



## SUOMALAISTEN NÄKEMYKSET KULTTUURISTA 2013

### SISÄLLYSLUETTELO

<b>1. JOHDANTO</b>	<b>1</b>
1.1. Tutkimuksen tarkoitus	1
1.2. Tutkimusaineisto ja raportointi	2
<b>2. KULTTUURIN KULUTTAMINEN</b>	<b>2</b>
2.1. Kansalaisten jakautuminen kuluttajatyyppeihin	2
2.2. Kulttuurin kuluttaminen	5
<b>3. TAITEEN JA KULTTUURIN TEHTÄVÄT</b>	<b>12</b>
3.1. Taiteen tehtävät	12
3.2. Teatteritarjontaan kohdentuvat toiveet	18
3.3. Taiteen ja kulttuuritarjonnan rahoitus	24
<b>4. KULTTUURIN SAAVUTETTAVUUS JA KULUTTAMISEN ESTEET</b>	<b>31</b>
4.1. Asuinpaikkakunnan kulttuuritarjontaan kohdentuvat toiveet	31
4.2. Kulttuurin kuluttamisen esteet	36
<b>5. KULTTUURITIEDON SAANTI</b>	<b>41</b>
5.1. Eri kanavien ja tietolähteiden merkitys kulttuuritiedon jakajina	41
5.2. Kulttuurijournalismin merkitys itselle	45
<b>LIITEKUVIOT</b>	<b>51</b>

## 1. JOHDANTO

### 1.1. Tutkimuksen tarkoitus

Tässä raportissa esitetään keskeiset tulokset tutkimuksesta, jolla on selvitetty suomalaisten suhtautumista kulttuuriin. Kulttuurilla tarkoitetaan tässä yhteydessä taiteita. Kysymyksenasettelu on suhteellisen laaja ja kattaa useita teemakokonaisuuksia. Arvioita ja näkemyksiä kulttuurista hahmotetaan kulttuurin kuluttamisen, taiteen tehtävien, saavutettavuuden ja kuluttamisen esteiden näkökulmasta. Arvioitavina olivat myös tiedon saanti kulttuurista ja kulttuurijournalismin merkitys itselle. Vaikka kehikkona on kulttuuri ja taide, tarkastelu ulottuu välillisesti myös yleisempään yhteiskunnalliseen asenneilmastoon. Näin etenkin, tarkasteltaessa taiteen yhteiskunnallisia tehtäviä ja kulttuurin rahoitusta koskevia näkemyksiä.

Sisällöllisesti moniaineksinen tutkimusaineisto raportoidaan neljään päälukuun jäsennettynä. Ensin tarkastellaan kulttuurin kuluttamista, toiseksi taiteen ja kulttuurin tehtäviä sekä näkemyksiä rahoituksesta. Kolmantena ovat kulttuurikohteiden saavutettavuus ja kuluttamisen esteet. Viimeisenä kokonaisuutena tarkastellaan tiedon saantia kulttuurista. Edellä mainittu jaotus on luonnollisesti paljolti esitystekninen, koska rajanveto aihealueiden välillä on pitkälle sopimuksenvaraista.

Kulttuurin kuluttamisesta on tarjolla tietoa ja tutkimuksia etenkin kulttuurisosiologian alalla. Sen sijaan kulttuurin tarjonnan ja kuluttamisen yhteiskunnalliseen merkitykseen nähden sitä koskevaa yleistä kansalaismielipidettä on tutkittu aika vähän, yleensä osana muita yhteiskunnallisia asenne- ja mielipidetutkimuksia. Tuorein teemaa kartoittava kansainvälinen julkaisu on vuonna 2007 Euroopan komission toimeksiannosta toteutettu tutkimus ”European Cultural Values” (Special Eurobarometer 278). Tätä erityisraporttia edelsi vuonna 2002 toteutettu suppeampi aihetta sivunnut tutkimus ”Europeans’ participation in cultural activities” (Standard Eurobarometer 56.0).

Käsillä oleva raportti on tutkimuksen perusraportti, jossa verbalisoidaan ja visualisoidaan tutkimuksen päätuloksia. Graafisten kuvioden osuus raportissa on suuri. Aineiston laajuudesta ja jo lähtökohtaisesta moniulotteisuudesta johtuen kaikkia tuloksia ei ole mahdollista eikä järkevää kirjoittaa systemaattisesti auki.

Vuonna 2007 toteutetun ”European Cultural Values” tutkimuksen (Special Eurobarometer 278) mukaan valtaosa suomalaisista, poikkeuksena monien muiden maiden kansalaisiin, näkee kulttuurin pitävän sisällään lähinnä taiteen (esittävä taide ja kuvataide) ja kirjallisuuden. Tutkimuksen tarkoitus ei ole ollut operoida kaikilla kulttuurin kentillä, vaan rajata kysymyksenasettelut koskemaan kulttuuria siten, kuin väestö sen maassamme mieltää. Tutkimuksen tulosten tarkasteluissa ei tämän enempää määritellä, mitä kulttuuri on tai mikä on tai ei ole, vaan pitäytytään aineiston tuottamassa tiedossa.

## 1.2. Tutkimusaineiston ja raportointi

Tutkimusaineisto on koottu Gallup Kanavalla (internetpaneelissa) syys-lokakuussa 2013. Haastatteluja tehtiin yhteensä 8.059. Vastaajat edustavat maamme 15 - 74 vuotta täyttäneitä väestöä Ahvenanmaata lukuunottamatta. Tutkimuksen otos muodostettiin maakunnittain ositettuna iän ja sukupuolen mukaan.

Tilastollisten päätelmien luotettavuuden parantamiseksi haastattelu- ja kyselyaineistot yleensä painotetaan siten, ettei otanta-asetelman satunnaisuudesta poikkeaminen vaikuta tuloksiin ja että eri ryhmien vastaamisalttiuden vaikutus tuloksiin pienenee. Kaikkiin kyselytutkimuksiin aineistonkeruutavasta riippumatta sisältyy jonkinasteisia rakenteellisia vinoutumia. Tässä tutkimuksessa aineistoa on painotettu sukupuolen, iän ja asuinalueen mukaan vastaamaan paremmin perusjoukkoa.

Tulosten luottamusväli on koko aineiston tasolla suurimmillaan noin yksi prosenttiyksikkö kumpaankin suuntaan. Osaryhmittäisissä tuloksissa luottamusväli on suurempi, tarkasteltavan ryhmän koosta riippuen.

Raportin tehtävänä on lähinnä jäsentää aineistoa ja johdattaa lukijaa omien havaintojen ja tulkintojen tekoon. Erillisissä tilastoraporteissa esitetään kaikki tutkimustulokset yksityiskohtaisessa taulukkomuodossa.

Tutkimuksen on Suomen Kulttuurirahaston toimeksiannosta toteuttanut TNS Gallup Oy.

## 2. KULTTUURIN KULUTTAMINEN

Suomalaisten suhdetta kulttuuriin lähdettiin kyselyssä luotaamaan kartoittamalla heidän taipumusta käydä erilaisissa kulttuuri- ja taidekohteissa. Vastaajilta tiedusteltiin käyntejä kymmenessä erilaisessa kulttuuri- ja taidekohteessa. Kysymyksenasettelut mittaavat osallistumisen lisäksi myös kiinnostusta kulttuuriasioita kohtaan.

### 2.1. Kansalaisten jakautuminen kuluttajatyyppeihin

#### **Yksi kahdesta kymmenestä suomalaisesta on kulttuurin suurkuluttaja**

Tutkimuksessa vastaajat jaettiin kulttuuritapahtumissa käyntien useuden perusteella kuluttajatyyppeihin. Ajatuksena oli saada aikaan luokitus, jossa väestö jaetaan kulttuuri- ja taidetapahtumiin osallistumisen perusteella runsaasti kuluttaviin ja vähemmän kuluttaviin.

Luokittelu on aina sopimuksenvaraista. Tavoitteena oli se, että luokittelu kuvastaa suhteellisen realistisesti kulttuurin kohteiden kuluttamista. Tämän toteuttamiseksi kukin vastaaja sai käynneistään eri kohteissa pisteitä 0-3 välillä sen perusteella, milloin oli käynyt kohteessa viimeksi.

Koska kohteita oli yhdeksän, maksimipistemäärä oli 27, jos oli käynyt kaikissa kohteissa viimeksi kuluneen puolen vuoden aikana. Tällaisia henkilöitä aineistossa ei ollut yhtäkään. Vastaavasti minimipistemäärä oli 0, jos ei ollut koskaan yhtään käyntiä missään tapahtumassa. Viimeksi mainittuja oli aineistossa alle yksi prosentti.

”Aktiivisiksi suurkuluttajiksi” luokiteltiin 21-27 pistettä saaneet. Tähän ns. ”heavy users” ryhmään kuuluvat henkilöt ovat viimeksi kuluneen puolen vuoden aikana käyneet keskimäärin yli seitsemässä kulttuurikohteessa yhdeksästä kysytystä.

Ryhmään kaksi kuuluivat vastaajat pisteillä 14-20. Tähän ryhmään kuuluvat nimettiin ”aktiivisiksi valikoiviksi kuluttajiksi”. Pistemäärä 7-13 oikeutti ryhmään ”passiiviset yksipuoliset kuluttajat”. Jäännösryhmän muodostavat ”passiiviset kuluttajat” pisteillä 0-6.

Käytettyjen kriteerien nojalla suomalaisista kuusi prosenttia on luokiteltavissa aktiivisiksi kulttuurin suurkuluttajiksi. Vajaa kolmannes (30 %) on aktiivisia, mutta valikoivia kuluttajia. Passiivisia yksipuolisia on väestöstä lähes joka toinen (44 %). Kulttuurikohteet lähestulkoon kaihtavia löytyy väestöstä viidennes (19 %).

Lukumäärinä ilmaistuna kohderyhmään kuuluvista olisi aktiivisia suurkuluttajia reilu 240.000 ihmistä ja passiivisia lähes 800.000. Aktiivisia valikoivia olisi tämän tutkimuksen mukaan vähän yli 1,2 miljoonaa ja passiivisia yksipuolisia noin 1,8 miljoonaa.

### **Huono-osaisuus selittää kulttuurista passiivisuutta**

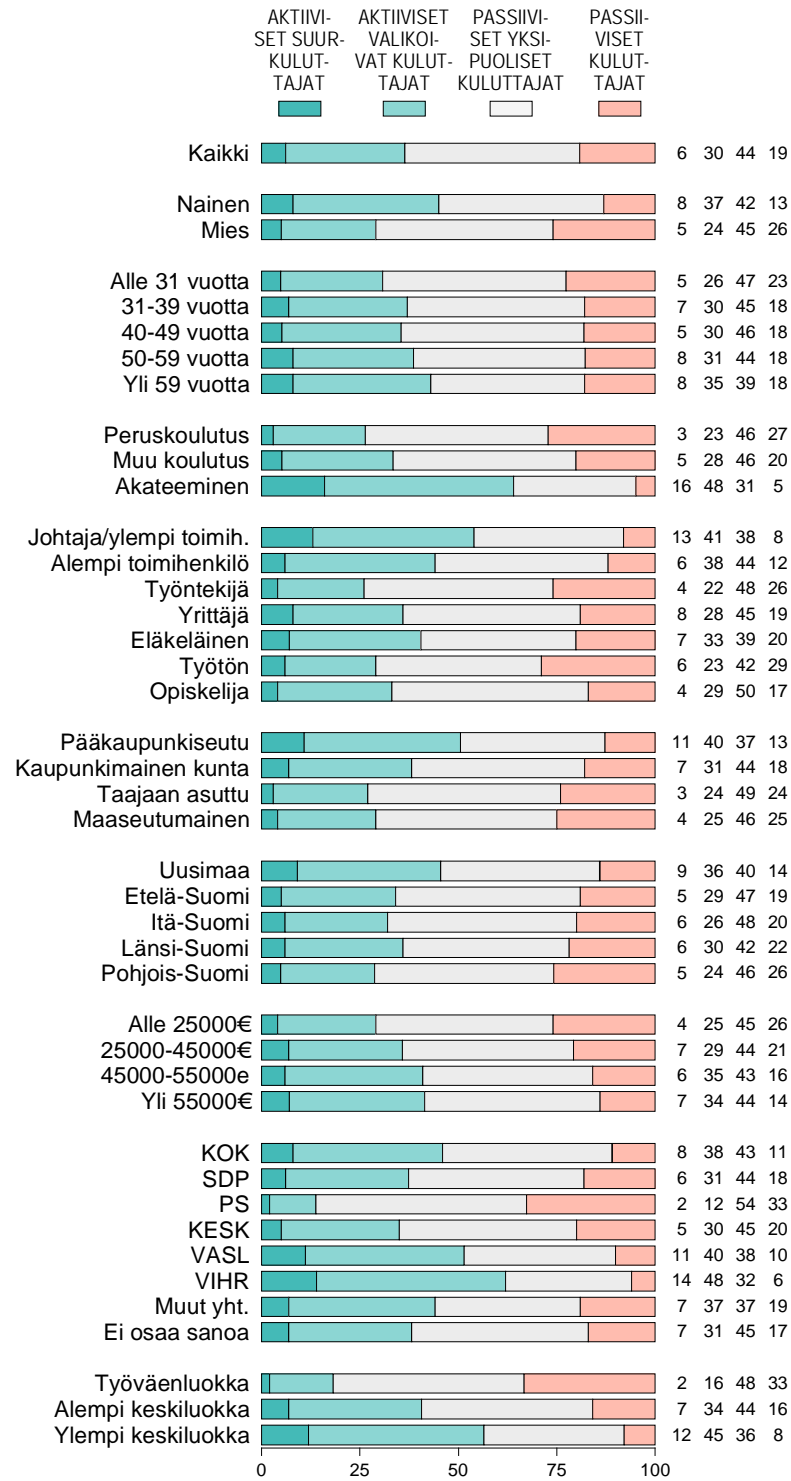
Aktiivisiin suurkuluttajiin kuuluvia löytyy kaikista väestöryhmistä. Kuitenkin keskimäärää enemmän tähän aktiivisten suurkuluttajien ryhmään kuuluvia löytyy naisten, ikääntyneempien, akateemisen tutkinnon suorittaneiden, ylempien toimihenkilöiden ja pääkaupunkiseudulla asuvien keskuudesta. Ryhmään kuulumista leimaa yhteiskunnallinen hyväosaisuus.

Vaikka aktiivisia suurkuluttajia leimaa korkea status, ryhmän aktiivisuus ei suuntaudu vain korkeakulttuuriin vaan yhtä hyvin myös populaarikulttuuriin, mikä tekee ryhmästä kulttuurisesti kaikkiruokaisen.

Kulttuurisesti aktiiviset, mutta valikoivat, ovat rakenteellisesti samantyyppisiä kuin aktiiviset suurkuluttajat eli keskimäärää useammin naisia, ikääntyneempiä, hyvin koulutettuja, ylempiä ja alempia toimihenkilöitä. Erottava tekijä on se, että kohteissa on vähemmän ”kirjoa”.

## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio t1. KULTTUURIN KULUTTAJATYYPIT (taustamuuttujana käytettävä yhdistetty indikaattori, %).



Kulttuurin kuluttajina enemmän tai vähemmän passiivisia ja yksipuolisia ovat keskimäärää useammin miehet, työntekijät ja opiskelijat. Ryhmään kuulumista leimaa myös muualla kuin kaupunkimaisessa ympäristössä asuminen ja työväenluokkaan samaistuminen. Alueellisesti tähän ryhmään kuuluvia on keskimäärää enemmän Itä-Suomessa.

Yksiselitteisesti passiivisten kuluttajien tunnuspiirteet ovat osaksi samantyyppisiä kuin em. passiivisten yksipuolisten. Lisämääreenä voidaan nyt mainita alhainen koulutustaso ja työttömyys, maaseutumainen elinympäristö ja Pohjois-Suomessa asuminen. Ryhmään kuulumisen kieliä tietyllä tavalla yhteiskunnallisesta huono-osaisuudesta. Tähän ryhmään kuuluvilla on hyvin harvoin mitään kulttuuriharrastuksia. Selvä enemmistö on käynyt elokuvissa yli kaksi vuotta sitten, lähes kymmenesosa ei koskaan. Osa ryhmään kuuluvista, neljä prosenttia, ei ole koskaan käynyt missään kysytyistä kulttuurikohteista.

## 2.2. Kulttuurin kuluttaminen

### Taidenäyttelyt ja populaarimusiikin tapahtumat kiinnostavat joka toista

Kulttuuri- ja taidekohteet asettuvat jokseenkin tasaisesti laskevaan suosiojärjestykseen. Selvä enemmistö suomalaisista on käynyt kahden vuoden aikana elokuvissa, museossa ja teatterissa. Taidenäyttelyissä käyminen jakaa kansan kahtia, samaan tapaan kuin populaarimusiikin tapahtumat. Puolet väestöstä on käynyt näissä tapahtumissa kahden vuoden aikana, toinen puoli ei. Sen sijaan klassisen musiikin konsertit, tanssiesitykset oopperat ja kansanmusiikin tapahtumat ovat olleet vähemmistön huvia.

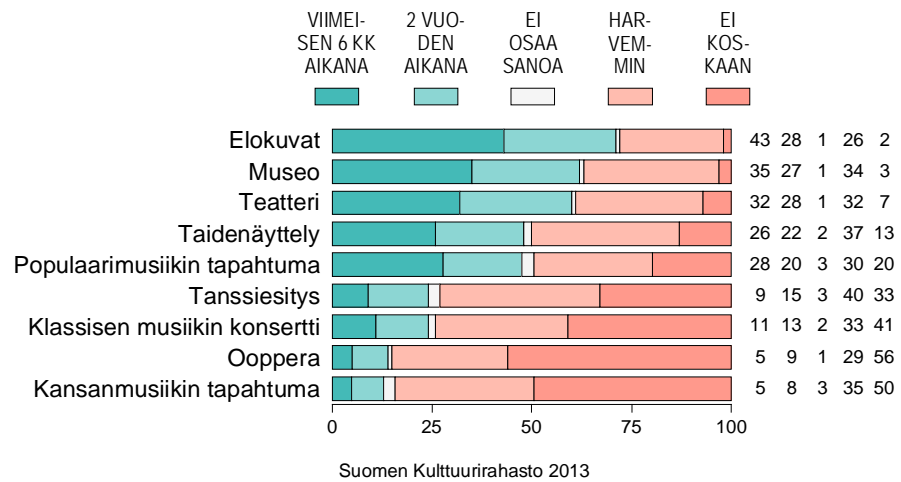
Tuloksia tulkittaessa tulee huomioida se, että erilaisissa kulttuuri- ja taidekohteissa käymiseen ja niihin osallistumiseen vaikuttavat kiinnostuksen lisäksi myös tarjonta ja hinta. Mahdollisuuksia käydä elokuvissa, museoissa ja teattereissa on runsaammin tarjolla kuin oopperassa tai vaikkapa populaarimusiikin konserteissa. Lisäksi myös osallistumisen kustannuksissa on huomattavia eroja kohteiden välillä.

Tuloksia voi tarkastella myös siten, että tarkastelun polttopiste suunnataan niiden osuuteen, jotka ovat käyneet eri kulttuuri- ja taidekohteissa viimeisen kuuden kuukauden aikana. Tällä tavalla luodattuna yksikään kohteista ei saavuta enemmistöä väestöstä. Viimeisen puolen vuoden aikana elokuvissa käyneitä on kaksi viidestä. Teatterissa käyneitä on vajaa kolmannes. Klassisen musiikin konserteissa on viimeksi kuluneen puolen vuoden aikana noin kymmenesosa. Oopperassa ja kansanmusiikkitapahtumissa kävijöitä löytyy yksi kahdestakymmenestä.

Tutkimuksen tulokset ovat samansuuntaisia kuin Tilastokeskuksen ajankäyttötutkimuksessa vuodelta 2009. Tulosten suora vertailu ei ole kuitenkaan mahdollista erilaisen kohderyhmän, aineistonkeruutavan ja kysymyksenasettelun takia.

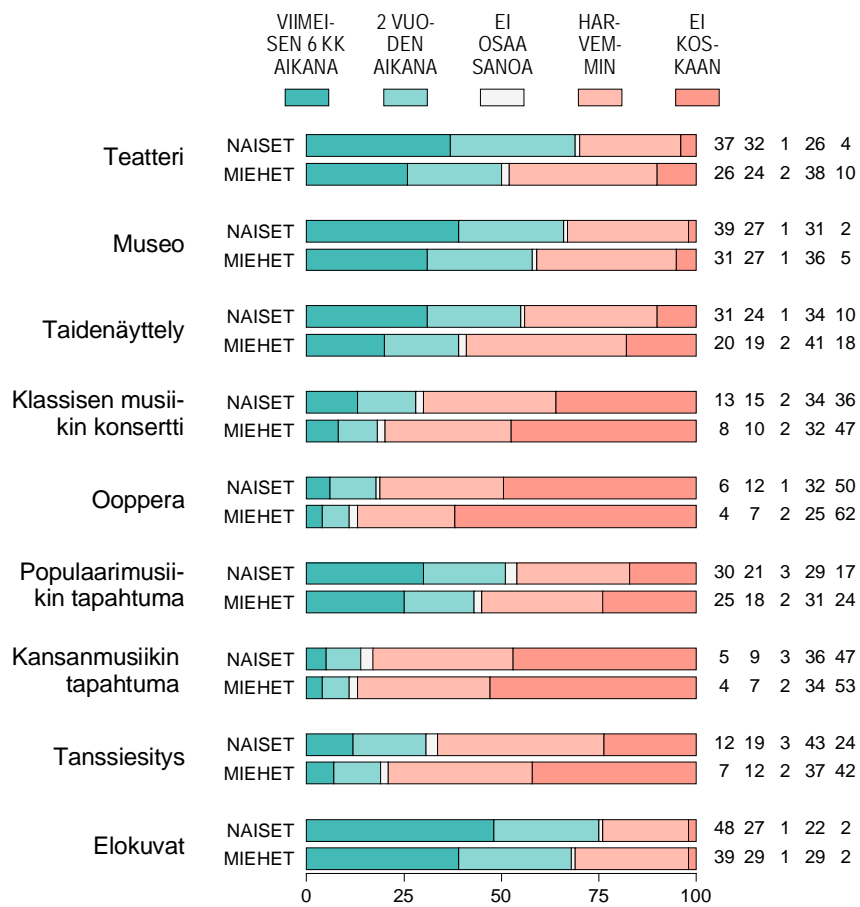
## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 1. MISSÄ KAIKISSA KULTTUURI- JA TAIDEKOhteissa ON KÄY-  
NYT (useus ajanjaksoittain, %).



## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 1s. MISSÄ KULTTUURI- JA TAIDEKOhteissa ON KÄYNYT: NAISET vs. MIEHET (%).



Suomen Kulttuurirahasto 2013



Jos tuloksia tarkastellaan lukumäärinä, niin viimeksi kuluneen puolen vuoden aikana kohderyhmään kuuluvista olisi käynyt elokuvissa reilu 1,7 miljoonaa, teatterissa käyneitä olisi noin 1,3 miljoonaa, klassisen musiikin konserteissa vajaan 450.000 ja oopperassa noin 190.000. Luvut ovat suuntaa-antavia, koska jossakin kulttuuritilaisuudessa käyminen kuuden kuukauden sisällä nojautuu muistamiseen, ei tarkkaan päiväkirjatietoon ajankohdasta.

### **Kolme erilaista kulttuuriyleisöä**

Kulttuurikohteissa käymisen keskinäisiä riippuvuuksia tarkastelemalla voidaan havainnoida, millä tavoin kulttuurin kuluttamisen kohteet ovat toisiinsa sidoksissa. Faktoriansalyysi on muuttujien keskinäisiin korrelaatioihin pohjautuva tilastollinen analyysimenetelmä, jonka ideana on kuvata ja selittää laajempaa muuttujajoukkoa harvalukuisempien perustekijöiden avulla.

Käytännössä kyse on siitä, että päästään selvyyteen kulttuuriyleisöjen yleisemmistä mieltymyksistä esim. siitä, tapaavatko teatterissa kävijät käydä oopperassa vai ovatko he taipuvaisempia osallistumaan toisenlaisiin kulttuuritilaisuuksiin.

Faktoroimalla yhdeksässä kulttuurikohteessa käyminen, on löydettävissä kolme toisistaan poikkeavaa ulottuvuutta. Ulottuvuudet ovat seuraavat.

- Korkeakulttuuritilaisuuksien yleisö (taidenäyttely, klassisen musiikin konsertti, museo, ooppera, teatteri)
- Kansanmusiikin ja tanssiesitysten yleisö (kansanmusiikin tapahtuma, tanssiesitys)
- Elokuvien ja populaarimusiikin yleisö (elokuvat, populaarimusiikin tapahtuma)

Ensimmäisellä ulottuvuudella latautuvat voimakkaasti taidenäyttelyissä, klassisen musiikin konserteissa, museoissa, oopperassa ja teatterissa käyminen. Rakenne kielii siitä, että tietyssä ns. korkeakulttuuritilaisuudessa vieraileminen antaa aiheen odottaa, että on vieraillut myös jossakin toisessa.

Toinen ulottuvuus muodostaa kokonaisuuden, johon kuuluvat kansanmusiikin tapahtumat ja tanssiesitykset. Tanssiesityksissä käyvillä on taipumusta vierailla myös kansanmusiikkitapahtumissa. Kansanmusiikkitilaisuudet voivat myös pitää sisällään tanssiesityksiä, jolloin on käyty molemmissa.

Kolmas kokonaisuus rakentuu elokuvissa ja populaarimusiikin konserteissa käymisestä. Ulottuvuutta voisi kutsua elokuva- ja konserttiyleisöksi, joka käy korostetun usein elokuvissa ja populaarimusiikkitapahtumissa, mutta ei mitenkään poikkeuksellisen usein korkeakulttuuritilaisuuksissa, puhuttamattakaan kansanmusiikin tapahtumista tai tanssiesityksistä.

### **Koulutustausta heijastuu korkeakulttuurin kuluttamisessa**

Kulttuurikohteista käymistä lähemmin eriteltäessä havaitaan osin huomattaviakin väestön sisäisiä eroja. Kiinnostus, tällä tavalla mitattuna, on selkeästi sukupuolisidonnaista. Näkyvimvät erot koskevat teatteria, taidenäyttelyitä, klassista musiikkia, oopperaa ja tanssiesityksiä. Naiset ovat korkeakulttuurisissa riennoissa miehiä tuntuvasti aktiivisempia. Toisaalta naisten ja miesten ero säilyy myös silloin, kun tarkastellaan populaarimusiikin tapahtumia tai vaikka elokuvia.

län mukaisista riippuvuuksista voi todeta sen, että ns. korkeakulttuurin (taidenäyttelyt, teatterit, klassisen musiikin konsertit jne.) tarjontaa ovat ikääntyneemmät ryhmät käyttäneet aktiivisemmin kuin nuorimmat. Sen sijaan elokuvien osalta kiinnostus kasvaa johdonmukaisesti nuoruuden suuntaan. Populaarimusiikin tapahtumissa käyvät eri ikäluokat aika samalla tavoin, pois lukien kaikkein ikääntynein joukko. Aktiivisimpia populaarimusiikin tapahtumissa kävijöitä ovat 31-39-vuotiaat, eivät tätä nuoremmat.

Koulutustason yhteys kulttuurin kuluttamiseen on selkeä etenkin korkeakulttuurissa. Ylemmän akateemisen tutkinnon suorittaneet erottuvat muista etenkin taidenäyttelyissä, klassisen musiikin tapahtumissa, oopperassa ja teatterissa käynneissä. Sen sijaan populaari- tai kansanmusiikin tapahtumiin osallistumisessa, tanssiesityksien ja elokuvien seuraamisessa ei ole yhtä voimakkaita koulutuksellisia eroja.

Osaksi tulokset kielivät myös alueellisen tarjonnan runsaudesta. Pääkaupunkiseudulla asuvat ovat muuta väestöä aktiivisempia lähes kaikentyyppisissä kulttuuri- ja taidekohteissa kävijöitä. Poikkeuksen tästä säännöstä muodostavat kansanmusiikin tapahtumat.

Puoluekannalla on myös yhteyttä kulttuuritilaisuuksissa vierailmiseen. Keskimäärää useammin lähes kaikenlaisissa kulttuuritilaisuuksissa käyvät Vasemmistoliiton ja vihreiden kannattajat. Myös Kokoomuksen tukijat tulevat kuvaan, kun kyse teattereista, klassisen musiikin konserteista, oopperasta ja elokuvista. SDP:n ja Keskustan kannattajat ovat lähellä väestön keskiarvoa. Perussuomalaisien kannattajille on ominaista se, että erilaisissa kulttuuritapahtumissa ja -tilaisuuksissa käydään hyvin harvoin.

### **Koskettavin taidekokemus liittyy useimmiten oopperaan**

Koskettavat kulttuuri- ja taidekokemukset lisäävät kulttuurin kuluttamista. Tutkimuksessa vastaajille annettiin mahdollisuus omin sanoin kertoa koskevin taidekokemus. Jonkinlaisen sisällöllisen vastauksen antoi kaksi vastaajaa kolmesta. Saadut vastaukset ovat, kuten olettaa saattaakin, heterogeenisiä.

Jotkut mainitsivat yksittäisen taiteilijan, toiset taideteoksen tai esityksen, joku taideinstituution, osa jonkun oman tekemänsä taideteoksen. Kaikista jonkin vastauksen antaneista joka kymmenes mainitsi tavalla tai toisella jotakin oopperaan liittyvää. Useimmiten oopperan yhteydessä nostettiin esille Savonlinnan oopperajuhlat. Balettiin vaikuttavimpana taidekokemuksena viittasi myös varsin usea vastaajista, yleensä esimerkkinä mainittiin Joutsenlampi. Seuraavassa on muutamia esimerkkejä saaduista vastauksista.

- *”Ensimmäinen kerta oopperassa. Olin jo aikuinen ja jännitin silti: Entä jos en pidäkään? Vaan kyöneleet silmissähän siellä olin useamman kerran. Vaikuttavaa oli tietoisuus, että ihminen voi saada äänestään esiin sellaisia sointuja”*
- *”Oopperan Madame Butterfly. Itkin joka kerta, myös TV -versiossa”*
- *”Savonlinnan oopperajuhlilla oli Bolognan oopperan vierailu muutama vuosi sitten. Kävin katsomassa Verdin Nabuccon. Koko esitys, mutta erityisesti kuoron laulama Hephrealisten orjien laulu oli ikimuistaisen koskettava - en ole koskaan muulloin kokenut sellaista, vaikka olen saman laulun kuullut monta muuta kerta”*
- *”Pienelle paikkakunnalle oli eksynyt käsittämättömän taitava balettiryhmä ja se Joutsenlampi oli paras ja vaikuttavin koskaan näkemäni ja kokemani. Samaa tunnetta olen hakenut kaikista Joutsenlampi esityksistä sen jälkeen sitä saamatta.”*

Merkillepantavaa avoimissa vastauksissa oli se, että joka kahdellekymmenelle koskettavin oli ensimmäinen tai viimeksi koettu taidekokemus. Se saattoi olla ooppera- tai teatteriesitys tai taidenäyttely tms. Ensimmäiseksi koettu taidekohde näyttää olleen useammalle koskevampi kuin viimeksi tapahtunut vierailu.

Varsin usein koskettavin taidekokemus on tapahtunut jossakin nimeltä mainitussa kohteessa. Tällaisia olivat yleisimmin Ateneum, Eremitaasi, Louvre, Retretti. Yksittäisistä taiteilijoista useimmiten mainittiin Väinö Linna tai hänen teoksensa. Väinö Linnan ohella useissa kommentteissa viitattiin Jean Sibeliukseen tai hänen teoksiinsa.

Väinö Linnan lisäksi kirjailijoista esille nostettiin Mika Waltari ja Sofi Oksanen. Kokonaisuudessaan kuvataiteilijat saivat enemmän mainintoja kuin kirjailijat.

- *”Väinö Linnan Tuntemattoman sotilaan ja Täällä Pohjantähden alla -trilogian lukeminen nuoruudessani”*
- *Kyllä taitaa olla kirjallisuus eli esim. klassikot Waltari, Linna yms. merkkiteosten lukeminen tai äänikirjana kuuntelu. Myös hyvä musikaali teatteriproduktiona on ollut vakuuttava.*

- *Sibelius-monumentti ja Sibeliuksen Finlandia. Kuvataiteen puolelta Porissa Juseliuksen mausoleumi, Akseli Gallen-Gallelan maalaukset ja Hjalmar Munsterjhelmin taidenäyttely Retretissä. Myös Olavi Lanun teokset: patsaat yms.*
- *Vaikea kysymys, useita. Mainitsen viimeksi Ateneumissa olleen Helene Schjerfbeckin näyttelyn, jossa oli esillä toisen taulun takaa löytynyt äiti ja lapsi. Se oli lumoava. Se oli arvoituksellinen. Lisäksi pidän erityisesti Helene Schjerfbeckin omakuvista. Pariisin Louvressa Mona Lisa, josta tuttavani sanoivat että se oli pettymys. Minulle ei ollut. Se oli magneettinen”*
- *Louvren taidemuseo kokonaisuudessaan ja etenkin Mona Lisa, se pienikokoinen, ihmeellinen maalaus. Impressionistisen taiteen museo Pariisissa, joka on maalauksellista kauneutta. Alvar Aallon arkkitehtuuri, esim Jyväskylän Yliopiston päärakennus ja Seinäjoen kaupungin Aalto-keskus. Pekka Halosen Halosenniemi, Petäjäveden kirkko, Sibeliuksen Kullervo-sinfonia ja Finlandia jne.*

Yksittäisistä oopperoista useampia mainintoja saivat Aida, Carmen, Lentävä hollantilainen, Tosca, Viimeiset kiusaukset ja musikaaleista West Side Story. Kuvataiteilijoista esille nousivat spontaanisti mm. Dali, Edelfelt, Gallen-Kallela, Picasso, Repin, Schjerfbeck ja van Gogh.

Populaarimusiikki ei jäänyt avoimissa vastauksissa vaille mainintoja. Johonkin rock-konserttiin tai -yhtyeeseen viittasi yksi kahdestakymmenestä jonkin vastauksen antaneista. Yksittäisistä yhtyeistä nostettiin useimmin esille Metallica, artisteista Juice Leskinen, Kari Tapio ja Katri Helena.

