



Turun yliopisto
University of Turku

“BECAUSE OF HOW IT MAKES ME FEEL”

Vuorovaikutuksen muodot ja merkitys elämysten tuottamisessa ja kokemisessa live-konserteissa

Markkinoinnin pro gradu -tutkielma

Laatija:

Tuuli Peltomäki

Ohjaajat:

KTT Heli Marjanen

KTM Kaisa Saastamoinen

12.5.2015

Turku



Turun kauppakorkeakoulu • Turku School of Economics

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	7
1.1	Musiikkiteollisuuden muuttuneet kulutusmallit.....	7
1.2	Tutkimuksen tarkoitus.....	10
2	ELÄMYS YKSILÖN SUBJEKTIIVISENA KOKEMUKSENA.....	12
2.1	Elämyksen käsite.....	12
2.2	Näkökulmia elämykseen.....	14
2.2.1	Elämysten luokittelu.....	14
2.2.2	Elämyksen ulottuvuudet.....	16
2.3	Elämysten luominen tarjoajan ja kuluttajan välisessä vuorovaikutuksessa.....	18
3	LIVE-KONSERTTI ELÄMYKSELLISENÄ TOIMINTAYMPÄRISTÖNÄ.....	22
3.1	Live-konsertin vuorovaikutuskenttä.....	22
3.2	Elämyksen tuottaminen live-konserteissa.....	26
3.2.1	Toimintaympäristö elämyksen alustana.....	26
3.2.2	Vuorovaikutustekijät.....	28
3.3	Elämysten kokeminen live-konserteissa.....	31
3.3.1	Rock-konserttien nelikenttämalli.....	31
3.3.2	Emotionaalinen, kognitiivinen ja sosiaalinen vuorovaikutus.....	34
3.3.3	Hurmostila.....	38
4	EMPIIRISEN TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN.....	41
4.1	Tutkimuksen lähestymistapa.....	41
4.2	Tutkimuksen aineistonkeruumenetelmät.....	42
4.2.1	Live-konserttien havainnointi ja yleisöhaastattelut.....	42
4.2.2	Artistihaastattelut.....	45
4.3	Tutkimuksen operationalisointi.....	46
4.4	Tutkimuskohteet ja aineisto.....	48
4.4.1	Tutkimuskohteet ja niiden valintakriteerit.....	48
4.4.2	Tutkimuskohteiden hankinta ja aineistonkeruun haasteet.....	50
4.4.3	Aineiston analyysi.....	51
4.5	Tutkimuksen luotettavuuden arviointi.....	52
5	ELÄMYKSELLISYYS TUTKIMUSKOHTEISSA.....	57
5.1	Jukka Pojan live-konsertti.....	57
5.1.1	Kuvaus Jukka Pojasta artistina.....	57

5.1.2	Jukka Pojan suhde keikkailuun.....	57
5.1.3	Tapahtumapaikka.....	60
5.1.4	Toimintaympäristötekijät.....	60
5.1.5	Vuorovaikutustekijät.....	62
5.1.6	Vuorovaikutus.....	65
5.1.7	Yhteenveto Jukka Pojan live-konsertista.....	66
5.2	Olavi Uusivirran live-konsertti	68
5.2.1	Kuvaus Olavi Uusivirrasta artistina.....	68
5.2.2	Olavi Uusivirran suhde keikkailuun	69
5.2.3	Tapahtumapaikka.....	72
5.2.4	Toimintaympäristötekijät.....	74
5.2.5	Vuorovaikutustekijät.....	75
5.2.6	Vuorovaikutus.....	79
5.2.7	Yhteenveto Olavi Uusivirran live-konsertista	80
5.3	Apulannan live-konsertti.....	83
5.3.1	Kuvaus Apulannasta artistina	83
5.3.2	Apulannan suhde keikkailuun.....	83
5.3.3	Tapahtumapaikka.....	87
5.3.4	Toimintaympäristötekijät.....	89
5.3.5	Vuorovaikutustekijät.....	91
5.3.6	Vuorovaikutus.....	94
5.3.7	Yhteenveto Apulannan live-konsertista.....	96
5.4	Tutkimuskohteiden synteesi.....	99
6	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	104
	LÄHTEET.....	110
	LIITTEET	119

KUVIOT

Kuvio 1	Elämyksen ulottuvuudet	16
Kuvio 2	Live-konsertin vuorovaikutuskenttä.....	23
Kuvio 3	Live-konsertin vuorovaikutussuhteet	26
Kuvio 4	Live-konsertin toimintaympäristötekijät ja vuorovaikutustekijät	31
Kuvio 5	Rock-konserttien nelikenttämalli.....	32
Kuvio 6	Rock-konserttien elämystyyppit.....	33
Kuvio 7	Hurmostilan syntyminen	39
Kuvio 8	Jukka Poika Sieravuoren juhannus -tapahtumassa 2014.....	63
Kuvio 9	Jukka Pojan konsertin vuorovaikutussuhteet.....	66
Kuvio 10	Jukka Pojan konsertin toimintaympäristö- ja vuorovaikutustekijät ...	67
Kuvio 11	Olavi Uusivirta Ruisrockissa 2014.....	74
Kuvio 12	Olavi Uusivirta ja Timo Kämäräinen Ruisrockissa 2014.....	78
Kuvio 13	Olavi Uusivirran konsertin vuorovaikutussuhteet	81
Kuvio 14	Olavi Uusivirran konsertin toimintaympäristö- ja vuorovaikutustekijät	82
Kuvio 15	Möysän baari	88
Kuvio 16	Apulanta Möysän baarissa 2014.....	93
Kuvio 17	Apulannan konsertin vuorovaikutussuhteet	97
Kuvio 18	Apulannan konsertin toimintaympäristö- ja vuorovaikutustekijät	98

TAULUKOT

Taulukko 1	Operationalisointitaulukko	47
Taulukko 2	Aineistonkeruun tiedot	51

1 JOHDANTO

”I’m gonna count to four and Taylor’s gonna play a guitar solo, he’s gonna totally shred his guitar apart. And when I get to four, I want at least half of you to run into the water. And I want you to keep running, just don’t stop running – ever.”

– Hayley Williams, Paramore

1.1 Musiikkiteollisuuden muuttuneet kulutusmallit

Ruisrock-festivaali Turun Ruissalossa vuonna 2011, yhdysvaltalainen Paramore-yhtye soittaa rantalavalla heinäkuun helteisessä illassa. Yleisön varpaat ovat hautautuneet lämpimään hiekkaan. Ihmiset pomppivat niin, että maa tärisee, ja he laulavat äänensä käheiksi. Konsertin loppuhuipentumana laulaja Hayley Williams yllyttää tuhatpäisen yleisön juoksemaan mereen, ja yleisö juoksee.

Uudet kuluttamisen mallit ovat ravistelleet musiikkiteollisuutta, ja ala on murroksessa. Vuonna 2013 musiikkialan taloudellinen arvo oli Suomessa 863,2 miljoonaa euroa. Se lasketaan äänitemyyntiin, julkiseen rahoitukseen, tekijänoikeuskorvauksiin ja elävään musiikkiin kohdistuvista tulovirroista, jotka tuloutuvat sektorin sisällä eri toimijoille. Noin puolet alan kokonaisarvosta muodostuu elävästä musiikista (438,8 miljoonaa euroa), joka jätti taakseen tekijänoikeuskorvaukset, äänitteiden vähittäismyynnin, apurahakorvaukset ja koulutuksen, jotka muodostavat yhdessä alan kokonaisarvon toisen puolen. (Tolppanen 2014, 5.) Yksi alan rakennemuutoksista on fyysisten tallenteiden jakelun vähentyminen, jota selittää ennen kaikkea alan digitalisoituminen. Musiikkia kulutetaan nyt sähköisten viestimien kautta, jossa sitä levitetään vastikkeellisesti tai vastikkeettomasti, laillisesti tai laittomasti. (Karhumaa, Lehtman & Nikula 2010, 21; Montoro-Pons & Cuadrado-García 2011, 20; Ordanini & Parasuraman 2012.)

Musiikin jakelu on siis siirtynyt perinteisestä, fyysisestä jakelukanavasta verkkoon, ja luovan teollisuuden on kyettävä mukautumaan tähän teknologian tuomaan muutokseen (Cammaerts, Mansell & Bingchun 2013, 5–8). Esimerkiksi Kane Records -niminen levykauppa lopetti kivijalkamyymälänsä Turun Forumissa joitakin vuosia sitten ja siirsi toimintansa verkkoon, koska myymälän pitäminen ei ollut kannattavaa liiketoimintaa. Digitaalisen liiketoiminnan asiantuntija Ville Tolvanen totesi marraskuussa 2013 järjestetyssä Turun Mainostorstai -tapahtumassa, että verkko on sirpaloittanut musiikin arvoketjun, ja fyysisistä tallenteista on tullut epärelevantteja. Samalla artisti on kuitenkin oppinut luomaan paremman suhteen yleisöönsä. (Tolvanen, esitelmä 7.11.2013.) Live-musiikin kysynnän ja tarjonnan kasvu on kompensoinut sitä, mitä äänitemyynnissä on viime vuosina hävitty, ja Suomessa elävän musiikin markkinat ovat kasvaneet nopeasti

2000-luvulla (Alanen 2011, 32–34). Tämä siitäkin huolimatta, että konserttilippu maksaa tyypillisesti ainakin yhtä paljon tai jopa enemmän kuin fyysinen äänite eikä sitä voi äänitteen tavoin käyttää uudelleen. Näyttää kuitenkin siltä, että musiikin kuluttajat eivät osta konserttilippuja korvatakseen fyysisiä äänitteitä, vaan täydentääkseen äänitteiden tarjoamaa musiikillista antia. (Earl 2001, 342, 345.) Live-konsertit ja fyysiset äänitteet eivät siis kilpaile keskenään, vaan täydentävät toisiaan ja palvelevat osaltaan erilaista kulutustarvetta. Musiikkia kulutetaan enemmän kuin koskaan aikaisemmin (Musiikki on tunnetta ja eliksiiriä 2011). Vain kuluttamisen muoto on muuttunut.

Musiikin kulutusmallien muutoksen myötä myös artistien ansaintalogiikka on muuttunut, sillä live-konserteista on tullut monien artistien suurin ja säännöllinen ansainnan lähde (Karhumaa ym. 2010, 36). Musiikkia markkinoidaan ja myydään live-konserteissa, joissa myydään myös monia oheistuotteita, kuten levyjä ja paitoja. Monille artisteille konsertit ja esiintymispaikat ovat ainutlaatuinen tilaisuus rakentaa ja ylläpitää suhteita yleisöön (Kubacki 2008, 401). Leevi and the Leavings oli suomalainen, 1980- ja 1990-luvuilla vaikuttanut yhtye, joka esiintyi urallaan ainoastaan kerran eikä sen keulahahmo Gösta Sundqvist antanut elinaikanaan ainuttakaan haastattelua. Silti yhtye keräsi laajan kuulijakunnan, ja sen kappaleet ovat edelleen suosittuja. Tänä päivänä Leevi and the Leavingsin kaltainen toimintamalli ei välttämättä kuitenkaan enää toimisi.

Heikko taloustilanne ja kuluttajien ostovoiman lasku ovat kuitenkin vaikuttaneet myös musiikkiliiketoimintaan, ja konserttipalveluiden kulutus on vaarassa laskea. ”Elääkö livebisnes tekehengityksen varassa?” kysyttiinkin Turun Sanomien artikkelissa (Mattila 2014, 17) marraskuussa 2014. Tamperelaisen ohjelmatoimiston, J. Karppanen Oy:n, perustaja Jouko Karppanen pohti, että kuluttajien käyttäytymiskulttuuri on muuttunut: aiemmin ihmiset tapasivat toisiaan elävän musiikin tilaisuuksissa, mutta nyt seurustellaan ja kulutetaan musiikkia verkossa. Ruisrockin järjestäjä ja Helsingin Tavastia-klubin toimitusjohtaja Juhani Merimaa kuitenkin muistutti, että *”isot uudistukset eivät synny nousukautena vaan vähän huonompaa aikana, jolloin on pakko keksiä jotain uutta pysyäksään hengissä”*. (Mattila 2014, 17.) Vastauksena taloustilanteelle ja käyttäytymiskulttuurin muutokselle artistit ja tapahtumajärjestäjät ovat viime vuosina keskittyneet elämyksellisten kulutusympäristöjen luomiseen, joissa kuluttajille tarjotaan ainutlaatuinen konserttikokemus.

Musiikin kauppa on siis kokenut viime vuosina radikaalin muutoksen. Samalla kuluttajat ovat entistä vaativampia ja elämyshakuisempia – he haluavat kokea uusia asioita ja nähdä uusia paikkoja, he haluavat oppia ja tulla viihdytetyiksi. Elämykset ovat vastaus kuluttajien tarpeiden muutokseen, ja siksi elämysten kysyntä onkin kasvussa. Kuluttajat ovat valmiita maksamaan korkeampaa hintaa elämyksistä, ja tämän myötä elämysten tuottamisesta on tullut kannattavaa liiketoimintaa. Elämyksistä on tullut yrityksille keino erilaistua ja tuottaa lisäarvoa asiakkaille. (Sundbo & Darmer 2008, 3.) Perinteinen rajanveto yritysten ja kuluttajien välillä on kuitenkin hämärtyvässä, sillä tänä päivänä

arvoa tuottavia elämyksiä luodaan ja jaetaan yhdessä yrityksen ja kuluttajan välisessä vuorovaikutusprosessissa (Gamble & Gilmore 2013, 1860).

Aikaisempi kirjallisuus on keskittynyt pitkälti nauhoitetun musiikin kuluttamiseen, musiikkiin yhtenä vähittäiskaupan tunnelmatekijänä sekä siihen, miten musiikki vaikuttaa kuluttamiseen osana mainontaa. Sen sijaan kuluttajien reaktioita silloin, kun musiikki on palvelukokemuksen ja kuluttamisen ydin, on tutkittu verrattain vähän. (Hausman 2011, 210.) Tällöin on keskitytty pääasiassa kuluttajien tyytyväisyyteen ja kokemuksiin vaikuttaviin tekijöihin live-konserteissa. Liiketaloustieteilijät eivät ole juurikaan huomioineet konserttien sosiaalista ulottuvuutta, vaikka sillä vaikuttaa olevan merkittävä rooli konserttien kaltaisten tapahtumien onnistumisen kannalta (Earl 2001, 351). Musiikki on sosiaalisesti rakennettu tuote, ja siksi on yllättävää, miten vähän musiikin kulutusta on tutkittu juuri sosiaalisissa tilanteissa (Larsen, Lawson & Todd 2009, 16). Muutamat tutkimukset ovat kuitenkin ottaneet huomioon sosiaalisen vuorovaikutuksen merkityksen live-konserttikontekstissa (esim. Santoro & Troilo 2007; Larsen ym. 2009; Hausman 2011; Moelants, Demey, Grachten, Wu & Leman 2012). Kubacki (2008) tutki lisäksi jazz-muusikoiden näkemyksiä palvelukokemuksen tuottamisesta live-konserteissa, mutta muutoin palveluprosessin toisen osapuolen, artistin, rooli on jäänyt vähäiselle huomiolle.

Musiikin merkitys taloudelle on silti tunnustettu akateemisessa maailmassa. Esimerkiksi Music & Entertainment Industry Educators Association Journal käsittelee musiikki- ja viihdeteollisuutta ja sen merkitystä taloudelle. Myös artistien ja yhtyeiden merkitys liiketoimintayksikköinä on tunnustettu tutkijoiden keskuudessa (esim. Fisher, Pearson & Barnes 2002). Gamble ja Gilmore (2013) tutkivat, miten kuluttajat osallistuvat artistien markkinointiin yhdessä artistien kanssa. Arvon yhteisluomista käsittelevä kirjallisuus on kuitenkin tähän mennessä keskittynyt pääasiassa asiakkaan kokemaan arvoon, joka luodaan organisaation ja kuluttajan välisessä vuorovaikutteisessa prosessissa (esim. Vargo & Lusch 2008; Grönroos & Voima 2013).

Artisti on palveluntarjoajana sikäli erityinen, että artistin ammatti on itsessään elämyshakuinen. Live-konsertissa vuorovaikutus artistin ja yleisön välillä luo erityistä jännitettä, joka vaikuttaa myös esiintyvään artistiin. Vuorovaikutuksella on siten merkittävä rooli konserttielämyksen muodostumisessa sekä artistille että yleisölle. (Moelants ym. 2012, 67.) Artisti paitsi tuottaa myös jakaa ja kokee elämyksiä yhdessä yleisönsä kanssa, jolloin tuottajan ja kuluttajan roolit sekoittuvat. Tämä tekee live-konsertista ainutlaatuisen, vuorovaikutteisen toimintaympäristön ja nostaa esille tuottajan kokeman elämyksen, jota ei ole kirjallisuudessa tähän mennessä juuri käsitelty. Aiempi kirjallisuus ei siis ole ottanut huomioon live-konsertin kaltaista palveluntuottamisprosessia, jossa sekä organisaatio eli artisti että kuluttaja molemmat luovat, jakavat ja kokevat arvoa.

1.2 Tutkimuksen tarkoitus

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on tarkastella vuorovaikutuksen muotoja ja merkitystä elämysten tuottamisessa ja kokemisessa live-konserteissa. Tutkimuksessa oltiin kiinnostuneita siitä, millaista vuorovaikutus live-konserteissa on, keiden välillä sitä on, ja mitkä tekijät edesauttavat tai haittaavat vuorovaikutuksen ja elämyksen syntymistä. Tavoitteena on tunnistaa tekijät, joilla vuorovaikutukseen voidaan vaikuttaa. Sitä kautta olisi mahdollista luoda suurempia elämyksiä niin artistille kuin yleisölle, minkä johdosta yleisö on valmis maksamaan konserttilipuista suuremman summan.

Tutkimuksen kohteena on todellisen elämän ilmiö – tapahtuma eli live-konsertti ja sen sisällä tapahtuva vuorovaikutustilanne, jota pyritään tutkimaan, kuvaamaan ja selittämään mahdollisimman tarkasti. Elämyksen sanotaan olevan yksilön subjektiivinen kokemus, joka syntyy vuorovaikutuksessa muiden kanssa (Pine & Gilmore 1999, 12). Tässä tutkimuksessa keskitytään elämyksen tuottamiseen ja kokemiseen juuri yksilön näkökulmasta. Live-konsertteihin osallistuu useita eri toimijoita aina yleisöstä ja artistista tapahtumanjärjestäjään ja henkilökuntaan saakka. Periaatteessa yksilö voi löytyä mistä tahansa näistä ryhmistä, mutta ymmärtääkseen kokonaisuutta on ensin ymmärrettävä yksilöä ja hänen elämyskokemustaan.

Yksilön kokemusmaailman ymmärtäminen juontaa aina psykologiaan, ja kun yksilö toimii osana live-konserttikontekstia, mukaan tulee myös sosiaalinen ulottuvuus. Tästä syystä tämän tutkimuksen teoria pohjautuu osaltaan sosiaalipsykologiaan. Yritysjohdon ja markkinoinnin kentässä toimivien tulee ymmärtää yksilön sosiaalipsykologiset lähtökohdat, jotta he voisivat ylipäätään ymmärtää yksilön käyttäytymistä ja elämyksen muodostumista. Kyse on siitä, että ymmärretään, mitä yksilössä psykologisesti tapahtuu, kun hän kokee elämyksen, ja millaisessa vuorovaikutussuhteessa hän on muihin ympärillä oleviin elämyksen aikana tai ennen ja jälkeen elämyksen (Sundbo 2009, 9). Tässä tutkimuksessa käytetään rinnan termejä esiintyminen, live-konsertti ja konsertti, joilla tarkoitetaan esiintymistä, jossa artisti on itse henkilökohtaisesti läsnä ja yhteydessä yleisönsä (Karhumaa 2000, 103; Santoro & Troilo 2007, 111). Live-konsertti -termiä käytetään tutkimuksessa ja työn nimessä siksi, että tehtäisiin selvä ero esimerkiksi television tai radion välityksellä seurattavan konsertin ja sellaisen konsertin välillä, jossa kuluttaja on konkreettisesti läsnä. Tässä tutkimuksessa keskitytään jälkimmäiseen. Artistisanalla viitataan puolestaan sekä yksittäiseen artistiin että yhtyeeseen eli ryhmään ihmisiä.

Tutkimuksen teoreettinen keskustelu pohjautuu elämyskirjallisuuteen, arvon yhteisluomista ja vuorovaikutusta käsittelevään kirjallisuuteen sekä tutkimusartikkeleihin, jotka käsittelevät musiikin kuluttamista sekä kuluttajien ja artistien tyytyväisyyttä ja kokemuksia live-konserteista. Lähteinä on lisäksi käytetty psykologian tieteenalan tut-

kimuksia. Näin voidaan paremmin huomioida se psykologinen ja sosiaalinen prosessi, joka tapahtuu, kun yksilö kokee elämyksen (Sundbo 2009, 14).

Tämä tutkimus on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus, jossa aineistonkeruumenetelminä käytettiin havainnointia ja teemahaastatteluja. Tutkimuksessa haastateltiin kesän ja syksyn 2014 aikana kolmea kotimaista artistia, havainnoitiin heidän live-konserttejaan ja haastateltiin yleisön joukossa olevia henkilöitä, jotta tutkittavaa ilmiötä voitiin tarkastella useista eri näkökulmista.

Elämys on terminä sikäli haastava, että sitä käytetään joskus rinnan termin kokemus kanssa. Englanninkielisessä terminologiassa tämä haaste konkretisoituu, sillä elämyksen englanninkielinen vastine ”experience” viittaa sekä kokemukseen että elämykseen. Ne eivät kuitenkaan tarkoita samaa asiaa, sillä kaikki elämykset ovat kokemuksia, mutta kaikki kokemukset eivät ole elämyksiä. Elämys voidaan nähdä ennemminkin seurauksena vaikuttavasta kokemuksesta, vaikka ne tapahtuvat samaan aikaan. Elämys on kokemusta voimakkaampi, subjektiivinen tapahtuma, jossa korostuu vuorovaikutus muiden toimijoiden kanssa. Elämys on siis henkilökohtainen eikä sitä voida siksi vertailla yksilöiden välillä samalla tavalla kuin kokemusta. (Gupta & Vajic 2000, 34; Komppula 2002, 56.) Suurin osa käsitelystä englanninkielisestä lähdekirjallisuudesta on määritellyt ”experience”-termin merkityksen kokemukseksi. Tutkijana tehtäväni on ollut tulkita ja soveltaa tätä kirjallisuutta tähän elämyskontekstiin.

Tämä tutkimus kumpuaa artistien ansaintalogiikan muutoksesta ja live-konserttien kysynnän uhkaavan laskun ja tarjonnan kasvun mukanaan tuomasta haasteesta, jossa artistit ja tapahtumanjärjestäjät kilpailevat yleisön suosioista ja menestyksestä. Mikäli yksilö kokee, että tapahtuma oli elämys, joka täytti tai jopa ylitti hänen odotuksensa, hän on valmis tulemaan saman järjestäjän tapahtumaan uudelleenkin (Sundbo 2009, 11). Elämysten tuottaminen on tapahtumanjärjestäjän lisäksi myös artistin etu, sillä elämykset saavat kuluttajat uudelleen artistin konsertteihin, mikä tekee artistista kysytyt esiintyjän keikkapaikoille. Samalla artistin tulot kasvavat. (Hausman 2011, 216.) Tutkimus on saanut alkunsa kuitenkin ennen kaikkea omasta mielenkiinnostani musiikkia kohtaan. Musiikilla on ollut aina suuri rooli elämässäni, ja yksitoista viime vuotta olen laulanut yhtyeessä, jonka kanssa olen tehnyt jo yli sata keikkaa. Parhaiten mieleen eivät ole jääneet esiintymiset, jotka olivat teknisesti onnistuneita tai joissa olosuhteet olivat esiintyvälle artistille suotuisat vaan ne, joissa yleisön läsnäolo nosti oman suorituksen uudelle tasolle – ei välttämättä teknisesti, mutta tunnetasolla.

2 ELÄMYS YKSILÖN SUBJEKTIIVISENA KOKEMUKSENA

“Missä tahansa taiteenlajissa tai taideteoksessa on kyse nimenomaan siitä, että taide koetaan, ja kokija vasta itse asiassa muokkaa teoksen lopullisen muodon. Tekijä tekee jotain ja kokija kokee tämän teoksen, ja siinä kokijan subjektiivisessa maailmassa se saa lopullisen muotonsa. Ja siinäpä se asian kauneus.”

– Toni Wirtanen, Apulanta

2.1 Elämyksen käsite

Perinteinen markkinointi näki kuluttajan vain rationaalisena päätöksentekijänä, joka on kiinnostunut ainoastaan toiminnallisista ominaisuuksista ja eduista. Elämysmarkkinointi puolestaan näkee kuluttajan emotionaalisena yksilönä, joka tavoittelee nautinnollisia elämyksiä. (Holbrook & Hirschman 1982, 132; Schmitt 1999, 53.) Nautinnon tavoittelu on ihmiselle luontaista, ja se vaikuttaa merkittävästi kulutuskäyttäytymiseen (Goulding, Shankar, Elliott & Canniford 2009, 759). Elämysten tavoittelusta on syntynyt käsite elämystalous, joka on seuraus kilpailun kiihtymisestä ja teknologian kehittymisestä, jotka ovat mahdollistaneet elämystuotannon viemisen täysin uudelle tasolle (Pine & Gilmore 1999, 5). Live-konserteissa teknologia näkyy kaikessa toiminnassa aina äänentoistosta screen-tauluihin ja valotekniikkaan saakka. Suurin syy elämystalouden kehittymiselle on kuitenkin taloudellisen arvon luonne ja sen luonnollinen kehitys – kuluttajista on tullut entistä vaativampia ja elämyshakuisempia (Pine & Gilmore 1999, 5). Elämyshakuisuuden kasvua voidaan selittää esimerkiksi Abraham Maslow'n (1954) klassisen tarve-hierarkiamallin avulla. Fyysiset ja henkiset perustarpeet on nykyään helpompi täyttää, ja siksi kuluttajat ovat siirtyneet tarvehierarkian korkeimmille tasoille tavoittelemaan suurempia tarpeentyydytyksen tasoja. Pelkkä tuote tai palvelu ei enää yksin riitä, vaan tarvitaan elämyksiä (Sundbo & Darmer 2008, 3). Elämyksellisessä kuluttamisessa kuluttajat eivät ole vain kuluttajia; he ovat aktiivisia toimijoita, jotka etsivät merkityksiä, ja heille kuluttaminen merkitsee muutakin kuin pelkkää ostotapahtumaa (Carù & Cova 2007b, 5).

Elämys on hetkellinen ja tilannesidonnainen tapahtuma, joka sitouttaa asiakkaan henkilökohtaisella ja unohtumattomalla tavalla ja tasolla elämyksen tuottajaan (Pine & Gilmore 1999, 12; Saarinen 2002, 5). Elämys on aina enemmän kuin pelkkä tuote tai palvelu (Sundbo & Darmer 2008, 1). Se on henkinen prosessi, joka tapahtuu vastaanottajan mielessä, ja sen kuluttaminen eroaa kaikista muista kuluttamisen muodoista (Sundbo 2009, 1). Elämyksessä mennään perustoimintojen yläpuolelle ja tarjotaan kuluttajalle jotakin enemmän – ikimuistoisia hetkiä, jotka säilyvät mielessä pitkään. Elämykset ovat viihdeteollisuuden sydän, mutta elämyksen käsite on levinnyt yhtä lailla

kaikkeen liike-toimintaan. Viihde on nykyään vain yksi näkökulma elämykseen. (Pine & Gilmore 1999, 11–12.)

Elämys on seuraus sellaisten asioiden kohtaamisesta, elämisestä ja kokemisesta, jotka tarjoavat yksilölle aistillisia, emotionaalisia, kognitiivisia, fyysisiä sekä käyttäytymiseen ja sosiaaliseen identiteettiin ja suhteisiin liittyviä arvoja, jotka syntyvät vuorovaikutuksessa jonkin ryhmän tai kulttuurin kanssa (Schmitt 1999, 53; Arnould, Price & Zinkhan 2004, 341). Kaksi eri ihmistä ei voi kokea elämystä samalla tavalla, sillä se on aina henkilökohtainen, subjektiivinen kokemus. Elämys on jotakin, mikä tapahtuu yksilön mielessä, kun hän on sitoutunut emotionaalisella, fyysisellä, intellektuellilla tai jopa hengellisellä tasolla elämyksen tuottajaan tai tapahtumaan. Yksilön kokema elämys syntyy siten tapahtuman, ryhmän tai kulttuurin ja yksilön välisessä henkilökohtaisessa vuorovaikutuksessa. (Pine & Gilmore 1999, 12; Schmitt 1999, 53.) Tästä syystä elämystä on tutkittava suhteessa vuorovaikutukseen ja siihen sosiaaliseen ympäristöön, jossa elämys tuotetaan (Gupta & Vajic 2000, 34).

Elämys on sekoitus organisaation fyysistä suorituskykyä, aistien stimulointia ja herätettyjä tunteita, joista jokaista mitataan intuitiivisesti asiakkaan odotuksiin nähden kaikissa vuorovaikutuksen hetkissä (Shaw & Ivens 2005, 6). Se, miten yksilö kokee elämyksen, riippuu yksilön taustasta, tunteista, tulkinnasta ja miellelyhtymistä. Elämys on siis ulkoisten ärsykkeiden ja yksilön aikaisempien kokemusten yhdistelmä. Elämyksen kokemiseen voivat vaikuttaa myös tilanne, mieliala ja muut ulkoiset tekijät. Elämysten tuottamisprosessi on pääosin psykologinen, mutta se on myös sosiaalinen, sillä ihminen on vuorovaikutuksessa toisten kanssa elämyksen kokiessaan. Elämys tuotetaan ja koetaan samassa hetkessä eikä sitä voida luoda uudelleen. (Sundbo 2009, 2, 10, 14.) Elämyksen tuottamiseen tehty työ katoaa suorituksen jälkeen, mutta elämyksen arvo viipyy niiden ihmisten mielissä, jotka ovat osallistuneet tapahtumaan. Elämys ei siis ole itsessään varastoitavissa, mutta sen arvo varastoituu elämyksen kokijan mieleen. (Pine & Gilmore 1999, 12–13; Saarinen 2002, 8; Sundbo & Darmer 2008, 6.) Elämys voidaan palauttaa mieleen vielä vuosia myöhemminkin, ja se voidaan ikään kuin elää uudelleen muistojen kautta, mutta sen tunnesisällön ja henkilökohtaisuuden vuoksi sitä voi olla vaikea kuvailla (Arnould & Price 1993, 25; Arnould ym. 2004, 342).

Jotkut elämykset kestävät paljon varsinaista ostotapahtumaa pidempään, ja ne saataan kokea pitkällä aikavälillä (Arnould ym. 2004, 346). Arnouldin ym. (2004, 346–347) mukaan elämysten kuluttaminen voidaan jakaa neljään osa-alueeseen:

- ostamista edeltävä elämys (etsiminen, suunnittelu, haaveilu sekä elämyksen ennustaminen ja kuvittelu)
- ostoelämys (ostokohteen valinta, maksu, pakkaus, palvelun ja ympäristön kohtaaminen)
- ydinelämys (tunteet, kylläisyys, tyytyväisyys/tyytymättömyys, ärtymys/”flow”, muutos)

- elämyksen muistelu ja nostalgia (valokuvat elämyksen uudelleen elämisen apuna, ystävien kanssa keskustelu, tarinankerronta, vanhojen aikojen vertailu nykyhetkeen)

Elämys voi alkaa jo siinä vaiheessa, kun kuulemme, että suosikkiartistimme saapuu esiintymään kotipaikkakunnallemme ja suunnittelemme ja haaveilemme konserttiin pääsemisestä. Elämys voi jatkua, kun jonotamme verkkokaupassa lippuja siinä toivossa, että konsertti ei olisi vielä loppuunmyyty. Jonottamiseen käytetty aika ei välttämättä ole aina positiivinen kokemus, mutta kun liput on viimein saatu, riemu on suuri. Varsinaista tapahtumaa edeltävä elämys sisältää ajatuksia, tunteita ja tulevan kulutustilanteen elämistä etukäteen (Arnould ym. 2004, 347). Ydinelämys koetaan itse konsertissa ja elämyksen muistelu mahdollisesti vielä vuosia tapahtuman jälkeen.

Kokemamme elämykset vaikuttavat siihen, keitä me olemme, mitä voimme saavuttaa ja mihin olemme menossa. Ihmiset ovat aina etsineet uusia ja jännittäviä kokemuksia oppiakseen, kasvaakseen, kehittyäkseen ja uudistuakseen. Siksi kuluttajat etsivät elämyksiä ja kokemuksia, jotka muuttavat heitä. Kuluttajat haluavat muuttua elämysten kautta joksikin toiseksi. (Pine & Gilmore 1999, 163.) Konsertit mahdollistavat käytöksen, joka ei välttämättä ole mahdollista kotona, kuten kovaäänisen musiikin kuuntelun, huutamisen, tanssimisen, tietynlaisen pukeutumisen ja ilmakitaran soiton muiden samanmielisten kanssa (Earl 2001, 350). Konsertit toimivat ikään kuin sosiaalisena tilana, jossa kuluttajien on mahdollista irtautua arkiminästä ja sosiaalisista kategorioista kuten sukupuoli, ikä ja ammatti, jotka normaalisti määrittävät heitä (Goulding ym. 2009, 767). Paramore-yhtyeen laulaja Hayley Williams kannusti yleisön juoksemaan Ruissalon rantaveteen konsertin päätteeksi. Kollektiivisen elämyksen vallassa yleisö juoksi vaatteet päällä mereen. Harva tekisi sen toisenlaisissa olosuhteissa, mutta konsertissa siitä tuli osa elämystä. Yleisö muuttui ja siitä tuli joku toinen – ainakin hetkeksi.

2.2 Näkökulmia elämykseen

2.2.1 *Elämysten luokittelu*

Sundbon (2009, 7–8) mukaan elämyksillä on kolme eri muotoa. Ne voivat olla hedonistisia eli puhtaasti nautinnonhakuksia elämyksiä, niiden kautta voidaan etsiä ja luoda merkityksiä tai luoda tietynlaista sosiaalista asemaa. Hän jakaa elämykset edelleen niiden erilaisten ominaisuuksien mukaan viihdyttäviin, rauhoittaviin, opettaviin, sosiaaliin, perustarpeisiin liittyviin, kulturelleihin, sosiaaliseen statukseen liittyviin ja terveystä edistäviin elämyksiin. Sundbon (2009) luokittelemat elämykset ovat toisistaan erillisiä, mutta ne ovat kuitenkin yhteydessä toisiinsa ja vuorovaikutuksessa keskenään. Näi-

tä elämysten ominaisuuksia voidaan yhdistellä siten, että yksilö kokee useita erilaisia elämyksiä samanaikaisesti. (Schmitt 1999, 61–62; Sundbo 2009, 8.)

Schmitt (1999, 60) on puolestaan määritellyt viisi erilaista elämystyyppiä, joiden avulla yritykset voivat tuottaa elämyksiä asiakkailleen. Nämä ovat

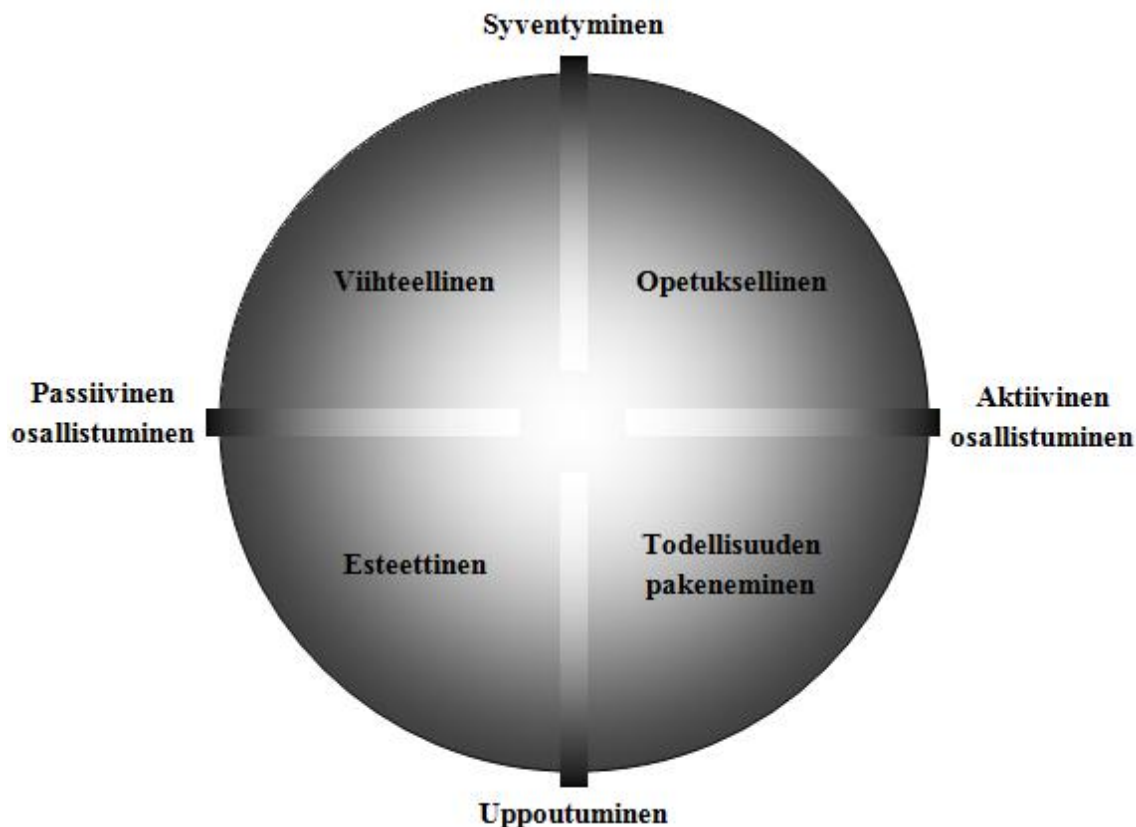
- aisteihin perustuvat elämykset (SENSE)
- emotionaaliset elämykset (FEEL)
- luovat, kognitiiviset elämykset (THINK)
- fyysiset elämykset, käyttäytyminen ja elämäntyyli (ACT)
- sosiaaliseen identiteettiin liittyvät elämykset, jotka syntyvät vuorovaikutuksessa jonkin ryhmän tai kulttuurin kanssa (RELATE)

Aisteihin perustuvat elämykset vetoavat kuluttajien kuulo-, näkö-, haju-, tunto- ja makuaistiin. Live-konserteissa aisteihin perustuva elämys on helposti perusteltavissa. (Schmitt 1999, 60–62.) Aisteihin perustuvissa elämyksissä kaikki aistiärsykkeet on suunniteltu vahvistamaan haluttua elämystä, mutta jos aistiärsykeitä on liikaa tai ne häiritsevät toisiaan, kokonaisvaikutelma saattaa kärsiä (Tarssanen & Kylänen 2009, 14). Paitsi että konsertti stimuloi kuulo- ja näköaistiamme, voimme samalla tuntea esimerkiksi hien valuvan selkäämme pitkin tanssimisen jäljiltä, maistaa mallasoluen, haistaa edessä seisovan naisen parfyymien tai lattialle kaatuneen makean siiderin. Me keräämme tietoa ympäristöstämme aistiemme avulla, ja organisaatio voi osaltaan vaikuttaa siihen, mitä aisteja se pyrkii stimuloimaan. Kontrolloimalla aistein koettavia tuntemuksia organisaatiot voivat samalla vaikuttaa koettuun elämykseen. (Shaw & Ivens 2005, 7.)

Emotionaaliset elämykset vetoavat yksilön tunteisiin ja kognitiiviset elämykset puolestaan vastaanottajan älyyn. Kognitiivisten elämysten tavoitteena on luoda kognitiivisia, luovia ja ongelmia ratkovia elämyksiä, jotka vetoavat kohderyhmän ajatteluun provokaation ja yllätyksen kautta. Fyysiset elämykset rikastuttavat yksilön elämää ja antavat vaihtoehtoisia malleja elää, toimia ja olla vuorovaikutuksessa muiden kanssa. Muutokset elämäntyyliin ja käyttäytymisessä ovat usein luonteeltaan motivoivia, innostavia ja emotionaalisia, ja ne saavat alkunsa roolimallien, kuten artistien tai urheilijoiden, motivoinnin kautta. Sosiaaliseen identiteettiin liittyvä elämys on kaikkien aikaisempien elämysten yhdistelmä. Siinä elämys ei kuitenkaan koske enää vain yksilön subjektiivisia tunteita, vaan se vie yksilön pois omasta sisäisestä tilasta ja sitoo hänet osaksi laajempaa sosiaalista kokonaisuutta. Sosiaaliseen identiteettiin liittyvä elämys vetoaa yksilön haluun olla parempi ihminen ja näyttäytyä positiivisesti muiden ihmisten silmissä. (Schmitt 1999, 60–62.)

2.2.2 *Elämyksen ulottuvuudet*

Pine ja Gilmore (1999, 30) ovat havainnollistaneet elämystä kuviolla, jossa elämys on jaettu kahteen ulottuvuuteen (kuvio 1). Se kuvastaa elämyksen eri ulottuvuuksia yksilön näkökulmasta ja sitä, miten yksilöt voivat kokea elämyksen erilaisilla tavoilla. Yksilöllä viitataan tässä tutkimuksessa kehen tahansa konsertissa olijaan, niin yleisön edustajiin kuin artistiin itseensäkin. Koska elämys on subjektiivinen kokemus, konsertista on mahdollista löytää yksilöitä, joiden kokema elämys voidaan sijoittaa eri puolille elämyksen ulottuvuuskuviota.



Kuvio 1 Elämyksen ulottuvuudet (Pine & Gilmore 1999, 30)

Horisontaalisella akselilla kuvataan yksilön osallistumista tapahtumaan tai suoritukseen, joka tuottaa elämyksen. Vasemmalla puolella on passiivinen osallistuminen, jolla tarkoitetaan sitä, että yksilö ei suoraan osallistu tai vaikuta tapahtumaan, vaan kokee elämyksen puhtaasti tarkkailijan tai kuuntelijan roolissa. Toisella puolella on puolestaan aktiivinen osallistuminen, jossa yksilö vaikuttaa henkilökohtaisesti tapahtumaan, joka tuottaa elämyksen. Vaikka ihmiset olisivatkin passiivisia osallistujia, he eivät kuitenkaan ole täysin passiivisia, sillä pelkästään olemalla läsnä he vaikuttavat siihen visuaaliseen ja äänelliseen tapahtumaan, jonka muut ympärillä olijat kokevat. (Pine & Gilmore 1999, 30.) Konsertissa tämä tarkoittaa sitä, että vaikka osa yleisöstä olisi ottanut passii-

visen kuuntelijan ja tarkkailijan roolin, he vaikuttavat aktiivisesti muiden ihmisten konserttikokemukseen. Ihmisillä on esimerkiksi taipumus suosia tapahtumia, joissa on paljon muitakin osanottajia (Minor, Wagner, Brewerton & Hausman 2004, 11). On kärjistetyksi eri asia olla ainoa osanottaja konsertissa kuin yksi muiden joukossa, sillä muut osallistujat ovat osa konserttikokemusta ja elämystä. Taipumus suosia ihmisjoukkoja pätee tosin ainoastaan siihen pisteeseen asti, että kuluttaja tuntee olonsa epämukavaksi ja ahtaaksi johtuen liiallisesta väenpaljoudesta (Minor ym. 2004, 12). Muiden ihmisten läsnäolo voi siis vahvistaa yksilön kokemaa elämystä, mutta myös häiritä tai estää sen syntymistä (Aho 2001, 37). Muut ihmiset vaikuttavat näin ollen yksilön kokemaan elämukseen tahtomattaankin.

Pystysuuntainen akseli kuvaa puolestaan sitä yhteyttä ja suhdetta, joka yhdistää yksilön tapahtumaan tai suoritukseen eli tässä yhteydessä musiikkiesitykseen. Toisessa ääripäässä on syventyminen, jossa elämys valtaa yksilön mielen, ja toisessa päässä uppoutuminen, jossa yksilö tulee fyysisesti osaksi elämystä. (Pine & Gilmore 1999, 31.)

Nämä tekijät yhdistämällä voidaan määritellä neljä elämyksen tyyppiä, jotka ovat viihteellinen, opetuksellinen, eskapistinen eli todellisuuden pakenemiseen liittyvä ja esteettinen elämys. Ne ovat keskenään yhteensopivia alueita, jotka muodostavat sekoitettuna ainutlaatuisia, yksilöllisiä kohtaamisia. Viihteellinen elämys mielletään usein passiiviseksi omaksumiseksi aistien kautta, mikä tapahtuu usein esimerkiksi suoritusta katseltaessa tai musiikkia kuunneltaessa. (Pine & Gilmore 1999, 31.) Konsertissa viihteellisen elämyksen kokeva voi olla esimerkiksi yksin nurkassa esitystä seuraava henkilö, jonka eleet tai ilmeet eivät kerro mitään mielenliikkeistä, mutta silti hän voi seurata konserttia herpaantumatta ja olla mieleltään täysin ”sisällä” musiikkielämyksessä. Opetuksellisessa elämyksessä yksilö osallistuu aktiivisesti suoritukseen. Siinä on kyse tiedottamisesta ja yksilön tietojen ja taitojen lisäämisestä. (Pine & Gilmore 1999, 32.) Tällainen elämyksen kokija voi osallistua esimerkiksi kantaa ottavaan konserttiin, jossa yleisö ja artisti jakavat saman arvomaailman. Todellisuuden pakeneminen käsittää syvemmän uppoutumisen tason kuin viihteellinen tai koulutuksellinen elämys, ja siinä henkilö on täysin uppoutunut tapahtumaan tai suoritukseen ja osallistuu siihen aktiivisesti (Pine & Gilmore 1999, 33). Hän voi olla esimerkiksi yksi niistä, jotka ”halkovat” ilmaa nyrkillä, soittavat ilmakitaraa ja ovat henkisesti ja fyysisesti täysin uppoutuneita musiikkielämykseen. Esteettinen elämys merkitsee puolestaan sitä, että henkilö on täysin uppoutunut tapahtumaan, mutta vaikuttaa siihen itse vain vähän tai ei lainkaan. Hän jättää ympäristönsä koskemattomaksi, mutta ei omaa sisintään. (Pine & Gilmore 1999, 35.) Uppoutumisen käsitettä on kirjallisuudessa käytetty puhuttaessa kuluttajien erikoislaatuista elämyksistä, ja sillä on usein viitattu ennen kaikkea taiteen synnyttämiin elämyksiin (Duhaime, Joy & Ross 1995; Santoro & Troilo 2007, 110). Täydellinen uppoutuminen voi muuttaa yksilöä, mutta tällaista täydellistä elämystä voi olla vaikea saavuttaa (Carù & Cova 2005, 39). Yleisön edustaja voi siis sijoittua mihin tahansa kohtaan

elämysten ulottuvuuskuviota. Myös artisti voidaan sijoittaa kuvioon. Hän on parhaimmillaan aktiivinen osallistuja, joka uppoutuu omaan esitykseensä ja vuorovaikutustilanteeseen niin fyysisellä kuin henkiselläkin tasolla.

Elämykset voivat rikkoa ulottuvuuksien rajoja, ja kaikkein rikkain ja unohtumattomin elämys sisältääkin tekijöitä kaikista neljästä elämyksen osa-alueesta. Tätä aluetta kuvastaa niin sanottu ”sweet pot” kuvion keskellä. Yksilöt, jotka osallistuvat opetukselliseen elämykseen haluavat oppia, todellisuutta pakenevat haluavat tehdä, viihteelliseen elämykseen osallistuvat haluavat aistia ja esteettiseen elämykseen osallistuvat haluavat yksinkertaisesti vain olla paikalla. (Pine & Gilmore 1999, 35–38.)

Elämyksillä on siis useita erilaisia ulottuvuuksia, ominaisuuksia ja muotoja. Ne eivät ole yksiselitteisiä, sillä yksilön kokemus elämys on usein näiden ulottuvuuksien, ominaisuuksien ja muotojen yhdistelmä. Tämä tekee elämyksestä henkilökohtaisen, ainutlaatuisen ja ainutkertaisen tapahtuman. Sundbon (2009, 7–8) ja Schmittin (1999, 60) elämysten jaottelu on luokittelevaa, he jakavat elämykset kategoriin ryhmiin ja kuvaavat elämysten tuottamia arvoja ja mahdollisuutta kokea useita elämyksiä samanaikaisesti. Luokittelut kuvaavat elämysten tehtäviä, tarvetta ja tarkoitusta eli sitä, mitä yksilöt voivat elämykseltä etsiä ja millaisia tarpeita he pyrkivät elämyksillä tyydyttämään. Ne korostavat yritysjohtoon eli elämyksen tuottajan näkökulmaa ja sitä, millaisin keinoin yritys voi luoda elämyksiä asiakkailleen. Luokittelut eivät ota huomioon elämyksen dynaamista, vuorovaikutteista roolia tai sitä intensiteettiä eli voimakkuutta, jolla elämyksiä koetaan. Pinen ja Gilmoren (1999, 30) elämyksen ulottuvuuksien malli puolestaan kuvaa nimenomaan koetun elämyksen voimakkuutta ja tasoa yksilön eli elämyksen kokijan näkökulmasta. Sekä Sundbon (2009) ja Schmittin (1999) luokitteluissa että Pinen ja Gilmoren (1999) elämyksen ulottuvuuksien mallissa on kuitenkin myös samanlaisia piirteitä. Ne kaikki korostavat elämyksen monimuotoisuutta ja sen subjektiivisuutta. Niistä on myös löydettävissä samankaltaisia elementtejä, kuten fyysisyyden, emotionaalisuuden, opetuksellisen kognition, sosiaalisuuden, käyttäytymisen ja sosiaalisen identiteetin merkitys elämysten tuottamisessa ja kokemisessa.

