Pyrin teemoittelun ja kvantifioinnin avulla selkeyttämään tutkielmani sisältöjä, sekä nostamaan esiin tutkimuksessa esille nousseita keskeisimpiä tekijöitä, jotka koetaan ongelmallisiksi taidemuseoiden saavutettavuustyössä. Teemoittelu sekä tulosten kvantifiointi suhteessa käsittelemäni aihealueen toimivat varsin keskeisinä työkaluina tutkielmani lopullisen rakenteen muodostamisessa, ja kvantifioidut tulokset selkeyttivät osaltaan myös vastaajaryhmittäin tulleiden vastausten keskinäistä vertailua. (Eskola ja Suoranta 1998, 166.)

3.5 Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus

Tutkimukseni tekemistä ohjasi keskeisesti tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohjeistus hyvästä tieteellisestä käytännöstä. Ohjeistuksen keskeiset arvot pohjaavat tutkimuksen tekemisen luotettavuuteen, arvostukseen sekä vastuunkantoon (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2023), jolloin tutkimuksessa tulee noudattaa huolellisuutta tutkimuksen rakentumisen vaiheissa sekä tulosten analyyysissa. Tutkimuksen tekemisessä on myös keskeistä kyetä soveltamaan tieteellisen tutkimuksen kriteerien

mukaisia, kestäviä tiedonhankinta- ja arviointimenetelmiä, jolloin tutkimus perustuu avoimuuteen sekä vastuullisuuteen myös tuloksia julkaistaessa. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012.) Tutkielmani luotettavuutta mittaavat tekijät korostuvat lähdemateriaalien validiudessa sekä asianmukaisissa viittauksissa muiden tutkijoiden työhön. Olen pyrkinyt hyödyntämään aineistoissani eri tieteenalojen tutkimuksia, jotka havainnollistavat ilmiön muodostumisen vaiheita niin kotimaisessa kuin kansainvälisessäkin tutkimuksessa. Tutkielman ajankohtaisuutta lisäävät myös tuoreimmat tutkimustulokset, jotka nostavat esiin tutkimusaiheeni viimeisimpiä muutosvaiheita erityisesti kotimaisessa kulttuurin kuluttamisessa. Pysin tutkielmallani peilamaan havaintojani edeltävien tutkijoiden työhön, mutta myös täydentämään aiemmin tehtyä tutkimusta tuoreiden tulokulmien kautta. Näin ollen tutkimuksen tekeminen on ollut jatkuvaa vuorovaikutteisuutta yhdessä muiden tutkijoiden kanssa.

Tutkimusta tehdessä on lisäksi keskeistä huolehtia tutkimukseen osallistuneiden henkilöiden yksityisyydestä aineiston keräämisen, tallentamisen ja raportoinnin vaiheissa. Kyselyyn osallistuville henkilöille tulee informoida kirjallisessa muodossa mitä ja miksi tutkitaan, sekä mihin tutkimuksella tähdätään ja kuinka aineistoa tullaan käyttämään. (Kuula 2006, 77, 106–7.) Tutkimukseen osallistujille tulee lisäksi ilmetä tutkimukseen osallistumisen vapaaehtoisuus sekä mahdollisuus kontaktoida tutkijaa tarpeen mukaan, esimerkiksi syistä, mikäli osallistuja haluaa perua osallistumisensa tutkimukseen (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012). Edellä mainitut tekijät korostuivat tutkimukseni toteutuksen eri vaiheissa. Koostin tutkimuksen kannalta keskeisimmät tiedot kyselytutkimukseni saateviestiin, joka oli luettavissa sähköpostiviestien liitteenä, mainosmateriaalien QR-koodin kautta sekä kyselyn aloitussivulla. Huomioon otetut eettiset tekijät tulee näkymään myös kyselyyn osallistuneiden henkilöiden anonyymiydessä; vastaajien henkilöllisyyttään ei voida tunnistaa annettujen vastausten perusteella. Kyselyyn osallistuneiden sitaatit ilmenevät raportoinneissa iän, sukupuolen ja koulutustaustan mukaan. Tutkimukseen osallistuville on myös tuotu tiedoksi tutkimusten tulosten arkistointi taidemuseoiden kehittämistehtäviä varten tulevaisuudessa.

Tutkimuksen työstäminen vaatinut kaiken kaikkiaan huolellista otetta ja aiheeseen perehtyneisyyttä. Tutkimusta tehdessä myös itsereflektoinnin merkitys on korostunut, ja olen tutkijan roolissa pyrkinyt objektiivisuuteen. Objektiivisyys on osaltaan syntynyt oman subjektiivisuuden tunnistamisesta tutkimusaiheen noustessa eletystä elämästä (Eskola ja Suoranta 1998, 17). Tarvittava tutkimuksellinen etäisyys ja objektiivisyys on syntynyt myös teoreettisen pohdinnan (Eskola ja Suoranta 1998, 35) sekä kriittisen ja reflektiivisen tutkimusotteen kehittymisen myötä (Hallamaa ja Aaltonen 2006, 21). Avoin ja utelias suhtautuminen tutkimaani aiheeseen on siten myös toiminut varsin keskeisinä motivaatiotekijöinä tutkimuksen eteenpäin viemisessä.

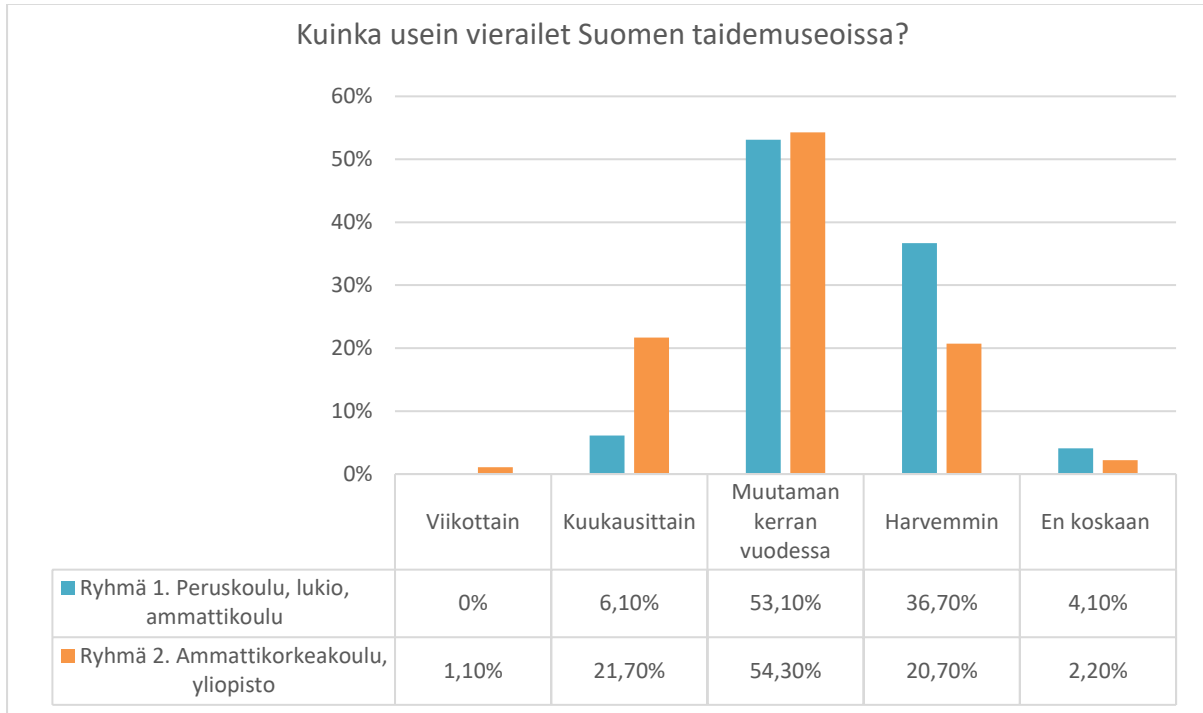
4 KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET

Tämän luvun kautta esittelen kyselytutkimukseni tulokset. Avaan alkuun kyselyyn osallistuneiden henkilöiden museovierailuaktiivisuutta sekä vierailuihin kohdistuvia mielenkiinnonkohteita ja motivaatiotekijöitä. Tästä seuraavana tuon näkyväksi taidemuseoiden koettuja kohderyhmiä ja museoihin ajantasaisesti kohdistuvia ennakkosenteita. Tämän jälkeen syvennyn tarkastelemaan kyselyyn vastanneiden henkilöiden kuulumisen ja tervetulleeksi tulemisen kokemuksia, sekä näihin keskeisimmin vaikuttaneita tekijöitä. Tulosten lopuksi esittelen kyselyyn osallistuneiden henkilöiden näkemyksiä sekä konkreettisia kehittämissuhteita museokäynnin madaltamiseksi ja laajempien taidemuseoyleisöjen tavoittamiseksi.

4.1 Museovierailut ja motivaatiotekijät

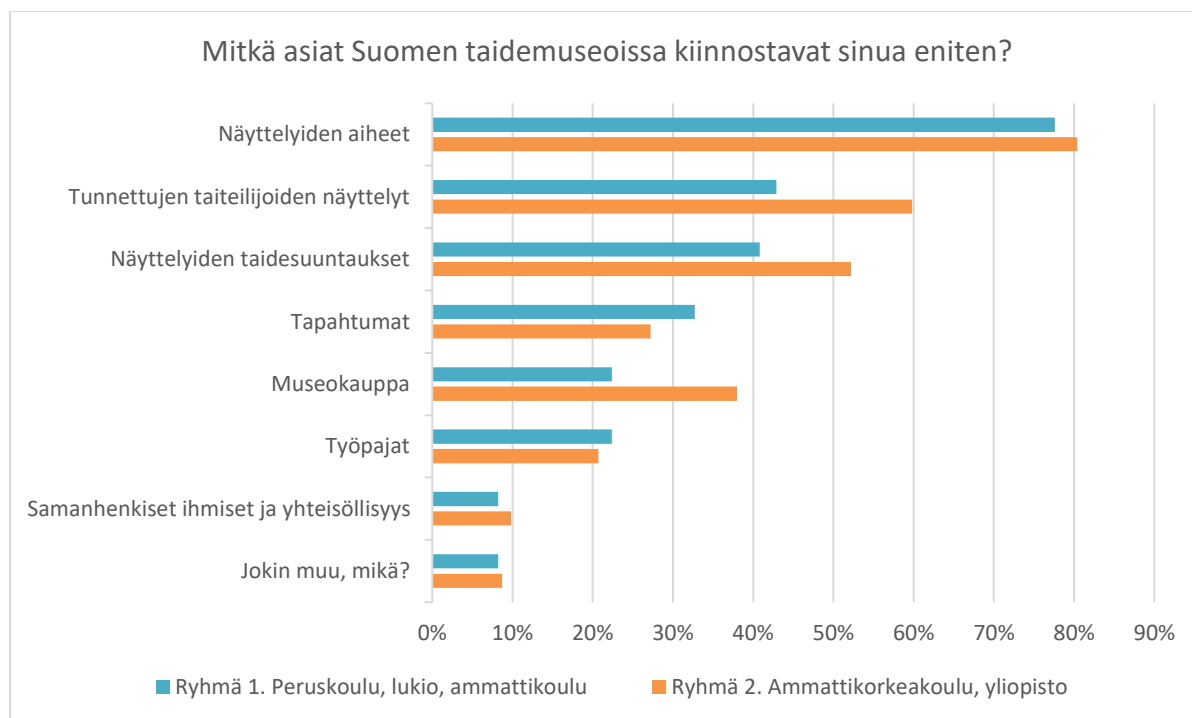
Tutkimustani alustaakseni, kysyin kyselyyn osallistuneilta henkilöiltä, kuinka usein he vierailevat Suomen taidemuseoissa (Taulukko 1.), ja mitkä tekijät Suomen taidemuseoissa kiinnostavat heitä eniten (Taulukko 2.). Pyrin tulosten kautta kartoittamaan kyselyyn osallistuvien henkilöiden aktiivisuutta taidemuseoissa vieraillemiseksi sekä tuomaan esille heidän keskeisimpiä motivaatiotekijöitä ja mielenkiinnonkohteita taidemuseoita kohtaan. Kävijäaktiivisuus sekä motivaatiotekijät havainnollistavat myös ryhmien välisiä eroavaisuuksia ja yhteneväisyyksiä. Kysymykset olivat määrällisiä kysymyksiä.

TAULUKKO 1. Museovierailut



Riippumatta kyselyyn vastanneiden koulutustaustasta, noin puolet molempien ryhmien vastaajista ilmoittivat vierailevansa taidemuseoissa muutamia kertoja vuodessa; alemman tutkinnon suorittaneista 53,10 % (26/49) sekä ylemmän tutkinnon suorittaneista vastaajista 54,30 % (50/92) vierailevat taidemuseoissa muutamia kertoja vuodessa. Selkeämpää hajontaa on sen sijaan havaittavissa kuukausittain sekä harvemmin vierailevien kävijöiden vastauksissa, sillä alemman tutkinnon suorittaneista 36,70 % (18/49) ilmoitti vierailevansa taidemuseoissa harvemmin, kun vastaava prosenttiosuus korkeakoulututkinnon suorittaneilla on 20,70 % (19/92). Korkeakoulututkinnon suorittaneista puolestaan 21,70 % (20/92) ilmoitti vierailevansa taidemuseoissa kuukausittaisella tasolla, kun alemman tutkinnon suorittaneista kuukausittain taidemuseoissa vierailee ainoastaan 6,10 % (3/49) vastanneista. Vastaajista yksittäiset henkilöt ilmoittavat, etteivät he vieraile taidemuseoissa lainkaan, ja yksi ylemmän tutkinnon suorittaneista vastaajista ilmoitti vierailevansa taidemuseoissa viikoittain.

TAULUKKO 2. Mielenkiinnonkohteet ja motivaatiotekijät



Sen sijaan kiinnostuksen kohteet taidemuseoita kohtaan olivat vastaajaryhmillä enimmäkseen samankaltaisia. Kyselyyn tulleiden vastausten mukaan taidemuseoiden näyttelyissä kiinnostusta herättävät ensisijaisesti näyttelyiden aiheet, tunnettujen taiteilijoiden näyttelyt sekä näyttelyiden taidesuunnaukset, joista kiinnostus erityisesti näyttelyiden aiheita kohtaan korostui molempien ryhmien vastauksissa; alemman tutkinnon suorittaneista 77,6 % (38/49) koki näyttelyiden aiheet kaikkein mieleenpainuvimpana museotarjontana, kun ylemmän tutkinnon suorittaneiden vastauksissa luku on 80,4 % (74/92). Tunnettujen taiteilijoiden näyttelyt sekä näyttelyiden taidesuunnaukset vetosivat sen sijaan aavistuksen enemmän ylemmän tutkinnon suorittaneisiin vastaajiin; ylemmän tutkinnon suorittaneista 59,80 % (55/92) oli kiinnostunut tunnettujen taiteilijoiden näyttelyistä sekä 52,20 % (48/92) näyttelyiden taidesuunnauksista, kun alemman tutkinnon suorittaneista tunnettujen taiteilijoiden näyttelyt puhuttelivat 42,90 % (21/49) vastaajista, ja näyttelyiden taidesuunnaukset vetosivat 40,80 % (20/49) vastaajista.

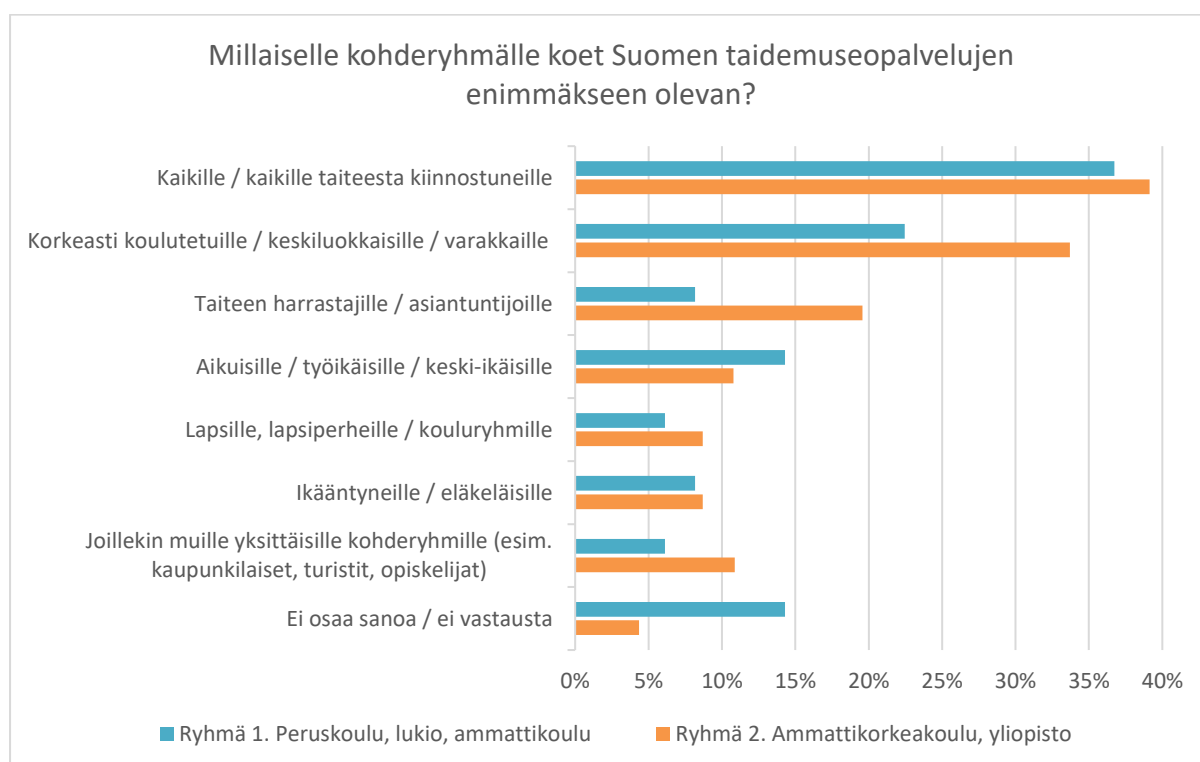
Tapahtumien ja työpajojen suosio vastaajaryhmittäin oli sen sijaan suhteellisen samankaltainen; alemman tutkinnon suorittaneiden vastauksissa tapahtumien ja työpajojen suosio oli kuitenkin muutamaa prosenttiyksikköä ylemmän tutkinnon suorittaneita korkeampi. Vastausten eroavaisuudet nousevat esille sen sijaan kiinnostuksessa museokauppaa kohtaan, joka herätti runsaampaa kiinnostusta erityisesti ylemmän tutkinnon suorittaneiden vastauksissa; ylemmän tutkinnon suorittaneista 38,00 % (35/92) koki kiinnostusta museokauppaa kohtaan, kun alemman tutkinnon

suorittaneista museokauppa vetosi 20,40 % (11/49) vastaajista. Samanhenkiset ihmiset ja yhteisöllisyys eivät näiden tulosten perusteella kuitenkaan herättäneet vastanneiden lähtökohtaista kiinnostusta; ryhmien vastaajista alle 10 % koki taidemuseoiden sosiaalisen ulottuvuuden yhtenä kiinnostavimmista tekijöistä. Muina yksittäisinä motivaatiotekijöinä vastaajat mainitsivat mielenkiinnonkohteikseen muun muassa ”vähemmän tunnettujen taiteilijoiden näyttelyt”, ”ilmaiset sisäänpääsyt”, ”halun nähdä ja kokea uutta ennakkoluulottomasti” sekä ”inspiroitumisen ja kokemuksellisuuden”.

4.2 Taidemuseoiden koetut kohderyhmät

Tavoittaakseni kyselyyn osallistuneiden vastaajien näkemyksiä taidemuseoiden ajankohtaisista yleisöistä, kysyin, millaiselle kohderyhmälle he kokevat Suomen taidemuseopalveluiden enimmäkseen olevan (Taulukko 3.). Kysymys pyrkii tuomaan esille taidemuseoyleisöihin liittyviä yleisimpiä ennakkoasenteita, sekä tuomaan näkyväksi koettujen asenteiden suhdetta aiemmin tehtyihin kävijätutkimuksiin. Kysymys oli avoin kysymys ilman ennakkoon johdettuja vastausvaihtoehtoja, jonka olen kvantifioinut määrälliseen muotoonsa. Vastaukset ovat saattaneet sisältää useamman sisällöllisen teeman, jotka jakautuvat eri vastausvaihtoehtojen alle. Kysymyksen vastauksissa eniten toistuvat teemat havainnollistuvat oheisen taulukon kautta.

TAULUKKO 3. Taidemuseoiden koetut kohderyhmät



Kyselyyn vastanneista enemmistö koki, että taidemuseot ovat suunnattu pääsääntöisesti kaikille; alemman tutkinnon suorittaneista 36,73 % (18/49), ja ylemmän tutkinnon suorittaneista 39,13 % (36/92) koki taidemuseopalveluiden olevan suunnattuja kaikille tai kaikille taiteesta kiinnostuneille henkilöille. Tulleissa perusteluissa korostuivat erityisesti taidemuseoiden saavutettavuustyöhön sekä yleisöjen tavoittamiseen perustuvat tekijät. Vastauksissa nousivat esille myös omaksutut periaatteet taiteesta ja kulttuurista kaikille kuuluvana oikeutena.

"Koen, että taidemuseopalvelut ovat kaiken ikäisille ihmisille, ominaisuuksista riippumatta. Kaikkien tulisi saada kokea kulttuuria sen monissa eri muodoissa, ja museot ovat oiva tapa ilmaista sitä." Nainen, 22, ammattikorkeakoulu

"Koen, että museot ovat kaikille, sehän on niiden tarkoitus, tuoda taide lähelle kaikelle kansaa." Nainen, 33, ammattikorkeakoulu

"Kaikille taiteesta ja kulttuurista kiinnostuneille, tuloluokkaan tai taustoihin katsomatta. Taide on tehty kaikille." Mies, 30, ammattikoulu

"Nykyään kaikille, aiemmin ajattelin että vain "sivistyneille kaupunkilaisille" koska en maalla kasvaneena saanut mallia muuhun." Nainen, 31, ammattikorkeakoulu

Vastauksissa toiseksi eniten toistuneet teemat liittyivät korkeaan koulutustaustaan, keskiluokkaisuuteen sekä museokävijöiden oletettuun varakkuuteen. Koettuja kohderyhmiä kuvattiin pääsääntöisesti termein "*korkeasti koulutettu*", "*varakas*", "*eliitti*", "*keskiluokkainen*" ja "*sivistynyt*". Tulosten perusteella erityisesti korkeasti koulutettujen kantaottavuudessa taidemuseoiden palvelut kohdentuvan yhteiskunnan hyväosaisimmalle väestölle, sillä ylemmän tutkinnon suorittaneista 33,70 % (31/92) katsoi taidemuseopalveluiden perustuvan sosioekonomisiin tekijöihin, kun alemman tutkinnon suorittaneista samoin ajattelevia oli 22,45 % (11/49). Vastauksissa nousivat esille myös kulttuuripääoman periytymiseen liittyvät näkökulmat kuin taidemuseoiden henkilöstöön liittyvät tekijätkin.