- *”Don Huonot, minä ja ala-asteikäiset lapset Helsingin huvilateltassa, Minna Pensola solistina ja back stagella. Upea elokuinen ilta. Korvatulpat ja takarivi. Vau! Toisena se sunnuntai, kun Sysmän Suvisoiton telttä huojui myrskytuudessa ja tuleva mieheni värkkäsi lavaa Johanna Rusaselle (kissani inhosi sopraanon koiria)”*
- *”Metallican keikka 15-vuotispäivänäni, ensimmäinen iso rokkikeikkani”*
- *”Ensimmäinen kertani PMMP-yhtyeen keikalla. Olin todella innostunut ja musiikin mukaansa tempaama. Olen nähnyt paljon maailmankuulujen heavy-bändien keikkoja (Metallica, AC/DC, Dio, Nightwish), mutta tuo on paras keikka jolla olen käynyt. Sen jälkeen olen käynyt kuusi kertaa PMMP:tä katsomassa ja aion katsoa myös jäähyväiskiirtuetta”*
- *”Niitä on monta, mutta sanotaan käynti Kari Tapion konsertissa täällä Hämeenlinnassa vähän ennen hänen kuolemaa”*

### 3. TAITEEN JA KULTTUURIN TEHTÄVÄT

#### 3.1. Taiteen tehtävät

##### **Taiteen tulee viihdyttää, tuoda lohtua arkeen ja tuottaa esteettisiä kokemuksia**

Taiteella voi tulkita olevan hyvin monenlaisia tehtäviä, funktioita. Yksi näkee taiteen tehtäväksi nautinnon tuottamisen, viihdyttämisen. Toinen asettaa taiteen tehtäväksi keskustelun herättämisen, olemassa olevien käsityksien ja rakenteiden järkyttämisen sekä tiedon välittämisen maailmasta ja sen tilasta. Taiteen tehtäväksi voidaan antaa myös yhteiskunnan uudistaminen ja epäoikeudenmukaisuuksien paljastaminen. Toisenlainen tulkinta on, että taiteella ei ole mitään erityistä tehtävää tai funktiota. Ajatus perustuu siihen, että taidetta tehdään taiteen vuoksi. Tämän ajattelun mukaan taide ei tarvitse perusteluja, eikä sen tarvitse palvella muita tavoitteita.

Tutkimuksessa vastaajat arvioivat taiteen tehtäviä 12-osaisella kysymyksenasettelulla. Vastaajien tuli kertoa, kuinka tärkeiksi taiteen tehtäviksi he kokivat eri asiat.

Valtaosa suomalaisista näkee taiteella olevan moninaisia tehtäviä. Taiteen tehtävistä merkittävimmäksi osoittautuu viihdytyksen ja lohdun tuottaminen ihmisten arkeen. Merkittävydessä tätä lähelle nousee myös esteettisten kokemusten tuottaminen. Enemmistö väestöstä pitää melko tärkeinä taiteen tehtävinä myös ihmisten yhdistämistä yhteisten kokemusten kautta, hyvinvoinnin edistämistä ja tunnelukkojen avaamista. Enemmistö näkee keskeiseksi myös sen, että taide kuvaa maailmaa sellaisena kuin se on.

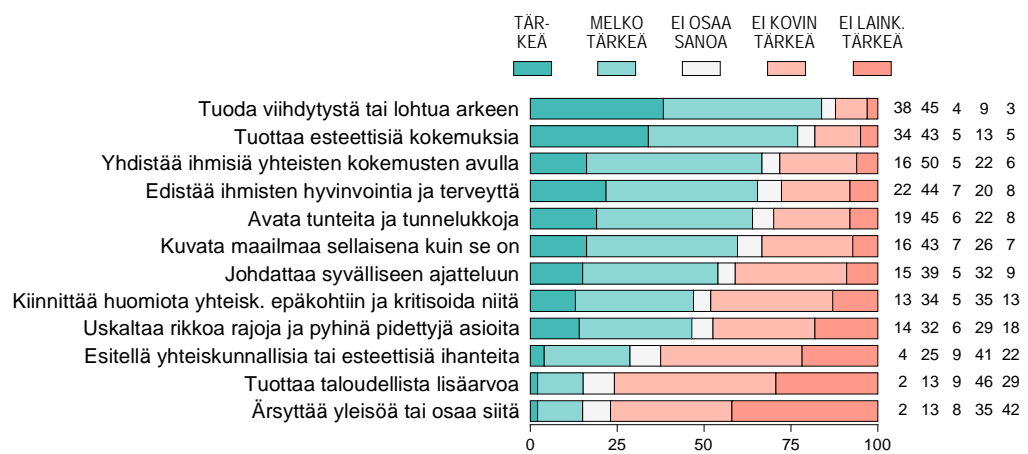
Eräät asiat kuitenkin jakavat kansalaisia näkyvästi. Yhteiskunnallisiin epäkohtiin puuttuminen, rajojen ja pyhinä pidettyjen asioiden rikkominen saavat tukea lähes joka toiselta. Kuitenkin yhtä moni arvioi, että tällaiset asiat eivät kuulu taiteen tehtävien joukkoon.

Enemmistö kansalaisista tyrmää kolme taiteen tehtävää. Enemmistön mielestä ei ole ainakaan kovin tärkeitä, että taiteessa esitellään yhteiskunnallisia tai esteettisiä ihanteita, tuotetaan taloudellista lisäarvoa tai ärsytetään tietoisesti yleisöä.

Sellaisia ihmisiä, jotka eivät näe taiteella olevan juuri lainkaan mitään tärkeitä tehtäviä ei kuitenkaan löydy tutkimuksessa käytetyillä mittareilla kuin kourallinen (3 %). Tähän ryhmään kuuluvat ovat pääsääntöisesti niitä, jotka eivät käy missään kulttuuritapahtumissa (passiiviset kulttuurin kuluttajat).

## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

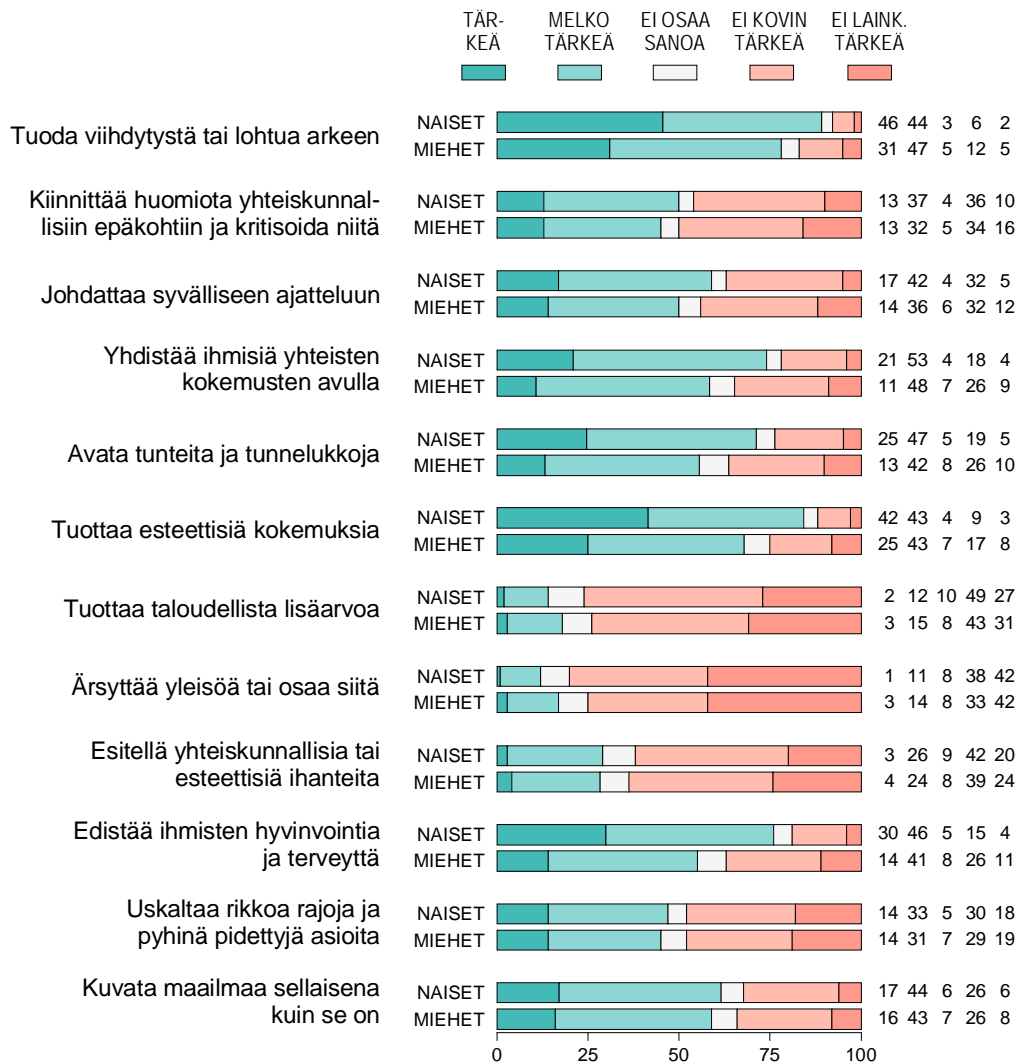
Kuvio 3. KUINKA TÄRKEIKSI TAITEEN TEHTÄVIKSI KOKEE ERI ASIAT (%).



Suomen Kulttuurirahasto 2013

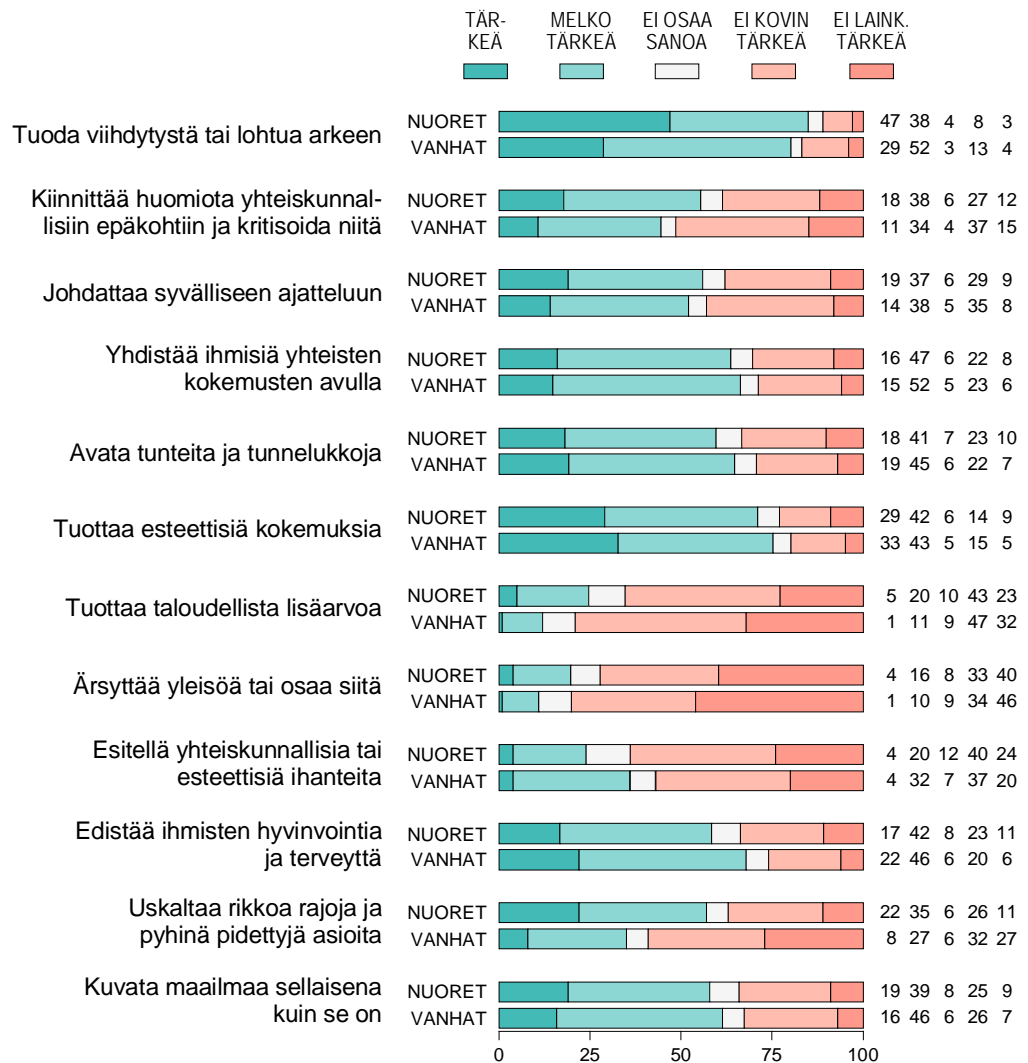
## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

## Kuvio 3s. KUINKA TÄRKEIKSI TAITEEN TEHTÄVIKSI KOKEE ERI ASIAT: NAISET vs. MIEHET (%).



Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 3i. KUINKA TÄRKEIKSI TAITEEN TEHTÄVIKSI KOKEE ERI ASIAT: NUORET (<31v.) vs. VANHAT (>59v.,%).



Suomen Kulttuurirahasto 2013



## Taiteella on kaksi erilaista päätehtävää

Koska taiteella on kansalaisten mielestä moninaisia, päällekkäisiä tehtäviä, ei ole yksinkertaista hahmottaa tuloksia taiteen tehtävistä. Näkemyksiä taiteen tehtävistä on siksi mahdollista tarkastella laajempina kokonaisuuksina faktorianalyysin avulla.

Faktoroimalla vastaukset käy ilmi, että taiteen tehtävät nojautuvat kahteen yleisempään toisistaan poikkeavaan ajattelutapaan tai rakenteeseen. Nämä ovat seuraavat.

- Ihmisten hyvinvointia edistävät taiteen tehtävät (esteettiset kokemukset, lohdutus, yhdistävät kokemukset, terveyden edistäminen, tunteiden avaaminen)
- Maailmaa muuttavat taiteen tehtävät (epäkohtien esille nostaminen, rajojen rikkominen, yhteiskunnallisten ihanteiden esittäminen, maailman kuvaaminen sellaisena kuin on)

Edellä esitetty tarkoittaa, että jos taiteen tärkeäksi tehtäväksi kokee viihdyttämisen ja lohdun tuomisen, niin sen tehtävänä on myös edistää ihmisten hyvinvointia ja terveyttä tunnelukkoja avaamalla. Sen sijaan taiteen tehtävänä ei välttämättä ole julistaa epäkohtia tai esittää yhteiskunnallisia ihanteita.

Vastaavasti, jos taiteen tehtäväksi taas nähdään yhteiskunnallisiin epäkohtiin puuttuminen, koetaan tärkeäksi myös rajojen ja pyhien asioiden rikkominen ja yhteiskunnallisten ihanteiden esitleminen.

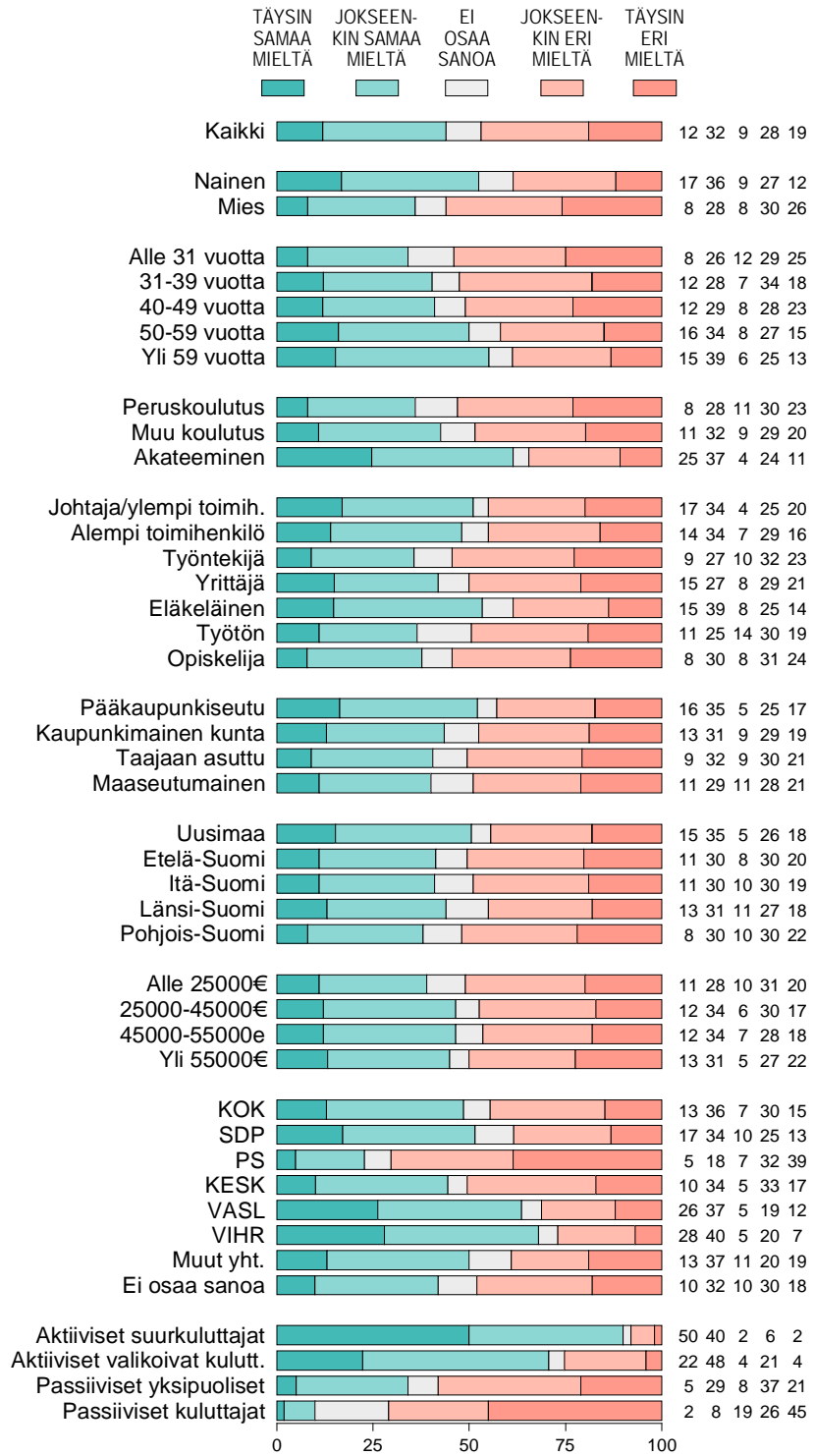
Tietyistä yksittäisistä taiteen tehtävistä väestöllä on kuitenkin varsin yksimielinen näkemys. Valtaosa kansalaisista kokee sosiaalisesta asemasta riippumatta, että taiteen tulee tuoda viihdytystä ja lohtua arkeen, tuottaa esteettisiä kokemuksia, yhdistää ihmisiä yhteisten kokemusten kautta ja edistää hyvinvointia. Hyvinvointia edistävistä tehtävistä ollaan myös jokseenkin yksimielisiä. Ainoa asia, mikä erottaa ihmisiä tässä suhteessa suuresti on se, miten kulttuuria kulutetaan. Kulttuurisesti passiivisille ihmisille on tietystä määrin leimallista ajatella, että taiteella ei ole kovinkaan tärkeitä hyvinvointia edistävää tehtävää.

## Nuoret ja opiskelijat pitävät tärkeinä rajojen rikkomista ja epäkohtiin puuttumista

Enemmän vaihtelua ja sävyjä saadaan, kun suurennuslasin alle poimitaan eri väestöryhmien käsityksiä maailmaa muuttavista taiteen tehtävistä. Nuoret ja opiskelijat näkevät muuta väestöä useammin, että yhteiskunnallisten epäkohtien nostaminen esille on ainakin melko tärkeä taiteen tehtävä. Tätä painottavat erityisen voimakkaasti Vihreiden ja Vasemmistoliiton kannattajat, tietystä määrin myös SDP:n tukijat. Kokoomuksen ja Keskustan kannattajien enemmistö suhtautuu varauksellisesti taiteen tehtäviin yhteiskunnallisten epäkohtien paljastajana.

## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 4-6. "KULTTUURILAITOSTEN TARJONTA ON MINULLE JA HYVINVOINNILLENI TÄRKEÄÄ" (%).



Nuorempien ikäluokkien ja opiskelijoiden mielestä myös rajojen ja pyhinä pidettyjen asioiden rikkominen on taiteen suhteellisen keskeinen tehtävä. Tämä ei tarkoita sitä, että edellä mainitut ryhmät eivät kokisi taiteen tehtäväksi myös viihdytyksen aikaansaamista. Taiteella on heidän mielestään moninaisia tehtäviä.

Kulttuurin aktiiviset suurkuluttajat ajattelevat taiteen tärkeisiin tehtäviin kuuluvan ihmisten hyvinvointia ja viihtymistä edistävien tehtävien ohella myös yhteiskunnan epäkohtiin puuttumisen ja rajojen rikkomisen.

### **Enemmän kuin kaksi viidestä kokee kulttuurilaitosten tarjonnan olevan omalle hyvinvoinnille tärkeää**

Kansalaisten hyvinvointia edistäviä tehtäviä sivuttiin myös tutkimuksen asenneväittämöosiossa. Vaikka enemmistö näkee taiteen tehtäväksi hyvinvoinnin edistämisen, alle puolet yhtyy väittämään, jonka mukaan kulttuurilaitosten tarjonta on itselle ja omalle hyvinvoinnille tärkeää. Lähes puolet torjuu väittämän.

Naiset, ikääntyneet, ylemmät toimihenkilöt ja korkeasti koulutetut kokevat kulttuurilaitosten tarjonnan omalle hyvinvoinnille tärkeäksi. Tätä mieltä ovat etenkin aktiiviset kulttuurin kuluttajat siitä riippumatta, onko suurkuluttaja vai valikoiva kuluttaja.

Miesten, nuoremman väestönosan, vähän kouluttautuneiden, työväestön samaistuvien ja enemmän tai vähemmän passiivisten kulttuurin kuluttajien mielestä kulttuurilaitosten tarjonta ei ole oman hyvinvoinnin kannalta tärkeää.

Syitä sille, miksi kulttuurilaitosten tarjonta ei edistä suuren osan kansaa omaa hyvinvointia, voi hakea tarjonnan niukkuuden tai makutottumusten lisäksi muista esteistä. Näitä voivat olla sisäänpääsymaksut, etäisyydet tai muut harrastukset. Tätä puolta käsitellään tarkemmin yhteenvedon luvussa 4.

Myös puoluekanta heijastuu vastauksissa. Etenkin vihreiden ja Vasemmistoliiton kannattajat kokevat kulttuuritarjonnan tukevan henkilökohtaista hyvinvointia. Toista ääripäätä edustavat Perussuomalaisien kannattajat, joista selvä enemmistö suhtautuu penseästi ajatukseen, että kulttuurilaitosten tarjonnalla olisi merkitystä oman hyvinvoinnin kannalta.

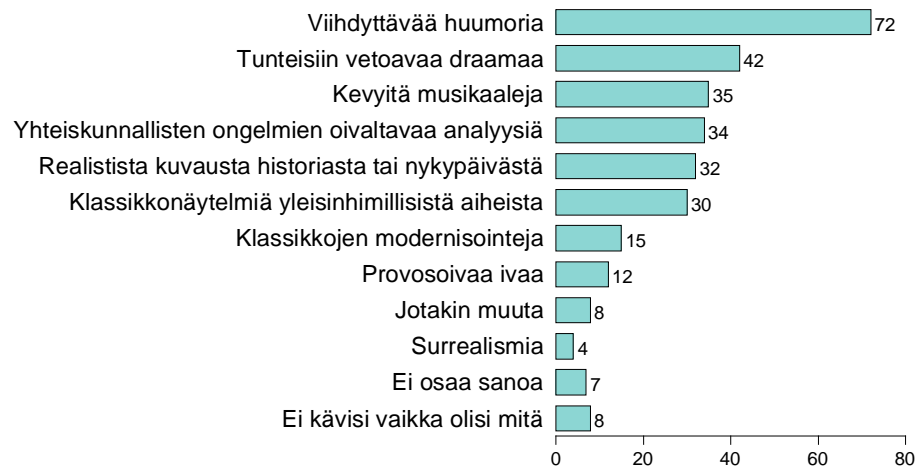
## **3.2. Teatteritarjontaan kohdentuvat toiveet**

### **Kansa kaipaa teatteriin enemmän viihdyttävää huumoria**

Taiteen ja kulttuurin tehtäviä sivuttiin tutkimuksessa myös siten, että vastaajat ottivat kantaa siihen, mitä kaikkea teatterissa tulisi olla, jotta kävisi siellä useammin. Vastaajien tuli poimia tarjottimelta enintään viisi tärkeintä teatteriin houkuttelevaa asiaa.

## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

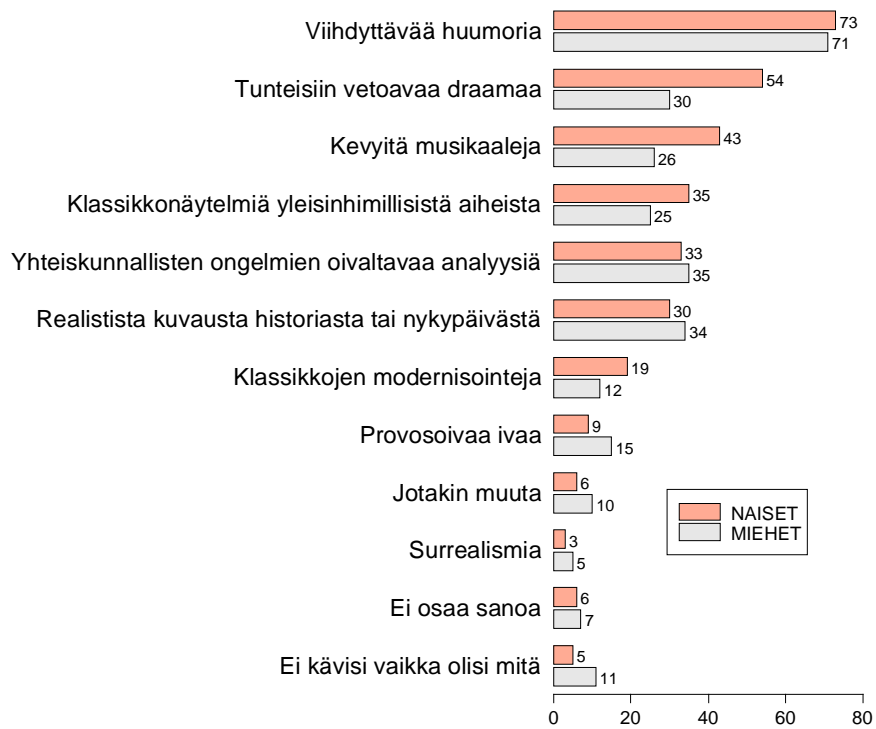
Kuvio 5. MITÄ KAIKKEA TEATTERISSA TULISI OLLA, JOTTA KÄVISI  
SIELLÄ USEAMMIN (enintään viisi tärkeintä, %).



Suomen Kulttuurirahasto 2013

## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

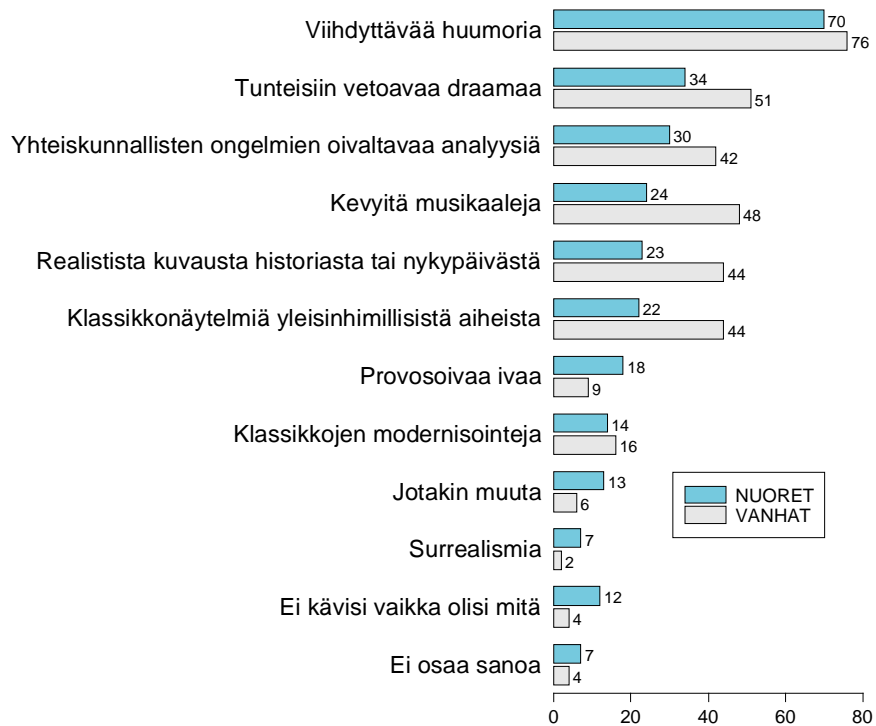
Kuvio 5s. MITÄ KAIKKEA TEATTERISSA TULISI OLLA, JOTTA KÄVISI  
 SIELLÄ USEAMMIN: NAISET vs. MIEHET (%).



Suomen Kulttuurirahasto 2013

Suomalaiset ja kulttuuri 2013

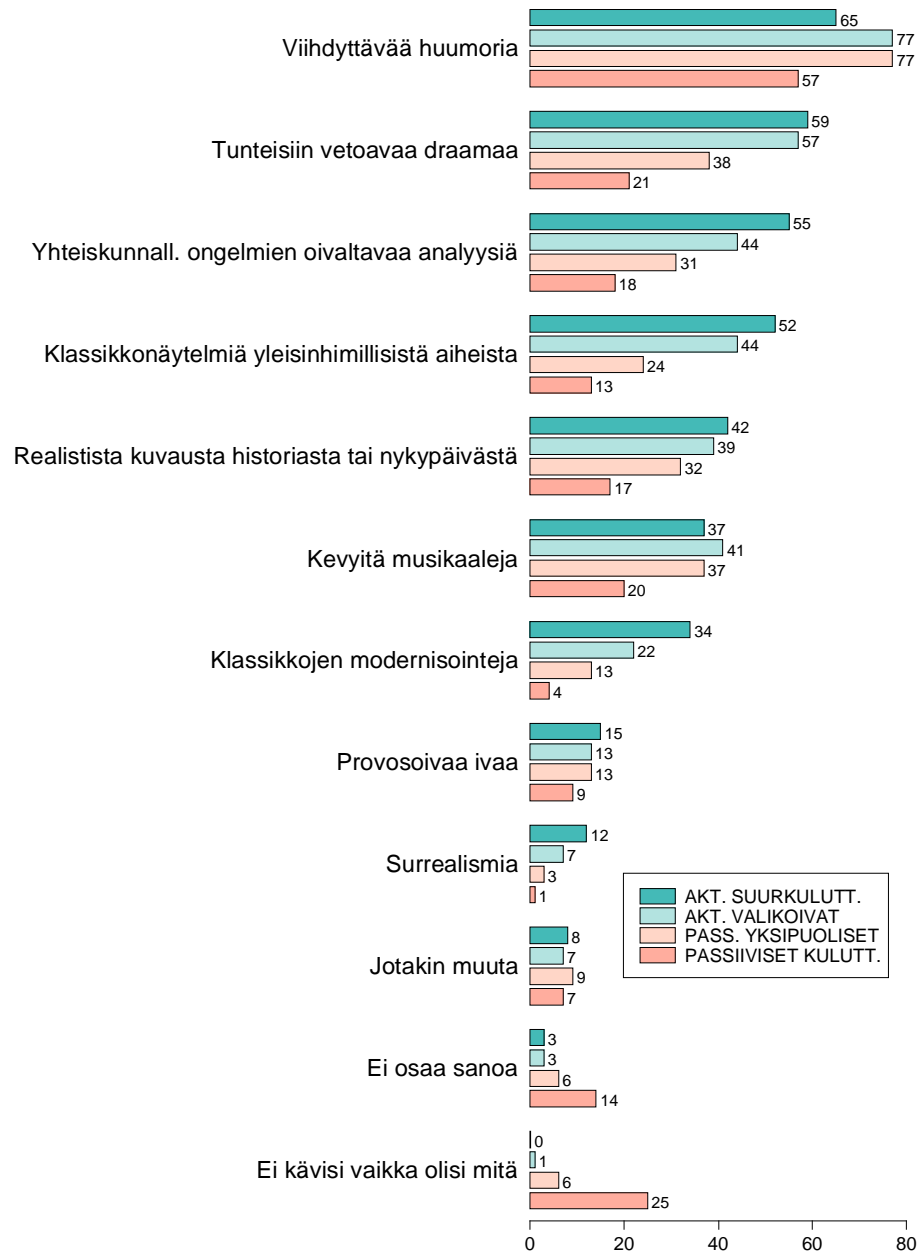
Kuvio 5i. MITÄ KAIKKEA TEATTERISSA TULISI OLLA, JOTTA KÄVISI  
SIELLÄ USEAMMIN: NUORET (<31v.) vs. VANHAT (>59v.,%).



Suomen Kulttuurirahasto 2013

## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 5h. MITÄ KAIKKEA TEATTERISSA TULISI OLLA, JOTTA KÄVISI  
 SIELLÄ USEAMMIN: ARVIOT KULTTUURIN KULUTTAJA-  
 TYYPIN MUKAAN (enintään viisi tärkeintä, %).



Suomen Kulttuurirahasto 2013

Yksi tekijä ylitse muiden vetää ihmisiä useammin teattereihin, viihdyttävä huumori. Kaikki muut asiat jäävät tuntuvasti taakse. Kaksi viidestä valitsee viiden tärkeimmän joukkoon tunteisiin vetoavan draaman. Tämän jälkeen listalle nousevat kevyet musikaalit, yhteiskunnallisten ongelmien oivaltava analyysi, realistiset kuvaukset historiasta ja nykyajasta sekä klassikonäytelmät. Surrealismi, provosoiva iva ja klassikkojen modernisointi vetoavat vain harvaan osaan väestöä.

Edellä esitetty ei tarkoita sitä, että klassikkojen modernisoinnilla, provosoivalla ivalla tai surrealismilla ei olisi lainkaan kysyntää. Klassikkojen modernisointeja kaippaa lähes 600.000 ihmistä ja provosoivaa ivaan noin puoli miljoonaa. Surrealismia toivoo teatteriin noin 200.000 kansalaista. Nämä ovat valtaosin niitä, jotka kuluttavat jo nykyisin paljon kulttuuria.