2.3 Elämysten luominen tarjoajan ja kuluttajan välisessä vuorovaikutuksessa

Tänä päivänä selkeä rajanveto organisaation ja asiakkaan, myyjän ja ostajan sekä tuottajan ja kuluttajan välillä on hämärtynyt, ja se on korvattu nykyaikaisemmalla markkinointikäsitteellä siitä, että vaihdannan jokainen osapuoli luo ja jakaa arvoa (Gamble & Gilmore 2013, 1860). Elämyksen tuottamisprosessissa kuluttajaa ei siis enää nähdä vain passiivisena toimijana, joka reagoi ärsykkeeseen, vaan aktiivisena oman elämyskokemuksensa tuottajana (Carù & Cova 2007b, 7). Ikimuistoisia elämyksiä tuotetaan

elämysten tarjoajan ja kuluttajan välisessä vuorovaikutuksessa, ja kuluttaja on valmis maksamaan elämyksiin johtavista kokemuksista suuremman hinnan. Elämysten luominen tarjoajan ja kuluttajan välisessä vuorovaikutuksessa avaa aivan uudenlaisen kilpailuedun lähteen markkinoilla. (Kotler, Keller, Brady, Goodman & Hansen, 2009, 409.) Organisaation tarjoomaa ei nähdä enää sellaisenaan valmiina tuotteena tai palveluna vaan prosessina, johon asiakas voi uppoutua ja tarjota oman panoksensa (Firat, Dholaria & Venkatesh 1995, 51). Markkinajohtajat ovat matkalla kohti dynaamista vaihdantasuhdetta, jossa arvo luodaan yhteistyössä asiakkaan kanssa (Sandström, Edvarsson, Kristensson & Magnusson 2008, 112). Arvon luomisen käsitettä voidaan soveltaa myös elämysten tuottamiseen, sillä elämys ja arvonluominen kulkevat käsi kädessä – elämys tuottaa aina arvoa. Elämys paitsi muodostuu arvoa tuottavan tapahtuman seurauksena myös tuottaa itsessään arvoa.

Vuorovaikutteisesta prosessista, jossa organisaatio ja kuluttaja luovat yhdessä arvoa tuottavia elämyksiä, käytetään kirjallisuudessa termiä co-creation (esim. Sherry, Kozinets & Borghini 2007, 17; Grönroos & Voima 2013, 133). Vuorovaikutuksella tarkoitetaan kahden tai useamman toimijan tai tapahtuman välistä suhdetta, joka sisältää mahdollisuuden vaikuttaa tai tulla vaikutetuksi (Lahikainen & Pirttilä-Backman 2000, 11). Vuorovaikutus on tilanne, jossa osapuolet ovat osallisina toistensa toiminnassa (Grönroos & Voima 2013, 140). Se on dialoginen prosessi, jossa asiakkaan ja tarjoajan prosessit yhdistyvät yhdeksi prosessiksi, jossa molemmat osapuolet ovat aktiivisia toimijoita (Ballantyne & Varey 2006, 344; Grönroos & Ravald 2011, 11). Vuorovaikutus voi olla fyysistä, virtuaalista tai henkistä, ja se voi olla suoraa tai epäsuoraa. Arvon yhteisluomista voi kuitenkin tapahtua vain tuottajan ja kuluttajan välisessä suorassa vuorovaikutuksessa, jollainen myös live-konsertti tilanteena on. Vuorovaikutus ei kuitenkaan luo automaattisesti arvoa, vaan se on ainoastaan alusta, joka mahdollistaa arvon yhteisluomisen. Ymmärtämällä, miten asiakas yhdistää resursseja, prosesseja ja vuorovaikutusta, organisaatio voi siirtyä pelkästä arvonluomisen johtamisesta yhteiseen arvon luomiseen asiakkaan kanssa. (Grönroos & Voima 2013, 140–141.)

Arvon yhteisluominen on liiketoiminnan perusta, joka voi onnistuessaan sitouttaa asiakkaat entistä lujemmin organisaatioon (Grönroos & Ravald 2011, 16). Palvelujen tapauksessa asiakas kokee arvoa, kun palvelua kulutetaan (Vargo & Lusch 2004, 7). Palvelujen käyttäjät ovat siis sekä arvonluoja että palvelun tuottaman arvon arvioijia. Palveluntuottajalla on mahdollisuus vaikuttaa arvoa tuottavaan elämykseen palveluntarjoajan ja asiakkaan välisen vuorovaikutuksen kautta. Osaava henkilökunta mukauttaa toimintaansa asiakkaiden reaktioiden ja välittömän palautteen pohjalta arvon maksimoimiseksi. (Sandström ym. 2008, 112.) Live-konsertissa tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että artisti mukauttaa toimintaansa, kuten kappalevalintojaan ja tapaansa olla vuorovaikutuksessa, yleisön reaktioiden ja saamansa palautteen pohjalta. Palaute ei välttä-

mättä ole aina verbaalista – se näyttäytyy artistille myös eleinä, ilmeinä ja muuna toimintana, kuten tanssihalukkuutena tai siirtymisenä baaritiskille kesken konsertin.

Koska elämys on subjektiivinen, palveluntarjoaja ei voi kuitenkaan koskaan täysin kontrolloida vastaanottajan kokemaa elämystä (Sundbo 2009, 2). Live-konserttikontekstissa tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että yleisö luo elämyksiä yhdessä vuorovaikutuksessa palveluntarjoajan eli artistin kanssa, mutta se on samalla viime kädessä myös kokemansa elämyksen arvioija. Artistit ovat sekä tuotteita että tuottajia (Kubacki & Croft 2004, 581). Heidän on huomioitava yleisönsä, tulkittava sitä ja osattava reagoida oikein sen käytökseen. Kirjallisuudessa erotellaan harvoin se, ymmärrettäänkö arvo asiakkaan, yrityksen vai molempien arvona ja onko kyseessä enemmän käytännöllinen vai hedonistinen arvokokemus (Saarijärvi, Kannan & Kuusela 2013, 11–12). Artisti on ainutlaatuinen palveluntarjoaja, sillä hän paitsi tuottaa myös jakaa ja kokee elämyksiä live-konsertissa yhdessä yleisönsä kanssa. Siinä missä yleisön kokema arvo on hedonistinen, artisti saa live-konserteista sekä hedonistista että käytännöllistä arvoa, kuten rahallisen korvauksen.

Monet tutkijat käyttävät co-creation -termiä ilman, että he määrittelevät, viittaavatko he asiakkaan osallistumiseen palveluprosessin tuottamisessa (co-production) vai arvon luomisessa (value co-creation) (Mustak, Jaakkola & Halinen 2013, 342). Näiden kahden erottaminen on tärkeää, sillä vaikka ne nivoutuvat toisiinsa, ne ovat silti erillisiä prosesseja (Lusch & Vargo 2006, 284; Grönroos & Ravald 2011, 7). Mustakin ym. tutkimus (2013, 352) osoittaa, että asiakkaiden osallistumista palveluprosessin tuottamiseen on käsitelty tähän mennessä lähinnä asiakkaan ja organisaation välisen vuorovaikutussuhteen näkökulmasta. Asiakkaiden keskinäisellä vuorovaikutuksella voi kuitenkin olla suuri merkitys palveluprosessin tuottamisessa ja arvon luomisessa (esim. Nicholls 2010). Asiakkaiden osallistuminen palveluprosessin tuottamiseen mahdollistaa samalla entistä paremman arvonluomisen. Asiakkaiden osallistumisella palveluntuottamisprosessiin on merkittävä rooli arvon yhteisluomisessa, mutta mikään tutkimus ei ole selkeästi tarkastellut näiden kahden välistä yhteyttä. (Mustak ym. 2013, 353.) Mustak ym. (2013, 353) toteavatkin, että jatkossa voitaisiin tutkia palvelun tuottamista moniulotteisena ja kollektiivisena prosessina, jotta voitaisiin saada parempi ymmärrys siitä, kuinka se osaltaan myötävaikuttaa eri osapuolten arvon syntymiseen.

Muut asiakkaat nähdään usein osana palvelukokemusta – he vaikuttavat yksilön kokemaan elämykseen joko suorasti tai epäsuorasti, negatiivisesti tai positiivisesti olemalla osa toimintaympäristöä (Martin & Pranter 1989, 6; Nicholls 2010). Martin ja Pranter (1989) ovat määritelleet seitsemän ominaisuutta, jotka tyypillisesti yhdistetään asiakkaiden väliseen intensiiviseen vuorovaikutukseen toimintaympäristössä: asiakkaat ovat fyysisesti lähellä toisiaan, asiakkaiden välinen verbaalinen vuorovaikutus on todennäköistä, asiakkaat osallistuvat lukuisiin erilaisiin aktiviteetteihin, toimintaympäristö houkuttelee heterogeenista asiakaskuntaa, asiakkaat tuntevat yhteenkuuluvuuden tunnetta

ydinpalvelun ja muiden palvelua kuluttavien kanssa, asiakkaiden täytyy joskus odottaa palvelua ja asiakkaat jakavat toistensa kanssa aikaa, tilaa ja palvelun. Live-konsertti täyttää tavallisesti asiakkaiden välisen intensiivisen vuorovaikutuksen kriteerit. Näin ollen on perusteltua, että arvoa tuottavia elämyksiä ei live-konserteissa luoda vain artistin ja yleisön välisessä vuorovaikutuksessa, vaan myös yleisön keskinäinen vuorovaikutus voi osaltaan joko parantaa tai heikentää yksilön kokemaa elämystä.

Kun kuluttajille annetaan mahdollisuus luoda yhdessä organisaation kanssa, he yhdistävät siihen aitoutta, tietynlaista sielukkuutta sekä merkityksiä ja vastaavat yhteisluomisen mahdollisuuteen innolla, energialla ja toiminnalla. Monet markkinoijat saattavat virheellisesti kuvitella, että heidän tehtävänsä on tarjota kuluttajille ennalta paketoitu elämys. He kuitenkin tarjoavat kuluttajille ainoastaan ainutlaatuisen elämyksen ainekset, joihin kuluttajat lisäävät merkityksiä, omia unelmiaan, ihanteitaan, arvojaan, historiaansa ja persoonaansa. (Sherry ym. 2007, 30.)

3 LIVE-KONSERTTI ELÄMYKSELLISENÄ TOIMINTAYMPÄRISTÖNÄ

”Artistin ja yleisön suhde on paradoksaalinen. Artisti rakastaa yleisööän ja toivoo hullun lailla, että yleisö rakastaisi häntä. Mutta jos hän tekee mitään mielistelläkseen tai oikeastaan edes miellyttäkseen yleisööän, taika kaikkooa. Kun kaikki menee nappiin, niin yleisön ja artistin suhde on kaksisuuntainen, energiaa pursuava tie, jonka ansiosta maailmaan syntyy uskomattomia asioita.”

– Maija Vilkkumaa Emma-gaalassa 2014 jakaessaan yleisö-Emmaa

3.1 Live-konsertin vuorovaikutuskenttä

Musiikkia esitetään perinteisimmillään ”livenä” vuorovaikutuksessa yleisön kanssa, ja elävä musiikki onkin perinteisin musiikin liiketoiminta-alue. Fyysisten tallenteiden myynnin laskiessa live-konserteista on tullut artisteille merkittävä ansaintalähde. Teknologian kehityksen myötä konsertit ovat aikaisempaa massiivisempia, äänentoistolaitteilla musiikkia voidaan esittää kokonaisille stadioneille ja valaistustekniikalla voidaan luoda vaikuttava lavailme. (Karhumaa 2000, 66; Karhumaa ym. 2010, 27.) Ennen elektronisen median tuloa live-konsertteja järjestettiin yksityisissä kodeissa, konserttihalleissa, oopperataloissa ja kirkoissa, jotka ovat tänä päivänäkin tärkeitä viihteellisiä ja sosiaalisen kanssakäymisen keskuksia (Minor ym. 2004, 7).

Musiikin kulutus live-konserteissa poikkeaa nauhoitetun musiikin kuluttamisesta. Live-konserteissa mukaan tulee sosiaalinen ulottuvuus – konsertit mahdollistavat käytöksen, joka ei välttämättä olisi mahdollista kotona, kuten kovaäänisen musiikin kuunteleminen, mielipiteiden jakamisen muun yleisön kanssa ja läheisemmän kontaktin artistin kanssa. Jokainen konsertti on ainutlaatuinen, niitä ei voi standardoida tai asettaa tiettyihin raameihin. Siksi ne mahdollistavat elämyksen, jota ei koskaan ole mahdollista saavuttaa nauhoitetun musiikin kautta. (Earl 2001; Fisher ym. 2002, 44.) Joidenkin mielestä konserttien suosio voi olla yllättävää, koska laadukkaiden nauhoitteiden tarjonta on suuri. Konserttien suosio viittaa osaltaan siihen, että syyt niihin osallistumiseen ovat sosiaalipsykologisia. (Hargreaves & North 1999, 78.)

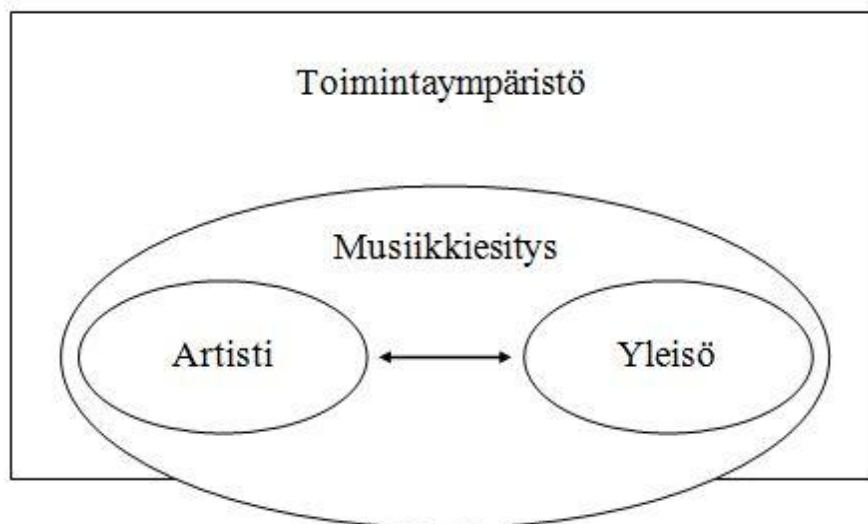
Palvelut ovat aineettomia toimintoja, jotka räätälöidään asiakkaiden tarpeiden mukaiseksi (Pine & Gilmore 1999, 8). Live-konsertti on aineetonta palvelua, jota artisti tuottaa ja yleisö kuluttaa samanaikaisesti (Fisher ym. 2002, 44). Elämys on kuitenkin vuorovaikutteisen prosessin tulos, joka sisältää ympäristöstä tulevia ja aisteja stimuloivia vihjeitä (Jain & Bagdare 2011, 294). Näin ollen elämyksiä tuotetaan ja koetaan konsertissa vuorovaikutteisessa prosessissa.

Elämysten tuottamista helpottaa se, että ymmärretään, mitkä elementit muodostavat kontekstin, jossa elämyksiä tuotetaan (Santoro & Troilo 2007, 110). Grove, Fisk ja Bitner (1992, 96–97) kuvaavat palvelukokemuksen näytelmänä, jossa on neljä keskeistä tekijää. Nämä neljä tekijää ovat

- osallistujat eli näyttelijät, jotka tuottavat palvelun
- osallistujat eli yleisö, joka vastaanottaa palvelun
- fyysiset todisteet eli toimintaympäristö, jossa palvelu tuotetaan
- palveluprosessin kokoonpano, jolla tarkoitetaan palvelua itseään ja sen suorittamista.

Palvelukokemus on toimijoiden, fyysisen ympäristön ja palveluprosessin vuorovaikutuksen tulos (Minor ym. 2004, 9). Toisen näkemyksen mukaan yksilön reaktiot konsertissa riippuvat yksilön ominaisuuksien (ikä, sukupuoli, persoonallisuus, musiikin tietämys), musiikin ominaisuuksien (tyylilaji, tuttuus, monimutkaisuus) ja tapahtumapaikan välisestä vuorovaikutuksesta (Hargreaves & North 1999, 74). Vuorovaikutus on yhtä kaikki molempien näkemysten keskiössä.

Minor ym. (2004, 9) tutkivat asiakastyytyväisyyden ulottuvuuksia live-konsertissa ja sovelsivat Groven ym. (1992, 96–97) palvelukokemuksen mallia konserttikontekstiin (kuvio 2). Malli ei ole sidoksissa tiettyyn musiikkityyliin, vaan se koskee kaikkea esitettävää musiikkia (Minor ym. 2004, 9). Kuvio 2 pelkistää ulottuvuudet ja vuorovaikutussuhteet, jotka vaikuttavat elämyksen syntymiseen live-konsertissa.



Kuvio 2 Live-konsertin vuorovaikutuskenttä (Minor ym. 2004, 9)

Toimintaympäristö on mallin taustalla. Se on kaikkein laajin mallin osa ja käsittää live-konsertin fyysisen ympäristön. Toimintaympäristön monimuotoisuuden vuoksi se voidaan jakaa kahteen osaan: lavaan ja tilaan, jossa musiikkia esitetään sekä muihin fyysisiin tiloihin, joihin kuuluvat muun muassa istumapaikat, paikoitustilat sekä paikan

koko ja lämpötila. (Minor ym. 2004, 9.) Toimintaympäristö voi viitata yhtä lailla baariin, jäähalliin, stadioniin tai ulkoilmafestivaaliin. Se on usein rajattu seinien sisälle, mutta ulkona järjestettävien festivaalien tapauksessa sillä ei ole konkreettisia seiniä. Festivaalialue on usein rajattu aitauksen avulla, mutta musiikki kantautuu paljon kauemmas. Toimintaympäristöllä tarkoitetaan siis paikkaa tai tilaa, jossa tapahtuu tiettyyn aikaan sidottua moninaista vuorovaikutusta (Ballantyne & Varey 2006, 337). Se asettaa fyysiset rajat, joiden sisällä syntyy arvoa yleisön, artistin ja muiden toimijoiden (kuten managereiden, järjestyksenvalvojen ja muun henkilökunnan) välisessä vuorovaikutuksessa (Atton 2012, 428–429).

Artisti, yleisö ja itse musiikkiesitys ovat kuviossa etualalla, ja ne muodostavat live-konsertin sosiaalisen kontekstin. Musiikki on usein tekijä, joka saa asiakkaat tulemaan konsertteihin, mutta se ei yksin pidä heitä siellä tai saa heitä tulemaan sinne uudestaan. Avaintekijä on, miten artisti kommunikoi yleisönsä kanssa. (Kubacki, Skinner, Parfitt & Moss 2007, 970; Kubacki 2008, 409.) Artisti ja yleisö on sijoitettu mallin keskelle, jotta painotettaisiin niiden välisen vuorovaikutuksen merkitystä palveluntuottamistilanteessa. Artistin ja yleisön välistä, toisistaan riippuvaa vuorovaikutussuhdetta kuvataan kuviossa kaksisuuntaisella nuolella. (Minor ym. 2004, 9–10.) Se tukee osaltaan sitä, että elämyksiä tuotetaan ja koetaan konsertissa vuorovaikutteisessa prosessissa – sekä artisti että yleisö ovat elämyksen tuottajia ja kokijoita. Artisti on aktiivinen, myötävaikuttava kumppani kaksisuuntaisessa vuorovaikutussuhteessa (Aaker & Fournier 1995, 393). Artisti voi olla yksittäinen henkilö, mutta sillä voidaan viitata yhtä lailla yhtyeeseen, jolloin vuorovaikutus tapahtuu kahden ryhmän, yhtyeen ja yleisön, välillä.

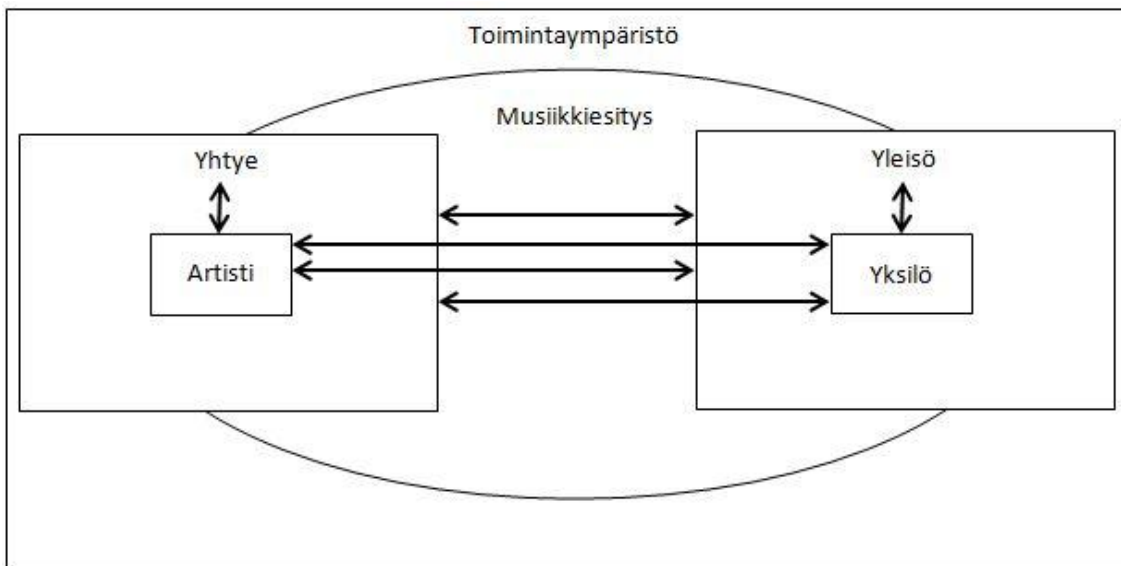
Kun artisti aloittaa esiintymisen, yleisö voi reagoida monin eri tavoin. Artisti saattaa havaita selvää tyytymättömyyttä yleisössä, mikä konkretisoituu esimerkiksi käsien taputuksena tai selvää tyytymättömyyttä joissakin yleisön jäsenissä, mikä näkyy esimerkiksi välittömänä poistumisena esiintymisalueelta tai lievää tyytymättömyyttä esimerkiksi kuulijoissa, jotka olisivat halunneet kuulla tietyn kappaleen, jota artisti ei joko osaa tai halua soittaa. (Minor ym. 1999, 8.) Yleisö voi siis vaikuttaa merkittävästi subjektiiviseen elämykseen, jonka artisti konsertissa kokee. Kirjallisuus näkee artistit monesti rationaalisina, tuottoja tavoittelevina ammattilaisina, mutta unohtaa sen, että artistit ovat myös elämyshakuisia. Heidän koko ammatinvalintansa perustuu elämyksille. Artistit eivät näe musiikkia niinkään rahanlähteenä, vaan se on elämäntapa, joka johtuu artistin sisäisestä tarpeesta luoda musiikkia (Kubacki & Croft 2004, 585).

Kuvio 2 ei kuitenkaan ota huomioon yleisön keskinäistä vuorovaikutusta ja sen merkitystä palveluntuottamistilanteessa. Muut asiakkaat voivat vaikuttaa merkittävästi yksilön tunteisiin ja asiakaskokemukseen silloinkin, kun he vaikuttavat yksilöön epäsuorasti olemalla osa toimintaympäristöä (Brocato, Voorhees & Baker 2012, 384). Tällä viitataan osaltaan myös aiemmin esitettyyn Pinen ja Gilmoren (1999, 30) elämysmalliin ja siihen, että passiiviset osallistujat eivät ole täysin passiivisia, koska pelkästään olemalla

osana ympäristöä he vaikuttavat muiden kokemaan äänelliseen ja visuaaliseen tapahtumaan. Siksi yksilön käyttäytymistä ei voida täysin ymmärtää ilman, että määritellään kuluttajien välisten suhteiden rooli toimintaympäristössä (Tombs & McColl-Kennedy 2003, 447).

Huomiotta on jäänyt myös artistien keskinäinen vuorovaikutus, mikäli esiintyviä artisteja on esiintymässä kerralla useampi kuin yksi. Onnistuneen musiikkikokemuksen luominen riippuu monista tekijöistä, mutta olennaisin niistä on artistin oma tyytyväisyys ja sitoutuminen. Onnistunut esiintyminen vaatii artistilta tietynlaista sisäistä rauhaa ja positiivista asennetta. (Lund & Kranz 1994.) Yhtyeissä on aina useampi esiintyvä artisti, ja heidän onnistunut keskinäinen vuorovaikutuksensa henkii energiaa, joka välittyy parhaimmillaan yleisöön saakka ja yleisöstä takaisin artisteille. Artistien on nautittava omasta musiikistaan ja ympäristöstä, jossa he esiintyvät, jotta tunnelma olisi sellainen, jossa luodaan nautinnollisia asiakaskokemuksia ja elämyksiä (Kubacki 2008, 409). Silloin artistien sisäinen rauha ja positiivinen asenne välittyvät yleisöön saakka. Kun artisti on voimakkaasti sitoutunut kuluttajien kokemaan elämykseen ja päinvastoin, vuorovaikutus muuttuu perustavanlaatuisesti tavalla, joka kaataa kaikki normaalin kaupallisen vaihdantasuhteen väliset raja-aidat (Arnould & Price 1993, 41). Artistilla, toimintaympäristöllä ja muiden yleisön edustajien käyttäytymisellä on siis merkittävä rooli yksilön elämyksen syntyisessä ja kokemisessa (Santoro & Troilo 2007, 110).

Kuvio 2 kuvaa yleisöä kokonaisuutena ja suurena massana. Se käsittelee artistin ja yleisön välistä vuorovaikutusta, mutta unohtaa samalla artistin ja yksilön välisen suhteen. Koska elämys on subjektiivinen kokemus, artistin ja yksilön välinen vuorovaikutus on merkittävin juuri elämyksen syntymisen kannalta. Live-konsertissa voi lopulta olla kuudensuuntaista vuorovaikutusta: yksittäisen artistin tai yhtyeen ja yleisön välinen vuorovaikutus sekä artistin tai yhtyeen ja yksilön välinen vuorovaikutus, mutta myös yleisön keskinäinen sekä artistien keskinäinen vuorovaikutus. Live-konsertissa vuorovaikutusta tapahtuu yhtä aikaa päällekkäin moneen eri suuntaan. Tätä monensuuntaista vuorovaikutusta havainnollistetaan kuviossa 3.



Kuvio 3 Live-konsertin vuorovaikutussuhteet

Elämyksillä voi olla monia muotoja, mutta ikimuistoisimmat niistä voidaan jakaa muiden kanssa. Elämyksistä voi nauttia yksin, mutta niistä saatu mielihyvä korostuu, kun elämykset koetaan yhteisöllisesti sosiaalisessa kontekstissa. (Goulding ym. 2009, 760.) Sosiaaliset suhteet muovaavat sitä, miten yksilö kokee elämyksen (Edgell & Hetherington 1996, 5). Se, että ihmiset tuntevat jotakin yhdessä, on nykyaikaisten yhteisöjen perusta (Maffesoli 1996, 27). Konserttien taustalla toimivien organisaatioiden voi olla kuitenkin vaikeaa ymmärtää vuorovaikutussuhteiden vaikutus konsertin onnistumiseen (Kubacki 2008, 408–409; Sandström ym. 2008, 117).

3.2 Elämyksen tuottaminen live-konserteissa

3.2.1 Toimintaympäristö elämyksen alustana

Yksilön konserttikokemukseen vaikuttavat vuorovaikutuksen lisäksi lukuisat muutkin tekijät. Näitä ovat toimintaympäristöön liittyvät tekijät, kuten esimerkiksi konserttipun, ruoan ja juoman hinta, musiikin äänenvoimakkuus ja äänimaailma, lämpötila sekä yksilön sijainti konsertissa ja mahdollisuus nähdä esiintyvä artisti. Osaan toimintaympäristötekijöistä artisti voi vaikuttaa, mutta suurin osa on kuitenkin artistin vaikutusvallan ulottumattomissa. Tapahtumanjärjestäjät ovatkin ensisijaisesti vastuussa asiakaskokemuksesta, ja artisti on usein vain osa tätä kokemusta. (Kubacki 2008, 403, 409.) Artistin on tunnistettava oma roolinsa prosessissa.

Kuluttajien näkemykset toimintaympäristöstä näyttävät vaikuttavan heidän arvioonsa itse tuotteesta ja palvelusta (Kubacki ym. 2007, 961). Näin ollen toimintaympäristöön liittyvät tekijät vaikuttavat myös elämyksen tuottamiseen ja kokemiseen live-konserteissa. Minor ym. (2004, 9) jakavat toimintaympäristön lavaan ja siihen tilaan, jossa musiikkia esitetään sekä muihin fyysisiin tiloihin. Osa toimintaympäristötekijöistä vaikuttaa yksilön kokemukseen konsertin aikana, osa ei vaikuta aktiivisesti konserttitilanteessa ja osa vaikuttaa sekä ennen ja jälkeen konsertin että konsertin aikana, mutta kaikki vaikuttavat yhtä kaikki elämyksen syntymiseen. Tekijöitä, jotka eivät yleensä vaikuta suoraan konserttitilanteessa, ovat esimerkiksi konserttilipun ja ruoan hinta, konserttilipun saatavuus ja tapahtumapaikan saavutettavuus. Konsertin aikana elämyksen tuottamiseen aktiivisesti vaikuttavia toimintaympäristötekijöitä puolestaan ovat esimerkiksi valaistus sekä lavan koko, korkeus ja muoto. Nämä tekijät joko edesauttavat tai häiritsevät yhteyden syntymistä ja vuorovaikutusta artistin ja yleisön välillä. Esimerkiksi tapahtumapaikan lämpötila vaikuttaa elämyksen syntymiseen ennen ja jälkeen konsertin, mutta usein etenkin konsertin aikana, kun ihmiset kasaantuvat tiiviisti lavan eteen ja lämpötila nousee.

Artisti voi vaikuttaa osaan toimintaympäristötekijöistä, kuten esimerkiksi valaistukseen, mikäli artisti käyttää konsertissa omaa valojärjestelmää. Suurin osa toimintaympäristötekijöistä on kuitenkin artistille annettuja ja tapahtumanjärjestäjän vastuulla. Esimerkiksi jonottaminen konsertteihin ja riittävä saniteettitilojen määrä perustuvat usein tapahtumanjärjestäjän organisointikyvyn varaan. Tästä huolimatta moni tapahtumanjärjestäjän vastuulla oleva asia saattaa kuitenkin kuluttajan mielissä kääntyä joko positiiviseksi tai negatiiviseksi suhtautumiseksi esiintyvää artistia kohtaan ja vaikuttaa yksilön kokemaan elämykseen. Myös artistin konserttikokemukseen voivat vaikuttaa vuorovaikutuksen lisäksi monet muutkin tekijät, kuten äänenlaatu, soittolaitteiden toimivuus, takahuoneen koko ja varustelu tai se, miten tapahtumanjärjestäjä kohtelee artistia.

Kaikkiin toimintaympäristötekijöihin ei tapahtumanjärjestäjäkään voi kuitenkaan vaikuttaa. Helsingin Sanomissa kirjoitettiin maaliskuussa 2015 Helsingissä järjestettävien festivaalien melurajoituksista ja siitä, *”kuinka myöhään musiikkia saa iltaisin järjestettävissä ulkoilmatapahtumissa soittaa”*. Kaupungin viranomaiset rajoittavat desibelejä ja soittoaikoja, jotta alueen asukkaat eivät häiriintyisi. Se voi johtaa tapahtumien houkuttelevuuden laskuun, sillä valotehosteet näyttävät parhaimmilla pimeään aikaan. (Laitinen 2015, 24–25.) Ne vaikuttavat myös tapahtuman elämyksellisyyteen.

Santorin ja Troilon (2007, 112–113) mukaan esiintymislava ja valaistus ovat kaksi avaintekijää, jotka joko vahvistavat tai heikentävät artistin valovoimaisuutta ja joko tuovat artistin henkisesti lähemmäs yleisöä tai etäännyttävät siitä. Lavan koko, muoto, värimaailma, lavastus ja muut visuaaliset elementit voivat vaikuttaa yleisön kokemaan elämykseen. Valaistuksen ensisijainen tehtävä on paitsi parantaa yleisön näköyhteyttä lavalle, myös korostaa musiikkia ja sen rytmiä sekä osoittaa valokeilan avulla, kuka

esiintyjistä on milläkin hetkellä avainasemassa lavalla. Yleisöön osoittaessaan valot voivat kannustaa sitä aktiivisuuteen ja liikkumiseen. (Santoro & Troilo 2007, 112–113.) Esiintymislava ja valaistus ovat siis merkittävä osa toimintaympäristöä. Ne joko edesauttavat tai haittaavat artistin ja yleisön välisen yhteyden muodostamista ja vuorovaikutusta ja vaikuttavat näin osaltaan elämyksen syntymiseen.

Earl (2001, 344–345) on nostanut esille syitä live-konserttien suosioon ja listannut myös niiden haittapuolia. Haittapuolina hän on maininnut matkakulut, mahdolliset lastenvahtikustannukset (mikäli konsertissa on ikäraja), huonon äänenlaadun sekä liian kovan äänenvoimakkuuden, vaikeuden nähdä esiintyjä, epämieluisat lämmittelybändit, monopolistisen ruoan ja juoman hinnoittelun sekä sosiaalisen kuluttamisen haittapuolet, kuten tupakoivat yleisön jäsenet. Myös liiallinen valaistus voidaan kokea kielteisenä tekijänä (Minor ym. 2004, 10). Nämä ovat toimintaympäristötekijöitä, jotka voivat haitata vuorovaikutuksen syntymistä osapuolten välillä. Monet artistit esittävät kuitenkin kappaleita, improvisaatioita tai mukaelmia, joita ei löydy fyysisiltä äänitteiltä, mikä tekee jokaisesta konsertista ainutlaatuisen. Konsertit tarjoavat myös jännitystä, sillä niissä on mahdollisuus päästä seuraamaan jännitysmomenteja, kuten soittovirheitä tai ongelmia soittolaitteissa, joita nauhoitettu äänite ei voi tarjota. Konsertit mahdollistavat sen, että yleisö pääsee lähelle artistia ja joskus jopa koskettamaan tätä tai osaksi artistin esiintymistä. Konserteissa luodaan uusia suhteita ja ylläpidetään vanhoja, konsertit ovat näyttäytymispaikkoja. Ne mahdollistavat tietynlaisen käyttäytymisen, kuten hyppimisen, tanssimisen, suuren äänenvoimakkuuden ja huutamisen. (Earl 2001, 345–351.) Ei ole sattumaa, että kilpailuissa tarjotaan usein palkintona mahdollisuutta päästä viettämään aikaa artistin kanssa. Esimerkiksi nimikirjoituksen arvo perustuu todisteeseen siitä, että ihminen on päässyt jonkinlaiseen kontaktiin artistin kanssa. (Santoro & Troilo 2007, 112.)

3.2.2 *Vuorovaikutustekijät*

Luova teollisuus, kuten live-konsertit, sopivat parhaiten hedonistisen, elämyksiä tavoittelevan kuluttamisen määritelmään (Santoro & Troilo 2007, 109). Voimakkaimmat musiikkiin liittyvistä elämyksistä koetaan live-konserteissa vuorovaikutuksessa muiden kanssa, kun esiintyvä artisti on henkilölle ennalta tuttu (Lamont 2011, 235–236). Live-konsertit perustuvat artistin esiintymiseen ja sellaiseen yleisön mukanaoloon, joka asettaa yleisön ulottuvuuteen, joka on irrallaan heidän jokapäiväisestä elämästään. Artisti on live-konsertin keskeinen tekijä: hän näyttäytyy ja esiintyy yleisölle ja vähentää juuri siinä tietyssä hetkessä itsensä ja yleisön välistä fyysistä, kognitiivista ja emotionaalista välimatkaa, mikä ei ole sellaisenaan toistettavissa enää myöhemmin. Artistin läsnäolo voi vaikuttaa itsestäänselvyydeltä, mutta se muodostaa tosiasiaa koko artistin ja ylei-

sön välisen vuorovaikutuksen perustan. (Santoro & Troilo 2007, 111.) Jotta tämä rooli olisi ymmärrettävissä, Santoro ja Troilo (2007, 111) puhuvat artistin aurasta, jolla viitataan ainutlaatuiseen näyttäytymiseen ja artistin energiakenttään. Live-konserteissa auraa voidaan tarkastella kolmesta näkökulmasta: tuote on ainutlaatuinen eikä ole toistettavissa; tapahtuma, jossa kaikki tapahtuu, on ainutlaatuinen; ja tapahtuma on yleisölle ainutlaatuinen ja arkielämän yläpuolella oleva kokemus.

Live-konsertti voidaan nähdä lähettäjän eli artistin ja tapahtumanjärjestäjän luomana merkkijärjestelmänä, jonka vastaanottaja eli yleisö purkaa. Jotta näiden kahden välille syntyisi suhde, merkitysajan ja merkityksen välille on luotava yhteys. Merkkijärjestelmä jaetaan artistin fyysiseen etäisyyteen ja asemaan suhteessa yleisöön sekä kehonkieleen ja eleisiin. (Santoro & Troilo 2007, 110–112.) Suhde osapuolten välille voidaan luoda myös verbaalisin keinoin.

Vuorovaikutuksen syntymisen edellytys on siis yhteyden luominen artistin ja yleisön välille. Se syntyy live-konsertissa (jos syntyy) toimintaympäristötekijöiden lisäksi vuorovaikutustekijöiden eli artistin ja yleisön välisen etäisyyden, artistin aseman, kehonkieleen, eleiden ja verbaalisen kommunikoinnin avulla. Suurimpaan osaan vuorovaikutustekijöistä artisti ja yleisö voivat suoraan vaikuttaa, mutta osa niistä, kuten artistin ja yleisön välinen etäisyys, on useimmiten toimintaympäristön sanelema ja näin ollen näistä osapuolista riippumatonta. Toimintaympäristö- ja vuorovaikutustekijät kietoutuvat siis osittain yhteen, ja niillä molemmilla voidaan nähdä olevan merkittävä rooli elämyksen tuottamisessa. Esimerkiksi valaistuksella voidaan luoda tunnelmia, tukea musiikin rytmikkäitä ja samalla kannustaa yleisöä toimimaan. Vuorovaikutustekijöiden tarkoitus on luoda arvoa tuottavaa vuorovaikutusta suhteen osapuolten välille.

Artistin asemalla viitataan siihen, että yhtyeen laulajasta tai muusta vetäjähahmosta huokuu suurin aura, energia, ja hän ottaa konsertissa näkyvimmän roolin kunnioittaen samalla muita artisteja ja yleisöä. Hän sijaitsee yleensä lavalla lähinnä yleisöä. Keskeinen rooli on havaittavissa esimerkiksi järjestyksessä, jossa artistit tulevat lavalle. Keskeisin henkilö tulee paikalle useimmiten viimeisenä ja konsertti alkaa todella vasta, kun hän saapuu lavalle. Artistin ja yleisön välinen etäisyys tai se, mistä suunnasta yleisön edustaja seuraa konserttia, voi vaikuttaa siihen, miten vuorovaikutuksen luominen näiden kahden välillä onnistuu. Mitä kauempana yleisö on artistista, sitä helpommin artisti nähdään saavuttamattomana ja etäisenä. Toisaalta mitä lähempänä yleisö on artistia, sitä helpommin artistin ja yleisön välille syntyy tasavertainen suhde, jossa artisti tuntuu yleisöstä helposti saavutettavalta. (Santoro & Troilo 2007, 111–113.)

Toinen merkkijärjestelmän elementti on kehonkieli ja eleet, jotka määrittelevät osaltaan artistin ja yleisön välisen vuorovaikutuksen tason (Santoro & Troilo 2007, 111). Moelants ym. (2012) tutkivat, miten yleisön läsnäolo vaikuttaa esiintyvään artistiin vertaamalla kenraaliharjoitusta, jossa yleisöä ei ollut paikalla, varsinaiseen konserttiin. Tutkimustulokset osoittivat, että artisti käyttää kehoaan kommunikoidakseen yleisönsä

kanssa, ja kehonkielen intensiteetti kasvaa yleisön läsnäolon myötä, mistä artistit eivät olleet itse tietoisia.

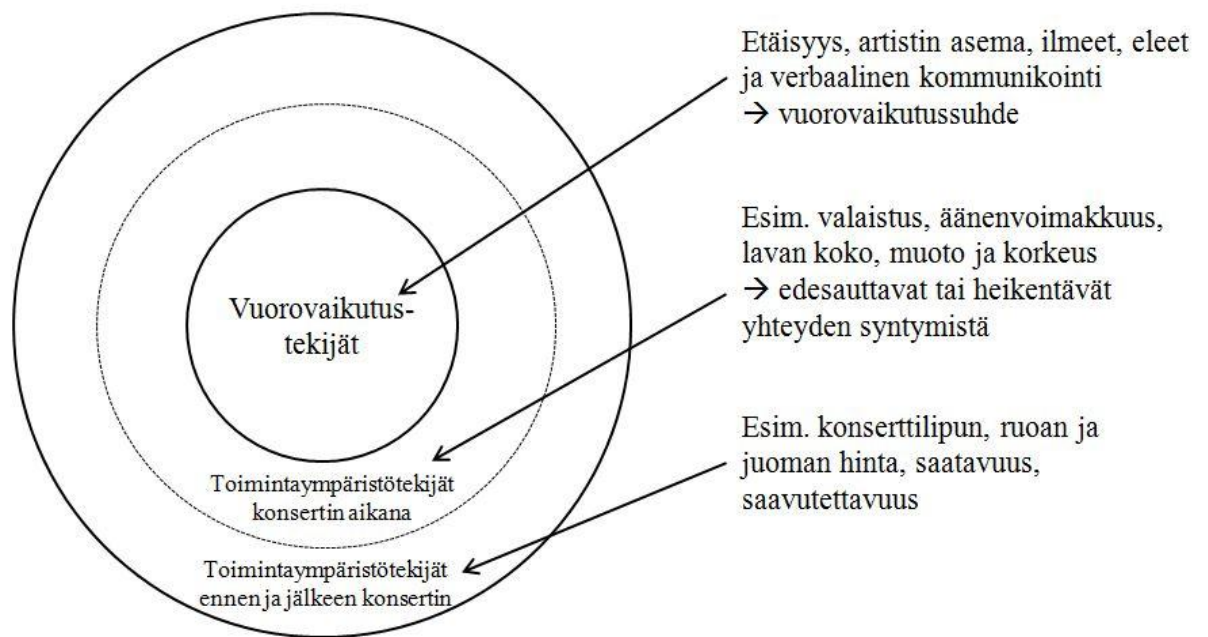
Kehonkieleen ja eleisiin pohjautuva vuorovaikutus tapahtuu useimmiten silloin, kun yleisöllä on mahdollisuus osallistua aktiivisesti konserttiin. Mahdollisuus riippuu useimmiten ympäristöstä, tunnelmasta ja tapahtuman virallisuudesta. Artistit voivat innoittaa yleisöä osallistumaan myös verbaalisen kannustamisen tai oman esimerkinsä kautta. Kehonkielen ja eleiden tehokkuus riippuu pitkälti laulajasta tai vetävästä artistista ja hänen kyvystään johtaa yleisöä. Mitä paremmin yleisö tunnistaa tämän johtajuuden, sitä varmemmin eleet muodostavat jäljittelyprosessin artistin ja yleisön välillä. Yleisöllä on tapana kopioida, mitä artistit tekevät varsinkin, jos sitä kannustetaan tekemään niin. (Santoro & Troilo 2007, 111.) Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi käsien heilutusta, hyppimistä tai yhteislaulantaa. Vuorovaikutus elekielen keinoin riippuu kuitenkin pitkälti siitä, istuuko vai seisooko yleisö konsertissa. Ihmiset ovat tavallisesti vapaita ilmaisemaan itseään fyysisesti, kun he seisovat (tanssiminen, liikkuminen ympäriinsä, taputtaminen ja hurraaminen artistille). (Santoro & Troilo 2007, 112.) Se helpottaa samalla yhteyden muodostamista ja vuorovaikutuksen ja elämyksen syntymistä.

Toisaalta yhteys voidaan elekielen ja ilmeiden keinoin luoda myös ilmeettömyydellä, eleettömyydellä, hiljaisuudella sekä etäisyyden luomisella artistin ja yleisön välille. Tällainen voi olla esimerkiksi vähäeleisesti esiintyvä viulisti, jota yleisön edustaja seuraa istuen konserttisalin takaosasta, kaukana esiintyjästä. Artisti asettuu tällaisissa konserteissa yhteyden saavuttamattomiin eikä vuorovaikutus artistin ja yleisön välillä välttämättä ole edes tarkoituksenmukaista sen perinteisimmässä muodossa. Tällaisissa konserteissa kyse on usein ennen kaikkea vuorovaikutuksesta musiikin, hetken ja tilan kanssa.

Yhteyden syntymiseen vaikuttaa monesti kuitenkin ennen kaikkea tilanne sekä lähtöasetelma eli yksilön mieliala ja odotukset tapahtumaa kohtaan. Jos henkilö on toivonut pääsevänsä eturiviin, mutta yleisöpaljouden takia päätyykin kauas lavasta tai mieliala on muutoin jo etukäteen negatiivinen, voi yhteyden muodostaminen artistin ja yksilön välille olla haastavaa.

Kuvio 4 havainnollistaa toimintaympäristö- ja vuorovaikutustekijöiden välistä suhdetta. Elämys on vuorovaikutteinen prosessi, ja siksi vuorovaikutus on elämyksen keskiössä. Vuorovaikutus muodostaa siis konserttielämyksen ytimen, jota toimintaympäristötekijät ympäröivät omalla, erillisellä kehällään. Kuluttaja on saattanut maksaa satoja euroja suosikkiartistinsa konserttilipusta, matkustaa pitkiä matkoja osallistuakseen konserttiin ja jonottaa tunteja päästäkseen sisään konserttialueelle. Toimintaympäristötekijät voivat kuitenkin menettää merkityksensä, jos vuorovaikutuksessa tuotettu konserttielämys on riittävän voimakas. Silloin kaikki käytetty aika, vaiva ja kustannukset tuntuvat sen arvoisilta. Kuvion 4 katkoviiva kuvaa sitä, että osa toimintaympäristötekijöistä

vaikuttaa sekä ennen ja jälkeen että konsertin aikana, joten yksiselitteistä rajausta ei usein voida tehdä.



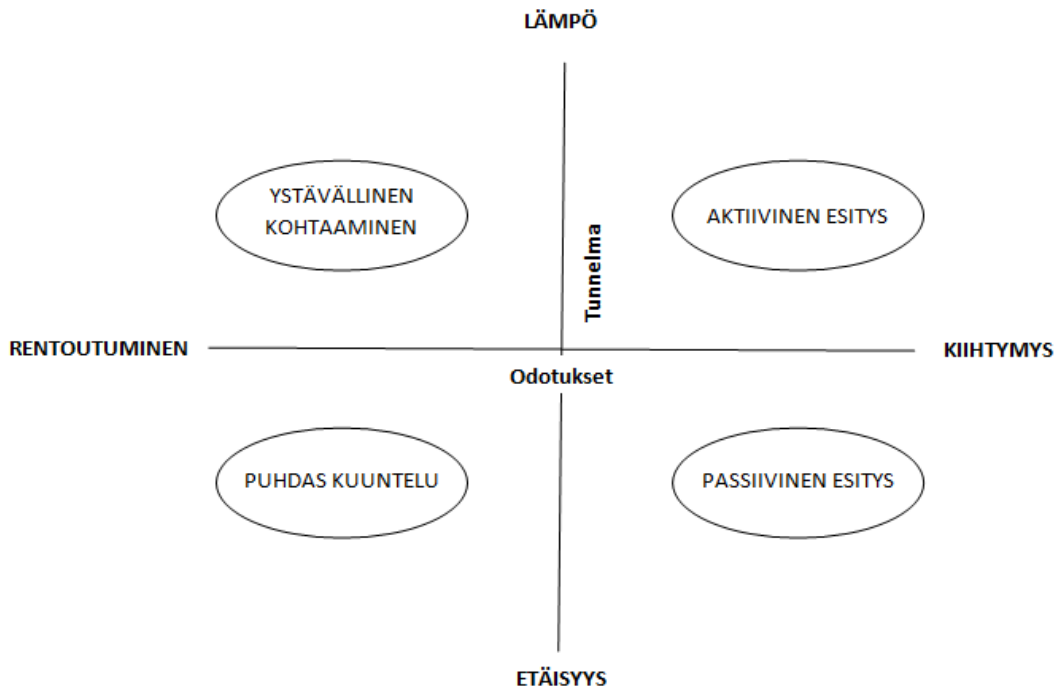
Kuvio 4 Live-konsertin toimintaympäristötekijät ja vuorovaikutustekijät

Yritys luo maksullisen mahdollisuuden elämyksen kokemiseen tietyssä ajassa ja paikassa ja luo sille puitteet, mutta itse elämystä se ei voi kuitenkaan tuottaa. Yrityksen tehtävä on luoda optimaaliset olosuhteet elämyksen syntymiselle, sillä yksilön elämykset syntyvät viime kädessä yksilön itsensä tuottamina ja kokemina vuorovaikutuksessa muiden kanssa. (Komppula 2002, 68; Saarinen 2002, 9.) Tapahtumanjärjestäjä tarjoaa ikään kuin elämyksellisen alustan, jonka pohjalta elämys voi kehittyä (Edgell & Hetherington 1969, 3; Carù & Cova 2007b, 13). Yritykset siis luovat ja johtavat elämyksellisiä ympäristöjä, eivät elämyksiä (Carù & Cova 2007a, 34).