"Vaikka museoiden tulisi olla kaikkia varten, niiden kohderyhmäksi vaikuttaa usein valikoituneen koulutettu kaupunkilaisväestö. Tämä saattaa johtua siitä, että taidemuseoita ylläpitävät tahot ja henkilöt kuuluvat usein samaan viiteryhmään kuin asiakkaat, joita museoon pyritään houkuttelemaan." Mies, 28, yliopisto

"Urbaaneille, korkeakoulutetuille nuorille aikuisille tai näiden urbaanien, korkean sosioekonomisen aseman ja kulttuurista pääomaa omaavien perheille. Ns hyväosaisille." Nainen, 30, yliopisto

"Ylemmälle keskiluokalle, joka tuntee taidetta jo kehdestä alkaen" Nainen, 34, ammattikoulu

"Ehkä edelleenkin tulee mieleen, että se on sellainen varakkaiden ihmisten juttu." Nainen, 44, ammattikoulu

Kohderyhmien koetut ennakkoasenteet liittyivät lisäksi taiteen ymmärtämiseen. Ylemmän tutkinnon suorittaneista 19,57 % (18/92) koki taidemuseoiden kohderyhmiksi pääasiassa taiteen harrastajat tai ammattilaiset, kun alemman tutkinnon suorittaneista näin koki 8,16 % (4/49) vastanneista. Vastauksissa toistuivat taiteen harrastaneisuuteen ja asiantuntijuuteen liittyvät teemat, joissa taiteen koettiin suuntautuvan ihmisille, jotka kykenevät ymmärtämään taiteen sisällöllisiä teemoja.

”Ennakkoluuloni on kohderyhmälle, joka ymmärtää taiteesta ja harjoittaa sitä itsekin. Taiteellisille ihmisille, koska eihän muut taiteesta ymmärrä mitään.--” Nainen, 28, ammattikoulu

”Taitelijoille ja siitä syystä että me muut emme välttämättä ymmärrä ainakaan heti asioita/kuvia,/teoksia.” Nainen, 41, lukio

”--Yleiskäsitys kokemattomille lienee kuitenkin, että taidemuseoon meneminen edellyttää taiteen tuntemusta.--” Muu, 32, ammattikorkeakoulu

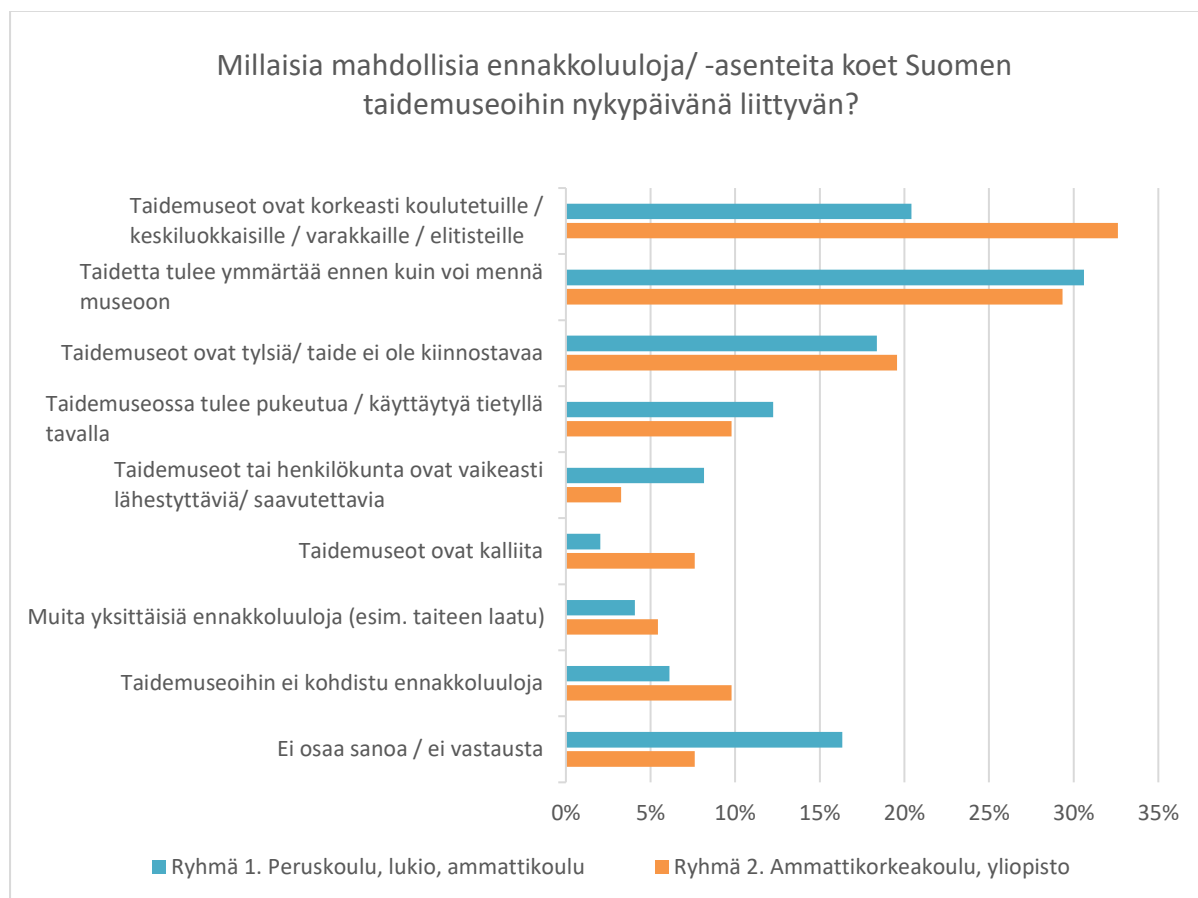
”Taiteesta ja kulttuurista pitävät ja tietävät henkilöt.” Nainen, 34, ammattikorkeakoulu

Muut koetut kohderyhmät olivat molempien vastaajaryhmien mukaisesti ”*aikuisia*”, ”*lapsia*”, ”*ikäntyneitä*” tai muita yksittäisiä viiteryhmiä, joista mainintana esimerkiksi kaupunkilaiset, turistit sekä opiskelijat. Vastauksissa korostui myös alemman tutkinnon suorittaneiden kantaaottamattomuus.

4.3 Taidemuseoiden koetut ennakkoasenteet

Vaikka taidemuseoiden yleisöt Suomessa ovat monipuolistumassa, osoittavat edelliseen kysymykseen tulleet vastaukset, että taidemuseoiden kävijät koetaan osin marginalisoituneina. Erityisesti sosioekonomisiin tekijöihin sekä taiteen ymmärtämiseen liittyvät teemat herättivät pohdintaa. Aihealuetta tarkentaakseni kysyin vastaajilta, millaisia yleisiä ennakkoasenteita he kokevat taidemuseoihin tänä päivänä liittyvän (Taulukko 4.). Pysin kysymyksen kautta kartoittamaan, millaisia mahdollisia ennakkoasenteita taidemuseoihin nykypäivänä kohdistuu, sekä millaisia asenteellisia esteitä koetut asenteet muodostavat taidemuseoiden saavutettavuustyössä. Kysymys oli avoin kysymys ilman ennakkoon johdettuja vastausvaihtoehtoja, ja tämä on kvantifioitu selkeämpään, määrälliseen muotoonsa. Vastaukset ovat saattaneet sisältää useamman sisällöllisen teeman, jotka jakautuvat eri vastausvaihtoehtojen alle.

TAULUKKO 4. Taidemuseoiden koetut ennakkoasenteet



Oheinen taulukko havainnollistaa, kuinka kyselyyn vastanneista enemmistö koki taidemuseoihin kohdentuvien ennakkoasenteiden liittyvän edellisten vastausten mukaisesti sosioekonomisiin tekijöihin sekä taiteen ymmärtämiseen. Ennakkoasenteita kohdistui myös museoetiketin tuntemukseen tai taidemuseoiden yleiseen saavutettavuuteen. Erityisesti ylemmän tutkinnon suorittaneista enemmistö, 32,61 % (30/92), oli sitä mieltä, että nykyaikaiset mahdolliset ennakkoasenteet liittyvät pääsääntöisesti luokkaeroihin, kun alemman tutkinnon suorittaneista samaa mieltä oli 20,41 % (10/49). Sen sijaan alemman tutkinnon suorittaneista useampi, 30,61 % (15/49), koki ennakkoasenteiden liittyvän pääsääntöisesti taiteen ymmärtämiseen. Muut saavutettavuuden teemat liittyivät pääsääntöisesti taidemuseoinstituutioihin; taidemuseoiden tylsyyteen, museoetikettiin, museoiden tai henkilökunnan saavutettavuuteen tai kalliiksi koettuihin hintoihin. Vastauksissa korostui myös alemman tutkinnon suorittaneiden kantaaottamattomuus.

Tarkastellakseni laajemmin kyselyssä toistuneita teemoja, olen jakanut koetut ennakkoasenteet tulleiden vastausten perusteella kolmeen pääryhmään; 1) sosioekonomisuuteen liittyviin asenteisiin, 2) taiteen ymmärtämiseen liittyviin asenteisiin, sekä 3) taidemuseoinstituutioihin liittyviin yleisiin asenteisiin.

4.3.1 Sosioekonomisuuteen liittyvät asenteet

Vastausten perusteella taidemuseoiden yksi selkeimpiä taidemuseoihin kohdistuvia ennakkoasenteita tänä päivänä ovat sosioekonomisiin tekijöihin kohdistuvat asenteet, jotka liittyvät koettujen kävijöiden mukaisesti yleisöjen luokkaerorakenteisiin. Teemat korostuivat erityisesti ylemmän tutkinnon suorittaneiden vastauksissa. Ylemmän tutkinnon suorittaneiden vastauksissa toistui erityisesti käsite ”elitismi”, kun alemman tutkinnon suorittaneet kuvasivat kohdentuvia ennakkoasenteita pääsääntöisesti termein ”hienostelu” ja ”parempi väki”. Taidemuseot saatettiin kokea eliitin etuoikeutena, joihin tavallinen kansa ei ole tervetullutta. Eräissä vastauksissa myös pohdittiin, etteivät alemman koulutustaustan omaavat välttämättä koe kuuluvansa taidemuseoympäristöihin. Toisaalta myös taidemuseoiden sisältötarjonta saatettiin kokea elitistisenä ja teemoiltaan yhtä lailla rajatuille kohderyhmille suunnattuina, jota marginaalin ulkopuolisen olisi mahdotonta ymmärtää. Tämän seurauksena taidetta ei välttämättä pidetty helposti lähestyttävänä.

”Oman kokemukseni perusteella suurin osa ihmisistä ikäluokasta huolimatta pitää taidetta ylipäättään elitistisenä ja hankalasti lähestyttävänä, ei samaistuttavana. Toki näin voi olla, etenkin jos on joskus kohdannut juuri sellaista taidetta. Mutta huonot kokemukset estävät uusien, parempien syntymistä, kun museovierailuja ei enää sitten tehdä.” Nainen, 44, yliopisto

”Ehkä tietynlainen keskiluokkaisuuden odotus. En esim usko, että alemmista tuloluokista tai heikomman koulutustason omaavat kokevat taidemuseoita yhtä lailla omiksi alueikseen” Nainen, 28, ammattikorkeakoulu

”--Itselläni on ennakkoasenteena ollut taidemuseoiden sisältöjen liittyminen keskiluokkaiseen eskapismiin ja statuksen ylläpitoon.” Mies, 36, yliopisto

”Osa väestöstä pitää taidemuseoita eliitille kuuluvina, joihin ei tavallisilla kuolevaisilla ole asiaa.” Mies, 38, yliopisto

”Että on paremman porukan paikka. Tai että vain hienot ihmiset käy.” Nainen, 36, ammattikoulu

”Että ne ovat vain rikkaita ihmisiä varten.” Nainen, 37, ammattikoulu

Eräissä vastauksissa myös koulutustausta liitettiin taiteen ymmärtämiseen. Korkeasti koulutettuja saatettiin luonnehtia kulturelleiksi ihmisiksi, jolloin taidemuseoiden tarjonta ei avautuisi kaikille. Taidemuseoiden ajateltiin näin ollen edustavan eliitistä kulttuuria, jota taiteeseen perehtymättömän olisi vaikea ymmärtää. Eräs vastaaja myös pohti, mitä kouluttamattomampi ihminen on, sitä todennäköisemmin hänellä voi olla ennakkoluuloja taidemuseoita kohtaan. Vastaaja koki, että kulttuurista ja sivistyksestä nauttiminen edellyttää kulttuuriorientoitunutta asennetta tai persoonaa.

Toisen vastaajan näkökulmasta korkea tutkinto sekä akateemisuus eivät kuitenkaan automaattisesti tarkoita niin kutsuttua kulturellisuutta.

"--Voin vain olettaa, että mitä alemmin koulutettu tai kouluttamaton henkilö on, on hänellä suurempi todennäköisyys olla ennakkoluuloinen taidemuseoita ja -näyttelyjä kohtaan. Kulttuurista ja sivistyksestä nauttiminen edellyttää kulttuurin ja sivistyksen janoa tai muutoin kulttuuriorientoitunutta asennetta tai persoonaa. Tämä on rankka yleistys, mutta sellainen mutu-tuntuma minulla asiasta on." Nainen, 45, ammattikorkeakoulu

"--Yleisesti voidaan pitää tietynlistek kulturellien ihmisten paikkoina, jollaiseksi en itseäni kyllä lue, vaikka korkeasti koulutettu ja akateeminen olenkin." Nainen, 34, yliopisto

"Jotenkin tuntuu et käydäkseen museoissa pitäisi olla jotenkin enemmän kulturelli-ihminen." Nainen, 40, lukio

"Taidemuseot voivat joidenkin mielestä edustaa ylempää, "elitististä" kulttuuria, jota ei ole taiteeseen perehtymättömän ihmisen mahdollista ymmärtää.--" Nainen, 23, yliopisto

Vastauksissa oli myös havaittavissa kamppailua ennakkoasenteiden ja taidemuseoiden saavutettavuusperiaatteiden välillä. Taidemuseoiden viesti kaikkien kulttuuriympäristöinä oli onnistunut tavoittamaan osan vastaajista, joskin mielikuvat taidemuseoista vain rajatun kohderyhmän kulttuuritoimijoina aiheuttivat yhä pohdintaa. Vastaajat kokivat, että huolimatta taidemuseoiden saavutettavuuden lisääntymisestä, taidemuseot saatetaan yhä kokea liian hienoina tai elitistisinä ympäristöinä, joka on omiaan muodostamaan kynnystä museoissa vierailemiseksi. Erään vastaajan mukaan myös kokemattomuudella voi olla merkityksensä ennakkoasenteiden syntyemisessä.

"Museot ovat muuttuneet korkean kynnyksen "korkeakulttuurilaitoksista" enemmän matalan kynnyksen paikoiksi, jonne voi viedä myös lapset. Silti joillain on vielä ennakkoluuloja museoista ns. "liian hienoina paikkoina että uskaltaisi köydyä niissa". Nainen, 30, ammattikorkeakoulu

"Ehkä ajatuksen tasolla vielä jonkin verran tulee mieleen elitistisyys, että ne on jotenkin hienoja paikkoja ja että olenko minä tarpeeksi hieno käymään niissä. Silti tunnen oloni yleisesti tervetulleeksi taidemuseoihin. Ymmärtän, että se ajatus on vain pääni sisällä." Nainen, 39, ammattikorkeakoulu

"Taidemuseopalvelut käsittääkseni ainakin pyrkii olemaan kiinnostavia laajalle yleisölle. Esim. Jyväskylän Taidemuseon ja Lahden visuaalisten taiteiden museo tarjoavat nähtävää kaikenkokoisille. Yleiskäsitys kokemattomille lienee kuitenkin, että taidemuseoon meneminen edellyttää taiteen tuntemusta, ja mielikuva on minkkiturkkisesta vanhasta naisesta" Muu, 32, ammattikorkeakoulu

Sosioekonomisiin tekijöihin liittyvät asenteet olivat vastausten perusteella varsin yhdenmukaisia. Tulleissa vastauksissa taidemuseoiden koettiin assosioituvan elitistisyyteen, jolloin myös taidemuseoiden yleisöt koettiin osin marginalisoituneina. Taidemuseoinstituutiot koettiin asenteiden mukaisesti näin ollen hienoina tai elitistisinä paikkoina, joissa vieraileminen vaatisi uskallusta. Koetut asenteet heijastuivat siten myös kokemukseen omasta itsestä sekä kuulumisestaan taidemuseoympäristöihin. Tulleiden vastausten perusteella myös tietouden puutteella voi olla merkittävästi

vaikutuksia ennakkoasenteiden muodostumisessa, ja mikäli tarvittavaa tietoa ei ole saatavilla, voivat ennakkoasenteet näin ollen ylläpitää itseään ja vaikuttaa siten myös taidemuseoiden saavutettavuuteen.

4.3.2 Taiteen ymmärtämiseen liittyvät asenteet

Vaikka sosioekonomiset tekijät olivat vastausten perusteella yksi suurimpia teemoja taidemuseoihin kohdistuvissa ennakkoasenteissa, korostuivat vastauksissa merkittävästi myös taiteen ymmärtämiseen liittyvät teemat. Taidetta kuvattiin usein termein *”liian hienoa”*, joka oli omiaan puhumaan myös taiteen ymmärtämisen yhteyksistä kouluttautuneisuuteen. Toisaalta *”taiteen hienoudella”* viitattiin nykytaiteeseen, joka taidemuotona saatettiin kokea perinteistä maalaustaidetta haastavampana. Vastauksissa pohdittiinkin, kenelle taidemuseot kohdistavat sisältötarjontansa ja kuinka taidetta olisi mahdollista ymmärtää. Vastauksissa nousivat esille myös tärkeät näkökulmat siitä, kuinka päätös vierailta taidemuseoissa voi olla riippuvainen taiteen ymmärtämisestä. Eräs vastaaja koki, että mikäli taide ei ole kovin tuttua, ei taidemuseoon välttämättä tule lähdettyä lainkaan.

”Jos taide ei ole kovin tuttua yleisesti, ei taidemuseoon tule lähdettyä. Moni tuntuu kokevan ettei ”ymmärrä” jonkilaista taidetta tai sen merkitystä, joten näkisin että tietyllä tapaa katsojaansa haastava taide ei ehkä saavuta kovin laajaa yleisöä.” Nainen, 25, yliopisto

”Koen, että taidemuseopalvelut ovat Suomessa suunnattu lähinnä taiteen piirissä jo valmiiksi operoiville. Erityisesti ei niin tunnetut taidemuseot vetävät vähemmän ns. piirin ulkopuolista porukkaa. Jotkut taidemuseot ovat tosin onnistuneet brändäämään itsensä suosittuina myös muille kuin kulttuuriharrastajille. Lähtökohtaisesti koen kuitenkin, että taidemuseot eivät ole helposti lähestyttävissä, jos aikaisempaa kiinnostusta ei löydy.” Nainen, 23, yliopisto

”Uskon, että ennakkoluulot liittyvät enemmän taidesuuntauksiin tai näyttelyjen aiheisiin kuin itse museoihin, esim. ”En voi mennä Kiasmaan koska en ymmärrä nykytaidetta.” Nainen, 35, lukio

”Liian hienoa taidetta. Ei ymmärrä, mitä se tarkoittaa” Mies, 44, ammattikoulu

”En ole riittävän ymmärtäväinen katsomaan taidetta” Nainen, 41, lukio

Taiteen ymmärtämiseen liittyvillä tekijöillä koettiin olevan vaikutuksia myös yleisöjen kuulumisen kokemuksissa. Taiteen ymmärtämättömyyden koettiin rajaavan taidemuseoyleisöjä, jolloin taidemuseoiden ajateltiin olevan ihmisille, jotka kykenevät ymmärtämään paremmin taiteen sisällöllisiä teemoja. Vastauksissa pohdittiinkin kohderyhmäajattelun mukaisesti sitä, tulisiko taidemuseokäynneille omata jo lähtökohdista tietoutta taiteesta, ja saisiko taidemuseoissa vierailta lainkaan, mikäli taide on itselle entuudestaan vierasta.

”Välillä tulee ajatelleeksi, että pitäisi olla enemmän taidealan osaamista, jotta voisi mennä nauttimaan taidemuseoista.” Nainen, 25, yliopisto

"Että sinne saisi mennä vain henkilöt joilla on jotain kokemusta ja tietoa taiteesta enemmän." Nainen, 20, lukio

"-- koetaan että jos taiteesta ei mitään konkreettista ymmärrä, ei museoon voisi mennä lainkaan." Nainen, 20, ammattikoulu

"-- ei saa mennä jos ei tunne taidetta, jos et ymmärrä kaikkea taidetta sitä ei saa mennä katsomaan ja kokemaan." Nainen, 30, ammattikorkeakoulu

Taiteen ymmärtämättömyydestä johtuen taidemuseoilta toivottiinkin nykyistä enemmän tietoutta esillä olevasta taiteesta, sillä taiteen itseisarvon ei koettu avautuvan vain taidetta pintapuolisesti katsomalla. Vastaajat kuvasivat, kuinka tieto teosten sisällöistä tulisi olla helpommin saatavilla, jotta taide voitaisiin kokea helpommin saavutettavana. Eräs vastanneista kuvaakin varsin osuvasti, kuinka taidetta ei voi oppia ymmärtämään ja arvostamaan, mikäli kukaan ei opeta ja kerro, mitä teos käsittelee ja miksi se on taidetta.

"Joskus olisi mielenkiintoista, että teoksista olisi paremmin infoa siitä mitä teos käsittelee, miksi se on tehty ja miksi se on taidetta. Taidetta saa tulkita henkilökohtaisesti enkä näe, että valmiit "vastaukset" veisivät tätä pois. Taidetta ei voi kuitenkaan oppiakaan arvostamaan, jos kukaan ei opeta ja kerro. Taiteen ei pitäisi muistuttaa keisarin uusia vaatteita vaan taiteesta tulisi puhua, kommentoida, arvostella ja tulkita ääneen." Nainen, 29, yliopisto

"Kaipaisin enemmän tietoa näyttelyiden taustoista ja ajatuksista, millä perusteella juuri kyseinen taide on asetettu esille. Esim. lyhyet puheenvuorot vaikka museon nettisivuilla olisi mukavia ja syventäisivät kokemusta." Nainen, 45, yliopisto

"Ne ovat joskus liian hienoja ja "korkealentoisia". Näyttelyistä ei ole riittävästi tietoa joka aukeaisi ilman taiteen tuntemista." Nainen, 42, ammattikoulu

Taiteen ymmärtämiseen liittyvät ennakoasenteet voivat tulleiden vastausten perusteella olla yksi merkittävimmistä museokynnystä muodostavista tekijöistä. Vastaukset korostavat ajatusta siitä, kuinka taiteen ymmärtämättömyys on omiaan sulkemaan taiteen oman kokemusmaailman ulkopuolelle, ja mikäli riittävästi tietoutta taiteesta ei ole saatavilla, eivät taidemuseot onnistu vastaamaan kävijöidensä tarpeisiin. Näin ollen myös vuorovaikutus taiteen kanssa jää puutteelliseksi. Vastaustauksissa ilmenneiden ennakoasenteiden perusteella taidemuseoihin tuntuisikin kohdistuvan ajatus siitä, kuinka taidemuseot eivät ole riittävän sivistäviä kulttuuriorganisaatioita, vaan taidemuseoihin mennessä tulisi olla valmiiksi sivistynyt.