Tuloksia tulkittaessa tulee ottaa huomioon, että kyse on väestön yleisistä makumieltymyksistä. Huumoripitoisten sisältöjen tai tunnedraaman lisääminen ohjelmistossa ei välttämättä kasvattaisi teatterissa kävijöiden määrää, koska samaa "tavaraa" on tarjolla myös elokuvissa, televisiossa, netissä, videoissa jne. Voisi ajatella myös, että tällaiset muutokset tarjonnassa voisivat karkottaa joitakin kävijäryhmiä.

Kansalaisten yhteisistä makumieltymyksistä kielii se, että teatterissa kävijöiden ja ei-kävijöiden väliset erot ovat aika vähäisiä. Toki teatterissa viimeksi kuluneen puolen vuoden aikana käyneet toivovat ei-kävijöitä hieman useammin lähes kaikkia asioita paitsi provosoivaa ivaan. Satunnaisesti joskus teatterissa käyneiden toiveissa ylikorostuu viihdyttävä huumori. Muuta ei tämän mukaan suuresti tarvittaisi, jotta teatteriin mentäisiin useammin. Tavallaan tämä voi pitää paikkansa. Jos on käynyt teatterissa kerran viiteen vuoteen, niin vetoava ohjelmisto voi nostaa käyntejä esimerkiksi kerran kolmeen vuoteen. Tämä ei kuitenkaan suuresti lisäisi teattereissa kävijöiden kokonaiskatsojamäärää.

### **Miehet ja nuoret toivovat viihdyttävän huumorin sävyttämää provosoivaa ivaan**

Entä millä keinoin miehet tai nuoret saataisiin käymään useammin teatterissa? Miehiin vetoaisi oikeastaan vai huumoripitoinen ohjelmisto. Jonkin verran naisia enemmän miehet näyttäisivät kaipaavan provosoivaa ivaan ja realistista kuvausta historiasta ja nykypäivästä.

Nuoret lähtisivät omien sanojensa mukaan teatteriin useammin, jos olisi enemmän viihdyttävää huumoria. Keskimäärää enemmän nuorempiin vetoaisi kuitenkin ainoastaan provosoiva iva. Toisaalta nuorissa on hieman keskivertoa enemmän myös niitä, jotka eivät kävisi missään olosuhteissa teatterissa useammin.



Nuoret eivät ole ollenkaan samassa määrin viehättyneitä tunteisiin vetoavasta draamasta, kevyistä musikaaleista, yleisinhimillisistä klassikkonäytelmistä ja realistisesta historian tai nykypäivän kuvauksesta kuin varttuneemmat ikäluokat.

Kulttuurin aktiiviset suurkuluttajat poikkeavat osin keskivertoväestöstä. Tuntuvasti keskimäärää useampi haluaisi tunteisiin vetoavaa draamaa, klassikkojen modernisointeja, yhteiskunnallista oivaltavaa analyysia sekä klassikkonäytelmiä yleisinhimillisistä aiheista. Tämä ei silti tarkoita sitä, ettei myös viihdyttävää huumoria toivottaisi. Jos kaikkea saisi enemmän, niin olisi valinnanvaraa.

Passiivisia kuluttajia on aika vaikea houkutella teatteriin. Enemmistö ryhmään kuuluvista kaipaa lähinnä viihdyttävää huumoria. Ryhmään kuuluvista kuitenkin noin viidennes tuntee kiinnostusta tunnedraamaa ja kevyitä musikaaleja kohtaan.

### 3.3. Taiteen ja kulttuuritarjonnan rahoitus

#### Taidetta on tuettava verovaroista

Enemmistö suomalaisista näkee, että taiteen tehtävä ei ole tuottaa taloudellista lisäarvoa. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että kansalaisten mielestä taide ei pärjää, eikä sen tarvitsekaan pärjätä taloudellisesti omillaan. Taiteen rahoitusta koskevat mielipiteet painottuvat voimakkaasti suuntaan (68 %), jossa taidetta on tuettava verovaroista, jotta siitä nauttiminen olisi mahdollista vähävaraisillekin.

Enemmistö kaikissa väestöryhmissä suhtautuu myönteisesti taiteen julkiseen rahoitukseen, jotta taidetta olisi tarjolla vähävaraisemmillekin ihmisille. Taiteen tukemista verovaroista kannattavat keskimäärää voimakkaammin korkeasti koulutetut ja etenkin ne, jotka itse käyttävät aktiivisimmin kulttuuripalveluita. Passiiviset kulttuurin kuluttajat poikkeavat muista siinä, että enemmän kuin kaksi viidestä torjuu taiteen rahoittamisen verovaroilla.

Enemmistö kaikkien puolueiden kannattajista on valmis tukemaan taidetta verovaroista. Vasemmistoliiton ja vihreiden kannattajista tällä tavalla suhtautuu enemmän kuin neljä viidestä. Perussuomalaisien kannattajat poikkeavat muista sikäli, että puolet hyväksyy taiteen julkisen tuen ja lähes yhtä moni suhtautuu nuivasti verovarojen käyttöön taiteen tukemiseksi.

Taiteen laaja-alaista julkista tukea perustellaan tasa-arvolla. Valtaosa (74 %) pitää tärkeänä, että suomalaisilla on asuinpaikasta riippumatta tasa-arvoinen mahdollisuus harrastaa taidetta. Tätä eivät tohdi kieltää edes kulttuurin passiiviset kuluttajat. Myös ne, jotka torjuvat ajatuksen taiteen tukemisesta verovaroin, ovat taipuvaisia hyväksymään sen, että suomalaisilla tulee silti asuinpaikasta riippumatta olla mahdollisuus harrastaa taidetta.

### **Taiteilijoiden rahoituspäätöksiä ei saisi jättää vain taiteen ammattilaisten päätettäväksi**

Enemmistö (64 %) väestöstä yhtyy näkemykseen, että taiteilijoiden rahoituksesta eivät päättäisi vain taiteen ammattilaiset. Vajaa viidesosa on päinvastaista mieltä ja jättäisi rahoitusasiat taiteen ammattilaisten käsiin. Väestöryhmittäiset erot ovat aika vähäisiä, sillä enemmistö kaikissa väestöryhmissä yhtyy väittämään.

Keskimäärää selvästi useammin väittämä saa tukea miehiltä ja iäkkäiltä kansalaisilta. Merkillepantavaa tuloksissa on se, että enemmistö myös kulttuurin aktiivisista suurkuluttajista toivoo, että taiteilijoiden rahoituksesta eivät päättäisi vain taiteen ammattilaiset.

Eniten ajatus ”maallikkojen” osallistumisesta taiteilijoiden rahoituspäätöksiin saa tukea Perussuomalaisten kannattajilta ja hieman vähemmässä Vihreiden ja Vasemmistoliiton tukijoilta.

Väestön enemmistön ajatusten taustalla on huoli siitä, että taiteilijoiden rahoitus ei riittävästi ohjautu suuren yleisön makujen mukaisesti. Vastaajat, joiden mielestä taiteilijoiden pitäisi ehdottomasti kohdistaa sanottavansa enemmän yleisölle kuin kollegoille ja kriitikoille, ottavat voimakkaasti kantaa sen puolesta, että taiteilijoiden rahoituksesta päättäisivät myös muut kuin vain taiteen ammattilaiset.

### **Enemmistön mielestä eliitin tulisi maksaa omat harrastuksensa, mutta taidetta tulee tukea monipuolisesti**

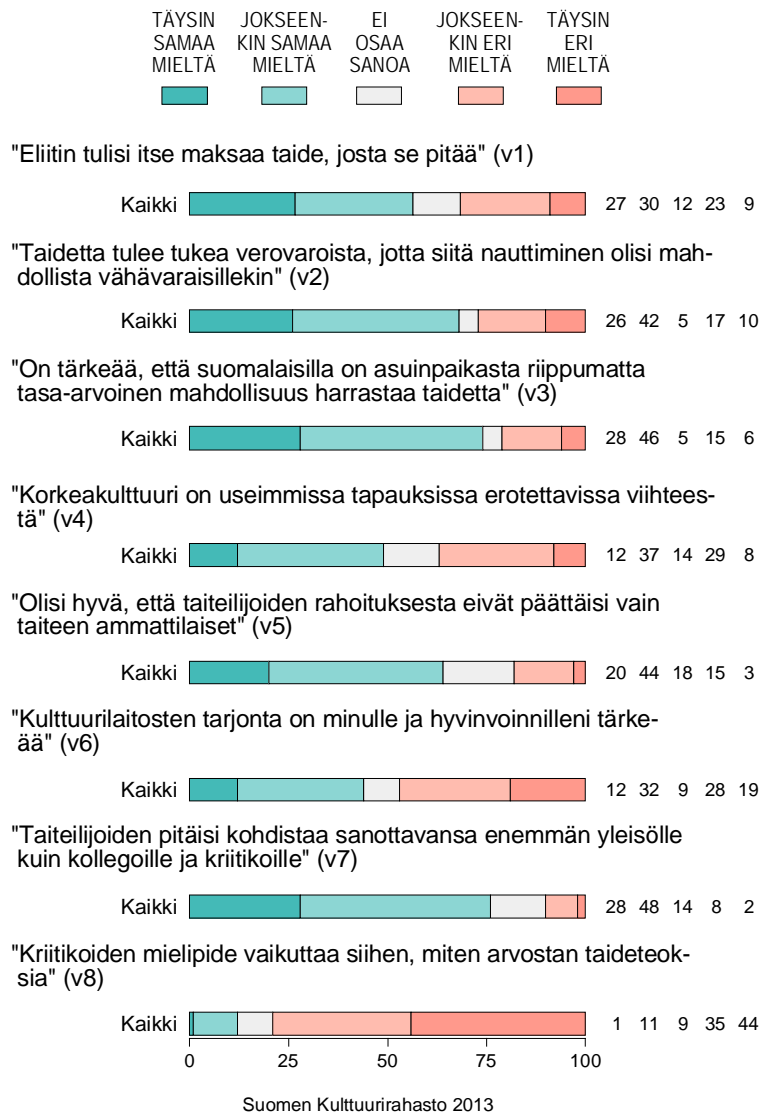
Väittämä, jonka mukaan eliitin tulee itse maksaa taide, josta se pitää, saa taakseen enemmistön (57 %) väestöstä. Kolmannes (32 %) rohkenee olla eri mieltä asiasta. Naisilla ja miehillä on hieman toisistaan eroavat näkemys asiasta. Miehistä selvä enemmistö soisi eliitin maksavan omat taideharrastuksensa. Naisista tälle kannalle asettuu alle puolet.

Ikä on yhteydessä käsityksiin, tulisiko eliitin maksaa harrastuksensa. Pääsääntöisesti väittämään yhtyvien osuus lisääntyy varttuneimpien ikäluokkien suuntaan. Suhtautuminen on voimakkaasti sidoksissa siihen, miten kulttuuria kulutetaan. Aktiivisista kulttuurin suurkuluttajista valtaosa torjuu ajatuksen eliitin omavastuusta. Mitä vähemmän käydään kulttuuritilaisuuksissa, sitä useammin kannatetaan ehdotusta, että eliitti itse maksaisi omat taideharrastuksensa.

Suhtautuminen eliitin omavastuuseen on sidoksissa yhteiskuntaluokkaan ja puoluekantaan. Työväestöön ja alempaan keskiluokkaan samaistuvien mielestä eliitin taideharrastuksia ei tulisi tukea. Ylempään keskiluokkaan samaistuvat eivät ole yhtä vakuuttuneita asiasta. Eliitin omavastuun puolesta liputtavat etenkin SDP:n, Perussuomalaisten ja Keskustan kannattajat. Kokoomuksen, Vasemmistoliiton ja Vihreiden tukijat suhtautuvat keskimäärää varauksellisemmin ajatukseen eliitin omavastuusta.

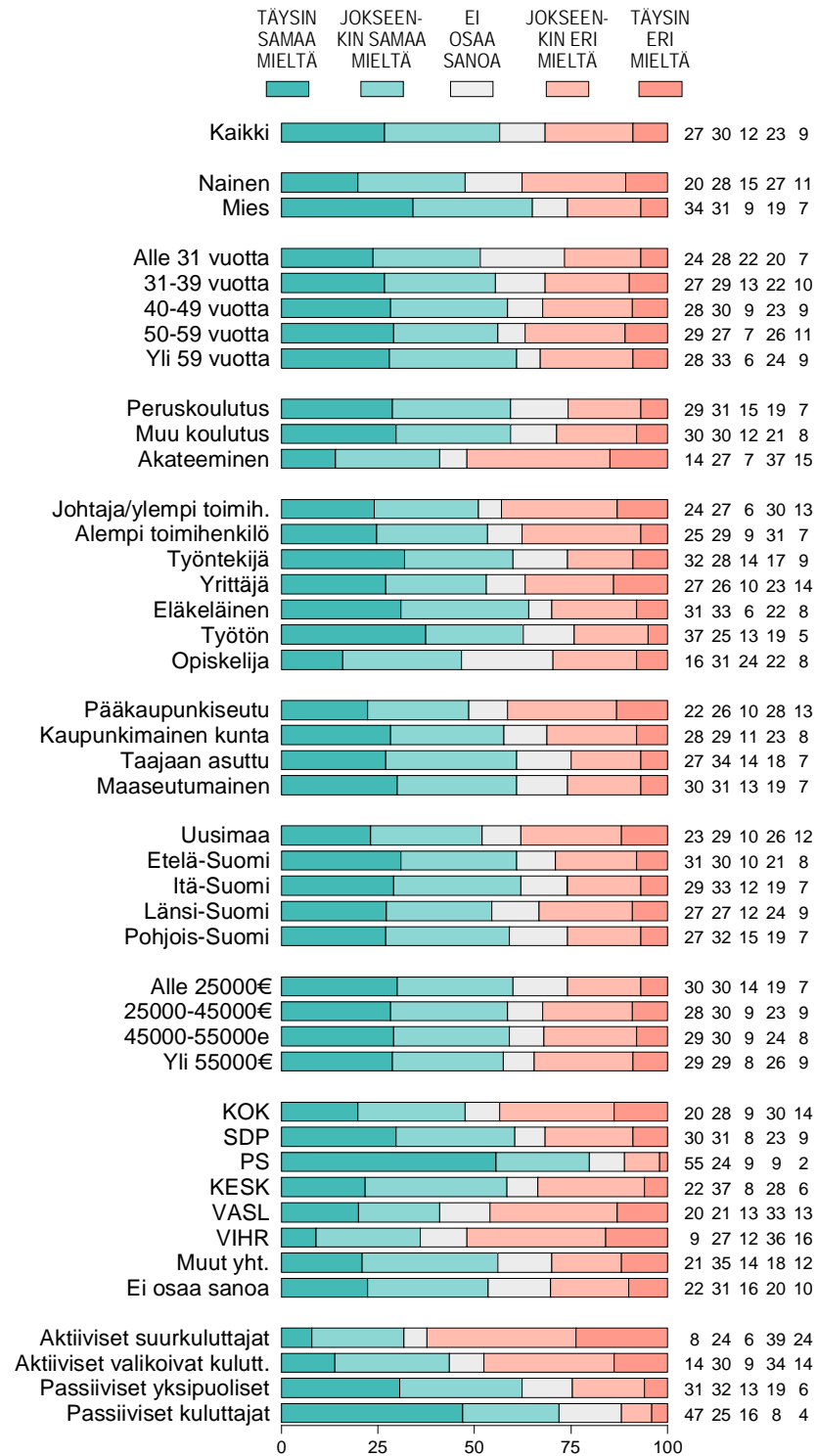
## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 4. SUHTAUTUMINEN TAIDETTA JA KULTTUURIA KOSKEVIIN VÄITTÄMIIN (%).



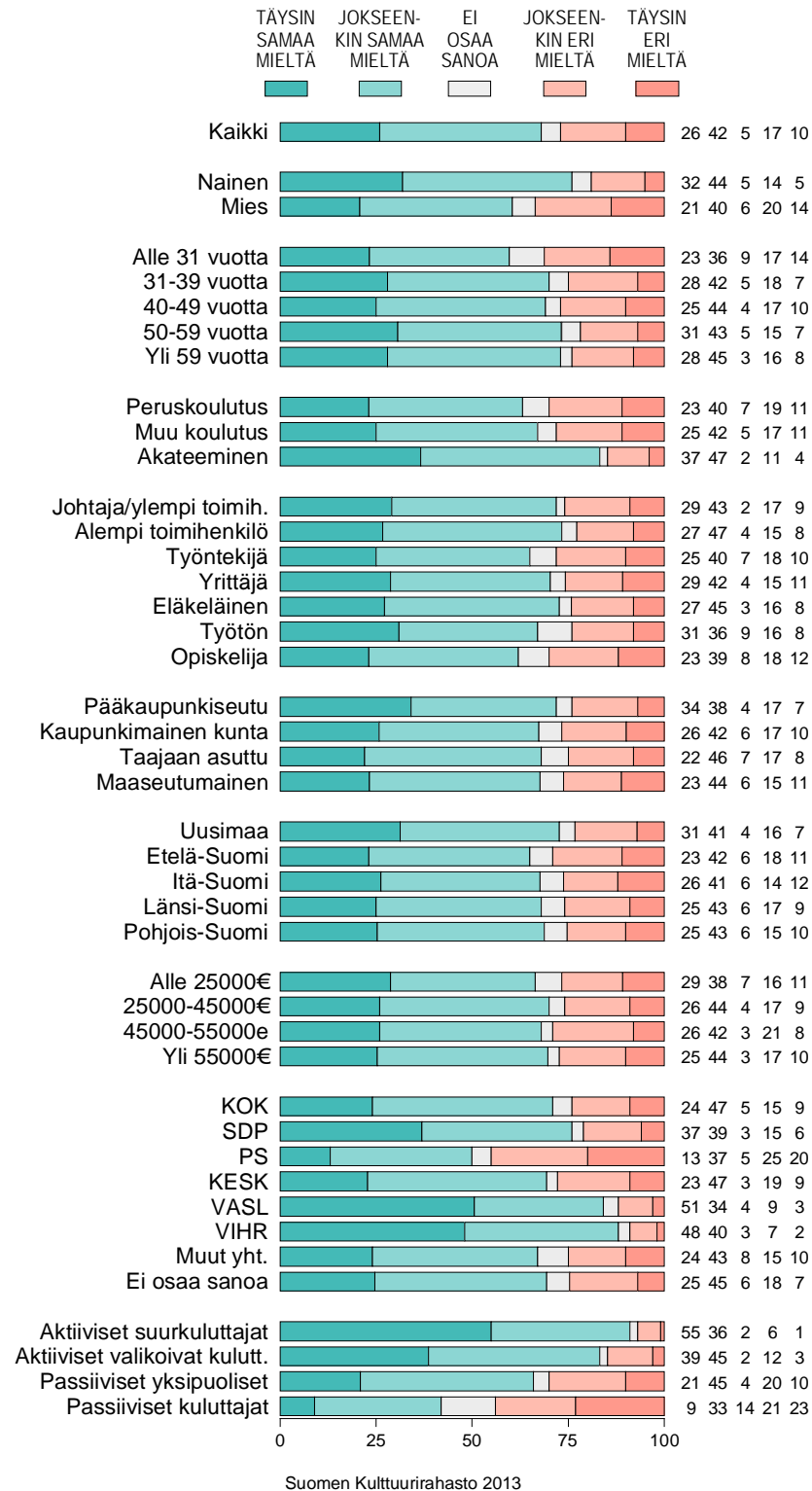
## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 4-1. "ELIITIN TULISI ITSE MAKSAA TAIDE, JOSTA SE PI-TÄÄ" (%).



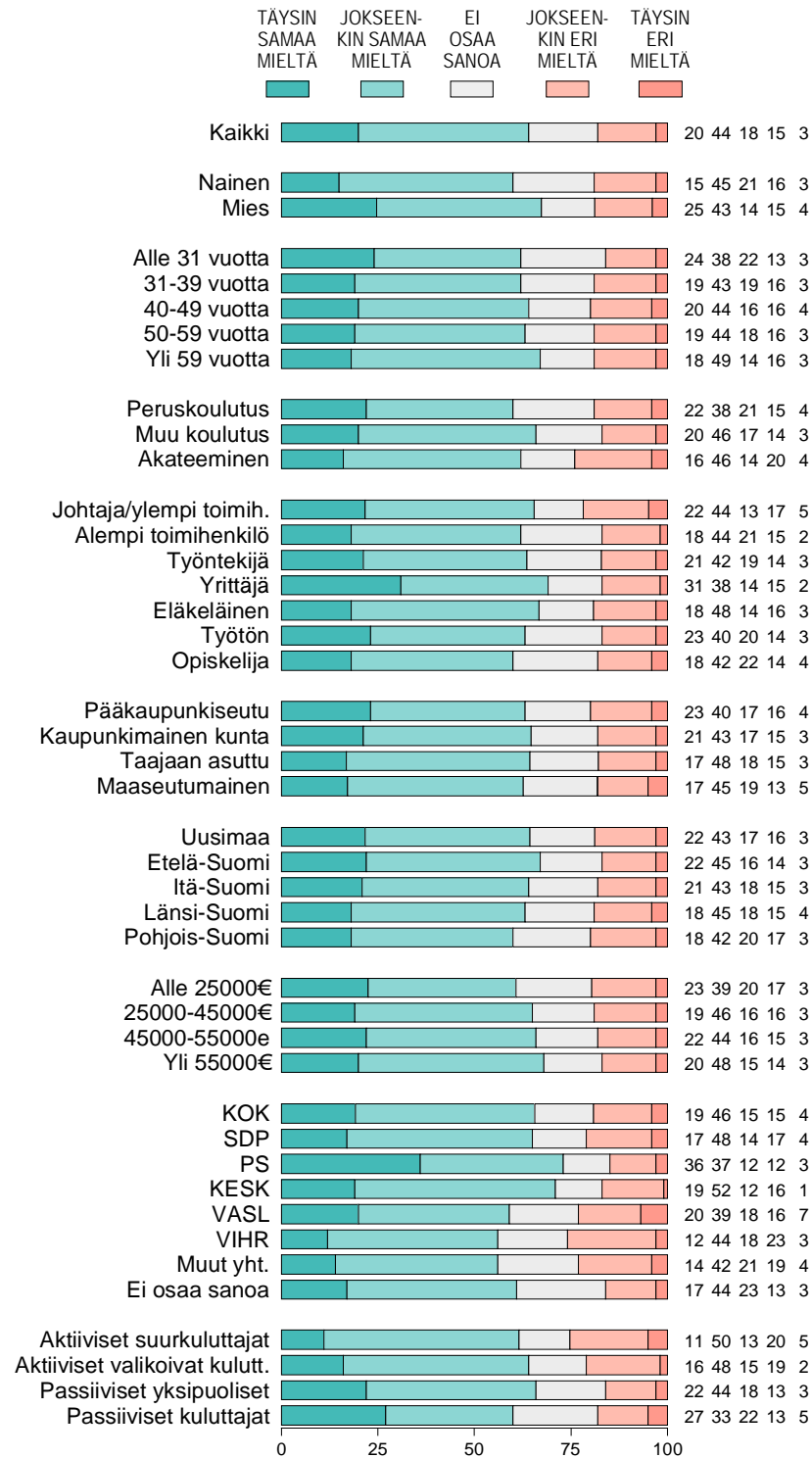
## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

**Kuvio 4-2. "TAIDETTA TULEE TUKEA VEROVAROISTA, JOTTA SIITÄ NAUTTIMINEN OLISI MAHDOLLISTA VÄHÄVARAISILLE-KIN" (%).**



## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 4-5. "OLISI HYVÄ, ETTÄ TAITEILIJOIDEN RAHOITUKSESTA EIVÄT PÄÄTTÄISI VAIN TAITEEN AMMATTILAiset" (%).



### **Avoimia terveisiä rahoituksesta päättävälle**

Tutkimuksessa vastaajat saivat avoimella kysymyksenasettelulla lähettää terveisiä kulttuurin rahoittajille. Varsin moni, kaksi kolmesta, laittoi jonkinlaisen toiveen päättäjille. Saadut vastaukset olivat kirjavia ja osa sellaisia, jotka eivät suoranaisesti liittyneet taiteen tai kulttuurin rahoitukseen, pikemminkin olivat näkemyksiä kulttuurin vaikutuksista tai tarjonnan luonteesta.

Yleisin kommentti liittyi tavalla tai toisella siihen, että kaikille tulee tarjota taide-elämyksiä, kulttuuri kuuluu kansalle ja kulttuuria tulee tukea tasapuolisesti tavalla tai toisella. Jonkinasteinen huoli vastaajilla on siitä, että yleisön mieltymyksiä ei riittävästi oteta huomioon rahoitusta suunnattaessa.

Osa vastaajista on valmis jopa lisäämään yhteiskunnan tukea kulttuurisektorille ja taiteilijoille. Vähemmässä määrässä ilmeni kuitenkin myös näkemyksiä, joiden mukaan kulttuuriin on panostettu liikaa yhteiskunnan varoja ja niitä tulisi leikata. Tausta-ajatuksena näissä kannanotoissa oli se, että kulttuuripalveluiden käyttäjien on maksettava kulut pääsymaksuin.

Kokonaisuudessaan kulttuurin julkisen rahoituksen säilyttämistä tai jopa lisäämistä puoltavat kannanotot olivat yleisempiä kuin leikkaamista tukevat. Kulttuurin rahoitusta kritisoivat kannanotot nojautuivat siihen, että myös kulttuurin tekijöiden tulee osallistua säästötalkoisiin jollakin tavalla. Seuraavassa on muutamia esimerkkejä avoimista kommentteista.

- *”Kulttuuri kuuluu kaikille, tulee olla rahoituksen periaatteena. Koko Suomessa tulee olla tarjolla laadukasta kulttuuria ja taidetta. Kansallisesti ja kansainvälisesti uusia, korkeatasoisia ja oivaltavia kulttuuritapahtumia tulee viedä eksoottisiin, uusiin ympäristöihin. Liika pääkaupunkikeskeisyys on konservatiivista ja syö taiteen perusydintä. Tukee etsiä ja kokeilla uutta. Kumpi kuulostaa kiinnostavammalta: Rajaton laulaa Abbaa Helsingin musiikkitalossa vai Rajaton laulaa Abbaa pimeässä kuusimetsässä Kainuussa? Tai: Jorma Uotinen tanssii Almin salissa vai: Jorma Uotinen tanssii kuutamossa Kolin huipulla? Mielestäni jälkimmäiset vaihtoehdot. Suomi tulisi kaikessa monipuolisuudessaan ja kauneudessaan valjastaa kulttuurin käyttöön”*
- *”Kulttuuri on yhteiskunnan selkäranka. Kulttuurista säästäminen näivettää kansakunnan. Kaikki toiminta ei vaadi suuria rahoja vaan mielikuvitusta ja otollisen ilmapiirin”*
- *”Kulttuuria on tuettava yhteiskunnallisesti. En usko, että lipputuloilla saadaan katettua kulut. Kulttuuria on tarjottava eri ikäluokille vauvasta vaariin”*

- *"Kulttuurin tuottaminen ei voi olla talkootyötä, vaan se vaatii innoitusta, taitoa ja rahaa. Kulttuuriministeriöllä ja muulla julkisella vallalla on tärkeä asema luoda edellytykset jatkuvuuden ylläpitämiseksi"*
- *"Rahoituksen pitäisi pääosin keskittyä sellaiseen toimintaan, joka tavoittaa suuren joukon ihmisiä, osin yleisönä ja osin osallistuvina. Taiteellisten instituutioiden (laitosteatterit yms.) tulisi hankkia valtaosa rahoituksestaan omilla tuloillaan tuottamalla suurta yleisöä kiinnostavaa materiaalia"*
- *"Korkeakulttuuri pärjätköön lipputuloilla ja yksityisten/yritysten lahjoituksilla. Yhteiskunnan varoista tuettava mieluummin harrastustoimintaa"*
- *"Jalat maahan ja jäitä hattuun! Korkeakulttuuriin ei uskalleta suhtautua kansanomaisesti ja järkipäisesti, koska hiukankin kriittiset mielipiteet leimataan "moukkamaisiksi" ja ikään kuin rasistisiksi. Ns. korkeakulttuuri pitää asettaa vain sille tasolle, jolla oikeasti on kysyntää ja maksajia. Tämän jälkimmäisen puolesta höyryävät lähinnä "hanhenmaksapalleroväki" ja pienryhmämarginaalit, jotka pyrkivät maksattamaan kaiken yhteiskunnan varoista. Toki kansa tarvitsee viihdettä (eniten kysyntää lienee kevyemmästä), eikä korkeakulttuuriakaan tarvitse kokonaan unohtaa"*
- *"Jos yhteiskunta säästää, kulttuurin tulee tehdä niin myös"*
- *"Jos entisessä määrin julkista tukea eri kohteisiin, niin hyvä. Kaupallinen kansainvälisyys jääköön vähälle (mm. Guggenheim haihattelut!!)"*

Osa vastaajista, noin yksi kahdestakymmenestä, otti kantaa ajankohtaiseen Guggenheim-museon rahoitukseen. Näistä suurin osa suhtautui hankkeen rahoituksen kielteisesti; jokunen myönteisesti, mikäli yksityinen sektori hoitaa rahoituksen.

#### **4. KULTTUURIN SAAVUTETTAVUUS JA KULUTTAMISEN ESTEET**

##### **4.1. Asuinpaikkakunnan kulttuuritarjontaan kohdentuvat toiveet**

###### **Kirjasto on pakko olla omalla asuinpaikkakunnalla**

Kulttuuritarjonta on saavutettavaa, kun erilaiset yleisöt voivat käyttää sitä ja osallistua siihen mahdollisimman helposti ja esteettömästi. Vastaajat ottivat kantaa siihen, kuinka tärkeätä on erilainen taide- ja kulttuuritarjontaa omalla asuinpaikkakunnalla. Kysymyksenasettelu liittyy myös ajankohtaiseen yleisempään keskusteluun lähipalveluiden ja seudullisten palveluiden saatavuudesta.



Tuloksista piirtyy kuva, jonka mukaan enemmistö pitää omalla asuinpaikkakunnalla vähintäänkin melko tärkeänä kahtatoista erilaista kulttuuritarjonnan muotoa kysytyistä kuudestatoista. Tärkeistä tärkeimpiä ovat kirjasto, kirjakauppa, elokuvateatteri, kansalaisopisto, taide- ja kulttuurialan harrastejärjestöt sekä erilaiset kulttuurifestivaalit. Enemmistön mielestä tärkeitä ovat myös teatteri, musiikkikauppa, museot, rock/jazz-konsertit ja erilaiset mahdollisuudet itse tehdä taidetta.

Toivelistan tyveen asettuvat ooppera, konserttitalo, tanssiesitykset ja taidemuseo. Oopperaa omalle paikkakunnalle pitää tärkeänä viidennes ja konserttitaloa reilu kaksi viidesosaa.

Mikäli ehdoksi asetetaan, että tarjonnan tulee olla yksiselitteisesti tärkeä, niin kriteerin ylittävät vain kirjasto, kirjakauppa ja elokuvateatteri. Kaikkien muiden kulttuurimuotojen osalta jäädytään alle enemmistökynnyksen.

Arvioinnin kohteena olleet kulttuuritarjonnan muodot voidaan faktoroida tiivistää kolmeen ylemmällä käsitteellisellä tasolla kulttuuritarjonnan kokonaisuuteen. Nämä ovat seuraavat.

- Kulttuurin perustarjonta (kirjasto, kirjakauppa, elokuvateatteri, musiikkikauppa)
- Osallistavan kulttuurin tarjonta (kulttuuri- ja taidejärjestöt, kuoro-, harrastajaorkesteri- ja harrastajateatteritoiminta, kansalaisopisto, musiikki- ja taidekoulu, rock/jazz-konsertit, tanssiesitykset)
- Korkeakulttuurin tarjonta (taidemuseo/muut museot, ooppera, konserttitalo, teatteri)

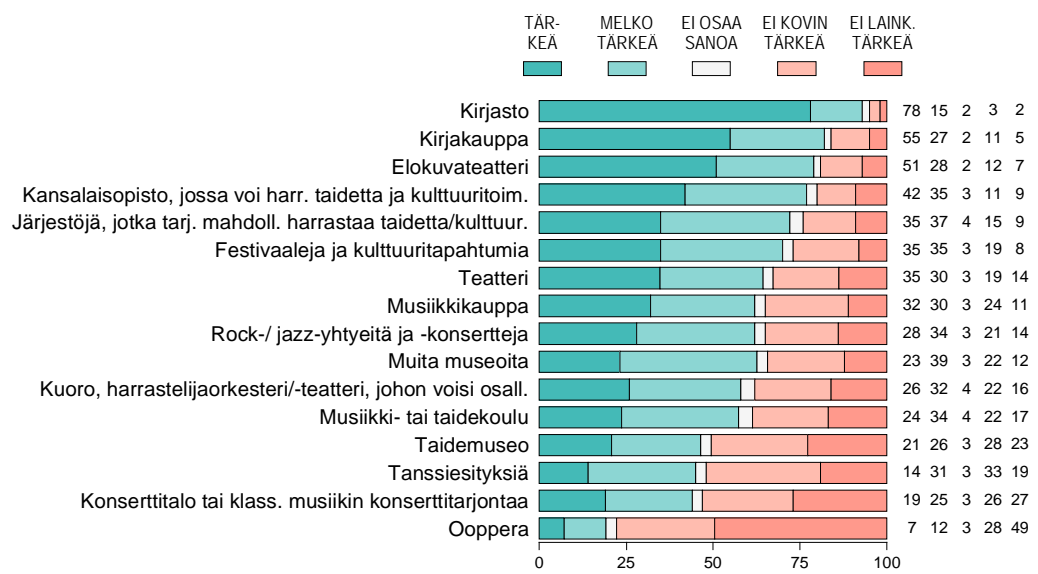
### **Kaupunkimaisissa asuinympäristöissä pidetään monipuolista kulttuuritarjontaa tärkeänä**

Kuntatyyppi selittää suhtautumista kulttuurimuotojen tarjonnan tarpeellisuutta omalla paikkakunnalla. Mitä kaupunkimaisemmassa kunnassa asutaan, sitä tärkeämmäksi useimmat kulttuurimuodot koetaan omalla asuinpaikkakunnalla. Näin etenkin kysytään teatterin, elokuvateatterin, oopperan, taide- ja muiden museoiden, konserttitalon, musiikki- ja taidekoulun, rock- ja jazz-konserttien, tanssiesitysten, kirja- ja musiikkikaupan sekä erilaisten festivaalien tarpeellisuudesta omalla asuinpaikkakunnalla.