3.3 Elämysten kokeminen live-konserteissa

3.3.1 Rock-konserttien nelikenttämalli

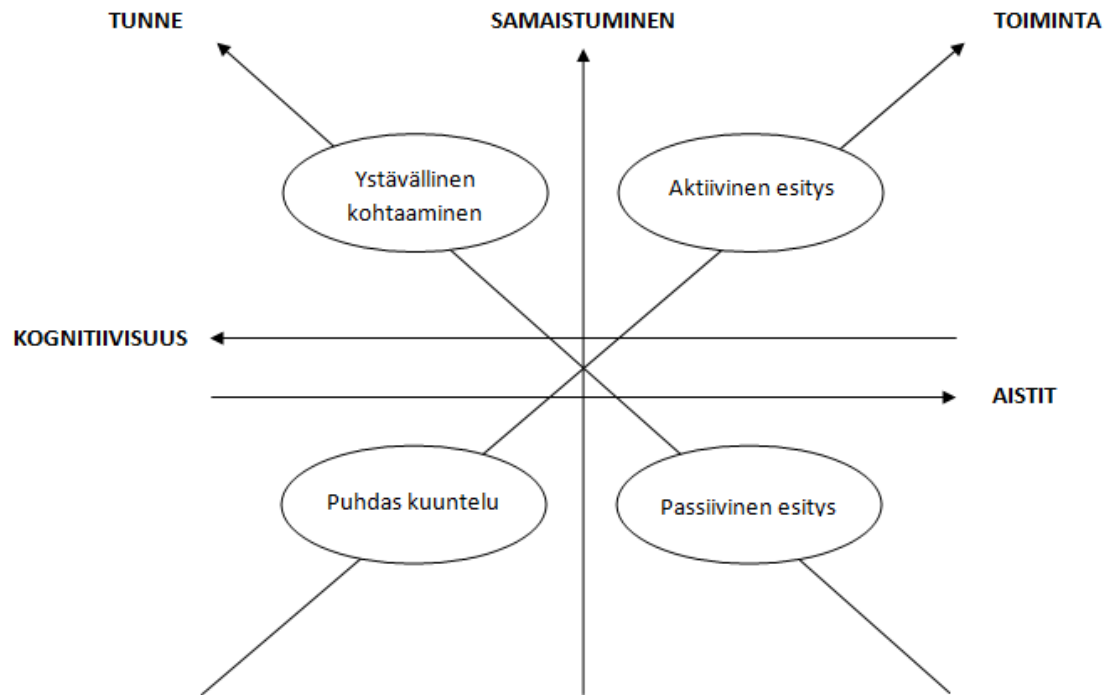
Santoro ja Troilo (2007, 115) tutkivat rock-konsertteja ja ovat jakaneet ne neljään ryhmään sen mukaan, millaista artistin ja yleisön välinen vuorovaikutus on, ja millaisen elämyksen ne yleisölle tarjoavat. Kuvion 5 y-akseli kuvaa konsertin tunnelmaa, jonka ääripäinä ovat etäisyys ja lämpö. X-akseli puolestaan kuvaa kuluttajien odotuksia, ja sen ääripäinä ovat rentoutuminen ja kiihtymys.



Kuvio 5 Rock-konserttien nelikenttämalli (Santoro & Troilo 2007, 114)

Artistin ja yleisön välisen vuorovaikutuksen perusteella luokitellut neljä erilaista rock-konserttityyppiä ovat aktiivinen esitys, passiivinen esitys, ystävällinen kohtaaminen sekä puhdas kuuntelu. Aktiivinen esitys tarkoittaa konserttia, jossa artistin ja yleisön välillä on paljon kehonkieleen ja eleisiin pohjautuvaa vuorovaikutusta. Näissä konserteissa valaistuksella ja muilla efekteillä pyritään tuottamaan yleisölle jännittävä ja innostava elämys. Passiivisessa esityksessä vuorovaikutus ei ole yhtä intensiivistä kuin aktiivisessa esityksessä. Siinä artistit käyttävät vain vähän kehonkieltä ja luovat etäisyyttä itsensä ja yleisön välille. Esityksessä voi kuitenkin olla paljon aktiivisen esityksen elementtejä, kuten vaikuttava valaistus. Ystävällinen kohtaaminen vaikuttaa puolestaan enemmänkin ystävien tapaamiselta, jossa vuorovaikutuksella on suuri merkitys, mutta suuren konsertin muita elementtejä vain vähän. Vuorovaikutus perustuu enemmän verbaaliseen kuin fyysiseen kommunikointiin. Neljännessä konserttityypissä, puhtaassa kuuntelussa, artistin ja yleisön välillä on vain vähän vuorovaikutusta. Tämän tapaisissa konserteissa yleisön rooli on passiivinen, ja etäisyys artistin ja yleisön välillä niin suuri, että tunnelma saattaa olla hyvin virallinen. (Santoro & Troilo 114–115.)

Elämyksen kokeminen vaihtelee merkittävästi näissä neljässä erityyppisessä rock-konsertissa (kuvio 6).



Kuvio 6 Rock-konserttien elämystyyppit (Santoro & Troilo 2007, 115)

Kuvio 6 osoittaa, että aktiiviseen esitykseen perustuvat konsertit luovat toimintaan ja yhteisölliseen dynamiikkaan pohjautuvia elämyksiä. Passiivinen esitys keskittyy enemmän aistillisten elämysten tuottamiseen. Puhtaaseen kuunteluun perustuvat konsertit luovat kognitiivisia elämyksiä, joissa toimintaa on vähän (think), ja ystävällinen kohtaaminen puolestaan samaistumiseen ja kognitiivisuuteen pohjautuvia elämyksiä (relate). (Santoro & Troilo 2007, 114–115.) Eri konserttityypeissä artistin ja yleisön välinen yhteys voi siis syntyä eri tavoilla, vuorovaikutus on erilaista ja siksi konsertit tarjoavat kuulijoilleen erityyppisiä elämyksiä. Aktiivisessa esityksessä ja ystävällisessä kohtauksessa eleiden, ilmeiden ja verbaalisen kommunikoinnin merkitys vuorovaikutustekijöinä on helposti nähtävissä ja perusteltavissa. Oma-aloitteisuus yleisössä kertoo yhteyden syntyneen ja että on siirrytty vuorovaikutustasolle. Puhtaassa kuuntelussa ja passiivisessa esityksessä näiden vuorovaikutustekijöiden merkitys on vaikeammin havaittavissa.

“Hysteria on hyvä bisnes” otsikoi Turun Sanomien artikkeli (Salminen 2013, 21), jossa arvioitiin suomalaisen hiphop-artisti Cheekin lokakuussa 2013 järjestettyä konserttia Turun Logomossa. Artikkelin mukaan Cheek sai kolmetuhatpäisen yleisön laulamaan jokaisessa kappaleessa mukana, mutta onnistui suuresta suosiosta huolimatta esiintymään välispiikeissä nöyränä, kiitollisena ja vaatimattomana artistina. Samassa artikkelissa todetaan myös, että ”Cheek saa kansan hulluksi. Teinihysterian kohteet tulevat ja menevät, mutta sen kollektiivisen hurmoksen puoliuskonnollisuus säilyy.” (Salminen 2013, 20.) Pari kuukautta myöhemmin Turun Sanomissa (Mattila 2013, 20) arvioitiin laulaja-lauluntekijä Jenni Vartiaisen konserttia otsikolla ”Logomo ei lämnen-

nyt Jenni Vartiaiselle.” Artikkelin mukaan Vartiaisen ja yleisön välillä tuntui olevan näkymätön kuilu, ja vaikka sympaattinen artisti esiintyi moitteettomasti, jutteli kappaleiden väleissä mukavia ja oli läsnä, lähes loppuunmyyty konserttisali ei syttynyt. Ainoastaan yhden rock-henkisen kappaleen aikana ”yleisö muuttui hetkeksi yksittäisistä musiikinkuuntelijoista vellova massaksi”. Syyksi arveltiin Vartiaisen musiikkia – ”utuisia äänimaisemia piirtävät kappaleet eivät niinkään villitse liikkumaan vaan pikemminkin pysäyttävät kuuntelemaan”. (Mattila 2013, 20.) Nämä kaksi kotimaisen musiikin kärkinimien konserttia havainnollistavat sitä, miten erilaisia elämyksiä konsertit voivat tarjota, ja miten herkkä tapahtuma live-konsertti lopulta on. Molemmat konsertit järjestettiin Logomossa, joten ulkoiset puitteet olivat artisteille samat. Cheekin konsertti oli aktiivinen esitys, jossa artistin ja yleisön välillä oli paljon kehonkieleen ja eleisiin perustuvaa vuorovaikutusta. Vartiaisen konsertti oli puolestaan passiivisen ja puhtaan kuuntelun välimaastossa. Vallalla oleva käsitys näyttää kuitenkin olevan se, että konserttisali syttyy vasta, kun se näkyy ihmisten toiminnassa metelinä ja eleinä – silloin, kun vuorovaikutus on havaittavissa omin silmin ja korvin.

Santoron ja Troilon (2007) rock-konserttien nelikenttämallista on havaittavissa samanlaisia piirteitä kuin Pinen ja Gilmoren (1999, 30) elämyksiä käsittelevässä kuviossa. He ovat ikään kuin tuoneet Pinen ja Gilmoren elämysten ulottuvuusmallin live-konserttikontekstiin ja huomioineet siinä konsertin erityispiirteet ja -vaatimukset. Molemmissa malleissa kuvataan yksilön osallistumista tapahtumaan eli elämyksen tuottamiseen ja korostetaan elämyksen subjektiivista luonnetta. Molemmissa huomioidaan myös, että yksilön osallistuminen tapahtumaan voi olla joko passiivista tai aktiivista, mikä voi puolestaan vaikuttaa siihen, millaisen elämyksen yksilö tapahtumassa kokee.

3.3.2 *Emotionaalinen, kognitiivinen ja sosiaalinen vuorovaikutus*

Elämykset ovat subjektiivisia tapahtumia, ja niillä on useita eri ulottuvuuksia. Live-konserteissa on monensuuntaisia vuorovaikutussuhteita, jotka tapahtuvat yhtä aikaa päällekkäin, ja vuorovaikutuksen syntymisen edellytys on yhteyden luominen vuorovaikutussuhteen osapuolten välille. Elämyksiä on yhtä monta kuin on niiden kokijoitakin, ja vuorovaikutus on elämyksen keskiössä. Näin ollen on oletettavaa, että vuorovaikutus toimijoiden välillä voi olla erilaista, ja erilainen vuorovaikutus voi puolestaan johtaa erilaisiin elämyksiin.

Musiikilla on kolme psykologista tarkoitusta: emotionaalinen, kognitiivinen ja sosiaalinen tarkoitus (Hargreaves & North 1999, 71–72). Pinen ja Gilmoren (1999, 30) elämysmallista, Sundbon (2009, 7–8) ja Schmittin (1999, 60) elämysten luokittelusta ja Santoro ja Troilon (2007, 114–115) rock-konserttien nelikenttämallista löytyy myös samanlaisia elementtejä. Näistä voidaan johtaa live-konsertin vuorovaikutustyypit: emo-

tionaalinen, kognitiivinen ja sosiaalinen vuorovaikutus, joista viimeisellä viitataan ennen kaikkea yksilön sosiaalisen identiteetin rakentamiseen vuorovaikutuksessa muiden kanssa. Kaikki vuorovaikutus on sosiaalista, mutta näiden vuorovaikutustyyppien tehtävä ja tarkoitus on eri, ja ne tuottavat yksilölle erilaista arvoa. Vuorovaikutustyyppit eivät ole toisiaan pois sulkevia, vaan yksilö voi kokea useita vuorovaikutustyyppisiä samanaikaisesti.

Elävä musiikki on tuotteena ja palveluna ainutlaatuinen, sillä vain harva tuote tai palvelu kykenee luomaan vastaavanlaista emotionaalista sitoutumista (Hausman 2011, 210). Musiikin merkitykset ja yksilön elämykset nivoutuvat toisiinsa ja upottavat yksilön ikään kuin ”emotionaaliseen aallokkoon” (Minowa & Glover 2009, 266), joka syntyy emotionaalisen vuorovaikutuksen kautta. Musiikki on symbolista viestintää (Larsen ym. 2009, 16; Larsen, Lawson & Todd 2010, 671), joka voi palauttaa ja sijoittaa meidät suhteessa aikaan ja paikkaan (Ruud 1997, 3) sekä herättää jo unohtuneita tunteita ja muistoja siitä, missä olimme ja kenen kanssa, kun kuulin juuri tietyn kappaleen. Elämykset herättävät yksilössä tunteita ja muistoja, jotka ovat sidoksissa hänen aikaisempaan kokemuspohjaansa, tulkintaansa ja miellehtymiinsä (Sundbo 2009, 2). Tunne nähdään puolestaan kokemuksena, joka rakentuu ihmisen ei-rationaalisessa ja välittömässä suhteessa ympäristöön, sillä pian tunteen muodostumisen jälkeen siihen kietoutuu arviointia ja järkeilyä (Perttula 2002, 36). Ihmiset juoksivat Paramore-yhtyeen konsertissa mereen voimakkaan tunteen vallassa, mutta on todennäköistä, että pian päälimmäisenä ajatuksena olivat määrät vaatteet ja se, että repussa ei ollut kuivia vaihtovaihtaita.

Artistin ympärille pyritään luomaan brändi, jonka avulla voidaan korostaa elämystä, jonka kuluttaja tuotteesta tai palvelusta saa (Pine & Gilmore 1999, 17). Artisti on brändi, jonka nimen kuullessaan kuluttajalle tulee käsitys siitä, millaisen elämyksen hän live-konsertissa kokee. Suomalaisen metalliyhtye Children of Bodomin konsertissa yleisö ”halkoo” ilmaa nyrkeillään ja saattaa yltyä ”moshpitiin”, joka on aggressiivinen tanssityyli, jossa ihmiset hyppivät, tönivät toisiaan ja heiluttavat hiuksiaan. Sitä vastoin 1980-luvulla Suomen konserttilavat valloittanut Dingo, joka on viime vuosina palannut esiintymislavoille, voi herättää kuulijoissa nostalgian tunteen, muistoja lähes kolmenkymmenen vuoden takaa. Dington kaltaisten yhtyeiden paluu voidaan nähdä laajemmalti ihmisten jälleennäkemisenä, niin artistin kuin yleisönkin. Heillä on kaikilla jotakin yhteistä, he jakavat saman menneisyyden. Tuttu musiikki vangitsee uudelleen menneet hetket ja muistot ja toisaalta heijastaa sitä, kuinka pitkälle ihmiset ovat kulkeneet ja tulleet sen jälkeen. (Earl 2001, 352.) Samaan pohjautuu myös Ylen syksyllä 2014 esitetty TV-ohjelma ”We want more”, jossa viisi toimintansa jo lopettanutta kotimaista yhtyettä teki paluun parrasvaloisiin.

Suomalainen laulaja-lauluntekijä Anssi Kela kiersi Suomea vuonna 2011 Pieni juhla-kiertue -kiertueella, jossa juhlistettiin Kelan menestyksestä, 10-vuotiaasta Nummela-

albumia. Kiertue perustui osaltaan nostalgian kaipuuseen sekä artistin ja yleisön väliin vahvaan yhteisöllisyyden tunteeseen. Kymmenen vuoden takaiset fanit ovat henkilöityneet Kelan muistoissa, mikä näkyy muun muassa seuraavista kommentteista, jotka on poimittu Kelan oman blogin (Pieni juhlakiertue 2011) kommenttiosionista. Siinä Kela toivottaa kaikki tervetulleeksi mukaan Pienelle juhlakiertueelle:

Ukkomies 4.9.2011 19:13

Perhana. Tässähän pitää vanhan könytä 31-vuotissynttärinään Helsinkiin. Pitäiskö kerätä vanha jengi kasaan...

Anssi Kela 4.9.2011 20:52

Ehdottomasti vanha jengi kasaan. Missä ovat Mörri, Chrیده, Muu, Jassu, Balisa ja monet muut?

Pieni Juhlakiertue siis tarjosi emotionaalisia, nostalgisia elämyksiä paitsi yleisölle myös artistille itselleen. Nostalgiset elämykset liitetään usein voimattomuuden tunteeseen siitä, että mennyttä ei voi luoda uudelleen sekä saavuttamattomaan haluun palata tiettyyn aikaan ja paikkaan (Holak & Havlena 1998, 222). Nostalgiset elämykset perustuvat vahvasti emotionaaliseen vuorovaikutukseen, ja rakentuvat yleisön ja artistin yhteisiin kokemuksiin ja muistoihin, jolloin elämyksen intensiteetti saattaa olla entistä voimakkaampi.

Henkilökohtaisten nostalgisten elämysten lisäksi musiikki voi herättää muiston kollektiivisesta, historiallisesta kokemuksesta (Minowa & Glover 2009, 266). Englantilainen artisti Elton John esitti vuonna 1997 oman versionsa kappaleesta ”Candle in the Wind” Walesin prinsessa Dianan hautajaisissa. Hän on esittänyt kyseisen version julkisesti tietävästi ainoastaan tuon yhden kerran. Kappale herättää tunteita, se palauttaa yksilön tiettyyn hetkeen ja muistoon. Samalla siitä on tullut osa kokonaisen kansakunnan kollektiivista muistia. Koettu elämys on subjektiivinen, mutta se palauttaa kaikki samaan hetkeen. Laulaja Juha Tapion ura alkoi puolestaan gospel-yhtyeessä, mutta hänen musiikistaan on sittemmin tullut valtavirran suosimaa, maallisempaa pop-musiikkia. Hänen konserttiensa elämyksellisyys on muuttunut kristillisestä ja hengellisestä elämyksellisyydestä kohti massoja liikuttavaa elämyksellisyyttä.

Kognitiivinen vuorovaikutus viittaa tiedolliseen, opetukselliseen ja intellektuelliin vuorovaikutukseen. Siinä vuorovaikutuksen osapuolet voivat jakaa esimerkiksi yhteisen poliittisen kannan tai muun kantaaottavan mielipiteen. Esimerkiksi Anssi Kela ilmoitti keväällä 2012 seisovansa Vihreiden presidenttiehdokkaan, Pekka Haaviston, kannattajien joukossa ja teki julkisuudessa vahvaa kampanjaa Haaviston puolesta. Myös vuonna 2001 hajonnut suosittu kotimainen ja poliittissävytteisistä kappaleistaan tunnettu yhtye Ultra Bra teki comebackin Pekka Haaviston tukikonsertissa talvella 2012. ”*Haluamme*

tällä tavalla osallistua ja vaikuttaa. Tässä meiningissä on ollut urheilujuhlan tuntua, ja asiana tämä on isompi kuin pelkkä presidentinvaali: tässä määritellään pitkälti, millaisia arvoja meillä on Suomessa tulevaisuudessa”, kertoi yhtyeen pianisti ja laulaja Kerkko Koskinen ennen konserttia (Mankkinen 2012). Artistin kappaleilla voi olla myös kantaaottava sanoma, jonka artisti jakaa kognitiivisen vuorovaikutuksen kautta yleisönsä kanssa. Artisti voi näin käyttää omaa viestintäarvoaan tärkeäksi kokemiensa asioiden edistämiseen. Tällainen on esimerkiksi suomalaisen rap-artisti Palefacen kappale Helsinki Shangri-la:

*”Kun hyvinvointivaltiota Helsingissä luodaan
julkisivuduunarit ne Tallinasta tuodaan
hurahuhhahei, mistä halvimmalla saadaan
sillä niin me tehdään Helsingistä Shangri-La”*

– Paleface, Helsinki Shangri-La

Musiikista on tullut keskeinen osa monien kuluttajien henkilökohtaista kehittymistä ja identiteettiä (Hargreaves & North 1999, 73; Nuttall 2008, 107). Esimerkiksi nuorilla on taipumus käsitellä jokapäiväistä elämäänsä ja kasvuprosessiaan kappaleiden lyriikoiden avulla (Willis 1990, 69). Musiikin avulla pyritään osoittamaan itselle ja muille, mihin kulttuuriseen ryhmään kuulumme (Lee 2015, 99). Osallistumalla konserttiin yleisön odotetaan olevan valmis tietynlaiseen sosiaaliseen rooliin, jota ei voida rinnastaa yksityiseen nauhoitteen kuluttamiseen. Heijastamalla tuntemuksiamme siitä, tunnemmeko itsemme hyväksi kyseisessä roolissa, opimme samalla jotakin itsestämme. (Earl 2001, 354.) Sosiaalinen vuorovaikutus on oman identiteetin rakentamista, löytämistä ja eriyttämistä suhteessa ympäristöön, vuorovaikutuksessa muiden kanssa (Gupta & Vajic 2000, 39). Vuorovaikutukseen liittyy olennaisesti yhteisöllisyyden tunne ja se, että elämys koetaan osana jotain yhteisöä (Tarssanen & Kylänen 2009, 14). Yksilö on osa yhteisöä, mutta ilman yhteisöä ei voi löytää itseään eikä asettaa itseään suhteessa muihin.

Musiikki vaikuttaa myös ihmisten käyttäytymiseen. Rapin, rockin ja gospelin kuulelijat käyttäytyvät eri tavalla, sillä heidän käyttäytymismallinsa seuraavat musiikin mallia. (Minowa & Glover 2009, 270; Atton 2012, 428.) Samalla eri musiikkilajit sekoittuvat ja niiden väliset rajat ovat hämärtyneet (Hargreaves & North 1999, 73). Musiikki ei aseta rajoja sille, miten käyttäytyä, vaan ihminen asettaa lopulta itse omat rajaitansa. Musiikki heijastaa identiteettiämme. Se on keino osoittaa itsellemme ja muille, mihin kulttuuriseen ryhmään tai ryhmiin kuulumme. (Ruud 1997, 3, 9.) Saman se kertoo myös artistista.

3.3.3 *Hurmostila*

Live-konsertti on vuorovaikutussuhteena sikäli ainutlaatuinen, että se on ”one-to-many”-suhde, joka saavutettuaan riittävän elämyksellisyyden tason tuntuu yksittäisestä yleisön jäsenestä ”one-to-one” -suhteelta – tuntuu, kuin artisti esiintyisi juuri minulle. Suomalainen musiikkialan vaikuttaja Asko Kallinen vieraili Huomenta Suomi -televisio-ohjelmassa keväällä 2013 ja kuvasi kokemaansa elämystä Bruce Springsteenin konsertissa 1980-luvulla seuraavasti:

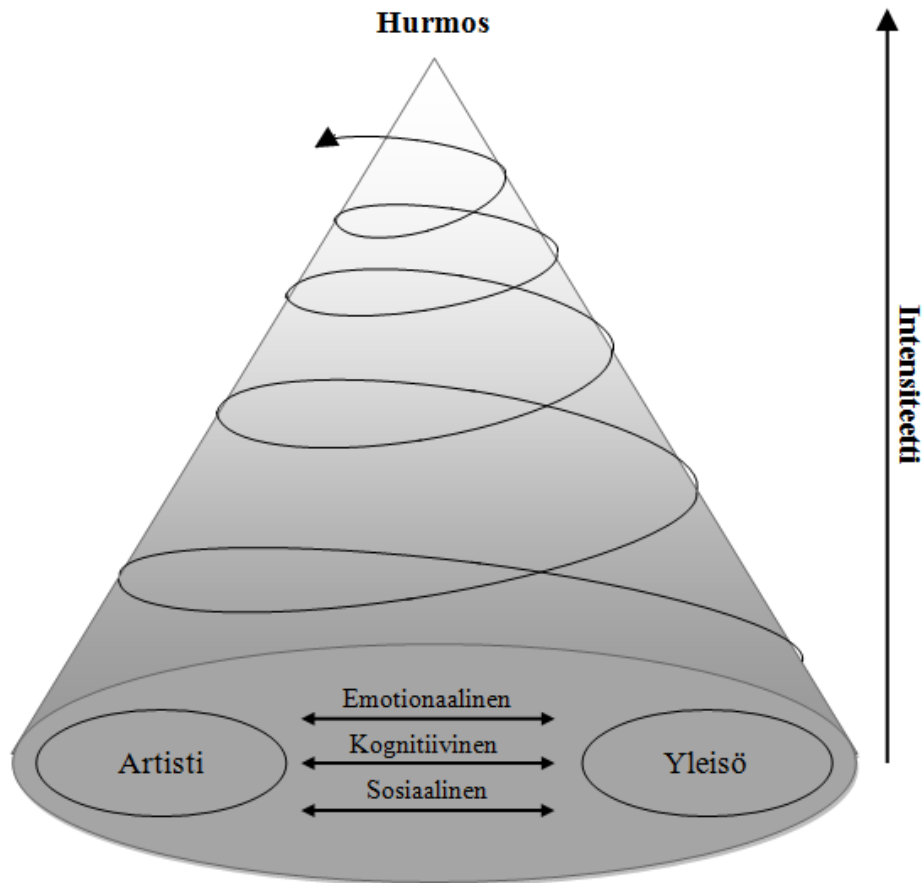
”Mä kuulin, että Springsteen on hyvä live-esiintyjä ja tuli mahdollisuus mennä Tukholmaan katsomaan keikkaa vuonna 1981 River-kiertueella. Mentiin kavereiden kanssa jäähalliin ja istuin portaille – keikka kesti puolitoista tuntia. Katoin suu auki ihmeissäni siitä, että joku pystyy jäähallillista ihmisiä pyörittämään sormensa ympärille ja esiintymään ikään kuin se esiintyisi täysin mulle. Sitten Springsteen sanoi, että ’kiitos, tää oli mahtavaa’, ja sitten tein jo lähtöä, kunnes se sanoi, että ’älkää lähtekö vielä, tulkaa vartin päästä takaisin’, ja sitten se veti vielä toisen puolitoista tuntia. Me ei pystytty kavereiden kanssa puhumaan keikasta, me oltiin aivan mykistyneitä, kunnes vasta seuraavana päivänä, mutta sitten me puhuttiinkin viisi tuntia yhtä soittoa.”

– Asko Kallinen (haastattelu 21.3.2013.)

Jotkut artistit onnistuvat hallitsemaan yleisöä karismaattisen, uskonnollisen johtajan tavoin ja saattamaan yleisön yhteisölliseen hurmiotilaan (Earl 2001, 351). Hurmioon johtava elämys voidaan rinnastaa Csikszentmihalyin (1991, 4) käsitteeseen flow-tilasta, joka kuvastaa optimaalista elämystä. Sillä tarkoitetaan poikkeuksellista hetkeä, jonka aikana kaikki, mitä yksilö tuntee, haluaa ja ajattelee, on täydellisessä harmoniassa keskenään (Csikszentmihalyi 1997, 29). Flow merkitsee tilaa, jossa yksilö on niin sitoutunut toimintaan, että kaikki muu menettää merkityksensä. Flow viittaa erityisesti tilanteisiin, joissa myös yksilö on elämyksen tuottaja. (Csikszentmihalyi 1991, 4.) Hän ei odota tulosta tai palkintoa toiminnan jälkeen, vaan nauttii niin paljon siitä, mitä tekee, että toiminnasta itsestään tulee palkinto (Csikszentmihalyi & Robinson 1990, 7). Kuitenkin vain harva elämys johtaa flow-tilaan (Arnould ym. 2004, 349; Carù & Cova 2007b, 9).

Yksilön kokemaa hurmiotilaa eli hurmosta kuvataan kuviossa 7. Pyramidin alaosassa on kaksisuuntaisia nuolia, jotka kuvaavat emotionaalista, kognitiivista ja sosiaalista vuorovaikutusta artistin ja yleisön välillä. Samalla lailla kun yksilö voi kokea yhtäaikaista useita erilaisia elämyksen muotoja, hän voi kokea samanaikaisesti useita arvoa tuottavia vuorovaikutuksen muotoja, niin emotionaalista, kognitiivista kuin sosiaalista-kin vuorovaikutusta. Kokiessaan useita vuorovaikutuksen muotoja yhtäaikaisesti tai

yhden vuorovaikutustyyppin riittävän voimakkaana, yleisön ja artistin välisestä vuorovaikutuksesta tulee entistä intensiivisempää. Samalla koetun elämyksen intensiteetti eli voimakkuus kasvaa. Voimistuessaan tämä vuorovaikutus voi johtaa lopulta yksilön kokemaan tai jopa yhteisölliseen hurmukseen, jota kuvataan kuviossa 7 pyramidin kärkenä.



Kuvio 7 Hurmostilan syntyminen

Esimerkiksi gospel-musiikki voi johtaa yksilön kokemaan hengelliseen elämykseen tai jopa hurmukseen, joka voi olla seuraus sekä emotionaalisesta, kognitiivisesta että sosiaalisesta vuorovaikutuksesta. Hengellinen elämys on vahvasti emotionaalinen, mutta koska gospel-konsertissa olevat jakavat saman uskon ja saman arvomaailman, vuorovaikutus on osaltaan kognitiivista tiedon ja tietynlaisen sanoman välittämistä. Se on kuitenkin myös olennainen osa yksilön identiteettiä (Minowa & Glover 2009, 266). Tällöin mukaan tulee sosiaalinen vuorovaikutus. Kun näiden vuorovaikutussuhteiden intensiteetti on riittävän suuri, yksilö kokee hengellisen elämyksen, joka voi parhaimmillaan johtaa hurmukseen.

Hurmos voidaan kokea kollektiivisesti ja se voi saavuttaa muotoja, joita kutsutaan kirjallisuudessa maniaksi tai hysteriaksi. Esimerkiksi 1960-luvulla vaikuttaneen brittiläisen kulttiyhtye The Beatlesin ympärillä puhuttiin ”beatlemaniasta” – sosiaalisesta

ilmiöstä, jossa nuoret naiset kiljuivat, pyörtyivät ja kulkivat suurissa väkijoukoissa siinä toivossa, että he näkisivät suosikkiartistinsa edes vilaukselta. Beatlemania ylitti intensiivisyydellään ja laajuudellaan kaikki sitä edeltävät artistikeskeisen hysterian muodot. (Ehrenreich, Hess & Jacobs 1992, 85–86.) Vastaavasta ei ollut siihen aikaan minkäänlaisia ennakkotapauksia, sillä kukaan artisti, uskonnollinen johtaja, poliitikko tai muu julkinen henkilö ei ollut koskaan aiemmin ollut palvonnan kohteena sellaisella laajuudella ja yhtä pitkään kuin The Beatles (Davies 1969, 273).

Siinä, että pääsee elämään konsertin yhdessä artistin kanssa ja näkemään, miten artisti vie taiteensa ääriajoille, on jotakin syvästi tunteisiin vetoavaa. Verrattuna äänitteen kuuntelemiseen kotona konsertilla on suurempi kyky liikuttaa katselijoita ja saada heidän kehonsa kihelmöimään. (Earl 2001, 347.) Loppujen lopuksi henkilökohtainen tunne, jossa kuluttaja tulee osaksi artistin konserttia, on lähellä esikuviaan tai musiikillisia idoleitaan tai viettää vain mukavaa iltaa ystäviensä kanssa, ylittää kaikki muut musiikin kuuntelun ja kuluttamisen keinot (Rondán-Cataluña & Martín-Ruiz 2010, 1419).

On muistettava, että me emme voi koskaan täysin käsittää musiikin arvon merkitystä ilman, että osallistumme siihen tilanteeseen, jossa arvoa tuotetaan (Ruud 1997, 5). Musiikin aikaansaamat tunteet ovat riippuvaisia sosiaalisesta kontekstista, jossa tunteet syntyvät. Yleisön ja esiintyjän käyttäytyminen, muiden ihmisten läsnäolon positiiviset tai negatiiviset vaikutukset konsertissa olijoihin sekä esiintyjien ja kuuntelijoiden sanan viestintä vaikuttavat musiikkielämykseen. (Hargreaves & North 1999, 74, 78.) Monet tutkijat ovat nostaneet esille subjektiivisen itsehavainnoinnin ja -tarkkailun käsitteen, jossa yksilö itse tarkastelee omia henkisiä ja emotionaalisia prosessejaan. Kukaan ei voi lopulta tietää yhtä paljon omista sisäisistä mielentiloistaan kuin yksilö itse. (esim. Gould 1995, 710; Shankar 2000; Earl 2001, 336–337; Polkinghorne 2005, 138.)

4 EMPIIRISEN TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

4.1 Tutkimuksen lähestymistapa

Tutkimusstrategialla tarkoitetaan menetelmällisten ratkaisujen kokonaisuutta, joka riippuu valitusta tutkimustehtävästä ja tutkimuksen tarkoituksesta. Siitä erotetaan tutkimusmetodi eli menetelmä, joka merkitsee sääntöjen ohjaamaa menettelytapaa, jonka avulla etsitään tietoa ja pyritään ratkaisemaan jokin ongelma. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 123, 172.) Tutkimusmetodi antaa raamit sille, miten havainnot tuotetaan, ja miten niitä voi muokata ja tulkita (Alasuutari 2011, 82).

Ihmisen kokeman elämyksen tutkiminen on haastavaa. Kokemukset ovat monitahoisia ja monimutkaisia – ne muodostavat jatkuvan virran, jota tutkija ei voi pysäyttää. (Polkinghorne 2005, 138.) Kokemusten jatkuvuuden vuoksi tutkijan tehtävä on määrittää tutkimuksen tarkoituksen kannalta parhaiten soveltuva kokemuksen aloitus- ja loppuspiste (Clandinin & Connelly 1998, 157). Ihmisten kokemat elämykset eivät ole selvärakenteisia, ja siksi numeeriset mallit ja metodit, jotka on suunniteltu tutkimaan fyysisiä objekteja, eivät toimi elämysten tutkimisessa. Elämys on vertikaalisesti syvä, ja siksi aineistonkeruumenetelmät, kuten lyhyet Likert-asteikolliset kyselyt, eivät onnistu vangitsemaan elämyksen rikkautta, vaan raapaisevat ainoastaan pintaa. Ihmisillä on pääsy omiin kokemuksiinsa, mutta ne eivät ole suoraan avoinna muille. Siksi elämyksiä koskevan aineistonkeruun on muodostuttava ihmisten kertomuksista omista kokemuksistaan. Elämysten tutkiminen vaatii aineiston, joka juontaa tutkittavan kohteen tai kohteiden syvällisestä tarkastelusta, ja siksi se kerätään usein haastatteluiden avulla. (Polkinghorne 2005, 137–138.)

Elämysten erityisluonteen ja monitahoisuuden vuoksi tämä tutkimus on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Laadullinen tutkimus on suunniteltu ihmisten kokemusperäisen elämän tutkimiseen, ja se huomioi erityisesti elämysten ominaisuudet, mikä helpottaa niiden tutkimista. Laadullisen tutkimuksen tavoite on selittää ja kuvailla kokemuksia siten, kuin ihmiset ovat ne eläneet. (Polkinghorne 2005, 138.) Laadullisessa tutkimuksessa kuvataan todellista elämää, korostetaan sosiaalisten ilmiöiden merkityksellistä luonnetta ja tutkitaan kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Tutkimuksessa luotetaan mittausvälineiden sijaan tutkijan omiin havaintoihin ja keskusteluihin tutkittaviensa kanssa. Kohdejoukko on valittu tarkoituksenmukaisesti, tapauksia käsitellään ainutlaatuisina ja aineistoa tulkitaan sen mukaisesti. (Hirsjärvi ym. 2004, 152, 155.) Laadullisessa tutkimuksessa keskitytään tavallisesti pieneen määrään tapauksia ja pyritään analysoimaan niitä mahdollisimman perusteellisesti (Eskola & Suoranta 1998, 18).

Laadullisessa tutkimuksessa ei tehdä ensisijaisesti päätelmiä yleistystä ajatellen, mutta siinä on kuitenkin mahdollista saada selville, mikä tutkittavassa ilmiössä on merkittä-

vää ja onko siinä havaittavissa säännönmukaisuuksia (Hirsjärvi ym. 2004, 171). Tutkimussuunnitelma elää usein hankkeen aikana, mikä johtaa tutkimuksen vaiheiden, aineistonkeruun, analyysin, tulkinnan ja raportoinnin, yhteen kietoutumiseen. Laadullisessa tutkimuksessa tulkinta kulkee usein mukana koko tutkimusprosessin ajan eikä tutkimusta ole siksi helppo pilkkoa toisiaan seuraaviin vaiheisiin. (Eskola & Suoranta 1998, 15–16; Gummesson 2005, 312.)

Tämän tutkimuksen aineistonkeruumenetelminä käytettiin havainnointia ja teema-haastatteluja. Tutkimuksessa havainnoitiin kolmen kotimaisen artistin, Jukka Pojan, Olavi Uusivirran ja Apulanta-yhtyeen, live-konsertteja sekä haastateltiin yleisön edustajia ja artisteja konsertin jälkeen. Useiden aineistonkeruumenetelmien käyttö huomioi elämyksen ainutlaatuisen luonteen. Konsertin vuorovaikutuksen ja elämyksen ymmärrystä oli mahdollista syventää, kun samaa tapahtumaa lähestyttiin useasta eri näkökulmasta.

Tutkimuksen kohteena on live-konsertti ja sen sisällä tapahtuva vuorovaikutustilanne, jota tutkitaan yksilön ja ryhmän kautta yhteydessä luonnolliseen ympäristöön. Live-konsertti on tapahtuma, jossa on monenlaista vuorovaikutusta, joka tapahtuu yhtäaikaista useaan suuntaan. Tästä syystä tutkijan on mahdotonta päästä kiinni kaikkiin live-konsertin vuorovaikutustilanteisiin. Tutkimuksessa on keskitytty erityisesti artistin ja yleisön väliseen vuorovaikutukseen. Siinä on kuitenkin huomioitu myös artistin ja yksilön välinen vuorovaikutus sekä artistien keskinäinen ja yleisön keskinäinen vuorovaikutus siltä osin kuin se havainnoinnin ja haastatteluiden kautta oli mahdollista.

4.2 Tutkimuksen aineistonkeruumenetelmät

4.2.1 *Live-konserttien havainnointi ja yleisöhaastattelut*

Tässä tutkimuksessa havainnoinnin kohteena oli live-konsertin toimintaympäristö sekä konserttiin osallistuvien yksilöiden keskinäinen vuorovaikutus. Havainnointi on aineistonkeruumenetelmä, jonka avulla saadaan välitöntä ja suoraa tietoa yksilöiden, ryhmien ja organisaatioiden käyttäytymisestä ja toiminnasta (Hirsjärvi ym. 2004, 202). Tutkija on joko suorassa tai epäsuorassa yhteydessä havainnoinnin kohteena olevien henkilöiden kanssa ja osallistuu tavalla tai toisella tutkittavan yhteisön toimintaan (Eskola & Suoranta 1998, 99–100; Eriksson & Kovalainen 2008, 86).

Havainnointia käytetään usein haastatteluiden tukena täydentämään ja selventämään niistä saatuja aineistoja. Havainnoinnin avulla voidaan tarkastella esimerkiksi tutkittavien käyttäytymistä, ilmeitä, eleitä, kehonkieltä, vaatetusta ja muuta sanatonta viestintää. (Polkinghorne 2005, 143.) Havainnointi alkaa usein tapahtumapaikan havainnoinnista,

jota seuraa tapahtumaan osallistuvien ihmisten ominaisuuksien (sukupuoli, ikäryhmä, etninen tausta, ulkomuoto) sekä vuorovaikutuksessa ja viestinnässä esiintyvien tapojen, toistojen ja suunnan tarkastelu (Eriksson & Kovalainen 2008, 87–88). Havainnointi on ennen kaikkea erinomainen menetelmä vuorovaikutuksen tutkimisessa sekä sellaisissa tilanteissa, jotka ovat nopeasti muuttuvia ja vaikeita ennustaa (Hirsjärvi ym. 2004, 202). Havainnointi tekee tiedostamattoman näkyväksi ja voi tuoda esille asioita, joita haastattelut eivät tavoita.

Tässä tutkimuksessa tutkija osallistui yhdessä rinnakkaishavainnoijan kanssa yhteen kunkin haastateltavan artistin live-konserttiin ja havainnoi toimintaympäristöä sekä yleisön ja artistin käyttäytymistä ja vuorovaikutusta tutkimuksen tarkoitus huomioon ottaen. Rinnakkaishavainnoija oli Jukka Pojan ja Apulannan konserteissa sama ja Uusi-virran konsertissa eri henkilö. Havainnointisuunnitelma käytiin heidän kanssaan etukäteen tarkasti läpi, jotta aineisto olisi siltä osin yhteismitallinen. Tutkija ja rinnakkaishavainnoija sijoittuivat ja kulkivat konsertissa erillään toisistaan, jotta tapahtumaa voitiin havainnoida mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Tällä varmistettiin myös se, että osapuolten havainnot eivät vaikuttaneet toisiinsa.

Live-konsertti on luonnollinen kenttätilanne, ja siellä tapahtuva havainnointi on tässä tutkimuksessa osallistuvaa havainnointia, jossa tutkija osallistuu tutkittavan ryhmän toimintaan, mutta ei ole siihen kokonaan integroitunut, vaan voi liikkua vapaasti ja tehdä muistiinpanoja ryhmän käyttäytymisestä. Tutkijan tulee vaikuttaa yhteisön elämään ja tapahtumien kulkuun mahdollisimman vähän, ja vuorovaikutus yhteisön kanssa tapahtuu pitkälti havainnoitavien henkilöiden ehdoilla (Grönfors 1982, 93). Osallistuvan havainnoinnin etu on, että tutkija kokee tapahtumat ja tilanteet itse sisältäpäin ja ymmärtää näin paremmin ilmiöön vaikuttavat tekijät ja yksilöiden siihen kiinnittämän arvon ja merkityksen. Se on osa etnografista tutkimusta, joka korostaa tutkittavien näkökulman ymmärtämistä ja tutkijan uppoutumista ryhmään siten, että hänestä tulee yksi ryhmän jäsenistä. Etnografisen tutkimuksen tavoite on ymmärtää ja kuvata yhteisöjen ja ryhmien välistä vuorovaikutusta ja samalla lisätä ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä. (Carson, Gilmore, Perry & Gronhaug 2001, 137–138, 146–147.)

Havainnointia on kritisoitu siitä, että se on monesti työläs ja aikaa vievä aineistonkeruumenetelmä. Etenkin osallistuvassa havainnoinnissa tutkijan haaste on päästä havainnoitavan ryhmän jäseneksi, ja tarvittavan luottamuksen saavuttaminen voi viedä paljon aikaa. (Hirsjärvi ym. 2004, 202–204.) Havainnoinnissa tarkkaillaan usein yhteisöjä, jotka ovat muotoutuneet pitkän ajan kuluessa – esimerkiksi opetusryhmiä, organisaatioita tai etnisiä ryhmiä. Live-konsertti on sikäli ainutlaatuinen tapahtuma, että artisti ja yleisö muodostavat yhdessä hetkessä yhteisön, joka ei tule sellaisenaan toistumaan enää myöhemmin, vaikka osa yleisön jäsenistä saattaa kiertää artistin keikoilla useasti. Tutkija ei voi palata havainnoitavaan ympäristöön myöhemmin tai käyttää pitkiä ajanjaksoja aineistonkeruuseen. Yhteisö rakentuu toisilleen vieraista ihmisistä, joita artisti ja mu-

siikki yhdistävät tietyssä ajassa ja paikassa. Havainnoitavan ryhmän jäseneksi pääseminen ei siksi ole yhtä haastavaa kuin monissa muissa havainnointitilanteissa, sillä yhteisö on ainakin näennäisesti avoin kaikille.

Havainnointi nostaa esille eettisiä kysymyksiä, sillä havainnointi silloin, kun havainnoinnin kohde ei ole siitä tietoinen, voidaan tulkita yksityisyyden loukkaamiseksi (Eriksson & Kovalainen 2008, 86–87). Yleinen periaate on, että tutkittavien pitää antaa suostumus havainnointiin, mutta toisaalta avoin havainnointi voi häiritä tutkimusta ja vaikuttaa tutkittavan yhteisön toimintaan (Eskola & Suoranta 1998, 102). Tutkimuksen luotettavuuden kannalta on tärkeää, että yleisö kokee konsertin autenttisena tapahtumana. Live-konsertit ovat useimmiten julkisia massatapahtumia. Havainnoinnin kohteena olevaa yleisöä käsitellään siten tutkimuksessa ryhmänä, sen edustajat esiintyvät tutkimuksessa anonyymisti eikä heitä voi tunnistaa. Tästä syystä tutkijan läsnäolosta tiedottamista ei pidetty välttämättömänä. Artisti on ainoa havainnoinnin kohteena oleva henkilö, joka henkilöityy tutkimuksessa. Siksi jokaiselta artistilta kysyttiin erikseen lupa havainnointiin.

Havainnointi voi olla strukturoitua tai strukturoimatonta sen mukaan, onko tutkijalla jonkinlainen etukäteen rakennettu muistilista, joka määrittelee, mitä osa-alueita havainnoidaan (Eriksson & Kovalainen 2008, 86). Tutkija voi joko mennä tilanteen mukana ja antaa tutkimustilanteen ohjata havaintojaan tai noudattaa tarkasti etukäteen laadittua havainnointisuunnitelmaa. Yleensä havainnoinnissa käytetään edellisten tyyppien sekoitusta. (Eskola & Suoranta 1998, 103.) Live-konsertit ovat usein suuria massatapahtumia, joissa tapahtuu yhtä aikaa paljon asioita. Siksi tässä tutkimuksessa laadittiin etukäteen havainnointisuunnitelma (liite 1), jotta kokonaisuuden hahmottaminen hektisessä ympäristössä helpottuisi. Live-konsertit ovat kuitenkin yllätyksellisiä, ja sen vuoksi suunnitelma jättää varaa myös joustolle. Havainnointimuistiinpanot kirjoitettiin pääasiassa suoraan tekstimuotoon, sillä live-konserttien äänentaso teki muistiinpanojen nauhoittamisesta haastavaa, mutta nauhuriakin käytettiin siltä osin kuin se konsertissa oli mahdollista. Tutkija ja rinnakkaishavainnoija kirjoittivat omat havainnointiaineistonsa puhtaaksi, ja tutkija litteroi sanatarkasti nauhoitukset, jotka sisälsivät artistien välispiikit. Havainnointiaineisto liitettiin osaksi haastatteluaineistoja ja analysoitiin yhdessä niiden kanssa.

Havainnoinnin etu on se, että se ei perustu muistiin tai kuvitelmiin, vaan todellisiin tilanteisiin. Se mahdollistaa aineistonkeruun juuri tapahtumahetkellä, mikä eroaa siitä, että ihmiset kertovat jälkikäteen, mitä he sanoivat tai tekivät tai mitä he uskovat tekevänsä tai sanovansa tulevaisuudessa (kuten ihmiset tekevät haastatteluissa). Toisaalta havainnointi ei kerro siitä, mitä ihminen tuntee tai ajattelee toiminnasta ja mikä häntä motivoi. Tämä tieto voidaan hankkia vain kysymällä. (Eriksson & Kovalainen 2008, 87.) Havainnointi antaa tietoa siitä, toimivatko ihmiset siten kuin he sanovat toimivansa (Hirsjärvi ym. 2004, 201). Siksi havainnointia käytettiin tässä tutkimuksessa haastatte-

luiden rinnalla ja niistä tehtyjen tulkintojen tukena. Sen tarkoitus oli selvittää, vastasivatko tutkijan havainnoinnista esille nousseet tekijät haastateltavien käsityksiä. Samalla se, että tutkija oli itse osallisena havainnoitavaan tilanteeseen ja kykeni samaistumaan muihin yleisön edustajiin, lisää tehtyjen tulkintojen vakuuttavuutta.

Live-konsertin jälkeen tutkija ja rinnakkaishavainnoija esittivät yleisön jäsenille muutaman kysymyksen konsertista lyhyen teemahaastattelun muodossa (liite 2). Haastattelurunko käytiin rinnakkaishavainnoijan kanssa etukäteen läpi. Haastatteluiden tarkoitus oli selvittää yleisön jäsenten päällimmäisiä tunteuksia konsertista välittömästi sen päättymisen jälkeen, jotta päästäisiin kiinni konsertin herättämiin tunteisiin ja ajatuksiin ennen kuin niihin ehtii nivoutua liikaa arviointia ja järkeilyä. Yleisöhaastattelussa kaikki kysymykset esitettiin vastaajille samassa muodossa, ja niiden järjestys oli kaikille sama. Yleisöhaastattelut erottaa strukturoidusta haastattelusta se, että niissä ei käytetty valmiita vastausvaihtoehtoja, vaan haastateltavat saavat vastata kysymyksiin vapaasti omin sanoin. (Eskola & Suoranta 1998, 87; Hirsjärvi ym. 2004, 182.) Tällainen haastattelu soveltuu hyvin tilanteisiin, jossa aikaa on käytössä rajoitetusti (Eriksson & Kovalainen 2008, 82). Sen koettiin myös helpottavan aineiston analysointia ja synteessin muodostamista.

