

YLEISÖT MUSIIKKIFESTIVAALIN TOIMINNASSA

**Kaustinen Folk Music Festivalin, Kuhmon Kamarimusiikin,
Pori Jazzin ja Ruisrockin yleisöt, yleisöjen odotukset ja
niihin vastaaminen festivaalijärjestäjien näkökulmasta**

Tuuli-Maria Grönroos

Pro gradu -tutkielma

Musiikkitiede,

Kulttuuripolitiikan

maisteriohjelma

Syksy 2011

Jyväskylän yliopisto

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty HUMANISTINEN TIEDEKUNTA	Laitos – Department MUSIIKIN LAITOS
Tekijä – Author Tuuli-Maria Sanelma Grönroos	
Työn nimi – Title YLEISÖT MUSIIKKIFESTIVAALIN TOIMINNASSA – Kaustinen Folk Music Festivalin, Kuhmon Kamarimusiikin, Pori Jazzin ja Ruisrockin yleisöt, yleisöjen odotukset ja niihin vastaaminen festivaalijärjestäjien näkökulmasta	
Oppiaine – Subject Musiikkitiede, Kulttuuripolitiikan maisteriohjelma	Työn laji – Level Pro gradu -tutkielma
Aika – Month and year Elokuu 2011	Sivumäärä – Number of pages 91
Tiivistelmä – Abstract <p>Tutkielmassa tarkasteltiin, millaisia ovat musiikkifestivaalien järjestäjien käsitykset yleisöistä sekä erilaisista yleisön ja osin yhteiskunnankin odotuksista festivaalia kohtaan: millaiseksi festivaalitoimijat yleisön kokevat, miten erilaisia yleisöjä tavoitellaan ja mitä haastatellut festivaalijärjestäjät ajattelevat festivaalinsa tarjoavan. Kulttuurifestivaaleilla on aiemmin sekä Suomessa että kansainvälisesti toteutettu erilaisia yleisötutkimuksia, mutta tapahtumien järjestäjien näkökulmasta yleisökäsityksiä ja niihin liittyviä toimintatapoja on tutkittu vähemmän.</p> <p>Tutkimus toteutettiin empiirisesti, puolistrukturoitujen teemahaastattelujen avulla. Tutkimusaineistoksi valittiin harkinnanvaraisesti neljä haastateltavaa, joista kukin edusti Suomen mittakaavassa suurta ja pitkäikäistä musiikkifestivaalia. Haastateltavat toimivat festivaalinsa johtajan tai ympärivuotisen tuottajan asemassa. Haastattelujen pohjalta ilmeni, että yleisö koetaan ennen kaikkea heterogeenisenä ja erilaisista profiileista koostuvana joukkona ihmisiä. Tämä huomioidaan sekä festivaalien markkinoinnissa että ohjelmistojen ja oheispalveluiden suunnittelussa. Yleisöä ei haluta festivaalijärjestäjien toimesta mielellään määritellä mihinkään yhteen tyyppillisen kävijän muottiin sopivaksi, jolloin ohjelmistosuunnittelussa pyritään tarjoamaan festivaalille ominaisten tyylillisten puitteiden sisällä ohjelmaa mahdollisimman monelle. Painopisteeksi 2000-luvun festivaalisuunnittelussa tässä tutkituilla musiikkifestivaaleilla onkin muodostunut erilaisten, sekä pitkäaikaisten että uusien yleisöjen palveleminen. Yleisöltä saatavia esiintyjätoiveita on usein vaikeaa noudattaa sellaisinaan, joten yleisöjen tarpeiden tyydyttämistä lähestytään ennen kaikkea ohjelmiston ja oheispalveluiden monipuolisuuden ja laadukkuuden kautta. Se, mitä tämän tutkielman festivaalit pyrkivät yleisöilleen tarjoamaan ja mitä he myös yleisöjen odottavat eniten haluavan, ovat ainutkertaiset elämykset. Elämyksellisyyteen yhdistettiin sosiaaliset aspektit, ainutlaatuiset musiikilliset esitykset sekä festivaalin palvelut ja fyysiset puitteet.</p> <p>Tutkimustulosten pohjalta voidaan todeta, että aikamme yhteiskunnalle ominainen elämyshakuisuus sekä musiikkikulttuurin pirstoutuminen yhä pienempiin tyylisuuntiin vaikuttaa merkittävästi myös musiikkifestivaalien suunnitteluun ja toteutukseen. Elämyksellisyyden, erilaisten yleisöprofiilien muodostamisen ja ohjelmistosuunnittelun monipuolisuuden merkityksen korostaminen kytkeytyy siis sekä festivaalin yleisömäärien maksimointiin taloudellisten tavoitteiden takia että yleisemmin musiikkifestivaalien rooliin yhteiskunnallista kehityssuuntaa noudattavina kulttuuritoimijoina.</p>	
Asiasanat – Keywords Yleisö, musiikkifestivaali, kulttuuripolitiikka, Kaustinen Folk Music Festival, Kuhmon Kamarimusiikki, Pori Jazz, Ruisrock	
Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän yliopisto, Musiikin laitoksen kirjasto	
Muita tietoja – Additional information	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 KESKEISIMMÄT KÄSITTEET	4
2.1 MUSIIKKIFESTIVAALI	4
2.2 YLEISÖ	4
2.3 MUSIIKKIFESTIVAALIN JÄRJESTÄJÄT	5
3 FESTIVAALIT TUTKIMUSKOHTENA	6
3.1 KULTTUURIFESTIVAALEIHIN KOHDISTUNUT AIEMPI TUTKIMUS.....	6
3.2 MUSIIKKIFESTIVAALIT ILMIÖNÄ	10
3.2.1 Festivaalit sosiaalisina ja yhteiskunnallisina tapahtumapaikkoina.....	10
3.2.2 Festivaalit instituutioina	15
4 KULTTUURITAPAHTUMIEN YLEISÖT	17
4.1 ERILAISET YLEISÖT	17
4.2 YLEISÖTUTKIMUS SUOMALAISILLA KULTTUURIFESTIVAALEILLA.....	19
4.3 MUITA KULTTUURIALAN YLEISÖTUTKIMUKSIA	23
5 MUSIIKKIFESTIVAALIN JÄRJESTÄMINEN	27
5.1 OHJELMISTOSUUNNITTELU ESITYSTAIDEORGANISAATIOISSA	27
5.2 FESTIVAALIN MARKKINOINTI.....	32
6 TUTKIMUSTEHTÄVÄT JA -MENETELMÄT	35
6.1 TUTKIELMAN TAVOITE.....	35
6.2 TUTKIMUSAINEISTO.....	36
6.2.1 Haastattelumenetelmä.....	36
6.2.2 Tutkimusaineiston valinta ja keruu.....	37
6.2.3 Tutkitut festivaalit	40
6.3 AINEISTON ANALYYSI	43
6.3.1 Lähtökohtia analyysiin.....	43
6.3.2 Tutkimuksen luotettavuus	44
6.3.3 Aineiston käsittely	46
6.3.4 Haastatteluaineiston teemoittelu.....	47
7 YLEISÖKÄSITYKSET JA FESTIVAALIIN KOHDISTUVIIN ODOTUKSIIN VASTAAMINEN	49
7.1 YLEISÖJEN DEMOGRAFISET RAKENTEET	49
7.2 YLEISÖPROFIILIT.....	52
7.3 FESTIVAALIOHJELMAN SUUNNITTELU.....	56
7.3.1 Päätösvalta ohjelmistosuunnittelussa.....	56
7.3.2 Tehtäväkeskeisyys ohjelmistosuunnittelussa	58
7.3.3 Luovuus ohjelmistosuunnittelussa.....	62
7.4 SOSIAALINEN JA ELÄMYSHAKUINEN YLEISÖ	66
7.4.1 Festivaalien sosiaaliset ulottuvuudet	66
7.4.2 "Me ei järjestetä konsertteja vaan me järjestetään elämyksiä"	69
8 POHDINTA	74
9 LÄHTEET	81
LIITTEET:	89
LIITE 1: HAASTATELURUNKO	89
LIITE 2: HAASTATELUAINEISTO.....	91