Ooppera nousee keskimäärää tuntuvasti tärkeämmäksi oman asuinpaikkakunnan kulttuuripalveluksi lähinnä pääkaupunkiseudulla. Pääkaupunkiseudun asukkaista kaksi viidestä kokee oopperan tarjonnan olevan vähintäänkin melko tärkeä kulttuurimuoto. Samansuuntainen havainto koskee taidenäyttelyitä. Pääkaupunkiseudun asukkaat kokevat taidenäyttelytarjonnan tuntuvasti tärkeämmäksi kuin muualla asuvat.

## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

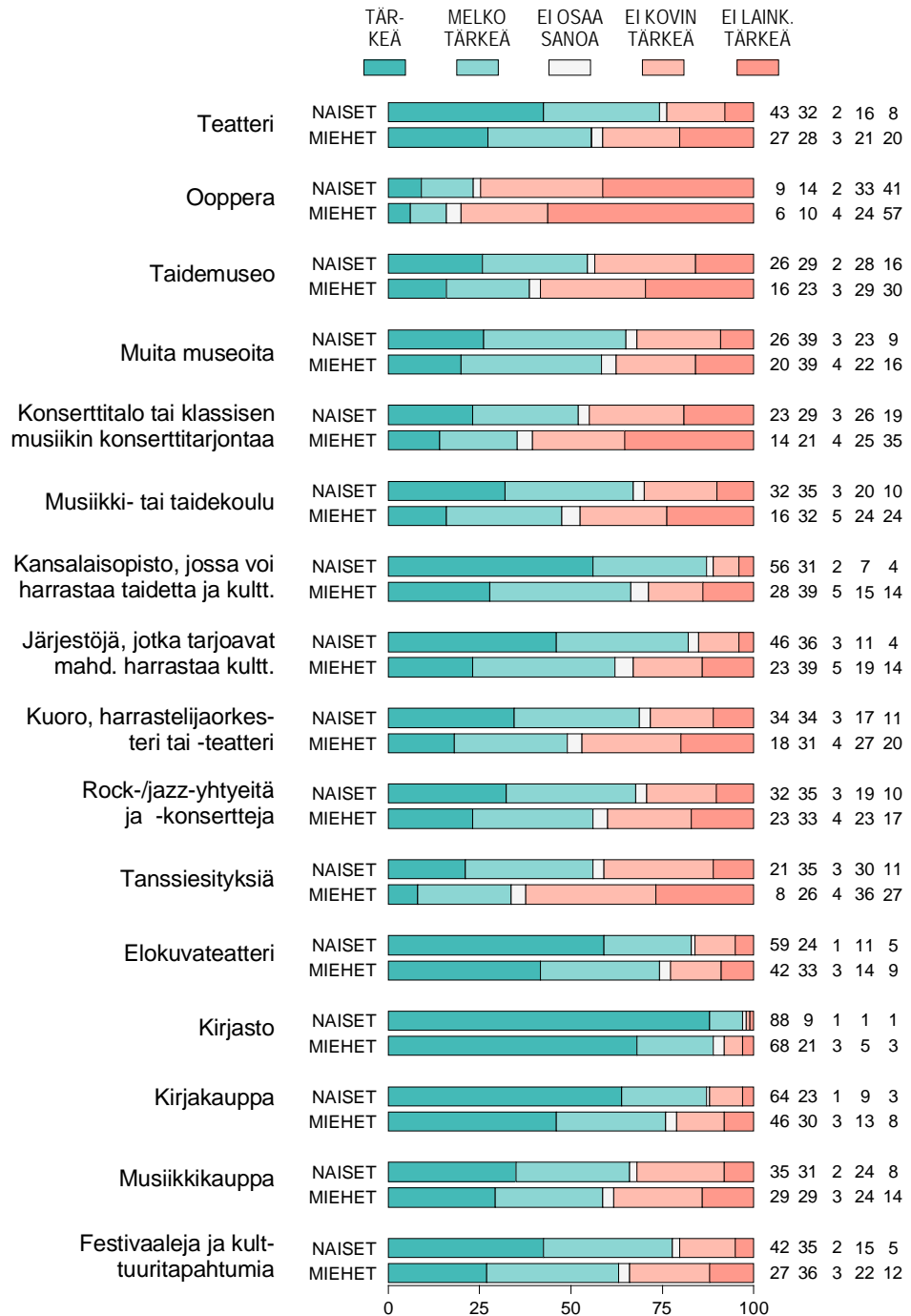
Kuvio 7. KUINKA TÄRKEÄNÄ PITÄÄ SITÄ, ETTÄ TAIDE- JA KULTTUURITARJONNAN ERI MUOTOJA OLISI TARJOLLA OMALLA ASUINPAIKKAKUNNALLA (tekstejä osin lyhennetty, %).



Suomen Kulttuurirahasto 2013

## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 7s. KUINKA TÄRKEÄNÄ PITÄÄ SITÄ, ETTÄ TAIDE- JA KULTTUURITARJONNAN ERI MUOTOJA OLISI TARJOLLA OMALLA ASUINPAIKKAKUNNALLA: NAISET vs. MIEHET (%).

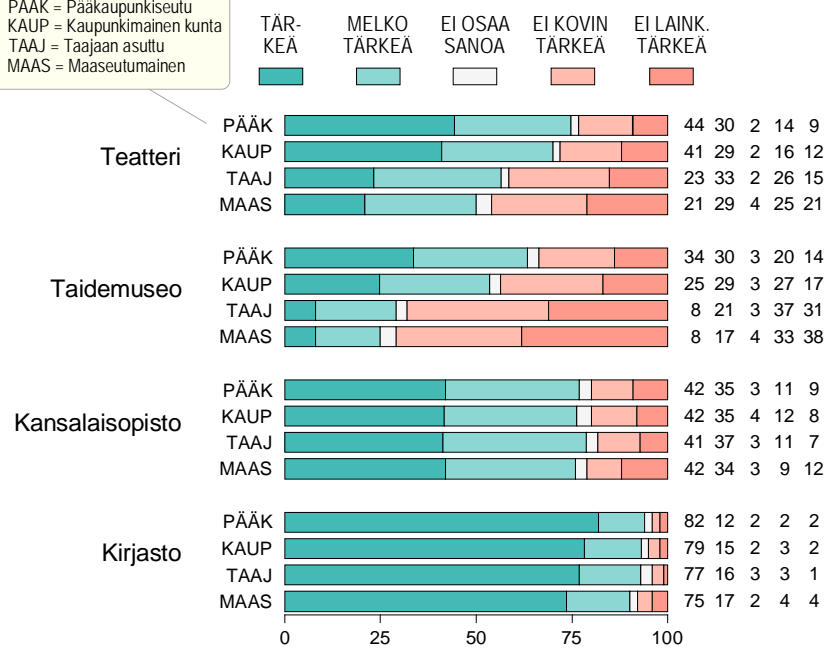


Suomen Kulttuurirahasto 2013

## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 7k. KULTTUURITARJONNAN TÄRKEYS ASUINPAIKKAKUNNALLA: ESIMERKKEJÄ KUNTATYYPIN MUKAISISTA EROISTA (%).

PÄÄK = Pääkaupunkiseutu  
 KAUP = Kaupunkimainen kunta  
 TAAJ = Taajaan asuttu  
 MAAS = Maaseutumainen



Suomen Kulttuurirahasto 2013

Osa kysytyistä kulttuuritarjonnan muodoista ja kulttuuripalveluista on sellaisia, että asuinpaikkakuntatyyppi ja kuntakoko eivät erottele näkemyksiä. Kirjasto ja kansalaisopisto koetaan yhtä tärkeäksi palveluksi omalla asuinpaikkakunnalla kuntatyyppistä riippumatta. Samansuuntainen havainto koskee kuoro-, harrastajaorkesteri- ja harrastajateatteritoimintaa sekä kulttuuri- ja taidealan järjestöjä. Eroja asuinpaikkakunnan välillä ei ole silloin, kun kyse on osallistavasta kulttuurin harrastamisesta, ts. kulttuurin harrastaja tekee muutakin kuin katselee, kuuntelee tai lukee.

Naisten ja miesten välinen ero on systemaattinen ja koskee kaikkea kulttuuritarjontaa. Mitä enemmän kulttuuritarjontaa vivahtaa korkeakulttuurilta, sitä suuremmaksi sukupuolten välinen ero muodostuu. Ero on näkyvä, joskaan ei kovin voimakas, myös kirjastopalveluiden tärkeyttä arvioitaessa.

## 4.2. Kulttuurin kuluttamisen esteet

### **Sisäänpääsymaksut, etäisyydet ja vähäinen kiinnostus ovat merkittävimmät esteet**

Kulttuurin saavutettavuutta on ainakin periaatteessa mahdollisuus parantaa poistamalla osallistumisen esteitä. Esteet voivat liittyä aisteihin, tiedotukseen, ymmärtämisen vaikeuteen, asenteisiin, fyysisiin tai taloudellisiin tekijöihin.

Tutkimuksessa vastaajat ottivat kantaa siihen, mitkä tekijät estävät itseä käyttämästä tarjolla olevia kulttuuripalveluita. Tehtävänä oli valita kymmenen eri tekijää sisältävältä listalta korkeintaan kolme merkittävintä.

Tärkeimmäksi yksittäiseksi syyksi olla käyttämättä kulttuuripalvelutarjontaa nousee sisäänpääsymaksujen hinta. Lähes joka toinen valitsee hinnan kolmen tärkeimmän syyn joukkoon. Muita merkittäviä tekijöitä tarjonnasta pidättäytymiselle ovat muiden harrastusten viemä aika ja resurssit, pitkät matkat sekä tarjonnan sopimattomuus itselle ja vähäinen kiinnostus yleensä kulttuuria ja taidetta kohtaan. Kiinnostuksen puute on vähintäänkin yhtä merkittävä este kuin hinta, mikäli tarjonnan sopimattomuus itselle ja yleinen kiinnostumattomuus lasketaan yhteen.

Tiedon puute tarjonnasta tai terveydelliset syyt eivät ole yleisesti ottaen kovin merkittäviä kulttuurin kuluttamisen esteitä. Näitä eivät ole myöskään kulttuuritilaisuuksien ajat tai sopivan seuran puute.

Jos kulttuurin kuluttamisen esteitä koskevia tuloksia vertaa liikuntatutkimuksissa saatuihin tietoihin liikunnan harrastamisen esteistä, niin tärkeimmät syyt olla osallistumatta ovat erilaisia (Kansallinen liikuntatutkimus 2001-2002, 2005-2006 ja 2009-2010).

## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

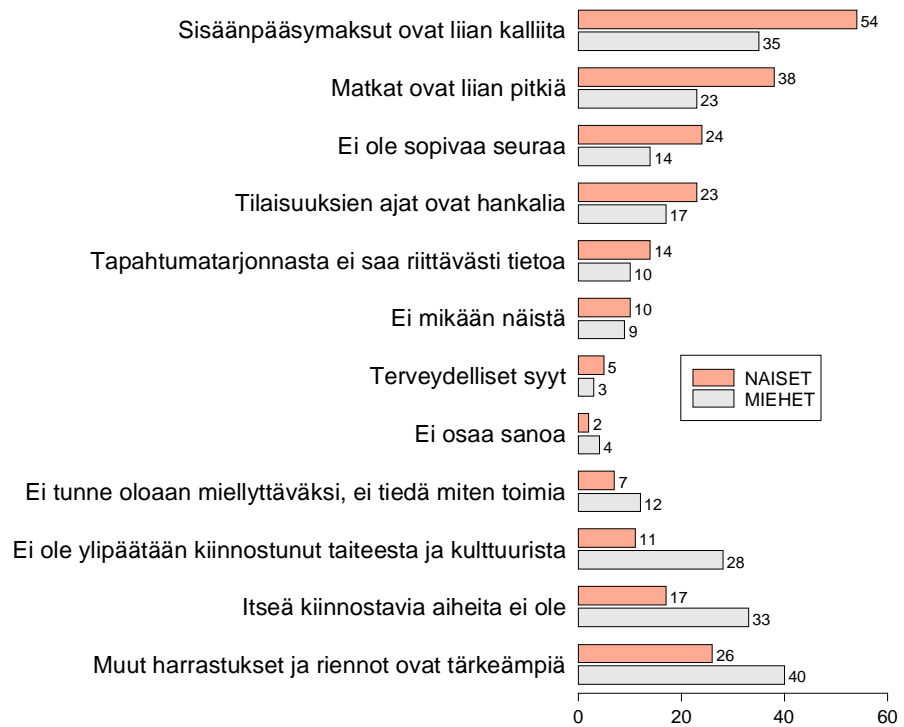
Kuvio 2. MISSÄ MÄÄRIN ERI TEKIJÄT ESTÄVÄT OMAA OSALLISTUMISTA JOILLAKIN KULTTUURITARJONNAN ALUEILLA (kuuluu kolmen tärkeimmän syyn joukkoon, %).



Suomen Kulttuurirahasto 2013

Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 2s. MISSÄ MÄÄRIN ERI TEKIJÄT ESTÄVÄT OMAA OSALLISTUMISTA: NAISET vs. MIEHET (kuuluu kolmen tärkeimmän syyn joukkoon, %).



Suomen Kulttuurirahasto 2013

Hinta on kulttuurin harrastamisessa suurempi este kuin liikuntapalveluiden käytössä. Vastaavasti terveydellisillä syillä on pienempi painoarvo kulttuurin kuluttamisessa kuin liikunnan harrastamisessa. Molemmilla kulttuurin kentillä koetaan, että muut harrastukset kuuluvat merkittävien esteiden joukkoon. Käytännössä tämä merkitsee sitä, että erilaiset harrastamisen muodot kilpailevat ihmisten ajasta ja voimavaroista. Keskitytään siihen, mikä kiinnostaa eniten.

### **Naiset ja aktiiviset kulttuurin suurkuluttajat pitävät sisäänpääsymaksuja kalliina**

Naiset, jotka kuluttavat kulttuuria miehiä enemmän, valittavat sisäänpääsymaksujen kalleutta, pitkiä matkoja ja sopivan seuran puutetta. Miehet puolestaan nostavat tärkeiden kulttuurin kuluttamisen esteiden joukkoon muut harrastukset ja vähäisen kiinnostuksen.

Nuorten mielestä kulttuuripalveluiden kuluttamisen merkittävin este on liian korkeat sisäänpääsymaksut. Keskimäärää useampi mainitsee myös sopivan seuran puutteen ja vähäisen kiinnostuksen.

Kulttuurin kuluttamisella on yhteyttä näkemyksiin esteistä. Aktiiviset suurkuluttajat pitävät kaikkein tärkeimpänä esteenä sisäänpääsymaksujen korkeutta. Kaksi viidestä kuitenkin ilmoittaa, että ei ole mitään esteitä olla kuluttamatta kulttuuria.

Valikoivien aktiivisten suurkuluttajien keskuudessa korostuu hinnan merkitys esteenä osallistumiselle kulttuuritarjontaan, tietyssä määrin myös etäisyydet. Etäisyydet aiheuttavat kustannuksia, minkä takia hintatekijä saattaa oikeasti olla esteenä kulttuurin kuluttamisen lisäämiselle.

Passiivisten yksipuolisten (satunnaiset) kulttuurin kuluttajien mielestä sisäänpääsymaksujen ohella merkittäviä kulttuurin kuluttamisen esteitä ovat muut harrastukset ja sitä kautta vähäinen kiinnostus kulttuuria kohtaan.

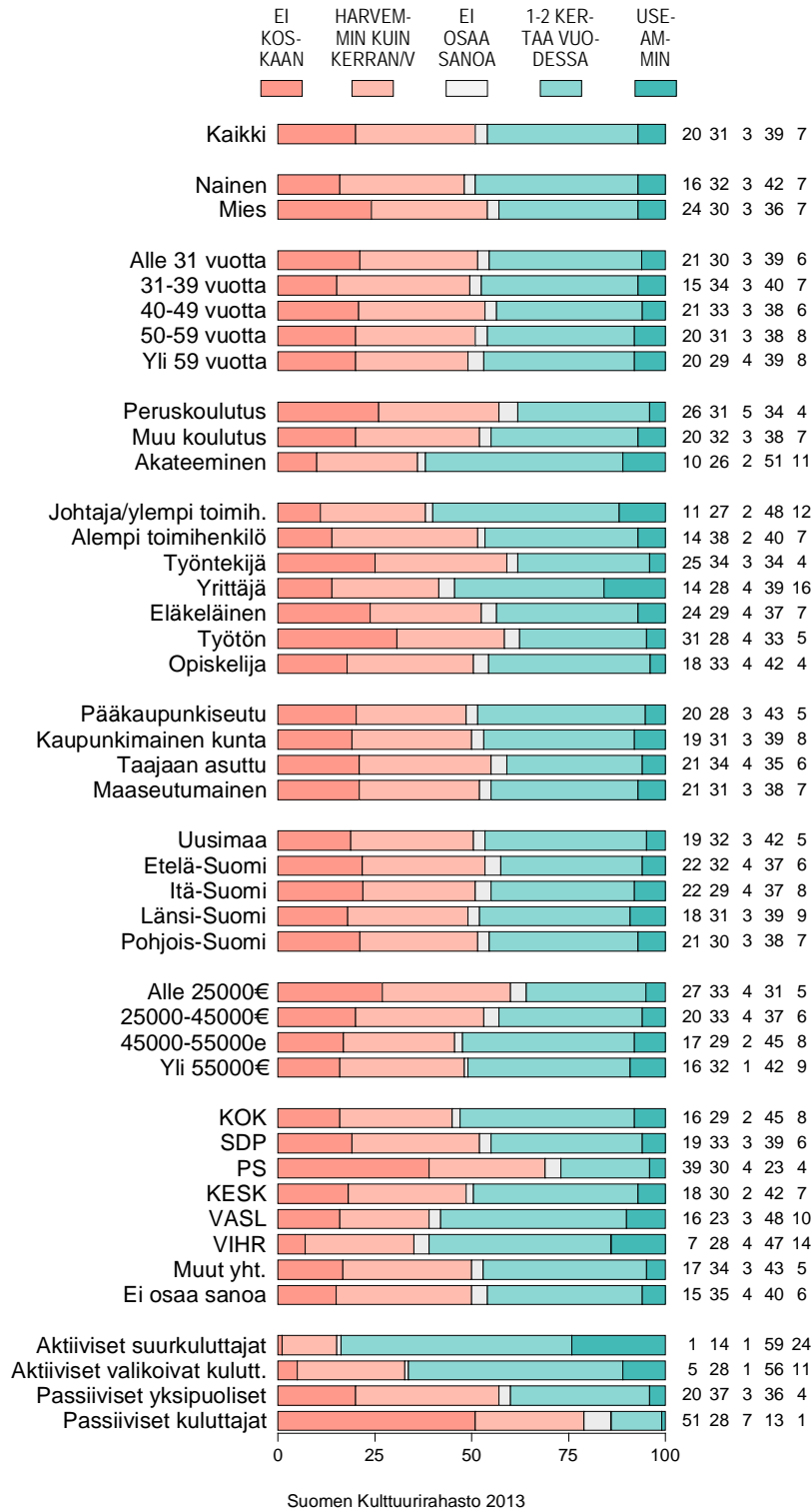
Passiivisten kulttuurin kuluttajien keskuudessa merkittävin osallistumista tekijä on yleinen kiinnostuksen vähäisyys, jopa vastenmielisyys kulttuuria ja taidetta kohtaan. Pieni osa tähän ryhmään kuuluvista voisi lisätä kulttuurin satunnaista kuluttamista, jos kulttuuritarjonta olisi heille taloudellisesti edullisempaa tai jopa ilmaista.

Liian pitkät matkat kuuluivat tärkeimpien esteiden joukkoon. Itä- ja Pohjois-Suomessa, taajaan asutuissa ja maaseutumaisissa kunnissa etäisyydet ovat kaikkein merkittävin kulttuuritarjonnan osallistumisen este. Siinä missä pääkaupunkiseudulla valitetaan sisäänpääsymaksujen kalleutta, maaseutumaisissa kunnissa pitkiä matkoja. Pitkät matkat lisäävät kuluttamisen kustannuksia ja vievät myös aikaa.



## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 8e. OLISIKO VALMIS MATKUSTAMAAN 200 KM VOIDAKSEEN KÄYDÄ KONSERTISSA, TEATTERISSA, NÄYTTELYSSÄ, KIRJASTOSSA TAI MUUSSA KULTTUURITA-PAHTUMASSA (%).



## **Noin puolet suomalaisista on valmis matkustamaan kulttuurin perässä kaksisataa kilometriä ainakin kerran vuodessa**

Etäisyyksiä koskien tutkimuksessa vastaajille esitettiin kysymys halukkuudesta matkustaa 200 km voidakseen käydä konsertissa, teatterissa, näyttelyssä, kirjastossa tai muussa kulttuuritapahtumassa.

Suomalaisista vain viidennes (20 %) sanoo, että ei ole koskaan valmis matkustamaan kulttuurin tähden kahtasataa kilometriä. Lähes joka toinen (46 %) olisi valmis matkustamaan kerran pari vuodessa tai jopa useammin. Seitsemän prosenttia ilmoittaa, että useammin kuin pari kertaa vuodessa kävisi päinsä.

Alueellisilla tekijöillä ei ole suoranaisesti yhteyttä valmiuteen matkustaa 200 km kulttuuritilaisuuteen kerran, pari tai useammin vuodessa. Myöskään kuntatyyppi ei vaikuta siihen, ollaanko halukkaita matkustamaan kulttuurin perässä. Vaikka pitkiä matkoja pidetään maaseutumaisissa kunnissa, Pohjois- ja Itä-Suomessa merkittävänä esteinä osallistua, niin valmiutta kuitenkin löytyy samassa määrin kuin muuallakin maassa.

Matkustushalukkuus on yhteydessä koulutukseen ja kulttuurin kuluttamiseen. Koulutustaustan mukaan etenkin akateemisen tutkinnon suorittaneiden keskuudessa on runsaasti niitä, jotka olisivat valmiita matkustamaan pidemmänkin matkan kulttuurin nälän tyydyttämiseksi.

Aktiiviset kulttuurin suurkuluttajat ovat muita halukkaampia matkustamaan kulttuurin autintojen perässä. Neljännes ryhmään kuuluvista on valmis matkustamaan 200 km useammin kuin kaksi kertaa vuodessa. Päinvastaista näkemystä edustavat passiiviset kuluttajat. Passiivisista kuluttajista enemmistö ei halua koskaan matkustaa pidempää matkaa kulttuuripalveluita saadakseen.

## **5. KULTTUURITIEDON SAANTI**

### **5.1. Eri kanavien ja tietolähteiden merkitys kulttuuritiedon jakajina**

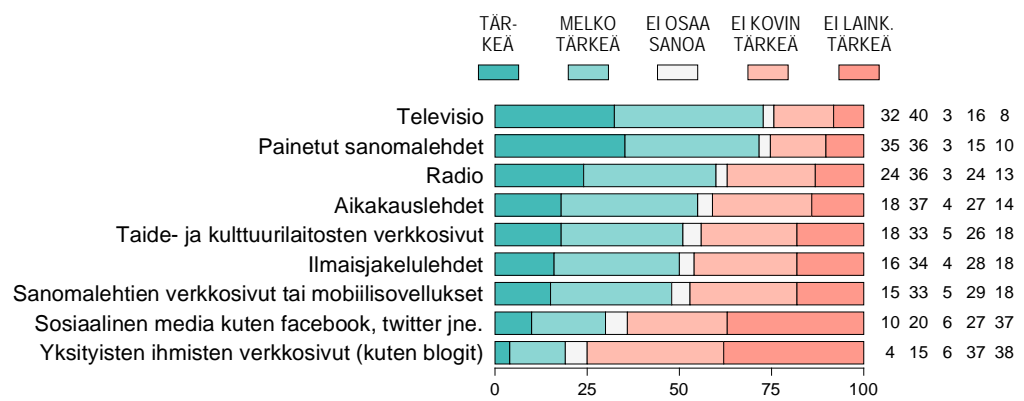
#### **Reilusti yli miljoona suomalaista pitää vähintään melko tärkeänä sitä, että voi saada tietoa kulttuurista sosiaalisen median kautta**

Tarjonnan ja saavutettavuuden lisäksi kulttuurin kuluttamiseen ja kiinnostusarvoon vaikuttaa tiedonvälitys. Tutkimuksessa vastaajia pyydettiin arvioimaan kuinka tärkeitä erilaiset kulttuurin tietolähteet ovat heille itselleen.

Joukkotiedotusvälineiden merkitys nousee, ymmärrettävästi, selvästi suurimmaksi. Televisio ja painetut sanomalehdet koetaan kulttuurin tietolähteistä tärkeimmiksi. Valtaosa pitää vähintään melko tärkeänä sitä, että voi saada tietoa televisiosta tai painetuista sanomalehdistä.

## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

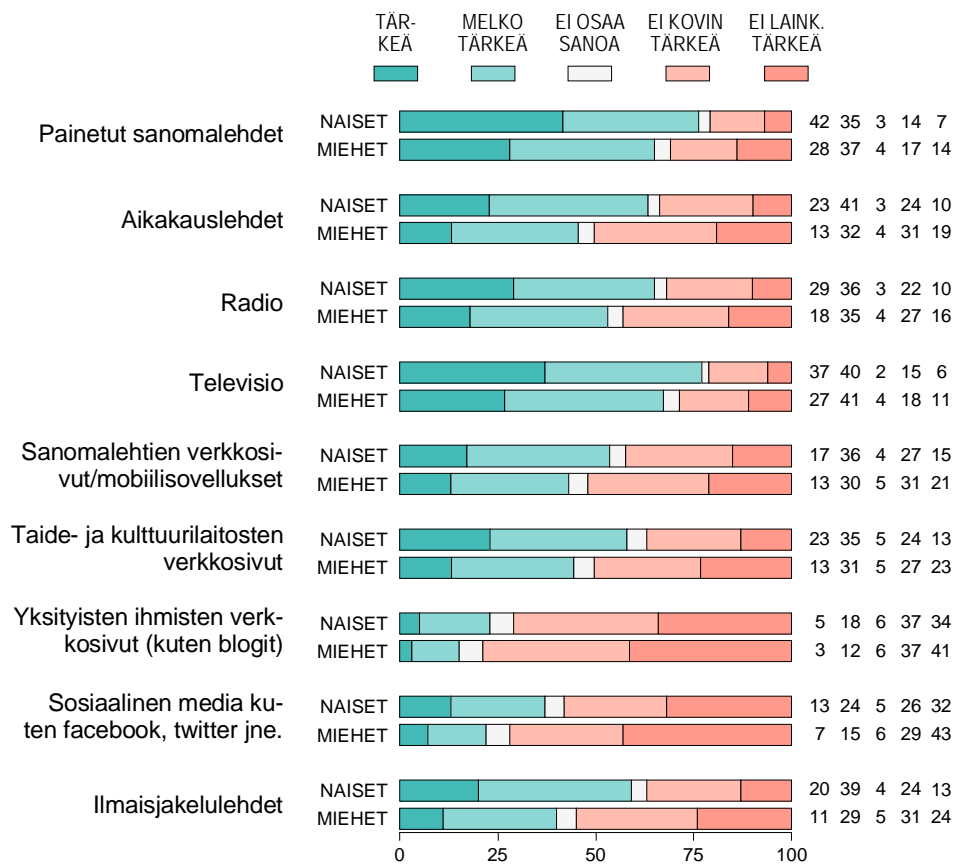
Kuvio 9. MINKÄ KANAVIEN KAUTTA HALUAISI LUKEA TAI KUULLA KULTTUURISTA, KUINKA TÄRKEINÄ PITÄÄ ERI KANAVIA (%).



Suomen Kulttuurirahasto 2013

## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

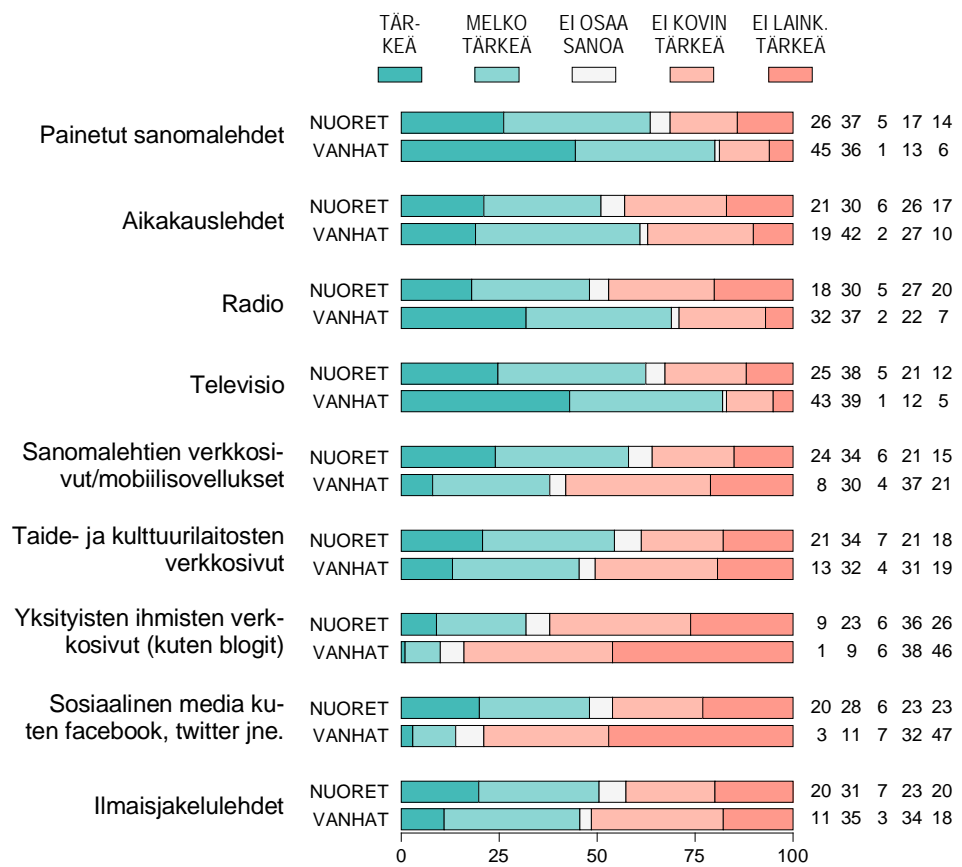
Kuvio 9s. MINKÄ KANAVIEN KAUTTA HALUAISI LUKEA TAI KUULLA KULTTUURISTA: NAISET vs. MIEHET (%).



Suomen Kulttuurirahasto 2013

## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 9i. MINKÄ KANAVIEN KAUTTA HALUAISI LUKEA TAI KUULLA KULTTUURISTA: NUORET (<31v.) vs. VANHAT (>59v.,%).



Suomen Kulttuurirahasto 2013

Lähimmäksi painettuja sanomalehtiä, televisiota ja radiota asettuvat aikakauslehdet sekä taide- ja kulttuurilaitosten verkkosivut. Puolet väestöstä pitää taide- ja kulttuurilaitosten verkkosivuja ainakin melko tärkeinä tietolähteinä. Tämä tarkoittaa yli kahta miljoonaa suomalaista. Tulos kuvastaa yhtäältä internetin ja tietoverkkojen kasvavaa merkitystä myös kulttuuritiedon tärkeänä tiedonsaantikanavana.

Vähämerkityksisimmiksi näin arvioiden jäävät erilaiset yksityisten ihmisten verkkosivut (kuten blogit), sosiaalinen media (kuten facebook, twitter jne.) Sosiaalisen median merkitystä ei kuitenkaan pidä väheksyä. Vajaa kolmannes kohderyhmään kuuluvista kansalaisista tarkoittaa sitä, että lähes 1,3 miljoonaa suomalaista pitää vähintään melko tärkeänä sitä, että voi saada tietoa kulttuurista sosiaalisen median kautta.

### **Koulutustasolla ei ole johdonmukaista yhteyttä näkemyksiin tietolähteiden merkityksestä**

Sukupuoli erottelee tietolähteiden käyttöä. Kaikkien lähteiden osalla havaitaan jonkinasteisia eroja. Naiset pitävät kaikkia kanavia tärkeämpiä kuin miehet. Aikakaus- ja ilmaisjakelulehtien, kulttuurilaitosten verkkosivujen sekä sosiaalisen median merkitys korostuu naisten kulttuuritiedon hakukanavana.

Iän yhteydessä selvimmin esille nousee mobiili- ja tietoverkkojen merkitys. Nuoret nojaavat näkyvästi median verkkosivuihin tai mobiilisovelluksiin, sosiaaliseen mediaan, sekä kulttuurilaitosten verkkosivuihin. Ikääntyneiden keskuudessa korostuu perinteisen median asema. Kuitenkin myös ikääntyneistä lähes kaksi viidestä pitää vähintäänkin melko tärkeänä sitä, että saa tarvittaessa tietoa sanomalehtien verkkosivuilta.

Koulutustasolla ei ole, ehkä yllättäen, niin voimakasta yhteyttä näkemyksiin eri tietolähteiden merkityksestä kuin olettaisi olevan. Akateemisesti koulutetut arvioivat suurelta osin eri tiedonsaantikanavia lähes samalla tavoin kuin väestö keskimäärin. Korkeasti koulutetut pitävät kulttuurilaitosten verkkosivuja kyllä hieman tärkeämpänä kuin vähemmän koulutetut, mutta sosiaalista mediaa taas vähemmän tärkeänä kuin heikommin koulutetut.

Sen sijaan kulttuurin kuluttamisella on yhteyttä. Suurkuluttajat pitävät kaikkia tiedonsaantikanavia tärkeämpiä kuin vähemmän kuluttavat ja imevät tietoa kaikkialta. Passiiviset kuluttajat pitävät jossain määrin arvossa perinteistä mediaa, jos sitäkään.

## 5.2. Kulttuurijournalismin merkitys itselle

### Taiteilijoiden haastattelut ja esittelyt koetaan itselle tärkeimmiksi aiheiksi

Kulttuurisen tiedonvälityksen merkitykseen ja kiinnostavuuteen vaikuttaa sisältö. Millainen kulttuurijournalismi ja -tiedonvälitys koskettaa henkilökohtaisesti? Tähän kysymykseen vastaamiseksi haasteltujen tuli puntaroida, miten tärkeitä heille itselleen olisivat erilaiset kulttuurijournalismin sisältöalueet.