4.2.2 *Artistihaastattelut*

Tämän tutkimuksen toisena aineistonkeruumenetelmänä käytettiin teemahaastatteluja, joissa haastateltiin tutkimuskohteiksi valittuja artisteja (liite 3). Haastattelut mahdollistavat joustavan tutkimusotteen, ja ne soveltuvat hyvin sellaisten aiheiden tutkimiseen, jotka tuottavat vastauksia monitahoisesti ja moniin eri suuntiin.

Teemahaastattelulla tarkoitetaan haastattelua, jolle on määritelty tarkat aihepiirit eli teemat, mutta kysymysten tarkka muoto ja järjestys puuttuvat (Eskola & Suoranta 1998, 87; Hirsjärvi & Hurme 2000, 48; Hirsjärvi, ym. 2004, 197). Haastatteliija johtaa keskustelua ja varmistaa, että etukäteen päätetyt teemat käydään haastateltavan kanssa läpi, mutta niiden järjestystä ja laajuutta voidaan soveltaa haastateltavasta riippuen (Eskola & Suoranta 1998, 87). Haastattelu antaa haastateltavalle vapauden kertoa itsestään laajemmin kuin tutkija pystyy etukäteen ennakoimaan (Hirsjärvi ym. 2004, 194). Artistit ovat oman uransa ja kokemustensa parhaita tuntijoita, ja heillä saattaa olla näkemyksiä ja kokemuksia, joita tutkija ei osaa ennakoida ja ottaa strukturoidussa haastattelussa huomioon. Etukäteen määritetyt teemat luovat eräänlaisen kehikon, jonka avulla litteroitua aineistoa voi lähestyä edes jossain määrin jäsentyneesti (Eskola & Suoranta 1998, 88). Teemahaastattelun etu on, että haastattelijan käyttämä teemarunko on systemaattinen ja ymmärrettävä, mutta haastattelun sävy on silti keskusteleva ja epävirallinen (Eriksson & Kovalainen 2008, 82). Teemahaastattelussa tutkijan haaste on varmistaa,

että kaikki teemat käydään keskustelussa läpi. Hänen on myös varauduttava esittämään syväluotaavampia kysymyksiä teemojen syventämiseksi. (Eriksson & Kovalainen 2008, 82.)

Tässä tutkimuksessa teemahaastattelulla pyrittiin selvittämään artistien kokemuksia omista live-konserteistaan. Haastattelussa keskityttiin niihin live-konsertteihin, joissa tutkimuksen havainnointi suoritettiin, mutta myös artistien aikaisempiin live-konserttikokemuksiin. Artistit ovat esiintyneet vuosia erilaisille yleisöille, ja keskittymällä vain yhteen live-konserttiin tutkimuksesta olisi rajattu pois kaikki se tieto ja kokemus, joka artisteilla live-konsertin kaltaisista vuorovaikutustilanteista on.

4.3 Tutkimuksen operationalisointi

Operationalisointi merkitsee sitä, että yleisen teoreettisen viitekehyksen osille eli teoreettisille käsitteille luodaan empiirisesti mitattavat vastineet. Siinä ajatellaan, että käsitteet ovat teoreettisia, mikä yhdistää ne toisiin käsitteisiin, mutta myös operationaalisia, mikä yhdistää ne puolestaan konkreettiseen havaintotodellisuuteen. Tutkijan on empiiristä aineistoa kerätessään pohdittava, miten teoreettiset käsitteet muutetaan tutkittavien arkikielelle, ja miten havainnot käännetään puolestaan takaisin teorian kielelle. (Eskola & Suoranta 1998, 75, 78.)

Haastateltava nähdään tutkimuksessa aktiivisena ja merkityksiä luovana osapuolena (Hirsjärvi ym. 2004, 194). Kokemuksista puhuminen ei kuitenkaan ole suoraviivaista ja helppoa, ja siksi haastattelijan tehtävä on avustaa haastateltavia, jotta tutkittavaa ilmiötä voitaisiin tarkastella mahdollisimman syvällisesti ja monipuolisesti (Polkinghorne 2005, 143). On tärkeää, että haastattelija tietää ja hallitsee oman roolinsa, sillä tutkija ei opi tai lisää ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä, jos haastateltava vain toistaa kaiken, minkä tutkija jo entuudestaan tiesi (Polkinghorne 2005, 143). Tutkijan on päästävä haastateltavan kokemusmaailmaan kiinni sellaisten kysymysten kautta, jotka eivät kysy suoraan, vaan joista merkitykset ja tunteet on tulkittavissa.

Taulukko 1 on operationalisointitaulukko, joka purkaa tutkimuksen tarkoituksen elämyksen tuottamiseen vaikuttaviin tekijöihin, elämyksen kokemiseen vaikuttaviin tekijöihin sekä hurmukseen. Elämyksen tuottamiseen vaikuttavat tekijät on jaettu edelleen toimintaympäristötekijöihin ja vuorovaikutustekijöihin. Elämykseen kokemiseen vaikuttavat tekijät on jaettu puolestaan emotionaaliseen, kognitiiviseen ja sosiaaliseen vuorovaikutukseen, joiden käsitesisältö on purettu edelleen teorian pohjalta auki haastattelukysymysten muodostamisen helpottamiseksi. Lisäksi taulukossa on esitetty taustoittavat teemat, jotka liittyvät yleisöön, artistin ja yleisön väliseen suhteeseen, esiintymiseen sekä siihen, millainen artistin suhde keikkailuun on.

Taulukko 1 Operationalisointitaulukko

Tutkimuksen tarkoitus	Teoreettiset käsitteet	Artistihaastattelu	Yleisöhaastattelu	Havainnointi
Vuorovaikutuksen muodot ja merkitys	Taustoittavat kysymykset			
	Yleisö	Kysymykset 10, 11, 12, 19		Yleisön kuvailu
elämysten tuottamisessa ja kokemisessa live-konserteissa.	Artisti (esiintyminen ja suhde keikkailuun)	Kysymykset 13, 14, 16		Artistin kuvailu
	Elämyksen tuottamiseen vaikuttavat tekijät			
Millaista vuorovaikutus live-konserteissa on?	Lähtöasetelma, toimintaympäristötekijät	Kysymykset 1, 2, 3	Kysymykset 1, 3, 4	Taustatiedot, tapahtumapaikka, toimintaympäristötekijät
	Vuorovaikutustekijät	Kysymykset 4, 5, 6, 7, 9	Kysymykset 1, 3	Vuorovaikutustekijät
Keiden välillä vuorovaikutusta on?	Elämyksen kokemiseen vaikuttavat tekijät			
	Emotionaalinen vuorovaikutus	Tunteet, muistot, nostalgia	Kysymykset 17, 18, 20	Kysymykset 1, 3
Mitkä tekijät edesauttavat tai haittaavat vuorovaikutuksen ja elämyksen syntymistä?	Kognitiivinen vuorovaikutus	Opetuksellisuus, provokaatio, yllätyksellisyys, luovuus, ongelmanratkonta	Kysymykset 17, 18	Kysymykset 1, 3
	Sosiaalinen vuorovaikutus	Oppiminen, kasvaminen, kehittyminen, uudistuminen, yksilö muiden silmissä ja osana ryhmää, halu olla parempi ihminen	Kysymykset 17, 18, 21	Kysymykset 1, 3
	Hurmos			
	Hurmoksen syntyminen		Kysymykset 8, 15	Kysymys 2

Elämysten tutkimiseen käytettävät metodit keskittyvät samanaikaisesti neljään eri suuntaan: sisään- ja ulospäin sekä taakse- ja eteenpäin. Sisäänpäinsuuntautuneisuus tarkoittaa sisäisiä tekijöitä, kuten tunteita ja toiveita. Ulospäin suuntautuneisuus viittaa ulkoisiin olosuhteisiin, ympäristöön ja ihmistä ympäröivään todellisuuteen. Taakse- ja eteenpäin suuntautuneisuudella tarkoitetaan puolestaan väliaikaisuutta, menneisyyttä, nykyhetkeä ja tulevaa. Elämyksen kokeminen merkitsee näiden kaikkien neljän suunnan kokemista samanaikaisesti ja siksi kysymyksiä tulee esittää niistä kaikista. (Clandinin & Connelly 1998, 158.) Tässä tutkimuksessa artisteille esitetyt haastattelukysymykset käsittelevät näitä kaikkia – artistin tunteita ja odotuksia, toimintaympäristöön liittyviä tekijöitä ja artistin aikaisempia kokemuksia live-konserteista. Havainnoinnilla pyrittiin kuvaamaan ympäröivää todellisuutta, ja yleisöhaastatteluilla selvittämään yleisön tunteet ja ajatukset konsertista.

4.4 Tutkimuskohteet ja aineisto

4.4.1 Tutkimuskohteet ja niiden valintakriteerit

Laadullisessa tutkimuksessa tutkittavat valitaan usein tarkoituksenmukaisesti ja tutkimuskohteiden määrä riippuu tutkimuksen tarkoituksesta (Hirsjärvi & Hurme 2000, 58; Polkinghorne 2005, 141). Tutkimuskohteiden valinta liittyy kiinteästi tutkimuksen luotettavuuden arviointiin, sillä valittujen kohteiden on lisättävä ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä. Siksi tutkijan on raportoitava, miksi ja miten tutkimuskohteet valikoituivat tutkimukseen. (Polkinghorne 2005, 141.) Koska laadullisessa tutkimuksessa ei olla kiinnostuneita siitä, kuinka paljon tai kuinka usein jokin asia tapahtuu, vaan ilmiön merkitysten ymmärtämisestä tutkimuskohteiden näkökulmasta, tutkijan on tärkeää valita sellaiset tutkimuskohteet, joista on mahdollista oppia eniten. Tätä kutsutaan otoksen sijaan harkinnanvaraiseksi näytteeksi. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 58–59.)

Tässä tutkimuksessa haastateltiin kolmea kansallisesti tunnettua kotimaista artistia: Jukka Poikaa, Olavi Uusivirtaa sekä Apulanta-yhtyettä. Artistien tärkeimpinä valintakriteereinä pidettiin pitkää uraa, omien kappaleiden säveltämistä, suomen kielellä esiintymistä ja toisistaan riittävän erilaista musiikkityyliä. Haastateltavat kolme artistia edustavat populaarimusiikin eri suuntauksia: yksi edustaa reggae-musiikkikulttuuria, yksi punkrockia ja yksi perinteistä rock-musiikkikulttuuria. Tämä mahdollisti sen, että tutkimustulokset eivät olleet leimallisia vain tietylle musiikkityylille. Kaikki artistit laulavat suomeksi, ovat kansallisesti menestyneitä ja kiertävät Suomen suosituimpia keikkapaikkoja. Heillä on jokaisella takana vähintään kymmenen vuotta kaupallista, päätoimista musiikintekoa Suomen musiikkimarkkinoilla. Kukin heistä on esiintynyt lukuisil-

la konserttilavoilla erilaisille yleisöille – heillä on kaikilla pitkä kokemus esiintyvänä artistina. Suomen kieli koettiin tärkeäksi siksi, että vuorovaikutusta yleisön kanssa voidaan pitää tietyllä tavalla syvempänä, kun se tapahtuu henkilön omalla äidinkielellä. Artisteille on yhteistä myös se, että jokainen heistä vastaa itse omien kappaleidensa sävellys- ja sanoitustyöstä. Tällä saattaa olla merkittävä rooli siinä, millaisen elämyksen artisti live-konsertissa kokee, sillä oman ”hengentuotoksen” esittäminen yleisölle on usein henkilökohtaisempaa kuin muiden säveltämien ja sanoittamien kappaleiden esittäminen. Toisaalta se voi olla kognitiivisen vuorovaikutuksen perusta, jos artisti haluaa nostaa sanoitusten kautta esille itselleen tärkeäksi kokemiaan aiheita.

Havainnoinnin kohteeksi valittiin yksi live-konsertti jokaiselta haastateltavalta artistilta. Tutkimuksessa havainnoitiin Jukka Pojan konserttia juhannusaattoon edeltävänä torstaina Honkilahdella sijaitsevassa lomakeskus Sieravuorella kesäkuussa 2014. Olavi Uusivirran konserttia havainnoitiin Turun Ruisrock-festivaaleilla heinäkuussa 2014 ja Apulannan konserttia Lahden Möysän baarissa lokakuussa 2014. Konsertit valittiin sijainnin ja artistien ajankohtatoiveiden perusteella siten, että konserttipaikat ja -olosuhteet olisivat mahdollisimman erilaisia, mutta joissa jokaisessa yleisöllä on mahdollisuus asettua kuuntelemaan konserttia lavan eteen suuren etäisyyden sijaan, ja joissa yleisö lähtökohtaisesti seisoo. Konserttien erilaisuus koettiin tärkeäksi siksi, että vuorovaikutusta ja elämystä voitiin tarkastella erilaisissa toimintaympäristöissä. Tällä haluttiin varmistaa se, että tutkimustulokset eivät olisi leimallisia vain tietynlaisissa ympäristöissä tapahtuville konserteille.

Kaikki tapahtumat olivat maksullisia, ja Jukka Pojan ja Apulannan konserteissa oli 18 vuoden ikäraja. Konserttien alkamisajankohta osui ilta-aikaan, ja jokaisessa konserttipaikassa oli ruoka- ja juomatarjoilu. Jukka Pojan ja Apulannan konsertit järjestettiin sisätiloissa, Uusivirran konsertti isolla ulkolavalla. Jukka Pojan ja Uusivirran konserttien yhteydessä järjestettiin myös muiden artistien konsertteja, kun taas Apulanta esiintyi illan ainoana esiintyjänä. Konserttien yleisömäärä poikkesi myös toisistaan: Jukka Pojan konserttia oli katsomassa 100–200 henkilöä, Apulannan lähes 400 ja Uusivirran konserttia monta tuhatta ihmistä.

Konserttien jälkeen tehtyjen yleisöhaastatteluiden haastateltavat valikoituivat satunnaisesti yleisön edustajien joukosta. Sekä tutkija että rinnakkaishavainnoija lähestyivät konsertin jälkeen kumpikin tahoillaan yleisön jäseniä, kertoi heille lyhyesti tutkimuksesta ja pyysi lupaa haastatteluun. Jukka Pojan konsertissa haastateltavia oli 15, Uusivirran konsertissa 26 ja Apulannan konsertissa 40 henkilöä. Haastateltavien määrän vaihtelut johtuivat osittain siitä, että Jukka Pojan ja Uusivirran konserttien jälkeen yleisö hajaantui nopeasti, mutta Apulannan konsertin jälkeen monet yleisön edustajat jäivät pidemmäksi aikaa tapahtumapaikalle. Yleisön hajaantuminen johtui luultavimmin siitä, että Jukka Poika ja Uusivirta esiintyivät tapahtumissa, joissa esiintyi myös muita artisteja. Apulanta oli puolestaan tapahtuman ainoa esiintyjä. Haastattelut olivat joko yksilö-

tai ryhmähaastatteluja, joista jälkimmäiseen osallistui kerralla 2–4 henkilöä. Haastattelut esiintyvät tutkimuksessa anonyymisti. Yleisöhaastattelut nauhoitettiin haastateltavien luvalla ja litteroitiin yhdessä artistihaastatteluiden kanssa.

4.4.2 Tutkimuskohteiden hankinta ja aineistonkeruun haasteet

Sopivien tutkimuskohteiden löytäminen voi olla vaikeaa. Kyse ei ole kuitenkaan vain siitä, että löydetään kohteet, jotka sopivat tutkimuksen tarkoitukseen – tutkittavien pitää myös suostua haastateltaviksi (Polkinghorne 2005, 141). Yksi laadullisen tutkimuksen suurimmista käytännön haasteista onkin juuri tutkimuskohteiden hankinta, sillä pääsy tutkittaviin organisaatioihin tai tutkittavien henkilöiden luo sekä heidän myöntymisensä yhteistyöhön voi olla hyvin vaikeaa (Kapoulas 2003, Kapoulas & Mitic 2003, 362 mukaan). Artistihaastatteluiden saaminen osoittautuikin haastavaksi ja pitkälliseksi prosessiksi. Tutkija lähestyi kotimaassa toimivia levy-yhtiöitä ensin sähköpostitse ja kahden viikon päästä viestin lähettämisestä puhelimitse, mikäli vastausta ei siihen mennessä ollut tullut. Suurin osa haastattelupyynnöistä kilpistyi levy-yhtiöissä toimiviin artistien edustajiin, portinvartijoihin, jotka suhtautuivat haastattelupyyntöihin ystävällisesti mutta torjuvasti. Näin ollen suurin osa haastattelupyynnöistä ei koskaan tavoittanut artisteja. Poikkeuksia kuitenkin oli: kaikki kolme tässä tutkimuksessa suoritettua artistihaastattelua sovittiin artistien edustajien kanssa, ja kommunikointi ennen live-konsertteja ja haastatteluja tapahtui heidän kauttaan. Kaikki haastateltavat artistit pitivät tutkimuksen aiheita mielenkiintoisena ja osallistuivat siihen mielellään.

Artistihaastattelut suoritettiin artistien ehdoilla siten, kuin se heidän aikatauluihinsa parhaiten sopi – kuitenkin mahdollisimman pian havainnoidun live-konsertin jälkeen, jotta se olisi mahdollisimman tuoreessa muistissa. Jukka Pojan haastattelu suoritettiin puhelimitse kesäkuussa 2014. Olavi Uusivirran tutkija tapasi kasvotusten Helsingissä Svenska Teaternin Artist-kahvilassa heinäkuussa 2014. Apulanta-yhtyeen haastattelu suoritettiin niin ikään kasvotusten kahvikupin ääressä Lahden Bar Bistrossa lokakuussa 2014. Apulannan haastattelussa mukana olivat yhtyeen laulaja Toni Wirtanen sekä rumppali Sipe Santapukki. Taulukossa 2 on kuvattu konserttien ajankohta, haastateltavien yleisön jäsenten määrä, artistihaastatteluiden ajankohta sekä artistihaastatteluiden kesto. Apulannan haastattelu suoritettiin heti konsertin jälkeisenä päivänä, minkä ansiosta konsertti oli yhtyeen jäsenillä tuoreessa muistissa. Jukka Pojan ja Uusivirran haastattelut suoritettiin joitakin päiviä konsertin jälkeen siten, että heillä oli ollut yksi konsertti havainnoidun konsertin ja haastattelun välissä. Se saattoi jonkin verran vaikuttaa siihen, kuinka hyvin artisti muisti tapahtuman ja sen aikaansaamat tunteet.

Taulukko 2 Aineistonkeruun tiedot

Artisti	Konsertin pvm	Yleisöhaastattelut (hlö)	Artistihaastattelun pvm	Artistihaastattelun kesto
Jukka Poika	19.6.2014	15	23.6.2014	40 min
Olavi Uusivirta	4.7.2014	26	15.7.2014	1 h 40 min
Apulanta	10.10.2014	40	11.10.2014	1 h 10 min

Jukka Pojan puhelinhaastattelu sujui ilman häiriötekijöitä. Olavi Uusivirtaa haastateltiin rauhallisessa kahvilassa, jossa pienen taustahälyn lisäksi keskeytyksen aiheutti ai-noastaan kerran soinut artistin puhelin, jonka ajaksi nauhoitus keskeytettiin. Apulannan haastattelu sujui niin ikään ilman häiriöitä, sillä haastattelun ajankohdaksi sovittiin konsertin jälkeinen aamupäivä, jolloin ravintolassa ei vielä ollut muita asiakkaita. Apulannan haastattelun häiriötekijäksi uhkasi aiheutua yhtyeen kiireinen konserttiaikataulu – alun perin haastatteluaikaa oli vain vajaa tunti, sillä Wirtasen ja Santapukin oli määrä matkustaa keikkabussin mukana Jyväskylään yhtyeen seuraavaan konserttiin. He kuitenkin ilmoittivat heti haastattelun alussa, että matkaavat Jyväskylään omalla autolla, jotta haastattelu saadaan tehtyä rauhassa ja ajatuksella.

Artistit tiesivät etukäteen tutkimuksen aiheen, mutta heille ei lähetetty tarkempia teemoja ennen haastattelua. Haastattelut kytkeytyivät havainnoitaviin live-konsertteihin, ja tieto teemoista olisi voinut vaikuttaa heidän konserttikokemuksiinsa. Kaikissa haastatteluissa käytettiin samaa teemahaastattelupohjaa (liite 3), ja haastattelut nauhoitettiin artistien luvalla. Tämä mahdollisti haastattelujen tarkan litteroinnin jälkikäteen. Haastattelun lopuksi kysyttiin lupa artistin nimen käyttöön, joka kaikissa tapauksissa saatiin. Kullekin artistille lähetettiin analysoitu aineisto luettavaksi ja hyväksyttäväksi ennen tutkimuksen julkaisua.

4.4.3 Aineiston analyysi

Tutkimuksen rinnakkaishavainnoijat keskustelivat live-konsertissa tekemistään havainnoista heti konsertin jälkeen, ja havaintomateriaali purettiin tekstimuotoon konsertin jälkeisenä päivänä, jotta mahdolliset aukkokohtat oli mahdollista täyttää muistinvaraisesti. Yleisö- ja artistihaastattelut litteroitiin sanatarkasti. Selkeä litterointi lisää aineiston luotettavuutta sekä mahdollistaa aineiston mahdollisen jatkokäytön tulevaisuudessa. Tutkijan ja rinnakkaishavainnoijan havainnot olivat melko yhteneviä eikä vastakkaisia havaintoja juuri syntynyt.

Analysointivaiheessa havainnointiaineisto luokiteltiin kolmeen osaan: toimintaympäristön, vuorovaikutustekijöiden sekä vuorovaikutuksen havainnointiin. Myös artistien haastatteluaineistot jäseneltiin vastaaviin kategorioihin, mutta tämän lisäksi artistihaastatteluissa pyrittiin tarkastelemaan hurmukseen johtavia tekijöitä ja kysyttiin useita taus-

toittavia kysymyksiä, joiden avulla pyrittiin selvittämään, millainen artistin yleisö on, ja mikä on artistin suhde esiintymiseen. Yleisön tavoin myös artisti tulee konserttiin yksilöllisin odotuksin ja taustoin, ja se vaikuttaa koettuun elämykseen. Taustoittavien kysymysten kautta pyrittiin tarkastelemaan, mikä oli artistin kokemuspohja ennen konserttia. Yleisöhaastatteluiden tarkoitus oli selvittää konsertin herättämät päälimmät ajatukset ja tunteet yleisön keskuudessa. Yleisöhaastatteluissa haastateltiin yksilöitä tai ryhmiä, jotka yhdessä muodostivat otoksen yleisöstä.

Aineisto analysoitiin ensin artistikohtaisesti, jonka jälkeen artisteja vertailtiin keskenään ja pyrittiin löytämään säännönmukaisuuksia tapausten välillä synteesin muodostamiseksi. Ensin taustoitettiin artisti ja hänen suhteensa keikkailuun. Tämän jälkeen kuvailtiin tapahtumapaikka, yleisön jäsenet ja muu fyysinen toimintaympäristö, mikä auttaa lukijaa ymmärtämään sen sosiaalisen ympäristön, jossa vuorovaikutus tapahtui. Sen jälkeen analysoitiin toimintaympäristötekijät ja vuorovaikutustekijät, jonka jälkeen keskityttiin vuorovaikutuksen analysointiin. Kerätty aineisto, havainnointi sekä artisti- ja yleisöhaastattelut, analysoitiin lomittain, ne ikään kuin keskustelivat keskenään. Livekonsertti on vuorovaikutteinen tilanne, ja siksi vuoropuhelu päätettiin säilyttää myös aineiston analysoinnissa. Raportoinnissa on kerronnallinen ote, jossa näkyy tutkijan osallistuva rooli konsertin havainnoinnissa. Siihen päädyttiin, jotta lukijan olisi mahdollista tarkastella ja syventää ymmärrystään tutkimuskohteista. Kerronnallinen ote tekee aineistosta läpinäkyvämmän ja parantaa siten tutkimuksen luotettavuutta.

4.5 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Yksi laadullisen tutkimuksen suurimmista haasteista on vakuuttaa lukija tutkimuksen tieteellisestä luonteesta, laadusta ja luotettavuudesta. Tutkija arvioi tutkimuksensa laatua ja luotettavuutta jatkuvasti koko tutkimusprosessin ajan, ja hänen on valittava tutkimukseen parhaiten soveltuvat arviointikriteerit. (Eriksson & Kovalainen 2008, 290–291.) Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arviointi kulminoituu siten koko tutkimusprosessin luotettavuuteen (Eskola & Suoranta 1998, 211).

Tänä päivänä laadullisen tutkimuksen luotettavuutta arvioidaan usein tutkimuksen uskottavuudella, siirrettävyydellä, varmuudella sekä vahvistuvuudella. Uskottavuus tarkoittaa sitä, vastaavatko tutkijan käsitteellistykset ja tulkinnat haastateltavien käsityksiä, ja voivatko muut tutkijat tehdä aineiston perusteella samanlaisia tulkintoja. (Eskola & Suoranta 1998, 212–213; Eriksson & Kovalainen 2008, 294.) Uskottavuutta pyrittiin tutkimuksessa parantamaan sillä, että tutkijan kirjoittamat kutakin artistia koskevat osuudet hyväksytettiin artisteilla ennen tutkimuksen julkaisua. Lisäksi havainnointisuunnitelma ja teemahaastatteluissa käytetyt haastattelurungot on liitetty tutkimusraporttiin, jotta muiden tutkijoiden on mahdollista toistaa tutkimus ja vertailla tekemiään

tulkintoja tämän tutkimuksen tuloksiin. Jokainen artisti antoi lisäksi suostumuksensa oman nimensä käyttöön tutkimuksessa. Tämän ansiosta lukijalla on mahdollisuus arvioida tutkimustuloksia omista subjektiivisista lähtökohdistaan ja kokemuspohjastaan käsin ja asettua näin tutkijan rooliin.

Siirrettävyydellä viitataan siihen, missä määrin tulokset ovat yleistettävissä tai siirrettävissä muihin tutkimuskonteksteihin tai tilanteisiin (Eskola & Suoranta 1998, 212–213; Eriksson & Kovalainen 2008, 294). Tutkimuksen yleistettävyys on haaste, sillä muutama tutkimuskohde ei välttämättä mahdollista päätelmiä yleistystä ajatellen. Vaikka live-konsertti tapahtuu tietyssä hetkessä ja paikassa vain yhden kerran, on kuitenkin pohdittava, onko se tapahtumana todella niin ainutlaatuinen, että tutkimustulokset eivät olisi yleistettävissä muihin live-konserttikonteksteihin. Tutkimustuloksista on lisäksi mahdollista löytää teoreettista yleistettävyttä, sillä kyse on ennen kaikkea tulkintojen sitomisesta teoriaan.

Varmuus merkitsee sitä, että tutkijan on raportoitava tutkimukseen vaikuttaneista kontekstin muutoksista – tutkimuksen on oltava looginen, jäljitettävä ja hyvin dokumentoitu (Eriksson & Kovalainen 2008, 294). Tämän tutkimuksen varmuutta on parannettu tarkalla selonteolla tutkimuksen kulusta, aineistonkeruusta ja analyysistä sekä tuomalla avoimesti esille aineiston rajallisuudet ja haasteet. Tilannetekijät häiriötekijöinä haastattelutilanteessa voivat myös vaikuttaa aineiston laatuun (Guba & Lincoln 1985, 299). Tutkimuksessa on siksi raportoitu haastattelu- ja havainnointitutkimuksen olosuhteista ja paikoista, joissa aineisto kerättiin, mahdollisista häiriötekijöistä ja virhetulkinnoista sekä kerrottu tutkijan oma itsearviointi tilanteesta. Tulkinat perustellaan ja saatetaan teoreettisen tarkastelun tasolle. (Hirsjärvi ym. 2008, 217.) Vahvistuvuus tutkimuksen luotettavuuskriteerinä puolestaan tarkoittaa, saadaanko tutkimuksessa samanlaisia tuloksia kuin aikaisemmissa samaa ilmiötä tarkastelleissa tutkimuksissa (Eskola & Suoranta 1998, 213; Eriksson & Kovalainen 2008, 294). Live-konserttien elämyksellisyyttä on tutkittu aiemmin verrattain vähän. Tutkimustuloksia peilataan kuitenkin alan aikaisempaan kirjallisuuteen ja saatuihin tuloksiin.

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida lisäksi tutkimuksen johdonmukaisuudella, raportoinnin tarkkuudella sekä yhdenmukaisuudella, jolla tarkoitetaan sitä, että tulokset eivät ole mielikuvitusta, vaan nousevat esiin aineistosta (Guba & Lincoln 1998, 213–214; Eriksson & Kovalainen 2008, 295). Tätä pyrittiin parantamaan poimimalla haastatteluista lainauksia analyysin tueksi aina, kun se elävöitti tai havainnollisti tehtyjä tulkintoja.

Eskola ja Suoranta (1998, 220) puhuvat tutkimuksen relevanssista, jolla tarkoitetaan sitä, että tutkimuksella on oltava yleistä ja ennen kaikkea käytännön merkitystä. Tutkimuksen hyödyllisyys onkin yksi laadullisen tutkimuksen luotettavuutta lisäävä tekijä (Eriksson & Kovalainen 2008, 295). Tämän tutkimuksen tulosten uskotaan hyödyttävän artisteja ja tapahtumanjärjestäjiä, mutta myös koko musiikkiteollisuutta. Ymmärtämällä

elämyksen ja vuorovaikutuksen kaltaisten abstraktien käsitteiden merkityksen live-konserttien onnistumisen kannalta yritysjohdon ja markkinoinnin kentässä toimivien on helpompi tuottaa onnistuneita tapahtumia, jotka saavat ihmiset kokemaan elämyksiä ja sitä kautta kuluttamaan enemmän.

Osallistuva havainnointi on subjektiivista ja inhimillistä toimintaa, mikä aiheuttaa useita haasteita aineistonkeruulle. Se voi olla hyvin valikoivaa, koska tutkijan ennakkoodotukset voivat suunnata havainnointia ja jättää joitakin merkityksellisiäkin asioita huomaamatta. Havainnoitsija voi myös itse vaikuttaa havainnoitavaan ilmiöön ja yhteisön toimintaan havainnoinnin aikana, vaikka se ei olisikaan tahallista. Myös tutkijan mieliala ja aktiivisuus voivat vaikuttaa havainnoinnin tulokseen. (Eskola & Suoranta 1998, 103.) Tutkimuksen luotettavuuden ja objektiivisuuden parantamiseksi havainnoinnissa käytettiin rinnakkaishavainnoijaa, jolloin havainnointityöhön osallistui aina kaksi henkilöä. Kaksi ihmistä voi kiinnittää huomionsa aivan erilaisiin asioihin ja tuoda tulkintoihin sellaista runsautta, jota tutkija ei pystyisi yksin saavuttamaan (Eskola & Suoranta 1998, 103–104; Hirsjärvi ym. 2004, 203). Live-konsertin ja siinä tapahtuvan vuorovaikutuksen havainnoinnin haastavuutta lisäsi se, että konsertissa tapahtui yhtä aikaa monensuuntaista vuorovaikutusta. Siksi tutkimuksessa ja sen luotettavuuden arvioinnissa on ymmärrettävä ja huomioitava se rajallisuus, jonka useat, päällekkäiset vuorovaikutustilanteet tutkimuksen aineistonkeruulle asettivat. Osa vuorovaikutustilanteista jäi havainnoitsijoilta väistämättä huomaamatta.

Haastateltavat voivat olla herkkiä sille, miten kysymykset heille esitetään (Hirsjärvi & Hurme 2000, 103). Tästä syystä teoreettiset käsitteet käännettiin eli operationalisoitiin haastateltavien artistien ja yleisön edustajien omalle arkikielelle, jotta he ymmärtäisivät paremmin, mistä on kysymys. Kyse on joustavuuden periaatteesta, jossa otetaan huomioon haastateltavien erityislaatu (Hirsjärvi & Hurme 2000, 102). Elämyksen kuvailu sanallisesti on haastavaa eikä haastattelun kautta ole välttämättä mahdollista päästä elämykseen kiinni juuri sellaisena kuin se on koettu (Polkinghorne 2005, 139). Haaste on, millaisilla kysymyksillä ilmiötä on lähestytty ja miten hyvin siinä on onnistuttu. Elämys on monimutkaisempi kuin puhuttu kieli, mikä heijastuu esimerkiksi siitä, että ihmiset eivät aina löydä oikeaa sanaa koetulle tunteelle tai ajatukselle (Gendling 1962, Polkinghorne 2005, 139 mukaan). Elämyksen monimuotoisuuden vangitseminen kielen kautta vaatii usein kuvainnollisia ilmaisuja, kuten metaforia ja narratiiveja. Siitä huolimatta puhuttu kieli on tutkijoiden ensisijainen keino päästä kiinni ihmisten elämyksiin. Tutkijoiden on huomioitava, että vastaajien kyky omien elämystensä tutkailuun ja kuvailuun voi vaihdella suuresti. (Polkinghorne 2005, 139.) Tämä tuli esille etenkin yleisöhaastatteluissa, joissa joillekin haastateltaville tuotti vaikeuksia kuvailla konsertin herättämiä ajatuksia ja tunteita tutkijoille (*”apua, en mä tiedä/en mä osaa sanoa...”*).

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta voidaan parantaa myös käyttämällä triangulaatiota, joka merkitsee erilaisten aineistojen, teorioiden ja/tai menetelmien käyttöä sa-

massa tutkimuksessa (Eskola & Suoranta 1998, 69; Hirsjärvi ym. 2004, 218). Triangulaatio juontaa ajatuksesta, jossa todellisuutta tarkastellaan useista eri näkökulmista, jotka lisäävät ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä (Eriksson & Kovalainen 2008, 293). Tässä työssä on käytetty aineistotriangulaatiota, jolla tarkoitetaan, että saman ongelman ratkaisemiseksi kerätään useita erilaisia tutkimusaineistoja (Hirsjärvi ym. 2004, 218). Tutkimuksen havainnointityössä on käytetty lisäksi tutkijatriangulaatiota, jolla tarkoitetaan usean tutkijan vuoropuhelua ja osallistumista aineistonkeruuseen sekä sen analysointiin ja tulkintaan siltä osin kuin ne havainnoinnin aikana nivoutuivat yhteen. Erilaisten näkökulmien käyttö voi saada aikaan myös sen, että ilmiössä voi olla samanaikaisesti voimassa useita ristiriitaisia tutkimustuloksia (Eriksson & Kovalainen 2004, 282). Tämänkaltaista moninäkökulmaisuutta voidaan kuitenkin pitää myös tutkimuksen luotettavuutta lisäävänä tekijänä (Kapoulas & Mitic 2012, 365).

Koska tutkijalla ei ole suoraa pääsyä tutkittavan kokemaan elämykseen, aineiston laatu riippuu haastateltavien kyvystä havainnoida reflektiivasti omaa elämystään ja kommunikoida niistä tutkijalle (Polkinghorne 2005, 138). Haastateltavien selonteko aikaisemmasta kokemuksestaan ei ole peilikuva koetusta elämyksestä siten kuin se on tapahtunut, vaan muisto, jossa menneisyys jälleenrakennetaan haastateltavien mielissä. Se, miten hyvin haastateltavat muistavat menneet tapahtumat, voi vääristää aineiston totuudenmukaisuutta. Retrospektiivistä harhaa on vaikea poistaa tutkimuksesta, sillä tutkimuskohteena on ilmiö, jota ei ole dokumentoitu, vaan se perustuu siihen mielikuvaan ja muistoihin, joita haastateltavalla on. (Golden 1992, 849.) Tässä tutkimuksessa harha näkyi ennen kaikkea siinä, että haastateltavilla artisteilla on takana satoja live-konsertteja, jolloin muistot yksittäisistä konserteista helposti hämärtyvät ja sekoittuvat keskenään. Lisäksi menneisyys ja muistot vaikuttavat yksilön odotuksiin ja kokemuksiin live-konserteista. Siksi on tärkeää huomioida, miltä pohjalta yksilö omaa elämystään arvioi. Muistoihin voi vaikuttaa lisäksi tutkittavien tunnetila. He voivat olla myös alttiita haastattelijan ehdotuksille. Tarkoitus ei kuitenkaan ole tuottaa tarkkoja toisintoja koetusta elämyksestä, vaan saada selville merkityksiä, joita elämys haastateltavalle tuottaa. (Polkinghorne 2005, 143.) Retrospektiivistä harhaa on pyritty vähentämään tutkimuksessa haastatteleamalla yleisön jäseniä ja artistia pian konsertin jälkeen, jotta muistijälki olisi kaikilla kirkas. Koetut elämykset kuitenkin varastoituvat elämyksen kokijan mieleen. Tässä tutkimuksessa tämä pitkittäisvaikutus on huomioitu siltä osin kuin artistihaastatteluissa on keskusteltu artistien live-konserttikokemuksista koko heidän uransa ajalta.

Tutkijan oma perehtyneisyys ja omakohtainen kokemus esiintymisestä ja musiikkialasta voivat parantaa tutkimuksen luotettavuutta. Kyse on kokemusmaailmojen yhtenevyydestä, mikä voi lisätä tehtyjen tulkintojen uskottavuutta. Toisaalta tämä tutkijan subjektiivisuus on myös laadullisen tutkimuksen haaste. Laadullisen tutkimuksen lähtökohta on, että tutkija myöntää oman subjektiivisuutensa ja sen, että hän on tutkimuksen

keskeinen tutkimusväline (Eskola & Suoranta 1998, 211.) Objektiivisuuden saavuttaminen laadullisessa tutkimuksessa on haastavaa, sillä tutkija (tietäjä) ja se, mitä tiedetään, nivoutuvat saumattomasti toisiinsa (Hirsjärvi ym. 2004, 152). Subjektiivisuuden mahdollisesti aiheuttamaa vääristymää pyrittiin tutkimuksessa vähentämään käyttämällä rinnakkaishavainnointia ja keskustelemalla tehdyistä tulkinnoista muiden kanssa.

5 ELÄMYKSELLISYYS TUTKIMUSKOHTEISSA

5.1 Jukka Pojan live-konsertti

5.1.1 *Kuvaus Jukka Pojasta artistina*

Jukka Poika, oikealta nimeltään Jukka Rousu, (s. 1980) on laulaja-lauluntekijä ja suomalaisen reggae-musiikin edelläkävijä. Hän aloitti päätoimisen musiikinteon 2000-luvun alussa Soul Captain Band -nimisen yhtyeen keulahahmona. Hän vaikutti 2000-luvulla useissa eri kokoonpanoissa, kunnes aloitti lopulta uran sooloartistina. (Jukka Poika 2015.)

Jukka Pojan ensimmäinen sooloalbumi Äänipää julkaistiin vuonna 2007, minkä lisäksi hän on julkaissut kuusi muuta sooloalbumia – viimeisimpänä Crzybailaajanimisen EP-levyn vuonna 2014. Hän nousi suuren yleisön tietoisuuteen vuonna 2010 julkaistun Kylmästä lämpimään -albumin ja sitä seuranneen Silkkii-singlen myötä keväällä 2011. (Rajasaari, Rousu & Lipponen 2011; Jukka Poika 2015.) Jukka Pojan kaksi viimeisintä levyä ovat myyneet tuplaplatinaa (EP 10 000 kpl ja albumi 40 000 kpl) ja viimeisin kokoelmalevy platinaa (20 000 kpl). Jukka Poika esiintyy joko Sound Explosion Band -yhtyeen kanssa tai vaihtoehtoisesti kahdestaan DJ:n kanssa tapahtumapaikasta ja tilanteesta riippuen. (Jukka Poika 2015.)

Jukka Poika on palkittu Suomen suurimmassa viihdealan palkintotapahtumassa, Emma-gaalassa, vuonna 2011 kategoriassa ”vuoden biisi” (Silkkii) sekä vuonna 2012 kategorioissa ”vuoden albumi” sekä ”vuoden miessolisti” (Emma Gaala 2014). Hän osallistui syksyllä 2013 TV-kanava Nelosen ohjelmaformaattiin Vain elämää, jossa kotimaiset artistit esittivät toistensa kappaleita.

5.1.2 *Jukka Pojan suhde keikkailuun*

Jukka Pojan tavaramerkki on mieleenpainuva ääni sekä letkeä, keinuva liikehdintä ja käsien heilutus, jotka seuraavat reggae-musiikin tunnelmaa ja rytmiikkaa. Jukka Poika kertoi puhuvansa yleisölle konserteissa paljon ja muovaavansa sitä, miten konsertti kulkee ja kappaleet rakentuvat. Konsertissa on hänen mukaansa aina tilaa improvisaatiolle, ja se pitää myös artistin mielen vireänä.

Hän korosti vuorovaikutuksen merkitystä konsertissa ja kertoi, että tapahtumasta jää ”vilpoinen olo”, jos yleisö ei vaikuta innostuneelta. Kyse ei hänen mukaansa ole kuitenkaan aina siitä, huutaako yleisö tai heiluttaako se käsiään, vaan ennen kaikkea siitä,

että ihmisten kasvoilta paistaa konsertin herättämä positiivinen tunnetila. Jukka Pojan mielestä konsertti pyrkiikin tarjoamaan ihmisille olotilan, jossa ikävät asiat unohtuvat ainakin hetkeksi.

Jukka Poika pohti, että ihmisten motiivi lähteä konserttiin voi olla hyvin erilainen:

”Aika monelle keikka on vaan sellainen plussa sen lisäksi, että saa vietää iltaa, maistella juomia ja seurustella. Toki sitten on ihan fanittajia, jotka saavat enemmän siitä hommasta irti ja poimivat minusta artistina asioita, jotka tuntuvat olevan sydäntä lähellä... ehkä niissä on sellaisia sielujen sympatia -tyyppisiä piirteitä.” – Jukka Poika

Konsertissa on usein myös yleisöä, joka osallistuu tapahtumaan seuraamatta aktiivisesti konserttia. Heidän motiivinsa osallistua konserttiin voi olla ulkomusiikillinen, jolloin vuorovaikutus artistin kanssa on usein passiivisempaa kuin muilla. Esimerkiksi monilla pienemmällä paikkakunnilla voi olla vain yksi yökerho tai klubi, jonne ihmiset tulevat paitsi seuraamaan konserttia, myös tanssimaan, seurustelemaan ja nauttimaan tarjoiluista.

Jukka Poika kertoi, että pienemmissä tapahtumissa vuorovaikutus yleisön kanssa on helpompaa kuin suurissa tapahtumissa. Suurilla festivaaleilla yleisöön on vaikea saada kosketusta, kun artistin ja yleisön välillä on usein paljon etäisyyttä, ja kaikki on lavarakenteita ja yleisömäärää myöten isoja. Lisäksi ihmiset ovat saapuneet festivaaleille kuuntelemaan useita artisteja, ja yhden artistin painoarvo on usein melko pieni. Artistin konsertin ensisijaisuuden aste tapahtumassa sekä artistin ja yleisön välinen etäisyys siis näyttävät vaikuttavan yhteyden syntymiseen ja vuorovaikutukseen tapahtumassa.

Jukka Poika pohti, että yhteisöllisyys hänen konserteissaan syntyy pääasiassa musiikin ja tilanteen kautta, ei niinkään siitä, että artisti ja yleisö ajattelisivat asioista samansuuntaisesti. Uran alkuaikoina Jukka Pojan tekstit olivat aatteellisempia, ja siksi konsertit keräsivät usein samanmielisiä ihmisiä yhteen. Yhteisöllisyys, joka sen kautta syntyi, ei hänen mukaansa kuitenkaan tuntunut omalta:

”Alkuvaiheessa mua välillä häiritsi sellainen tietty lataus, mikä tuntui. Voi olla, että se oli osittain mun itseni psyykkaamaa, mut tuntui siltä, että alkuvaiheessa, kun tekstit oli vähän kärkevämpiä, ja niissä oli sellainen ekologispoliittinen ote, niin se aiheutti sen, et tietynlaista porukkaa tuli enemmän keikoille. Ne oli ehkä enemmän tosissaan niistä asioista, mistä lauloin kuin mä ite. Siitä tuli vähän outo fiilis, ja sen takia mä lopetinkin sen. Hattu ei sopinut.” – Jukka Poika

Jukka Pojan ja yleisön välillä oli kognitiivista vuorovaikutusta, joka pohjautui artistin sanoitusten välittämään arvomaailmaan. Se ei kuitenkaan heijastanut artistin identiteettiä, eikä ollut siksi kestäväällä pohjalla.

Jukka Poika pohti, että konsertti on tunnetasolla muuntava kokemus. Vaikka mieliala olisi konserttiin lähtiessä huono, saattaa se hänen mukaansa muuttua konsertin aikana niin, että kun lavalta poistuu, on ehtinyt unohtaa, mikä ennen konserttia vaivasi. Jukka Poika kertoi, että joka konsertissa on omat kohokohtansa, mutta hänen on jälkikäteen vaikea muistaa niitä. Jukka Poika esiintyy paljon, ja siksi konsertit sulautuvat helposti massaksi, josta on vaikea poimia kohokohtia. Siksi menneiden konserttien vertailu keskenään on hänen mukaansa haastavaa. Ikävin konserttikokemus oli Jukka Pojan mukaan kuitenkin muutama vuosi sitten Lapualla, jossa hän esiintyi sairaana:

”Mulla oli kuumetta ja voimat todella poissa ja pohdittiin, että peruako keikka, mut sit mä ajattelin, et ehkä mä pystyn vetämään, jos laskee kuumetta vähän särkylääkkeellä. Noh, se melkein onnistui. Oli kropasta voimat niin pois, ettei oikein pysynyt mukana biiseissä eikä saanut ääneen kunnolla painetta.” – Jukka Poika

Jukka Poika pohti, että artistin vireystilalla, energiatasolla ja fyysisellä kunnolla on merkittävä rooli konsertin onnistumisessa. Myös yleisön määrä, innokkuus ja vireystila vaikuttavat hänen mukaansa konsertin onnistumiseen. Ne osoittavat vuorovaikutuksen merkityksen elämysten tuottamisessa live-konserteissa – yleisöllä ja sen tavassa olla vuorovaikutuksessa artistin kanssa on suuri vaikutus myös artistin kokemaan elämykseen. Toisaalta konsertin onnistumiseen vaikuttavat Jukka Pojan mukaan myös *”ulkoi-set tekijät”* kuten säätila.

Jukka Poika kertoi, että syy keikkoilla on monikerroksinen – taloudellinen, mutta toisaalta esiintymisellä ja lavalla liikkumisella on myös terveysvaikutuksia. Kyse on Jukka Pojan mukaan kuitenkin ennen kaikkea tunteesta, jonka esiintyminen saa aikaan:

”Se on jonkinlainen sisällön tunne, et tekee jotain, mikä... Varsinkin, kun tulee palautetta, et ihmiset ovat kokeneet tosi voimakkaasti sen, mitä saavat irti musiikistani, et se on sellainen arjessa kantava ja eteenpäin auttava voima. – Tavallaan siinä kai välittyy se, et kun se on itselle tärkeä ja inspiroiva juttu, niin sit muutkin kokee sen sellaisena.” – Jukka Poika

Musiikki ja sen herättämät tunteet ovat konsertissa parhaimmillaan kollektiivisia. Jukka Poika kertoi, että onnistuneesta konsertista jää euforinen olo, joka voi kantaa pitkälle seuraavaan päivään.

5.1.3 *Tapahtumapaikka*

Tutkimuksessa havainnoitiin Jukka Poika & Sound Explosion Bandin konserttia Honkilahtella sijaitsevassa Lomakeskus Sieravuoressa torstaina 19.6.2014. Konsertti oli osa vuosittain järjestettävää Sieravuoren juhannus -tapahtumaa. Konsertin jälkeen haastateltiin viittätoista yleisön jäsentä. Osa haastateltavista oli ollut aiemminkin Jukka Pojan konsertissa, mutta osalle tämä oli ensimmäinen kerta.

Sieravuori on Pyhäjärven rannalla sijaitseva lomakeskus, jonka valikoimaan kuuluvat kesäsesongin aikaan majoitus-, ravintola- ja vesiurheilupalvelut. 90 hehtaarin alueelle levittänyt lomakeskus tarjoaa eritasoista majoitusta lomamökeistä leirintäalueeseen saakka. Vuodepaikkoja on 145, joiden lisäksi asuntovaunu- ja telta-alue tarjoavat leirintämahdollisuuden omatoimimatkailijoille. Kesäviikonloppuisin Sieravuoren lavalla esiintyvät suositut kotimaiset artistit. (Sieravuori 2015.) Sieravuoren ravintola on jaettu yökerho- ja ravintolapuoleen, jotka sijaitsevat eri tiloissa. Yökerhon nurkassa sijaitsee noin puoli metriä korkea, pienehkö lava, jossa artistit esiintyvät. Lavan edessä on iso tanssilattia, jonka reunoilla on paljon pöytiä ja tuoleja. Yökerhossa on myös erillinen tila, jossa ihmiset voivat seurustella ja tanssia.

Vuonna 2014 Sieravuoren juhannus oli kolmipäiväinen tapahtuma, jonka aikana lavalle nousivat Jukka Pojan lisäksi muun muassa kotimaiset artistit Stig, Haloo Helsinki! ja Petri Nygård. Jukka Poika esiintyi tapahtuman ensimmäisenä päivänä, torstaina, jolloin lavalle nousi hänen lisäkseen myös suomalainen hip hop-, R&B- ja kantrimuusikko Stig. Tapahtuman pääpaikka oli alueen ravintola, jossa kaikki artistit esiintyivät.