4.3.3 Taidemuseoinstituutioihin liittyvät yleiset asenteet

Osa taidemuseoihin kohdistuvista ennakoasenteista voidaan katsoa liittyvän taidemuseoihin instituutioina, johon sisältyvät erityisesti taidemuseoiden tai museoiden sisältötarjonnan tylsyyteen, kiinnostavuuteen, museoetikettiin tai henkilökuntaan liittyvät tekijät. Vastausten perusteella taidemuseoiden koettuun tylsyyteen ovat

vaikuttaneet ennakkoasenteet museoiden vakavuudesta ja instituutiomaisesta luonteesta, kun puolestaan taiteen kiinnostavuuteen liittyvät tekijät voivat sivuta osin taiteen ymmärtämistä. Toisaalta taidetta ei mielletty ”omana juttuna”. Vastauksissa kuvattiin myös, kuinka taidemuseoiden sisällöt eivät välttämättä onnistu tavoittamaan kaikkia yleisöjä, ja nykyiset sisällöt ovat monilta osin jo räätälöityjä valmiille kohde-ryhmille. Eräs vastaaja toi myös esille tärkeän näkökulman siitä, kuinka museoissa ei yleensä muisteta huomioida riittävän hyvin ensimmäistä kertaa museoissa vierailevia henkilöitä.

”Museoissa ei ole yleensä huomioitu ihmisiä, jotka eivät ole ennen käyneet museoissa. Eli pitäisi avata paremmin kaikki näyttelyissä käymisen käytännöt. Pitääkö pukeutua tietyllä tavalla? Kuinka kaukaa/läheltä teosta katsotaan? Kuinka kauan? Mikä näyttelyn tarkoitus on jne.” Nainen, 42, ammattikorkeakoulu

”Ne ovat tylsiä ja tarkoitettu vain osalle väestöä.” Nainen, 41, ammattikoulu

”Ei kiinnostavaa sisältöä kaikille.” Nainen, 20, ammattikoulu

”--Ehkä itsellä on ennakkoluuloja sen suhteen, että suuri osa taidemuseoissa esiteltävästä taiteesta ei herätä paljoakaan kiinnostusta.” Mies, 45, yliopisto

Myös museoetikettiin liittyvät tekijät herättivät pohdintaa. Taidemuseot saatettiin mieltää vakavina tiloina, joissa ei ole tilaa vapaalle olemiselle ja mieltä askarruttaville kysymyksille. Osassa vastauksissa nousivat esille myös näkökulmat siitä, tulisiko taidemuseoissa vieraillessa kiinnittää erityistä huomiota pukeutumiseen, jotta voisi kokea olevansa tervetullut museoon. Eräs vastaajista korosti näkemyksessään myös taidemuseoiden kalliiksi koettuja hintoja, joiden koettiin vaikuttavan taidemuseoyleisöihin eriarvoistavasti.

”Koen kiinnostusta taidemuseoita kohtaan, mutta jostain syystä koen että siellä ei voi keskustella muiden kanssa, vaan pitää olla ihan hiljaa ettei häiritse muita tai ole toisten tiellä.” Nainen, 28, ammattikoulu

”Joskus tuntuu että en ole tarpeeksi hienosti pukeutunut voidakseni mennä sinne.” Nainen, 44, ammattikoulu

”Museoissa on tavallisille ihmisille liian outoa taidetta, museossa pitää tietää etiketti, maksaa liikaa sisälle, kuivaa ja tylsää” Nainen, 44, yliopisto

”Että ne ovat tylsiä, kuivia paikkoja, joissa ei uskalla puhua tai liikkua.” Nainen, 26, yliopisto

”Kallista, yhteiskunnan rahat menee hyväosaisten kulttuuriin.” Nainen, 42, ammattikorkeakoulu

Taidemuseoiden henkilökunnan on yleisesti katsottu edustavan taidemuseoita, ja vaikka taidemuseoiden henkilökunnan on koettu olevan varsin pidettyä, kokivat erityisesti alemman tutkinnon suorittaneet vastaajat taidemuseoiden henkilökunnan ja

taidemuseoiden palveluiden saavutettavuuden itselleen haastavana. Edeltävät ikävät kokemukset olivat saattaneet toimia heikentävänä tekijänä vierailta taidemuseoissa vastaisuudessa, jolloin kokemukset olivat osaltaan myötävaikuttaneet ennakkoasenteiden muodostumiseen. Vastauksissaan nousivat esille tekijät, joissa pohdittiin erityisesti taidemuseoiden henkilökunnan suhdetta yleisöihin.

”--Toisinaan koen myös, että en uskalla kysyä henkilökunnalta asioita jotten kysy mitään "tyhmiä" kysymyksiä. Asiakaspalvelu voisi olla lämpimämpää. Nämä asiat vaikuttavat negatiivisesti valintaani lähteä näyttelyihin, vaikka taide kiinnostaa minua.” Nainen, 28, ammattikoulu

”Itse koen että ennakkoluulot liittyvät enemmän kävijöihin” Nainen, 34, ammattikoulu

”Yksin liikkussa koen hyvin helposti itseni vieraaksi ja vierastan miljöötä. Palvelut eivät ole helposti lähestyttäviä.” Nainen, 40, ammattikoulu

Sen sijaan, että taidemuseot mielletäisiin yksistä näkökulmista, osoittavat vastaukset, että ennakkoasenteiden muodostumisen syyt ovat moninaisia, ja useissa tapauksissa riippuvaisia henkilökohtaisista kokemuksista. Toisaalta asenteisiin vaikuttavat yleisen keskusteluilmapiirin narratiivit sekä puutteellisesta tiedosta johtuen luodut mielikuvat, jolloin taidemuseoihin saatetaan suhtautua muodostuneiden käsitysten varassa. Toisaalta ennakkoasenteet voivat nostaa esiin yhteiskunnallisia ongelmia, tehden näkyväksi totuttuja käytösmalleja, jotka eivät ole riittävän yhdenmukaisia taidemuseoiden tämän päivän saavutettavuusperiaatteiden kanssa. Tulleiden vastausten perusteella on kuitenkin havaittavissa selkeitä viitteitä siitä, että ennakkoasenteilla voi olla merkittäviä heikentäviä vaikutuksia taidemuseoiden saavutettavuudessa.

4.4 Kuulumisen ja tervetulleeksi tulemisen kokemukset

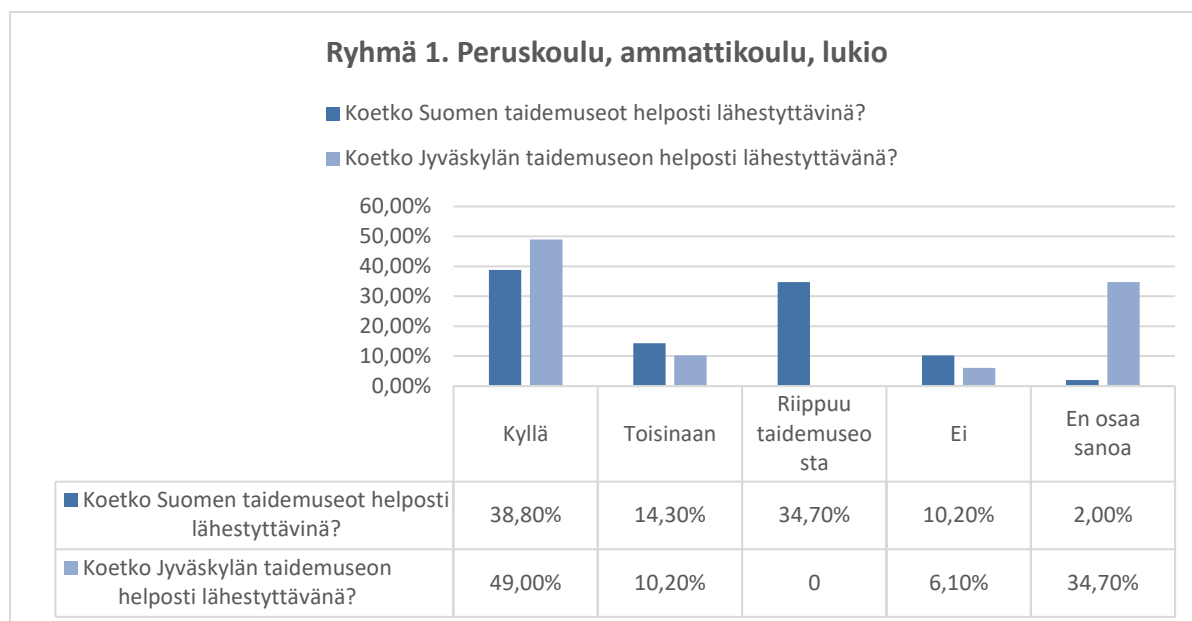
Omaksutuilla asenteellisilla esteillä voi pahimmillaan olla yleisöjä eriyttäviä vaikutuksia, ja asenteet voivat näin ollen vaikuttaa heikentävästi ihmisten kuulumisen kokemuksiin, sekä tämän myötä myös uskallukseen vierailta taidemuseoissa. Aihealuetta syventääkseni kysyin, kokevatko ihmiset Suomen taidemuseot helposti lähestyttävinä (Taulukko 5. ja taulukko 6.) sekä kokevatko he olevansa tervetulleita Suomen taidemuseoihin (Taulukko 7. ja taulukko 8.). Taidemuseoiden lähestyttävyydellä tarkastelen ensisijaisesti taidemuseoiden lähestyttävyyttä instituutioina, kun tervetulleeksi tulemisen kokemukset tekevät näkyväksi taidemuseoiden henkilökunnan vaikutuksia ihmisten kuulumisen kokemuksiin. Tarkastelen lisäksi paikallisuuden merkityksiä Jyväskylän taidemuseota koskevien kysymysten kautta. Jyväskylän taidemuseota kartoittavassa osiossa vastausvaihtoehtoa ”*Riippuu taidemuseosta*” ei luonnollisesti ollut, joten nämä kohdat taulukossa ovat merkitty lukemana ”0”. Kysymykset

olivat määrällisiä kysymyksiä ja sisälsivät mahdollisuuden vapaaehtoisin perusteluihin avointen vastausten kautta.

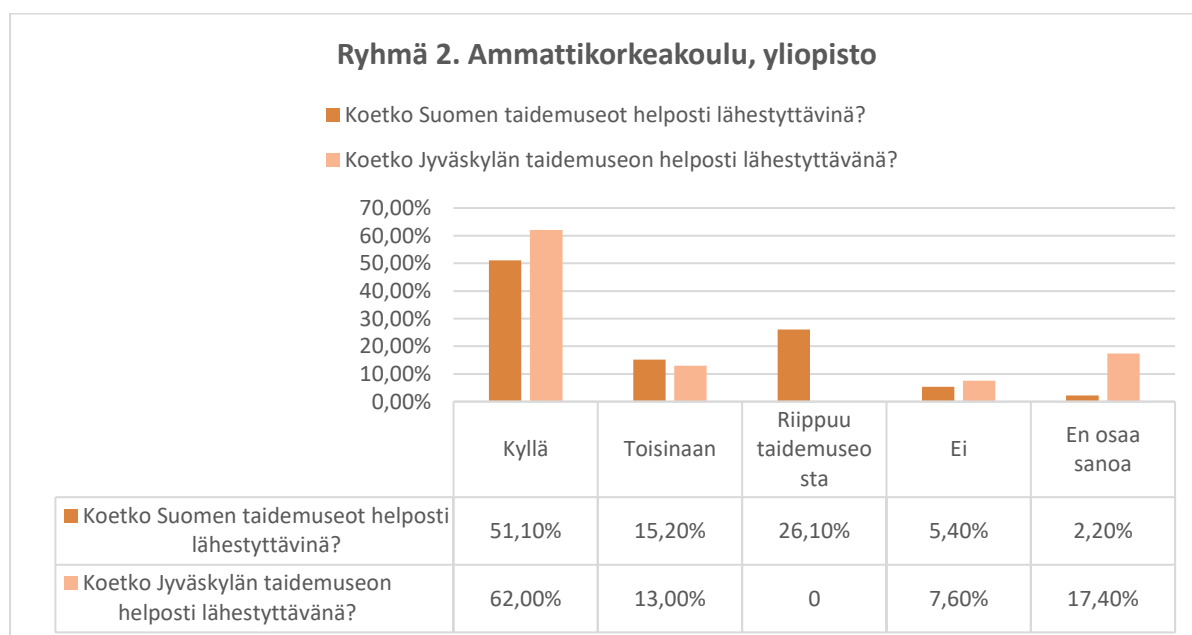
4.4.1 Helposti lähestyttävä taidemuseo?

Kartoittaakseni taidemuseoiden instituutiomaisen luonteen vaikutuksia ihmisten kuulumisen kokemuksiin, kysyin vastaajilta, kokevatko he taidemuseot helposti lähestyttävinä. Tulleet vastaukset havainnollistuvat oheisten taulukoiden kautta.

TAULUKKO 5. Taidemuseoiden lähestyttävyys, ryhmä 1.



TAULUKKO 6. Taidemuseoiden lähestyttävyys, ryhmä 2.



Kyselyyn tulleiden vastausten perusteella on havaittavissa, kuinka Suomen taidemuseoita ei koeta kovin helposti lähestyttävänä. Kyselyyn tulleiden vastausten perusteella alemman tutkinnon suorittaneista ainoastaan 38,80 % (19/49) koki Suomen taidemuseot helposti lähestyttävänä, ja 34,70 % (17/49) heistä oli sitä mieltä, että taidemuseoiden lähestyttävyyden on riippuvainen taidemuseosta. Aihe korostui aavistuksen paikallisuudessa, sillä Jyväskylän taidemuseon koki helposti lähestyttäväksi lähes puolet, 49,00 % (24/49), vastanneista. Toisaalta Jyväskylän taidemuseon suhteen 34,70 % (17/49) ei osannut vastata kysymykseen, mikä kertoi avoimien vastauksien perusteella siitä, ettei Jyväskylän taidemuseossa ollut entuudestaan juurikaan vierailtu. Suhteessa alemman tutkinnon suorittaneisiin, ylemmän tutkinnon suorittaneista vastaajista lievä enemmistö koki taidemuseot helpommin lähestyttävänä; hie- man yli puolet ylemmän tutkinnon suorittaneista, 51,10 % (47/92) koki Suomen taidemuseot helposti lähestyttävänä, ja 26,10 % (24/92) vastanneista koki taidemuseoiden lähestyttävyyden olevan riippuvainen taidemuseosta. Tulos havainnollistuu yhtä lailla kysymyksessä Jyväskylän taidemuseon suhteen, sillä vastanneista 62,00 % (57/92) koki Jyväskylän taidemuseon helposti lähestyttävänä. Toisaalta myös ylemmän tutkinnon suorittaneista 17,40 % (16/92) ei osannut vastata Jyväskylän taidemuseota koskevaan kysymykseen museon vieraudesta johtuen.

Siinä missä ennakoasenteet voivat vaikuttaa taidemuseoiden lähestyttävyyteen, korostuivat vastauksissa myös konkreettiset museokynnystä muodostavat tekijät. Annettujen avoimien vastausten perusteella erityisesti taidemuseoiden viestinnällä koettiin olevan merkittäviä vaikutuksia siinä, koetaanko taidemuseot helposti lähestyttävänä vai ei. Taidemuseoiden viestintä ja markkinointi miellettiin ensimmäisenä tekijänä, joka luo mielikuvan taidemuseosta ja museoiden sisältötarjonnasta, ja puutteellisen markkinoinnin katsottiin pitävän taidemuseoiden sisältötarjontaa osin saavuttamattomissa. Markkinoinnin niukkuus loi osaltaan myös kokemuksen, että mikäli halusi vieraillla taidemuseossa, tuli tietoa museoiden sisältötarjonnasta osata etsiä itse.

"Kyse on ehkä enemmän markkinoinnista: tietoa näyttelyistä ja museoiden olemassaolosta ylipäätään pitää osata itse etsiä, se ei tule oikein missään vastaan (vaikka olen itse esimerkiksi aktiivinen somessa)." Nainen, 44, yliopisto

"Mielestäni taidemuseoiden markkinointi puuttuu joiltain osin täysin. Lisäksi tarvittaisiin lisää nuorille suunnattuja näyttelyitä." Nainen, 38, ammattikoulu

"-- Ja usein tapahtumat ovat aika hyvin piilossa! Pitää tietää tarkkaan mitä etsii ja mistä. Tarkoitan siis museoiden sisällä olevia ihania tapahtumia ja työpajoja." Nainen, 39, ammattikorkeakoulu

"Jotkin taidemuseot mainostaa enemmän ja niistä on sen takia itse tietoisempi." Nainen, 28, ammattikoulu

Toisaalta myös museoiden kalliiksi koetut hinnat vaikuttivat kokemukseen museoiden saavutettavuudesta. Korkeiden hintojen koettiin vaikuttavan museoiden lähestyttävyyteen heikentävästi, ja vähävaraisuuden katsottiin olevan yksi tekijöistä, minkä vuoksi taidemuseoon ei välttämättä ole mahdollisuutta mennä. Eräs vastaajista nosti esille näkökulman, kuinka vähävaraisuus saattaa osaltaan myös vaikuttaa haluun vierailla taidemuseossa. Toisaalta ilmaisten sisäänpääsyjen koettiin vaikuttavan positiivisesti taidemuseoiden lähestyttävyyteen.

”Hinnat vaikuttavat: jos on kovin korkea pääsylippu, ei vähävaraisena ole mahdollisuutta tai halua mennä taidemuseoon.” Ei ilmoitettu, 34, yliopisto

”Muuten kyllä, mutta joissain on sen verran korkea pääsymaksu, että ihan jokaista näyttelyä en ehkä raaski mennä katsomaan.” Nainen, 25, yliopisto

”Alle 25v ilmainen sisäänpääsy houkuttelee köyhyyssrajan alapuolella elävää.” Nainen, 20, ammattikoulu

Myös museoiden sisältötarjonnalla koettiin olevan vaikutusta siinä, kuinka helposti lähestyttävänä taidemuseot koetaan. Eri taidemuseoiden välillä saatettiin kokea olevan eroavaisuuksia, jolloin aivan kaikkia taidemuseoita ei mielletty helposti lähestyttävänä. Toisaalta paikallisuuden merkitykset museokokemuksessa saattoivat vaikuttaa myös edistävästi museoiden lähestyttävyyteen. Tällöin tuttuuden ja paikallisuuden kokemukset koettiin turvallisuutta luovina tekijöinä, joiden koettiin vaikuttavan positiivisesti kokemukseen vierailla taidemuseoissa.

”Koen tutut taidemuseot (missä olen jo aikaisemmin käynyt) helpommin lähestyttäväiksi, koska tuttu tila luo alitajunnassa turvallisuutta.” Nainen, 26, ammattikorkeakoulu

Tuntuu että modernimmat taidemuseot ovat lähestyttävämpiä kuin ”perinteisemmät”. Nainen, 21, lukio

”Jotkut taidemuseot tuntuvat vaikeasti lähestyttäviltä tai aihepiiri itselleni sopimattomalta.” Nainen, 23, yliopisto

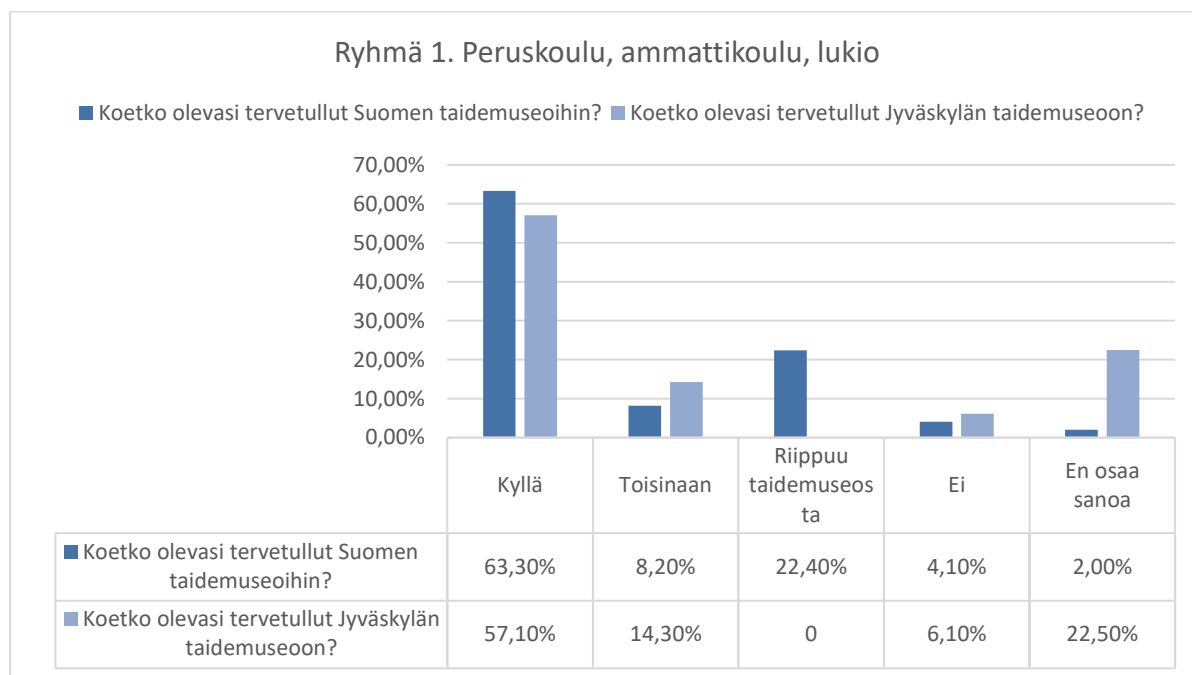
”Eri museoissa voi olla todella erilainen henki ja henkilökunta.” Nainen, 30, ammattikorkeakoulu

Se, kuinka helposti lähestyttävänä taidemuseot mielletään, on subjektiivinen kokemus, joka heijastuu ensisijaisesti taidemuseoihin instituutioina. Kokemukseen voivat vastausten perusteella vaikuttaa niin ennalta omaksutut asenteet kuin konkreettiset, taidemuseoiden saavutettavuutta vaikeuttavat tekijät. Kyselyyn tulleiden vastausten perusteella taidemuseoiden lähestyttävyys perustuu erityisesti kuvaan, joka museoinstituutiosta on luotu joko ennakoasenteiden tai edeltävien kokemusten kautta. Näin ollen kokemuksella taidemuseoiden lähestyttävyydestä voi olla vaikutuksensa myös siinä, kokevatko ihmiset kuuluvansa taidemuseoihin vai eivät.