Henkilökohtaisesti merkittävimmiksi, tällä tavalla mitattuna, koetaan taiteilijoiden haastattelut ja esittelyt. Enemmistö pitää taiteilijoiden haastatteluja ja esittelyjä ainakin melko tärkeinä asioina. Muut sisällöt jäävät tuntuvasti jälkeen. Kaksi viidestä pitää henkilökohtaisesti tärkeänä taidemaailman uutisia ja lähes samansuuruinen joukko taiteen yhteiskunnallisia vaikutuksia käsitteleviä juttuja sekä taiteen sisältöä käsitteleviä laajoja artikkeleita. Merkillepantavaa on myös se, että alakulttuureja ja marginaaleja käsittelevät jutut ovat jossain määrin merkityksellisiä noin kolmannekselle.

Tuloksiin saattaa sisältyä sosiaalisen suotavuuden vaikutusta. Taiteen yhteiskunnallisista vaikutuksista tai taiteen sisältöä pohtivista laajoista artikkeleista saatetaan olla kohtuullisessa määrin kiinnostuneita, koska niistä kuuluukin olla ”kiinnostunut”. Tämä ei kuitenkaan sulje pois sitä, etteivätkö kansalaiset arvostaisi tämänkaltaista kulttuurijournalismia ja pitäisi sitä aidosti merkityksellisenä.

### Kohuille altistuu, haluaapa tai ei

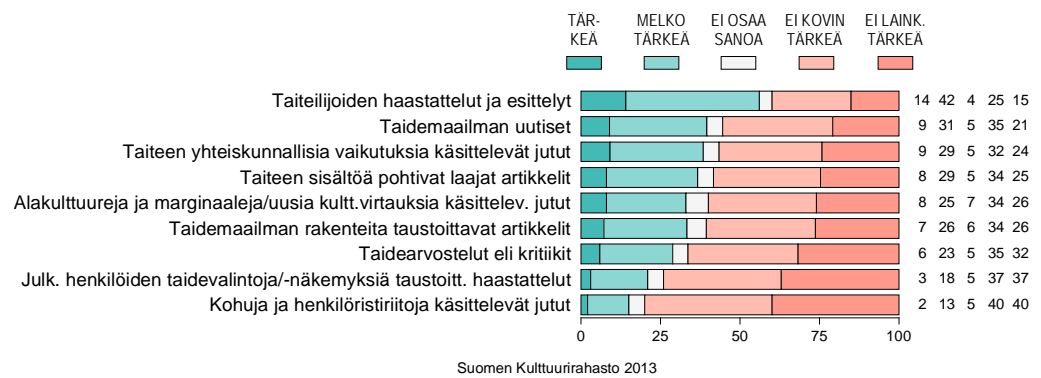
Kaikkein etäisimmiksi sisältöalueiksi tällä osoittautuvat kohuja ja henkilöristiriitoja käsittelevät jutut sekä julkisuuden henkilöiden (poliitikot, urheilijat jne.) taidevalintoja/-näkemyksiä taustoittavat haastattelut. Kohu-uutisoinnin vähäinen painoarvo selittyy osaksi sosiaalisen suotavuuden ongelmalla.

Tulosta voi tulkita myös siten, että kohut eivät ole itselle ja omalle hyvinvoinnille tärkeitä asioita, vaikka herättävät huomiota ja uteliaisuutta. Kohut, skandaalit ja henkilöristiriidat ovat paheksuttavia, sen tähden niistä uutisoidaan runsaasti, esim. Marimekko-kohu. Ne ärsyttävät, kiihdyttävät, herättävät intohimoja. Niille altistuu, haluaa tai ei. Tarjonnan volyymit mediassa ovat sisältöalueiden osalta erilaisia. Taiteen sisältöä pohtiviin laajoihin artikkeleihin tutustumiseksi joutuu näkemään vaivaa, kohuihin pääsee osalliseksi helpolla vaikka ummistaisi silmänsä ja korvansa.

Muuttujien keskinäisiä riippuvuuksia tarkastelemalla käy ilmi, että julkkisten haastattelut ja kohu-uutiset muodostavat kulttuurijournalismin muista sisältöalueista poikkeavan oman erillisen rakenteellisen kokonaisuuden. Tämä viittaa siihen, että niitä ei mielletä osaksi varsinaista kulttuurijournalismia, vaan pikemminkin ovat osa muuta journalismia.

Suomalaiset ja kulttuuri 2013

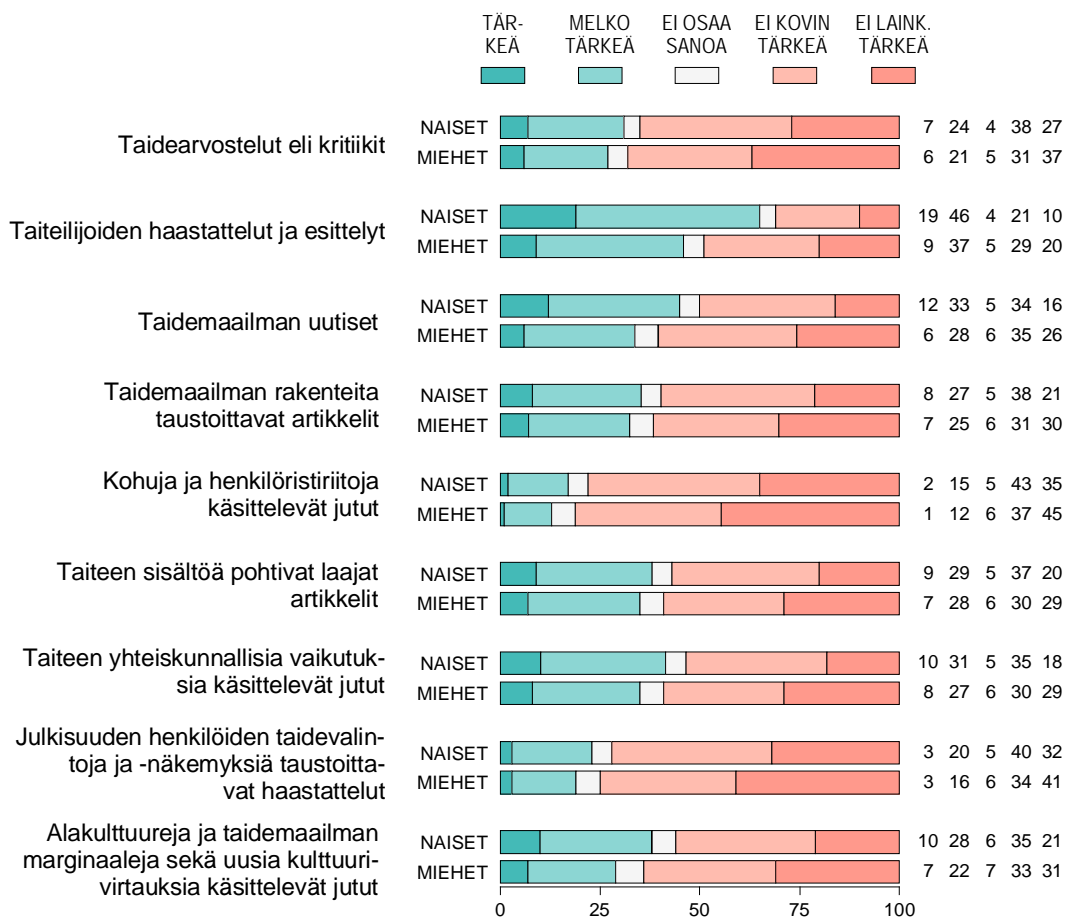
Kuvio 10. MILLAINEN KULTTUURIJOURNALISMI JA -TIEDONVÄLITYS OLISI ITSELLE HENKILÖKOHTAISESTI TÄRKEÄÄ (tekstejä osin lyhennetty, %).





Suomalaiset ja kulttuuri 2013

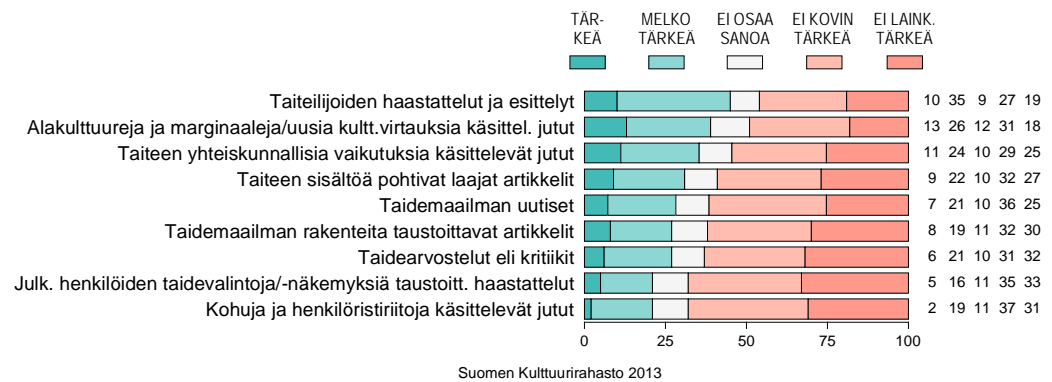
Kuvio 10s. MILLAINEN KULTTUURIJOURNALISMI JA -TIEDONVÄLITYS OLISI ITSELLE TÄRKEÄÄ: NAISET vs. MIEHET (%).



Suomen Kulttuurirahasto 2013

Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 10n. MILLAINEN KULTTUURIJOURNALISMI JA -TIEDONVÄLITYS OLISI ITSELLE HENKILÖ-  
KOHTAISESTI TÄRKEÄÄ: NUORTEN (<31v.) ARVIOT (%).



Hieman erilaisen näkökulman saa tuloksista muuntamalla prosenttiluvut lukumääräksi. Taiteilijoiden haastattelut ovat ainakin melko tärkeitä 2,2 miljoonalle ihmiselle. Vaikka vain kuudesosa pitää taidemaailman kohuja henkilökohtaisesti tärkeinä, niin ne koskettavat kuitenkin 600.000 kohderyhmään kuuluvaa. Pieni prosenttiluku tarkoittaa kuitenkin suurta joukkoa ihmisiä.

### **Alakulttuurit ja marginaalit koskettavat nuoria**

Miesten ja naisten eroista voisi todeta, että naiset kokevat itselle miehiä tärkeämmiksi taiteilijoiden haastattelut ja taidemaailman uutiset. Muissa sisältöalueissa erot ovat pienempiä.

län mukaisista riippuvuuksista voi todeta, että muutamat sisältöalueet vetoavat enemmän nuorempiin ikäluokkiin kuin varttuneempiin. Alakulttuurit ja taidemaailman marginaalit ovat nuoremmille läheisempiä asioita kuin ikääntyneille. Kohut ja henkilöristiriidat koskettavat enemmän nuorempia ikäluokkia kuin ikääntyneempiä. Ikääntyneet kokevat taidemaailman uutiset, taidekriitikit sekä taiteilijoiden haastattelut henkilökohtaisesti tärkeämmiksi sisällöiksi kuin nuoremmat.

Nuoret ovat eniten kiinnostuneita taiteilijoiden haastatteluista ja esittelyistä. Toiseksi eniten kiinnostusta kohdentuu alakulttuureihin ja taidemaailman marginaaleihin. Kohut ja henkilöristiriidat asettuvat myös nuorten listalla tyveen, vaikka ne kiinnostavatkin nuoria enemmän kuin ikääntyneempiä.

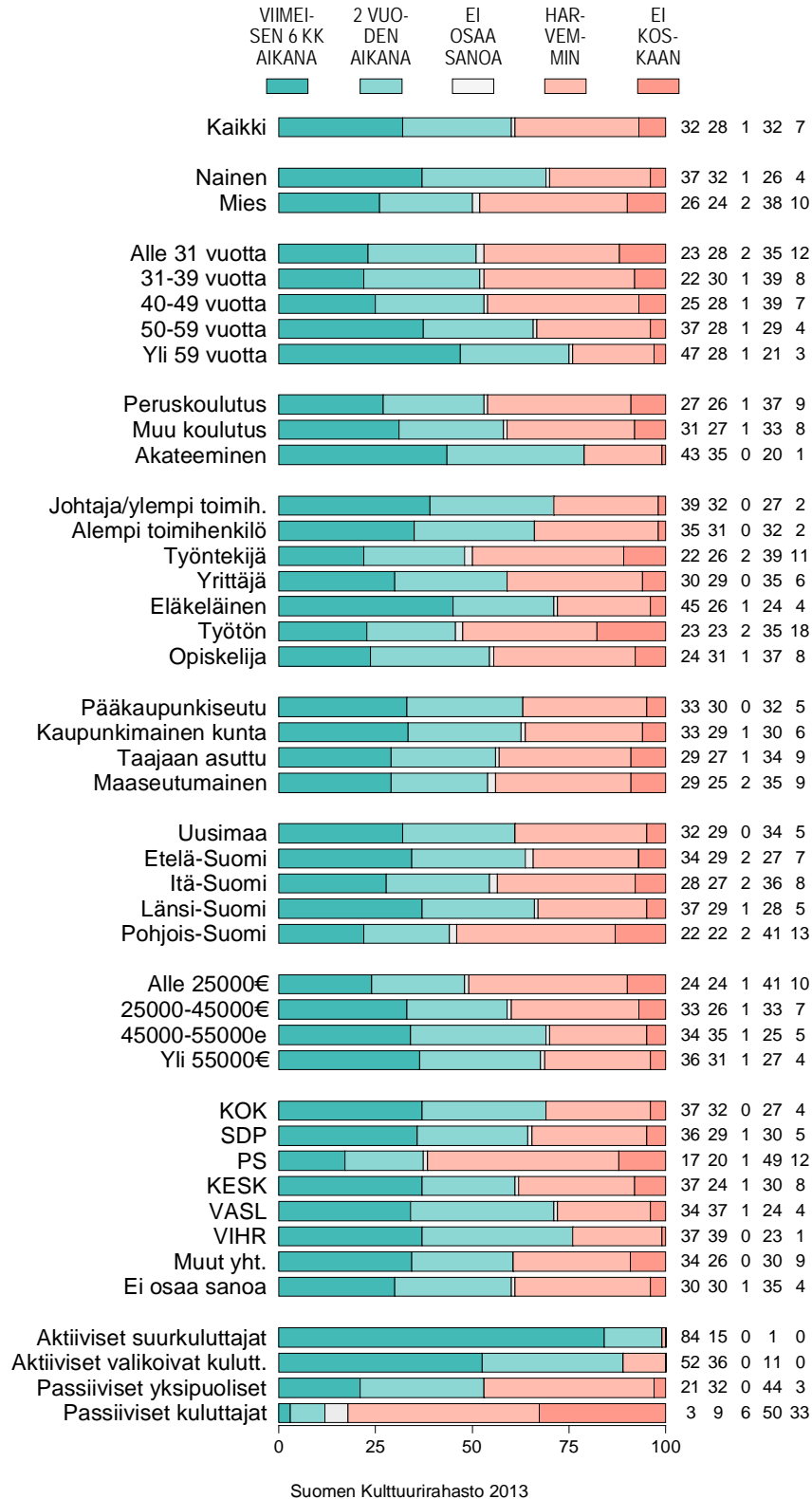
Koulutustausta heijastuu vastauksissa siten, että korkeasti koulutetut arvostavat kaikkia sisältöalueita keskimäärää enemmän, pois lukien ns. julkkisten taidehaastattelut sekä kohut ja henkilöristiriitoja käsittelevät jutut.

Kulttuurin kuluttaminen näkyy vastauksissa. Mitä aktiivisemmin kulttuuria kulutetaan, sitä tärkeämpää itselle on kaikenlainen kulttuurijournalismi.

## LIITEKUVIOT

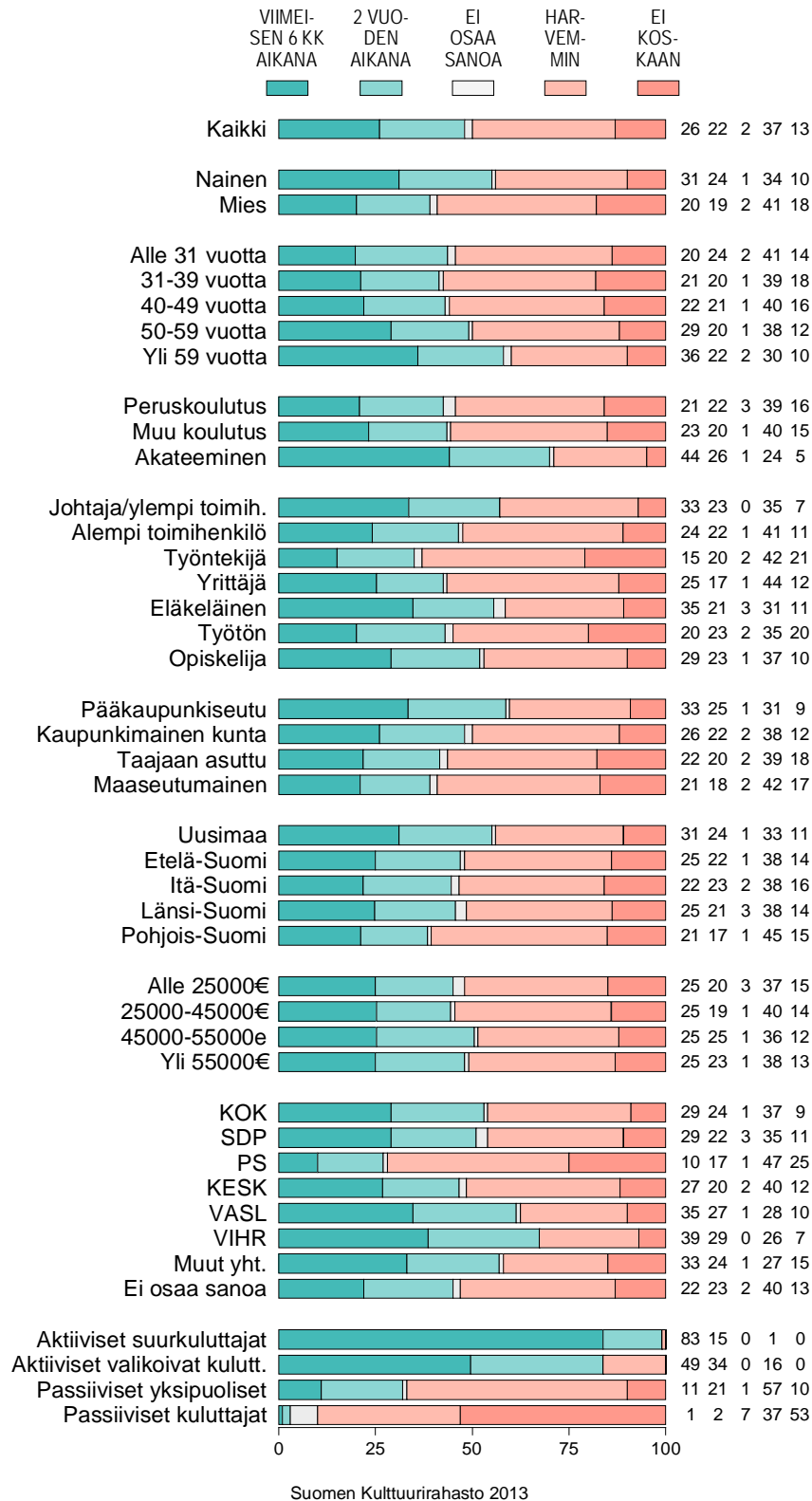
## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 1-1. KÄYNYT KULTTUURI- JA TAIDEKOHOEISSA: TEATTERI (%).

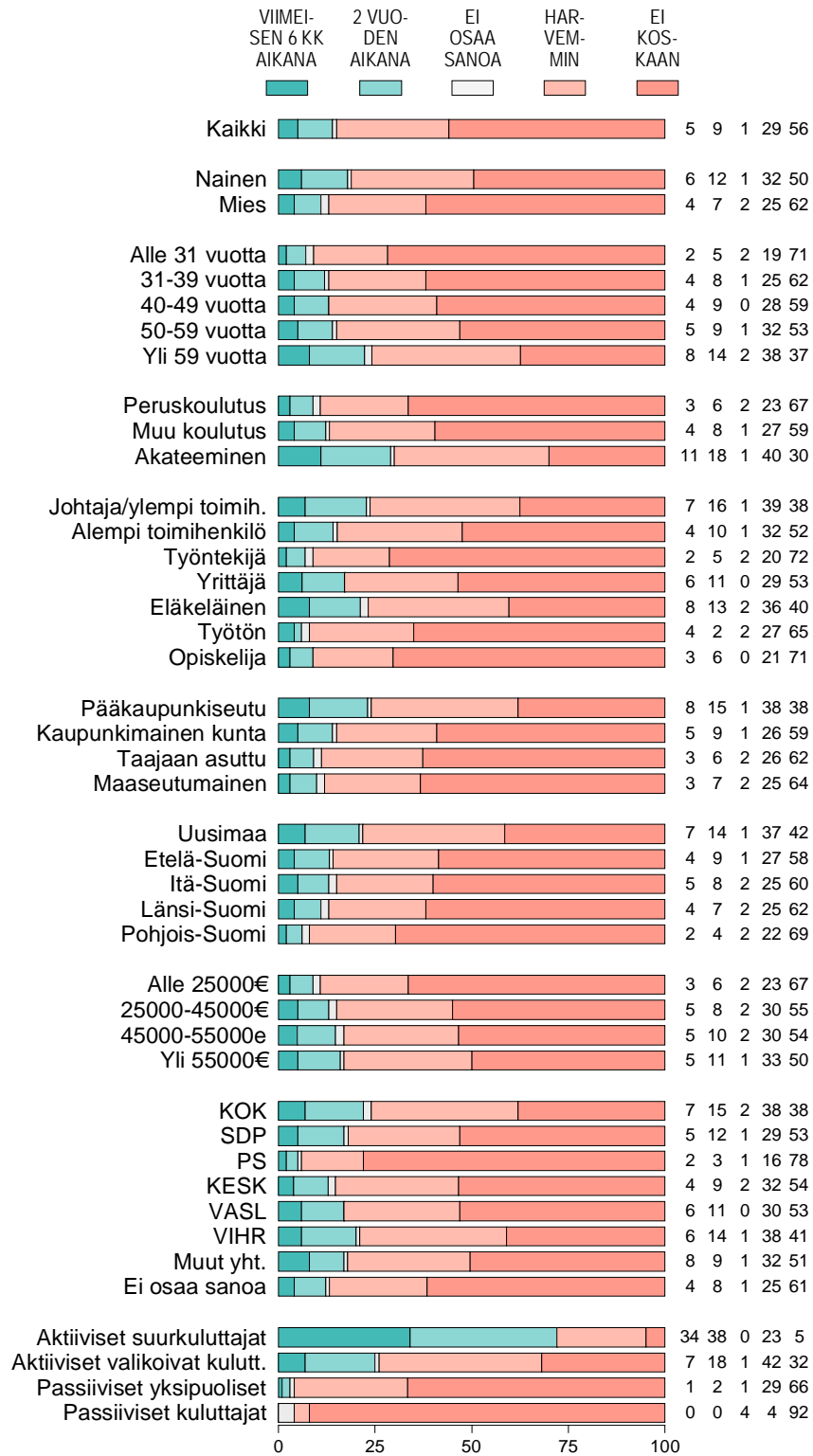


## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 1-3. KÄYNYT KULTTUURI- JA TAIDEKOHOEISSA: TAIDE-NÄYTTELY (%).

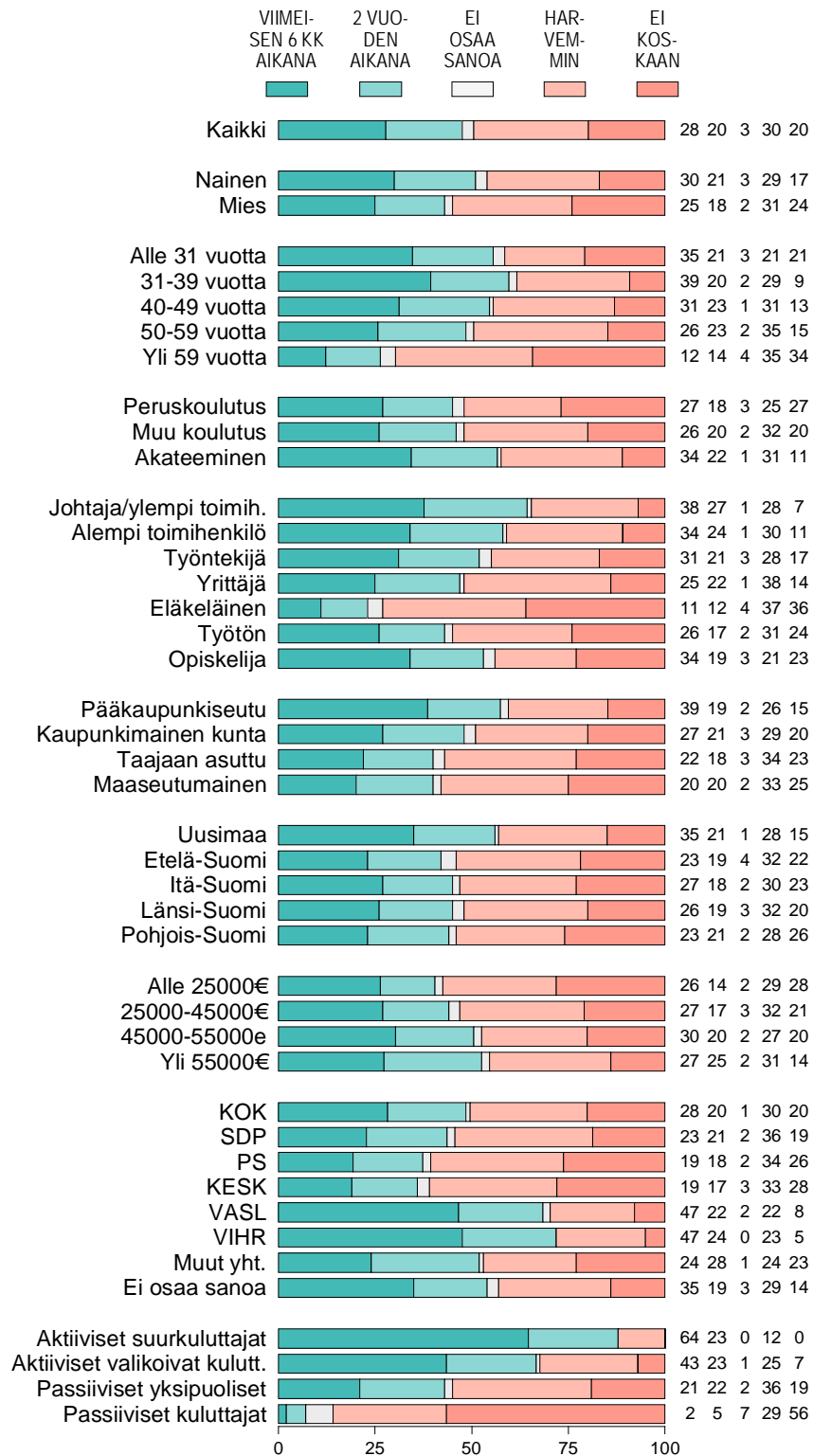


## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 1-5. KÄYNYT KULTTUURI- JA TAIDEKOHOEISSA: OOPPE-  
RA (%).

## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

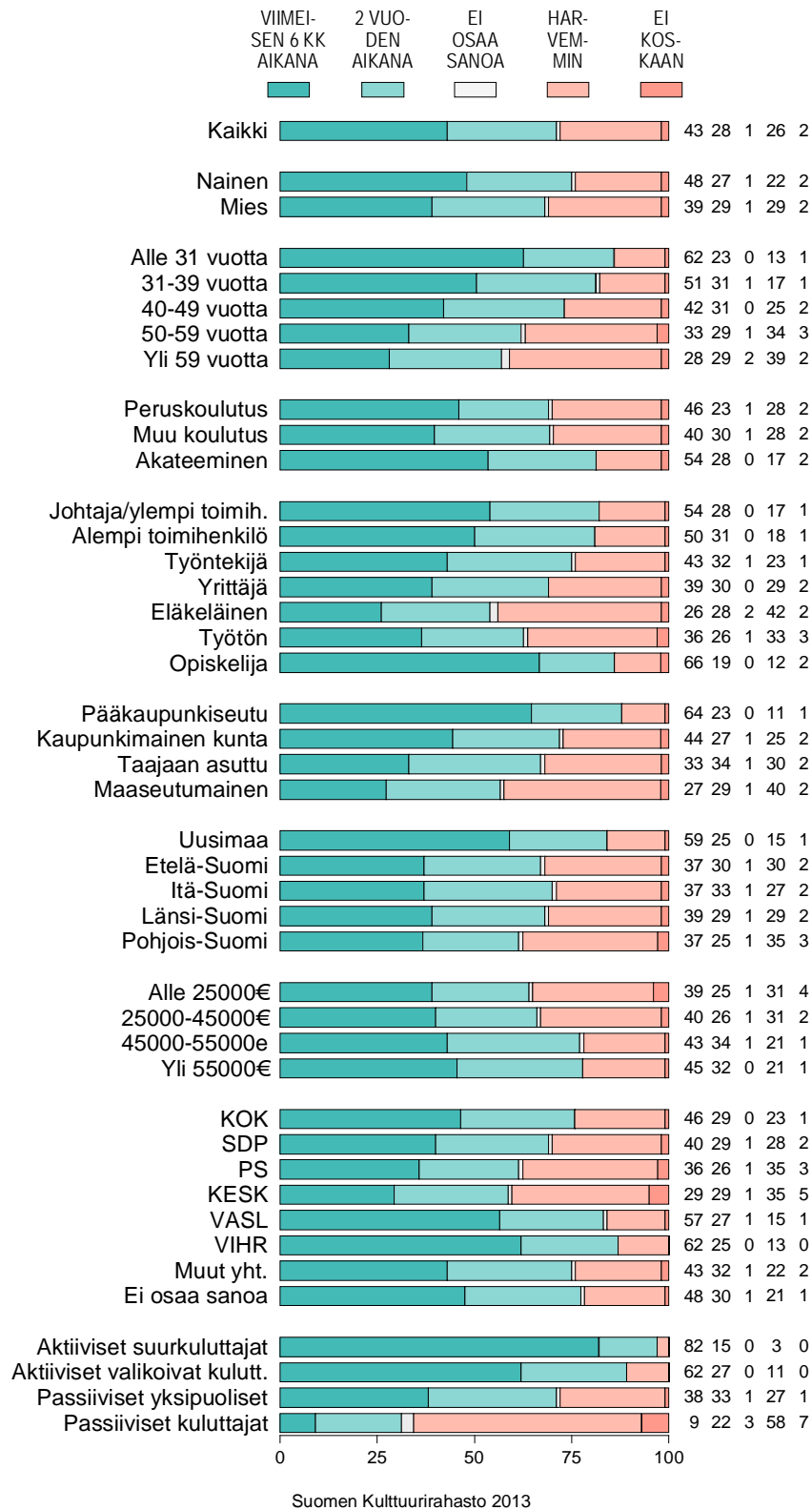
## Kuvio 1-6. KÄYNYT KULTTUURI- JA TAIDEKOHOEISSA: POPULAARIMUSIIKIN TAPAHTUMA (%).





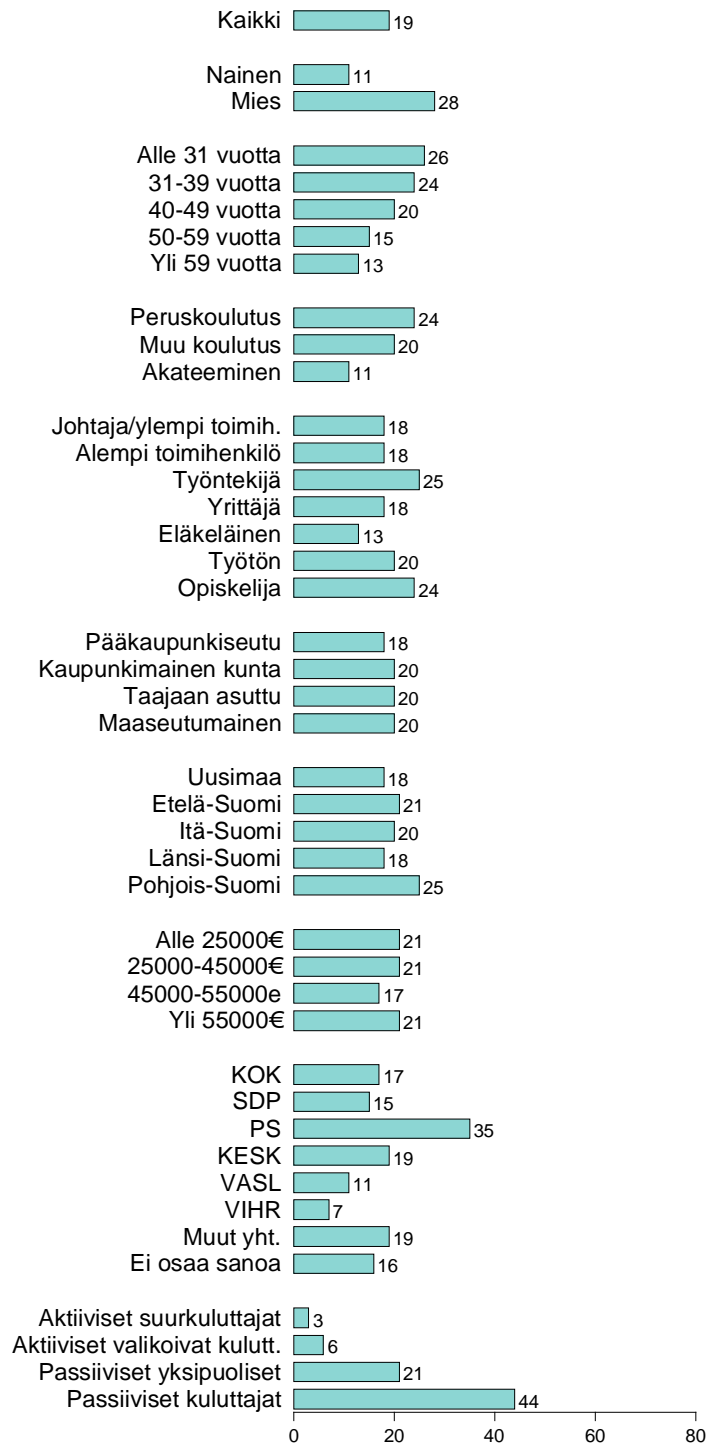
## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 1-9. KÄYNYT KULTTUURI- JA TAIDEKOHTEISSA: ELOKUVAT (%).



## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

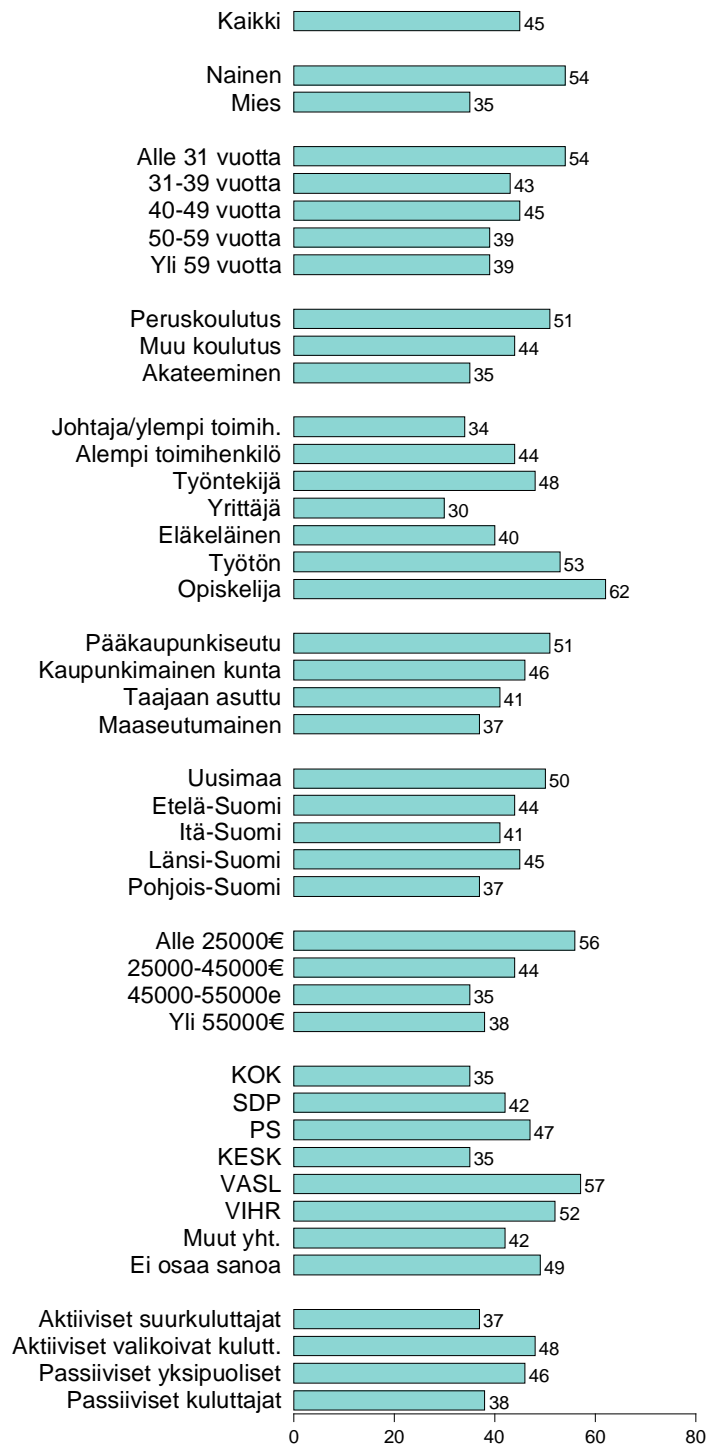
Kuvio 2-1. OSALLISTUMISEN ESTEET: EI OLE YLIPÄÄTÄÄN KIIINNOSTUNUT TAITEESTA JA KULTTUURISTA (%).



Suomen Kulttuurirahasto 2013

Suomalaiset ja kulttuuri 2013

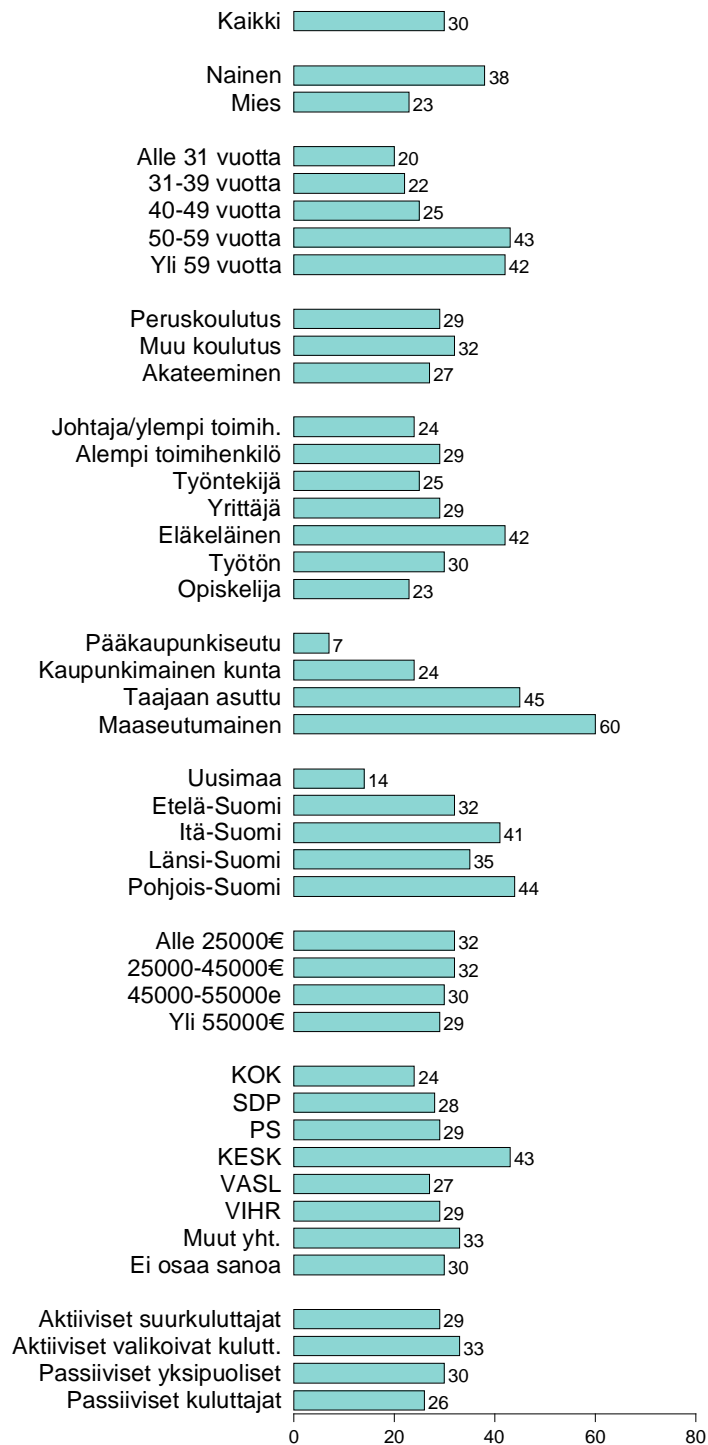
**Kuvio 2-4. OSALLISTUMISEN ESTEET: SISÄÄNPÄÄSY-  
MAKSUT OVAT LIIAN KALLIITA (%).**



Suomen Kulttuurirahasto 2013

Suomalaiset ja kulttuuri 2013

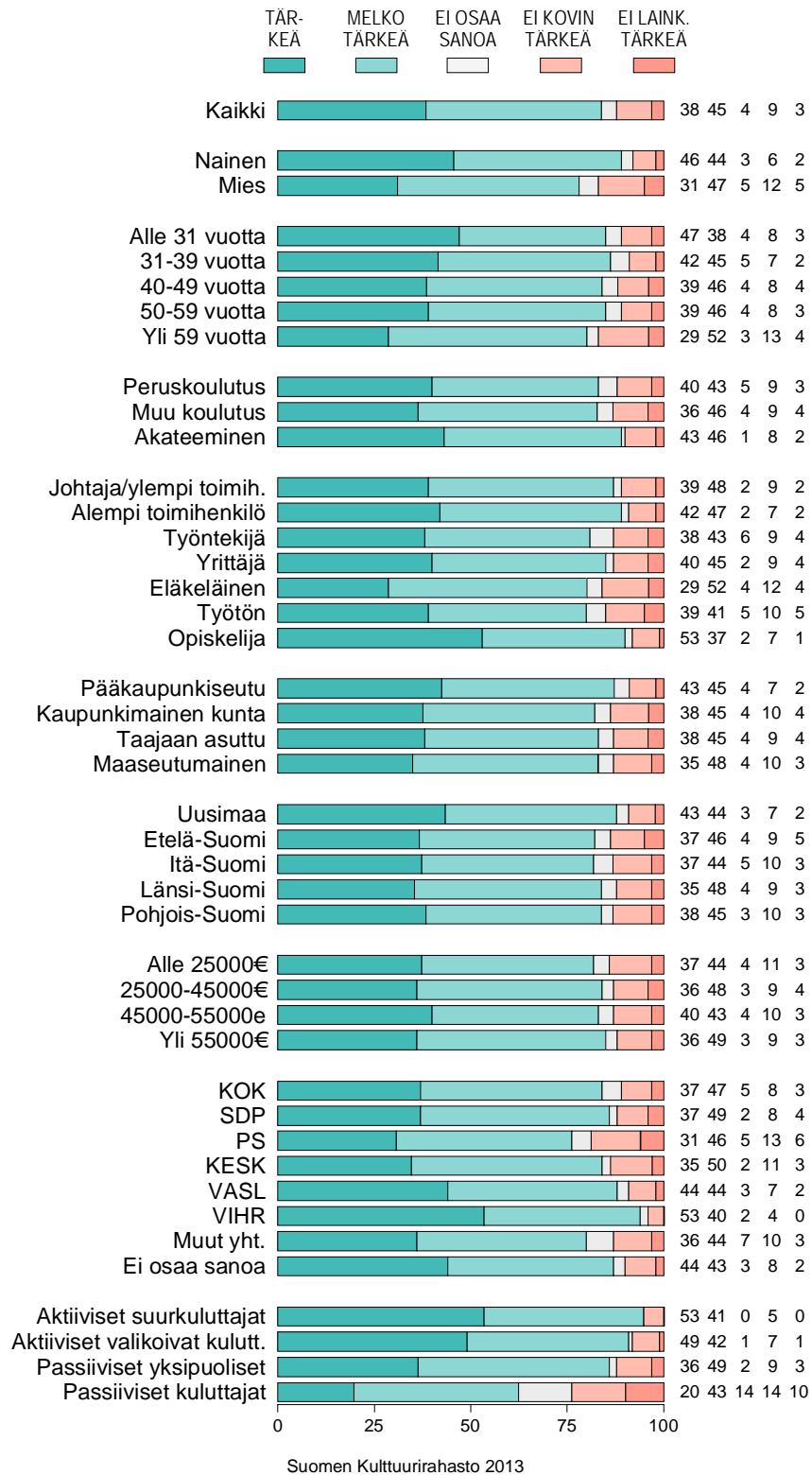
**Kuvio 2-7. OSALLISTUMISEN ESTEET: MATKAT OVAT LIIAN PITKIÄ (%).**



Suomen Kulttuurirahasto 2013

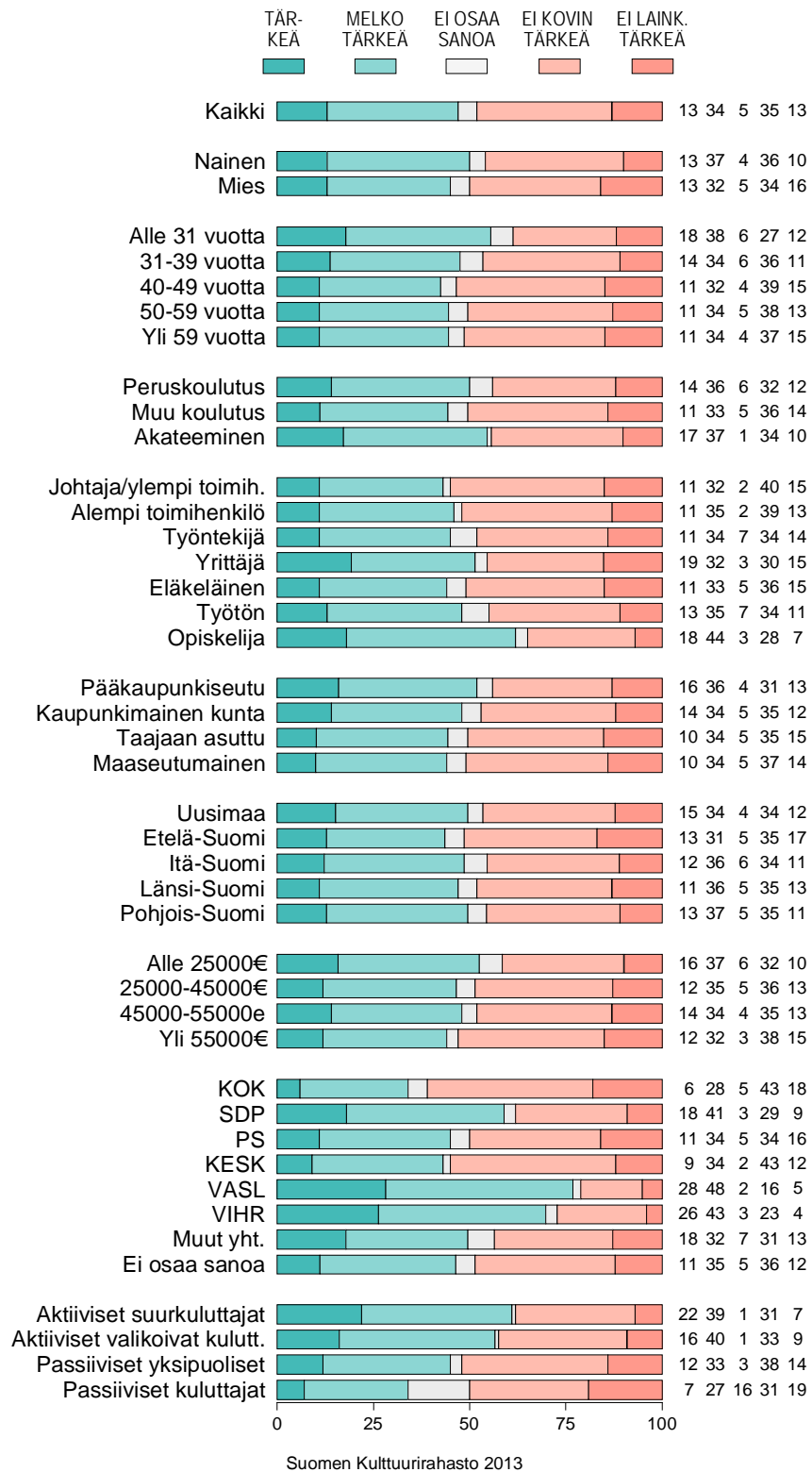
## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 3-1. TAITEEN TEHTÄVIEN TÄRKEYS: TUODA VIHHDYTYSTÄ TAI LOHTUA ARKEEN (%).



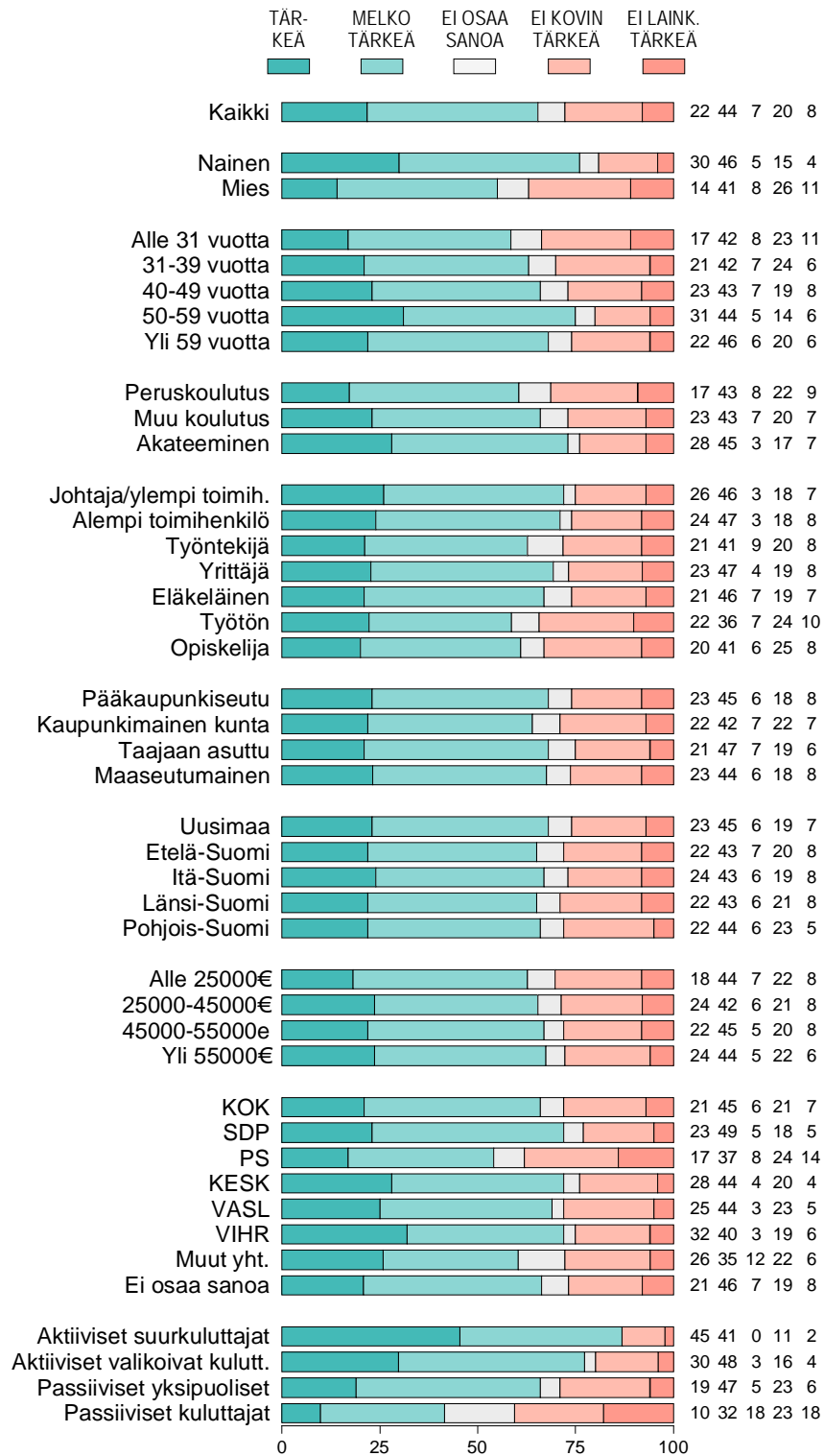
## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

**Kuvio 3-2. TAITEEN TEHTÄVIEN TÄRKEYS: KIINNITTÄÄ HUOMIOTA YHTEISKUNNALLISIIN EPÄKOHTIIN JA KRITISOIDA NIITÄ (%).**



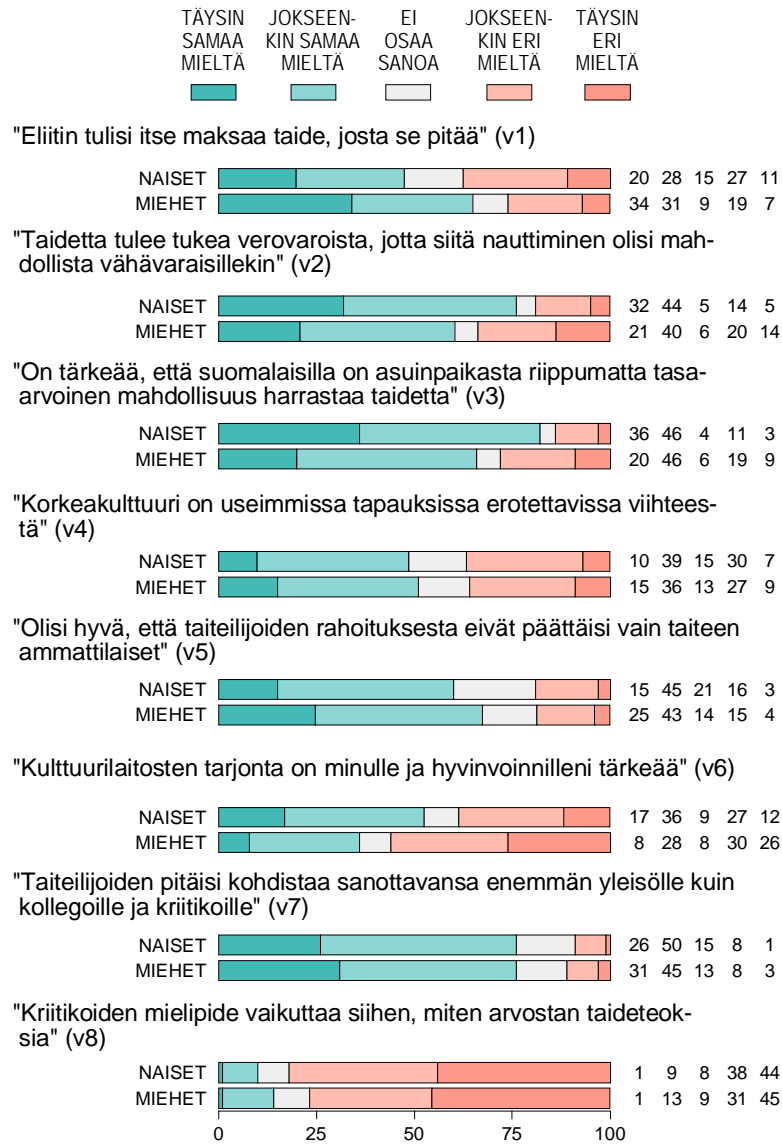
## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 3-10. TAITEEN TEHTÄVIEN TÄRKEYS: EDISTÄÄ IHMISTEN HYVINVOINTIA JA TERVEYTTÄ (%).



## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

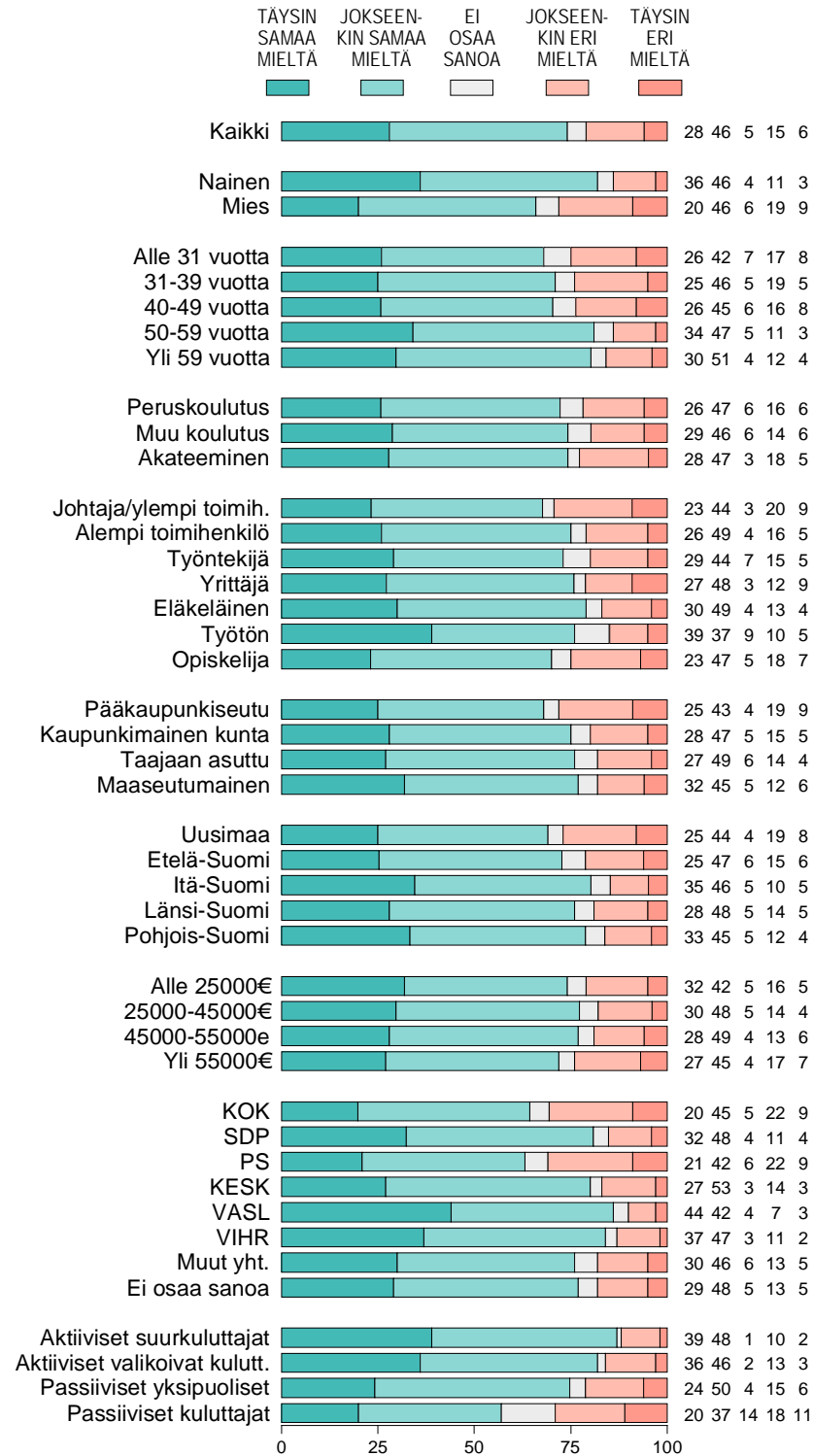
Kuvio 4s. SUHTAUTUMINEN TAIDETTA JA KULTTUURIA KOSKEVIIN VÄITTÄMIIN: NAISET vs. MIEHET (%).





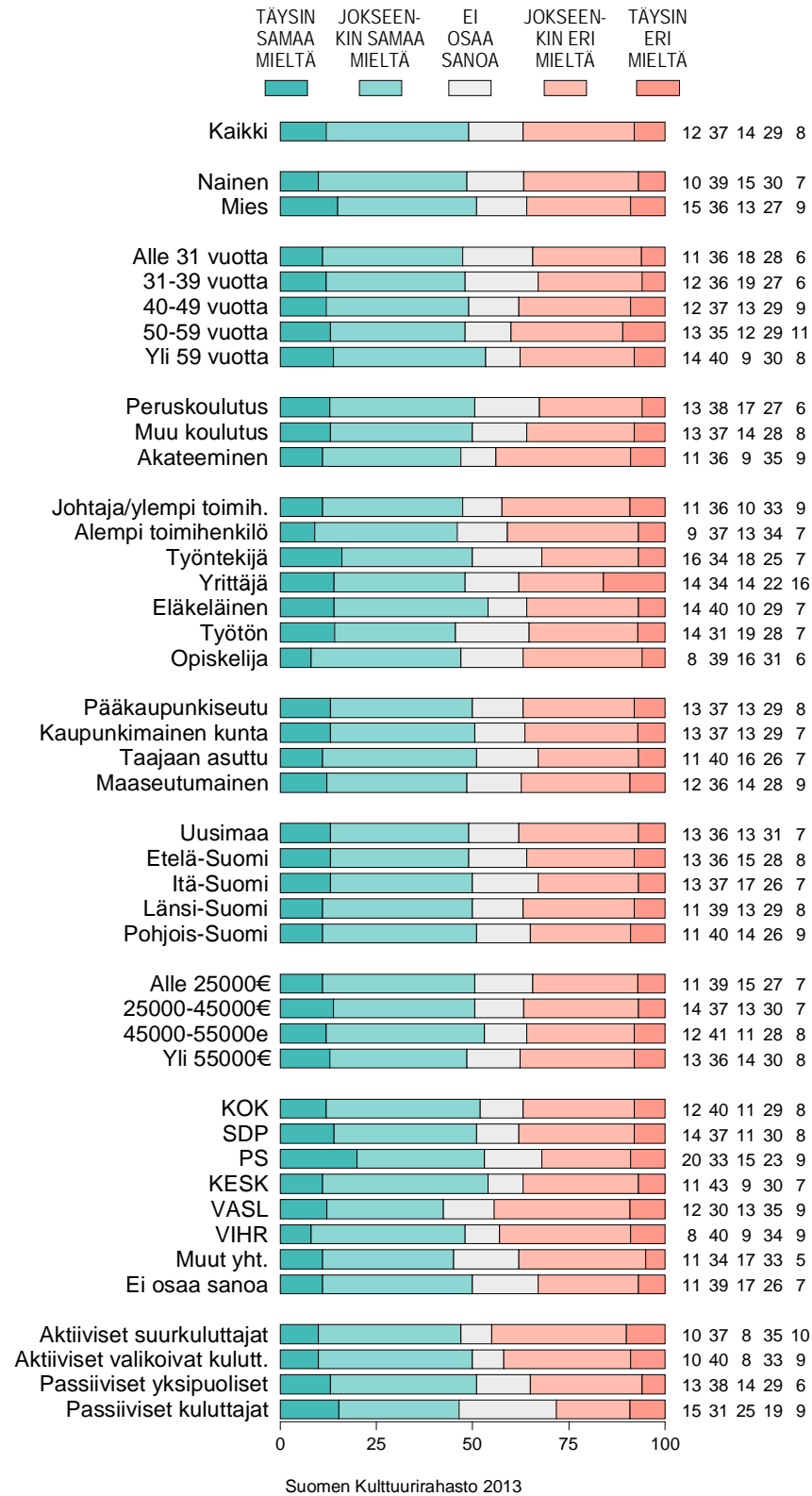
## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

**Kuvio 4-3. "ON TÄRKEÄÄ, ETTÄ SUOMALAISILLA ON ASUINPAIKASTA RIIPPUMATTA TASA-ARVOINEN MAHDOLLISUUS HARRASTAA TAIDETTA" (%).**



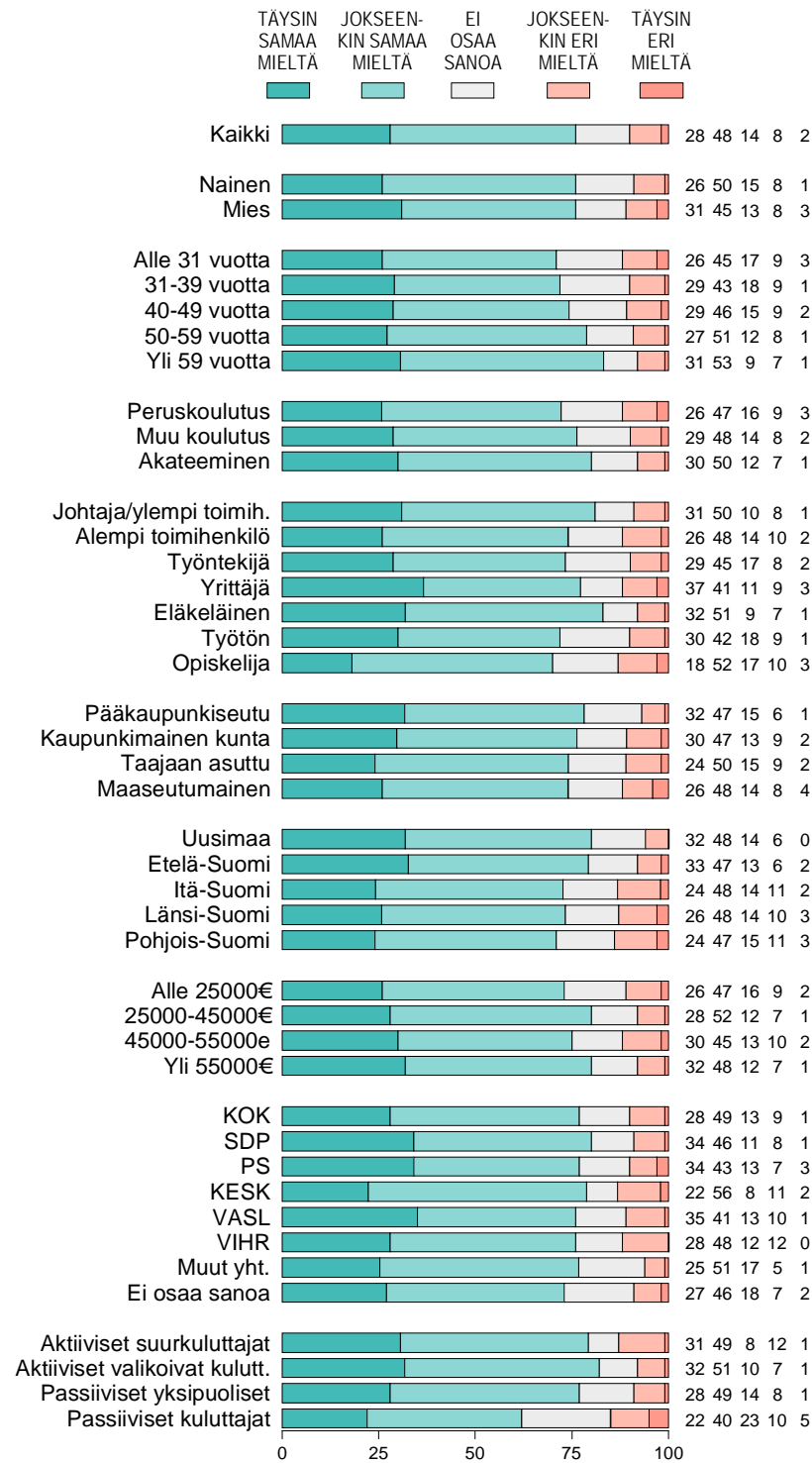
## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 4-4. "KORKEAKULTTUURI ON USEIMMISSA TAPAUKSISSA EROTETTAVISSA VIIHTEESTÄ" (%).