Jukka Pojan esiintymisajaksi oli etukäteen ilmoitettu kello yksitoista illalla. Ennen konserttia lavan tuntumassa tanssi pieniä ryhmiä musiikin tahtiin, ja osa istui pöydissä seurustelemassa. Yleisössä oli sekä nuorempia että vanhempia miehiä ja naisia. Jukka Poika kertoi, että hänen yleisönsä vaihtelee tapahtuman mukaan, ja selkeää stereotyyppiä yleisön edustajasta on vaikea löytää. Sieravuoren yleisön laaja kirjo saattoi johtua myös siitä, että lomakeskus on alueen ainoita juhannuksenviettopaikkoja, joihin iso joukko voi kokoontua. Esiintymisajoista pidettiin kiinni, koska tapahtumassa esiintyi saman illan aikana myös toinen artisti. Jukka Pojan konsertti alkoi tasan yhdeltätoista.

5.1.4 *Toimintaympäristötekijät*

Sieravuoren haaste on saavutettavuus, sillä lomakeskus sijaitsee yli kolme kilometriä päätiestä eikä alueelle kulje säännöllistä julkista liikennettä. Siksi useimpien on matkattava Sieravuoreen autolla. Toisaalta se kannustaa vierailijoita yöpymään lomakeskuksessa, toisaalta saattaa heikentää alueen houkuttelevuutta. Juhannustorstaina Sieravuoreen oli järjestetty linja-autokuljetus, joka kulki lähikuntien kautta Sieravuoreen ja pala-

si yöllä samaa reittiä takaisin. Se tarjosi mahdollisuuden osallistua tapahtumaan myös niille, jotka eivät halunneet tai voineet saapua paikalle omalla autolla tai taksilla.

Konsertin yleisömäärään saattoi vaikuttaa se, että konsertti oli torstaina, juhannuksen aatonaattona, ja moni siirtyi juhannuksen viettoon vasta seuraavana päivänä. Sieravuorella oli esiintyjiä myös juhannusaattona ja juhannuspäivänä, jotka ajatellaan juhannuksen pääpäiviksi. Toisaalta tieto tulevista vapaapäivistä saattoi luoda ihmisille positiivista mieltä ja osaltaan hyvän lähtöasetelman konsertille.

Vuoden 2014 juhannussää oli hyvin kolea, sillä lämpötila jäi päiväsaikaan alle viidentoista asteen ja tippui iltaa kohden edelleen. Sää on merkittävä tekijä Sieravuoren juhannuksen kaltaisten tapahtumien onnistumisen kannalta, sillä osa tapahtuman majoituksesta tapahtui teltoissa. Toisaalta tapahtuman etu kokonaan ulkona järjestettäviin festivaaleihin oli, että konsertti järjestettiin sisätiloissa eikä paikalle saapuminen edellyttänyt majoittautumista. Sää vaikuttaa ihmisten mielialaan ja kokonaiskokemukseen konsertista. Siksi se voi olla merkittävä tekijä elämyksen syntymisessä tai syntymättä jäämisessä varsinkin, kun juhannus on kesäjuhla, jonka säätilaan ladataan usein paljon odotuksia.

Sieravuoren ravintolan tilaratkaisu oli konsertin kannalta epäsuotuisa, koska rakennus jakaantui useisiin erillisiin tiloihin. Se johti siihen, että ihmiset olivat hajaantuneet eri puolille rakennusta, ja vain osa heistä seurasi konserttia. Toisaalta se mahdollisti sen, että ihmiset jakaantuivat omien preferenssiensä mukaan eri puolille, ja konserttia seurasivat vain ne, jotka olivat todella kiinnostuneita siitä. Lisäksi lomakeskuksen levittymisen laajalle alueelle johti siihen, että oli mahdoton muodostaa kuvaa siitä, kuinka paljon ihmisiä alueella konsertin aikana lopulta oli.

Jukka Poika kertoi, että kun yhtye saapui tapahtumapaikalle, heille ilmoitettiin, että tapahtumanjärjestäjä ei ollut valjastanut ketään henkilökunnasta ”houstamaan” yhtyettä. Sieravuori oli yhtyeelle kuitenkin entuudestaan tuttu paikka, joten se selvisi ilman opastusta. Jukka Poika koki myös artistien ruokatarjoilun hieman puutteelliseksi. Yhtyeen jäsenet saivat tilata listalta mieleisensä pizzat, koska saapuivat ajoissa paikalle. Myöhemmin saapuneiden ruokatarjoilu oli vaatimattomampi. Jukka Poika myönsi tällaisten toimintaympäristötekijöiden vaikuttavan merkittävästi omaan mielialaan.

Jukka Poika kertoi myös, että Sieravuori on musiikin ”soundin” kannalta haastava paikka, äänitekniikka vaikutti aluksi riittämättömältä yhtyeen tarpeisiin, ja he joutuivat tekemään paljon töitä kuulostaakseen hyvältä. Lavaolosuhteet eivät muutenkaan olleet optimaaliset:

”Mä kärsin jossain määrin siitä, et siinä kohtaa, missä mun monitorit oli ja missä oli paras soundi, paistoi myös lamppu täydellä teholla suoraan naamaan. Siinä joutui valitsemaan sijoittumisensa sen mukaan, haluaako

kuulla hyvin eikä näe mitään vai haluaako nähdä jotain eikä sit kuule kunnolla.” – Jukka Poika

Vuorovaikutus yleisön kanssa on haastavaa, jos heitä ei näe kunnolla. Toisaalta artistille on konsertin onnistumisen kannalta ensiarvoisen tärkeää kuulla monitoreiden kautta itsensä ja yhtye. Lopulta konsertin äänimaailma saatiin Jukka Pojan mukaan kuitenkin kuntoon, kun hän osasi valita sijaintinsa lavalla oikein.

Sieravuoren lava oli melko pieni, ja yhtyeessä oli Jukka Pojan lisäksi kuusi jäsentä, joten tilaa liikkua ei juuri ollut. Jukka Poika kertoikin ihmetelleensä yhtyeen kanssa sitä, miksi heidät tilattiin tapahtumaan yhtyeenä, kun lava olisi ollut optimaalisempi kahden hengen laulaja- ja DJ-kokoonpanolle. Yleisöllä oli lavan pienuudesta huolimatta hyvä näkyvyys esiintyjiin. Yleisöllä oli lisäksi mahdollisuus seurata konserttia joko lavan edestä tanssilattialta tai kauempaa pöydissä istuen, mikä tarjosi vaihtoehtoja erilaisille konserttikävijöille. Lavalla oli valaistus sekä savukone, joiden käyttö oli konsertin aikana maltillista.

Haastavaa oli myös se, että Sieravuoren tilaratkaisu ei mahdollistanut artistille omaa yksityisyyttä konsertin jälkeen. Tavaroiden siirtäminen pois lavalta vaati sen, että takahuoneen ovi pysyi jatkuvasti auki, jolloin artisti oli alttiina yleisölle. Jukka Poika kertoi, että kaipaa konsertin jälkeen paikkaa, jossa artisti voi olla ”*suojassa*”. Se mahdollistaa konsertista palautumisen ja ajatusten koonnin ennen mahdollista nimikirjoitusten jakoa ja yleisön kohtaamista.

5.1.5 Vuorovaikutustekijät

Jukka Poika kertoi, että hänen odotuksensa Sieravuoren konsertista olivat etukäteen melko matalalla. Hän uskoi yleisömäärän jäävän pieneksi ja niiden, jotka saapuisivat paikalle, olevan melko päihtyneitä. Sieravuori poikkesi yhtyeen muista kesän konserteista, sillä se ei pärjännyt vertailussa esimerkiksi monien muiden tapahtumien yleisömäärille. Lisäksi toimintaympäristötekijöissä oli puutteita, jotka vaikuttivat artistin mielialaan ja asetelmaan, jolla hän lähti konserttiin. Jukka Poika kuitenkin kertoi, että lopulta konsertti meni paremmin kuin hän osasi odottaa – paikalle saapui riittävästi väkeä tunnelman kohottamiseksi, ja oma mieliala parani konsertin edetessä.

Konsertin alussa Sound Explosion Band soitti lavalla hetken keskenään ilman Jukka Poikaa. Yhtye hymyili ja nauroi, mikä oli osoitus yhtyeen positiivisesta mielialasta konserttiin lähdetessä. Myös Jukka Poika kertoi, että yhtyetoverit olivat hyvällä tuulella, mikä tarttui myös häneen. Se on osoitus yhtyeen jäsenten välisen vuorovaikutuksen merkityksestä artistin konserttikokemuksessa. Jukka Poika astui lavalle viimeisenä ja sai yleisöltä suuret suosionosoitukset.

Esiintyessään Jukka Poika hymyili, keinutti lanteitaan ja heilutti käsiään musiikin tahtiin (kuvio 8). Hän puhui paljon kappaleiden välissä, mutta etenkin niiden aikana. Välispiikit nivoutuivat luontevasti musiikin rytmikkaan ja kappaleiden sanoituksiin. Ne käsittelivät juhannusta, juhlimista ja elämäniloa:

”Ootteks te lomalla? Lomalla iisimmin?” – Jukka Poika

”Bileet, bileet!” – Jukka Poika

Lisäksi Jukka Poika laulatti yleisöä useaan otteeseen. Yleisön laulattaminen tapahtui joko verbaalisesti kehottamalla tai vähäsanaisesti ja -eleisesti: välillä hän vain lopetti laulamisen ja osoitti mikrofoniaan yleisöön. Yleisö tiesi heti, mitä heiltä odotetaan. Lisäksi Jukka Poika kannusti yleisöä taputtamaan ja hyppimään oman esimerkkinsä kautta. Monet haastatellut yleisön jäsenet kiittelivätkin Jukka Pojan aitoutta sekä kykyä ottaa yleisö huomioon ja kannustaa sitä toimimaan.



Kuvio 8 Jukka Poika Sieravuoren juhannus -tapahtumassa 2014 (© Sillanpää)

Yhtyeen yhteispeli toimi Jukka Pojan mukaan hyvin, mikä juontaa rutiinista, joka mahdollistaa konsertin viennin välillä jopa *”vaarallisille vesille”*. Tuttuus ja luottamus yhtyetovereihin mahdollistivat kappaleiden sovitusten improvisoinnin konsertissa ilman etukäteissuunnittelua. Improvisaatio erottaa live-konsertin fyysisestä tallenteesta ja tekee konsertista ainutlaatuisen tapahtuman, joka ei sellaisenaan toistu enää uudelleen.

Yleisö lauloi monien kappaleiden mukana. Kerran Jukka Poika joutui jopa aloittamaan kappaleen alusta, koska yleisö lauloi niin kovaa, että hän ei kuullut omaa ääntään. Niiden kappaleiden kohdalla, jotka eivät olleet yleisölle yhtä tuttuja, he kuitenkin hilje-

nivät, ja elekieli taantui hetkeksi. Näiden kappaleiden aikana oli havaittavissa enemmän yhtyeen keskinäistä vuorovaikutusta, mikä saattoi johtua siitä, että artistit tukeutuivat enemmän toisiinsa, kun yleisöltä sai hetkellisesti vähemmän vastakaikua.

Yleisöhaastatteluista kävi ilmi, että monet yleisön edustajista saapuivat paikalle ennen kaikkea viettämään juhannusta ja seurustelemaan ystäviensä kanssa, eivät katsoakseen konserttia. Eräs haastateltavista yleisön jäsenistä kertoi nähneensä Jukka Pojan useasti livenä, mutta seuranneensa tätä konserttia pöydästä käsin:

”Mä oon nähnyt Jukka Pojan monta kertaa ja aina pitänyt, koska kaikki tykkää hänestä. Mut tänään mä tulin itse asiassa hengaamaan frendien kanssa.” – H2, Sieravuori

Eturiveissä konserttia seuranneen yleisön katse oli kohdistunut artistiin, mutta taampana yleisön huomio keskittyi enemmän pienissä ryhmissä tanssimiseen ja seurusteluun. Yleisö kuitenkin velloi ja tanssi kappaleiden mukana yhtenäisenä massana sekä edessä että takana, mikä saattoi johtua reggae-musiikin liikkeelle panevasta luonteesta:

”Ei mulla sellaista hypeä oo, niin kuin vaikka räppikeikoilla saattaa olla. Että jokainen yleisössä on 100 % nyrkit pystyssä tai heiluttaa. Sellaisia hetkiä saattaa tulla paikoitellen, mut ei se sellaista ihan hypeä omalla tavallaan, et ihmiset ottaa aika rennosti.” – Jukka Poika

Jukka Pojan konsertissa yleisö osallistui tapahtumaan fyysisesti tanssin kautta. Vuorovaikutustekijät näyttävät siis riippuvan musiikkilajista, ja eri musiikkigenreissä vuorovaikutus ja siinä syntyvä elämys voivat näyttäytyä eri tavalla. Jukka Poika kertoi esimerkkinä konsertin Auroran sairaalan sisäpihalla, jossa yhtye esiintyi sairaalan potilaille:

”Sinne tuli potilaita sieltä sairaalasta, ja me ihmeteltiin vähän sitä, et aika vaisuja ovat. Myöhemmin hoitajat sanoivat, että yleensä he ovat niin levottomia, että oli ihana seurata, kun he olivat niin rauhassa. Eli ehkä tässä musiikissa on jonkinlainen balanssi rauhoittavaa ja stimuloivaa, et se ei oo pelkkää nostatusta.” – Jukka Poika

Elämyksen kokeminen ei siis aina näyttäydy fyysisenä toimintana, vaan toisinaan se hiljentää ja pysäyttää yksilön, vaikka mielessä voi liikkua paljon.

5.1.6 Vuorovaikutus

Jukka Pojan musiikki on reggae-tyylille uskollisesti rentoa ja keinuvaa. Jukka Poika koki, että hänen musiikkinsa paras puoli on, että se ei sisällä suurta dramatiikkaa eikä hae tietoisesti ”elämää suurempia tunteita”. Jotkin artistin teksteistä käsittelevät toki surullisempiakin aiheita, mutta ne tekevät sen pyrkimättä pateettisuuteen, mahtipontisuuteen tai suomalaiselle musiikille tyypilliseen melankoliaan. Jukka Poika uskoi, että tunteet ja ”energeettiset huippuhetket” syntyvät hänen konserteissaan enemmän tilanteen kuin kappaleiden sanelemina. Osa haastatelluista yleisön jäsenistä kuitenkin kertoi, että tuttuja kappaleiden kuuleminen oli konsertin kohokohta.

Jukka Pojan konsertti herätti haastatelluissa yleisön jäsenissä ilon tunteen. Jukka Poika kertoikin esiintyvänsä ilon kautta, ja konsertti herättää hänessä parhaimmillaan onnen tunteen, joka ilmenee nauruna ja hauskanpitona. Eräs yleisön jäsenistä oli tullut tapahtumaan yksin vain nähdäkseen Jukka Pojan ja tämän yhtyeen esiintyvän. Hän seurasi konserttia eturivistä:

“On niin harvinaista, että Suomessa on niin letkee meininki kuin Jukka Pojalla ja koko bändillä. Mä en kestä, se on niin sairaan mahtavaa, ku ne liikkuu! Siel on aalto koko lavalla. Musta tuntui, että mä olen koko ajan jossain meressä ja mä tanssin ja olin vain itseni kanssa...” – H15, Sieravuori

Konsertti herätti haastateltavassa tunteen, jossa tämä oli täysin uppoutunut konserttiin ja sen tuottamaan elämykseen, mutta vaikutti ympäristöönsä vain vähän. Tunne oli subjektiivinen, mutta se syntyi vuorovaikutuksessa artistin kanssa.

Sieravuorta ympäröivät lähialueet ovat pieniä maaseutukuntia, joiden asukkaille tunteuttujen kotimaisten artistien saapuminen omalle kotiseudulle on iso asia. Jotkut haastateltavista totesivatkin, että eivät ole juurikaan käyneet konserteissa, koska ”mä olen täältä maalta”. Kokemattomuus tämän kaltaisista tapahtumista saattaa tuoda oman ainutlaatuisen lisänsä konserttikokemukseen ja vaikuttaa elämyksen syntymiseen.

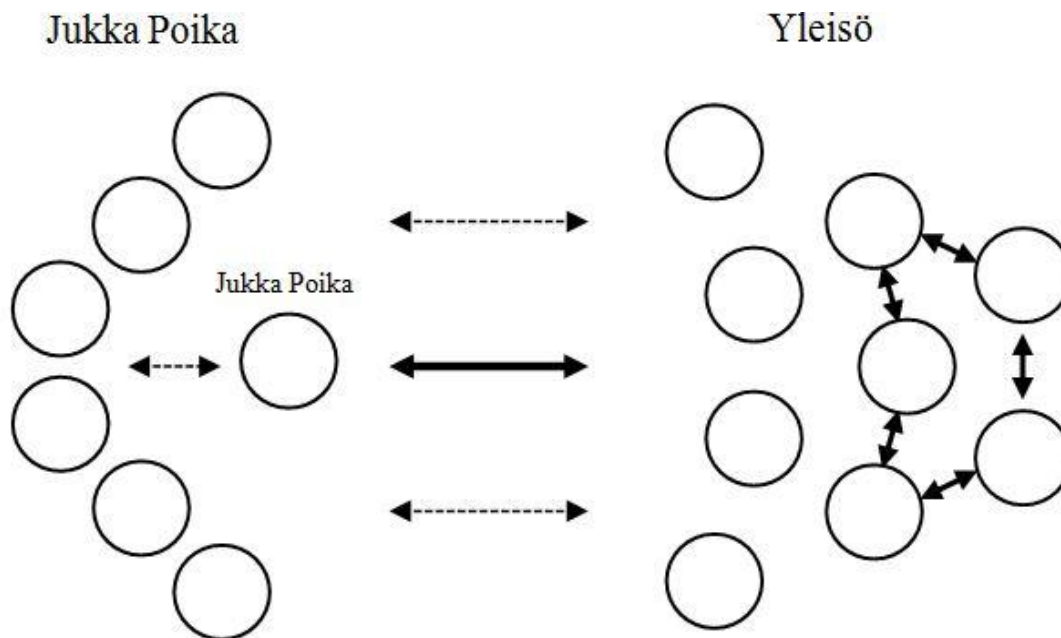
Jukka Poika kertoi pyrkineensä tietoisesti pois uran alkuvaiheen ekologispoliittisista kappaleista, sillä niiden välittämä aaterakennelma ei tuntunut hänestä omalta. Tällaisten kappaleiden kohdalla kognitiivinen vuorovaikutus on helposti perusteltavissa, kun artisti välittää omaa arvomaailmaansa kappaleiden kautta yleisölle. Nykyisellään Jukka Pojan kappaleiden painopiste on ennen kaikkea emotionaalisen vuorovaikutuksen kautta syntyvässä onnellisuuden ja ilon tunteessa sekä sosiaalisessa vuorovaikutuksessa.

Sosiaalinen vuorovaikutus vaikutti Sieravuoren konsertissa syntyvän ennen kaikkea yleisössä olleiden pienempien ryhmittymien kesken, ei välttämättä niinkään yleisön ja artistin välillä. Monet yleisössä tanssivat erikokoisissa rykelmissä ja ottivat katsekon-

taktia artistin sijaan ennen kaikkea toisiinsa. Jukka Pojan kappaleet siivittivät tätä vuorovaikutusta ja veivät yleisön mukanaan, sillä ne sopivat hetkeen ja juhannustunnelmaan. Sosiaalinen vuorovaikutus näkyi siis yksilön roolissa osana ryhmää, mikä oli paitsi sosiaalisten suhteiden, myös kappaleiden ja tilanteen aikaansaamaa.

5.1.7 Yhteenveto Jukka Pojan live-konsertista

Jukka Pojan konsertin vuorovaikutussuhteita havainnollistetaan kuviossa 9. Yhtenäiset nuolet kuvaavat voimakasta vuorovaikutusta ja katkoviivoin merkityt nuolet heikompa vuorovaikutusta osapuolten välillä.



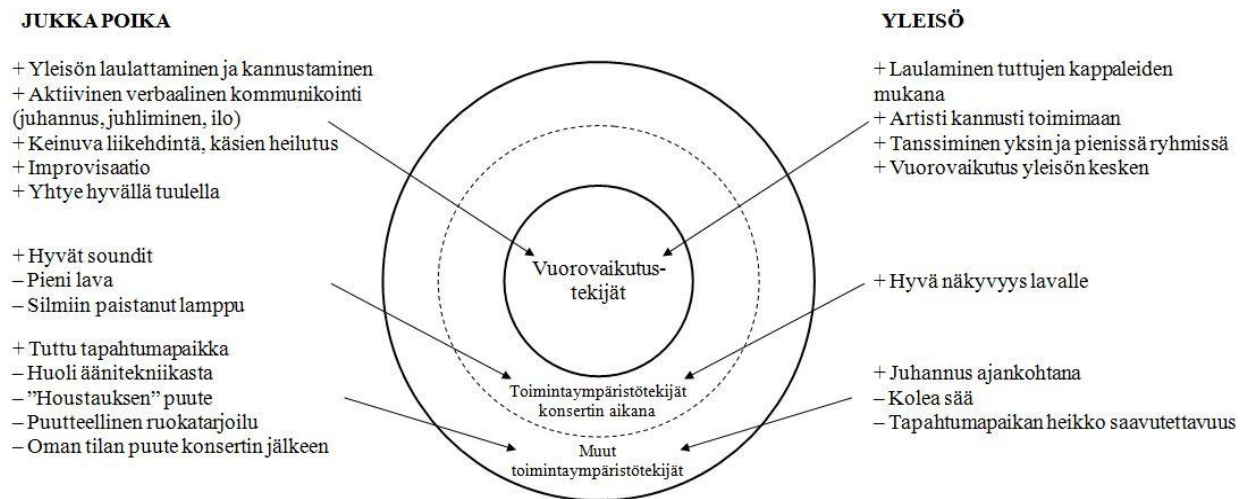
Kuvio 9 Jukka Pojan konsertin vuorovaikutussuhteet

Vuorovaikutus konsertissa vaikutti olevan voimakkainta Jukka Pojan ja lavan edessä olleen yleisön kesken sekä taaempana konserttia seuranneiden yleisön jäsenten kesken. Eturiveissä konserttia seurannut yleisö oli suuntautunut kohti artistia, mutta suurin osa taaempana olleista tanssi pienissä ryhmissä musiikin tahtiin ja oli vuorovaikutuksessa enemmän keskenään kuin suhteessa artistiin. Vuorovaikutus Sound Explosion Bandin ja yleisön välillä oli melko vähäistä, vaikka välillä yhtye hyppi, hymyili ja otti katsekontaktia yleisöön. Yhtyeen keskinäinen vuorovaikutus rajoittui hetkiin, jolloin kappaleet olivat yleisölle vieraampia ja yleisön elekieli taantui hetkeksi. Kun yleisöltä saatu vastakaiku heikkeni, yhtyeen jäsenet hakivat vuorovaikutteisuutta enemmän toisistaan. Jukka Poika oli lavalla edempänä kuin muut artistit, ja lavan koko rajoitti ison kokoon-

panon liikehdintää lavalla, mikä saattoi vaikuttaa yhtyeen vuorovaikutusmahdollisuuksiin. Toisaalta Jukka Poika puhui konsertin parantavasta voimasta – hänen odotuksensa ennen konserttia olivat matalalla, mutta mieliala muuttui positiiviseksi vuorovaikutuksessa yhtyetovereiden ja yleisön kanssa.

Jukka Pojan konsertissa oli piirteitä sekä aktiivisesta esityksestä että ystävällisestä kohtaamisesta (Santoro & Troilo 2007, 114). Artistin ja etenkin eturivissä olleiden yleisön jäsenten välillä oli kehonkieleen ja eleisiin perustuvaa vuorovaikutusta. Lavan pieni koko kuitenkin rajoitti liikehdintää ja johti siihen, että paljon jäi verbaalisen kommunikoinnin varaan. Se, että vuorovaikutus suuntautui monilla yleisön jäsenillä enemmän toisiinsa kuin artistiin, saattoi johtua tapahtuman luonteesta. Osa yleisön edustajista saapui paikalle ennen kaikkea viettääkseen juhannusta ja seurustellakseen ystäviensä kanssa, ei katsoakseen konserttia. Konsertti oli heille vain yksi tapahtuman elementti.

Kuvioon 10 on koottu sekä Jukka Pojan että yleisön haastatteluista ja havainnointiaineistosta esille nousseet konsertin keskeiset toimintaympäristö- ja vuorovaikutustekijät. Plus- ja miinusmerkit kuvaavat sitä, mitkä artistiin ja yleisöön liittyvät toimintaympäristö- ja vuorovaikutustekijät edesauttoivat vuorovaikutuksen syntymistä ja mitkä sitä haittasivat. Plusmerkki viittaa positiiviseen ja miinusmerkki negatiiviseen vaikutukseen. Mikäli kuviossa artistin alla on yleisöön liittyviä tekijöitä, ne ovat artistin havaintoja yleisöstä, ja mikäli yleisön alla artistiin liittyviä havaintoja, ne ovat yleisön näkemyksiä artistin roolista vuorovaikutuksen luomisessa. Yhtä kaikki ne vaikuttavat artistin ja yleisön väliseen vuorovaikutukseen.



Kuvio 10 Jukka Pojan konsertin toimintaympäristö- ja vuorovaikutustekijät

Kuviosta 10 käy ilmi, että artisti ja yleisö näkivät konserttiin vaikuttaneet toimintaympäristö- ja vuorovaikutustekijät hyvin erilaisina. Artistia koskettaneet toimintaympäristötekijät eivät näyttäytyneet samanlaisina yleisölle ja päinvastoin. Ne kuitenkin vaikuttivat kaikki vuorovaikutuksen ja elämyksen syntymiseen. Esimerkiksi artistin

mainitsevat toimintaympäristötekijät vaikuttivat yleisöön välillisesti artistin kautta, koska ne vaikuttavat artistin mielialaan ja siten myös vuorovaikutuspotentiaaliin. Lavan koko ja toisaalta Jukka Poikka silmiin paistanut lamppu haittasivat vuorovaikutuksen ja elämyksen syntymistä. Lamppu loi etäisyyttä artistin ja yleisön välille, vaikka fyysinen etäisyys osapuolten välillä oli pieni.

Havainnointiaineistosta ja yleisöhaastatteluista nousi esille etenkin yleisön keskinäinen vuorovaikutus konsertissa. Artistihaastattelussa esille nousivat sen sijaan keinot, joilla Jukka Poika oli vuorovaikutuksessa yleisön kanssa. Molemmat nostivat kuitenkin esille yhteislaulannan vuorovaikutuksen keinona sekä artistin kyvyn kannustaa yleisöä toimimaan. Artistihaastattelusta nousi esille, että vuorovaikutustekijät ja vuorovaikutuksessa syntyvä elämys riippuvat musiikkilajista. Elämys ei aina näyttäydy fyysisenä toimintana vaan esimerkiksi tunnetilana, joka paistaa yksilön kasvoilta. Vuorovaikutus konsertissa oli emotionaalista ja toisaalta sosiaalista, ja vuorovaikutuksessa luotu elämys näytti syntyvän ennen kaikkea juhannuksen, tunnelman, siihen sopivien kappaleiden ja yleisön keskinäisen vuorovaikutuksen kautta. Tätä tukee Jukka Pojan ajatus siitä, että hänen konserteissaan yhteisöllisyys on ennen kaikkea kappaleiden ja tilanteen aikaansaamaa.

Artistihaastattelusta nousi lisäksi esille, että tapahtumapaikan koko vaikuttaa vuorovaikutukseen, sillä isoissa tapahtumissa yleisöön on haastavampaa saada kontaktia. Se johtuu siitä, että suurissa tapahtumissa, kuten festivaaleilla, artistin ja yleisön välinen etäisyys on yleensä suuri ja artistin konsertin ensisijaisuuden aste pieni, koska yleisö on saapunut paikalle kuuntelemaan useita artisteja.

5.2 Olavi Uusivirran live-konsertti

5.2.1 *Kuvaus Olavi Uusivirrasta artistina*

Olavi Uusivirta (s. 1983) on suomalainen rock-muusikko, laulaja-lauluntekijä ja näyttelijä, joka on julkaissut vuodesta 2003 seitsemän studioalbumia. Vuonna 2005 julkaistu *Me ei kuolla koskaan* -albumi ylitti kultalevyn rajan. Yhtyeen viimeisin albumi, *Ikuiset lapset*, julkaistiin helmikuussa 2014, ja se debytoi Suomen virallisen albumilistan kolmannella sijalla. Olavi Uusivirran yhtyeeseen kuuluu laulaja Uusivirran lisäksi kitaristi Timo Kämäräinen, basisti Jaakko Kämäräinen sekä rumpali Olli Krogerus. (Sasioglu 2014; Österman 2014.) Yhtyeen kokoonpano muuttui vuonna 2013, kun kitaristi Timo Kämäräinen liittyi yhtyeeseen entisen kitaristin, Jaakko Murroksen, tilalle. Bändi luopui lisäksi kosketinsoittimista, jolloin se muuttui viiden hengen kokoonpanosta neljän hengen yhtyeeksi. (Kotala 2014.)

Uusivirta valmistui vuonna 2012 Helsingin Teatterikorkeakoulusta ja on uransa aikana näytellyt teatterinäytelmissä ja lukuisissa elokuvissa, kuten elokuvissa Härmä, Keisarikunta, Kielletty hedelmä sekä Hurriganes-yhtyeen alkuvuosista kertovassa Ganesissa. (Österman 2014.)

5.2.2 *Olavi Uusivirran suhde keikkailuun*

Uusivirta teki pari vuotta sitten tietoisin valinnan ja päätti keskittyä vain musiikkiin. Samalla teatteri- ja muut työt jäivät taka-alalle. Päätös juonsi siitä, että Uusivirta koki nauttivansa keikkailusta entistä enemmän. Hän uskoi sen johtuvan siitä, että on viimein oppinut tavan olla lavalla, esiintyä ja toisaalta hän on halunnut kehittää osaamistaan lisää.

Uusivirta on esiintyjänä energinen ja tekee lavalla paljon asioita. Se on johtanut välillä teknisiin ongelmiin, kun hän on sotkeutunut johtoihin ja irrottanut piuhoja. Ratkaisutakseen ongelman hän päätti jättää kitaransoiton keikoilla kokonaan. Se on vapauttanut energiaa ja antanut enemmän tilaa ”solismille”, kun ei ole tarvinnut jännittää, ”hajoavatko paikat”. Uusivirta on samalla voinut keskittyä enemmän vuorovaikutukseen yleisön kanssa.

Uusivirran yhtyeen kokoonpanon muutoksen myötä myös yhtyeen musiikki on muuttunut. Uusivirta kertoi, että yhtyeen musiikki oli aikaisemmin monitahoisempaa, sävyltään tummempaa ja sisäänpäin kääntynyttä. Sittemmin musiikki on kehittynyt valoisaan ja ulospäin suuntautuneempaan suuntaan, mikä vaikuttaa Uusivirran mukaan myös esiintymiseen – vuorovaikutus yleisön kanssa on helpompaa kuin aikaisemmin. Uusivirta uskoi, että Suomessa musiikintekijät pelkäävät iloisten ja duurivoittoisten kappaleiden tekemistä. Tämä siksi, että suomalaisessa musiikissa näyttäytyvät tyyppillisesti melankolia ja tummat sävyt, ja niihin on suomalaisessa kulttuurissa usein helpompi samaistua. Uusivirta viittasi ruotsalaiseen pop-musiikkikulttuuriin, jossa energia on hänen mukaansa erilaista, uskalletaan olla ilmeikkäämpiä ja ”övereitä”. Se kertoo osaltaan vuorovaikutuksen kulttuurisidonnaisuudesta – eri kulttuureissa esiintyminen on erilaista ja vuorovaikutus ilmenee konsertissa eri tavoin.

Uusivirta kertoi, että yhtye pyrkii pitämään konserttien alkuosan samantyyllisenä, energisenä ja nousujohteisena, ja varioi esitystä vasta konsertin myöhemmissä vaiheissa. Hän perusteli tätä sillä, että tuttu, toimivaksi todettu alku tuo varmuuden tunteen esiintyjille ja mahdollistaa sen, että yhtye voi keskittyä yhteyden luomiseen yleisön kanssa. Uusivirran mukaan konsertin aikana luodaan erilaisia tunnelmia ja muutetaan intensiteettiä ja konsertin luonnetta erilaisilla kappalevalinnoilla ja tavalla esiintyä. Hän kuitenkin painotti, että yhtyeen konserteissa on myös tilaa improvisaatiolle, sillä liveinä kappaleiden kuulokin kuulostaa erilaiselta kuin levyllä.

Uusivirta pohti nykytrendiä, jossa konserteissa monet artistit esiintyvät siten, että osa musiikista ja taustalauluista tulee nauhalta. Sillä tähdätään siihen, että musiikki kuulostaisi mahdollisimman tasapainoiselta ja täydelliseltä – kuten levyllä. Uusivirran mielestä levyt ovat täydellisyyttä varten, ja live-konsertti saakin joskus kuulostaa vähän huonolta, jotta siihen tulee liveen tuntu:

”Musta live voi välillä kuulostaakin vähän paskalta. -- Mut kyl sen musta pitää myös jotenkin tuntua eri tavalla, ei pelkästään auditiivisesti. Et se on audiovisuaalinen kokemus, mut myös silleen, et se tuntuu ruumiissa. Se voi tuntua esimerkiksi hajuna, makuna tai et lavalta lentää jotakin yleisöön.” – Olavi Uusivirta

Tämä tukee Schmittin (1999, 60–62) ajatusta aisteihin perustuvista elämyksistä – live-konsertti elämyksenä vetoaa kuluttajan kaikkiin aisteihin. Toisaalta yleisö pääsee todistamaan jotakin sellaista, jota ei löydy fyysiseltä nauhoitteelta, kuten improvisaatioita ja konsertin tarjoamaa jännitystä siitä, että tapahtumien kulkua ei voi koskaan täysin kontrolloida ja ennustaa (Earl 2001, 346). Musiikin soittaminen nauhalta voi osaltaan heikentää elämyksen syntymistä, koska siitä puuttuu inhimillinen komponentti, joka tekee live-konsertista ainutlaatuisen.

Uusivirta kertoi, että uskoo yhtyeensä olevan parhaimmillaan klubikeikoilla rajatussa tilassa. Se johtuu paitsi siitä, että pienessä tilassa soittajat kuulevat itsensä ja toisensa paremmin myös siitä, että pienessä tilassa yhteys syntyy helpommin niin artistin ja yleisön välillä kuin artistienkin kesken. Uusivirta kertoi, että sen takia yhtyeellä on suurilla festivaalilavoilla ollut tapana pakkautua tiiviiseen nippuun lähelle toisiaan. Tämä viittaa siihen, että vuorovaikutus ja sen edellytyksenä oleva yhteys osapuolten välillä syntyy sitä helpommin, mitä pienempi osapuolten välinen etäisyys on. Koska elämys syntyy useimmiten ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa, vaikuttaa etäisyys myös koettuun elämykseen. Yhtyeen jäsenet ovat Uusivirralla muutoinkin hyvin tärkeitä:

”Mä oon todella onnekas, kun mulla on näin loistava bändi. Se fiilis ylipäätään soittaa noiden tyyppien kanssa on parhaimmillaan ihan voittamaton fiilis, siin on jotain alkukantaista, niinku alkemiaa jopa.” – Olavi Uusivirta

Hän kertoi, että konsertteihin lähdetään aina yhtyeenä, ja tärkeää on, että yhtyetoverit nauttivat toistensa kanssa soittamisesta. He ammentavat toisistaan voimaa ja energiaa, ja yhdessä tekemisestä ja tuttuudesta tulee luottamus siihen, että konsertista suoriudutaan hyvin. Kyse on vahvasta yhteisöllisyyden tunteesta yhtyeen jäsenten kesken.

Uusivirta kertoi, että hänen uransa paras konsertti on ollut Mallusjoen Takinkääntöviikoilla, jossa yhtye soitti kesähelteellä täydelle seuraintalolle. Paikalle oli saapunut myös Uusivirran läheisiä juhlimaan artistin 25-vuotissyntymäpäivää. Yksi yhtyeen jäsenistä ei päässyt paikalle, joten konsertti oli jo lähtökohtaisesti poikkeava. Yhtyeen ohjelmistossa oli uusia cover-kappaleita, joita ei oltu aiemmin kuultu, ja konsertti kesti monta tuntia. Uusivirran ystävät ja perhe kävivät vuorotellen lavalla soittamassa, laulamassa ja esiintymässä:

”Mun kurssikaveri Joonas Saartamo Teakista tuli yhtäkkiä vetämään semmoisen freestyle-räpin, Mallusjoki-räpin, mikä huipentui semmoiseen, et siel seuraintalolla oli täysi sali eri ikäisiä ihmisiä, ja siel oli varmaan 40 astetta lämmintä ja sitten Jonde huutaa: ’kun mä huudan Mallus, te huudatte joki! Mallus – joki! Mallus – joki!’ Ja kaikki ne ihmiset huutaa sitä samaa. Koskaan ei oo tunnelma ollut niin katossa, ja siihen liittyy just se käsinkosketeltava... se ilma oli täynnä hikipisaroita.”
– Olavi Uusivirta

Onnistuneeseen konserttiin liittyi siis Uusivirran mukaan paljon muuttujia. Yllätyksellisyys ja asetelma, jossa ei tiedä, mitä seuraavaksi tapahtuu, ovat ainekset, joilla luodaan elämyksiä sekä artistille että yleisölle. Uusivirta sanoikin uskovansa, että myös yleisö pitää siitä, että he aistivat, että artisti ei itsekään tiedä, mitä seuraavaksi tapahtuu. Lisäksi konsertissa oli läsnä Uusivirralla tärkeitä ihmisiä.

Epäonnistuneeseen konserttiin liittyi Uusivirran mukaan se, että artistin vire on lähtökohtaisesti liian matalalla, jolloin esiintymisestä tulee helposti rutiininomaista suoritamista. Uusivirta kuitenkin totesi myös, että konsertti, joka näyttäytyy artistille epäonnistuneena, ei välttämättä ole sitä yleisölle. Kokemus on subjektiivinen – kyse on yksilön, artistin tai yleisön jäsenen, tunnetilasta ja siitä, mikä on se asetelma, jolla hän lähtee konserttiin. Uusivirran mukaan omaan mielialaan voivat vaikuttaa myös ”ulkoiset tekijät”. Hän kertoi esimerkkinä tapahtumat, joissa musiikki ei ole pääasiassa, kuten rallikilpailut ja yritysjuhlat. Tämän kaltaisissa tapahtumissa yleisöä kiinnostaa Uusivirran mukaan enemmän toistensa kanssa seurustelu ja juominen kuin artistin konsertin seuraaminen. Koska yleisö on tullut tapahtumaan ensisijaisesti ulkomusiikillisista syistä, on artisti usein vain ohjelman täyte, ja artistin ja yleisön välinen vuorovaikutus harvoin kovin intensiivistä. Uusivirta painotti, että tapahtumanjärjestäjien tulisi pohtia, mikä on musiikin ensisijaisuuden aste tapahtumassa ennen artistin tilaamista esiintymään.

Uusivirta kertoi, että hän kokee konsertin aikana usein hyvin erilaisia tunteita ja ”käy erilaisissa maailmoissa”. Konsertti on Uusivirran mukaan oma todellisuutensa:

”Parhaimmillaan musiikki pystyy jollain tavalla avaamaan ikkunoita paikkaan, mihin ei muuten tulis ehkä kuljettua. -- Kyl mä ajattelen, et live-konsertti parhaimmillaan nostaa sekä artistin että yleisön semmoisen puoli metriä arkitodellisuuden yläpuolelle tai johonkin toiseen... olkoon sitten vaikka vähän juhlavampaan tai semmoiseen vaihtoehtoiseen.”

– Olavi Uusivirta

Eskapistisuus eli todellisuuden pakeneminen on yksi Pine ja Gilmoren (1999, 30) elämyksen tyypeistä, jossa yksilö on täysin uppoutunut tapahtumaan ja osallistuu siihen aktiivisesti. Toisaalta kyse on elämyksen kyvystä muuttaa yksilöä ja irrottaa hänet arkiminästä – ainakin hetkellisesti (Pine & Gilmore 1999, 63; Goulding ym. 2009, 767). Live-konsertti on parhaimmillaan oma todellisuutensa, josta on vaikea eritellä tunteita, vaikka niitä on paljon.

Uusivirta kertoi, että palo keikkailla syntyi jo varhaisella iällä, kun hän vieraili itse festivaaleilla:

”Vaikka mä en keikkoja yksityiskohtaisesti muista, niin muistan vaan sen jonkun fiiliksen, et miten messissä yleisö on ollut siellä, et siinä tapahtuu joku semmoinen outo taika ja alkemia... Mä luulen, et se on alitajuisesti vaikuttanut siihen, että sitä on silloin klassisesti nähnyt, että vittu, mä haluan olla tuolla joku päivä.” – Olavi Uusivirta

Uusivirran halu keikkailla syntyy siis tunteesta, jonka esiintyminen saa hänessä aikaan.

5.2.3 Tapahtumapaikka

Tutkimuksessa havainnoitiin Olavi Uusivirran konserttia Turun Ruissalon kansanpuistossa järjestettävässä Ruisrock-festivaalissa perjantaina 4.7.2014. Konsertin jälkeen haastateltiin 26:ta yleisön edustajaa. Monet haastateltavista olivat käyneet aikaisemminkin Uusivirran konserteissa, mutta mukana oli myös ensikertalaisia. Eräs tyttö kertoi, että Ruisrock oli 15. kerta, kun hän näki yhtyeen esiintyvän livenä.

Ruisrock on perinteinen ja pitkäikäinen tapahtuma – se järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 1970 ja on siten Suomen vanhin yhtäjaksoisesti toiminut musiikkifestivaali. Vuonna 2014 Ruisrock oli kolmipäiväinen tapahtuma, jossa esiintyi viikonlopun aikana yli 60 artistia. (Ruisrock 2014.) Tapahtuma järjestettiin rannalla sekä puisto- ja peltoalueella, jonne oli sijoitettu viisi erikokoista esiintymislavaa. Lavat oli sijoiteltu siten, että mahdollisten päällekkäisten konserttien musiikki ei häirinnyt muita käynnissä ole-

via konsertteja. Alueella oli useita ruoka- ja anniskelualueita, myyntikojuja sekä käymäläalueita. Omien alkoholijuomien tuominen festivaalialueelle oli kielletty, ja niitä myytiin ainoastaan aidatuilla anniskelualueilla, joihin oli 18 vuoden ikäraja.

Ruisrock ylsi omaan kävijäennätykseen, sillä artisteja oli helteisen viikonlopun aikana katsomassa 93 000 festivaalivierasta. Perjantaina, jolloin Uusivirtakin esiintyi, festivaali oli loppuunmyyty 35 000 myydyllä lipulla. Perjantaina Ruisrockissa esiintyivät Uusivirran lisäksi muun muassa suomalainen rap-artisti Cheek, naisartistit Erin ja Sanni, kotimaiset yhtyeet Pariisin kevät ja Children of Bodom sekä ulkomaiset vetonaulat – ranskalainen DJ David Guetta ja yhdysvaltalainen punk-rock -yhtye The Offspring. (Ruisrock 2014.) Ruisrock äänestettiin yleisöäänestyksellä vuoden 2014 parhaaksi festivaaliksi (Ruisrock 2015).

Uusivirta kertoi, että Ruisrock on kotimaisten artistien keskuudessa arvostettu musiikkifestivaali. Se on monille artisteille kesän kohokohta, ja jokaisen aloittelevan artistin toiveuni, minkä takia siihen kohdistuu paljon odotuksia ja erityinen lataus. Olavi Uusivirta esiintyi ensimmäistä kertaa käytössä olleella keskisuurella Lounalavalla, joka sijaitsi aivan festivaalialueen sisäänkäynnin tuntumassa. Uusivirta kertoi, että yhtye on esiintynyt Ruisrockissa aikaisemminkin erikokoisilla lavoilla – esimerkiksi ensimmäisellä kerralla pienellä minirantalavalla ja myöhemmin alueen toisella päälavalla, Rantalavalla, jolloin esiintymisaika oli melko varhain, jotta tapahtuman pääesiintyjät saivat parhaat esiintymisajat. Keskisuuri Lounalava mahdollisti sen, että Uusivirran esiintymisaika, kello 20.30, oli hyvä – suurin osa festivaaliyleisöstä oli ehtinyt alueen porteista sisään, ja viereisellä lavalla oli juuri lopettanut suuren joukon yleisöä kuuntelemaan kerännyt Cheek.

Uusivirran konserttia katsomaan kerääntynyt yleisö oli tyypillistä festivaaliyleisöä – nuoria sekä nuoria aikuisia, ja sukupuolijakauma oli melko tasainen. Konsertin alussa lavan tuntumaan oli saapunut suuri joukko ihmisiä, jotka huusivat kuorossa Olavia nimitä. Konserttia seurasi lopulta tuhansia festivaalikävijöitä (kuvio 11), mikä ylitti Uusivirran odotukset:

”Oli varmaan isoin yleisö, mikä siihen mennessä on koskaan ollut. Vaikka ei ollut isoin lava, niin yleisöä oli silti. Stagemanagerin kanssa juteltiin, ja Lounalava on periaatteessa suunniteltu semmoiselle 5000–6000 ihmisen yleisölle ja nyt siellä oli tuplat. Tavallaan parempi noin päin, et yleensä musta on aina klubeillakin kivempi soittaa ehkä vähän liian pienessä tilassa, joka sitten on jotenkin täynnä.” – Olavi Uusivirta



Kuvio 11 Olavi Uusivirta Ruisrockissa 2014 (Uusivirran Facebook-sivut 2014)

Koska Ruisrockissa esiintyi lukuisia artisteja, aikataulu oli tiukka. Viivästys aikataulussa olisi aiheuttanut lumipalloejektin ja siksi esiintymisajoista pidettiin kiinni. Olavi Uusivirran konsertti alkoi tasan puoli yhdeksältä.

5.2.4 *Toimintaympäristötekijät*

Ruisrockin festivaalialue sijaitsi kymmenen kilometrin päässä Turun keskustasta. Alueelle pääsi joko omalla autokyydillä, polkupyörällä tai keskustasta jatkuvasti liikennöivillä linja-autoilla. Autot joutuivat jättämään festivaaliyleisön muutaman kilometrin päähän alueesta, ja loppumatka taitettiin jalkaisin. Matkanteko kesti verrattain kauan, ja jonot niin linja-autoihin, pyöräparkkiin kuin festivaalialueelle ja siellä sijaitseviin, siirrettäviin Bajamaja-käymälöihin olivat todella pitkät. Tapahtumapaikan saavutettavuus oli siis haaste, mutta toisaalta pitkät siirtymät ja jonotus ovat festivaaleilla tavallisia, ja yleisö osaa usein varautua niihin. Tämän kaltaisiin tapahtumiin kuuluu rento tunnelma ja kiireettömyys, ja matkanteko on osa festivaalikokemusta.

Uusivirran konsertti oli helteisenä heinäkuun iltana, ja monille haastatelluille yleisön jäsenille konserttikokemukseen liittyi kesä, ystävät sekä festivaaleihin ja kesään usein

liitettävä ilo ja huolettomuus. Yksi haastateltavista kertoi, että konsertin kohokohta oli, kun konsertin lopussa aurinko laski hitaasti lavan taa. Kesä, ystävät ja niihin liitettävät tunteet ovat tekijöitä, jotka ovat niin artistin kuin tapahtumanjärjestäjän vaikutusvallan ulottumattomissa. Ne luovat kuitenkin lähtökohdan, jonka päälle on helpompi rakentaa elämykseen johtava konserttikokemus.

Vaikka lava oli iso ja korkea, osa taaempaa konserttia seuranneista yleisön jäsenistä kertoi, että eivät nähneet artistia kunnolla. Konserttia oli tullut seuraamaan noin kaksinkertainen määrä ihmisiä verrattuna siihen, millaiselle yleisömäärälle lava oli suunniteltu. Tämä johti siihen, että kaikilla yleisön jäsenillä ei ollut mahdollisuutta seurata konserttia paikasta, josta näkyvyys olisi ollut hyvä. Huomionarvoista oli, että kauempana konserttia seuranneet haastateltavat puhuivat lähempänä seuranneita enemmän muun yleisön merkityksestä omassa konserttikokemuksessaan:

”Mä näin aika vähän tästä (lavalle), mut oli hyvä yleisö mun mielestä. Me oltiin niin kaukana, ja silti tääl oli jengi messis ja joras. Kyl semmoinen yhteisöllisyys tulee helposti... ei sitä rupee yksin tanssii, jos ympärillä olevat ei tanssi.” – Ruisrock, H25

”Se vaan luo fiilistä, kun on paljon ihmisiä, mut mä en nähnyt mitään, kun mä oon niin lyhyt. -- Konsertin paras hetki olikin se, että ystävä on tässä.” – Ruisrock, H23

Vaikuttaakin siltä, että mitä suurempi etäisyys artistin ja yleisön välillä on, sitä suurempi merkitys muulla yleisöllä ja yleisön keskinäisellä vuorovaikutuksella on elämyksen syntymisessä.

Uusivirta kertoi, että Ruisrock on hyvin organisoitu festivaali, jossa näkyy rutiini ja kokemus, ja jossa artisteista pidetään hyvää huolta. Esiintyjien väliset vaihtoajat oli arvioitu hyvin, ja artisteilla oli aikaa valmistautua, mikä on Uusivirran mukaan usein haaste tapahtumissa, joissa on paljon esiintyjä. Hän kertoi, että artistien takahuoneeseen oli lisäksi teetetty erilaisia Coca Cola -tölkkejä, joihin oli personoitu esiintyvän artistin nimi: ”Share a Coke with Olavi Uusivirta”. Se, miten tapahtumanjärjestäjä kohtelee artistia, ja miten hänen tarpeensa on otettu huomioon, vaikuttaa artistin tunnelmaan ja siihen, mikä on se lähtötaso, jolla artisti astuu lavalle.