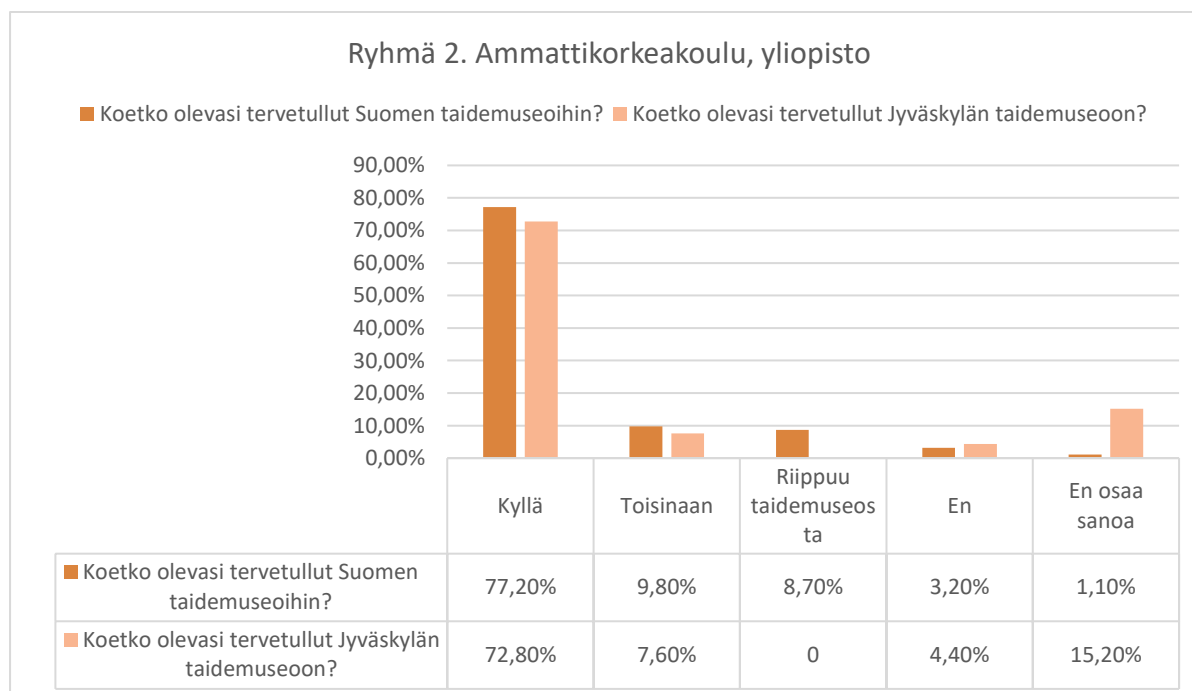
4.4.2 Ihmiset toivottavat toisensa tervetulleiksi

Tarkastellakseni taidemuseoiden henkilökunnan vaikutuksia ihmisten museovierailukokemuksiin, kysyin vastaajilta, kokevatko he olevansa tervetulleita Suomen taidemuseoihin. Tulleet vastaukset havainnollistuvat oheisten taulukoiden kautta.

TAULUKKO 7. Tervetulleeksi tulemisen kokemukset, ryhmä 1.



TAULUKKO 8. Tervetulleeksi tulemisen kokemukset, ryhmä 2.



Siinä missä taidemuseot instituutioina koettiin vaikeasti lähestyttävänä, koki suurin osa vastanneista itsensä tervetulleiksi taidemuseoihin. Alemman tutkinnon suorittaneista 63,30 % (31/49) koki itsensä tervetulleiksi Suomen taidemuseoihin, ja 57,10 % (28/49) heistä koki itsensä tervetulleeksi Jyväskylän taidemuseoon, joskaan 22,50 % (11/49) vastanneista ei osannut ottaa kantaa kysymykseen Jyväskylän taidemuseon vieraudesta johtuen. Ylemmän tutkinnon suorittaneiden prosenttiosuudet ovat alemman tutkinnon suorittaneista aavistuksen korkeammat. Heistä 77,20 % (71/92) koki olevansa tervetullut Suomen taidemuseoihin, ja 72,80 % (67/92) heistä koki olevansa tervetullut Jyväskylän taidemuseoon. Myös tämän vastaajaryhmän tulokseen vaikutti Jyväskylän taidemuseon vieraus; 15,20 % (14/92) vastanneista ei omannut mielipidettä asiassa. Kyselyyn tulleet vastaukset havainnollistavat ennen kaikkea taidemuseoiden henkilökunnan merkityksiä museoiden saavutettavuudessa. Avoimissa perusteluissa henkilökunnan merkitykset nähtiinkin ensisijaisina tekijöinä, kokivatko henkilöt itsensä tervetulleiksi taidemuseoon vai eivät.

"Tuntuu että museot haluavat nykyään kävijöitä, ja asiakkaana on tervetullut olo." Nainen, 30, ammattikorkeakoulu

"Palveluhenkisyys on lisääntynyt, mikä on vaikuttanut asiaan." Mies, 35, yliopisto

"Henkilökunta on aina poikkeuksetta toivottanut innostuneesti tervetulleeksi." Mies, 44, ammattikoulu

"Koen että minut otetaan vastaan lämpimästi ja näyttelyistä kertoen." Nainen, 28, yliopisto

"Ateneumiin en ole vielä uskaltanut mennä, mutta muualla on henkilökunnan puolesta ystävällinen vastaanotto." Nainen, 42, ammattikorkeakoulu

Toisaalta he, jotka eivät kokeneet itseään tervetulleiksi kaikkiin tai osaan taidemuseoista, kuvasivat yhtä lailla, kuinka kohdalle sattunut henkilökunnan palvelualltiuden puute on saattanut vaikuttaa heikentävästi omaan museovierailukokemukseen. Tervetulleeksi tulemisen kokemuksiin koettiin myös vaikuttavan kohderyhmäajattelun mukaiset asenteet siitä, ovatko taidemuseot itseä varten. Vastauksissa pohdittiin omia tavallisuuden tai ulkopuolisuuden kokemuksia, ja sitä, ovatko taidemuseot tarkoitettu vain osalle väestöstä.

"Joissain taidemuseoissa on tuntunut että pitäisi olla paremmin pukeutuneempi ja / tai käyttäytyä hienommin jne. ja henkilökunnan palvelu on ollut aika olematonta, joten vierailukokemus on ollut ikävä." Muu, 36, ammattikoulu

"Joissain museoissa henkilökunta on luontaantyöntävää ja vaikuttavat ennakkoluuloisilta kun joukko nuoria aikuisia tulee museoon." Nainen, 20, ammattikoulu

"Ei tulisi mieleenkään mennä, olen liian tavallinen." Nainen, 33, ammattikorkeakoulu

"Koen olevani ulkopuolinen." Nainen, 42, ammattikorkeakoulu

”Eliitille tarkoitettuja laitoksia?” Mies, 45, ammattikorkeakoulu

Vastaukset osoittavat, kuinka taidemuseoiden henkilökunnan positiivisilla vaikutuksilla voi olla merkityksensä kulttuuri-instituutioihin liittyvien ennakkoasenteiden purkamisessa. Kyselyyn tulleiden vastauksien kautta on havaittavissa, kuinka taidemuseoiden henkilökunta mielletään taidemuseoiden yhtenä keskeisimmistä onnistumisista, joka on vaikuttanut positiivisesti ihmisten tervetulleeksi tulemisen kokemuksiin museoihin kohdistuvista asenteellisesta esteistä huolimatta. Toisaalta henkilökunnan palvelualltiuteen liittyvät ikävät kokemukset ovat saattaneet vaikuttaa myös heikentävästi kuulumisen kokemuksiin, jolla on voinut olla vaikutuksensa myös ennakkoasenteiden vahvistumisessa. Tulosten perusteella taidemuseoiden henkilöstön avoin ja ystävällinen suhtautuminen vierailijoihinsa voidaankin nähdä ensiarvoisen tärkeänä tekijänä positiivisen museovierailukokemuksen muodostumisessa, ja siten myös taidemuseoiden paremmassa saavutettavuudessa.

4.5 Museokynnyksen madaltamisen keinoja

Olen edeltävien alalukujen kautta tuonut esille taidemuseoihin kohdistuvia ajankohtaisia ennakkoasenteita sekä kuulumisen kokemuksiin vaikuttavia osatekijöitä. Kyselyyn tulleet vastaukset osoittavat, että taidemuseoiden saavutettavuustyötä tulee ajankohtaistaa, ja saavutettavuuden toteutumisen tapoja tulee tarkastella ennen kaikkea yleisöjen tarpeiden näkökulmista. Tästä johtuen kysyin yleisöiltä, millaisin keinoin taidemuseot voivat olla vaikuttamassa edistävästi taidemuseoiden saavutettavuuteen, sekä ihmisten tervetulleeksi tulemisen ja kuulumisen kokemuksiin taidemuseoissa. Tässä alaluvussa esittelen yleisöiltä tulleita kehitysideoita, jotka ovat tulleiden vastausten perusteella jaettavissa neljään osa-alueeseen; 1) interaktiiviseen taidemuseoon, 2) taidemuseoon oppimisen ympäristönä, 3) markkinoinnin mahdollisuuksiin, sekä 4) Museokortin merkityksiin.

4.5.1 Interaktiivinen taidemuseo

Kun vastaajilta kysyttiin, millaisin keinoin taidemuseot voisivat olla vaikuttamassa edistävästi ihmisten tervetulleeksi tulemisen ja kuulumisen kokemuksiin museoissa, yksi keskeisimpiä esille nousseita termejä oli ”*interaktiivisuus*”. Vastaajat toivoivat ennen kaikkea matalan kynnyksen mahdollisuuksia taidemuseoiden tavoittamiseksi. Yhtenä kehittämisehdotuksena eräs vastanneista toi esille toiveen taidemuseoiden yhteisestä foorumista, joka mahdollistaisi tulevien näyttelyiden seuraamisen valtakunnallisesti. Vastauksessa vuorovaikutteisuutta toivottiin myös taidechat-palvelun muodossa, joka mahdollistaisi matalan kynnyksen viestinnän museoammattilaisen

kanssa. Vastauksissa korostuivat myös positiiviseen vierailuilmapiiriin ja ystävälliseen kohtaamiseen liittyvät tekijät.

”Toivoisin jonkinlaista yhteistä foorumia Suomen museoille, josta olisi helppo seurata, mitä näyttelyitä tulossa ja menossa parhaillaan. Sehän voisi olla interaktiivinen myös, kansalaisille joku taidechatti-palvelu tai muu vastaava.” Nainen, 41, ammattikoulu

”Enemmän interaktiivisuutta kävijän kanssa.--” Nainen, 28, ammattikoulu

”Välittävä läsnäolo sekä yksin vierailevia, ryhmiä ja kaikkia kohtaan. Jokaiselle oikeanlainen kohtaaminen.” Nainen, 31, ammattikorkeakoulu

”Museo on parhaimmillaan kokonaisvaltainen juttu. Ystävällinen ja helposti lähestyttävä henkilökunta on ihan avainjuttu!!!” Nainen, 39, ammattikorkeakoulu

”Hyvä asiakaspalvelu ja mukava ilmapiiri on tärkeää.” Nainen, 26, yliopisto

Siinä missä vuorovaikutteisuutta toivottiin taidemuseoiden henkilökunnan tavoittamiseksi, toivottiin interaktiivisuutta myös taidemuseoiden sisältötarjonnan suhteen. Tulleissa vastauksissa nousivat esille esimerkiksi osallisuuden teemat sekä toive laajemmille vaikuttamisen mahdollisuuksille. Yhden vastaajan mukaan kuulumisen kokemusta taidemuseoissa voisi lisätä erilaisten kävijäryhmien ottaminen mukaan näyttelysisältöjen suunnitteluun, ja toisessa vastauksessa nousi esiin ehdotus, jossa näyttelyn voisi toteuttaa katsojasta käsin siten, että tämä kertoisi ihmisten omakohtaisista kokemuksista taiteen äärellä. Vastausten perusteella ihmiset kaipaavat näyttelyiden teemoilta ennen kaikkea samaistumispintaa, joihin myös heillä itsellä on mahdollisuus vaikuttaa.

”Näyttelyitä voisi suunnitella enemmän erityistarpeisille ja mainostaa sitä myös. Voisiko näyttelyn joskus toteuttaa katsojasta lähtöisin, esim että millaisia kokemuksia ja taideteoksia ihmisillä itsellään on ja koota näyttelyn niistä ja niihin liittyvistä tarinoista? Itse lähtisin tosi mielelläni sellaista katsomaan, se tuntuisi hyvin matalalta kynnykseltä.” Muu, 36, ammattikoulu

”Ottamalla erilaisia kävijäryhmiä suunnitteluun mukaan.” Nainen, 34, ammattikorkeakoulu

”Osallistavat ja interaktiiviset teokset ja tapahtumat ovat tähän hyviä.” Mies, 36, yliopisto

”Olisi ihanaa, jos joidenkin museokäyntien alkumetreillä ihmiset eli museon asiakkaat saisivat itse jättää jälkensä yhteistaideteokseen!” Nainen, 22, ammattikorkeakoulu

”--Kaikki näytellyillä kävijät luovat yhdessä (vuorotellen) yhteisen teoksen, siitä tulee osaa näyttelystä ja sen muokkaaminen ja ”eteenpäinvieminen” on seuraavien kävijöiden tehtävä. Se on pieni ja tärkeä osa varsinaisesta näyttelystä.” Nainen, 44, yliopisto

Myös erilaiset taidemuseoiden sisäiset tapahtumat ja työpajat herättivät vastaajissa kannatusta. Vastaajien mukaan tapahtumat ovat omiaan tuomaan taidemuseoihin sellaisiakin ihmisiä, joille museo on vielä entuudestaan vieras. Tapahtumissa myös

vuorovaikutus museon asiantuntijoiden, taiteilijoiden kuin muiden museovierailijoiden kanssa voi lisätä kuulumisen ja tervetulleeksi tulemisen kokemuksia. Erään vastaajan mielestä taidemuseot voisivatkin toimia eri organisaatioita yhdistävinä tekijöinä, mikäli taidemuseotilaa hyödynnettäisiin pohjana erilaisille yhteistyönä järjestettävillä tapahtumilla. Erään vastaajan mukaan taidemuseoiden tiloja voisi myös hyödyntää erilaisia taidemuotoja yhdistävästi.

"Huomioiden työpajojen avulla laajasti eri kohderyhmiä. Nivomalla nämä meneillään olevaan näyttelyyn." Nainen, 28, yliopisto

"Erilaiset työpajat ja kierrokset, jotka on suunnattu "tavallisille tallajille". Museoissa järjestettävät tapahtumat ja pajat, jotka samalla vetävät katsomaan näyttelyitä. Osallistavat näyttelyt. Museosuunnistus." Nainen, 33, yliopisto

"--Tilan tarjoaminen muille toimijoille (järjestöt, tapahtumat).--" Nainen, 30 ammattikorkeakoulu

"Varmaan juurikin erilaisilla aiheilla. Tapahtumat tuovat sellaisiakin ihmisiä mukaan, jotka eivät aiemmin ole vielä museoihin löytäneet." Nainen, 42, ammattikoulu

"Järjestämällä luentoja ja eri teemoilla olevia opastuksia." Nainen, 26, yliopisto

"Voisi yhdistää eri taidemuotoja, esim. musiikkiesityksiä taidemuseossa." Nainen, 33, ammattikorkeakoulu

Taidemuseoiden sisäisen tarjonnan lisäksi museoiden laajempi yhteiskunnallinen osallistuminen herätti myös pohdintaa. Taidemuseot on saatettu kokea herkästi staatistina instituutioina, jonne ihmiset omatoimisesti hakeutuvat, ja taidemuseoita ei juurikaan nähdä kansan keskuudessa tai katukuvassa. Tulleissa vastauksissa asiaan toivottiin muutosta. Taidemuseoilta toivottiinkin oma-aloitteellisuutta ja rohkeutta jalkautua kansan pariin. Eräissä vastauksissa ehdotettiin, kuinka taidemuseot voisivat osallistua messuille, erilaisiin tapahtumiin tai tehdä raja-aitojen vähentämiseksi hyvin yllättävää yhteistyötä vaikkapa jääkiekkjoukkueen kanssa. Taidetta toivottiin myös jalkautettavaksi taidemuseoiden seinien ulkopuolelle. Erityisesti maakunnissa asuvat ihmiset toivoivat taidemuseoilta vierailuja pienemmille paikkakunnilla, jotta taide tavoittaisi myös heidät.

"Madaltamalla kynnystä vierailu esimerkiksi jalkautumalla kansan pariin, yhdistämällä näyttelyihin konsertteja tai vaikka viini-iltoja, kytkytarjouksilla esimerkiksi kauppakeskusten, muiden taidelaitosten jne. kanssa, osoittamalla mainonnalla ja toki myös näyttelyillä, että tämä on ihan kaikille eikä vain kulttuurielitisteille." Nainen, 44, yliopisto

"Taidemuseot voisivat vierailu erilaisissa tapahtumissa museokentän ulkopuolella, kuten esimerkiksi erilaisilla messuilla." Mies, 38, yliopisto

"-- Tekemällä yllättävää yhteistyötä (tyyliin lätkäjoukkueen kanssa) ja vähentämällä raja-aitoja. --" Ei ilmoitettu, 42, yliopisto

”Näyttelyitä voisi pitää muuallakin kuin museon tiloissa.--” Nainen, 42, ammattikorkeakoulu

”Taidemuseoita pitäis olla muuallakin kuin kaupungeissa tai museot voisi järjestää kiertueita maakuntiin jossa ihmiset vois pienemmällä kynnyksellä tulla katsomaan taidetta.” Nainen, 28, ammattikoulu

”Näyttelyiden tuominen pienille paikkakunnille, että kynnyks olisi matalampi.” Mies, 34, yliopisto

Taidemuseoilta toivottu interaktiivisuus herätti kyselyyn vastanneissa runsaasti kehittämisehdotuksia. Tulosten perusteella on havaittavissa, kuinka ihmiset kaipaavat taidemuseoilta vuorovaikutteisuutta, joka mahdollistaa myös uuden tiedon laajemman omaksumisen. Toisaalta ihmisten voidaan nähdä hakevan samaistumispintaa itseä koskettavista aiheista, jotka taiteen kautta tulevat myös yhdessä jaetuiksi.

4.5.2 Taidemuseot oppimisen ympäristöinä

Kyselyyn tulleet vastaukset osoittavat, kuinka ihmiset hakevat museovierailukokemuksiltaan aiheita, joihin samaistua. Eräiden vastausten mukaan taidemuseossa tulisi sikiä järjestää nykyistä monipuolisemmin näyttelyitä, jotka tavoittavat eri sisällöllisistä teemoista kiinnostuneita kävijöitä. Myös taitelijan tarinan avaamisen koettiin tuovan merkityksellisyyttä taiteen kokemiseen. Yhden kyselyyn vastanneen henkilön mielestä näyttelyvalinnoilla voikin olla mahdollista vaikuttaa siihen, kuinka helposti lähestyttäväksi tai samaistuttavaksi ihmiset kokevat vierailunsa taidemuseoissa.

”--Taidemuseoiden kannattaisi pyrkiä kokoamaan monipuolisempia näyttelyitä, jotta perinteisten taidepiirien ulkopuoliset tahot kiinnostuisivat omaa mielenkiinnonkohdettaan lähellä olevasta taiteesta.” Nainen, 23, yliopisto

”Järjestämällä näyttelyitä, jotka kiinnostavat/sopivat myös ihmisille jotka eivät koe ymmärtävänsä taidetta.” Muu, 23, lukio

”--Eri taustoista tulevien taiteilijoiden taustan tuominen esille, teosten selittäminen auki esim. käsiohjelmassa.--” Nainen, 25, yliopisto

”Taidemuseoiden näyttelyvalinnoilla voisi vaikuttaa siihen, miten lähestyttäväksi ja samastuttavaksi asiakas kokee museokäynnin.” Mies, 28, yliopisto

Kyselyyn tulleiden vastausten perusteella on havaittavissa, kuinka taiteen ymmärtämisen koettiin olevan varsin haastavaa, ja taiteen ymmärtämiseen liittyvät teemat näyttäytyvät vastauksissa yhtenä keskeisimpänä museokynnystä muodostavina tekijöinä. Vastauksissa taidemuseoilta toivotaankin aktiivisempaa opetuksellista otetta ja laajempaa tietoutta taiteesta ja taiteen merkityksistä. Vastauksissa nousivat esille muun muassa taiteen taustatyön avaaminen sekä kertominen, millaisten teemojen kanssa esillä olevat teokset pyrkivät keskustelemaan. Taidemuseoiden toivottiin auttavan alkuun taiteen ymmärtämisessä.

”--Katselmuksia taustatyöhön liittyen ja miksi taide kuuluu ihan kaikille. Ja myös voisi painottaa sitä että kaikesta taiteesta ei tarvii tykätä vaikka sitä kävisikin katsomassa.” Nainen, 30, ammattikorkeakoulu

”Ketään ei mielestäni tarvitse maanitella museoon, vaan olisi kenties hedelmällisempää rehellisesti avata sitä, mihin taiteen tehtävään museon näyttely kulloinkin pyrkii vastamaan/kommunikoimaan.” Mies, 36, yliopisto

”--Myöntämällä että taide voi olla vaikeaa, mutta auttamalla alkuun.” Ei mainittu, 42, yliopisto

Kyselyyn tulleet vastaukset osoittavat, kuinka taide ei avaudu vain katsomalla, etenkin, jollei edeltävää kokemusta taiteesta ole. Useissa vastauksissa toivottiinkin näyttelykäytäntöjen konkreettista avaamista sekä vaihtoehtoisia keinoja tutustua näyttelyiden sisältöihin. Lisäksi taideteosten taustoista toivottiin monipuolisempaa tietoutta, ja erityisesti taitelijoiden puheenvuorot oman taiteen merkityksistä kiinnostivat kyselyyn vastanneita. Erään vastaajan mukaan taidetta ei voi oppia arvostamaan, mikäli kukaan ei opeta, mihin taiteella oikeastaan pyritään. Konkreettisina keinoina taidemuseoilta toivottiinkin opastuksia tai matalan kynnyksen mahdollisuuksia kysyä taiteesta. Eräs vastaaja ehdotti taidemuseoihin museotilassa päivystävää ”kulttuurikaveria”, jonka kanssa voisi keskustella matalalla kynnyksellä näyttelyiden sisällöllisistä teemoista.