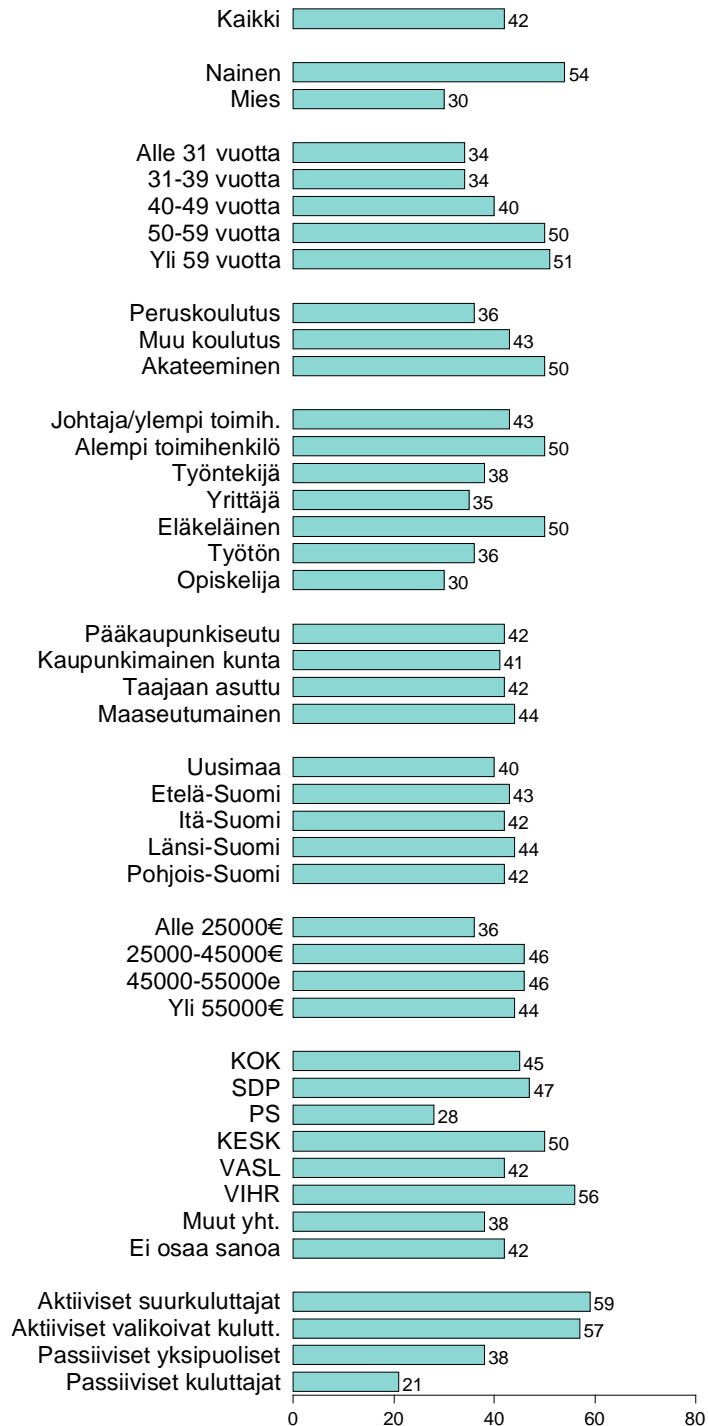
## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 4-7. "TAITEILIJOIDEN PITÄISI KOHDISTAA SANOTTAVANSA ENEMMÄN YLEISÖLLE KUIN KOLLEGOILLE JA KRIITIKOILLE" (%).



Suomalaiset ja kulttuuri 2013

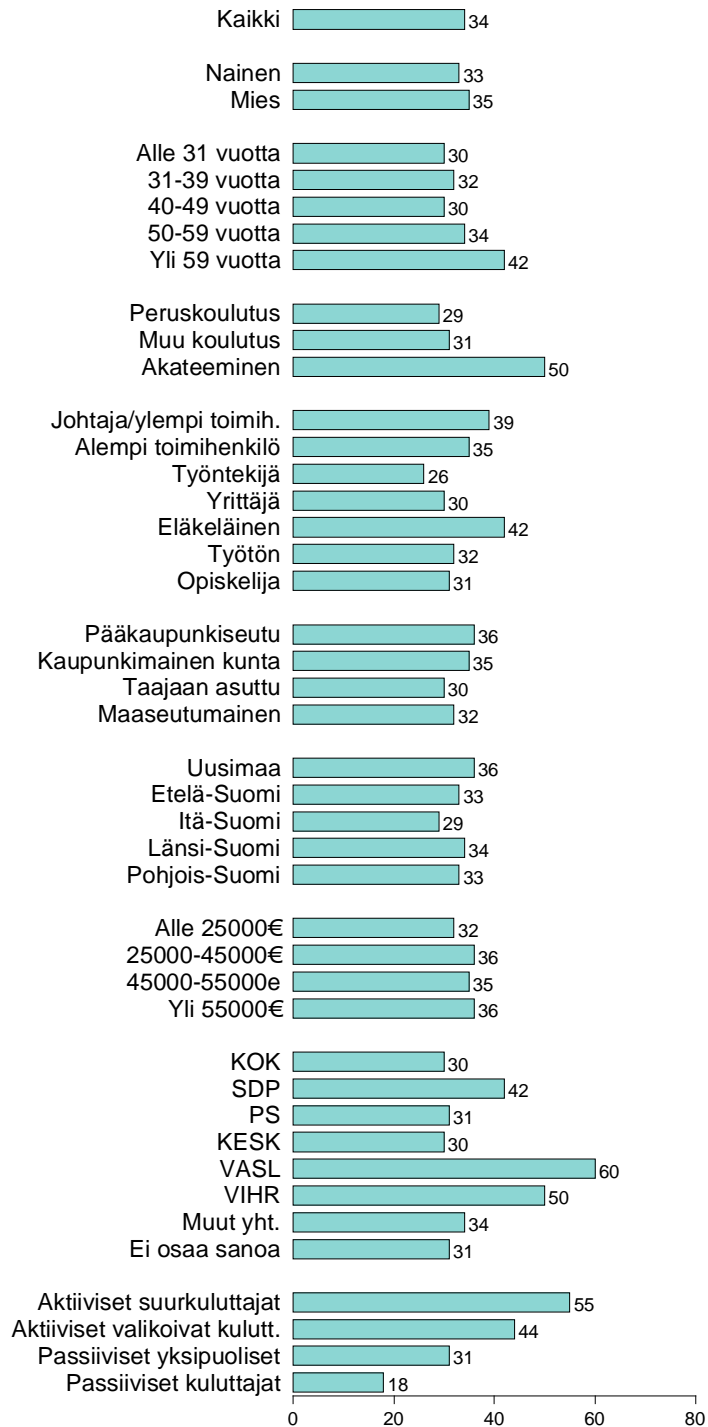
Kuvio 5-3. MITÄ TEATTERISSA TULISI OLLA, JOTTA KÄ-  
VISI USEAMMIN: TUNTEISIIN VETOAVAA  
DRAAMAA (%).



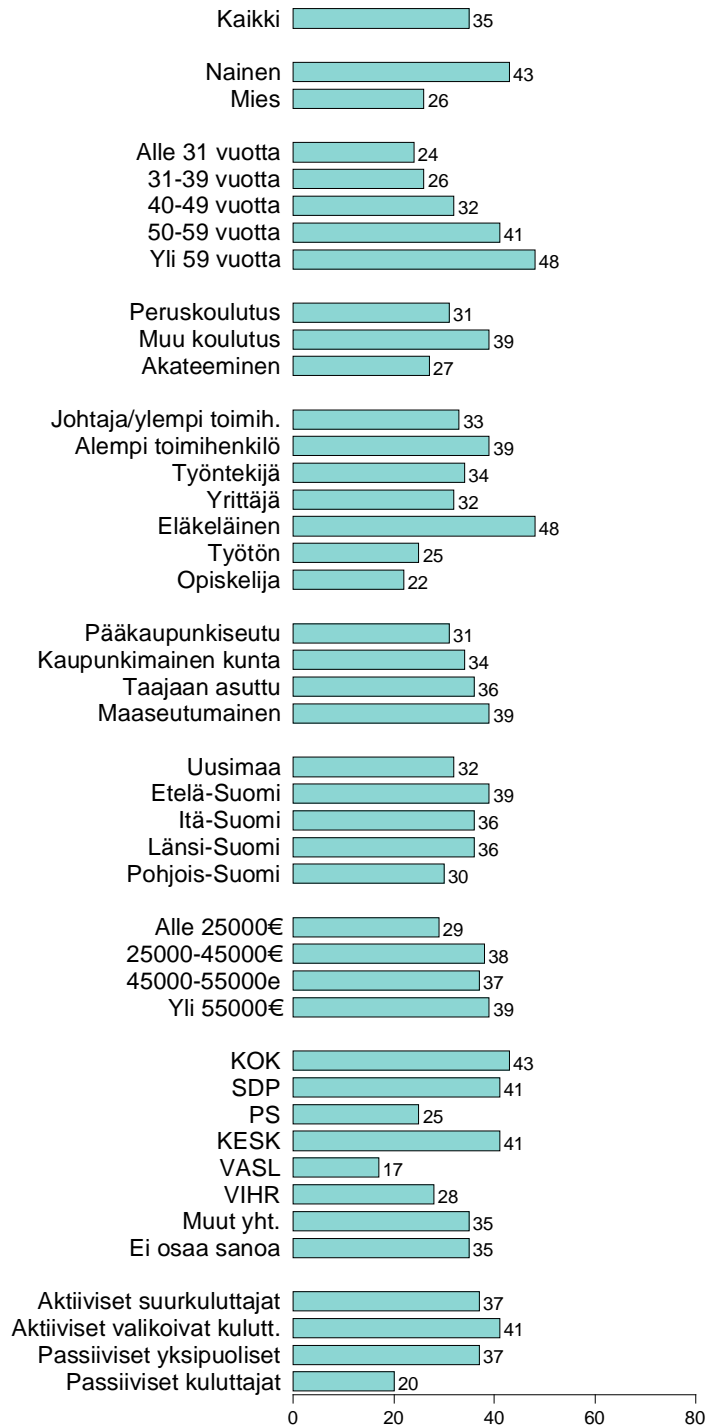
Suomen Kulttuurirahasto 2013

## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

**Kuvio 5-4. MITÄ TEATTERISSA TULISI OLLA, JOTTA KÄ-  
VISI USEAMMIN: YHTEISKUNNALLISTEN ON-  
GELMIEN OIVALTAVAA ANALYYSIÄ (%).**

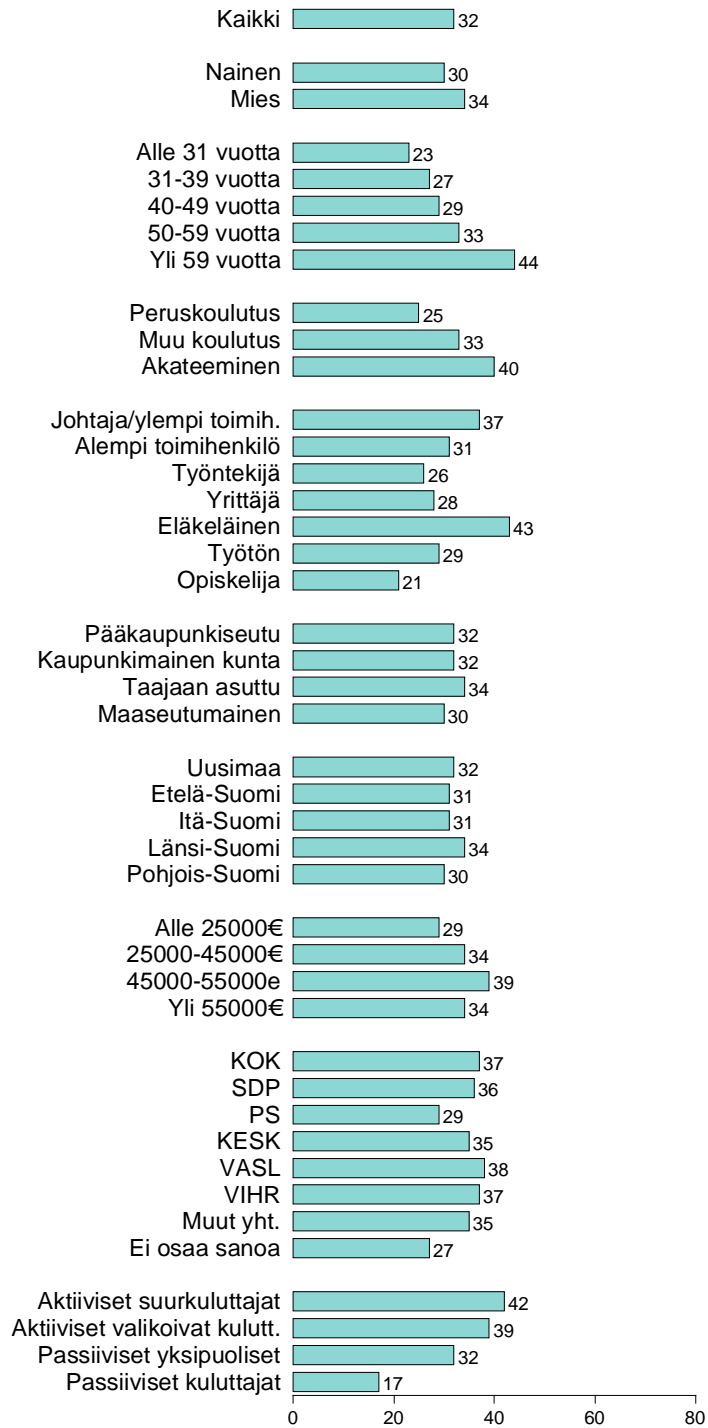


## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 5-5. MITÄ TEATTERISSA TULISI OLLA, JOTTA KÄ-  
VISI USEAMMIN: KEVYITÄ MUSIKAALEJA (%).

Suomalaiset ja kulttuuri 2013

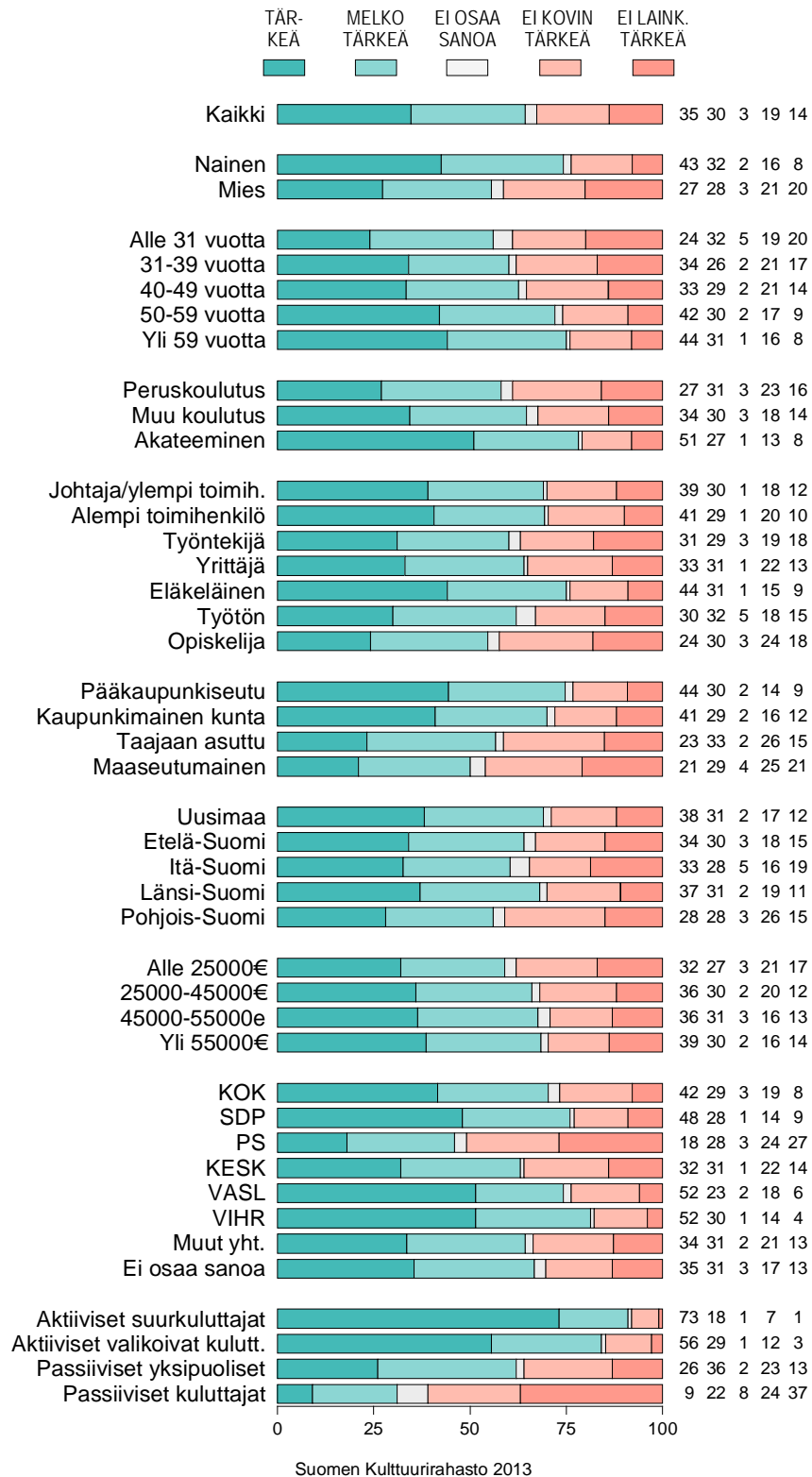
Kuvio 5-6. MITÄ TEATTERISSA TULISI OLLA, JOTTA KÄ-  
VISI USEAMMIN: REALISTISTA KUVAUSTA  
HISTORIASTA TAI NYKYPÄIVÄSTÄ (%).



Suomen Kulttuurirahasto 2013

## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

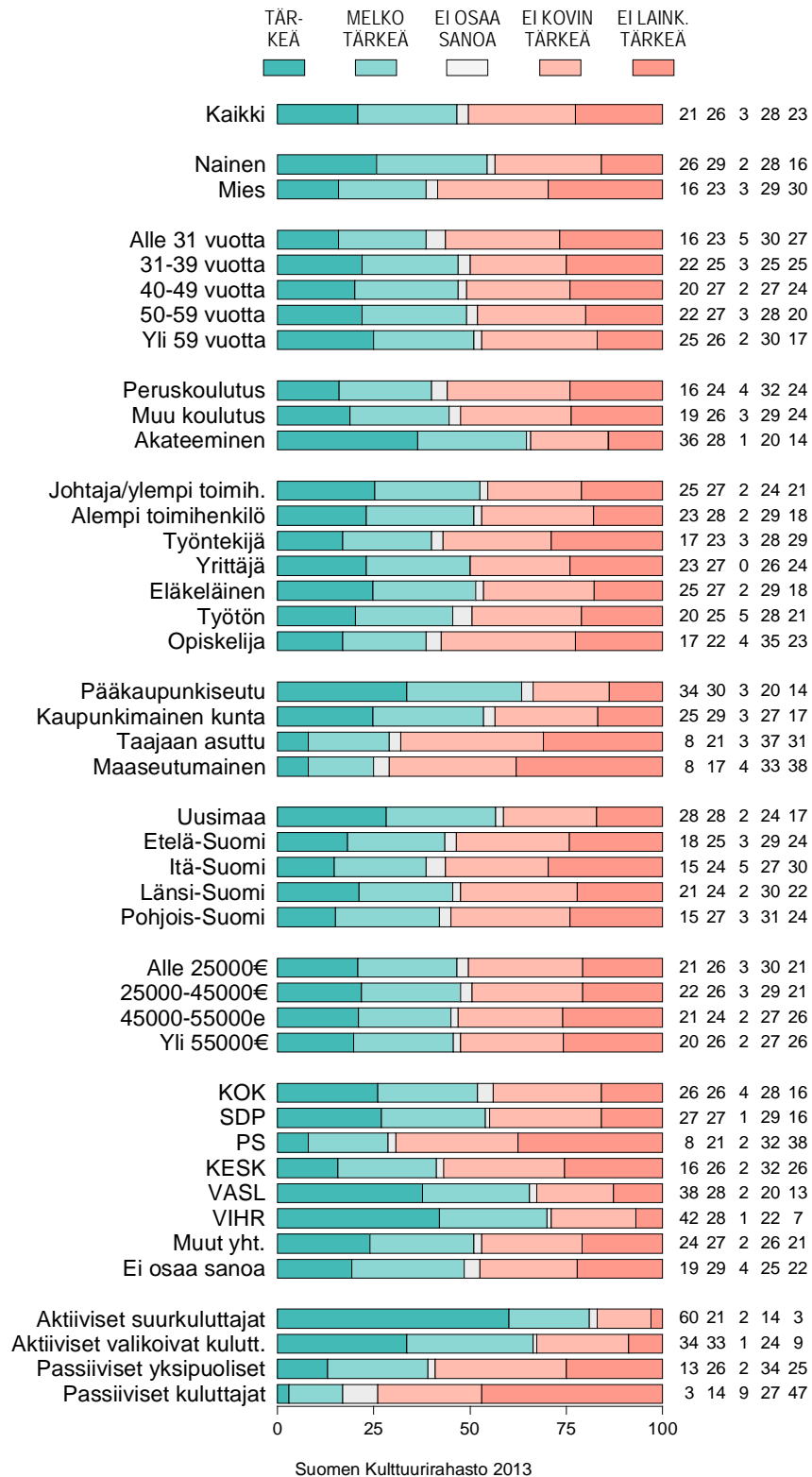
Kuvio 7-1. KULTTUURITARJONNAN TÄRKEYS ASUINPAIKKAKUNNALLA: TEATTERI (%).





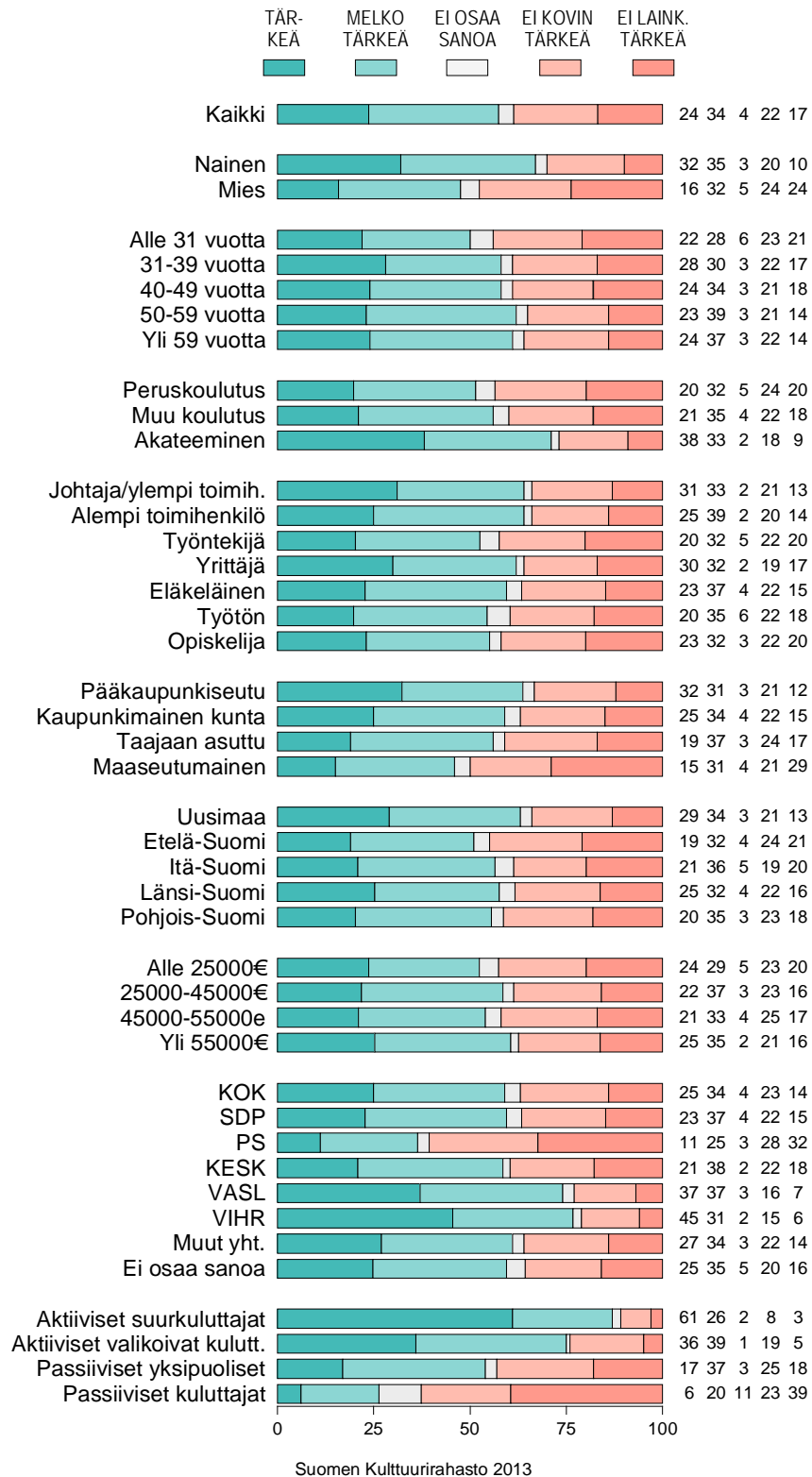
## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 7-3. KULTTUURITARJONNAN TÄRKEYS ASUINPAIKKAKUNNALLA: TAIDEMUSEO (%).



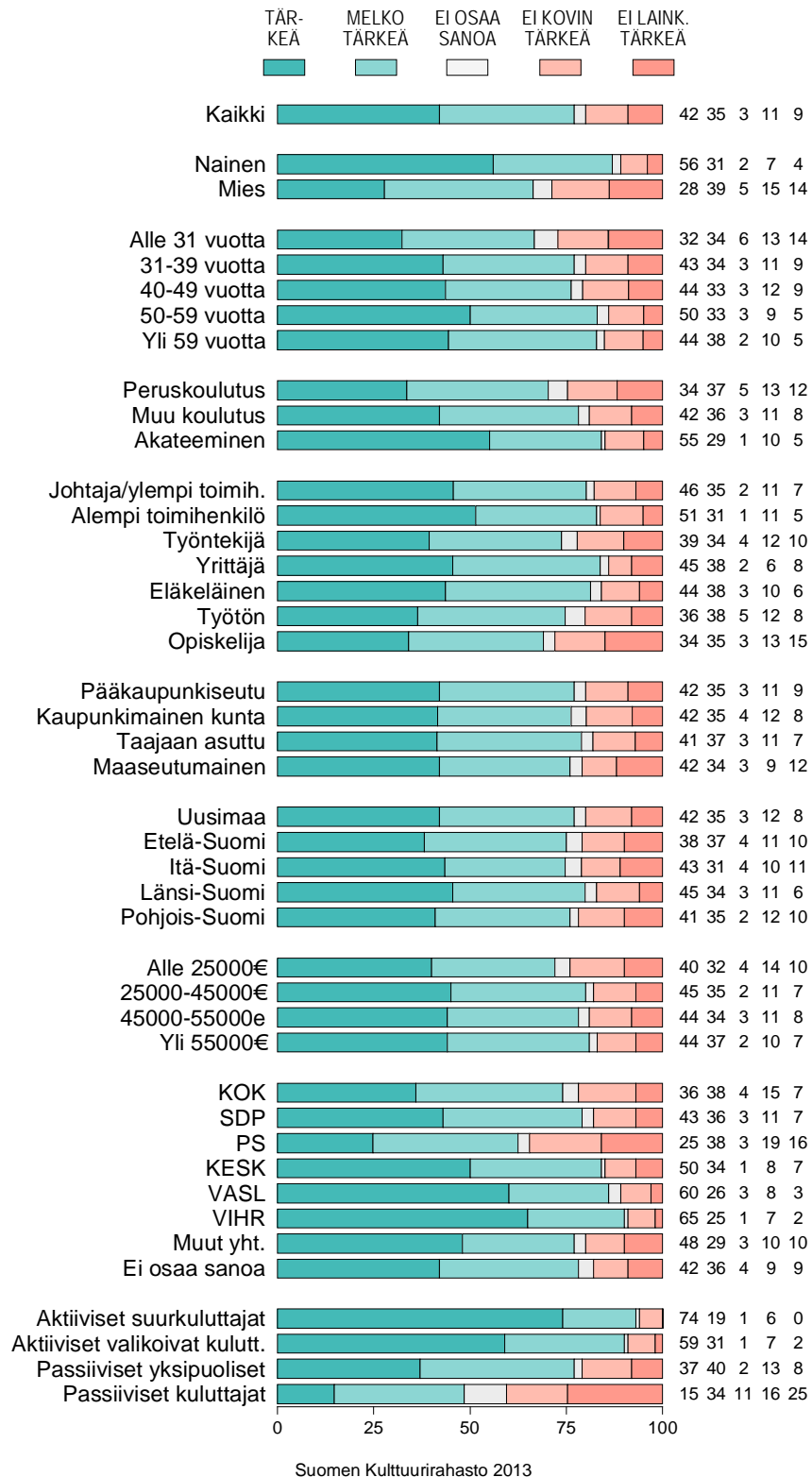
## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 7-6. KULTTUURITARJONNAN TÄRKEYS ASUINPAIKKAKUNNALLA: MUSIIKKI- TAI TAIDEKOULU (%).



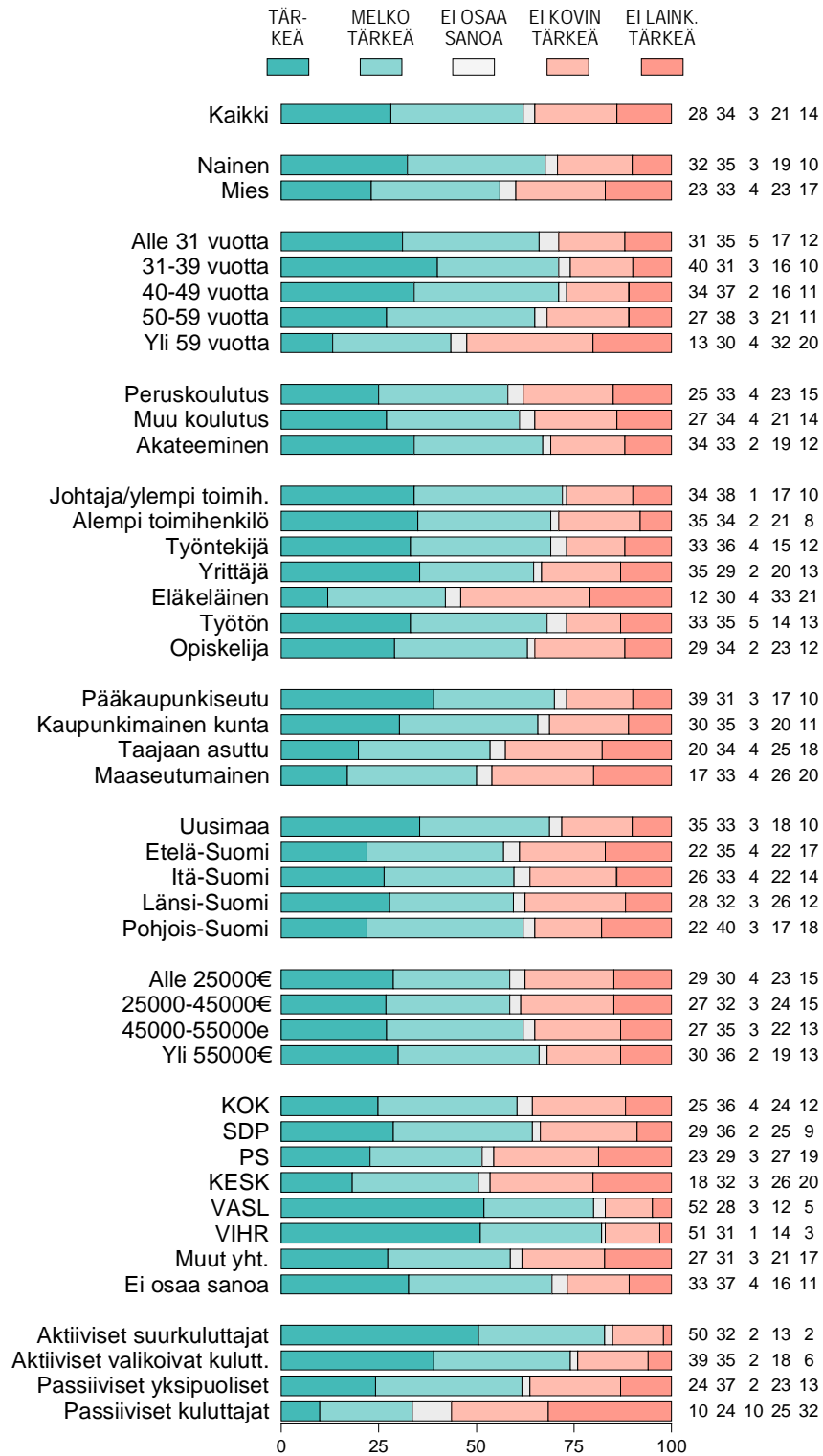
Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 7-7. KULTTUURITARJONNAN TÄRKEYS ASUINPAIKKAKUNNALLA: KANSALAI SOPISTO, JOSSA VOI HARRASTAA TAIDETTA JA KULTTUURITOIMINTAA (%).