5.2.5 Vuorovaikutustekijät

Kesä 2014 oli Uusivirran uudistuneen yhtyeen ensimmäinen varsinainen ”festarikesä”. Siksi Uusivirta kertoi jännittäneensä Ruisrockin konserttia tavallista enemmän. Jänni-

tykseen liittyi hänen mukaansa myös se, että ulkoilmafestivaaleilla on erilaista esiintyä kuin klubeilla, joista yhtyeellä oli jo aiempaa kokemusta. Uusivirta pohti, että klubi-keikoilla tila on rajattu, jolloin yleisö ja energia ovat helpommin hallittavissa kuin festivaaleilla, joissa energia jakaantuu herkemmin. Artisteilla on tietynlainen ”*tarve saada yleisö hyppysiin*”, mikä on festivaaleilla haastavampaa kuin rajatussa sisätilassa. Tämä viittaa artistin tarpeeseen hallita tilannetta ja kontrolloida elämyksen syntymistä. Uusivirta kertoi, että jännitys kuitenkin laukesi ensimmäisten kappaleiden aikana.

Konsertin alkaessa lavalle saapuivat ensin muut yhtyeen jäsenet ja viimeisenä Olavi Uusivirta. Hän vilkutti ja heitti yleisöstä lavalle heitetyn kukkakimpun takaisin yleisön joukkoon. Kimppu kiersi koko konsertin ajan yleisön jäseneltä toiselle. Uusivirta heitti konsertin aikana muutamaan otteeseen vettä juomapullostaan suuressa kaaressa yleisön joukkoon, mihin yleisö vastasi riemukkaalla huudahduksella. Yksi haastateltavista yleisön jäsenistä kertoi kastuneensa vedestä, mutta ”*se ei haitannut mitään, koska kesä kuivaa sen, minkä kastelee*”. Uusivirta riisui lisäksi paitansa useasti ja heitti sen lavalle. Nämä ovat sanattomia vuorovaikutuksen keinoja, jotka kesä ja hyvä sää toimintaympäristötekijöinä mahdollistivat. Uusivirta viittasi myös välispiikeissään moneen kertaan kesään ja puhutteli yleisöä ystävinä:

”Kiitos ystävät! Rakkauden kesä 2014 on korkattu! Me ollaan tehty yks rakkauslaulu teille ja me ajateltiin esittää se.” – Olavi Uusivirta

Näin toimimalla hän pyrki luomaan yhteisöllisyyden tunteen ja tunteen tapahtuman ainutlaatuisuudesta yleisön keskuuteen. Lisäksi hän hyödynsi kesää ja säätilaa tavassaan olla vuorovaikutuksessa yleisön kanssa. Esimerkiksi päälle lentänyt vesi ei olisi varmasti tuntunut yleisöstä yhtä riemukkaalta viileässä säässä. Hän puhui spiikeissään myös nuoruudesta, rakkaudesta ja menneistä ajoista.

Uusivirta esiintyi ilmeillä ja eleillä – hän hyppi, heilutti mikrofonia johdosta, kiipesi monitorin päälle, juoksi lavalla ja tunki käden housuihinsa. Hänen kasvonsa olivat esiintymisestä ja kesähelteestä kirkkaanpunaiset, ja hän roikotti kieltään ulkona. Hän jakoi yleisön osiin ja ohjeisti ihmisiä taputtamaan kilpaa toistensa kanssa. Uusivirran tapa esiintyä on paikoin teatraalinen, ja hän tekee sen tietoisesti:

”Mua kiinnostaa tietty häpeän kynnyksen ylittäminen, mitä kohti oon pyrkinyt menemään. Mun mielestä semmoinen esiintyjä ei ole kovin kiinnostava, joka pyrkii näyttämään tosi coolilta ja hyvältä koko ajan ja pitää jonkinlaista ’fasadia’ yllä. Sen takia pyrinkin paikoitellen näyttämään jotenkin hölmömmältä ja vähän idiootimmalta.” – Olavi Uusivirta

Lisäksi Uusivirta sukelsi eli ”daivasi” konsertin alkupuoliskolla yleisön joukkoon. Hän kulkeutui yleisön käsivarsilla yleisön keskelle ja lopulta takaisin lavalle:

”Mulla on aina ollut semmoinen pyrkimys, että yritän rikkoa esiintyjän ja yleisön välisen rajan, et ei oo vain jossain omassa kuplassaan lavalla. Pyrin joskus ihan konkreettisesti rikkomaan sitä rajaa tulemalla yleisön pariin ja luomalla kontaktia tämmöisillä interaktiivisilla manöövereillä kuten ’daivaamisella’ tai tanssimisella.” – Olavi Uusivirta

Uusivirta kertoi, että häntä kiinnostaa vaikutelma ”vaaran tunteesta” konsertissa – esiintymistilanne ei saa olla liian steriili ja turvallinen, koska sitä ei ole mielenkiintoista seurata. Tämä ”*living on the edge -tyyppinen*” esiintyminen näkyi Uusivirran konsertissa myös siinä, että Uusivirta ja yhtyeen kitaristi Kämäräinen juoksentelivat lähietäisyydellä toisistaan ja välillä toisiaan päin kesken konsertin. Uusivirta kuitenkin myönsi, että mahdollisuus loukkaantumisesta on mielessä, ja siksi jonkinasteinen kontrolli on säilytettävä koko konsertin ajan.

Yhtyeen jäsenet olivat aktiivisessa vuorovaikutuksessa keskenään konsertin aikana (kuvio 12). He säntäilivät yhdessä pitkin lavaa, nauroivat, kehuivat ja kannustivat toisiinsa sekä elein että verbaalisesti. Esimerkiksi Uusivirta pukkasi kitaristi Kämäräistä välillä leikkisästi kylkeen kehuakseen, ja kitarasoolon aikana hän roikkui Kämäräisen jaloissa ja kannusti huutamalla ”anna mennä” mikrofonin ulkopuolelle niin, että yleisön oli mahdollista lukea huulilta, mitä hän sanoi. Yhtyeen jäsenten välillä oli eroteltavissa pienempiä ryhmiä, jotka kommunikoivat eri tavalla keskenään ja toisaalta suhteessa yleisöön:

”Toisaalta siinä oon minä, meidän basisti Jaakko ja kitaristi Timo, jotka ollaan eturivissä ja rumpali Olli siellä takana. Toisaalta siinä on mun ja Timon semmoinen parivaljakkouden ja vastakkainasettelun dynamiikka. Sit toisaalta komppiparin Jaakon ja Ollin.” – Olavi Uusivirta

Konsertissa yhtyeen jäsenten välillä oli siis erilaista vuorovaikutusta ja vastakkainasettelua. Toisaalta yhtyeen jäsenet olivat kaikki eri tavalla vuorovaikutuksessa yleisön kanssa – Uusivirta laulajana aktiivisimmin, mutta myös muut jäsenet katsekontaktin ja elekielen kautta.



Kuvio 12 Olavi Uusivirta ja Timo Kämäräinen Ruisrockissa 2014 (© Mikola 2014)

Yleisö lauloi, tanssi, heilutti käsiään ja hyppi kappaleiden tahtiin. Eturivissä yksi yleisöstä kantoi kylttiä, jossa luki ”Oodi Olaville ja ilolle”, mikä kuvasti osaltaan Uusivirran musiikin luonnetta. Konsertissa oli myös yllätysmomentti, kun suomalainen naislaulaja Sanni esitti Uusivirran kanssa duettona kappaleen Nuori ja kaunis. Sellaiset hetket ovat Uusivirran mukaan erityisiä myös artistille.

Uusivirta pyrkii luomaan fyysisen, toiminnallisen vuorovaikutuksen niin itsensä ja yleisön kuin itsensä ja muiden yhtyeen jäsenten kesken. Hän kannustaa omalla toiminnallaan muita aktiiviseen toimintaan. Uusivirta totesi, että tarkoitus ei kuitenkaan ole velvoittaa ihmisiä osallistumaan, vaan yhtyeen konsertteja voi seurata myös tarkkailijan roolista. Yleisön edustajat sijoittuvat eri puolille elämyksen ulottuvuuskuviota (Pine & Gilmore 1999, 30), ja heidän osallistumisensa konserttiin vaihtelee passiivisesta aktiiviseen osallistumiseen. Uusivirta saa yleisöstä energiaa omaan esiintymiseensä:

”Mä ajattelen, että live-konsertti on energiansiirtoa. Ehkä ensisijaisesti esiintyjältä yleisölle, mut parhaimmillaan molemminpuolisesti, et kyllähän sieltä saa myös hirvittävästi energiaa. Mä ajattelen myös, et sen energiatason pitää olla lähtökohtaisesti tosi paljon korkeampi esiintyjällä. Se ei voi tulla samasta ikään kuin kulmasta siihen.” – Olavi Uusivirta

Artistin on lähdettävä konserttiin suuremmalla energiatasolla saadakseen yleisön energian nousuun.

5.2.6 Vuorovaikutus

Osa haastatelluista yleisön jäsenistä kertoi kuunnelleensa Uusivirtaa pitkään, ja artistin musiikin kietoutuneen heidän elämänsä eri vaiheisiin. Ruisrockin konsertissa kappaleiden lisäksi osa Uusivirran välispiikeistä herätti emotionaalisessa vuorovaikutuksessa syntyvän nostalgian tunteen:

”Kuinka moni teistä tuntee olevansa nuori? Tää on teille omistettu biisi.” – Olavi Uusivirta

”Kuinka moni muistaa 90-luvun?” – Olavi Uusivirta

Nostalgian lisäksi kappaleet ja spiikit herättivät tunteen yhteisöllisyydestä, siitä, että yleisöä yhdistää jokin tekijä. Uusivirran mukaan joihinkin kappaleisiin saattaa liittyä ”sukupolvikokemuksia”, jolloin kappaleen herättämät muistot kulminoituvat tiettyihin hetkiin, tapahtumiin ja paikkoihin. Tällaisten nostalgisten ja yhteisöllisten tunteiden yhdistäminen tilanteeseen ja tunnelmaan, kesään ja ystäviin, voi nostaa vuorovaikutuksen intensiteetin kokonaan uudelle tasolle.

Uusivirta kertoi, että ei pyri musiikillaan tietoisesti ”manifestoimaan” mitään aatetta, mutta kappaleista saattaa tulla luontaisesti joitakin ajatuksellisia ja katsomuksellisia rakenteita läpi. Uusivirran paikoin jopa provosoiva tapa esiintyä voidaan kuitenkin nähdä tietynlaisena kannanottona, joka on osa kognitiivista vuorovaikutusta. Uusivirralla on esimerkiksi usein tapana repiä paitansa konsertissa. Myös Ruisrockissa paita lensi useaan otteeseen miehen yltä. Uusivirta kertoi paidan riisumisen olevan tietynlainen rituaali ja toisaalta kannanotto toisenlaisen mieskuvan puolesta:

”Mähän en oo sellainen ’salil eka salil vika’ -tyyppinen, mä en nosta rautaa päivittäin. Mut et silti mä otan usein paidan pois keikalla, ni osittain mä ajattelen, et se on semmoinen ’statement’ vähän toisen tyyppisen miehen ruumiinkuvan puolesta. Mä ajattelen, että okei, Cheek on käynyt paljon salilla, mutta näillä käsillä on sit ehkä luettu vähän enemmän kirjoja.” – Olavi Uusivirta

Toinen esimerkki on myös heinäkuulta 2014, kun Uusivirta päätyi otsikoihin suudeltuaan yhtyetovereitaan Joensuun Ilosaarirock-festivaaleilla. Joensuulainen kaupunginvaltuutettu vieraili festivaaleilla ja kirjoitti sanomalehti Karjalaiseen mielipidekirjoituksen tapahtumasta. Siinä hän paheksui festivaalien luonnetta ja laulujen sanoituksia, jotka olivat hänen mielestään Raamatun totuuden vääristelyä. Hän kohdisti kritiikkensä etenkin Uusivirran toimintaa kohtaan, joka oli hänen mukaansa haitaksi nuorelle yleis-

sölle. (Ahjopalo 2014.) Tapaus aiheutti paljon keskustelua mediassa. ”*Maailma on monimuotoinen, Marjatta. Myös rakkaus on monimuotoista. Ei ole vain yhtä totuutta rakkaudesta*” kommentoi Uusivirta asiaa tuolloin. (Rummukainen 2014.) Uusivirran arvo maailma heijastuu siis osaltaan hänen tavastaan esiintyä.

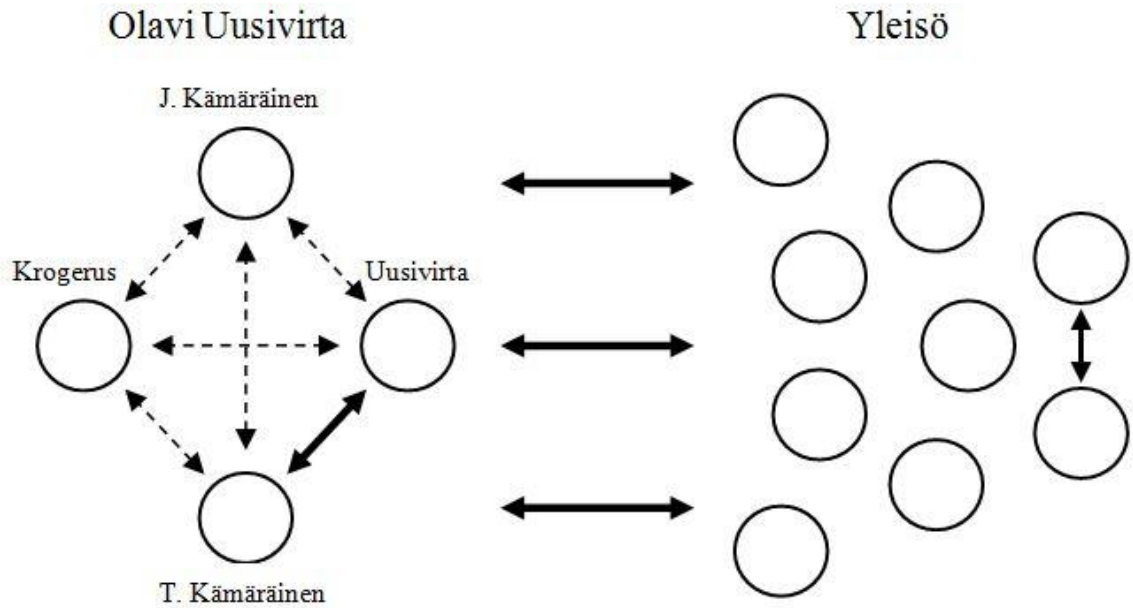
Konsertin kohokohta oli Uusivirran mukaan konsertin puolella välissä, kun hän aisti, että energia ei ollut hajonnut, vaan ihmiset olivat selvästi tulleet kuuntelemaan konserttia. Se on harvinaista suurilla festivaaleilla, jossa läpikulkuliikennettä on usein paljon. Uusivirta pohti, että hän haluaa konserteissaan tarjota yleisölle mahdollisuuden nousta arjen yläpuolelle:

”Mä haluaisin jättää jonkun semmoisen kokemuksen ainutkertaisesta hetkestä ja semmoisesta merkityksellisestä hetkestä. Toisaalta ehkä myös voimaannuttava ja semmoinen energisoiva kokemus. Tai sit ihan proosalisesti, että ’hyvä fiilis’, ei sen tarvi välttämättä olla niin ylevääkään.”
– *Olavi Uusivirta*

Parhaimmillaan konsertti on ainutlaatuinen kokemus niin yleisölle kuin artistille.

5.2.7 Yhteenveto Olavi Uusivirran live-konsertista

Olavi Uusivirran konsertin vuorovaikutussuhteita havainnollistetaan kuviossa 13. Vuorovaikutus konsertissa vaikutti voimakkaimmalta yhtyeen ja edempänä konserttia seuranneiden yleisön jäsenten kesken. Kaikki yhtyeen jäsenet ottivat kontaktia yleisöön ja päinvastoin. Se oli voimakasta myös taaempänä konserttia seuranneiden yleisön jäsenten kesken sekä yhtyeen sisällä etenkin Uusivirran ja kitaristi Kämäräisen välillä.



Kuvio 13 Olavi Uusivirran konsertin vuorovaikutussuhteet

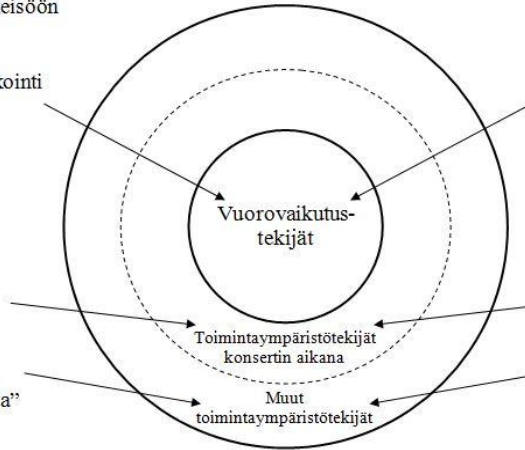
Edempänä konserttia seurannut yleisö oli suuntautunut artistia kohti, mutta taaempänä konserttia seuranneet olivat vuorovaikutuksessa enemmän keskenään kuin suhteessa artistiin. Tämä selittyy muun muassa sillä, että taaempana näkyvyys lavalle oli heikko ja vuorovaikutussuhde muodostui siksi helpommin muiden yleisön jäsenten kanssa. Uusivirran ja Kämäräisen aktiivinen keskinäinen vuorovaikutus lavalla oli ilmeisintä, mutta myös muut yhtyeen jäsenet ottivat toisiinsa kontaktia. Uusivirran konsertti voidaan luokitella Santoro & Troilon rock-konserttien nelikenttämallissa (2007, 114) aktiiviseksi esitykseksi, sillä artistin ja yleisön välillä oli paljon kehonkieleen ja eleisiin pohjautuvaa vuorovaikutusta, joka ei tauonnut kertaakaan konsertin aikana.

Kuvioon 14 on koottu Uusivirran artisti- ja yleisöhaastatteluista sekä havainnointiaineistoista esille nousseet konsertin keskeiset toimintaympäristö- ja vuorovaikutustekijät.¹

¹ Plus- ja miinusmerkit kuvaavat sitä, mitkä artistiin ja yleisöön liittyvät toimintaympäristö- ja vuorovaikutustekijät edesauttavat vuorovaikutuksen syntymistä ja mitkä sitä haittasivat. Plusmerkki viittaa positiiviseen ja miinusmerkki negatiiviseen vaikutukseen. Mikäli artistin alla on yleisöön liittyviä tekijöitä, ne ovat artistin havaintoja yleisöstä, ja mikäli yleisön alla artistiin liittyviä havaintoja, ne ovat yleisön näkemyksiä artistin roolista vuorovaikutuksen luomisessa. Yhtä kaikki ne vaikuttavat artistin ja yleisön väliseen vuorovaikutukseen.

OLAVI UUSIVIRTA

- + Kukkakimppu artistilta takaisin yleisöön
- + Eleet ja ilmeet
- + Yleisön kannustaminen
- + Aktiivinen verbaalinen kommunikointi (kesä, rakkaus, ystävät)
- + ”Daivaaminen”
- + Paidan riisuminen
- + Veden viskominen yleisöön
- + Yhtyetovereiden kannustaminen
- +/- Juokseminen lavalla yksin ja yhtyetovereita päin
- + Hyvät soundit
- + Hyvin organisoitu tapahtuma
- + Ystävällinen henkilökunta
- + ”Share a coke with Olavi Uusivirta”

**YLEISÖ**

- + Kukkakimppu yleisöstä lavalle
- + Hyppiminen, tanssiminen, käsien nosto ilmaan, kuorolaulaminen
- + Fyysinen läheisyys artistin kanssa, ”daivaaminen”
- + Kastuminen vedestä
- + ”Oodi Olaville ja ilolle” -banderolli
- + Takariveissä aktiivisempi vuorovaikutus yleisön kesken
- Taaempänä heikko näkyvyys lavalle
- + Lämmin kesäpäivä
- Festivaalin saavutettavuus
- Pitkät jonot

Kuvio 14 Olavi Uusivirran konsertin toimintaympäristö- ja vuorovaikutustekijät

Ruisrockin pitkä historia ja kokemus tapahtumanjärjestämisestä heijastuivat aineistosta, sillä tapahtumaa pidettiin kaikkineen onnistuneena, ja kritiikin kohteena olleet toimintaympäristötekijät koskivat pääasiassa festivaaleille ominaisia haasteita – paikan saavutettavuutta ja pitkiä jonoja. Heikko näkyvyys lavalle johtui luultavasti järjestäjän virhearviosta, sillä konserttiin ei odotettu niin paljon yleisöä, ja siksi lava oli liian pieni ihmismäärään nähden. Artisti ja yleisö nostivat esille hyvin samankaltaisia vuorovaikutustekijöitä. Poikkeus olivat taaempänä konserttia seuranneiden yleisön edustajien haastattelut, joissa vuorovaikutus muun yleisön kanssa nousi merkittävämmäksi kuin vuorovaikutus suhteessa artistiin.

Artistihaastattelusta nousi esille, että vuorovaikutuksen ja elämyksen syntymiseen vaikuttavat myös lähtöasetelma sekä musiikin ensisijaisuuden aste tapahtumassa. Lisäksi toimintaympäristön koko vaikuttaa vuorovaikutussuhteen syntymiseen artistin ja yleisön välillä, sillä artistin on vaikeampi saada yleisöön kontakti isossa tilassa. Se selittää osaltaan, miksi vuorovaikutus syntyi takariveissä ennen kaikkea yleisön jäsenten kesken. Uusivirran haastatteluista kävi ilmi, että vuorovaikutuksen ja elämyksen syntymiseen vaikuttaa lisäksi yllätyksellisyys, spontaanisuus ja kappaleiden luonne. Erilaiset kappaleet tuottavat erilaisia elämyksiä ja mahdollistavat erilaisen vuorovaikutuksen osapuolten välillä. Toisaalta artistin energiatason on oltava ennen konserttia yleisöä korkeampi yhteyden ja vuorovaikutuksen syntymiseksi. Vuorovaikutusta ja elämyksen syntymistä voivat haitata esimerkiksi musiikin soittaminen nauhalta tai artistin keskittyminen instrumenttiin. Siksi Uusivirta kertoi jättäneensä kitaransoiton keikoilla kokonaan ja yhtyeen pyrkivän kuulostamaan liveinä autenttiselta ja aidolta.

Uusivirran konsertissa oli havaittavissa sekä emotionaalista, kognitiivista että sosiaalista vuorovaikutusta. Emotionaalinen ja sosiaalinen vuorovaikutus syntyivät kappaleiden ja välispiikkien sekä tilanteen ja tunnelman ainutlaatuisesta yhdistelmästä. Kognitiivinen vuorovaikutus heijastui puolestaan ennen kaikkea Uusivirran tavasta esiintyä.

5.3 Apulannan live-konsertti

5.3.1 *Kuvaus Apulannasta artistina*

Apulanta on Heinolassa vuonna 1991 perustettu punkrock-yhtye. Sen nykyiseen kokoonpanoon kuuluvat perustajajäsenet laulaja-kitaristi Toni Wirtanen ja rumpali Simo ”Sipe” Santapukki sekä toukokuussa 2014 yhtyeeseen liittynyt basisti Ville Mäkinen. Yhtyeen pitkäaikaisimmat entiset jäsenet ovat vuosina 1993–2004 yhtyeessä soittanut basisti Tuukka Temonen sekä 2005–2014 niin ikään bassoa soittanut Sami Lehtinen. Yhtyeen kappaleiden sävellys- ja sanoitustyöstä vastaa Wirtanen. (Väntänen 2014.)

Uran alkuaikoina Apulannan uhmakas punkrock-tyyli ei miellyttänyt radioita eikä sen musiikkia siksi radioaalloilla kuultu. Apulanta rakensikin suosionsa esiintymällä vuosia erilaisilla lavoilla, ja vähitellen yhtyeen ympärille rakentui uskollinen kuulijakunta. Kun tietty kriittinen massa oli ylitetty ja suosio Apulannan ympärillä kasvoi, ei radiokanavilla ollut muuta mahdollisuutta kuin vastata suuren yleisön kysyntään. Apulanta on julkaissut levynsä omakustanteina vuodesta 2008 lähtien, kun yhtyeen levyjä aiemmin julkaissut Levy-yhtiö lopetti toimintansa. (Väntänen 2014, 328–331.) Levyjen julkaisu omakustanteina ja kuulijakunnan rakentaminen esiintymällä ovat osoitus Apulannan itse tekemisen -kulttuurista.

Apulanta on julkaissut 24-vuotisen uransa aikana lukuisia singlejä ja EP-levyjä, kaksitoista suomenkielistä studioalbumia, viisi kokoelmalevyä sekä kolme live-levyä ja kaksi englanninkielistä studioalbumia (Väntänen 2014, 414–420; Apulanta 2015). Yhtyeestä on kirjoitettu kirjoja ja tehty videoita. Yhtye on saavuttanut yli kaksikymmenvuotisen uransa aikana lähes kaiken saavutettavissa olevan kotimaan musiikkimarkkinoilla. Sen levyjä on myyty yli puoli miljoonaa kappaletta ja sen singleistä 21 on nousut Suomen virallisen singlelistan ensimmäiselle sijalle (Apulanta 2015). Syksyllä 2014 Apulannan laulaja Toni Wirtanen oli mukana suosituksessa Vain elämää -ohjelmassa. Tammikuussa 2015 Apulanta järjesti tähänastisen uransa suurimman live-konserttitapahtuman Espoon Barona Areenalla. Yhtye myi kaksi peräkkäisinä päivinä järjestettyä jäähallikonserttia muutamassa tunnissa loppuun.

5.3.2 *Apulannan suhde keikkailuun*

Apulanta luottaa live-esiintymisessään perinteisiin punkrock-kulttuurin elementteihin: musiikkiin, kommunikaatioon ja yhteisöllisyyden tunteeseen artistin ja yleisön välillä. Yhtyeen laulaja-kitaristi Toni Wirtanen kertoi, että Apulannalle on tärkeää, että paitsi bändin jäsenten myös yhtyeen ja yleisön välillä on dialogia – lämminhenkistä keskuste-

lua, jossa avataan omaa persoonaa ja yhtyeen keskinäisiä suhteita ja otetaan yleisö ikään kuin kotisohvalle istumaan. Konserttien jälkeen yhtyeen jäsenet jäävät yleensä keskustelemaan esiintymislavan tuntumaan yleisön kanssa. Tämä on osoitus siitä, että Apulanta pyrkii konserteissaan avoimeen suhteeseen yleisön kanssa, mikä perustuu siihen, että artisti ja yleisö ovat ikään kuin ”samoilla jalansijoilla” eikä artisti nouse yleisön yläpuolelle.

Näin ei kuitenkaan ole aina ollut, sillä Apulannan esiintyminen on muuttunut vuosien saatossa paljon. Wirtanen kertoi, että Apulannan alkuaikoina yhtyeen jäsenet soittivat konserteissa pipot silmillä eivätkä puhuneet yleisölle tai jos puhuivat, välispiikki oli aina sama: ”*seuraava kappale kertoo siitä, millaista on Heinolan syrjäkujilla*”. Wirtanen totesi, että kokemus ja toisaalta yleisö ovat vuosien saatossa kasvattaneet ja opettaneet esiintymistaitoa, tilannetajua ja kykyä lukea yhtyettä ja yleisöä. Vuorovaikutteisuus vaikuttaa olevan asia, joka jokaisen artistin on itse opeteltava. Apulannan rumpali Simo ”Sipe” Santapukki pohti, että kokemus on tuonut myös itseluottamusta ja uskoa siihen, että yhtyeen jäsenet kiinnostavat yleisöä omina itsenään. Yleisön edessä ei tarvitse tietoisesti tavoitella jotakin artistityyppiä tai -persoonaa tai esittää roolia.

Wirtanen analysoi, että vuorovaikutus Apulannan ja yleisön välillä on lähtenyt ennen kaikkea yhtyeen sisältä sen jälkeen, kun yhtyeen entinen basisti Tuukka Temonen vaihtui Sami Lehtiseen. Temonen oli loistava esiintyjä, mutta ei aktiivinen kommunikoidaan yleisön tai yhtyetovereidensa kanssa (Väntänen 2014, 77, 288–289, 295). Lehtisen myötä konserteissa oli helpompi luoda vuoropuhelua yhtyeen jäsenten kesken, minä johdosta myös yleisö oli helpompi ottaa keskusteluun mukaan. Tämä on osoitus artistien keskinäisen vuorovaikutuksen merkityksestä ja siitä, miten se heijastuu vuorovaikutukseen yleisön kanssa.

Apulanta on harvinainen yhtye, sillä tänä päivänä sen kaikilla jäsenillä on esiintymislavalla mikrofoni, ja kukin heistä ottaa vastuuta yleisön ja toistensa kanssa kommunikoinnista. Tämä vuoropuhelu erilaistaa Apulannan monista muista artisteista, sillä useimmiten yhtyeen laulajalla on yksin vastuu välispiikkauksesta, ja hän kommunikoi aktiivisimmin yleisön kanssa. Wirtasen mielestä spikkausvastuun jakaminen luo hyvää dynamiikkaa ja monipuolisempaa vuorovaikutusta artistin ja yleisön välille. Toisaalta vuoropuhelu antaa laulajalle mahdollisuuden hengähtää, juoda ja kuivata kasvoja kappaleiden välissä ilman, että siitä seuraisi pitkä hiljaisuus. Tällainen verbaalisen kommunikoinnin vastuujako mahdollistaa vuorovaikutuksen intensiteetin kasvun, kun yleisöllä on ”enemmän tarttumapintaa”. Yleisön on helpompi solmia suhteita myös muiden yhtyeen jäsenten kanssa, kun nämä pyrkivät aktiivisesti puhuttelemaan ja ottamaan yleisöön kontaktia.

Wirtanen ja Santapukki kertoivat, että heidän konserteissaan kappaleiden järjestys perustuu Aristoteleen draamankaareen. Konsertin aikana kuultava ohjelmisto koostuu kolmen kappaleen komponenteista, joiden järjestykselle on peruste. Komponentit muo-

dostuvat tietyyntyyppisistä kappaleista kuten hitaista, punk-tyylisistä ja hittikappaleista. Kyse on oikeastaan elämyksen strukturoidusta rakentamisesta – Apulanta pyrkii tarjoamaan kuulijoille erityyppisiä hetkiä ja tunnelmia jäsentelemällä konserttinsa erilaisiin osiin.

Suuri osa artisteista käyttää kiertuekohtaisia ohjelmistoja, jolloin samat kappaleet soitetaan samassa järjestyksessä kiertueen jokaisessa konsertissa. Santapukki kertoi, että Apulanta tekee jokaiseen konserttiin ohjelmiston erikseen, mikä on harvinaista musiikkipiireissä. Tämä mahdollistaa sen, että yhtye tarjoaa yllätysmomentin myös niille kuulijoille, jotka kiertävät yhtyeen mukana useammalla keikalla. Wirtanen ja Santapukki totesivat, että jo kappaleiden järjestystä vaihtamalla rikotaan tietynlaista dynamiikkaa, ja kappaleiden järjestäminen uudelleen voi antaa niille aivan uudenlaisen sävyn.

Tapahtumapaikka vaikuttaa siihen, millaista vuorovaikutus artistin ja yleisön välillä on. Santapukki pohti, että kesällä järjestettävillä festivaaleilla aktiivinen, verbaalinen vuorovaikutus on haastavaa, sillä soittoajat ovat lyhyitä eivätkä ne anna varaa joustolle. Festivaalikonserteissa yleisöä on tavallisesti moninkertainen määrä verrattuna klubi-keikkoihin. Wirtanen totesi, että kun yleisöä on tuhansia tai jopa kymmeniä tuhansia, yleisön luonne muuttuu. Siitä tulee massa, jota on vaikea puhutella. *”Siitä häviää tietynlainen inhimillinen komponentti”*, Wirtanen pohti. Santapukki kuitenkin painotti, että kun 10 000 ihmistä hyppii Apulannan musiikin tahtiin, on siinäkin kyse vuorovaikutuksesta, josta artistille tulee usein hyvin voimallinen tunne ja ajatus siitä, että tällaisten hetkien takia yhtye aloitti toimintansa. Vuorovaikutustekijät ovat erilaiset, mutta vuorovaikutus on yhtä kaikki olemassa.

Poikkeus Apulannan tyypillisesti pelkistettyihin elementteihin pohjautuviin konsertteihin olivat tammikuussa 2015 järjestetyt jäähallikonsertit Espoon Barona Areenalla, jossa pommeja, valoja, tanssijoita ja muuta lavarekvisiittaa ei säästely. Musiikkilehti Rumban toimittaja Jose Riikonen (2015) analysoi konserttia toteamalla, että Apulanta ei olisi tarvinnut suureellisia konserttielementtejä, sillä yhtye on parhaimmillaan silloin, kun lavalla ei ole mitään ylimääräistä. Konsertti poikkesi monista muista viime aikoina Suomessa järjestetyistä vastaavan kokoluokan konserteista siinä, että siellä ei esiintynyt ainuttakaan vierailevaa artistia lukuun ottamatta yhtyeen entistä basistia, Tuukka Te-mosta. *”Apulanta olisi voinut raahata keikalle vaikkapa Vain Elämää -tähtiä tehdäkseen keikasta Cheek-tyylistä viihdespehtaakkelia, mutta se ei tehnyt niin. Se on helpotus. Se ei olisi Apulannan juttu. Apulannassa pitää olla vähän sitä kellaribändiä ja sinne tänne -asennetta”* pohti Riikonen arvostelussaan. Apulannan live-esiintyminen pohjautuu vahvaan läsnäoloon, ja se pyrki luomaan jäähallin kokoiseen tapahtumapaikkaan intiimin, yhteisöllisen tunnelman, jonka keskiössä ovat musiikki ja ihmiset. Onnistunut konsertti muodostuikin Wirtasen ja Santapukin mukaan paitsi yllätyksellisyydestä myös yhteisöllisyydestä ja *”hyvän hengen kohtaamisesta”*.

Wirtanen ja Santapukki mainitsivat epäonnistuneena konserttina 1990-luvun loppupuolella New Yorkissa tehdyn keikan, jossa Apulanta soitti pienessä tilassa, ja paikalle oli saapunut hyvin vähän yleisöä. Wirtanen pohti, että syy konsertin epäonnistumiseen oli, että yhtye oli Suomessa tottunut suureen suosioon eikä siihen aikaan osannut käsitellä muuttuneita olosuhteita:

”Väitän, et syy oli se, että me oltiin totuttu siihen, ne oli vielä sellaisia teinihysterian isoja vuosia, et siel oli satoja kiljuvia likkoja in the house ja kauhee boogie ja sellainen, et ei pysty käveleen talossa sen takia, että siellä on ihailua ja jumalointia. Sit ku menee Amerikkaan, niin kukaan ei tiedä. -- Silloin ei vain klaarannut sitä tilannetta. Kyllähän tässä artistinakin kasvaa tietynlaiseen keikkailuun. Kulttuurishokit on aika vaikeita, kun heitetään täysin erilaiseen tilanteeseen.” – Toni Wirtanen

Santapukki lisäsi, että oman haasteensa konserttiin toi lisäksi se, että yhtye oli saavuttanut Suomessa suosiota pääsääntöisesti muilla kuin musiikillisilla avuilla. Amerikassa artisti arvotetaan kuitenkin ensisijaisesti juuri musiikillisten ansioidensa perusteella. Apulannan konserttiin kohdistuneet odotukset, jotka olivat syntyneet aiempien kokemusten pohjalta, eivät kohdanneet toteuman kanssa.

Santapukin mukaan yhteisöllisyyden tunne on Apulannan suurin voimavara. Hän kuitenkin uskoi, että yleisön keskuudessa yhteisöllisyyden tunne on vielä voimakkaampaa kuin artistin ja yleisön välillä. Haasteen artistin ja yleisön väliseen yhteisöllisyyden tunteeseen tuo Wirtasen mukaan se, että mitä suuremmassa nosteessa yhtye on, sitä vaikeampaa tunteen saavuttaminen on. Suosio vetää puoleensa hyvin erilaisia kuulijoita, ja yhteisöllisyys vaatii Wirtasen mukaan harrastuneisuutta:

”Ethän sä nyt voi ruveta yhteisöllistymään tai bondaamaan sellaisten kanssa, jotka on vaan tullut, et ’perkele kun oli pikkujoulut ja tultiin vähän tässä hippaan’, niin ei siitä tuu sitä. Kyl se vaatii semmoista tiettyä paneutumista, et kovemman luokan fanien kanssa sitä yhteisöllistyy paljon helpommin kuin pikkujoulukansan, mitenkään halveeraamatta kumpaakaan.” – Toni Wirtanen

Yhteisöllisyys siis näyttää vaativan yhteisen historian tai tunteen siitä, että hetki jaetaan toisten samanmielisten kanssa. Wirtanen ja Santapukki kertoivat, että yhtyeen uran alkuaikoina yhteisöllisyyden tunne konserteissa oli suhteessa voimakkaampaa, koska yleisö oli silloin kaikkineen hyvin omistautunut, homogeeninen ryhmä. Moni näistä kahdenkymmenen vuoden takaisista faneista käy edelleen Apulannan konserteissa.

Wirtanen ja Santapukki kertoivat, että konsertti voi herättää artistissa monenlaisia tunteita, ja yhden konsertin aikana koettu tunneskaala on usein hyvin laaja: tunteet voivat vaihdella positiivisesta negatiiviseen hyvin nopeasti. Santapukki kertoi, että on viime vuosina oppinut ammentamaan voimaa eturivissä olevista yleisön jäsenistä ja syttämään yleisön välittämän energian avulla mahdolliset negatiiviset tunteet sivuun. Vuorovaikutuksen intensiteetti artistin ja yleisön välillä kasvaa, ja vuorovaikutuksen kautta negatiiviset tunteet kääntyvät positiivisiksi.

Wirtanen kertoi, että keikkailu on vuosien saatossa hämärtynyt ja sekoittunut yhte-näiseksi kokonaiskokemukseksi. Se on elämäntapa, josta on vaikea erotella, mikä on positiivista ja mikä negatiivista. Konsertti itsessään on Wirtasen mukaan oma maailmansa, todellisuus, joka on irrallaan kaikesta muusta. Santapukki totesi, että yhtyeen palon keikkailla voi tiivistää kymmenien vuosien ja miljoonien dollareiden jälkeen yhä edelleen konsertoivan Bruce Springsteenin sanoihin: *”because of how it makes me feel”*.

5.3.3 Tapahtumapaikka

Konsertin havainnointi tapahtui Lahdessa, Möysän Baarissa perjantaina 10.10.2014, jolloin Apulanta soitti syyskiertueensa ensimmäisen keikan. Konsertin jälkeen haastateltiin 40:ä yleisön jäsentä. Haastateltavien kosketuspinta Apulantaan vaihteli suuresti: jotkut olivat ensi kertaa yhtyeen keikalla, mutta moni oli konserttikävijöinä jo konkareita. Eräs haastatelluista kertoi käyneensä lähes kahdessasadassa Apulannan konsertissa bändin yli kaksikymmenvuotisen uran aikana.

Möysän baari on Lahden keskustan tuntumassa sijaitseva entinen huoltoasema, vanha Möysän Esso eli ”Mössö”, joka tarjosi alkujaan asiakkailleen perinteisiä huoltoasemapalveluita – autopesua, bensiini- ja elintarvikemyyntiä sekä kahvilapalveluita. Bensiinimyynti kuitenkin loppui ympäristöluvan eväämiseen 2000-luvun lopulla, jonka jälkeen kauppias laajensi toimintaa ravintolaliiketoimintaan ja lopulta ”musaklubii-tiltoihin”, joista jälkimmäisiä on järjestetty huhtikuusta 2013. Puolentoista vuoden aikana niissä on ehtinyt esiintyä jo lukuisia tunnettuja kotimaisia artisteja. (Möysän entinen Esso... 2011; Möysän baari 2014.) Möysän baari on kuitenkin profiloitunut edelleen vahvasti huoltoasemaksi, ja se on monien paikkakuntalaisten keskuudessa legendaarinen Lahden maamerkki (kuvio 15). Varsinaisista huoltoasemapalveluista ovat jäljelle jääneet vain autopesupalvelut, mutta Möysän baarin historia näkyy yhä edelleen paikan tilaratkaisussa, sisustuksessa sekä aukioloajoissa – baari on avoinna arkisin kello 5–24 ja viikonloppuisin ympäri vuorokauden (Möysän baari 2014).



Kuvio 15 Möysän baari (© Peltomäki)

Baari muodostuu ulkona sijaitsevasta katetusta ja lämmitetystä terassialueesta, jossa myydään juomia ja pientä syötävää sekä sisätilasta, jossa on läpi yön kestävä ruoka- ja juomatarjoilu sekä lavasta, jonka edessä on useita pieniä baaripöytiä. WC-tilat ovat vanhan huoltoaseman perintöä, minkä vuoksi käymälöitä on vain muutama ja jonot kiireisinä iltoina pitkät. Apulanta soitti ”kotikentällään” – yhtye perustettiin Lahden lähellä sijaitsevassa Heinolan kaupungissa, ja sekä Wirtasella että Santapukilla on asunto Lahdessa. Konsertti oli loppuunmyyty jo useita viikkoja ennen tapahtumaa.

Möysän baarin verkkosivuilla konsertin alkamisajaksi ilmoitettiin iltayhdeksän, ja vähän ennen yhdeksää baarin eteen muodostuikin pitkä jono, joka kuitenkin purkautui nopeasti sisään. Apulannan yleisö on monimuotoinen ja sitä on vaikea kategorisoida (Väntänen 2014, 395–296). Yleisön laaja kirjo näkyi myös Möysän baarissa. Yleisössä oli melko tasaisesti sekä miehiä että naisia, ja sen ikäjakauma oli laaja, sillä paikalla oli sekä nuorempaa että vanhempaa väkeä. Se johtunee osaltaan Apulannan pitkästä urasta – paikalliset, jotka kiersivät aikoinaan Apulannan ensimmäisissä konserteissa, ovat vartuneet yhtyeen mukana. Apulannan musiikki koskettaa kuitenkin yhtä lailla myös nuoria.

Baari täyttyi nopeasti, ja yhdeksän aikaan yleisö hakeutui lavan tuntumaan taatakseen mahdollisimman hyvän näköyhteyden esiintyjiin. Väkeä oli paikalla runsaasti, tunnelma tiivistyi nopeasti ja hikipisarat valuiivat jo ennen kuin Apulanta ehti aloittaa konserttiaan. Muutama yleisön jäsen luovutti hyvät paikkansa muille siirtyäkseen ulos haukkaamaan happea. Apulannan konsertti alkoi lopulta kello 21.36.

5.3.4 Toimintaympäristötekijät

Möysän baari on entinen huoltoasema, ja siksi tila asetti rajoitteita ja haasteita live-konsertille. Saniteettitiloja oli vain muutama, minkä vuoksi jonot kasvoivat paikoin pitkiksi. Lisäksi osa haastateltavista oli sitä mieltä, että musiikin äänenvoimakkuus oli liian alhainen eikä yhtye päässyt sen takia oikeuksiinsa. Alhaisempi äänentaso saattoi johtua siitä, että lähialueella asuvat eivät häiriintyisi. Tapahtumapaikan sijainti lähellä asutusta on haaste, mutta toisaalta sen puolesta puhuu hyvä saavutettavuus aivan Lahden keskustan tuntumassa.

Yleisöä haastateltaessa suurin kritiikki kohdistui kuitenkin tilan ja ilmaston puutteeseen. Konsertti oli loppuunmyyty eikä ilmasto toimi toivotulla tavalla, minkä vuoksi lämpötila nousi todella korkealle:

”Ilmasto ei pliiis, vähän parempi! Liikaa jengiiä. Kaikki oli Apulannan puolelta hyvin, mutta tila on liian pieni tähän tai liikaa lippuja myydään kyseiseen tilaan. Ilmasto ei toimi. Niin tai tila ei ehkä oo oikea tolle bändille...” – H17, Möysän baari

”-50 °C, niin olis varmaan ollut aika hyvä.” – H30, Möysän baari

Myös Apulanta kärsi kuumuudesta. Rumpali Simo Santapukki kertoi, että yhtyeellä ei ole koskaan ollut soittaessa yhtä kuuma, mikä johti siihen, että fyysiset rajat tulivat vastaan ja ympäristö hämärtyi. Myös laulaja Toni Wirtanen oli samaa mieltä:

”Rupes vaan oleen itse niin tilitissä, että oli mentävä vähän kuivailemaan kaljua, et pystyi vetämään ylipäätään, niin sit siinä jää se turina vähän vähemmälle. Et sit jos ois silleen vähän viileämmät kelit, ettei tarvii koko ajan lampata siellä huoltopisteessä, ni sit pystyis, et ’no mitäs, mitä likat, mitäs biisejä, oiskos jotain toivelaulua’.” – Toni Wirtanen

Wirtanen ja Santapukki kokivat, että yleisö aloitti konsertin aktiivisesti, mutta lämpötila passivoi yleisöä konsertin loppua kohden siinä missä artistejakin. Wirtanen totesi, että konsertin olot olivat niin haastavat, että *”piti keskittyä selviytymiseen”*. Kuumuus heikensi Apulannan kykyä kommunikoida yleisön kanssa ja päinvastoin, koska se vaikutti keskittymiskykyyn sekä artistin ja yleisön jaksamiseen.

Yleisön keskuudessa keskustelua herätti lisäksi esiintymislavan korkeus, sillä lava oli niin matalalla, että taaempana seisovat eivät nähneet artisteja:

”Aika huono keikka siinä mielessä, että tää oli hirveen matalalla... Me oltiin vähän silleen, et onks ne ees siellä lavalla.” – H26, Möysän baari

Eräs yleisön jäsen kertoi nousseensa tuolin päälle nähdäkseen yhtyeen paremmin. Lämpötila ja lavan korkeus ovat toimintaympäristöön liittyviä tekijöitä, joihin artisti ja yleisö eivät voi vaikuttaa. Ne vaikeuttivat artistin ja yleisön välistä vuorovaikutusta ja toisaalta vuorovaikutuksen ehtona olevan yhteyden syntymistä. Lavan mataluus kasvatti artistin ja yleisön välistä etäisyyttä – yhteyden muodostaminen ja vuorovaikutus on haastavaa, jos yleisön jäsenet eivät näe artistia. Suurin osa haastateltavista osasi kuitenkin erottaa kritiikin kohteena olleet tekijät, jotka liittyivät tapahtumapaikkaan, eivätkä kohdistaneet kritiikkiään suoraan artisteihin. Toimintaympäristötekijät vaikuttivat kuitenkin kokonaiskokemukseen ja elämyksen syntymiseen tai syntymättä jäämiseen.

Pieni paikka sai kuitenkin myös kehuja, sillä se teki konsertista intiimin ja tunnelmallisen. Kun lippuja on myynissä rajallinen määrä ja tila on pieni, se herättää tunteen ainutlaatuisuudesta ja siitä, että vain harvat ja valitut pääsevät osalliseksi konsertista. Apulannalla oli mukanaan oma valaistus, jota muutama haastateltava kehui hyvin vaikuttavaksi. Monet kiittelivät tapahtumapaikan soveltuvuutta myös vähän vanhemmille konserttikävijöille:

”Harvinaista, että meille viisikymppisille ihmisille järjestetään semmoinen paikka, missä me voidaan käydä kuuntelemassa live-musiikkia.”
– H35, Möysän baari

Apulanta ei voinut tehdä sound checkia ennen konserttia, sillä baarissa oli ravintola-toimintaa koko päivän. Sound checkilla tarkoitetaan ennen konserttia tehtävää toimintaa, jossa artisti ja äänentoistosta vastaavat henkilöt soittavat pienen osan tulevasta konsertista tarkastaakseen äänentason ja taajuudet. Santapukin mielestä Möysän baarin IV-laite oli puutteellinen, mikä luo haasteita isommille yhtyeille, jotka myyvät tapahtumapaikan täyteen.

Wirtanen ja Santapukki kertoivat myös, että Möysän baarissa ei ollut varsinaista takahuonetta, vaan toimistotila, ja yhtye joutui kulkemaan yleisön läpi päästäkseen esiintymislavalle. Santapukki huomautti, että kun artistit pyrkivät selin olevan yleisön läpi lavalle, niin ihmiset usein luulevat, että joku yrittää varastaa paikan eturivistä ja estävät artistin kulun lavalle. Se on Santapukin ja Wirtasen mukaan harmillista, sillä konserttia edeltävän ajan artistit haluaisivat pitää vielä ”hygieenisenä aikana”, jolloin he saavat valmistautua konserttiin ilman häiriötekijöitä. Konserttiin valmistautuminen vaatii Wirtasen mukaan oman tilan ja rauhan, sillä esiintyminen vaatii latauksen, jonka artisti kerää sisälleen ennen konsertin alkua:

”Ei lavalle voi mennä silleen, että on täysin lunkisti, vaan se energia, joka on luonteeltaan räjähtävää, niin kyl se pitää jotenkin kerätä kanssa. Ei se tuu silleen, et napsis, vaan se on prosessi, oikeastaan jonkun tunnin se ehkä vie. Ainakin itse koen, että siellä backstagella kun ollaan, niin siin ollaan näennäisen rauhallisesti ja turistaan niitä näitä, mut se kuitenkin kuuluu siihen sellaiseen paineistamiseen.” – Toni Wirtanen

Tämä artistin konserttiin valmistautuminen voidaan nähdä siten, että artistin energiatason on konsertin alussa oltava lähtökohtaisesti yleisön energiatasoa korkeammalla, jotta elämyksen syntyminen olisi mahdollista. Artistiin latautunut energia kimpoaa yleisöön, joka imee sen itseensä ja välittää takaisin artistille.