”Ilman erillistä opaskierrosta näyttelytiloissa voisi olla asiantunteva ”kulttuurikaveri” tai opas, jolta voisi halutessaan kysyä tai keskustella salin teemoista tai teoksista.” Nainen, 45, ammattikorkeakoulu

”Avaamalla näyttelykäytäntöjä mahdollisimman konkreettisesti. Mainostamalla näyttelyitä siten, että saisi käsityksen mistä näyttely konkreettisesti kertoo, taiteilijapuhe ei avaudu kaikille.--” Nainen, 42, ammattikorkeakoulu

”--Vaihtoehtoiset tavat tutustua näyttelyihin, esim. verkkosivujen sisällöt näyttelyiden tukena.” Mies, 35, yliopisto

”Kaipaisin enemmän tietoa näyttelyiden taustoista ja ajatuksista, millä perusteella juuri kyseinen taide on asetettu esille. Esim. lyhyet puheenvuorot vaikka museon nettisivuilla olisi mukavia ja syventäisivät kokemusta.” Nainen, 45, yliopisto

Siinä missä taidemuseoiden vakituiset kävijät saattavat mieltää taidemuseoiden sisältötarjonnan helposti avautuvana, kaipaavat uudet yleisöt aktiivisempaa opetuksellista otetta. Taiteen pintapuolinen katsominen ei riitä, vaan taiteelta halutaan saada enemmän. Asia korostuu myös ennakoasenteisiin liittyvissä vastauksissa, joissa taiteen ymmärtämättömyyteen liittyvät kokemukset värittivät museovierailukokemusta. Mikäli taide ei avaudu, ei taiteella ole tarjottavaa. Tällöin taide voidaan kokea epäkiinnostavana, mikä voi osaltaan vaikuttaa heikentävästi museovierailukokemukseen ja tuleviin päätöksiin vierailla taidemuseoissa.

4.5.3 Markkinoinnin mahdollisuudet

Museoiden markkinointi on herättänyt kyselyn aiemmissa osioissa pohdintaa, ja aiempien kysymysten kautta on saattanut havaita, kuinka tietoutta taidemuseoiden sisältötarjonnasta on joutunut itse etsimään. Toisaalta joidenkin taidemuseoiden markkinoinnin on koettu olevan aktiivisempaa, joskaan aivan kaikkia potentiaalisia museokävijöitä markkinointi ei siltikään ole tavoittanut. Kyselyyn tulleissa vastauksissa markkinoinnilta toivottiinkin enemmän laajempien kohderyhmien tavoittamista, arkisuutta sekä perhelähtöisyyttä. Markkinoinnin toivottiin kohdistuvan aivan tavalliselle kansalle.

"Itse en juuri omassa arjessa näe taidemuseosta. Yleensä ihan sattumalta kuulen jostain näyttelystä." Mies, 35, yliopisto

"Taidemuseoiden tulisi pyrkiä markkinoimaan itseään laajemmin, jotta toiminta tavoittaisi porukkaa laaja-alaisemmin.--" Nainen, 23, yliopisto

"--Uskallus mainostaa näyttelyitä "tavalliselle" kansalle. Mies, 35, peruskoulu

"Jotenkin "arkiuttaa" mainoksia ja korostaa että tavalliset ihmiset ovat tervetulleita.--" Nainen, 36, ammattikoulu

"Tuotaisiin esille, että koko perhe on tervetulleita.--" Nainen, 39, yliopisto

Taidemuseoiden markkinoinnilta kaivattiin myös rohkeutta ja innovatiivisuutta. Vastauksissa nousivat esille esimerkiksi erilaisten mainoskampanjoiden mahdollisuudet sekä monimuotoisuuden huomioiminen. Erään vastauksen mukaan taidemuseoiden markkinoinnissa tulisikin esiintyä erilaisia persoonia, jotka tuovat museon lähemmäs ihmistä. Mainonnan kautta vastaajat myös toivoivat saavansa laajempaa tietoa taiteen sisällöistä ja merkityksistä.

"Joku houkuttelevampi mainos kampanja, josta tulee olo että taidemuseot suunnattu kaikille." Nainen, 44, ammattikoulu

"--Monennäköisiä ihmisiä mainontaan, ei pönötystä." Nainen, 37, yliopisto

"--Inklusiivista kielenkäyttöä, esimerkkitarinoita, ketkä kaikki viihtyy museossa ja miten." Nainen, 41, yliopisto

"--Mainostamalla näyttelyitä siten, että saisi käsityksen mistä näyttely konkreettisesti kertoo, taiteilijapuhe ei avaudu kaikille.--" Nainen, 42, ammattikorkeakoulu

Tulleiden vastausten perusteella taidemuseoiden viestinnän ja markkinoinnin voidaan katsoa toimivan ensimmäisenä tekijänä, joka muodostaa kuvan taidemuseoista ja toivottaa ihmiset tervetulleiksi. Vaan mikäli viestintä ei onnistu tavoittamaan yleisöjään, voi tämä lisätä kynnystä taidemuseoissa vierailemiseksi. Markkinoinnin mahdollisuudet uusien yleisöjen tavoittamiseksi ovat runsaat. Onnistunut markkinointi

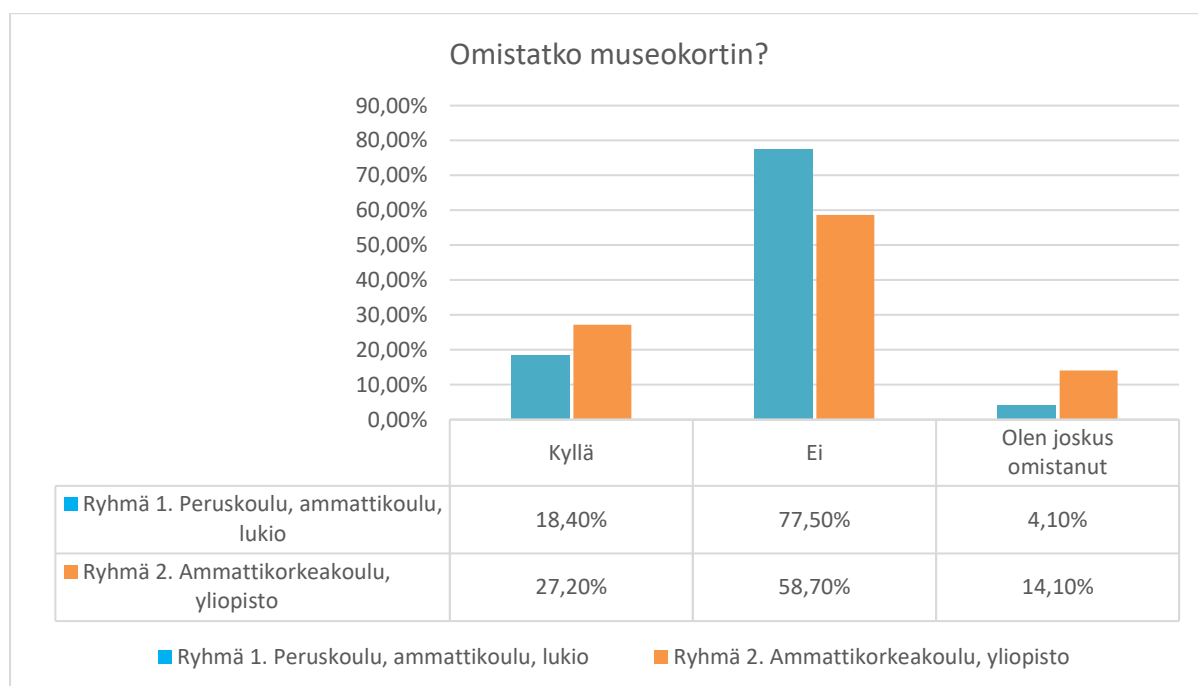
luo mielikuvia ja voi parhaimmillaan auttaa murtamaan jo ennalta omaksuttuja asenteita. Toisaalta suppea ja rajattu markkinointi voi olla luomassa eriyttäviä ennakkosasenteita ja lisäämässä museokynnyksen muodostumista. Näin ollen viestintään ja markkinointiin liittyvät tekijät tulisi ottaa nykyistä laajempaan tarkasteluun taidemuseoiden saavutettavuustyössä.

4.5.4 Museokortin merkitykset

Kyselyni lopuksi kartoitin vastaajien kokemuksia Museokortin merkityksistä taidemuseoiden saavutettavuudessa. Museokortti on etukortti, joka mahdollistaa pääsyn yli 350 kulttuurikohteeseen Suomessa, ja tämän voidaan katsoa tarjoavan lukuisia uusia elämyksiä ja matalan kynnyksen mahdollisuuksia kulttuurin osallistumiseksi (Museot.fi 2023) Museokynnyksen madaltamisen tekijöitä tarkastellakseni kysyin omistavatko ihmiset Museokortin ja millaisia merkityksiä he kokevat Museokortilla olevan taidemuseoiden saavutettavuudessa. Vastaukset tuovat esille myös Museokortin kehittämisen mahdollisuuksia. Kysymykset olivat määrällisiä kysymyksiä, joiden lisäksi osallistujat saivat halutessaan perustella vastauksiaan.

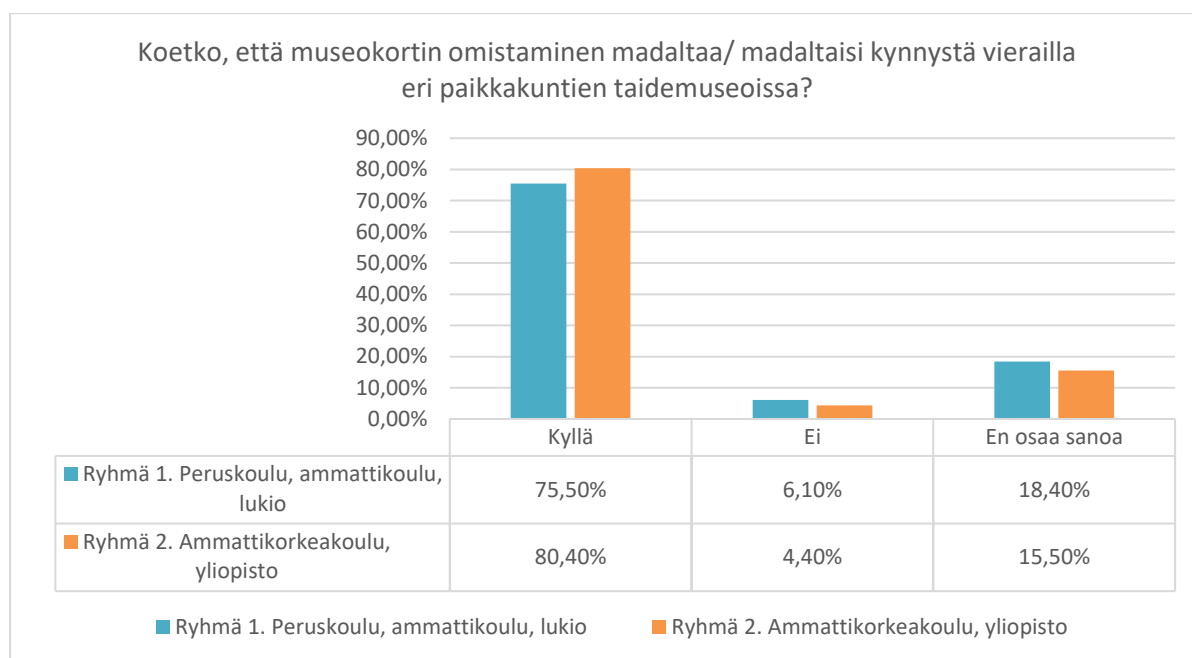
Kyselyyn osallistuneista museokortin ilmoitti omaavan muutama vastaaja; alemman tutkinnon suorittaneista 18,40 % (9/49), ja ylemmän tutkinnon suorittaneista 27,20 % (25/92). Sen sijaan alemman tutkinnon suorittaneista 77,50 % (38/49), ja ylemmän tutkinnon suorittaneista 58,70 % (54/92) eivät omistaneet Museokorttia. Vastaajista pieni marginaali, alemman tutkinnon suorittaneista 4,10 % (2/49) ja ylemmän tutkinnon suorittaneista 14,10 % (13/92), olivat joskus omistaneet Museokortin.

TAULUKKO 9. Museokortin omistajat



Tarkastellakseni Museokortin vaikutuksia taidemuseoiden saavutettavuuteen, kysyin kokevatko vastaajat, että museokortin omistaminen madaltaa, tai madaltaisi heidän kynnystään vierailla eri paikkakuntien taidemuseoissa. Oheinen taulukko havainnollistaa vastauksien prosenttiosuuksien jakautumista.

TAULUKKO 10. Museokortti museokynnyksen madaltajana



Kyselyyn vastanneista selvä enemmistö koki, että Museokortin omistaminen madaltaa tai madaltaisi heidän kynnystään vierailla taidemuseoissa. Alemman tutkinnon suorittaneista 75,50 % (37/49), ja ylemmän tutkinnon suorittaneista 80,40 % (74/92) koki, että Museokortti toimisi merkittävänä edistävänä tekijänä taidemuseoiden saavutettavuudessa. Ainoastaan yksittäiset ihmiset kokivat, että Museokortilla ei ole museokynnystä madaltavaa vaikutusta. Pieni marginaali ei myöskään osannut ottaa kantaa asiaan. Vastaajat perustelivat Museokortin kynnystä madaltavia merkityksiä kuvaamalla, kuinka Museokortti mahdollistaa uusissa kohteissa vierailun ilman pääsymaksujen pohtimista. Erään vastaajan mukaan Museokortti myös innostaa ”keräilemään” käyntejä erilaisissa museokohteissa. Museokortti koettiin useassa vastauksessa myös tuovan rohkeutta vierailla kohteissa, joista ei ollut aiempaa käyntikokemusta.

”Museokortista tulee vähän sellainen olo, että haluaa ”keräillä” käyntejä eri paikoissa.”
Nainen, 35, lukio

”Olen vieraillut todella paljon kohteissa, joissa en muuten kävisi. Kortti madaltaa kynnystä käydä museoissa, joista, ei tiedä etukäteen mitään.” Mies, 36, yliopisto

”Kun museokortti on kerran hankittuna, on pienempi kynnys käydä tutustumassa erilaisiin museoihin ja vaikka vaan yhteen kiinnostavaan näyttelyyn.” Nainen, 33, yliopisto

”Selvästi madaltanut kynnyistä vierailu pienissä museoissa. Museokortin avulla voi rohkeasti kokeilla uusia paikkoja, vaikka olisikin epävarma siitä, onko se minun juttu.” Mies, 35, yliopisto

Museokortin museokynnystä madaltavia tekijöitä kuvattiin useissa vastauksissa myös talouden näkökulmista. Museokortin kuvattiin tuovan vapautta museovierailuihin yksittäisten lippuhintojen pohtimisen sijaan. Yhden vastauksen mukaan Museokortti myös mahdollistaa samasta näyttelystä nauttimisen useampaan kertaan. Toisaalta eräs vastaaja nosti esille, kuinka Museokortti on kertasijoituksena arvokas, ja Museokortin hinta on nykyiselle tulotasolleen liian korkea. Museokortin hintaan liittyvät tekijät toistuivat myös muissa vastauksissa, ja erityisesti hintatasoja toivottiin eri käyttäjäryhmille räätälöidyiksi, jotta kortin hankkiminen mahdollistuisi tulo-
luokista riippumatta. Museokorttia toivottiin myös lainattavaksi esimerkiksi kirjastojen kautta.

”Varmasti tulis helpommin käytyä kun olis valmiiks kortti eikä tarvis aina miettiä pääsymaksuja.” Nainen, 28, ammattikoulu

”On se sen verran kallis, että kyllä siihen hintaan pitäisi sitten muutama museo kiertää. Mutta omalle nykytulotasolle kortti on liian kallis.” Nainen, 44, ammattikoulu

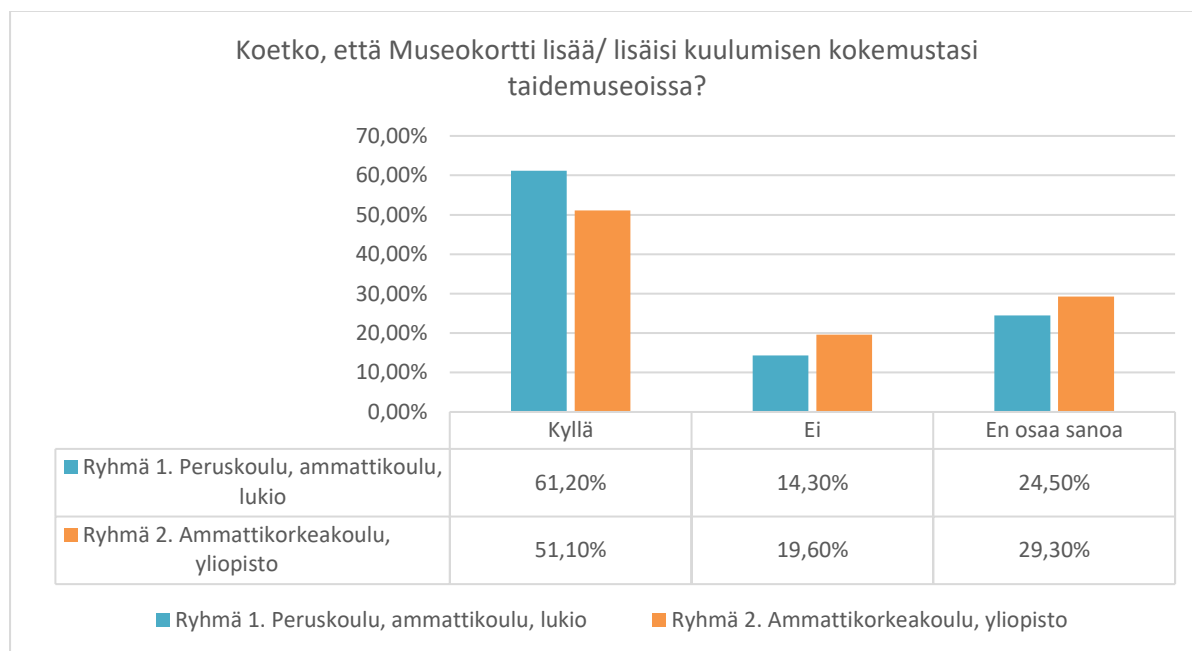
”Mielestäni museokortti on hyvä, hintoja voisi esim. kotiäideille, opiskelijoille, eläkeläisille madaltaa jotta käyttökynnys ei olisi niin korkea.” Nainen, 38, ammattikoulu

”Sen täytyy olla riittävän edullinen, että köyhemmätkin pystyisivät sen hankkimaan. Siinä voisi olla myös eri maksuluokkia esim. työttömille omansa. En tiedä, onko tällaista vaihtoehtoa jo olemassa.” Nainen, 42, yliopisto

”Museokortin voisi saada lainaan kirjastosta, kuten esim jotain muita kausilippuja. Mahdollistaisi pienempituloisten museoissa käymisen paremmin. –” Nainen, 33, yliopisto

Kyselyyn tulleiden vastausten perusteella Museokortti voi rohkaista vierailemaan kohteissa, jotka ovat itselle entuudestaan vieraita, ja Museokortti voi siten parantaa merkittävästi myös taidemuseoiden saavutettavuutta. Aihetta tarkentaakseni kysyin vastaajilta, kokevatko he, että Museokortti lisää, tai lisäisi, heidän kuulumisen kokemustaan taidemuseoissa.

TAULUKKO 11. Museokortti kuulumisen kokemuksen edistäjänä



Siinä missä enemmistä koki Museokortin madaltavan kynnystä taidemuseoissa vierailmiseksi, ei Museokortin koettu automaattisesti lisäävän kuulumisen kokemusta taidemuseoissa. Toisaalta hieman yli puolet vastaajaryhmien vastaajista kokivat Museokortin kuitenkin lisäävän myös kuulumisen kokemuksiin; alemman tutkinnon suorittaneista 61,20 % (30/49), ja ylemmän tutkinnon suorittaneista 51,10 % (47/92) kokivat, että Museokortti voi vaikuttaa edistävästi kuulumisen kokemuksiin. Alemman tutkinnon suorittaneista 14,30 % (7/49), ja ylemmän tutkinnon suorittaneista 19,60 % (18/92) olivat puolestaan sitä mieltä, että Museokortti ei edistä kuulumisen kokemusta taidemuseoissa. Alemman tutkinnon suorittaneista 24,50 % (12/49) sekä ylemmän tutkinnon suorittaneista 29,30 % (27/92) eivät osanneet ottaa kantaa kysymykseen.

Vastaajat, jotka kokivat Museokortin lisäävän kuulumisen kokemusta taidemuseoissa, kuvasivat Museokortin lisäävän tunnetta omaan porukkaan kuulumisesta. Museokorttia kuvattiin muun muassa kanta-asiakkuutena, joka parhaimmillaan lisää keskustelunaiheita ja yhteisöllisyyttä muiden museokorttilaisten kesken. Erään vastaajan mukaan kerran maksettu kortti tuntuu lähestulkoon kotiavaimelta.

”Kyllähän siitä tulee sellainen olo että on ns. kanta-asiakas.” Nainen, 28, ammattikoulu

”Museokortissa on tunnetta, että on yksi museoiden ”omistajista”. Se tuntuu myös kannatusmaksulta museoille.” Mies, 35, yliopisto

”Kortinhaltijana kuulut jo valmiiksi ”museokorttijengtiin”, voi syntyä keskusteluja toisten korttilaisten kanssa helpommin, kun on yhteinen nimittäjä.” Nainen, 45, ammattikorkeakoulu

”Kumma kyllä, kerran maksettu kortti tuntuu kotiavaimelta (lähes).” Mies, 36, yliopisto

Sen sijaan he, jotka olivat aiheesta eri mieltä, vastasivat niukemmin avoimiin perusteluihin. Erään vastaajan näkökulmista museokortti toki houkuttelee vierailemaan uusissa kulttuurikohteissa, joskin kuulumisen kokemus muodostuu vasta museovierailukokemuksen myötä. Toisen vastaajan mielestä kuulumisen kokemukseen vaikuttaa erityisesti museovierailujen käyntiaktiivisuus, joka on omiaan vahvistamaan kuulumisen kokemusta. Yksi vastaaja toi myös esille kantaaottavan mielipiteensä siitä, kuinka museot ovat suunnattuja jo lähtökohtaisille ”museoihmisille”, jonka vuoksi Museokortilla ei tulisi olemaan lainkaan edistävää vaikutusta kuulumisen kokemuk-
sissa.