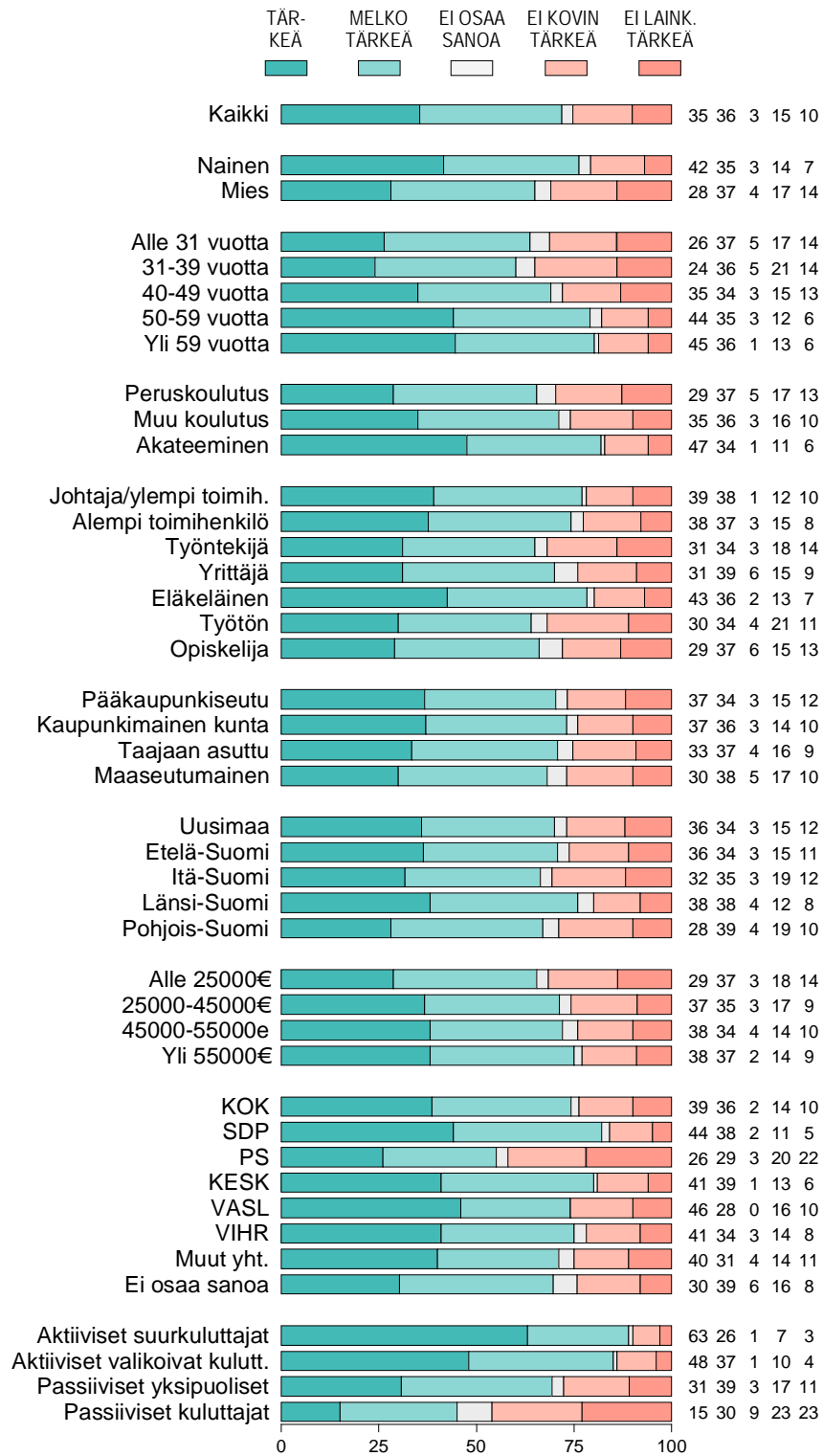


## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 7-10. KULTTUURITARJONNAN TÄRKEYS ASUINPAIKKAKUNNALLA: ROCK-/ JAZZ-YHTYEITÄ JA -KONSERTTEJA (%).

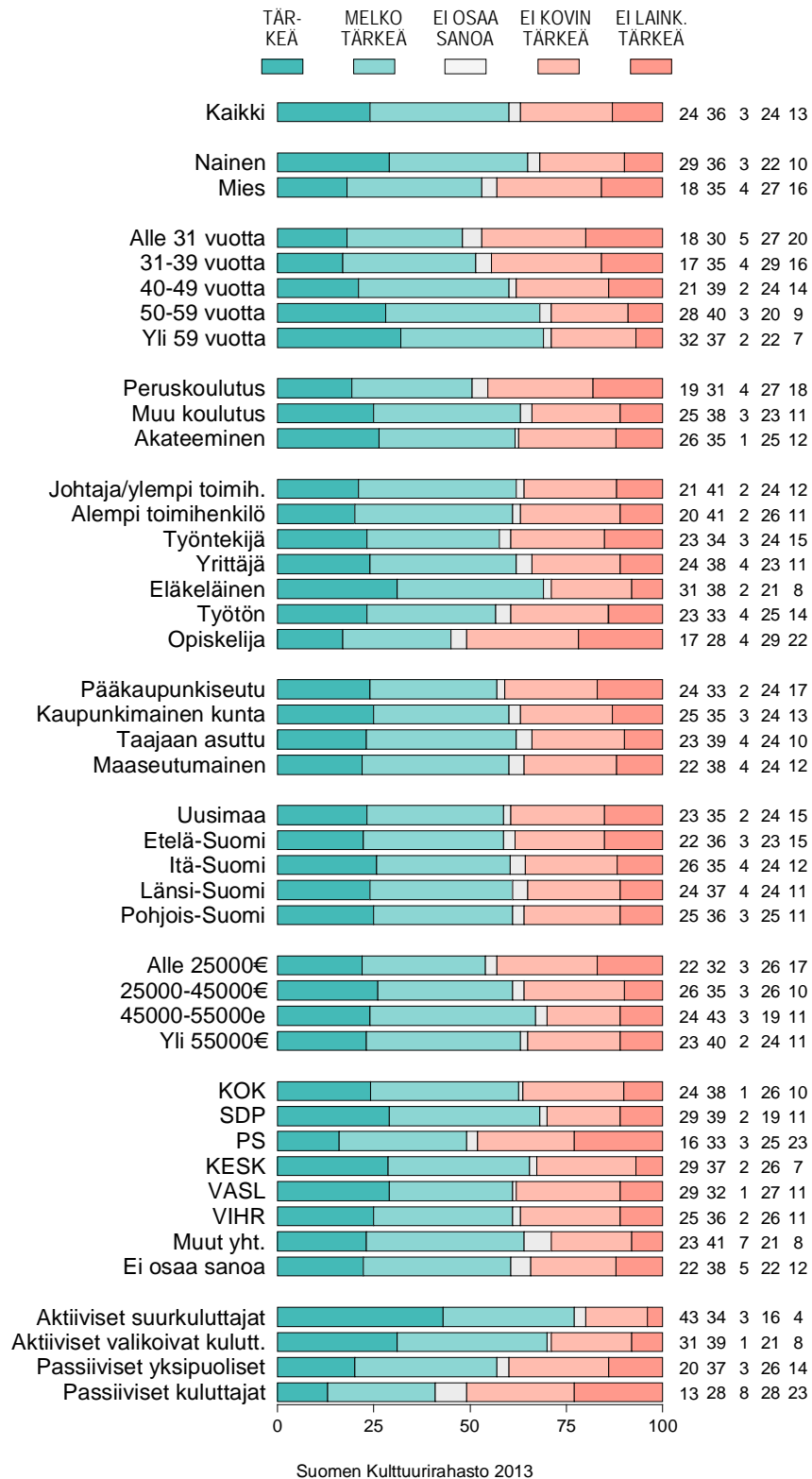


## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 9-1. HALUAISI LUKEA TAI KUULLA KULTTUURISTA: PAINE-  
TUT SANOMALEHDET (%).

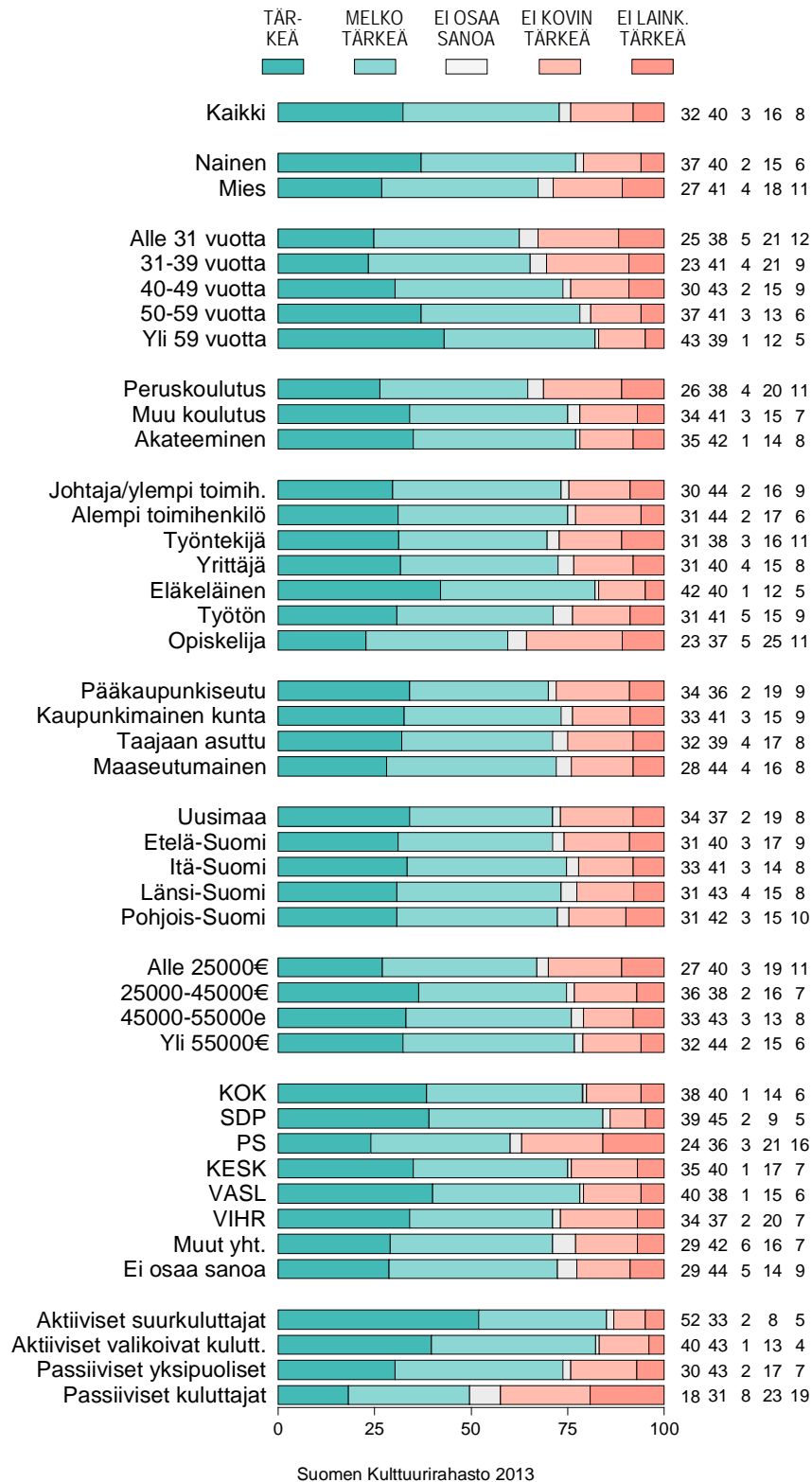
## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 9-3. HALUAISI LUKEA TAI KUULLA KULTTUURISTA: RADIO (%).



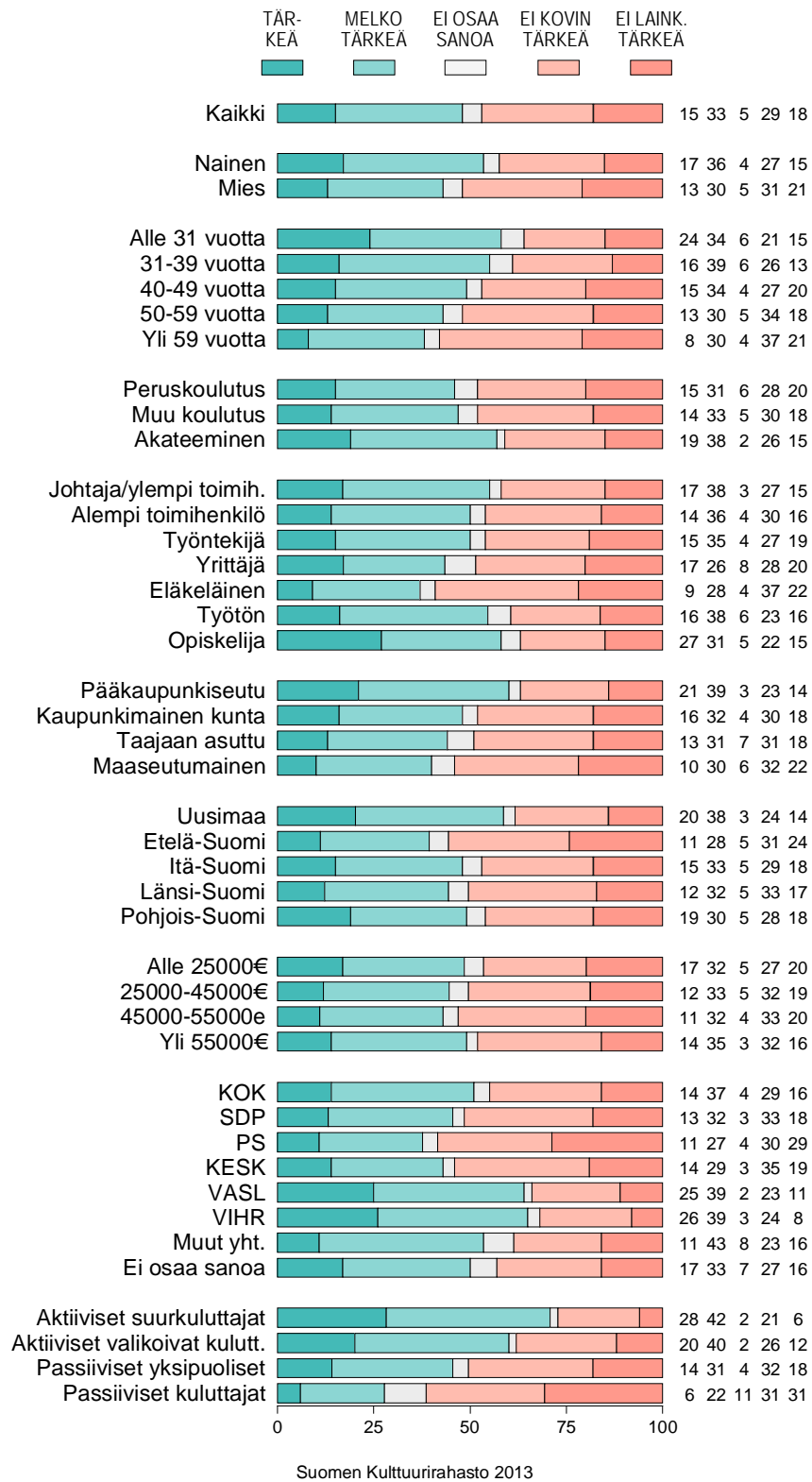
## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 9-4. HALUAISI LUKEA TAI KUULLA KULTTUURISTA: TELEVISIO (%).



## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

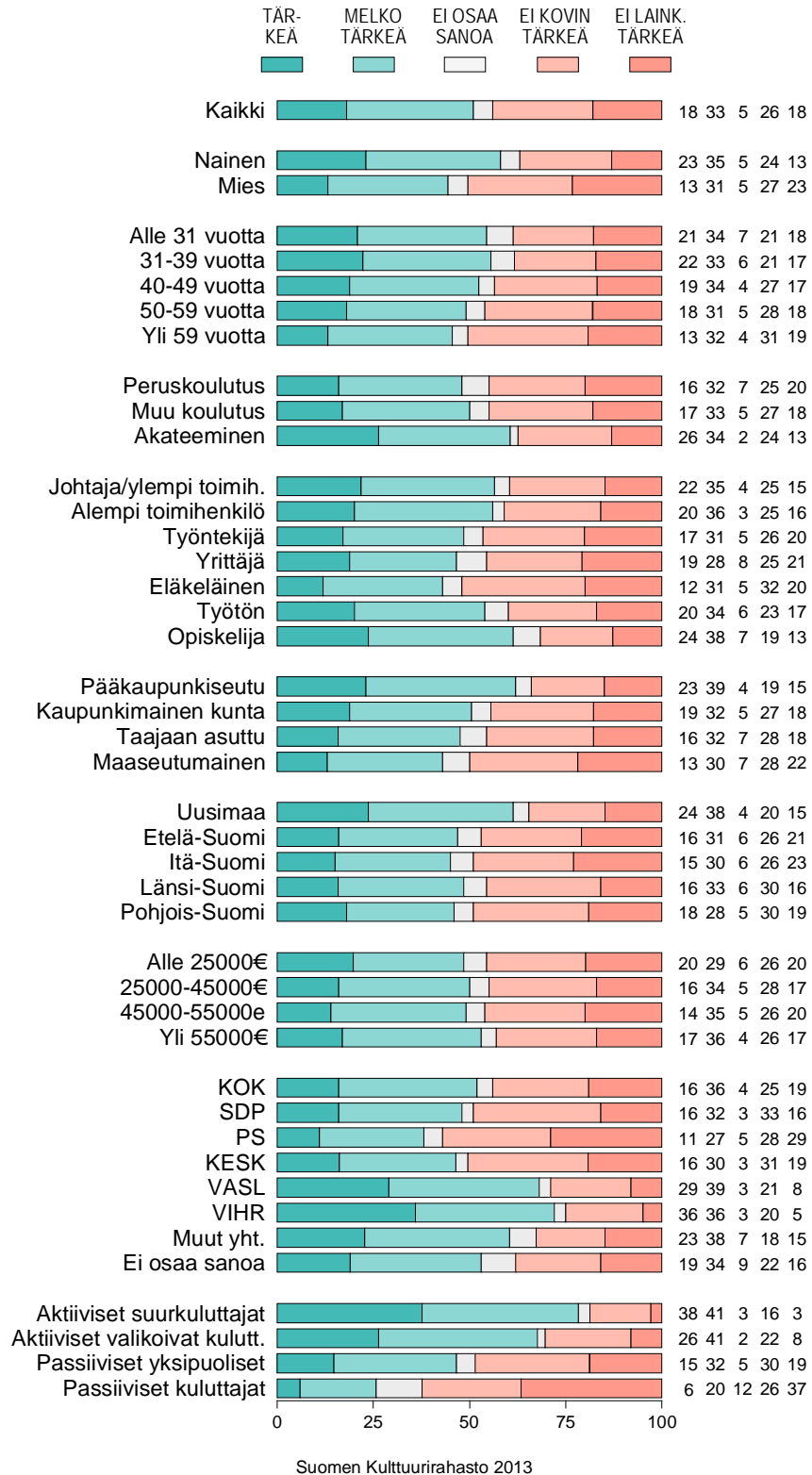
**Kuvio 9-5. HALUAISI LUKEA TAI KUULLA KULTTUURISTA: SANOMALEHTIEN VERKKOSIVUT TAI MOBIILISOVELLUKSET (%).**





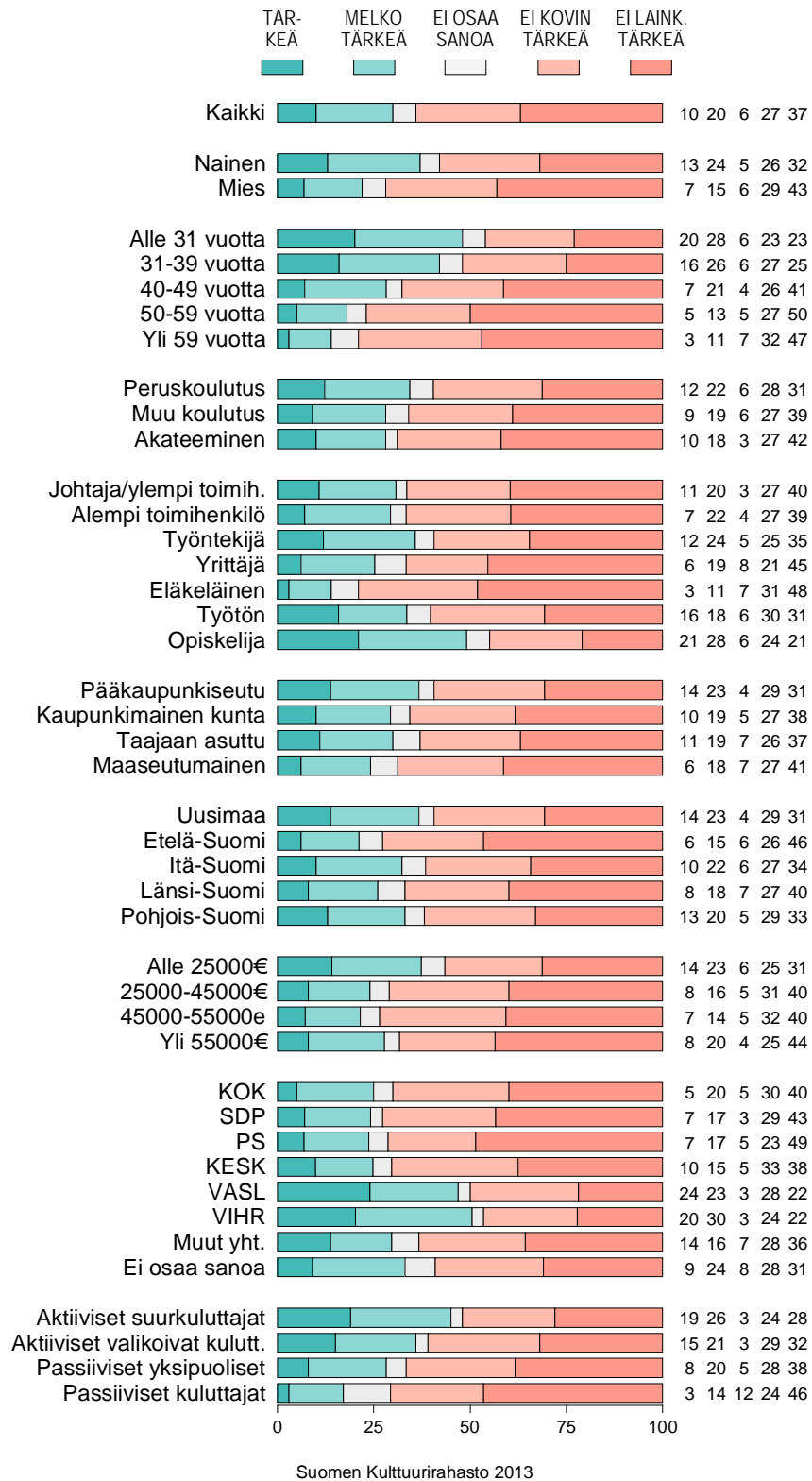
## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 9-6. HALUAISI LUKEA TAI KUULLA KULTTUURISTA: TAIDE- JA KULTTUURILAITOSTEN VERKKOSIVUT (%).



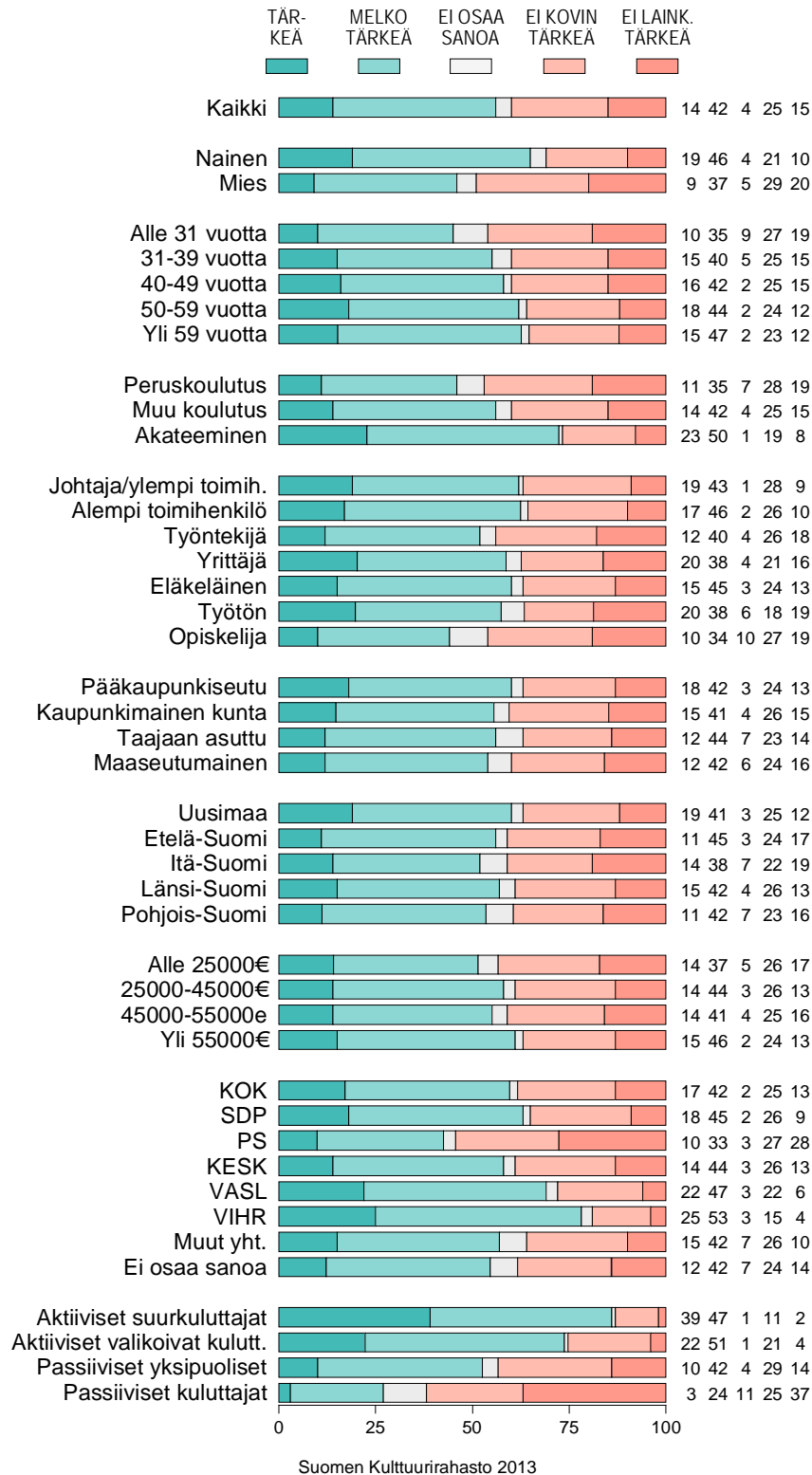
## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 9-8. HALUAISI LUKEA TAI KUULLA KULTTUURISTA: SOSIAALINEN MEDIA kuten facebook, twitter jne. (%).



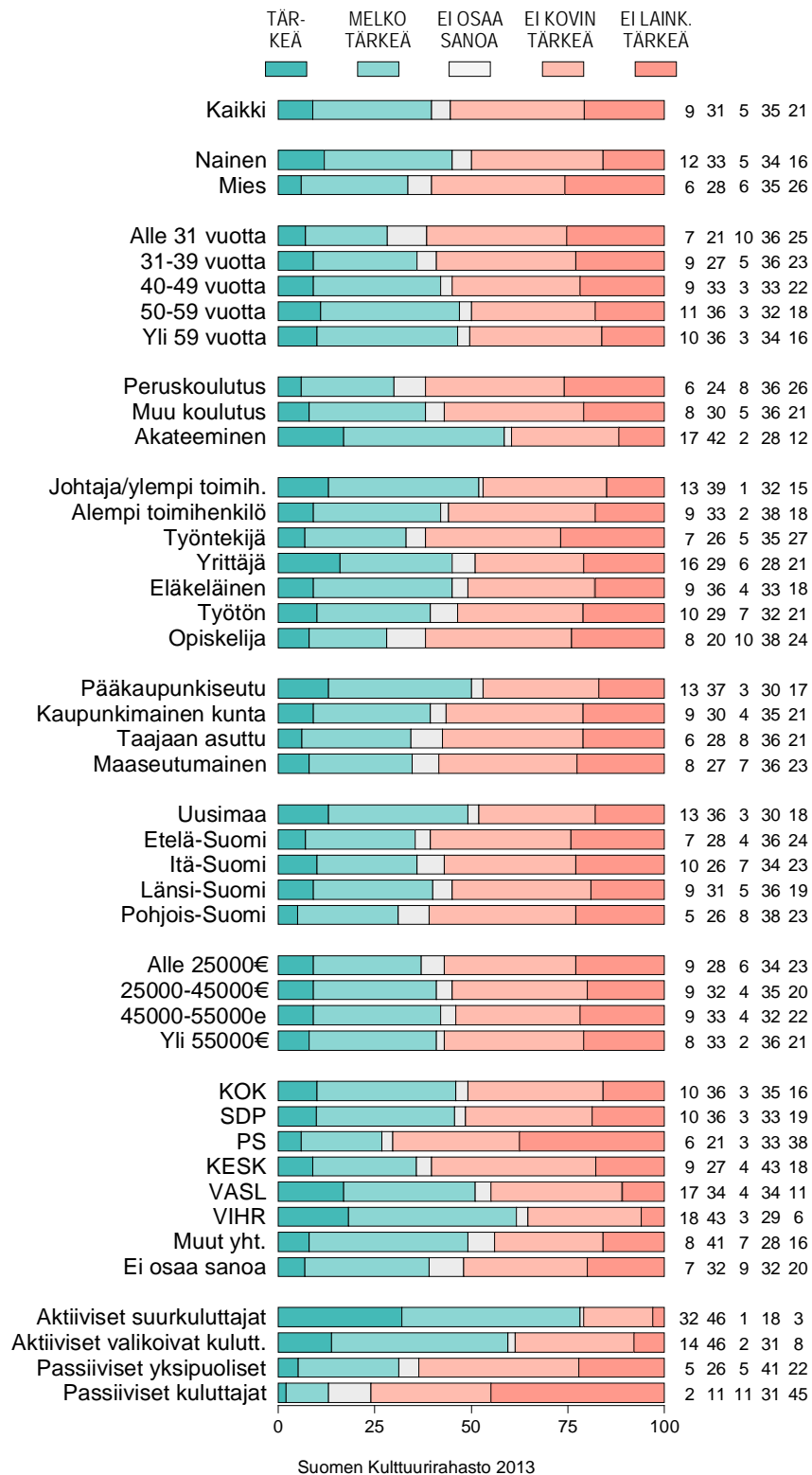
## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 10-2. MILLAINEN KULTTUURIJOURNALISMI JA -TIEDONVÄLITYS OLISI TÄRKEÄÄ: TAITEILIJOIDEN HAASTATTELU JA ESITTELYT (%).



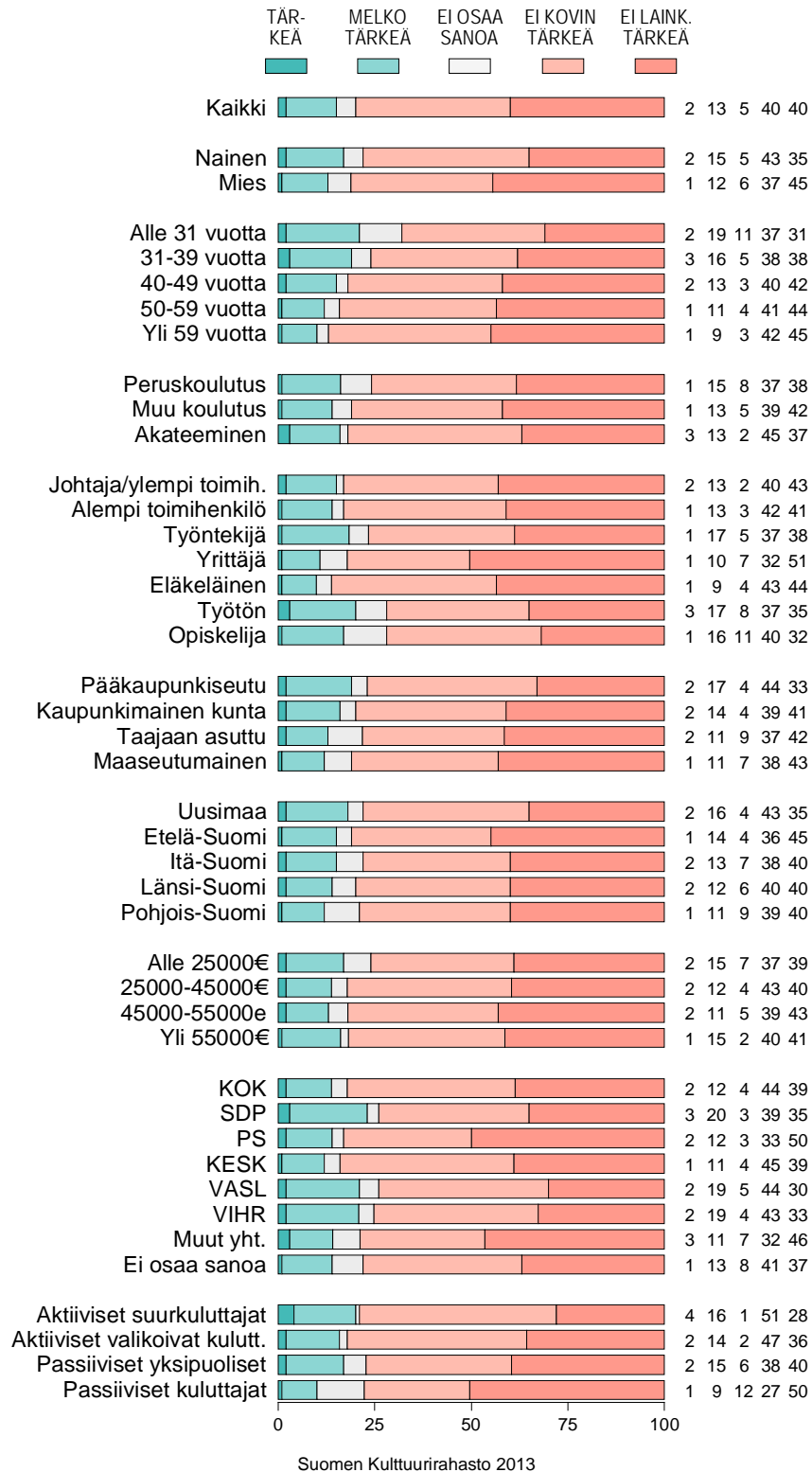
## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 10-3. MILLAINEN KULTTUURIJOURNALISMI JA -TIEDONVÄLITYS OLISI TÄRKEÄÄ: TAIDEMAAILMAN UUTISET (%).



## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 10-5. MILLAINEN KULTTUURIJOURNALISMI JA -TIEDONVÄLITYS OLISI TÄRKEÄÄ: KOHUJA JA HENKILÖRISTIRIITOJA KÄSITTELEVÄT JUTUT (%).



## Suomalaiset ja kulttuuri 2013

Kuvio 10-7. MILLAINEN KULTTUURIJOURNALISMI JA -TIEDONVÄLITYS OLISI TÄRKEÄÄ: TAITEEN YHTEISKUNNALLISIA VAIKUTUKSIA KÄSITTELEVÄT JUTUT (%).