Wirtanen ja Santapukki totesivat, että tapahtumapaikan epäkohdat annettiin kuitenkin anteeksi, koska tapahtumanjärjestäjän asenne oli hyvä. Hän kuunteli yhtyeen toiveita ja huolia ja teki kaikkensa, että asiat järjestyisivät. Wirtanen ja Santapukin mukaan artisti sietää huonojakin olosuhteita, jos tapahtumanjärjestäjä on ystävällinen ja yrittää parhaansa. Aina näin ei ole ollut:

”Muistan sellaisenkin tapauksen menneiltä vuosilta, että menin kysymään eräästä keikkapaikasta kasvisvaihtoehtoa, joka oli silloin vähän harvinaisempaa kuin nykyään. Sanoivat vaan, että ’mee syömään ruohoa takapihalta’. Grillissä oli nimittäin vaan makkaraa ja makkaraperunoita. -- En mä ehkä nykyään saisi tuollaista ohjeistusta.” – Sipe Santapukki

Molemmat antoivat lisäksi tunnustusta Möysän Baarin pitkälle historialle ja live-konserttitoiminnalle, jota Apulanta tukee mielellään, sillä elävän musiikin toimijoita on Lahdessa vähän.

5.3.5 Vuorovaikutustekijät

Esiintyminen Möysän baarissa oli Apulannan syyskiertueen ensimmäinen konsertti. Wirtanen kertoi, että kiertueen ensimmäiseen konserttiin, kuten usein uusiin projekteihin, liittyi huoli siitä, onko kaikki kunnossa ja onko valmistautuminen ollut riittävää. Hänen mukaansa keskittyminen ennen konserttia oli hyvin sisäänpäin kääntynyttä eikä niinkään yleisölähtöistä, mikä tosin muuttui, kun ensimmäiset kappaleet oli soitettu ja ”oma jää murtunut”. Ensimmäiset kappaleet soitettiin ikään kuin itselle ja vasta tämän jälkeen alkoi osallistavampi vaihe, jossa artisti päästi yleisön lähelleen. Konsertin lähtöasetelma eli se, millä mielellä artisti ja yhtä lailla yleisö saapuvat konserttiin, vaikuttaa

koettuun elämykseen. Esimerkiksi Wirtanen saapui konserttiin suoraan kertausharjoituksista, jossa hän oli viettänyt viisi edeltävää päivää (Happonen 2014).

Vaikka Möysän baari oli suhteellisen pieni ja intiimi, aiheutti lavan mataluus sen, että artistin ja yleisön välinen etäisyys tuntui suuremmalta kuin se oikeasti oli. Siksi artistin ja yleisön välinen yhteyden muodostaminen ja vuorovaikutus ilmeiden ja eleiden kautta oli haastavaa. Wirtanen kehottikin rumpujen takana istuvaa Santapukkiä seisomaan kesken konsertin, jotta yleisö näkisi tämän ja Santapukki yleisön:

”Tuu säkin Sipe tähän, ku nää halua nähdä sut. Sä oot niin matalalla. Hyvä yleisö, haluatteko te Sipen esiin? Tuu ny morjestaan, c’moon!”
– Toni Wirtanen

Näin toimimalla Apulanta reagoi lavan korkeuteen ja pyrki omalla toiminnallaan paikkaamaan toimintaympäristötekijöitä. Lisäksi yhtye pyrki lyhentämään yleisön ja artistin välistä etäisyyttä puhumalla kappaleiden välissä paljon – se käytti verbaalisia keinoja vuorovaikutukseen. Jokaisella yhtyeen jäsenellä oli lavalla oma mikrofoni, ja he keskustelivat yleisölle ja toisilleen vuorotellen. Yhtyeen uudella basistilla, Ville Mäkisellä, oli mikrofoni käytössä ensimmäistä kertaa.

Yhtyeen välispiikit käsittelivät paljon lahtelaisuutta. He pyrkivät luomaan yhteyden ja yhteisöllisyyden tunteen puhumalla artistia ja yleisöä yhdistävistä asioista. He toivat spiikeissään esille tapahtuman erityisluonteen, koska yhtye soitti kotikentällään. Apulanta kertoi konsertissa myös tarinaa siitä, miten konsertissa kuullut kappaleet linkittyvät yhtyeen historiaan ja lahtelaisuuteen. Yhtye oli nostanut ohjelmistoonsa myös vanhoja kappaleita ja kertoi spiikeissään, miten he haluavat soittaa kyseiset kappaleet juuri tälle yleisölle. Se on keino saada yleisö tuntemaan itsensä erityiseksi. Yhtyeen jäsenet naljailivat hyvässä hengessä toisilleen, mutta toisaalta muistivat kehua toistensa suoritusta konsertin aikana:

”Simoa vähän pelottaa olla Lahdessa. Siks se valehtelee, et se asuis täällä, että ei sais kuokkaansa.” – Toni Wirtanen

”Pojat, teillä oli aika hyvät rytmit tossa äskeisessä kappaleessa.” – Toni Wirtanen

”Mun täytyy vähän kehua tota meidän uutta basistia. Ville on paitsi kova soittaja, myös helvetin mukava jätkä.” – Sipe Santapukki

Tällainen hyvän hengen luominen artistien välille heijastuu yleisöön ja tunnelmaan. Ilmeitä ja eleitäkin kuitenkin käytettiin vuorovaikutuksen luomisessa. Yleisö hyppi,

lauloi, tanssi ja halkoi ilmaa nyrkeillään (kuvio 16). Lämpötila toimintaympäristötekijänä kuitenkin passivoi sekä yleisön että artistin, minkä vuoksi vuorovaikutus nojasi paljon verbaaliseen kommunikointiin. Apulannan jäsenet ottivat katsekontaktia yleisöön siltä osin kuin sen näkivät ja kannustivat sanallisesti yleisöä toimimaan.

Bändin yhteispeli toimi Santapukin ja Wirtasen mukaan soitannollisesti erinomaisesti, mutta uuden kokoonpanon kanssa työskentely vaatii kuitenkin vielä totuttelua. Wirtanen totesikin yhtyeen olevan ennen kaikkea ”henkilökemiallinen organismi” enemmän kuin soitannollinen, ja siksi henkilökemialle on laskettava suurempi arvo. Apulanta arvottaa yhteisöllisyyden tunteen korkealle, mutta sen saavuttaminen yhtyeen jäsenten kesken vie usein aikaa.



Kuvio 16 Apulanta Möysän baarissa 2014 (Apulanta 2014)

Apulannan lämminhenkinen vuorovaikutus ja kappalevalinnat keräsivät kehuja myös yleisöltä:

”Se, että tulee vanhempia biisejä, ei pelkkää hitinhitinhittiä... ja se tekee sen fiiliksen, kun bändi ottaa yleisöön kontaktin, katsoo silmiin, tulee lähelle, puhuu, tervehtii, ni se tekee sen. -- Sit se on tosi paljon, et keikan jälkeen ei oo vaan se, et kiitti moi, vaan kätellään, jäädään siihen ja sanotaan pari sanaa yleisöön. Se yhteyden ottaminen yleisöön, kontakti, se

on kaikista tärkeintä. Sen ne osaavat. Nähneenä myös ajan, jolloin Toni oli aina, et 'vittu saatana, minä en soita mitään' ja jos joku mättää, niin kitara paskaks ja pois lavalta.” – H16, Möysän baari

Apulannan tavassa olla vuorovaikutuksessa yleisön kanssa näkyy kokemus ja se, että vuorovaikutteisuus on opittava, sillä se ei ole aina sisäsyntyistä. Moni haastateltavista kiitteli Apulannan tapaa jäädä konsertin jälkeen keskustelemaan yleisön kanssa. Tämä on yksi osoitus Apulannan ja yleisön tasavertaisuudesta. Live-konsertissa elämys tuotetaan, koetaan ja jaetaan yhdessä, ja vuorovaikutus jatkuu myös viimeisen kappaleen jälkeen.

5.3.6 Vuorovaikutus

Kun artisti on tehnyt niinkin pitkän uran kuin Apulanta, voi konsertti tuottaa helposti emotionaalisessa vuorovaikutuksessa syntyviä nostalgisia elämyksiä. Artisti ja yleisö jakavat yhdessä musiikin ja tunnelman herättämät kollektiiviset tunteet ja palaavat ajassa taaksepäin. Nostalginen elämys, kuten elämys yleensäkin, on kuitenkin henkilökohtainen kokemus. Se voi palauttaa yksilön yhtä lailla aikaan ja paikkaan, jonne muilla konserttiin osallistuvilla ei ole pääsyä, vaikka elämys itsessään syntyy vuorovaikutuksessa muiden kanssa. Apulanta on pitkän historiansa vuoksi nivoutunut osaksi faniensa ja muiden kuulijoidensa elämää. Moni haastateltavista yleisön jäsenistä puhuikin Apulannan kappaleiden henkilökohtaisuudesta ja siitä, miten ne tuovat mieleen muistoja. Toisaalta samat kappaleet herättävät erilaisia muistoja, mikä kuvastaa elämyksen subjektiivisuutta:

”Mä oon Apulanta-fani, ollut ainakin kymmenen vuotta. Muistan nuoruudestakin tän 'Hei hei, mitä kuuluu'. Apulanta on aina kuulunut mun elämän eri vaiheisiin, vaikka 'Koneeseen kadonnut', niin mulla oli huono suhde silloin. Kun elämän varrella on tapahtunut kaikenlaista, niin aina on kuunneltu Apulantaa.” – H25, Möysän baari

”'Koneeseen kadonnut' oli semmoinen, mitä mä odotin ja toivoin. Se on jotenkin mulle, se kolahtaa niin. -- Mulla on yks lapsi ja mä ajattelin, tää biisi... mä kuulin sen vähän ennen mun synnytystä ja mä ajattelin, et toi kuvaa varmaan synnytystä. 'Kipu kuolee huutamalla, alastomana lattialla', niin siinä on tavallaan pieni, pieni yhteys.” – H37, Möysän baari

Eräs haastateltavista yleisön jäsenistä kertoi, että hän on Lahdesta kotoisin, mutta asunut jo pitkään Helsingissä:

”Me ollaan joskus aikoinaan markan kahveja käyty hakemassa täältä (Möysän baarista), niin tää on ollut semmoinen paikka... Ihan käsittämätöntä.” – H29, Möysän baari

Yleisön jäsenten kokemat nostalgiset tunteet liittyivät kappaleiden lisäksi tapahtumapaikkaan, sen pitkään historiaan ja siihen, että Apulanta soitti ”kotikentällään”. Yhtye koettiin yleisön keskuudessa ”meidän Apulannaksi”, jonka kautta peilattiin omaa menneisyyttä ja historiaa. Myös Apulanta satoi välispiikeissään kappaleitaan ja tapahtumapaikkaa yhtyeen historiaan. Yhtye aloitti syyskiertueensa juuri Möysän baarista, mikä oli yhtyeen suunnalta tietynlainen kunnianosoitus omia juuria ja kotiseutua kohtaan. Konsertin elementit tukivat nostalgisten elämysten syntymistä. Myös Wirtanen pohti, että konserttiin oli tullut paljon muualle muuttaneita entisiä lahtelaisia ”*fiilistelmään*”. Santapukki lisäsi, että kotikaupungissa järjestetty konsertti toi erityisen latauksen syyskiertueen avaukseen myös yhtyeelle itselleen.

Apulannan konsertit eivät kuitenkaan pohjautu pelkkään nostalgiaan, vaan yhtyeellä on myös kyky uudistua. Moni haastateltavista kehui konserttia yllätykselliseksi, mikä viittaa Apulannan luovuuteen ja kykyyn saavuttaa uutuusarvoa vielä monen vuoden jälkeen. Myös Apulannan jokaiseen konserttiin erikseen suunniteltu ohjelmisto tukee yhtyeen kykyä kehittyä ja luoda uutta. Tämä yllätyksellisyys ja luovuus viittaavat kognitiiviseen vuorovaikutukseen, toisaalta kyky kehittyä ja uudistua sosiaaliseen vuorovaikutukseen. Lisäksi yhteisöllisyys, joka on Apulannan tärkein voimavara, syntyy sosiaalisessa vuorovaikutuksessa muiden kanssa ja heijastaa yksilön roolia muiden silmissä sekä osana ryhmää.

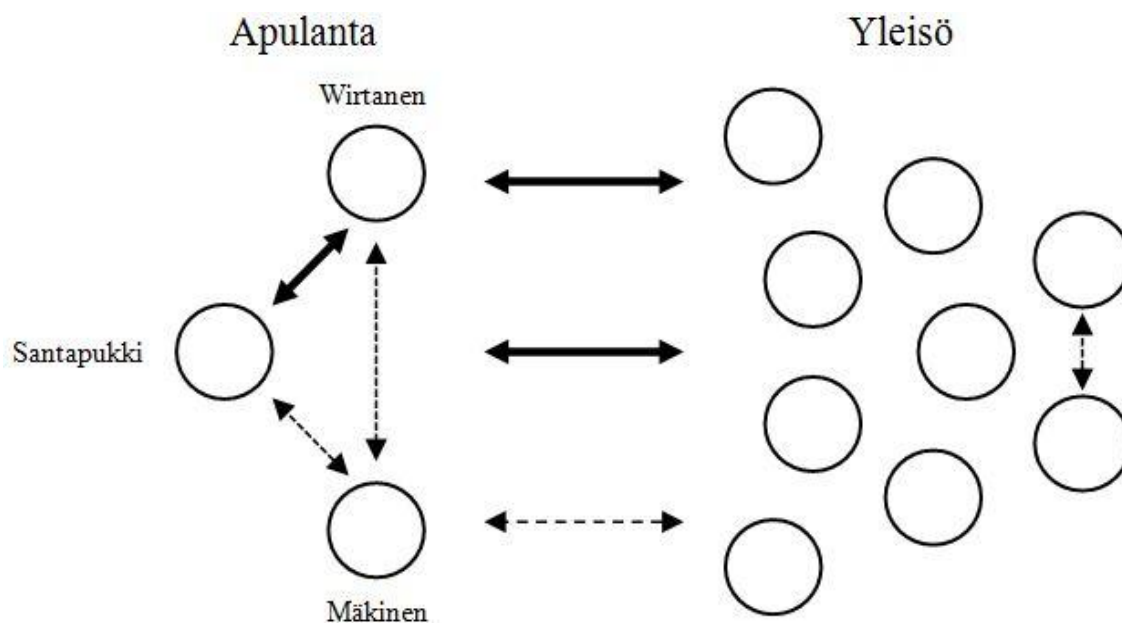
Pienille klubikeikoille tyypillistä on, että bändi soittaa todennäköisemmin vanhoja, ei niin tunnettuja kappaleitaan, mistä suurin osa haastatelluista yleisön edustajista oli mielissään. Se kertoo siitä, että konserttiin oli saapunut yleisöä, joka tuntee muutkin kuin yhtyeen suosituimmat radiohitit. Moni heistä oli Apulannan fani ja seurannut yhtyeen uraa pitemmän aikaa. Se saattoi johtua siitä, että konsertti oli Lahdessa, jonka alueelta yhtyeen ura sai aikoinaan alkunsa. Santapukki kuitenkin totesi, että tuntemattomampien kappaleiden aikana yleisö oli paikallaan eikä elehtinyt yhtä paljon kuin tunnetuimpien hittikappaleiden soidessa. Yleisön kommentteissa ja käyttäytymisessä oli siis havaittavissa ristiriita. Santapukki pohti sen johtuvan mahdollisesti siitä, että yleisö kuunteli näiden kappaleiden kohdalla tarkemmin. Wirtanen totesi myös, että useat yhtyeen vanhat kappaleet ovat nopeatempoisia, ja siksi ne vaatisivat yleisöltä toisenlaista toimintaa, kuten moshpit-muodostelmaa tai voimallisempaa hyppimistä eikä tällainen konserttikulttuuri ole vielä rantautunut Suomeen. Elämyksen odotetaan siis näyttävätyvän fyysi-

syytenä, eleinä ja ilmeinä eikä aina ymmärretä, että elämyksiä koetaan eri tavalla. Vaikuttaakin siltä, että yleisön edustajat sijoituivat konsertin eri hetkinä eri puolille Pine & Gilmoren (1999, 30) elämyksen ulottuvuuskuviota. Paitsi että yleisö voi sijoittua samassa konsertissa eri puolille elämyksen ulottuvuuskuviota, myös yksilö voi konsertin aikana liikkua ulottuvuudesta ja elämystyypistä toiseen. Apulannan konsertissa yleisön rooli vaihteli aktiivisesta osallistumisesta passiiviseen osallistumiseen. Siihen vaikutti kappaleiden luonne ja toisaalta lämpötila, joka passivoi sekä yleisön että yhtyeen. Artistin tulkinta yleisön liikkeistä elämyksen ulottuvuuskartalla voi johtaa virhetulkintoihin, mikä taas vaikuttaa artistin kokemaan elämykseen.

Wirtasen mielestä konsertin mieleenpainuvimpia hetkiä olivat ne, joissa yleisö lauloi spontaanisti kuorossa yhtyeen kappaleiden mukana. Esimerkiksi Apulannan hittikappaleen Koneeseen kadonnut aikana yhtye lopetti soittamisen kesken kappaleen, ja yleisö lauloi ilman säestystä suurella voimalla. Artistin ja yleisön roolit ikään kuin vaihtuivat – pienen hetken yleisö esiintyikin artistille. Santapukki kertoi, että hänen kohokohtansa konsertissa oli, kun yhtye soitti ensimmäiseltä levyltään kappaleen Päivästä toiseen, jota yhtye ei yleensä soita konserteissaan. Kyse on vanhan kappaleen herättämistä tunteista – nostalgiaa ja kappaleen soittamisesta paikassa, jossa kaikki sai aikoinaan alkunsa. Artisti voi luoda tietyn tyypin, kuten tässä tapauksessa nostalgiaa, elämyksiä omilla kappalevalinnoillaan myös itselleen.

5.3.7 Yhteenveto Apulannan live-konsertista

Artistihaastattelusta nousi esille, että Apulanta soitti konsertin ensimmäiset kappaleet enemmän itselleen ja loi ensin yhteyden yhtyeen kesken. Kun vuorovaikutus yhtyeen sisällä toimi, myös yleisön huomioiminen oli helpompaa. Apulannan konsertin vuorovaikutussuhteita havainnollistetaan kuviossa 17.



Kuvio 17 Apulannan konsertin vuorovaikutussuhteet

Vuorovaikutus konsertissa vaikutti olevan voimakkainta artistin ja yleisön sekä Wirtasen ja Santapukin välillä. Yleisön vuorovaikutus ja toiminta oli lähes kautta linjan artistiin päin suuntautuvaa, ja ainoastaan taaimpana konserttia seuranneet keskustelivat välillä myös keskenään. Se saattoi johtua tapahtuman luonteesta – yleisö oli saapunut paikalle varta vasten nähdäkseen artistin, ja siksi vuorovaikutus artistin ja yleisön välillä oli suuri. Wirtasen ja Santapukin vuorovaikutus juonsi totutusta tavasta esiintyä ja kommunikoida, ja siitä huokui kaksikon pitkä yhteinen historia. Basisti Mäkinellä mikrofoni oli käytössä ensimmäistä kertaa, mikä näkyi vielä osittaisena passiivisuutena ja uudenlaisen vuorovaikutteisuuden opetteluna konserttitilanteessa.

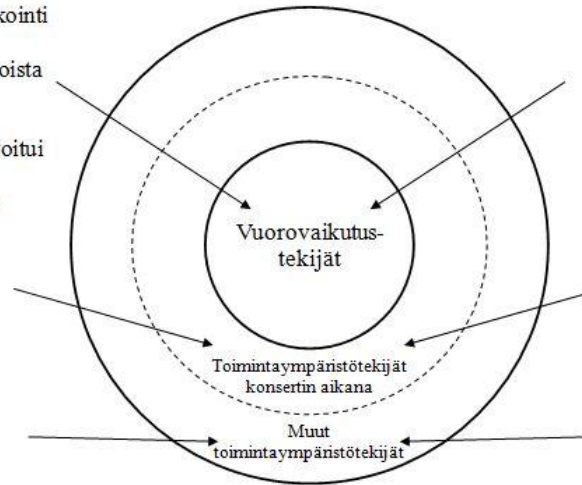
Konsertti sijoittui Santoron ja Troilon rock-konserttien nelikenttämallissa (2007, 114) ystävällisen kohtaamisen ja aktiivisen esityksen välimaastoon. Siinä oli paikoin havaittavissa elementtejä myös passiivisesta esityksestä ja puhtaasta kuuntelusta silloin, kun Apulanta soitti vanhempia kappaleitaan.

Kuvioon 18 on koottu sekä Apulannan että yleisön haastatteluista ja havainnointiaineistosta esille nousseet konsertin keskeiset toimintaympäristö- ja vuorovaikutustekijät.²

² Plus- ja miinusmerkit kuvaavat sitä, mitkä artistiin ja yleisöön liittyvät toimintaympäristö- ja vuorovaikutustekijät edesauttavat vuorovaikutuksen syntymistä ja mitkä sitä haittasivat. Plusmerkki viittaa positiiviseen ja miinusmerkki negatiiviseen vaikutukseen. Mikäli artistin alla on yleisöön liittyviä tekijöitä, ne ovat artistin havaintoja yleisöstä, ja mikäli yleisön alla artistiin liittyviä havaintoja, ne ovat yleisön näkemyksiä artistin roolista vuorovaikutuksen luomisessa. Yhtä kaikki ne vaikuttavat artistin ja yleisön väliseen vuorovaikutukseen.

APULANTA

- + Aktiivinen verbaalinen kommunikointi (kaikilla artisteilla mikrofonit)
- + Artistia ja yleisöä yhdistävistä asioista puhuminen (lahtelaisuus)
- + Yleisön kuorolaulaminen
- +/- Yleisö aloitti aktiivisesti, passivoitui loppua kohden
- Yleisön passiivisuus vanhempien kappaleiden aikana
- + Intiimi tunnelma
- Korkea lämpötila
- + Tapahtumapaikan historia
- + Ystävällinen henkilökunta
- Haastava takahuoneen sijoittelu
- Sound check ei mahdollinen
- IV-laitteen puutteellisuus



YLEISÖ

- + Artistin aktiivinen verbaalinen kommunikointi
- + Artistin katsekontakti
- + Fyysinen läheisyys, läpyttely, kättely
- + Yhtye jäi keskustelemaan yleisön kanssa konsertin jälkeen
- + Intiimi tunnelma
- + Vaikuttava valaistus
- Korkea lämpötila
- Matala lava
- Alhainen äänentaso
- + Tapahtumapaikan historia
- + Paikan soveltuvuus kaikenikäisille
- + Tapahtumapaikan hyvä saavutettavuus
- Pitkät jonot saniteettitiloihin

Kuvio 18 Apulannan konsertin toimintaympäristö- ja vuorovaikutustekijät

Kuviosta 18 käy ilmi, että sekä artisti- että yleisöhaastatteluista esille nousseita positiivisia toimintaympäristötekijöitä olivat tapahtumapaikan historia ja musiikin äänimaailma. Molemmat nostivat lisäksi esille konsertin intiimin tunnelman, jonka tapahtumapaikka osaltaan mahdollisti. Toisaalta molemmat kokivat tapahtumapaikan lämpötilan negatiivisena tekijänä. Eroavaisuusiakin löytyi – matala lava ja sen vaikutus näkyvyyteen nousivat yleisöhaastatteluissa keskeiseksi teemaksi, mutta artistihaastattelussa lava ei tullut esille. Artisti kuitenkin pyrki vuorovaikutustekijöillä paikkaamaan lavan korkeuden luoman haasteen. Matala lava kasvatti artistin ja yleisön välistä etäisyyttä, vaikka fyysinen etäisyys ei ollut pitkä. Muutoinkin artistin ja yleisön esille tuomat toimintaympäristötekijät poikkesivat jonkin verran toisistaan. Tämä on osoitus siitä, että osa toimintaympäristötekijöistä vaikuttaa artistiin, osa yleisöön ja vain osa molempiin. Ne vaikuttavat kuitenkin kaikki välillisesti kaikkiin. Esimerkiksi tapahtumapaikan ystävällinen henkilökunta vaikutti positiivisesti Apulannan mielialaan ennen konserttia, mikä saattaa heijastua konsertin aikana vuorovaikutukseen.

Artisti ja yleisö nostivat molemmat esille verbaalisen kommunikoinnin roolin vuorovaikutustekijänä konsertissa. Apulanta koki yleisön passivoituneen konsertin edetessä ja vanhempien kappaleiden aikana, mutta yleisöhaastatteluissa tämä ei tullut esille. Päinvastoin yleisö kiitteli vanhempia kappalevalintoja, mikä osoittaa artistin tulkinneen yleisön käyttäytymisen virheellisesti. Artisti tulkitsi yleisön hiljentymisen väärin, vaikka kyse oli syventymisestä konserttiin ja vanhoihin kappaleisiin, jotka edustivat artistin ja yhtyeen yhteistä historiaa. Tämä virhetulkinta voi vaikuttaa artistin konserttikokemukseen. Paitsi yleisön myös yksilön osallistuminen tapahtumaan voi konsertin aikana vaihdella, ja hän voi kokea erilaisia elämyksiä. Yksilön osallistumiseen ja koettuun elämykseen vaikuttivat esimerkiksi kappalevalinnat ja tapahtumapaikan lämpötila.

Konsertissa oli havaittavissa paljon emotionaalista vuorovaikutusta, joka näyttäytyi ennen kaikkea Apulannan kappaleisiin ja tapahtumapaikkaan liitettyä nostalgiaa ja siinä, miten ne kytkeytyivät osaksi artistin ja yleisön historiaa. Tämä kappaleiden ja tapahtumapaikan henkilökohtaisuus kuvastavat sitä, miten niistä on tullut osa niin Apulannan kuin yleisön jäsenten henkilökohtaista kehittymistä ja identiteettiä. Kognitiivinen vuorovaikutus näkyi yhtyeen luovuutena ja kykynä yllättää yleisö. Sosiaalinen vuorovaikutus heijastui puolestaan yhteisöllisyyden tunteesta sekä yhtyeen kyvystä kehittyä, uudistua, oppia ja kasvaa. Yhteisöllisyys vaatii kuitenkin aikaa ja harrastuneisuutta, mikä näkyy Apulannan kohdalla paitsi suhteessa yleisöön myös yhtyeen sisäisissä suhteissa. Yhtyeeseen oli hiljattain tullut uusi jäsen, minkä vuoksi yhteisöllisyys yhtyeen jäsenten kesken joudutaan rakentamaan uudelleen. Artistihaastattelusta nousi esille, että yhteisöllisyys yleisön jäsenten kesken voi olla voimakkaampaa kuin artistin ja yleisön välinen yhteisöllisyys. Möysän baarissa se ei kuitenkaan näkynyt, sillä vuorovaikutus artistiin oli suhteessa voimakkaampaa kuin yleisön keskinäinen vuorovaikutus.

5.4 Tutkimuskohteiden synteesi

Kaikista artistihaastatteluista kävi ilmi, että *artistin suhde keikkailuun* on emotionaalinen, sillä motiivi esiintyä kumpuaa ennen kaikkea tunteesta, jonka esiintyminen saa heissä aikaan. Kaikki kuvasivat konsertin omana todellisuutenaan ja muuntavana kokemuksena, mikä on osoitus konsertin elämyksellisestä luonteesta. Tämä tukee Gouldingin ym. (2009, 67) ajatusta siitä, että konserteissa kuluttajan on mahdollista irtautua arkiminästä ja sitä määrittävistä sosiaalisista kategorioista – sama näyttää kuitenkin pätevän myös artistiin. Toisaalta se vahvistaa Pine ja Gilmoren (1999, 163) käsitystä siitä, että ihmiset etsivät elämyksiä, jotka muuttavat heitä. Konsertilla on parantava voima, sillä negatiiviset tunteet voivat unohtua ja muuttua positiivisiksi vuorovaikutuksessa muiden kanssa.

Tutkimusaineisto tuki käsitystä siitä, että arvoa luovia elämyksiä tuotetaan, jaetaan ja koetaan tarjoajan eli artistin ja kuluttajan eli yleisön välisessä vuorovaikutuksessa (Kotler ym. 2009, 409). Toisaalta se osoitti, että elämyksiä voidaan tuottaa, jakaa ja kokea myös artistien keskinäisessä sekä yleisön keskinäisessä vuorovaikutuksessa. Live-konsertin moninaiset vuorovaikutussuhteet johtavat siihen, että perinteinen myyjän ja ostajan välinen arvontuottamiskäsitys ei yksin päde, vaan arvoa luodaan useiden osapuolten välillä yhtäaikaan.

Onnistuneeseen konserttiin liittyi Uusivirran ja Apulannan mukaan yllätyksellisyys ja yhteisöllisyyden tunne artistin ja yleisön välillä. Yhteisöllisyys näyttää syntyvän helpoimmin artistin ja sellaisten yleisön jäsenten kesken, jotka jakavat artistin kulkeman matkan ja historian, joka on nivoutunut osaksi myös yleisön elämää, kasvua ja identi-

teettiä. Tätä tukee Apulannan ajatus siitä, että yhteisöllisyys vaatii harrastuneisuutta. Uusivirran onnistuneimmassa konsertissa oli paikalla paljon artistin sukulaisia ja ystäviä. Se viittaa niin ikään siihen, että yhteisöllisyyden tunne syntyy helpoimmin ihmisten välillä, jotka ovat jakaneet jotakin yhdessä. Se pätee myös yhtyeen sisällä. Apulanta puhui yhtyeestä henkilökemiallisena organismina, jonka yhteen hioutuminen vaatii aikaa. Jukka Pojan yhtyeen kokoonpano puolestaan vaihtelee tilaisuudesta riippuen, mikä saattaa vaikuttaa yhtyeen välisen yhteisöllisyyden tunteen muodostumiseen. Uusivirran Ruisrockin konsertissa oli kyse myös fyysisestä yhteisöllisyydestä, kun hän juoksi yhtyetovereitaan päin, sukelsi yleisöön ja rikkoi raja-aitoja. Apulannan konsertissa raja-aitojen rikkominen näkyi siinä, että yhtye jäi keskustelemaan yleisön kanssa konsertin jälkeen. Jukka Pojan kohdalla tällaista fyysistä yhteisöllisyyttä yleisön kanssa ei kuitenkaan syntynyt.

Kaikista artistihaastatteluista nousi esille, että *tapahtumapaikka* vaikuttaa siihen, millaista vuorovaikutus ja elämyksellisyys konserteissa ovat. Suurten ja pienten konserttien elämyksellisyys syntyy erilaisista tekijöistä, ja vuorovaikutus on niissä erilaista, vaikka molemmista se löytyy. Pienissä konserteissa elämys syntyy usein intiimiydestä sekä ihmisten läheisyydestä ja isoissa konserteissa massiivisuudesta ja mahtipontisuudesta. Kaikkien artistien mielestä yhteyden ja vuorovaikutuksen luominen on helpompaa pienessä, rajatussa tilassa, jossa yleisöä on helpompi puhutella. Tämä tukee käsitystä siitä, että toimintaympäristö on yksi elämyksen tuottamisen elementeistä yhdessä toimijoiden ja palveluprosessissa tapahtuvan vuorovaikutuksen kanssa (Grove ym. 1992, 96–97; Minor ym. 2004, 9).

Toimintaympäristötekijöillä on suuri rooli vuorovaikutuksen ja elämyksen syntymisessä. Ne vaikuttavat ihmisten arvioon konserteista (Kubacki ym. 2007, 961) sekä ihmisten vuorovaikutusmahdollisuuksiin (Santoro & Troilo 2007, 111). Aineistossa korostui esimerkiksi esiintymislavan merkitys vuorovaikutuksen ja elämyksen syntymisessä. Jukka Pojan konsertissa lava oli pieni, minkä vuoksi yhtyeen jäsenillä oli vain vähän tilaa liikkua. Se vaikutti yhtyeen vuorovaikutukseen niin toistensa kuin yleisönkin kanssa. Uusivirran konsertissa lavan koko ei korreloinut yleisömäärän kanssa, ja takariveissä näkyvyys lavalle oli heikko. Apulannan konsertissa vuorovaikutusta heikensi matala lava. Aineistosta nousi lisäksi esille, että etäisyys konserteissa ei ole aina mitattavissa fyysisenä etäisyytenä, vaan kyse voi olla myös henkisestä etäisyydestä. Jukka Poikka silmiin paistanut lamppu tai Apulannan konsertin matala lava johtivat siihen, että etäisyys tuntui suuremmalta kuin se oikeasti oli. Tämä tukee Santoron ja Troilon (2007, 113–114) ajatusta siitä, että esiintymislava joko tuo artistin henkisesti lähemmän yleisöä tai etäännyttää siitä. Aineistosta nousi kuitenkin esille, että etäisyys voidaan kokea eri tavalla artistin ja yleisön näkökulmista, vaikka fyysinen etäisyys on sama. Toimintaympäristötekijät voivat etäännyttää ainoastaan suhteen toisen osapuolen toisesta, kuten lamppu Jukka Pojan yleisöstä. Vaikka yleisö ei kokenut etäisyyttä samalla tavalla, vai-

kutti se silti vuorovaikutukseen. Toisaalta fyysinen etäisyys vaikuttaa myös henkiseen etäisyyteen. Uusivirran konsertissa fyysinen etäisyys johti siihen, että myös henkinen etäisyys artistin ja taaempaan konserttia seuranneiden yleisön jäsenten välillä oli suuri. Artisti voi kuitenkin pyrkiä vuorovaikutustekijöillä korjaamaan toimintaympäristötekijöiden haasteita. Wirtanen kehotti Santapukkia seisomaan, jotta tämä näkisi yleisön paremmin ja päinvastoin.

Tutkimuksessa nousi esille, että *vuorovaikutustekijät* vaihtelevat musiikkityylin mukaan, mikä tukee Minowan ja Gloverin (2009, 270) sekä Attonin (2012, 428) käsityksiä siitä, että musiikki vaikuttaa ihmisten käyttäytymiseen, joka seuraa musiikin mallia. Jukka Pojan konsertissa vuorovaikutus näyttäytyi rentona tanssina, joka oli elekieleltään maltillisempaa verrattuna Uusivirran ja Apulannan konsertteihin, joissa elekieli oli mahditipontisempaa ja suuremmassa roolissa. Elämys ei aina näyttäytyä fyysisenä toimintana. Yksilö voi osallistua elämyksiä tuottavaan tapahtumaan eri tavoin, kuten hiljentymällä kuuntelemaan, ja silti kokea elämyksen voimakkaasti (Pine & Gilmore 1999, 30–32). Fyysisen toiminnan puute voi kuitenkin johtaa artistin virhetulkintaan, sillä monet näkevät live-konserttien elämyksellisyyden fyysisenä toimintana. Virhetulkinta voi puolestaan vaikuttaa artistin kokemaan elämykseen. Uusivirta ja Apulanta puhuivat myös vuorovaikutuksen, elämysten kokemisen ja ilmenemisen kulttuurisidonnaisuudesta. Eri maissa vuorovaikutustekijät ovat erilaisia.

Uusivirran ja Apulannan haastatteluista kävi ilmi, että artisti esiintyy ja soittaa konsertin ensimmäiset kappaleet usein sisäänpäin kääntyneesti enemmän itselleen kuin yleisölle. Se luo artistille tuttuuden tunteen, murtaa oman jään, minkä jälkeen hänen on helpompi vapautua ja keskittyä vuorovaikutukseen yleisön kanssa. Haastatteluista nousi myös esille, että artistin energiatason on oltava konsertin alussa korkeampi kuin yleisön, jotta elämyksen syntyminen olisi mahdollista. Tapahtumanjärjestäjän tehtävä on luoda artistille puitteet, jotka tukevat artistin sisäisen energian ja latauksen syntymistä. Tämä tarkoittaa esimerkiksi takahuoneen ja muiden järjestelyjen asianmukaista hoitamista. Tällainen artistin huomioon ottaminen luo vuorovaikutukselle ja elämyksen syntymiselle paremmat puitteet ja mahdollisuuden, sillä tapahtumanjärjestäjät voivat luoda elämyksellisiä ympäristöjä, mutta eivät elämyksiä (Carù & Cova 2007b, 34). Ne syntyvät viime kädessä yksilön itsensä tuottamina vuorovaikutuksessa muiden kanssa (Komppula 2002, 68; Saarinen 2002, 9). Yleisön tunnelmaa nostetaan konsertissa usein lämmitteilybändien avulla, ja se, miten tapahtumanjärjestäjä huomioi artistin, voidaan nähdä tietynlaisena artistin lämmittelynä. Kaikista artistihaastatteluista kävi lisäksi ilmi, että artisti voi saada yleisön energiatason ylös ja päinvastoin itseään vahvistavan kierteen kautta.

Jokaisessa konsertissa vuorovaikutus oli voimakasta artistin ja lähempänä artistia konserttia seuranneiden yleisön jäsenten kesken. Muutoin variaatiota oli paljon. Toimintaympäristö, tapahtuman luonne, etäisyys ja yleisön motiivi osallistua tapahtumaan

näyttävätkin vaikuttavan siihen, keiden välillä vuorovaikutusta live-konserteissa on. Sieravuoren juhannus -tapahtumassa ja Ruisrockissa esiintyi myös muita artisteja, ja yleisön motiivi osallistua tapahtumaan oli heterogeenisempi kuin Apulannan konsertissa, jonne yleisö oli saapunut varta vasten seuraamaan yhtyettä. Jukka Pojan ja Uusivirran konsertit olivat osa suurempaa kokonaisuutta. Moni oli saapunut paikalle ennen kaikkea viettämään juhannusta tai festivaaliviikonloppua yhdessä ystävien kanssa, ja konsertti oli vain yksi tapahtuman elementti. Se näkyi myös yleisöhaastatteluissa: Apulannan konsertissa haastatellut yleisön jäsenet keskittyivät artistin ja yleisön väliseen vuorovaikutukseen. Uusivirran ja Jukka Pojan konserteissa yleisöhaastatteluissa korostui puolestaan paitsi vuorovaikutus artistin kanssa myös vuorovaikutus muun yleisön kanssa.

Tapahtuman luonne ja yleisön motiivi osallistua tapahtumaan vaikuttavat siihen, mikä on artistin rooli ja toisaalta vastuu elämyksen tuottamisessa. Sekä Jukka Poika että Olavi Uusivirta puhuivat musiikin ensisijaisuuden asteesta tapahtumissa. Tapahtumissa, kuten Ruisrock ja Sieravuoren juhannus, elämyksen syntymisen ja hurmoksen edellytys on enemmän kiinni tilaisuuden luonteesta sekä yleisön keskinäisestä vuorovaikutuksesta. Artisti on tällaisissa tapahtumissa usein vain yksi elämyksen tuottamisen elementti. Hän voi jakaa vastuun vuorovaikutuksesta ja elämyksen tuottamisesta muiden artistien tai tapahtuman elementtien kanssa. Apulannan rooli elämyksen tuottamisessa oli puolestaan suuri, koska tapahtuman luonne oli konserttivetoinen, ja Apulanta illan ainoa esiintyjä. Artistihaastatteluista kävi ilmi, että artisteille elämyksellisimpiä konsertteja ovat ne, joissa konsertti on tapahtuman keskiössä. Aineistosta kävi lisäksi ilmi, että mitä suurempi etäisyys artistin ja yleisön välillä on, sitä suurempi merkitys muulla yleisöllä ja yleisön keskinäisellä vuorovaikutuksella on elämyksen syntymisessä.

Santoro ja Troilo (2007, 114–115) kuvasivat rock-konserttien nelikenttämallissaan neljää eri konserttityyppiä ja niiden tuottamia elämyksiä artistin ja yleisön välisen vuorovaikutuksen perusteella. Aineistosta kuitenkin kävi ilmi, että artistit rakentavat konsertteihin kappalevalinnoilla, valaistuksella ja tavalla esiintyä erilaisia tunnelmia. Näyttääkin siltä, että yhdessä konsertissa voi olla elementtejä kaikista rock-konsertin tyypeistä. Tällöin on todennäköistä, että eri tunnelmat tarjoavat yhden konsertin aikana erilaisia elämyksiä. Paitsi yleisö myös yksilö (yleisön jäsen tai artisti) voi konsertin aikana liikkua eri puolilla Pine ja Gilmoren (1999, 30) elämysten ulottuvuuskuviota ja kokea erilaisia elämyksiä. Unohtumattomin elämys sisältää tekijöitä kaikista neljästä elämystyypistä (Pine & Gilmore 1999, 39).

Tutkimuksessa nousi esille, että artistilla on tarve kiinnittää vuorovaikutus johonkin elementtiin, jonka pohjalta konsertin vuorovaikutus luodaan. Jukka Pojalla se oli juhannus, Uusivirralla kesä, ystävät ja festivaalitunnelma ja Apulannalla lahtelaisuus ja yhteinen jaettu historia artistin ja yleisön välillä. Tämä vuorovaikutusperusta heijastui esimerkiksi artistien välispiikeistä ja kappalevalinnoista. Apulannan vuorovaikutuspe-

rusta oli artistilähtöinen ja siksi sen voidaan olettaa olevan vakaammalla pohjalla kuin Jukka Pojan ja Uusivirran, joiden vuorovaikutus kytkeytyi konserttilähtöisiin tekijöihin. Apulannan saattoi olla helpompi luoda elämykseen johtavaa vuorovaikutusta artistin ja yleisön välille, koska se pohjautui tekijöihin, jotka olivat olemassa jo ennen konserttia. Kokemus vaikuttaa artistin tapaan olla vuorovaikutuksessa yleisön kanssa. Tätä tukee Apulannan kuvaus omasta kasvustaan esiintyjänä ja toisaalta Uusivirran oivallus siitä, että hän on vasta viime vuosina oppinut tavan esiintyä ja olla lavalla.

Tutkimusaineistosta tehdyt havainnot tukevat teoriasta noussutta käsitystä live-konsertin kolmesta vuorovaikutustyyppistä: *emotionaalisesta, kognitiivisesta ja sosiaalisesta vuorovaikutuksesta*. Ne kuvastavat sitä, millaisiin psykologisiin tekijöihin vuorovaikutus ja elämykset voivat live-konserteissa perustua. Kaikissa konserteissa oli havaittavissa emotionaalista ja sosiaalista vuorovaikutusta. Ne syntyivät Uusivirran ja Apulannan konserteissa ennen kaikkea nostalgiasta ja siitä, että artisti ja hänen kappaleensa koettiin osana omaa identiteettiä ja kehitystä vuorovaikutuksessa muiden kanssa (Hargreaves & North 1999, 73; Gupta & Vajic 2000, 39; Nuttall 2008, 107). Apulannan konsertissa nostalgia syntyi kappaleiden lisäksi tapahtumapaikan kytkeytymisestä osaksi ihmisten kasvua ja historiaa. Jukka Pojan konsertissa emotionaalinen ja sosiaalinen vuorovaikutus syntyivät enemmän tilanteen ja kappaleiden sanelemana yleisön keskinäisessä vuorovaikutuksessa. Kukaan artisteista ei kokenut tietoisesti viestivänsä kappaleiden kautta omia arvojaan. Kognitiivinen vuorovaikutus heijastui kuitenkin Uusivirran kohdalla hänen tavastaan esiintyä ja viestiä sitä kautta omaa arvomaailmaansa. Yllätyksellisyys ja luovuus ovat kognitiivisen vuorovaikutuksen elementtejä, ja ne näkyivät konserteissa muun muassa improvisaatiossa ja Apulannan käyttämässä konserttikohdassa ohjelmistossa.

Hurmos on elämyksen tavoin subjektiivinen kokemus ja siksi tutkijan on mahdotonta päästä kiinni jokaisen konsertissa olleen mielenliikkeisiin. Haastatteluista ja konserttien havainnoinneista nousi kuitenkin esille, että hurmos oli läsnä jokaisessa konsertissa joko yksilötasolla tai kollektiivisempänä ryhmän kokemuksena. Voimakkaimmillaan hurmos näyttäytyikin juuri kollektiivisena sosiaalisena ilmiönä (Ehrenreich ym. 1992, 85–86). Siitä oli havaittavissa elementtejä etenkin Uusivirran konsertissa, jossa artisti ja yleisö olivat intensiivisessä vuorovaikutuksessa keskenään. Uusivirta piti konserttia kaikkineen hyvin onnistuneena, ja Ruisrockin toimintaympäristötekijät tukivat hurmoksen syntymistä. Myös Apulannan konsertissa hurmoksellisen konsertin ainekset olivat olemassa, mikä heijastui sekä havainnointi- että haastatteluaineistosta. Toimintaympäristötekijät kuitenkin osaltaan häiritsivät optimaalisen elämyksen syntymistä sekä artistille että yleisölle. Jukka Pojan konsertissa hurmoksellisuus nousi esille yleisöhaastatteluista yksilötasolla, mutta artisti ei sitä kokenut. Näyttääkin siltä, että jotta hurmos olisi kollektiivinen kokemus, myös artistin pitäisi päästä hurmostilaan. Jos sitä ei ole, hurmos jää yksilötason kokemukseksi.

6 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

”Kun ihmiset tuntee jotain keikalla, ne kehittää energiaa, jota ei näe eikä kuule. Se energia työntyy lavalle, jolloin me bändin jäsenet imetään se itseemme ja räjäytetään takaisin yleisölle. Sitä voi verrata lentopalloon. Pallon täytyy vaan pysyä ilmassa mahdollisimman kauan.”

– Toni Wirtanen, *Apulanta (Rautavaara 2008.)*

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli tarkastella vuorovaikutuksen muotoja ja merkitystä elämyksen tuottamisessa ja kokemisessa live-konserteissa. Tutkimuksessa oltiin kiinnostuneita siitä, millaista vuorovaikutus live-konserteissa on, keiden välillä sitä on, ja mitkä tekijät edesauttavat tai haittaavat vuorovaikutuksen ja elämyksen syntymistä. Tutkimuksen tavoitteena oli tunnistaa tekijät, joilla vuorovaikutukseen voidaan vaikuttaa. Oman haasteensa työhön toi se, että elämyksellisyyttä live-konserteissa on tutkittu verrattain vähän. Siksi aihetta lähestyttiin elämyskirjallisuuden ja arvon yhteisluomista ja vuorovaikutusta käsittelevän kirjallisuuden lisäksi musiikin kuluttamista ja kuluttajien kokemuksia ja tyytyväisyyttä live-konserteista käsittelevän kirjallisuuden kautta. Lähteinä käytettiin myös joitakin psykologian tieteenalan tutkimuksia. Elämysten erityisluonteen ja monitahoisuuden vuoksi tutkimuksessa oli laadullinen ote, ja sen empiirinen osa pohjautui kolmen suomalaisen artistin live-konserttien havainnointiin sekä yleisö- ja artistihaastatteluihin. Useiden menetelmien käyttö huomioi elämyksen ainutlaatuisen luonteen ja mahdollisti elämyksen ja live-konsertin vuorovaikutustilanteen tarkastelun useasta eri näkökulmasta.

Tutkimusta tehtäessä oli huomioitava, että yksilöiden käyttäytymiselle ei voida koskaan luoda tyhjentävää mallia tai teoriaa, sillä heidän käyttäytymisensä juontaa lopulta aina toimijoiden ja ympäristön monimutkaisesta ja -tasoisesta vuorovaikutuksesta (Holbrook & Hirschman 1982, 139). Elämysten tutkiminen on haastavaa, sillä niiden subjektiivisuuden vuoksi kukaan ei voi päästä yhtä lähelle totuutta yksilön kokemasta elämyksestä kuin yksilö itse. Elämys on tapahtuma, joka tuotetaan vuorovaikutteisessa prosessissa, mutta koetaan aina subjektiivisesti yksilön mielessä (Pine & Gilmore 1999, 12; Sundbo 2009, 1). Ilman vuorovaikutusta ei ole elämystä. Vuorovaikutus tapahtuu useimmiten ihmisten välillä, mutta se voi yhtä lailla olla vuorovaikutusta musiikin, hetken tai tilan kanssa. Elämys ei synny tyhjiössä.

Palvelulla on tuottaja ja vastaanottaja, ja tuottaminen ja kuluttaminen tapahtuvat samanaikaisesti (Fisher ym. 2002, 44). Konserttielämys on kuitenkin sikäli ainutlaatuinen, että tuottajan ja kokijan roolit sekoittuvat, sillä sekä artisti että yleisö ovat elämyksen tuottajia ja kokijoita. *Live-konsertissa* tapahtuu lisäksi monensuuntaista vuorovaikutusta yhtä aikaa päällekkäin. Tällöin *vuorovaikutuksen merkitys elämyksen tuottamisessa ja kokemisessa on suurempi kuin perinteisessä palveluasetelmassa*. Tutkijat ovat väitelleet

siitä, pystyykö liiketaloustiede ylipäänsä selittämään live-konsertin kaltaisen tuotteen käyttäytymistä vai poikkeako se täysin muista markkinoista (Alanen 2011, 36). Juuri tämä elämyksen tuottaminen ja kokeminen yhteisöllisesti tekee live-konserteista ainutlaatuisen ja muista markkinoista täysin erillisen tutkimuskentän.