”Museokortti houkuttelee käymään helpommin eri paikoissa mutta en ole varma lisääkö se kuulumisen tunnettani. se tunne tulee vasta taidemuseossa käymisestä jos tulee.”
Muu, 36, ammattikoulu

”Mitä enemmän käy, sitä enemmän kuulumisen tunne vahvistuu (siitä tulee harrastus).”
Nainen, 35, lukio

”Ei lisää kiinnostusta. Yhteenvetona: Museot ovat "museoihmisille" ja se ilo heille suota-
koon, mutta muulle yleisölle näillä laitoksilla ei ole mitään roolia koko elämän aikana.”
Mies, 45, ammattikorkeakoulu

Tulosten perusteella voidaan päätellä, että Museokortti voi merkittävästi madaltaa ihmisten kynnystä vierailla taidemuseoissa, ja erityisesti silloin, mikäli aiempaa kokemusta taidemuseoista ei ole. Sen sijaan kuulumisen tunteen kehittyminen taidemuseovierailujen aikana tarvitsee muodostuakseen myös muita osatekijöitä. Tulokset viittaavatkin siihen, että taidemuseoiden helppo saavutettavuus ei tarkoita automaattisesti kuulumisen kokemuksen lisääntymistä. Toisaalta taidemuseoiden helpon saavutettavuuden voidaan katsoa olevan merkittävä lähtökohtainen tekijä kuulumisen kokemuksen muodostumiselle.

5 TULOSTEN TARKASTELUA

Tulosten perusteella taidemuseoihin koetaan kohdistuvan ennakkoasenteita, jotka voivat vaikuttaa heikentävästi taidemuseoiden saavutettavuuteen. Taidemuseoiden ennakkoasenteiden voidaan katsoa muodostuvan ylisukupolvisten tekijöiden kautta (McAdams 1990; Cooper 1999; Gadamer 2004; Falk 2009, 71–75), mutta myös omista henkilökohtaisista kokemuksista käsin (Falk 2009, 133, 147, 160). Nykyiset ennakkoasenteet ovat näin ollen omiaan heijastelemaan ylisukupolvisia ajatusmalleja, ja erityisesti taidemuseoiden luokkaerorakenteisiin liittyvät ennakkoasenteet toistavat vahvasti totuttuja narratiiveja, joiden voidaan katsoa kumpuavan kulttuuriorganisatioiden hegemonisesta historiasta (Bourdieu 1979; Holt 1997; Dimaggio 2012). Perittyihin asenteisiin ja hierarkioita ylläpitäviin traditioihin tulisikin kyetä suhtautumaan kriittisesti. Kriittinen suhtautuminen omaksuttuihin asenteisiin voi parhaimmillaan auttaa tiedostamaan ja uudelleenarvioimaan ajan saatossa muodostuneita käsityksiä niin henkilökohtaisella kuin kollektiiviselläkin tasolla. (Hoffmann 1992, 155.) Kotimaisessa taidemuseoviitteessä onkin syytä pohtia, missä määrin omaksutut ennakkoasenteet vaikuttavat taidemuseoiden tämän päivän saavutettavuustyöhön, ja millaisin konkreettisin keinoin voimme olla luopumassa uskomuksia ylläpitävistä asenteista, jotka eivät palvele taidemuseoiden demokratiaa sekä taidemuseoiden yhdenvertaisuuteen pyrkiviä tavoitteita.

5.1 Taidemuseoiden asenteellinen saavutettavuus

Kyselyyn tulleissa vastauksissa on erotettavissa kolme ennakkoasenteiden ryhmää; 1) sosioekonomisuuteen liittyvät asenteet, 2) taiteen ymmärtämiseen liittyvät asenteet, sekä 3) taidemuseoinstituutioihin yleisesti liittyvät asenteet. Esittelen tämän osion yhteenvedon tuloksissa ilmi nousseita pääkohtia.

Sosioekonomisuuteen liittyvät asenteet. Kyselyyn tulleiden vastausten perusteella taidemuseoihin koetaan kohdistuvan ennakkoasenteita, jotka liittyvät sosioekonomisiin tekijöihin, kuten luokkaeroihin, koulutukseen tai sosiaaliseen statukseen. Vastaa- jista enemmistö, etenkin ylemmän tutkinnon suorittaneista, koki taidemuseoiden en- nakkoasenteiden liittyvän sosioekonomisiin tekijöihin, kun alemman tutkinnon suo- rittaneiden suhtautuminen sosioekonomisuuteen oli tätä jokseenkin maltillisempaa. Ryhmien väliset laadulliset vastaukset olivat kuitenkin samankaltaisia. Taidemuseoi- hin koettiin kohdistuvan tietynlainen keskiluokkaisuuden odotus, ja museoiden ylei- söjä luonnehdittiin muun muassa termein ”eliitti”, ”parempi väki”, ”varakkaat” tai ”kes- kiluokkaiset”. Luokkaeroihin liittyvien tekijöiden koettiin marginalisoivan taidemuseo- yleisöjä, jolla koettiin olevan vaikutusta myös kuulumisen kokemuksiin taidemuseo- oissa. Kyselyyn tulleiden vastausten perusteella on havaittavissa, kuinka taidemuseo- oiden elitistinen historia voi muodostaa osan nykyaikaisista käsityksistämme. Periy- tyneet käsitykset ja tavat toimia voivat siten yhä ylläpitää yhteisestä kulttuuriperin- nöstä eriyttäviä asenteita (Gadamer 2004).

Vaikka nykypäivän taidemuseot herättävät kiinnostusta yhä laajemmissa ylei- söissä, edeltävien tutkimusten mukaisesti taidemuseokävijän profiilin voidaan yhä nykyäänkin nähdä kulminoituvan korkeaan koulutustaustaan sekä naissukupuoleen (Kirchberg 1996; Bihagen ja Katz-Gerro 2000; Purhonen ym. 2014; Heikkilä 2016). Tut- kimuksen tulokset puoltavat edeltäviä tutkimuksia, sillä kyselystä kiinnostuneiden enemmistö edusti ylempiä yhteiskuntaluokkia ja naissukupuolta. Tuloksissa huo- mion arvoista ja osin yllättävää kuitenkin on, että nykypäivän korkeasti koulutettu ei suoriltaan identifioitu taidemuseoiden marginaaliyleisöiksi, sillä myös osa ylemmän tutkinnon suorittaneista vastaajista pohti omaa kuulumisen ja kuulumattomuuden kokemustaan taidemuseoissa. Asia korostui erityisesti ammattikorkeakoulututkin- non suorittaneiden vastauksissa. Tulosten perusteella ei myöskään voida tehdä johto- päätöstä, että korkeasti koulutettu väestö kokisi taidemuseot automaattisesti helposti lähestyttävänä, sillä ainoastaan noin puolet, 51,10 % (47/92), ylemmän tutkinnon suo- rittaneista vastaajista koki taidemuseot helposti lähestyttävänä (Taulukko 6.). Koke- mukset olivat usein myös riippuvaisia taidemuseoista. Tulosta voi tarkastella useam- masta näkökulmasta. Asia voi selittyä osin sillä, että suomalaisessa yhteiskunnassa moni korkeakoulutettu omaa työväenluokkaiset juuret, jolloin kasvuympäristö on voinut osaltaan vaikuttaa sisäiseen kokemukseen omasta ”sosiaalisesta statuksesta”. Näin ollen kuulumisen kokemus voi olla sidoksissa yhteiskunnallisiin tekijöihin his- toriaan peilaantuvissa konteksteissa (Yuval-Davis 2006, 199–200; Lähdesmäki ym. 2014). Toisaalta myös pienemmällä paikkakunnilla asuvat henkilöt voivat kokea kau- punkiympäristöjen kulttuuritarjonnan vaikeasti lähestyttävänä koulutustaustasta riippumatta, joka voi korostaa erityisesti paikallisuuden ja tuttuuden vaikutuksia kuulumisen kokemuksessa (Yuval-Davis 2006, 199–200; Lähdesmäki ym. 2014). Yksi

tekijä voi löytyä myös taidemuseoiden pääsymaksujen korkeaksi koetuista hinnoista, jotka vastauksissa nousivat esille, yhteiskuntaluokasta riippumatta. Hintapolitiikkaan liittyvät kysymykset voivat näin ollen heijastella tämän päivän työllistymisen haasteisiin sekä hintojen nousuun liittyviä teemoja (Parviola ja Viita 2023; Työ- ja elinkeinoministeriö 2023). Perimmäiset syyt sosioekonomisiin tekijöihin liittyviin kuulumisen ja ulkopuolisuuden kokemuksiin taidemuseokontekstissa vaativat kuitenkin allensa vielä tarkentavaa tutkimusta.

Taiteen ymmärtämiseen liittyvät asenteet. Tuloksissa ryhmien yhteenlasketut vastaukset osoittavat, että taiteen ymmärtämiseen liittyvät ennakoasenteet olivat määrällisesti suurin koettujen ennakoasenteiden ryhmä. Vastauksissa pohdittiin, voiko taidemuseoon mennä lainkaan, jollei aiempaa tietoutta tai ymmärrystä taidetta kohtaan ole. Taidemuseoiden kohderyhmien koettiin olevan suunnattu myös jo taiteeseen lähtökohtaisesti vihkiytyneille henkilöille, kuten taiteen harrastajille tai ammattilaisille. Joissakin vastauksissa taiteen ymmärtämiseen liittyvät tekijät yhdistettiin myös kouluttautuneisuuteen. Asenteita perusteltiin muun muassa vastauksin ”*eihän muut taiteesta mitään ymmärrä.*”

Kun tarkastellaan museokävijöiden syitä vierailta taidemuseoissa, on tärkeää huomioida, että vierailukokemuksen muodostuminen alkaa jo huomattavasti aiemmin ennen varsinaista museovierailua (Falk 2009, 158). Tästä johtuen tietämys siitä, ketkä vierailevat museoissa ja millaisia merkityksiä he saavat kokemuksesta, tarjoavat tärkeää kriittistä näkökulmaa siitä, mitä ihmiset arvottavat ja kuinka he hyötyvät museokäynnistä – tai kuinka he eivät hyödy (Falk 2009, 21). Tutkimusten mukaan motivaatiot museovierailuille syntyvät ensisijaisesti omista henkilökohtaisista tarpeista sekä mielenkiinnonkohteista (Hood 1981; Packer ja Ballantyne 2002; Falk 2009). Myös henkilökohtaiset kiinnostuksen kohteet ja ennalta omaksutut tiedot voivat vaikuttaa suuresti siihen, mihin näyttelyihin tai sisällöllisiin tekijöihin vierailijat kiinnittävät museokäynneillään huomiota (Leinhardt, Crowley, ja Knutson 2002; Falk 2009, 96). Museotutkija John Falkin teorian mukaan ihmiselle tuttujen teemojen etsiminen onkin hallitsevin strategia lähes kaikille museokäynneille, ja vierailijan omat aiemmat tiedot ja kiinnostuksen kohteet tarjoavat näin ollen myös viitekehyksen museokokemuksille (Falk 2009, 97). Asia on havaittavissa myös kyselyyn tulleiden vastausten kautta. Vastajaat olivat kiinnostuneimpia taidemuseoiden sisällöllisistä teemoista, ja he kaipasivat museoilta enemmän itseä puhuttelevia tai koskettavia aiheita. Vaan mikäli taide miellettiin vaikeasti ymmärrettävänä tai vain rajatuille yleisöille kohdennettuna tarjontana, ei tämä onnistunut vastaamaan kävijöiden tarpeisiin. Tällöin taide jäi irralliseksi omasta kokemusmaailmasta.

Johtopäätöksenä voidaan todeta, että taiteen ymmärtämiseen liittyvissä ennakoasenteissa korostuu tiivistetty ajatus siitä, kuinka taidemuseoiden ei koeta sivistävän, vaan mennäkseen taidemuseoon tulee olla jo valmiiksi sivistynyt. Näin ollen

ymmärtämättömyyteen liittyvät asenteet voivat vaikuttaa heikentävästi taidemuseoiden saavutettavuuteen, vaikka lähtökohtaista kiinnostusta taiteeseen olisikin. Taidemuseoiden saavutettavuustyössä tulisikin tarkastella, ovatko taidemuseot onnistuneet riittävän hyvin sivistyksellisessä tehtävässään, ja ovatko vapaan oppimisen mahdollisuudet otettu riittävän hyvin huomioon taidemuseoiden tämänhetkisessä sisälöntarjonnassa ja uusia yleisöjä tavoitettaessa.

Taidemuseoinstituutioihin liittyvät yleiset asenteet. Kyselyyn tulleissa vastauksissa taidemuseot saatettiin kokea vaikeasti lähestyttävänä museoiden instituutioimaisen luonteen vuoksi. Osa vastaajista nosti esille museotikettiin ja kalliiksi koettuihin hintoihin liittyvät tekijät. Taidemuseot saatettiin kokea tylsinä, vakavina ja oman budjetin ylittävinä organisaatioina, joissa ei ole tilaa vapaalle olemiselle ja mieltä askarruttaville kysymyksille. Ennakkoasenteisiin vaikuttivat osaltaan myös taidemuseoiden paikkakuntaehtaisuus tai edeltävät ikävät vierailukokemukset. Toisaalta taidemuseoiden saavutettavuutta heikensivät luodut mielikuvat, jotka olivat osittaista seurausta koetusta puutteellisesta markkinoinnista. Edeltävät tekijät voivatkin olla osasyitä sille, miksi nykypäivän taidemuseoita ei pidetä kovin helposti lähestyttävänä (Breier 2021, 353). Asia korostuu kyselyyn tulleiden vastausten kautta, joissa alemman tutkinnon suorittaneista ainoastaan 38,80 % (19/49) piti Suomen taidemuseoita helposti lähestyttävänä (Taulukko 5.). Ylemmän tutkinnon suorittaneista Suomen taidemuseot helposti lähestyttävänä koki sen sijaan lievä enemmistö, 51,10 % (47/92). (Taulukko 6.)

Asiaa tarkasteltaessa on olennaista ottaa huomioon, kuinka suomalaisen yhteiskunnan yksi keskeisimpiä kulttuuripoliittisia tavoitteita on vuosien ajan ollut mahdollistaa kansalaisille mahdollisimman tasa-arvoinen kulttuuripalvelujen tarjonta riippumatta sosiaalisista, taloudellisista tai alueellisista tekijöistä (Kangas 1988; Ahponen 1991; Virolainen 2015). Kulttuuripolitiikan tavoitteena on myös pyrkiä osallistamaan ihmisiä eri kulttuuritoiminnan kehittämiseen sekä sisällönmääritykseen ja tätä kautta oman asuinalueensa kehittämiseen (Kangas, Jakonen, ja Havimäki 2014, 60; Virolainen 2015, 30). Yhteenvedona; kulttuuripolitiikalla on pyritty keskeisesti kulttuuripalvelujen demokratisointiin, ja tämän periaatteet ovat vahvasti sidoksissa ideologiaan hyvinvointivaltiosta (Kangas 1988, 51; Virolainen 2015, 30). Kyselyyn tulleiden vastausten kautta on havaittavissa selkeitä viitteitä siitä, että kulttuuripoliittiset periaatteet eivät yllä tavoitteisiinsa taidemuseoissa (Breier 2021, 353). Huomion arvoista myös on, että ongelma on yhteiskunnallinen. Taidemuseoiden saavutettavuustyössä tulisikin pohtia, millaisin konkreettisin keinoin taidemuseot instituutioina voivat olla edistämässä yhdenvertaisuutta ja purkamassa saavutettavuuteen vaikuttavia asenteellisia esteitä. Sekä millaisille yleisöille taidemuseot kohdentavat nykyistä viestintäänsä ja millaisia mielikuvia museot ovat luomassa viestintänsä kautta. Tällä kaikella voi olla vaikutuksensa siihen, kuinka saavutettavina taidemuseot vastaisuudessa koetaan.

5.2 Hyppy museokynnyksen yli

Edeltävä alaluku toi esille taidemuseoihin kohdistuvia asenteellisia esteitä, jotka voivat vaikuttaa heikentävästi taidemuseoiden saavutettavuuteen. Kyselyyn tulleiden tulosten perusteella on ilmeistä, ettei ainoastaan ovien auki pitäminen takaa taidemuseoiden hyvää saavutettavuutta. Tässä osiossa nivon yhteen, millaisin konkreettisin keinoin ihmiset pureutuisivat taidemuseoiden saavutettavuusongelmiin. Tulleiden vastausten perusteella tulokset ovat jaettavissa neljään ryhmään; 1) interaktiiviseen taidemuseoon, 2) taidemuseoon oppimisen ympäristönä, 3) markkinoinnin mahdollisuuksiin sekä 4) Museokortin merkityksiin.

Interaktiivinen taidemuseo. Jotta taidemuseot olisivat vastaisuudessa helpommin saavutettavia kulttuuritoimijoita, toivottiin kyselyyn tulleissa vastauksissa museoilta enemmän interaktiivisuutta. Tulleissa vastauksissa nousivat esille osallisuuden teemat sekä toive laajemmista vaikuttamisen mahdollisuuksista. Lisäksi museoilta toivottiin viestintää aivan kaikille yleisölle, sekä rohkeutta jalkautua tavallisen kansan pariin. Taidemuseoiden toivottiin näkyvän enemmän arjessa, esimerkiksi messujen tai yllättävien yhteistöiden kautta. Ihmiset toivoivat taidemuseoilta ennen kaikkea matalan kynnyksen mahdollisuuksia taidemuseoiden tavoittamiseksi.

Yksi saavutettavuustyön osallisuutta edistävästä ratkaisusta voi löytyä verkostoyhteistyön kautta (Breier 2021). Helsingin yliopiston tutkija Dorothea Breier (2021) toi tutkimuksessaan esille Helsingin Alakulttuurikeskus Loukon Museokerho -konseptin, jonka tavoitteena on ollut kannustaa aivan kaikkia ihmisiä taiteen kokemiseen, sekä madalta näyttelyissä käymisen kynnystä niin sosiaalisesti kuin taloudellisestikin. (Alakulttuurikeskus Loukko 2019; Breier 2021, 347.) Breierin mukaan museoiden tulisi luoda laajemmin tilaa Museokerhon kaltaisille, ulkopuolisille ryhmille ja tätä kautta laajentaa ihmisten yhdenvertaisia osallistumisen mahdollisuuksia museoissa toimimiseksi (Breier 2021, 364). Breierin tavoin koen Museokerhon kaltaiset verkostoyhteistyöt yhtenä edellytyksenä taidemuseoiden saavutettavuuden edistämiseksi. Interaktiivisuuden sekä saavutettavuustyön kehittämisen näkökulmista ajattelen, että taidemuseoiden saavutettavuustyön ei tule perustua yksinomaan museoiden sisäiselle ponnistelulle, vaan asenteellisten esteiden purkamiseksi saavutettavuustyön tulee olla nykyistä aloitteellisempaa yhteistyötä eri toimijoiden kesken; saavutettavuustyössä tarvitaan kaistoja, jotka kulkevat molempiin suuntiin. Vuorovaikutteinen verkostoyhteistyö voi näin ollen toimia yhtenä keskeisenä hierarkioita purkavana tekijänä yhteisluokkien sekä mahdollisten ylä- ja alakulttuurien välillä.

Verkostoyhteistyö ja laajempi interaktiivisuus museoiden ja yhteiskuntatoimijoiden välillä voi lisätä myös ihmisten kuulumisen kokemuksia taidemuseoissa. Jyväskylän yliopiston tutkijan Tuuli Lähdesmäen mukaan kuulumisen kysymykset ovat vahvasti sidoksissa ihmisen identiteettiin, ja kuulumisen käsite korostaa erityisesti

elämän sosiaalisia puolia suhteessa muihin ihmisiin sekä historiallisiin ja kulttuurisiin konteksteihin (Lähdesmäki 2014; Lähdesmäki ym. 2014, 87–88). Vuorovaikutteisuus voi näin ollen olla yksi kuulumisen kokemusta merkittävästi edistävästä tekijöistä taidemuseoiden saavutettavuustyössä, ja vuorovaikutteisuuden kautta ihmiset ovat siten myös osa yhteisen kulttuuriperinnön rakentumista ja eteenpäin viemistä (Kaitavuori 2007, 284–85). Saavutettavuuskysymyksissä kulttuurinen osallistuminen tuleekin nähdä ihmisoikeuskysymyksenä, jolloin museoilla on tärkeä velvollisuus kehittää ennen kaikkea kasvatuksellista rooliaan erilaisia yleisöjään tavoittaen (ICOM 2001).

Vaan siinä, missä taidemuseoiden vuorovaikutteisuus koettiin museoiden aloitteellisuuden sekä viestinnän osalta puutteellisena, korostui taidemuseoiden onnistumisina henkilökuntien merkitykset museokokemuksessa. Tulosten mukaan taidemuseoiden henkilökunnan vaikutukset kuulumisen kokemuksissa voidaan nähdä varsin merkittävinä, sillä siinä missä taidemuseot instituutioina koettiin vaikeasti lähestyttävänä, koki vastaajien enemmistö olonsa tervetulleiksi taidemuseoihin; alemman tutkinnon suorittaneista 63,30 % (31/49), ja ylemmän tutkinnon suorittaneista 77,20 % (71/92) kokivat itsensä tervetulleiksi taidemuseoihin (Taulukot 7. ja 8). Positiivisten museovierailukokemusten muodostumiset voivat näin ollen olla vaikuttamassa myös tuleviin päätöksiin vierailta taidemuseoissa, ja taidemuseoiden henkilökunnalla voidaan siten nähdä olevan merkittävät vaikutukset siihen, kokevatko ihmiset itsensä kuuluviksi ja tervetulleiksi taidemuseoon vai eivät (Price ja Applebaum 2022). Tulosten perusteella tervetulleeksi toivottaminen voikin olla yksi merkittävimmistä ensiaskelista kuulumisen kokemuksen muodostumiselle. Tulokset vahvistava näin ollen myös identiteetin ja yhteisöllisyyden merkityksiä kuulumisen kokemuksissa (Lähdesmäki ym. 2014).

Taidemuseot oppimisen ympäristöinä. Kyselyyn tulleissa vastauksissa nousivat runsaslukuisina esille taiteen ymmärtämiseen liittyvät teemat. Vastauksissa taidemuseoilta toivottiin aktiivisempaa opetuksellista otetta ja laajempaa tietoutta taiteesta ja taiteen merkityksistä. Vastauksissa nousivat esille muun muassa taiteen taustatyön avaaminen sekä kertominen, millaisten teemojen kanssa esillä olevat teokset pyrkivät keskustelemaan. Kyselyyn tulleiden vastausten perusteella ihmiset hakevat museovierailukokemuksiltaan ennen kaikkea aiheita, joihin samaistua. Eräiden vastausten mukaan taidemuseossa tulisi myös järjestää monipuolisemmin näyttelyitä, jotka tavoittavat eri sisällöllisistä teemoista kiinnostuneita kävijöitä. Myös taitelijan tarinan taiteen muodostumisen vaiheiden avaamisen koettiin tuovan merkityksellisyyttä taiteen kokemiseen. Taidemuseoilta toivottiinkin nykyistä laajempia työkaluja taiteen ymmärtämiseksi.