Live-konsertissa elämyksen tuottamiseen ja kokemiseen vaikuttavat toimintaympäristöön liittyvät tekijät ja vuorovaikutustekijät. Toimintaympäristötekijät joko edesauttavat tai häiritsevät yhteyden syntymistä vuorovaikutussuhteen osapuolten välille, ja yhteys on vuorovaikutuksen edellytys. Näihin tekijöihin artisti ei voi vaikuttaa tai voi vaikuttaa vain osittain (kuten valaistukseen, jos artistilla on mukana oma valaistusjärjestelmä). Lisäksi elämyksen tuottamiseen vaikuttavat vuorovaikutustekijät eli artistin asema, etäisyys sekä ilmeet, eleet ja verbaalinen kommunikointi. Näihin artisti puolestaan voi vaikuttaa. Vuorovaikutustekijöiden tarkoitus on luoda arvoa tuottavaa emotionaalista, kognitiivista ja sosiaalista vuorovaikutusta artistin ja yleisön välille, sillä vain arvoa tuottava vuorovaikutus voi johtaa elämykseen. Nämä kolme vuorovaikutustyyppiä johdettiin teoriasta, ja niissä luodaan erilaisia merkityksiä ja elämyksiä yleisön ja artistin välisessä vuorovaikutuksessa.

Yksilö voi kokea useita vuorovaikutustyyppisiä yhtäaikaan. Tutkimuksessa laadittiin viitekehys, jossa havainnollistettiin sitä, että jos yksilö kokee yhden vuorovaikutustyyppin riittävän voimakkaana tai useamman vuorovaikutustyyppin yhtäaikaan, vuorovaikutuksen intensiteetti kasvaa ja voi johtaa hurmukseen. Luomalla tämän kaltaisen hurmoksen ja yhdistämällä sen liiketoiminnallisesti kannattavaksi toiminnaksi yritys, oli se sitten tapahtumanjärjestäjä tai artisti, pystyy luomaan ylivertaisen kilpailuedun markkinoilla.

Elämys ei aina näydy fyysisenä toimintana eikä konsertteja voida luokitella kategorisesti, sillä artistit luovat niihin kappalevalinnoilla, valaistuksella ja tavalla esiintyä erilaisia tunnelmia, mikä vaikuttaa artistin ja yleisön väliseen vuorovaikutukseen. *Yksilön sijainti suhteessa elämyksen ulottuvuuksiin* (Pine & Gilmore 1999, 30) *on dynaaminen ja alati muuttuva*. Siksi yksilö voi kokea saman konsertin aikana erilaisia elämyksiä, jotka näyttäytyvät eri tavoilla.

Toimintaympäristö, tapahtuman luonne, etäisyys ja yleisön motiivi osallistua tapahtumaan ohjaavat vuorovaikutuksen suuntaa ja intensiteettiä. Ne selittävät, mitkä vuorovaikutussuhteet konsertissa korostuvat ja millaista vuorovaikutus on. Ne määrittävät myös sen, kenellä on käsissään onnistuneen tapahtuman avaimet – artistilla vai tapahtumanjärjestäjällä. Jos musiikin ensisijaisuuden aste tapahtumassa on alhainen, myös vuorovaikutus artistin ja yleisön välillä on todennäköisesti vähäistä. Silloin vuorovaikutus ja yleisön viihtyvyys jäävät pitkälti tapahtumanjärjestäjän vastuulle. Jos ensisijaisuuden aste on korkea, vastuu on artistin. Tapahtumanjärjestäjän tulisi tällöin mahdollistaa elämyksen syntyminen luomalla ympäristö, jossa vuorovaikutus artistin ja yleisön välillä olisi mahdollisimman helppoa. Tämä tarkoittaa toimintaympäristötekijöiden or-

ganisoimista asianmukaisella tavalla. *Toimintaympäristötekijöillä voidaan edesauttaa tai haitata vuorovaikutuksen ja elämyksen syntymistä, ja tapahtumanjärjestäjällä on suuri rooli vuorovaikutusmahdollisuuden luomisessa.* Kun konsertti etenee, vuorovaikutteisuudesta tulee tasaveroisempaa. Se ei olekaan enää artistivetoista, vaan myös yleisövetoista, jolloin yleisö ottaa tuottajan roolin yhdessä artistin kanssa. Parhaimmillaan vastuu vuorovaikutuksesta siirtyy yleisölle. Molemmat osapuolet luovat ja jakavat arvoa tuottavia elämyksiä vuorovaikutuksessa toistensa kanssa (Kotler ym. 2009, 409; Gamble & Gilmore 2013, 1860). Koska elämys tuotetaan ja koetaan samassa hetkessä, tuottamista ja kokemista ei voida erottaa toisistaan.

Konsertin vaiheilla on merkitystä vuorovaikutuksen luomisessa varsinkin tilanteessa, jossa artistin lähtöasetelma ja energiataso eivät ole nousseet ennen konsertin alkua toivotulle tasolle. Tällöin artisti pyrkii ensimmäisten kappaleiden aikana nostamaan oman energiatasonsa riittävän korkealle, jotta hän voi välittää energian takaisin yleisölle. *Konsertin aikana vuorovaikutuksen painopisteet muuttuvat. Vuorovaikutus on vaiheittaista ja ajallinen ilmiö* – jää murretaan ensin sisäisesti, yhtyeen kesken ja vasta sitten suhteessa yleisöön. Organisoimalla toimintaympäristötekijät oikein tapahtumanjärjestäjä voi vaikuttaa sekä artistin että yleisön lähtöasetelmaan ennen konserttia. Tällöin artisti voi lähteä tuottamaan heti konsertin alusta lisäarvoa ja elämyksellisyyteen johtavaa vuorovaikutusta. Mikäli toimintaympäristötekijöissä on puutteita, artisti voi joutua omalla toiminnallaan paikkaamaan niitä ja keräämään energiaa, jolloin elämyksen tuottamiselle ei ole yhtä suurta mahdollisuutta. Tapahtumanjärjestäjä saattaa helposti ajatella, että artisti on vain yksi yleisölle tarjottavista palveluista. Hänellä on kuitenkin kaksi asiakasta: yleisö ja artisti, ja hänen on huomioitava artisti siinä missä yleisökin.

Kun toimintaympäristötekijä on vuorovaikutuksen syntymistä vastaan, artistiin kohdistuu suurempi paine ja hänellä on suurempi vastuu vuorovaikutuksen muodostamisesta. Etäisyys on yksi merkittävimmistä vuorovaikutusta edesauttavista tai haittaavista tekijöistä. Etäisyyttä on olemassa kahdenlaista – fyysistä ja henkistä (vrt. Santoro & Troilo 2007, 112–113). *Vuorovaikutuksen luomisessa merkitsee paitsi mitattavissa oleva, objektiivinen etäisyys myös koettu, subjektiivinen etäisyys. Artisti ja yleisö voivat kokea todellisen etäisyyden eri tavoin.*

Artistilla on tarve kiinnittää konsertin vuorovaikutus johonkin eli löytää artistia ja yleisöä yhdistävä tekijä, joka on koko vuorovaikutuksen perusta. Artistin on ennen jokaista konserttia pysähdyttävä pohtimaan, mikä yhdistää artistia ja yleisöä tänään ja tässä konsertissa sekä kytkettävä vuorovaikutus tähän elementtiin. Jos artistia ja yleisöä yhdistävä tekijä juontaa yhteisestä, jaetusta historiasta ja on olemassa jo ennen konserttia, on vuorovaikutuspotentiaali kaikkein suurin ja toisaalta vaivattomin luoda. Vuorovaikutusperusta on artistilähtöinen, jolloin vuorovaikutus on lähtökohtaisesti vakaalla pohjalla. Jos tällaista elementtiä ei ole, artistin on löydettävä konserttikohtainen ja -lähtöinen tekijä, johon vuorovaikutus konsertissa kiinnittyy. Tämä vuorovaikutusperus-

tan löytäminen on yksin artistin vastuulla eikä tapahtumanjärjestäjä voi siihen vaikuttaa. Hän voi tarjota artistille vuorovaikutusta tukevat toimintaympäristötekijät sekä konserttilähtöiset vuorovaikutuselementit, mutta artistin tehtävä on kytkeä ne vuorovaikutukseen. Jos artisti ei oivalla vuorovaikutusperustan merkitystä konsertissa, hän voi tehdä virheratkaisuja sen suhteen, miten konsertti rakentuu.

Live-konsertin vuorovaikutuksesta voidaan teorian mukaan tunnistaa kolme vuorovaikutustyyppiä. Musiikkiin liittyy vahva emotionaalisuus, joka heijastuu artistin ja yleisön väliseen vuorovaikutukseen. Emotionaalisuus konsertissa voi kuitenkin liittyä muuhunkin kuin musiikkiin, kuten artistin ja yleisön jakamaan historiaan, tapahtumapaikkaan tai -aikaan. Sen merkitystä live-konserteissa tukee Tarssasen ja Kyläsen (2009, 15) ajatus siitä, että ”varsinainen elämys koetaan emotionaalisella tasolla”. Sosiaalinen vuorovaikutus perustuu puolestaan siihen, että musiikki on yhdessä koettua ja jaettua, ja siksi se on aina jossain määrin läsnä konserteissa. Musiikki koetaan yhdessä muiden kanssa, mutta se voi olla myös vain yksi elementti tapahtumassa, johon ihmiset olivat tulleet viettämään aikaa ystäviensä kanssa. Sosiaalinen vuorovaikutus tulee tapahtuman luonteesta ja musiikin ensisijaisuuden asteesta riippuen esille artistin ja yleisön tai yleisön keskinäisessä vuorovaikutuksessa. Live-konsertti eroaakin fyysisestä äänitteestä juuri dynaamisen ja sosiaalisen luonteensa vuoksi.

Kognitiivinen vuorovaikutus vaikuttaa olevan harvinaisin vuorovaikutustyyppi. Opetuksellisuus osana kognitiivista vuorovaikutusta voi näkyä aatteellisuutena, joka on usein tiedostettua ja artistia leimaavaa toimintaa. Provokaatio, yllätyksellisyys ja luovuus eivät sen sijaan ole välttämättä aina etukäteen suunniteltuja. *Kognitiivisessa vuorovaikutuksessa on siis pysyviä elementtejä ja tilannekohtaisia elementtejä.* Useimmiten konserttitilanne tarjoaa mahdollisuuden johonkin kognitiivisen vuorovaikutuksen elementtiin. Vaikka kognitiivinen vuorovaikutus ei noussut tutkimuskohteiden konserteissa merkittävään rooliin, ei se silti tarkoita, että sitä ei live-konserteissa esiintyisi. Tutkimuskohteilla ei ollut musiikissaan sellaista sanomaa kuin esimerkiksi Ultra Bralla tai edesmenneellä Veikko Lavilla, jonka kappaleet käsittelivät usein yhteiskunnan vähäosaisimpia. Kognitiiviselle vuorovaikutukselle on siis oikeastaan olemassa oma tyyliuuntansa. *Koska monet artistit välttelevät liian vahvaa sanomallisuutta musiikissaan, on kognitiivisen vuorovaikutuksen rooli usein muita vuorovaikutustyyppisiä pienempi.*

Se vuorovaikutustyyppi, joka kytkeytyy parhaiten yhteisesti jaettavissa olevaan vuorovaikutusperustaan, nostaa vuorovaikutuksen intensiteettiä ja johtaa todennäköisimmin hurmukseen, sillä se liikuttaa massoja, ei vain yksilöä. Jotta hurmos olisi kollektiivinen kokemus, yleisön lisäksi artistin pitäisi päästä hurmostilaan. Muuten se jää yksilötason kokemukseksi. Vuorovaikutus live-konserteissa on moninaista sen dynaamisuuden, ajallisuuden, eri vuorovaikutustyyppien ja niiden yhtäaikaaisuudesta johtuvien eri tasojen takia. Lisäksi konsertissa on useita vuorovaikutussuhteita, jotka tapahtuvat yhtä

aikaa päällekkäin. Tämä johtaa siihen, että *vuorovaikutuksen muodot ovat monimutkaisia eikä selkeää muotokategoriaa voida siksi osoittaa.*

Elämys ja vuorovaikutus ovat hankalia käsitteitä. Niiden abstraktiisuuden takia yritysjohdon ja markkinoinnin kentässä toimivien voi olla vaikea ymmärtää niiden merkitystä konserttien kaltaisten tapahtumien onnistumisen kannalta. Vaikka elämyksen ja vuorovaikutuksen merkitys tiedostettaisiinkin, käsitteistä on niiden subjektiivisuuden takia vaikea saada otetta: ne ikään kuin leijuvat ilmassa ja niitä on vaikeaa tutkia. Tämä voi olla yksi syy sille, että sosiaaliset suhteet ja vuorovaikutuksen merkitys on jätetty kaupallisen alan tutkimuskentässä vähäiselle huomiolle. Tästä syystä tapahtumanjärjestäjillä voi olla taipumus keskittyä toimintaympäristötekijöihin eli konkreettisiin asioihin, joihin se voi suoraan vaikuttaa. Heidän pitäisi kuitenkin muistaa, että organisoimalla toimintaympäristötekijät oikein he samalla tukevat elämykseen johtavaa vuorovaikutusta ja hurmoksen syntymistä, mikä on lopulta aina kaikkien osapuolten etu. Vuorovaikutusta ja siinä tuotettua elämystä voidaan hyödyntää markkinoinnissa siten, että vedotaan markkinoinnin kautta emotionaaliseen, kognitiiviseen ja sosiaaliseen vuorovaikutukseen, jossa yksilön elämys tuotetaan. Hurmosta tavoittelee paitsi artisti ja yleisö myös tapahtumanjärjestäjä, sillä hurmos saa ihmiset kuluttamaan.

Elämyshakuisuus on johtanut siihen, että tapahtumanjärjestäjät tarjoavat kuluttajille yhä suurempia ja mahtipontisempia konsertteja kuten rap-artisti Cheekin elokuussa 2014 järjestetyt loppuunmydyt konsertit Helsingin Olympiastadionilla. Tämä johtaa pienten tapahtumien kuihtumiseen, kun yleisö hakee elämyksellisyyttä entistä isommista puitteista. Pienten ja suurten tapahtumapaikkojen elämyksellisyys syntyy kuitenkin eri tekijöistä, ja vuorovaikutus niissä rakennetaan eri keinoin. Vuorovaikutuksen luomisen haaste on isoissa tapahtumissa erilainen, kun pyritään puhuttelemaan massoja eikä yleisöstä voi erottaa yksilöitä.

Lähtöasetelma eli mieliala ja odotukset ovat tärkeitä vuorovaikutusta ja elämyksen syntymistä edesauttavia tai haittaavia tekijöitä. Elämystä arvioidaan aina suhteessa aikaisempiin kokemuksiin. Cheek oli ensimmäinen suomalainen artisti, joka myi kaksi peräkkäisinä päivinä järjestettyä stadionkonserttia minuuteissa loppuun. Kyseessä oli tapahtuma, jolle ei löytynyt ennakkotapausta kotimaan musiikkimarkkinoilta, joten ihmisillä ei ollut kokemuksia, joihin verrata. Ainutlaatuisuutensa vuoksi konsertti ylitti monien yleisön jäsenten kaikki aiemmat kokemukset. Yleisö seiso i ja hurrasi konsertin alusta loppuun eturivistä piippuhyllyyn saakka. Cheekin esimerkki on näyttänyt tietä monille muille suomalaisille artisteille, jotka järjestävät kilvan jäähalli- ja stadionkonsertteja – nyt verrokki on kuitenkin jo olemassa. Vaatimukset hurmoksen syntymiselle kasvavat konsertti konsertilta, ja sen saavuttaminen vaatii yhä enemmän. Jossain vaiheessa konsertit eivät pysty enää vastaamaan niihin kohdistuneisiin odotuksiin. Siksi saatetaan pian saavuttaa lakipiste, jossa palataan juurille pieniin keikkapaikkoihin, joissa vuorovaikutus on suorinta ja henkilökohtaisinta.

Jatkotutkimuksessa olisi mielenkiintoista perehtyä syvällisemmin yleisön ajatuksiin ja kysyä heiltä, miten he arvottavat ja näkevät live-konsertin elämyksellisyyden ja sen vuorovaikutustilanteen. Toisaalta voitaisiin selvittää, ovatko tutkimustulokset ominaisia vain live-konserttikontekstissa vai voitaisiinko niitä soveltaa myös muissa kulutusympäristöissä. Tällaisia voisivat olla esimerkiksi urheilutapahtumat tai muut esittävät taiteet, kuten teatteri tai stand-up, joissa esiintyjän ja yleisön välisen vuorovaikutuksen merkitys on usein suuri.

Kaikki artistit kertoivat, että vuorovaikutus on erilaista isoissa ja pienissä tapahtumissa. Olisikin mielenkiintoista syventyä tarkemmin siihen, miten vuorovaikutus luodaan erikokoisissa ja erilaisissa toimintaympäristöissä, kuten suurissa stadion-konserteissa tai pienillä klubikeikoilla. Pyritäänkö esimerkiksi etäisyyttä häivyttämään massiivilla rakenteilla ja näyttävillä valoilla? Toisaalta voitaisiin selvittää, vaikuttaako toimintaympäristö siihen, mikä vuorovaikutustyyppi konsertissa korostuu. Artistihaastatteluista nousi lisäksi esille, että live-konserttien vuorovaikutus on erilaista eri maissa. Seuraavaksi voitaisiin tarkastella tarkemmin sitä, miten kulttuuri vaikuttaa artistin ja yleisön tapaan olla vuorovaikutuksessa keskenään. Toisaalta vuorovaikutus vaihtelee musiikkityylin mukaan. Voitaasiinkin tutkia, millaisia vuorovaikutustekijöitä eri musiikkityyleissä korostuu ja sitä, onko jokin vuorovaikutustyypeistä merkittävämpi kuin joku toinen. Jatkotutkimuksessa voitaisiin ottaa myös kaupallisempi ote ja pohtia, miten saatuja tutkimustuloksia voitaisiin hyödyntää tapahtumamarkkinoinnissa.

Vuorovaikutuksen merkityksen ymmärtäminen ja sen luominen konsertissa vaatii oppimisprosessin, jonka jokainen artisti käy tahollaan läpi. Artistin kokemus näkyy hänen vuorovaikutustaidoistaan. Ensimmäisinä vuosina oma yhtyeeni seisoj jähmettyneenä lavalla, ja olipa allekirjoittaneella vielä kappaleiden sanat kasvojen edessä, jotta yleisöön ei tarvitsisi vahingossakaan vilkaista. Sittemmin oman oivalluksen kautta opimme omannäköisen tavan olla lavalla vuorovaikutuksessa toistemme ja yleisön kanssa. Vuorovaikutuksen luomisen ja hallitsemisen taito on asia, joka vetää puoleensa yleisöä ja luo ikimuistoisia elämyksiä.

Tutkijana minulla oli konsertissa haastava tehtävä. Minun oli säilytettävä objektiivisuus tilanteessa, jossa konsertti vei minua kohti elämystä. Itsensä sulkeminen tilanteelta ei aina ole mahdollista, ja siksi läsnä ollut rinnakkaishavainnoija mahdollisti osaltaan tilanteen objektiivisen tarkastelun. Samalla kun pyrin objektiivisuuteen, antoi subjektiivinen kokemus vahvistusta analyysille. Edes tutkija ei voinut jättää sisintään koskematomaksi, kun 10 000 ihmistä nosti kädet kohti aurinkoa ja lauloi Uusivirran mukana ”*hei, on niin helppoo olla onnellinen*”.

LÄHTEET

- Aaker, J. – Fournier, S. (1995) A brand as a character, a partner and a person: three perspectives on the question of brand personality. Teoksessa: *Advances in consumer research Vol. 22*, toim. F. M. Kardes – M. Sujan, 391–395. Association for Consumer Research, Provo.
- Ahjopalo, J. (2014) Joensuulaispoliitikko järkyttyi Olavi Uusivirrasta – miesten suuteleminen oli liikaa. YLE Uutiset, 16.7.2014. <http://yle.fi/uutiset/joensuulaispoliitikko_jarkyttyi_olavi_uusivirrasta_miesten_suuteleminen_oli_liikaa/7358945>, haettu 27.2.2015.
- Aho, S. (2001) Matkailuelämys prosessina: elämysten synnyn ja kehityksen vaiheet. Teoksessa: *Matkailuelämykset tutkimuskohteina*, toim. S. Aho – A. Honkanen – J. Saarinen, 32–50. Lapin yliopiston matkailun julkaisuja B. Tutkimusraportteja ja selvityksiä 6, Rovaniemi.
- Alanen, A. (2011) Elävän musiikin markkinat käännekohdassa. *Tieto & Trendit* 3/2011, 32–37.
- Alasuutari, P. (2011) *Laadullinen tutkimus 2.0*. 4. p. Vastapaino, Tampere.
- Apulanta (2014) <http://www.apulanta.fi/files/7814/1372/5350/Attachment-1_kopio.jpeg>, haettu 19.10.2014.
- Apulanta (2015) <<http://www.apulanta.fi>>, haettu 15.3.2015.
- Arnould, E. J. – Price, L. L. (1993) River magic: extraordinary experience and the extended service encounter. *Journal of Consumer Research*, Vol. 20 (1), 24–45.
- Arnould, E. J. – Price, L. L. – Zinkhan, G. M. (2004) *Consumers*. 2. p. McGraw-Hill/Irwin, New York.
- Atton, C. (2012) Genre and the cultural politics of territory: the live experience of free improvisation. *European Journal of Cultural Studies*, Vol. 15 (4), 427–441.
- Ballantyne, D. – Varey, R. (2006) Creating value-in-use through marketing interaction: the exchange logic of relating, communicating and knowing. *Marketing Theory*, Vol. 6 (3), 335–348.
- Brocato, E. D. – Voorhees, C. M. – Baker, J. (2012) Understanding the influence of cues from other customers in the service experience: a scale development and validation. *Journal of Retailing*, Vol. 88 (3), 384–398.
- Cammaerts, B. – Mansell, R. – Bingchun, M. (2013) Copyright & creation: a case for promoting inclusive online sharing. Media Policy Brief 9. The London School of Economics and Political Science. Department of Media and Communications. <<http://www.lse.ac.uk/media@lse/documents/MPP/LSE-MPP-Policy-Brief-9-Copyright-and-Creation.pdf>>, haettu 18.10.2013.

- Carson, D. – Gilmore, A. – Perry, C. – Gronhaug, K. (2001) *Qualitative marketing research*. Sage Publications, London.
- Carù, A. – Cova, B. (2005) The impact of service elements on the artistic experience: the case of classical music concerts. *International Journal of Arts Management*, Vol. 7 (2), 39–54.
- Carù, A. – Cova B. (2007a) Consumer immersion in an experiential context. Teoksessa: *Consuming experience*, toim. A. Carù – B. Cova, 34–47. Routledge, London.
- Carù, A. – Cova B. (2007b) Consuming experiences: an introduction. Teoksessa: *Consuming experience*, toim. A. Carù – B. Cova, 3–16. Routledge, London.
- Clandinin, D. J. – Connelly, F. M. (1998) Personal experience methods. Teoksessa: *Collecting and interpreting qualitative materials*, toim. N. K. Denzin – Y. S. Lincoln, 150–178. Sage, Thousand Oaks.
- Czikszentmihalyi, M. (1991) *Flow: the psychology of optimal experience*. Harper-Collins, New York.
- Czikszentmihalyi, M. (1997) *Finding flow*. Perseus, New York.
- Czikszentmihalyi, M. – Robinson R. (1990) *The art of seeing*. J. Paul Getty Museum, Los Angeles.
- Davies, E. (1969) Psychological characteristics of Beatle mania. *Journal of the History of Ideas*, Vol. 30 (2), 273–280.
- Duhaime, C. – Joy, A. – Ross, C. (1995) Learning to see: a folk phenomenology of the consumption of contemporary Canadian art. Teoksessa: *Contemporary marketing and consumer behaviour: an anthropological sourcebook*, toim. J. F. Sherry, 351–398. Sage, Thousand Oaks.
- Earl, P. E. (2001) Simon's travel theorem and the demand for live music. *Journal of Economic Psychology*, Vol. 22 (1), 335–358.
- Edgell, S. – Hetherington, K. (1996) Introduction: consumption matters. Teoksessa: *Consumption matters: the production and experience of consumption*, toim. S. Edgell – K. Hetherington – A. Warde, 1–8. Blackwell, Oxford.
- Ehrenreich, B. – Hess, E. – Jacobs, G. (1992) Beatlemania: girls just want to have fun. Teoksessa: *The adoring audience: fan culture and popular media*, toim. L. A. Lewis, 84–106. Routledge, London.
- Emma Gaala (2014) <<http://www.emmagaala.fi/fi/arkisto>>, haettu 16.12.2014.
- Eriksson, P. – Kovalainen, A. (2008) *Qualitative methods in business research*. Sage Publications, London.
- Eskola, J. – Suoranta, J. (1998) *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Vastapaino, Tampere.

- Firat, A. F. – Dholakia, N. – Venkatesh, A. (1995) Marketing in a postmodern world. *European Journal of Marketing*, Vol. 29 (1), 40–56.
- Fisher, C. M. – Pearson, M. – Barnes, J. (2002) A study of strength of relationship between music groups and their external service providers: impacts on music group success. *Services Marketing Quarterly*, Vol. 24 (2), 43–60.
- Gamble, J. – Gilmore, A. (2013) A new era of consumer marketing? An application of co-creational marketing in the music industry. *European Journal of Marketing*, Vol. 47 (11), 1859–1888.
- Golden, B. R. (1992) The past is past – or is it? The use of retrospective accounts as indicators of past strategy. *Academy of Management Journal*, Vol. 35 (4), 848–860.
- Gould, S. J. (1995) Researcher introspection as a method in consumer research: applications, issues, and implications. *Journal of Consumer Research*, Vol. 21 (4), 719–722.
- Goulding, C. – Shankar, A. – Elliott, R. – Canniford, R. (2009) The marketplace management of illicit pleasure. *Journal of Consumer Research*, Vol. 35 (1), 759–771.
- Grove, S. J. – Fisk, R. P. – Bitner, M. J. (1992) Dramatizing the service experience: a managerial approach. Teoksessa: *Advances in services marketing and management*, toim. T. A. Schwarz – D. E. Bowen – S. W. Brown, 91–121. JAI Press, San Francisco.
- Grönfors, M. (1982) *Kvalitatiiviset kenttätutkimukset*. 2. painos. WSOY, Helsinki.
- Grönroos, C. – Ravald, A. (2011) Service as business logic: implications for value creation and marketing. *Journal of Service Management*, Vol. 22 (1), 5–22.
- Grönroos, C. – Voima, P. (2013) Critical service logic: making sense of value creation and co-creation. *Journal of the Academic Marketing Science*, Vol. 41 (1), 133–150.
- Guba E. G. – Lincoln, Y. S. (1985) *Naturalistic inquiry*. Sage Publications, Beverly Hills, California.
- Guba, E. G. – Lincoln, Y. S. (1998) Competing paradigms in qualitative research. Teoksessa: *The landscape of qualitative research: theories and issues*, toim. N. K. Denzin – Y. S. Lincoln, 195–220. Sage, Thousand Oaks.
- Gummesson, E. (2005) Qualitative research in marketing: road-map for a wilderness of complexity and unpredictability. *European Journal of Marketing*, Vol. 39 (3), 309–237.
- Gupta, S. – Vajic, M. (2000) The contextual and dialectical nature of experiences. Teoksessa: *New service development: creating memorable experiences*, toim. J. A. Fitzsimmons – M. J. Fitzsimmons, 33–51. Sage Publications, London.

- Happonen, R. (2014) Toni Wirtanen ja Jone Nikula osallistuvat kertausharjoituksiin ”koiraspuolisina lottina”. Kaleva, 6.10.2014. <<http://www.kaleva.fi/viihde/toni-wirtanen-ja-jone-nikula-osallistuvat-kertausharjoituksiin-koiraspuolisina-lottina/677703/>>, haettu 27.2.2015.
- Hargreaves, D. J. – North, A. C. (1999) The functions of music in everyday life: redefining the social in music psychology. *Psychology of Music*, Vol. 27 (1), 71–83.
- Hausman, A. (2011) Attribute satisfaction and experiential involvement in evaluations of live musical performance: theory and managerial implications for services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 18 (1), 210–217.
- Hirsjärvi, S. – Hurme, H. (2000) *Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Yliopistopaino, Helsinki.
- Hirsjärvi, S. – Remes, P. – Sajavaara, P. (2004) *Tutki ja kirjoita*. 10. painos. Tammi, Helsinki.
- Holbrook, M. B. – Hirschman, E. C. (1982) The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, Vol. 9 (2), 132–140.
- Holak, S. L. – Havlena, W. J. (1998) Feelings, fantasies and memories: an examination of the emotional components of nostalgia. *Journal of Business Research*, Vol. 42 (1), 217–226.
- Jain, R. – Bagdare, S. (2011) Music and consumption experience: a review. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 39 (4), 289–302.
- Jukka Poika (2015) <<http://wp.jukkapoika.com/>>, haettu 5.1.2015.
- Kallonen, A. (2013) Huomenta Suomi, haastattelu 21.3.2013.
- Kapoulas, A. – Mitic, M. (2012) Understanding challenges of qualitative research: rhetorical issues and reality traps. *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 15 (4), 354–368.
- Karhumaa, M. (2000) *Musiikkibisnes – kevyt musiikki ammattina ja liiketoimintana*. Oy Edita Ab, Helsinki.
- Karhumaa, M. – Lehtman, I. – Nikula, J. (2010) *Musiikki liiketoimintana*. Kustannusosakeyhtiö Teos, Helsinki.
- Komppula, R. (2002) Voiko matkailuyritys tuottaa elämyksiä? Keskustelua matkailutuotteesta ja tuotekehityksestä. Teoksessa: *Elämys – teollisuutta, taloutta vai jotakin muuta?* toim. J. Saarinen, 55–72. Lapin yliopisto, menetelmä-tieteen laitos, Rovaniemi.
- Kotala, K. (2014) Olavi Uusivirta nykyisestä kokoonpanostaan: Kaikki tuntuu luontevalta. <<http://www.voice.fi/musiikki/olavi-uusivirta-nykyisesta-kokoonpanostaan-kaikki-tuntuu-luontevalta/1/63559>>, haettu 22.9.2014.

- Kotler, P. – Keller, K. L. – Brady, M. – Goodman, M. – Hansen, T. (2009) *Marketing management*. Pearson Education Limited, Harlow.
- Kubacki, K. (2008) Jazz musicians: creating service experience in live-performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 20 (4), 303–313.
- Kubacki, K. – Croft, R. (2004) Mass marketing, music, and morality. *Journal of Marketing Management*, Vol. 20 (1), 577–590.
- Kubacki, K. – Skinner, H. – Parfitt, S. – Moss, G. (2007) Comparing nightclub customers' preferences in existing and emerging markets. *Hospitality Management*, Vol. 26 (1), 957–773.
- Lahikainen, A. R. – Pirttilä-Backman, A–M. (2000) *Sosiaalipsykologian perusteet*. 1. painos. Otava, Helsinki.
- Laitinen, J. (2015) *Pimeys kiehtoo festivaalien järjestäjiä*. Helsingin Sanomat 28.3.2015, 24–25.
- Lamont, A. (2011) University students' strong experiences of music: pleasure, engagement and meaning. *Musicae Scientiae*, Vol. 15 (2), 229–249.
- Larsen, G. – Lawson, R. – Todd, S. (2009) The consumption of music as self-representation in social interaction. *Australasian Marketing Journal*, Vol. 17 (1), 16–26.
- Larsen, G. – Lawson, R. – Todd, S. (2010) The symbolic consumption of music. *Journal of Marketing Management*, Vol. 26 (7–8), 671–685.
- Lee, J. H. (2015) Using popular music as a teaching tool: a literature review. *Asia-pacific Journal or Multimedia Services Convergent with Art, Humanities, and Sociology*. Vol. 5 (1), 99–106.
- Lund, N. L. – Kranz, P. L. (1994) Notes on emotional components of musical creativity and performance. *The Journal of Psychology*, Vol. 128 (6), 635–640.
- Lusch, R. – Vargo S. (2006) Service-dominant logic: reactions, reflections and refinements. *Marketing Theory*, Vol. 6 (3), 281–288.
- Maffesoli, M. (1996) *The time of the tribes: the decline of individualism in mass society*. Sage, London.
- Mankkinen, J. (2012) Ultra Bran paluu ruuhkautti lippufirman sivut. <http://yle.fi/uutiset/ultra_bran_paluu_ruuhkautti_lippufirman_sivut/5053382>, haettu 2.4.2013.
- Martin, C. – Pranter, C. (1989) Compatibility management: customer-to-customer relationships in service environments. *Journal of Services Marketing*, Vol. 3 (3), 5–15.
- Maslow, A. H. (1954) *Motivation and personality*. Harper, New York.

- Mattila, M. (2013) *Logomo ei lämmennyt Jenni Vartiaiselle*. Turun Sanomat 8.12.2013, 20.
- Mattila, M. (2014) *Eläkö livebisnes tekohengityksen varassa?* Turun Sanomat 24.11.2014, 17.
- Mikola, T. (2014) Olavi Uusivirta ja Timo Kämäräinen Ruisrockissa 2014. Valokuva, 4.7.2014.
- Minor, M. S. – Wagner, T. – Brewerton, F. J. – Hausman, A. (2004) Rock on! An elementary model of customer satisfaction with musical performances. *Journal of Services Management*, Vol. 18 (1), 7–18.
- Minowa, Y. – Glover, D. S. (2009) Consuming the black gospel culture: an interpretive study of symbolic exchanges. Teoksessa: *Advances in consumer research*, Vol. 36, toim. A. L. McGill – S. Shavitt, 266–272. Association for Consumer Research, San Francisco.
- Moelants, D. – Demey, M. – Grachten, M. – Wu, C.-F. – Leman, M. (2012) The influence of an audience on performers: a comparison between rehearsal and concert using audio, video and movement data. *Journal of New Music Research*, Vol. 41 (1), 67–78.
- Montoro-Pons, J. D. – Cuadrado-García, M. (2011) Live and prerecorded music consumption. *Journal of Cultural Economics*, Vol. 35 (1), 19–48.
- Musiikki on tunnetta ja eliksiiriä (2011) Yleisradio. <<http://yle.fi/vintti/yle.fi/satumaa/satumaa/ajankohtaista/2011-10-24/musiikki-on-tunnetta-ja-eliksiiria.htm>>, haettu 15.3.2013.
- Mustak, M. – Jaakkola, E. – Halinen, A. (2013) Customer participation and value creation: a systematic review and research implications. *Managing Service Quality*, Vol. 23 (4), 341–359.
- Möysän baari (2014) <<http://www.moysa.fi/moysan-baari/>>, haettu 17.10.2014.
- Möysän entinen Esso laajentaa ravintolabisnestä (2011) YLE Lahti, 18.8.2011. <http://yle.fi/uutiset/moysan_entinen_esso_laajentaa_ravintolabisnesta/5408879>, haettu 17.10.2014.
- Nicholls, R. (2010) New directions for customer-to-customer interaction research. *Journal of Services Marketing*, Vol. 24 (1), 87–97.
- Nuttall, P. (2008) Thank you for the music? The role and significance of music for adolescents. *Young Consumers*, Vol. 9 (2), 104–111.
- Ordanini, A. – Parasuraman, A. (2012) A conceptual framework for analyzing value-creating service ecosystems: an application to the recorded-music market. *Review of Marketing Research*, Vol. 9 (1), 171–205.

- Perttula, J. (2002) Kiintopisteitä, ydinteemoja ja prototyypppejä: luonnos matkailun ja matkailuelämyksen psykologiaksi. Teoksessa: *Elämys – teollisuutta, taloutta vai jotakin muuta?* toim. J. Saarinen, 31–54. Lapin yliopisto, menetelmätieteen laitos, Rovaniemi.
- Pieni juhla-kiertue (2011) Blogiteksti Anssi Kelan kotisivuilla. <<http://www.anssikela.com/2011/09/02/pieni-juhla-kiertue/>>, haettu 14.11.2013.
- Pine, G. – Gilmore, J. (1999) *The experience economy: work is theater & every business a stage*. Harvard Business School Press, Boston.
- Polkinghorne, D. E. (2005) Language and meaning: data collection in qualitative research. *Journal of Counselling Psychology*, Vol. 52 (2), 137–145.
- Rajasaari, K. – Rousu, J. – Lipponen, K. (2011) *Jukka Poika*. Johnny Kniga Publishing, Helsinki.
- Rautavaara, Y. (2008) Haastattelu: Onko Apulanta sanottavansa sanonut? <<http://dome.fi/musiikki/haastattelut/haastattelu-onko-apulanta-sanottavansa-sanonut>>, haettu 21.3.2013.
- Riikonen, J. (2015) Livearvio: ehkä te muutkin nyt tajuatte, että meidän Apulanta on maailman paras rokkibändi. Rumba, 10.1.2015. <<http://www.rumba.fi/live/livearvio-ehka-te-muutkin-nyt-tajuatte-etta-meidan-apulanta-maailman-paras-rokkibandi/>>, haettu 30.1.2015.
- Rondán-Cataluña F. J. – Martín-Ruiz, D. (2010) Customers' perceptions about concerts and CDs. *Management Decision*, Vol. 48 (9), 1410–1421.
- Ruisrock (2014) <<http://www.ruisrock.fi/>>, haettu 1.10.2014.
- Ruisrock (2015) <<http://www.ruisrock.fi/>>, haettu 1.3.2015.
- Rummukainen, A. (2014) Olavi Uusivirta festarisuutelusta: “Maailma on monimuotoinen, Marjatta.” YLE Uutiset, 16.7.2014. <http://yle.fi/uutiset/olavi_uusivirta_festarisuutelusta_maailma_on_monimuotoinen_marjatta/7359142>, haettu 27.2.2015.
- Ruud, E. (1997) Music and identity. *Nordic Journal of Music Therapy*, Vol 6 (1), 3–13.
- Saarijärvi, H. – Kannan, P. K. – Kuusela, H. (2013) Value co-creation: theoretical approaches and practical implications. *European Business Review*, Vol. 25 (1), 6–19.
- Saarinen, J. (2002) “Elämyksiä, elämyksiä, elämyksiä”: lyhyt johdatus elämystalouteen ja -tutkimukseen. Teoksessa: *Elämys – teollisuutta, taloutta vai jotakin muuta?* toim. J. Saarinen, 5–16. Lapin yliopisto, menetelmätieteen laitos, Rovaniemi.
- Salminen, K. (2013) *Hysteria on hyvä bisnes*. Turun Sanomat 20.10.2013, 20.

- Sandström, S. – Edvardsson, B. – Kristensson, P. – Magnusson, P. (2008) Value in use through service experience. *Managing Service Quality*, Vol. 18 (2), 112–126.
- Santoro, C. – Troilo, G. (2007) The drivers of hedonic consumption experience: a semi-otic analysis of rock concerts. Teoksessa: *Consuming experience*, toim. A. Carù – B. Cova, 109–125. Routledge, London.
- Sasioglu, M. (2014) Olavi Uusivirta tasapainottelee intohimojen ja toiveiden välillä. Vantaan Sanomat, 14.4.2014. <<http://www.vantaansanomat.fi/artikkeli/290333-olavi-uusivirta-tasapainottelee-intohimojen-ja-toiveiden-valilla>>, haettu 22.9.2014.
- Schmitt, B. (1999) Experiental marketing. *Journal of Marketing Management*, Vol. 15 (1–3), 53–67.
- Shankar, A. (2000) Lost in music? Subjective personal introspection and popular music consumption. *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 3 (1), 27–37.
- Shaw, C. – Ivens, J. (2005) *Building great customer experiences*. Palgrave MacMillan, New York.
- Sherry, J. – Kozinets, R. – Borghini, S. (2007) Agents in paradise: experiental co-creation through emplacement, ritualization and community. Teoksessa: *Consuming experience*, toim. A. Carù – B. Cova, 17–33. Routledge, London.
- Sieravuori (2015) <<http://www.sieravuori.fi/fi/>>, haettu 10.3.2015.
- Sillanpää, K. (2014) Jukka Poika Sieravuoren juhannus -tapahtumassa 2014. Valokuva, 19.6.2014.
- Sundbo, J. (2009) *Expressive consumption: experience as a general business logic*. Tutkimus esitetty: EIASM Naples Forum on Services: Service-Dominant Logic, Service Science, and Network Theory. 16.–19.6.2009, Capri, Italia, 1–17.
- Sundbo, J. – Darmer, P. (2008) Introduction to experience creation. Teoksessa: *Creating experiences in the experience economy*, toim. J. Sundbo – P. Darmer, 1–12. Elgar, Cheltenham.
- Tarssanen, S. – Kylänen, M. (2009) Elämys – mikä se on? Teoksessa: *Elämystuottajan käsikirja*, toim. S. Tarssanen, 8–20. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus, Rovaniemi.
- Tolppanen, E. (2014) Musiikkialan talous Suomessa 2013. Tunnuslukuja ja tutkimuksia 7. Music Finland. <http://musicfinland.fi/fi/media/dokumentit/Tunnuslukuja_ja_tutkimuksia_7_talous2013.pdf>, haettu 19.3.2015.
- Tolvanen, V. (2013) *Lost in digital translation*. Esitelmä Mainostorstai -tapahtumassa Turussa 7.11.2013.

- Tombs, A. – McColl-Kennedy, J. R. (2003), Social-servicescapes conceptual model. *Marketing Theory*, Vol. 3 (4), 447–475.
- Toni Wirtanen: biisien sanat nykyään kiven alla (2013) Toni Wirtasen radiohaastattelu YLEX:lla 11.7.2013. <<http://ylex.yle.fi/uutiset/popuutiset/toni-wirtanen-biisien-sanat-nykyaan-kiven-alla>>, haettu 23.10.2013.
- Uusivirta Ruisrockissa 2014 (2014) Uusivirran Facebook-sivut. <<https://www.facebook.com/OlaviUusivirta/photos/pb.334334246593880.-2207520000.1428817836./842463369114296/?type=3&theater>>, haettu 20.3.2015.
- Vargo, S. L. – Lusch, R. F. (2004) Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, Vol. 68 (1), 1–17.
- Vargo, S. L. – Lusch, R. F. (2008) Service-dominant logic: continuing the evolution. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 26 (1), 1–10.
- Vilkkumaa, M. (2014) Maija Vilkkumaa Emma-gaalassa 2014 jakaessaan yleisö-Emma-palkintoa. 7.3.2014.
- Väntänen, A. (2014) *Apulanta – kaikki yhdestä pahasta*. Like Kustannus Oy, Helsinki.
- Willis, P. (1990) *Common culture*. Open University Press, Milton Keynes.
- Österman, N. (2014) Olavi Uusivirta keikkailee ja hoitaa vauvaa. Helsingin Uutiset. <<http://www.helsinginuutiset.fi/artikkeli/286797-olavi-uusivirta-keikkailee-ja-hoitaa-vauvaa>>, haettu 22.9.2014.

LIITTEET

LIITE 1 HAVAINNOINTISUUNNITELMA

HAVAINNOINTISUUNNITELMA

Taustatiedot
Esiintyvä artisti
Päivämäärä
Paikka
Tapahtumapaikka ja toimintaympäristötekijät
Konserttilipun hinta
Paikan saavutettavuus
Millainen paikka? Kuvaile.
Jonotus
Palvelu (järjestyksenvalvojat, baarihenkilökunta, yms.)
Alkoholitarjonta kyllä/ei
Ruokatarjonta kyllä/ei
Saniteettitilat
Lämmittelybändi/muut esiintyvät artistit
Ohjelman mukaan konsertti alkaa
Konsertti alkoi todellisuudessa
Konsertin päättymisaika
Lavan muoto ja etäisyys suhteessa yleisöön
Valot (kyllä/ei)
Jos kyllä, kohdistettiinke valoja konsertin aikana myös yleisöön? (kyllä/ei)
Savukone (kyllä/ei)
Lämpötila
Musiikin äänenvoimakkuus

Artisti ja vuorovaikutus yleisön kanssa
Kuinka monta esiintyjää lavalla on?
Artistin ulkomuodon kuvailu
<i>Vuorovaikutustekijät</i>
Katsekontakti
Verbaalinen viestintä (välispiikit, huudahdukset)
Ilmeet ja eleet
Muuta

Yleisö ja vuorovaikutus artistin kanssa
Arvioitu sukupuolijakauma
Arvioitu ikäjakauma
Yleisön ulkomuodon kuvailu
Yleisön sijoittuminen suhteessa artistiin ja esiintymislavaan (onko havaittavissa selkeää kaavaa siitä, ketkä hakeutuvat eturiviin ja ketkä jättäytyvät taakse)
<i>Vuorovaikutustekijät</i>
Katsekontakti
Verbaalinen viestintä (huudahdukset, mukana laulaminen yms.)
Ilmeet ja eleet
Välineellinen vuorovaikutus (kyltit, banderollit, sytkärit, yms.)
Muuta

Lähteekö yleisö kesken pois?
Yleisön käyttäytymisen erot eri puolilla toimintaympäristöä keikan aikana (esim. eturivi vs. takarivi)
Suosittujen kappaleiden vaikutus yleisöön

Artistien keskinäinen vuorovaikutus
Laulajan rooli suhteessa muihin esiintyjiin (paikka lavalla yms.)
<i>Vuorovaikutustekijät</i>
Katsekontakti
Verbaalinen viestintä
Ilmeet ja eleet
Muuta

Yleisön keskinäinen vuorovaikutus
<i>Vuorovaikutustekijät</i>
Kuinka tiiviisti yleisö on sijoittunut suhteessa toisiinsa?
Katsekontakti
Ilmeet ja eleet
Muuta

LIITE 2 YLEISÖHAASTATTELUIDEN RUNKO

TEEMAHAASTATTELURUNKO (YLEISÖ)

Kysymykset havainnoinnin kohteena olleesta live-konsertista

1. Mikä fiilis sinulle jäi keikasta? Miksi?
2. Mikä oli parasta? Miksi?
3. Jäikö jokin puuttumaan? Mikä?
4. Oletko käynyt paljon *tähän artistin nimi* keikoilla?

LIITE 3 ARTISTIHAASTATTELUIDEN RUNKO

TEEMAHAASTATTELURUNKO (ARTISTI)

Kysymykset havainnoinnin kohteena olleesta live-konsertista.

Ennen konserttia (lähtöasetelma, toimintaympäristötekijät)

1. Millaiset fiilikset ja odotukset sinulla oli ennen keikkaa?
2. Miten järjestelyt sujuivat? (sound check, muut järjestelyt)
3. Millainen *tähän keikkapaikan nimi* oli keikkapaikkana? Millaista siellä oli vetää?

Konsertin aikana (vuorovaikutustekijät, vuorovaikutus, hurmos)

4. Millaiset fiilikset sinulla oli konsertin aikana? Entä jälkikäteen – miten keikka meni?
5. Miten tärkeänä koet vuorovaikutuksen yleisön kanssa? Mitä teet sen eteen/miten yleensä otat kontaktia yleisöön? Millä tavalla otit tämän keikan aikana kontaktia yleisöön?
6. Miten bändin yhteispeli toimi?
7. Millainen yleisö keikalla oli? Oliko yleisössä jotakin/tekikö yleisö jotakin, mikä kiinnitti huomion?
8. Mikä oli mielestäsi konsertin kohokohta? Miksi? (*hurmos*)

Konsertin jälkeen

9. Millaista palautetta saitte keikan jälkeen?

Kysymykset artistin live-konserttikokemuksista ylipäättään.

Yleisö

10. Minkälainen on stereotyyppinen yleisösi? Kuvaile.
11. Miksi uskot ihmisten kuuntelevan musiikkiasi? Miksi he tulevat keikoillesi?
12. Miten yleisö käyttäytyy keikoillasi?

Artisti

13. Mitä keikkailu sinulle merkitsee? Miksi keikkaillet?
14. Mistä tekijöistä onnistunut keikka syntyy? Mikä on konserttien paras puoli?
15. Mikä on ollut paras keikkasi? Mikä siitä teki parhaan? Kuvaile.
16. Mitä pidät epäonnistuneimpana keikkanasi/mistä on jäänyt ikävimmät muistot? Miksi?
17. Mikä on se sanoma, jonka haluat musiikillasi yleisöllesi viestiä? Mitä tunteita haluat herättää? Haluatko artistina vaalia joitakin perinteitä?
18. Millaisen kokemuksen haluat tarjota yleisöllesi? Mitä uskot, että voit parhaimmillasi yleisölle tarjota?
19. Onko suhde yleisöön ja yleisön käyttäytyminen keikoilla muuttunut artistivuosisi aikana? Miten?
20. Millaisia tunteita koet keikalla? Millainen kokemus keikka on tunnetasolla? Voitko kertoa jonkun esimerkin vahvasta tunnekokemuksesta? Missä tämä tapahtui, millaisia tunteita heräsi ja miksi uskot tällaisen tunnekokemuksen syntyneen? Kerro tilanteesta.
21. Millaista yhteisöllisyyden tunnetta koet keikalla itsesi ja yleisösi välillä? Koetko, että siinä on tapahtunut muutosta vuosien varrella? Onko sinulla esimerkkiä vahvasta yhteisöllisyyden tunteesta keikalla? Miksi uskot tällaisen yhteisöllisyyden tunteen syntyneen?