Kyselyyn tulleiden vastausten perusteella taiteen ymmärtämisen työkaluilla voi olla taidemuseoiden saavutettavuutta edistäviä vaikutuksia. Yksi taiteen keskeisimmistä ymmärtämisen työkaluista on vapaan oppimisen mahdollistaminen

taidemuseokokemuksessa. Vapaalla oppimisella tarkoitetaan kaikkia niitä omaehtoisen oppimisen keinoja, joita ihmiset voivat hyödyntää museoissa vieraillessaan (Kaitavuori 2007, 282; Falk 2009, 188). Vapaan oppimisen mahdollisuudet voivat ilmetä esimerkiksi digitalisaation hyödyntämisenä, kuten taidechat-palvelun tai yhteisen foorumin kautta, kuten eräs kyselyyn vastanneista ehdotti. Toisaalta näyttelyiden reaaliaikaisessa ymmärtämisessä voi hyödyntää luotujen applikaatioiden mahdollisuuksia. Vapaan oppimisen suunnittelussa tuleekin kiinnittää huomioita museokävijöiden tarpeisiin sekä menetelmien käytännön toimivuuteen.

Museokävijän näkeminen oppijana antaa museokävijälle suuremman itsenäisyyden, sillä oppimisen on todettu sisältävän omaehtoisen ja aktiivisemmän asennoitumisen taidemuseokokemukseen kuin pelkkä katsojan roolissa oleminen (Kaitavuori 2007, 282). Vapaan oppimisen mahdollisuuksia huomioimalla huomioidaan myös se tekijä, että museokävijällä voi olla jokin henkilökohtainen agenda käynnilleen (Leinhardt, Crowley, ja Knutson 2002; Kaitavuori 2007, 282; Falk 2009, 96). Onnistuneimpien museokokemusten on siten myös katsottu pohjaavan olosuhteisiin, jotka ovat antaneet kävijälleen mahdollisuuden sitoutua museovierailuunsa älyllisesti sekä emotionaalisesti itselle sopivalla tasolla (Falk 2009, 153). Vapaa oppiminen museoympäristössä voi lisäksi edistää kävijöiden aktiivisuutta, itsevarmuutta sekä motivaatiota museoiden sisältötarjontaa kohtaan (Perry 1989; Kaitavuori 2007, 282; Falk 2009, 144).

Vapaa oppiminen taidemuseoissa voi mahdollistaa vuorovaikutuksen taiteen kanssa, ja toisaalta taide voidaan myös kokea vuorovaikutteisuuden yhtenä keskeisimmistä työkaluista taidemuseoympäristöissä. Taiteen tulkinnassa on kyse sillan rakentamisesta itsen ja toisten välillä, jonka olennainen osa kumpuaa omasta henkilöhistoriasta sekä kokemusmaailmasta (Räsänen 2000). Tällöin taideteokseen kiteytyy kyky kokea yhteinen maailma täytenä kokonaisuutena, ja taideteoksen voidaan nähdä syntyvän aina uudestaan kokijansa sisimmästä kumpuavien rakenteiden kautta (Dewey 2010, 71, 164, 167). Näin ollen taide voi toimia erinomaisena välineenä vuorovaikutustilanteissa, jolloin erilaiset tulkinnat tarjoavat uusia näkökulmia museokävijöiden ymmärryksen lisäämisessä. Taiteen tulkinnan hienous piileekin siinä, että taiteen avulla kykenemme parhaimmillaan ymmärtämään ihmisyyttä ja kaikkea sitä, mitä elämässämme käymme läpi ja mitä keskenämme jaamme (Berleant 1970, 50, 102). Näin ollen ymmärryksen lisääntymisen museoympäristöissä voi parantaa myös henkisen hyvinvoinnin ja yhteenkuuluvuuden tunteita (Falk 2009, 160).

Markkinoinnin mahdollisuudet. Taidemuseoiden viestinnän ja markkinoinnin voidaan katsoa toimivan ensimmäisenä tekijänä, joka luo kuvan taidemuseoista, sekä toimittaa ihmiset tervetulleiksi. Taidemuseoiden markkinointi luo myös ensimmäisen mielikuvan yleisöille erityisesti silloin, kun aiempaa museokokemusta ei vielä löydy. Vaan mikäli ajantasaista tietoa ei ole helposti saatavilla, jäävät käsitykset taidemuseoista ennakoasenteiden varaan, jotka voivat toimia syinä sille, että kynnys

taidemuseoissa vierailemiseksi koetaan korkeana. Kyselyyn tulleiden vastausten perusteella taidemuseoiden markkinointi koettiin varsinkin puutteellisena, eikä tämän koettu tavoittavan kaikkia yleisöjä. Puutteellisen markkinoinnin koettiin myös pitävän taidemuseoiden sisältötarjontaa osin saavuttamattomissa. Taidemuseoiden markkinoinnilta toivottiinkin ennen kaikkea aktiivisempaa otetta, rohkeutta sekä innovatiivisuutta. Markkinoinnilta toivottiin myös laajempien kohderyhmien tavoittamista, arkisuutta sekä perhelähtöisyyttä. Museoiden markkinoinnissa toivottiin näkyvän aivan tavallisia ihmisiä.

Museotutkija John Falkin mukaan museot eivät voi vastata ihmisten tarpeisiin kohdistamalla tavoitteitaan ja markkinointiaan vain tyypillisille museokävijöille, sillä huolimatta lukuisista tutkimuksista, ei ole tyypillistä museokävijää (Falk 2009, 182). Falkin mukaan museokävijät ovat tyypillistä luonnehdintaa moninaisempia, ja tarpeet sen myötä erilaisia. Tämä tulisi ottaa huomioon myös taidemuseoiden markkinoinnissa, kartoittaen ihmisten tarpeita museovierailukokemukselle. Näin ollen myös ihmisen identiteetin ymmärtäminen voi toimia erinomaisena työkaluna, jonka avulla käsitykset henkilökohtaisista tarpeista voidaan yhdistää museoiden resursseihin vastata kävijöidensä tarpeisiin. (Falk 2009, 77, 182.) Museoympäristöjen moniulotteisuus yhdistettynä jokaisen vierailijan ainutlaatuisuuteen takaa kuitenkin sen, ettei vierailijakokemus koskaan ole täysin ennustettavissa kaikille. Eikä pyrkimys tämän kaltaiseen täydellisyyteen ole olennaista. Olennaista sen sijaan on pyrkiä arvostamaan jokaisen kävijän yksilöllisyyttä ja kokemuksellisuutta, sekä ottaa nämä huomioon osana museoiden saavutettavuutta. (Falk 2009, 35, 102.)

Vaan sillä, millaisia ennakoasenteita asioista omaamme, on merkittäviä vaikutuksia siihen, kuinka asioihin suhtaudumme. Näin ollen taidemuseoiden markkinointi voi toimia tärkeänä työkaluna asenteellisten esteiden purkamisessa. Taidemuseoiden markkinoinnissa olisikin tärkeää pohtia, millaisia yleisöjä taidemuseoiden viestintä nykypäivänä huomioi ja välittyvätkö saavutettavuusperiaatteet taidemuseoiden nykyisessä markkinoinnissa. Kyselyyn tulleiden vastausten perusteella markkinoinnin ja viestinnän osuus voidaankin nähdä varsinkin merkittävänä tekijänä taidemuseoiden saavutettavuudessa ja kuulumisen kokemuksissa.

Museokortin merkitykset. Kyselyyn tulleiden vastausten perusteella myös Museokortin miellettiin olevan yksi museokynnystä merkittävästi madaltavista tekijöistä. Museokortin katsottiin innostavan tekemään vierailuja museokohteisiin, jotka olivat itselle entuudestaan vieraita. Museokortin koettiin joissain määrin myös edistävän kuulumisen kokemuksen lisääntymistä taidemuseoissa. Vastauksissa huomion arvoista kuitenkin on, että Museokortin ei voida tulkita automaattisesti takaavan kuulumisen kokemusta museoympäristöissä, vaan kuulumisen kokemus vaatii muodostuakseen myös muita tekijöitä kuin museoiden helpon saavutettavuuden.

Vastauksissa kuulumisen kokemuksen koettiin lisääntyvän esimerkiksi toistuvien käyntien myötä, jossa Museokortilla voidaan nähdä olevan tärkeitä merkityksensä.

Tulleissa vastauksissa Museokortin korkeaksi koettuun hintaan liittyvät tekijät herättivät kuitenkin pohdintaa. Museokortti koettiin kalliina kertasijoituksena, vaikka toisaalta kortin koettiin tuovan vapautta museovierailuihin yksittäisten lippuhintojen pohtimisen sijaan. Museokortin toivottiinkin sisältävän muun muassa erilaisiin tulo-tasoihin sopivia hintaluokkia, jotka mahdollistaisivat kortin hankkimisen pienemälläkin budjetilla. Eräs vastaaja toi myös esille Museokortin lainaamisen mahdollisuudet esim. kirjastojen kautta, jotta museot olisivat myös pienituloisille paremmin saavutettavampia. Vastausten perusteella voidaankin nähdä viitteitä siitä, kuinka kalliiksi koetut hinnat niin museoiden pääsymaksuissa kuin Museokortin kustannuksissa voivat toimia saavutettavuutta heikentävinä tekijöinä, jotka voivat ylläpitää kulttuuriin osallistumisen eriarvoisuutta. Näin ollen taidemuseoiden saavutettavuustyössä tulee kyetä huomioimaan nykyistä laajemmin tasa-arvoiset kulttuuriin osallistumiseen mahdollisuudet myös taloudelliset tekijät huomioon ottaen (Kangas 1988; Ahponen 1991; Virolainen 2015).

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Olen tutkielmani kautta tehnyt näkyväksi taidemuseoihin tänä päivänä kohdistuvia ennakkoasenteita, sekä näiden muodostumiseen vaikuttavia mahdollisia osatekijöitä. Kyselytutkimuksen kautta ilmenneet tulokset vahvistavat käsityksiä ylisukupolvisuuden vaikutuksista tämän päivän totutuissa traditioissa, mutta korostavat toisaalta myös oman kokemuksellisuuden merkityksiä ennakkoasenteiden muodostumisessa. Oma kokemuksellisuus tekee kyselyn kautta näkyväksi myös taidemuseoihin kohdistuvia tarpeita, jotka liittyvät ennen kaikkea yhdenvertaisuuteen, vuorovaikutteisuuteen sekä tarpeeseen ymmärtää taiteen sisällöllisiä teemoja.

Tahtotila kotimaisen museokentän demokratisoimiseksi on hyvä ja tavoitteellinen, joskin on selvää, että ihanne taidemuseoiden saavutettavuudessa ei vielä tänä päivänä toteudu. Asenteellisten esteiden purkaminen vaatii näin ollen aloitteellisuutta ja aktiivisuutta taidemuseoiden puolelta, mutta myös rohkeutta ja valmiutta yleisöiltä kyseenalaistaa totuttuja asenteita, jotka voivat toimia omia oikeuksia heikentävinä ja asenteellisia esteitä ylläpitävinä tekijöinä. Huomion arvoista myös on, että mikäli taidemuseot sulkevat osan yleisöistä tarkoituksella tai tahtomattaan ulkopuolelle, on yhteinen kulttuuriperintö siten näitä yleisöjä köyhempi. Saavutettavuustyössä onkin olennaista muistaa, että kulttuuriperintötyön tarkoitus ei ole tarjota vain yhtä siivua eletystä elämästä, vaan tämän merkitykset ovat koko elämänkirjon värien esille tuomisessa. Taidemuseoiden saavutettavuustyössä tulisikin kyse olla heidän tavoittamisestaan, jotka jo lähtökohtaisesti kuuluvat kulttuuriympäristöihin, mutta joita ajan saatossa muodostuneet narratiivit ovat pitäneet loitolla.

Kehittämistyön näkökulmista taidemuseoiden yleisötyössä on lisäksi olennaista pohtia taidemuseoiden henkilökohtaistamisen merkityksiä museokokemuksessa. Saavutettavuustyössä tulee ottaa tarkastelun alle, millaiset sisällölliset teemat puhuttelevat ja tarjoavat rakennusaineita yleisöilleen, ja millaisia vapaan oppimisen mahdollisuuksia taidemuseot voivat olla lisäämässä yleisöjensä vierailun tueksi. Taidemuseoiden tulee myös kyetä tarkastelemaan, millaisille yleisöille taidemuseoiden

viestintä on ajankohtaisesti kohdistunut, mitä viestinnällä halutaan kertoa ja onko viestintä onnistunut toivottamaan erilaiset yleisöt tervetulleiksi.

Tämä tutkielma ei ratkaise tai tee näkyväksi kaikkia taidemuseoiden saavutettavuustyön haasteita. Sen sijaan tutkielma tuo esille tässä hetkessä ajankohtaisia taiteen ja kulttuurin saavutettavuuteen liittyviä tekijöitä, jotka nykyisessä yhdenvertaisuustyössä tarvitsevat laajempaa huomiota. Tämän vuoksi onkin tärkeää, että asenteellisen saavutettavuuden teemoja täsmennetään niin akateemisen tutkimuksen tasolla kuin taidemuseoiden sisäisissä tehtävissä. Teeman ei myöskään tule rajoittua ainoastaan taidemuseoviitteeseen, vaan aihepiirin avaamisella on laajempi yhteiskunnallinen merkitystä taiteen ja kulttuurin saavutettavuudessa. Yhteiskunnallisessa keskustelussa tulisikin pyrkiä korostamaan taiteen itseisarvoa sekä taidemuseoiden merkityksiä kaikkien kulttuuriympäristöinä sen sijaan, että taide ja kulttuuri mielletäisiin poliittisen keskustelun välikappaleina.

6.1 Tulosten hyödynnettävyys ja jatkotutkimus

Tutkielman tavoitteena on pyrkiä edistämään kotimaisten taidemuseoiden yhdenmukaisempaa saavutettavuutta, sekä tuomaan esille konkreettisia keinoja museokynnysten madaltamiseksi. Tutkielman asenteellisia tekijöitä koskevat teemat ovat myös tärkeä osa taiteen ja kulttuurin marginalisoitumiseen liittyvää ajankohtaista keskustelua, ja siten laajennettavissa koskemaan myös muita taide- ja kulttuuriorganisaatioita.

Tutkielmani pitää sisällään myös aihioita jatkotutkimuksen tekemiselle. Tutkielmassani keskeinen, asenteellisen saavutettavuuden käsite tarvitsee akateemisessa tutkimuksessa tarkentavaa määrittelyä. Olen tutkielmani kautta luonut asenteellisen saavutettavuuden käsitteen määrittelemiseksi olennaisia suuntaviivoja, jotka sisältyvät keskeisesti tasa-arvon ja yhdenvertaisuuden, sekä kuulumisen käsitteistöön. Väitän asenteellisen saavutettavuuden käsitteen olevan myös yksi keskeisistä, joskin toistaiseksi puuttuneista, määritelmistä taide- ja kulttuurialojen laajemmassa saavutettavuustyössä. Asenteellisen saavutettavuuden käsite avaa tarkasteluun näin ollen tärkeitä yhteiskunnallisia tekijöitä sekä kokemuksellisia näkökantoja, ja tuottaa siten olennaista tietoa asenteellisten esteiden purkamiseksi.

Tutkielmani tuloksissa esiin nousseet korkeasti koulutettujen kuulumisen kokemukset taidemuseokontekstissa tarvitsevat niin ikään myös laajempaa tutkimusta. Tulosten kautta on havaittavissa, kuinka nykypäivänä ei voida pitää itsestäänselvytenä, että nykyajan korkeasti koulutettu henkilö automaattisesti identifioituisi taidemuseoiden kohderyhmiksi, jolloin koulutuksen ei myöskään voida katsoa automaattisesti korreloivan kuulumisen kokemuksen kanssa kulttuuriin osallistumisessa. Asia korostui erityisesti ammattikorkeakoulututkimuksen suorittaneiden vastauksissa.

Aiheen jatkotutkimusta varten tutkielmani tulokset tarjoavat alustavia viitteitä kuulumisen kokemuksiin keskeisimmin vaikuttavista tekijöistä, joista merkittävimpinä vuorovaikutteisuuteen sekä taiteen ymmärtämisen liittyvät identiteettiäeräiset tekijät. Myös alempien yhteiskuntaluokkien kulttuuriin osallistumisen ja kuulumisen tutkimus vaatii laajempaa tarkastelua. Väitän, että yhteiskuntaluokkien laaja-alaisempi kuulumisen tutkimus kulttuuriorganisaatioviitteessä voi mahdollistaa asenteellisten esteiden purkamisen ja sen myötä eri yhteiskuntaluokkien kuulumisen kokemusten lisääntymisen taide- ja kulttuurikonteksteissa. Kuulumisen tutkimuksella on näin ollen myös merkittävä painoarvo kulttuuriorganisaatioiden saavutettavuustyössä.

6.2 Lopuksi

Maisterintutkielma oli kohdallani ensimmäinen laatuaan, ja tutkielman työvaiheet pitivät sisällään runsaasti onnistumisia, oivalluksia kuin haasteitakin, joista viimeisimpänä mainitut toimivat työskentelyni merkittävimpinä opinpaikkoina. Tarkastelin tutkielmassani taidemuseoiden koettuja ennakkoasenteita sekä näiden vaikutuksia kuulumisen kokemuksiin fenomenologis-hermeneuttisista näkökannoista, jotka onnistuivat tekemään tutkielmani kautta näkyväksi arkiintuneita ajatus- ja käytösmalleja, joiden voidaan katsoa muodostavan osan nykyaikaista saavutettavuuden esteistä. Tutkielman voidaan näin ollen katsoa lisäävän ymmärrystä taidemuseoiden saavutettavuustyössä. Tutkielmani pääpaino oli vahvasti myös laadullisessa tutkimuksessa, joka on omiaan osoittamaan, kuinka kokemuksellisuutta ei voi ainoastaan tilastoida, vaan tämän merkitykset tulevat näkyviksi sanallistamisen kautta.

Tutkielmani työvaiheiden haasteet liittyivät puolestaan laajan aineiston hallintaan. Aineiston analyysin ja laadullisuuden kerronnan haasteet nousivat esille laajan empiirisen aineiston sisällöistä, jotka löysivät tukirankansa lopulta teemaattisen sisällönanalyysin sekä aineiston kvantifioinnin kautta. Tutkielma pysyi siten selkeänä ja johdonmukaisena kokonaisuutena, ja onnistui tuomaan esille tutkielmani merkityksellisempiä pääkohtia. Tulevaisuudessa tulen kuitenkin kiinnittämään erityistä huomiota kyselyaineistojen sisällön koostamiseen, erityisesti kysymysten rajaamisen ja yksinkertaistamisen kautta. Kokemus opetti, että empiiristä tutkimusta tehdessä aineiston keruun selkeä suunnittelu ja sisältöjen yksinkertaistaminen mahdollistaa kyselyn paremman ymmärrettävyyden ja käyttömukavuuden kyselyyn osallistuessa, sekä myös tämän selkeyden ja hallittavuuden analyysia toteuttaessa – toisinaan vähemmän on siis enemmän, erityisesti laadullista tutkimusta tehdessä.

Tutkielmani tuomat opit liittyivät merkittävästi myös tutkielman kokonaiskuuvan hahmottamiseen ja tämän rajaamiseen pääkäsitteiden avulla. Selkeät pääkäsitteet mahdollistivat tutkielmani pysymisen raameissa, ja nämä toimivat myös olennaisena

punaisena lankana tutkielman eteenpäin viemisessä. Käsitteistöä tarkastellessa oli tärkeää tulla myös tietoiseksi yksittäisten käsitteiden laajuudesta, joka vaati käsitteistön sisäisen rajaamisen opettelua. Tässä työvaiheessa olikin olennaista löytää käsittelemäni aihealueeni kannalta keskeisimmät teokset ja tutkimukset, jotka toimivat luotettavana peilipintana oman tutkielmani rakentumiselle. Valitsemani ja rajaamani käsitteistö oli tutkielmani kannalta lopulta aiheenmukaista, ja siten tutkielman tarpeita ja tavoitteita vastaavaa.

Työskentelyni kokonaiskuvaa katsottaessa tutkielman tekemisessä vahvuuteni olivat ennen kaikkea systemaattisessa työotteessa ja ongelmanratkaisutaidoissa. Runsaas työmäärä vaati kuitenkin aikaa ja tilaa aiheiden prosessoinnille, sekä omalle palautumiselle, joiden tarpeen määrää oli suunnitteluvaiheessa lähes mahdotonta ennakoita. Omaan työtapaan ja -tahtiin tutustui ainoastaan tekemisen kautta, ja laajan projektin työstäminen toi siten myös varsin tärkeää tietoutta omista henkilökohtaisista raameista. Hienoisten harmaiden hiusten saattelemana lopputuotoksesta tuli kuitenkin varsin yhdenmukainen ja innostava kokonaisuus, joka motivoi jatkamaan aiheen parissa myös tulevaisuudessa.

LÄHTEET

- Ahponen, Pirkkoliisa. 1991. *Kulttuuripolitiikka ja sen representaatiot: tutkimus ylevän maallistumisesta*. Joensuun yliopiston yhteiskuntatieteellisiä julkaisuja, n:o 13. Joensuu: Joensuun yliopisto.
- Alakulttuurikeskus Loukko. 2019. "Loukko tekee matalan kynnyksen museoretkiä". (blog). 27. helmikuuta 2019. <https://www.kulttuuriloukko.fi/loukon-museo-kerho-2019/>.
- Alasuutari, Pertti. 2011. *Laadullinen tutkimus 2.0*. 4. uud. p. Tampere: Vastapaino.
- Barab, Sasha, ja Kurt Squire. 2004. "Design-Based Research: Putting a Stake in the Ground". *Journal of the Learning Sciences*: 1–14. https://doi.org/10.1207/s15327809jls1301_1.
- Berleant, Arnold. 1970. *The Aesthetic Field: A Phenomenology of Aesthetic Experience*. American Lecture Series 774. Springfield, Ill.
- Bihagen, Erik, ja Tally Katz-Gerro. 2000. "Culture Consumption in Sweden: The Stability of Gender Differences". *Poetics* 27 (5): 327–49. [https://doi.org/10.1016/S0304-422X\(00\)00004-8](https://doi.org/10.1016/S0304-422X(00)00004-8).
- Bourdieu, Pierre. 1979. *La Distinction: Critique sociale du jugement*. Paris: Éditions de minuit.
- Breier, Dorothea. 2021. "Accessibility Means More than Ramps – A critical approach to the (in-)accessibility of museums, galleries and cultural institutions." *Museum Studies – Bridging Theory and Practice*, tammikuuta, 346–66.
- Bruner, Jerome, ja David A. Kalmar. 1998. "Narrative and metanarrative in the construction of Self". Teoksessa *Self-awareness: Its nature and development*, toimittanut Michel Ferrari ja Robert J. Sternberg, 808–331. Guilford Press.
- Cooper, Catherine. 1999. "Multiple Selves, Multiple Worlds: Cultural Perspectives on Individuality and Connectedness in Adolescent Development". Teoksessa *Minnesota Symposium on Child Psychology: Cultural Processes in Development*, toimittanut Ann S. Masten, 25–57. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Dewey, John. 2010. *Taide kokemuksena*. Kääntänyt Antti Immonen ja Jarkko S. Tuusvuori. Niin & näin -kirjat 46. Tampere: Niin & näin.
- Dimaggio, Paul. 2012. "Sociological Perspectives on the Face-to-Face Enactment of Class Distinctions". Teoksessa *Facing Social Class*, toimittanut Susan Fiske ja Hazel Rose Markus. New York, NY: Russell Sage Foundation.
- Edelson, Daniel C. 2002. "Design Research: What We Learn When We Engage in Design". *Journal of the Learning Sciences* 11 (1): 105–21. https://doi.org/10.1207/S15327809JLS1101_4.
- Eskola, Jari, ja Juha Suoranta. 1998. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Falk, John Howard. 2009. *Identity and the Museum Visitor Experience*. Walnut Creek, Calif: Left Coast Press.

- Fleming, David. 2002. "Positioning the Museum for Social Inclusion". Teoksessa *Museums, Society, Inequality*, toimittanut Richard Sandell, 213-. London & New York: Routledge.
- Gadamer, Hans-Georg. 2004. *Truth and Method*. 2., rev. Ed. London: Continuum.
- Hallamaa, Jaana, ja Katriina Aaltonen, toim. 2006. *Etiikkaa ihmistieteille*. Tietolipas 211. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Heikkilä, Riie. 2016. "Suomalainen kulttuuriosallistuminen ja eriarvoisuus: ei-osallistujien jäljillä". *Kulttuuripolitiikan tutkimuksen vuosikirja*, 6–19. <https://doi.org/10.17409/kpt.60095>.
- — —. 2022. *Understanding Cultural Non-Participation in an Egalitarian Context*. Palgrave Studies in Cultural Participation. Cham: Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-18865-7>.
- Heikkilä, Riie, ja Taru Lindblom. 2023. "Overlaps and Accumulations: The Anatomy of Cultural Non-Participation in Finland, 2007 to 2018". *Journal of Consumer Culture* 23 (1): 122–45. <https://doi.org/10.1177/146954052111062052>.
- Hirsjärvi, Sirkka, toim. 1992. *Tutkimus ja sen raportointi*. 4. uud. p. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Hoffmann, Dietrich. 1992. "Kritisches Argumentieren – oder kritische Erfassung der Wirklichkeit". Teoksessa *Pädagogisches Argumentieren*, toimittanut Harm Paschen ja Lothar Wigger. Weinheim: Deutscher Studien Verlag.
- Holm, Pasi, ja Juho Tyynilä. 2021. "Museoiden kävijätutkimus 2021". https://www.museoliitto.fi/doc/kavijatutkimus2021/valtakunnallinen_kavijatutkimus2021_tulokset.pdf.
- Holt, Douglas B. 1997. "Distinction in America? Recovering Bourdieu's Theory of Tastes from Its Critics". *Poetics, Changing Representation of Status through Taste Displays*, 25 (2): 93–120. [https://doi.org/10.1016/S0304-422X\(97\)00010-7](https://doi.org/10.1016/S0304-422X(97)00010-7).
- Hood, Molly. 1981. "Leisure Criteria of Family Participation and Non-Participation in Museums." Technical Report. Columbus, Ohio: Hood Associates.
- ICOM. 2001. "ICOM, museotyön eettiset säännöt". Kansainvälinen museoneuvosto ICOM (International Council of Museums). <https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/ICOMIN-MUSEOTY%C3%96N-EETTISET-S%C3%84%C3%84NN%C3%96T.pdf>.
- Jung, Yuha. 2010. *The ignorant museum: Transforming the elitist museum into an inclusive learning place*. Pennsylvania State University.
- Jyväskylän taidemuseo. 2022. "Vapaaehtoistoiminnan kehittämisprojekti -aineistoja." Jyväskylän taidemuseo.
- Jyväskylän yliopisto. 2023. "Empiirinen tutkimus". 2023. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/empiirinen-tutkimus>.
- Kahma, Nina. 2011. *Yhteiskuntaluokka ja maku*. Sosiaalitieteiden laitoksen julkaisuja, 2011:8. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Kaitavuori, Kaija. 2007. "Museo ja yleisö". Teoksessa *Museologia tänään*, toimittanut Pauliina Kinanen. Suomen museoliiton julkaisuja, 57. Helsinki: Suomen museoliitto.

- Kallio, Kalle. 2007. "Museon yhteiskunnalliset tavoitteet". Teoksessa *Museologia tänään*, toimittanut Pauliina Kinanen, 105–131. Suomen museoliiton julkaisuja 57. Helsinki: Suomen museoliitto.
- Kangas, Anita. 1988. *Keski-Suomen kulttuuritoimintakokeilu tutkimuksena ja politiikkana*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Kangas, Anita, Olli Jakonen, ja Sari-Minna Havimäki. 2014. "Osallistumista ja aktiivointia. KUULTO-toimintakokeilun matkassa." Teoksessa Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2014:11. Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriö.
- Karvonen, Minna, Ulla Teräs, Mirva Mattila, ja Eeva Kukko. 2007. "Museot vaikuttajina. Tarve- ja tavoitekartoitus". Museoiden arviointimalli. Helsinki: Museovirasto.
- Kirchberg, Volker. 1996. "Museum Visitors and Non-Visitors in Germany: A Representative Survey". *Poetics, Museum Research*, 24 (2): 239–58. [https://doi.org/10.1016/S0304-422X\(96\)00007-1](https://doi.org/10.1016/S0304-422X(96)00007-1).
- Kuitunen, Laura. 2020. "Museoviraston tasa-arvo- ja yhdenvertaisuussuunnitelma 2020–2022". Helsinki: Museovirasto. https://www.museovirasto.fi/uploads/Meista/MV_Tasa_arvo_ja_yhdenvertaisuus_suunnitelma_02092020.pdf.
- Kukko, Timo, Saara Airaksinen, Merja Herranen, Heikki Häyhä, Maire Mattinen, Susanna Petterson, ja Juhani Terhivuo. 2010. "KEKE - Museot ja kestävä kehitys". Suomen museoliitto. https://www.museoliitto.fi/doc/SML_KEKE_aukeamittain.pdf.
- Kuula, Arja. 2006. "Yksityisyyden suoja tutkimuksessa". Teoksessa *Etiikkaa ihmistieteille*, toimittanut Hallamaa Jaana, Launis Veikko, Lötjönen Salla ja Sorvali Irma, 124–140. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan julkaisuja. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.
- Laine, Timo. 2010. "Miten kokemusta voidaan tutkia? fenomenologinen näkökulma". Teoksessa *Ikkunoita tutkimusmetodeihin*; 2, 28–45. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Laki kuntien kulttuuritoiminnasta 166/2019. 2019. Finlex: Oikeusministeriö. <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2019/20190166>.
- Langinauer, Christine, Aura Linnapuomi, Marina Marti, Outi Salonlahti, ja Sari Salovaara. 2021. "Museoiden saavutettavuuden ja moninaisuuden tarkistuslista". Opetus- ja kulttuuriministeriö. http://kulttuuriakaikille.fi/doc/tarkistuslistat/Museoiden_saavutettavuuden_ja_moninaisuuden_tarkistuslista.pdf.
- Leinhardt, Gaea, Kevin Crowley, ja Karen Knutson. 2002. *Learning Conversations in Museums*. Mahwah, New Jersey: Earlbaum.
- Lähdesmäki, Tuuli. 2014. *Identity politics in the European Capital of Culture initiative*. Dissertations in Social Sciences and Business Studies no 84. Joensuu: University of Eastern Finland.
- Lähdesmäki, Tuuli, Kaisa Ahvenjärvi, Kaisa Hiltunen, Saara Jäntti, Nina Säaskilahti, Tuija Saresma, Antti Vallius, ym. 2014. *Mapping the Concept(s) of Belonging*. Conference Proceedings: The Asian Conference on Cultural Studies. The International Academic Forum. <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/64992>.
- McAdams, Dan P-. 1990. *The Person: An Introduction to the Science of Personality Psychology*. Orlando, Florida: Harcourt Brace Jovanovich.

- MORI. 2001. "Visitors to Museums & Galleries in the UK : Research Study / Conducted for Resource: The Council for Museums, Archives and Libraries by MORI." <https://wellcomecollection.org/works/t3xdpf8y>.
- Moussouri, Theano. 1997. "Family agendas and family learning in hands-on museums". Unpublished doctoral dissertation, Leicester, England: University of Leicester.
- Museolaki 314/2019. 2019. Finlex: Oikeusministeriö. <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2019/20190314>.
- Museot.fi. 2023. "Museokortti, pääsylippusi innostavimpiin elämyksiin". www.museot.fi. 2023. <https://museot.fi/museokortti>.
- Museovirasto. 2022. "Tilastokortti 1/2021: Suomen museot 2021".
- Opetus- ja kulttuuriministeriö. 2018. "Mahdollisuuksien museo - Opetus- ja kulttuuriministeriön museopoliittinen ohjelma 2030". Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2018:11. Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriö. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/160600/OKM_11_2018.pdf?sequence=4&isAllowed=y.
- Packer, Jan, ja Roy Ballantyne. 2002. "Motivational Factors and the Visitor Experience: A Comparison of Three Sites". *Curator: The Museum Journal* 45: 183–98. <https://doi.org/10.1111/j.2151-6952.2002.tb00055.x>.
- Parviala, Antti, ja Kasper Viita. 2023. "Hintojen nousu kurittaa nyt kovimmin nuoria aikuisia – tässä syy". Yle Uutiset. 2023. <https://yle.fi/a/74-20036494>.
- Perry, D. 1989. "The creation and verification of a developmental model for the design of a museum exhibit". Indiana University.
- Perustuslaki 731/1999 § 6. 1999. Finlex: Oikeusministeriö. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990731>.
- Price, C. Aaron, ja Lauren Applebaum. 2022. "Measuring a Sense of Belonging at Museums and Cultural Centers". *Curator: The Museum Journal* 65 (1): 135–60. <https://doi.org/10.1111/cura.12454>.
- Purhonen, Semi, Jukka Gronow, Riie Heikkilä, Nina Kahma, Keijo Rahkonen, ja Arho Toikka, toim. 2014. *Suomalainen maku: kulttuuripääoma, kulutus ja elämäntyylien sosiaalinen eriytyminen*. Helsinki: Gaudeamus.
- Puusa, Anu, Pauli Juuti, ja Iiris Aaltio, toim. 2020. *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät*. Helsinki: Gaudeamus.
- Relph, Edward. 2008. *Place and placelessness*. London: Pion Limited.
- Räsänen, Marjo. 2000. *Sillanrakentajat: kokemuksellinen taiteen ymmärtäminen*. Taideteollisen korkeakoulun julkaisu. A 28. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.
- Sisäasiainministeriö. 2010. "Yhdenvertaisuussuunnittelun opas". https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/80474/sm_102010.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Tuomi, Jouni, ja Anneli Sarajärvi. 2018. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Uudistettu laitos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 2012. "Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsittely Suomessa". Tutkimuseettinen neuvottelukunta. https://tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf.

- — —. 2023. "Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa". Tutkimuseettinen neuvottelukunta. https://tenk.fi/sites/default/files/2023-03/HTK-ohje_2023.pdf.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2023. "Työllisyyskatsaus Huhtikuu 2023". 2023. <https://www.temtyollisyyskatsaus.fi/graph/tkat/tkat.aspx>.
- Varto, Juha. 1992. *Laadullisen tutkimuksen metodologia*. Hygieia. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Vihreälehto, Ira. 2023. "Mikä on kulttuuri-identiteetti?" Opetushallitus. 2023. <https://www.oph.fi/fi/opettajat-ja-kasvattajat/mika-kulttuuri-identiteetti>.
- Virolainen, Jutta. 2015. "Kulttuuriosallistumisen muuttuvat merkitykset - Katsaus taiteeseen ja kulttuurin osallistumiseen, osallisuuteen ja osallistamattomuuteen". Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissäatiö Cuporen verkkojulkaisuja 26.
- Virtanen, Taru. 2007. *Across and beyond the Bounds of Taste: On Cultural Consumption Patterns in the European Union*. Turku School of Economics. Series A, 11:2007. Turku: Turku School of Economics.
- Waltl, Christian. 2006. "Museums for visitors: Audience development -A crucial role for successful museum management strategies". *INTERCOM Conference Paper*.
- Weil, Stephen E. 2002. *Making Museums Matter*. Washington, D.C: Smithsonian Institution Press.
- Westergård, Ira. 2009. "Taidemuseoiden toimintaympäristö 2000-luvulla". Teoksessa *Tulevaisuuden taidemuseo*, toimittanut Susanna Pettersson ja Valtion taidemuseo, 45–47. Helsinki: Valtion taidemuseo, KEHYS.
- Yhdenvertaisuuslaki 1325/2014 § 8. 2014. Finlex: Oikeusministeriö. <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2014/20141325>.
- Yuval-Davis, Nira. 2006. "Belonging and the politics of belonging". *Patterns of Prejudice* 40 (3): 197–214. <https://doi.org/10.1080/00313220600769331>.


LIITTEET

Liite 1. Saatekirje



KYSELYTUTKIMUS TAIDEMUSEOIDEN SAAVUTETTAVUUDESTA SEKÄ KUULUMISEN KOKEMUKSISTA

/ A survey on the accessibility of art museums and experiences of belonging

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Koetko olosi tervetulleeksi taidemuseoon? Millaisia ennakoasenteita Suomen taidemuseoihin nykypäivänä liittyy?

Tämän pro gradu -tutkielmaa varten luodun kyselyn avulla kartoitetaan 20–45-vuotiaiden Keski-Suomessa asuvien tai Keski-Suomessa vierailevien henkilöiden kokemuksia taidemuseoiden saavutettavuudesta sekä kuulumisen kokemuksista taidemuseoissa. Tutkielman tavoitteena on selvittää, kuinka taidemuseoiden saavutettavuuteen vaikuttamalla voimme edesauttaa taidemuseoyhteisöjen rakentumista ja kuulumisen kokemuksen vahvistumista, sekä kuinka voimme olla madaltamassa museokynnystä siten, että taidemuseoon olisi jokaisen helppoa tulla.

Kyselytutkimus etenee kolmen vaiheen kautta: Suomen taidemuseot, Jyväskylän taidemuseo sekä museokortti. Kyselyyn vastaaminen on vapaaehtoista ja anonymia; tutkimukseen osallistuvat henkilöt eivät ole tunnistettavissa tutkimuksen lopullisissa raportointivaiheissa. Kyselyn avuin kerättyä tietoutta käsitellään luottamuksellisesti tietosuojalainsäädännön ja tutkimuseettisten periaatteiden mukaisesti. Tutkimuksen tuloksia tullaan käyttämään pro gradu -tutkielman aineistona sekä arkistoituina taidemuseoiden yleisötyön kehittämistehtävissä.

Tutkimuksen vastausaika on 7.11.-18.12.2022. Kyselyyn vastaamiseksi on hyvä varata aikaa noin 15 minuuttia.

Kiitos osallistumisestasi!

Do you feel welcome in art museums in Finland? What kind of preconceived assumptions do you have about Finnish art museums today?

For my Master's thesis, with the help of this survey, I intend to explore peoples experiences regarding the accessibility of Finnish art museums. The thesis aims to find out how we can contribute to improving accessibility and enhancing the experience of belonging in art museums in Finland. This survey is targeted people aged 20–45 living in Central Finland or visiting Central Finland.

The survey is divided into three parts: Finnish art museums, the Jyväskylä Art Museum, and the museum card. Answering the survey is voluntary and anonymous; The collected information will be treated confidentially and the participants will not be identifiable in the final reports. The results of the survey will be used as material for my Master's thesis, and will be archived for the community work of Finnish art museums.

The survey is open from 7.11.2022 to 18.12.2022. Answering takes 10–15 minutes.

Thank you for participating!

Lisätietoa tutkimuksen tekijältä/
More information from the researcher:

Laura Suhonen
laura.h.suhonen@student.jyu.fi
Master's Degree Programme in Cultural Environment Research
Department of Music, Art and Culture Studies, University of Jyväskylä

Liite 2. Kyselytutkimuksen mainos (1/2)



Koetko olosi tervetulleeksi taidemuseoon? Millaisia ennakoasenteita taidemuseoihin nykypäivänä liitty?

OSALLISTU TUTKIMUKSEEN

Osallistu pro gradu -tutkielmaa varten luotun kyselyyn taidemuseoiden saavutettavuudesta sekä kuulumisen kokemuksista. Tutkielman tavoitteena on selvittää, kuinka taidemuseoiden saavutettavuuteen vaikuttamalla voimme edesauttaa taidemuseoyhteisöjen rakentumista sekä kuulumisen kokemuksen vahvistumista. Kyselytutkimus on suunnattu 20–45-vuotiaille Jyväskylässä asuville tai Jyväskylässä vieraileville henkilöille.

Tutkimukseen voit osallistua verkkosivun tai QR-koodin kautta 7.11.-18.12.2022 välisenä aikana. Vastaaminen on anonyymia.

<https://link.webropol.com/s/museotutkimus>

Lisätietoja tutkimuksen tekijältä:

Laura Suhonen
laura.h.suhonen@student.jyu.fi
Kulttuuriympäristön tutkimuksen maisterikoulutus
Jyväskylän yliopisto



Kuva © Jyväskylän taidemuseo

Kyselytutkimuksen mainos (2/2).



Do you feel welcome in art museums in Finland? What kind of preconceived assumptions do you have about Finnish art museums today?

PARTICIPANTS NEEDED

For my Master's thesis, with the help of this survey I intend to explore peoples experiences regarding the accessibility of Finnish art museums. The thesis aims to find out how we can contribute to improving the accessibility and enhancing the experience of belonging in art museums in Finland. This survey is targeted people aged 20–45 living in Central Finland or visiting Central Finland. Answering the survey is voluntary and anonymous.

The link and QR code to the survey below.
The survey is open from 7.11.2022 to 18.12.2022.

<https://link.webropol.com/s/museotutkimus>

More information from the researcher:

Laura Suhonen
laura.h.suhonen@student.jyu.fi
Master's Degree Programme in Cultural Environment Research
Department of Music, Art and Culture Studies, University of Jyväskylä



Picture © Jyväskylä Art Museum

Liite 3. Kyselytutkimusrunko

TAUSTATIEDOT/ GENERAL INFORMATION

1. Ikä / Age
2. Paikkakunta / Hometown
3. Sukupuoli / Gender
4. Koulutus / Education

OSIO 1. SUOMEN TAIDEMUSEOT / PART 1. FINNISH ART MUSEUMS

5. Kuinka usein vieraillet Suomen taidemuseoissa? /
How often do you visit art museums in Finland? *
6. Mitkä asiat Suomen taidemuseoissa kiinnostavat sinua eniten? /
What interests you most about of Finnish art museums? *
7. Koetko Suomen taidemuseot helposti lähestyttävänä? /
Do you find Finnish art museums are easy to access? *
8. Koetko olevasi tervetullut Suomen taidemuseoihin? /
Do you feel welcome in art museums in Finland? *
9. Millaisia mahdollisia ennakkoluuloja/ -asenteita koet Suomen taidemuseoihin
nykypäivänä liittyvän? / What kinds of assumptions do you think there currently are toward art mu-
seums in Finland? *
10. Millaiselle kohderyhmälle koet Suomen taidemuseopalveluiden enimmäkseen
olevan? Miksi juuri tälle kohderyhmälle? / Who do you think are the primary Finnish art museum
target groups? What gives you this impression, about this target group? *
11. Millaisin keinoin taidemuseot voisivat mielestäsi edistää ihmisten
tervetulleeksi tulemisen ja kuulumisen kokemuksia?
/ What could art museums do to promote visitors' experience of welcome and belonging in art mu-
seums in Finland? *
12. Järjestetäänkö Suomen taidemuseoissa tällä hetkellä riittävästi yhteisöllistä
toimintaa? / Are there currently enough community activities in Finnish art museums? *

OSIO 2. JYVÄSKYLÄN TAIDEMUSEO / PART 2. THE JYVÄSKYLÄ ART MUSEUM

13. Kuinka usein vieraillet Jyväskylän taidemuseossa?
/ How often do you visit in Jyväskylä Art Museum? *
14. Mitkä asiat Jyväskylän taidemuseossa kiinnostavat sinua eniten?
/ What interests you most about Jyväskylä Art Museum? *
15. Koetko Jyväskylän taidemuseon helposti lähestyttävänä?
/ Do you find Jyväskylä Art Museum is easy to access? *

16. Koetko olevasi tervetullut Jyväskylän taidemuseoon?
/ Do you feel welcome in Jyväskylä Art Museum? *

17. Millaisia mahdollisia ennakkoluuloja/ -asenteita koet Jyväskylän taidemuseoon nykypäivänä liittyvän? / What kinds of assumptions do you think there currently are toward Jyväskylä Art Museum? *

18. Millaiselle kohderyhmälle koet Jyväskylän taidemuseon enimmäkseen olevan? Miksi juuri tälle kohderyhmälle? / Who do you think are the primary Jyväskylä Art Museum target groups? What gives you this impression, about this target group? *

19. Millaisin keinoin Jyväskylän taidemuseo voisi mielestäsi edistää ihmisten tervetulleeksi tulemisen ja kuulumisen kokemuksia? / What could Jyväskylä Art Museum do to promote visitors' experience of welcome and belonging in art museum in Jyväskylä? *

20. Järjestetäänkö Jyväskylän taidemuseossa tällä hetkellä riittävästi yhteisöllistä toimintaa? / Are there currently enough community activities in Jyväskylä Art Museum? *

OSIO 3. MUSEOKORTTI / PART 3. MUSEUM CARD

21. Omistatko museokortin? / Do you own a museum card? *

22. Koetko, että museokortin omistaminen madaltaa/ madaltaisi kynnystäsi vierailu eri paikkakuntien taidemuseoissa? / Do you feel that owning a museum card lowers or would lower your threshold to visit art museums in different localities around Finland more frequently? *

23. Koetko, että museokortti lisää/ lisäisi kokemustasi taidemuseoihin kuulumisesta? / Do you feel the museum card adds or would add to your experience of belonging in art museums? *

24. Millä tavoin museokorttia voisi mielestäsi parantaa, jotta tämä edistäisi kokemustasi taidemuseoihin kuulumisesta? / In which ways could the museum card be improved to enhance your experience of belonging to art museums? *