1 JOHDANTO

Elävä musiikki koskettaa monia. Konserttien ja keikkojen merkitys musiikin kuuntelun ja varsinkin sen kuluttamisen muotona on suuri sekä klassisen musiikin että populaarimusiikin puolella. Ääniteteollisuus on kokenut 2000-luvun myötä suuria muutoksia¹, minkä johdosta elävä musiikki on viime vuosina noussut taloudellisesti merkittävimmäksi musiikkialan sektoriksi Suomessakin (Alanen 2009, 28–29). Yksi merkittävä konserttitilaisuuksien muoto ovat musiikkifestivaalit, jotka tarjoavat paitsi elämyksiä niihin saapuneille yleisöille, myös tärkeitä esiintymis- ja kokoontumistilaisuuksia muusikoille ja musiikin harrastajille. Kulttuurifestivaaleja pidetään tärkeinä tapahtumina tutkitustikin; esimerkiksi pääkaupunkiseudun asukkaille teetetyt kyselyn perusteella yhdeksän kymmenestä pitää festivaalien järjestämistä kaupungissa hyvänä asiana, ja joka neljäs pitää niitä tärkeinä myös itselleen (Linko & Silvanto 2007, 162). Musiikkifestivaalit ovat merkinneet paljon myös minulle. Olen ollut mukana erilaisilla festivaaleilla sekä yleisön joukossa että työntekijänä ja tapahtumanjärjestäjänä, joten kokemuksieni pohjalta koen tärkeäksi tutkia erilaisten musiikkifestivaalien toimintatapoja ja niiden taustalla vaikuttavia käsityksiä.

Festivaalit muodostavat ison osan elävän musiikin esittämistoiminnasta ja niille on selvästikin kysyntää, mikä näkyy esimerkiksi Finland Festivals -järjestön tilastoinneista: järjestön yhteensä lähes sadalla jäsenfestivaalilla vierailleiden kävijöiden kokonaismäärä oli vuonna 2010 yhteensä liki kaksi miljoonaa, mikä on Suomen väestöpohjaan suhteutettuna kansainvälisessä vertailussa erittäin suuri luku. Suurin piirtein saman verran kävijöitä keräsivät myös vuoden 2009 festivaalit, mutta kuluneen kesän 2010 festivaaleilla myytyjen lippujen määrä kasvoi edellisvuoteen verrattuna lähes neljä prosenttia Finland Festivals -järjestöön kuuluvilla festivaaleilla. Järjestön festivaaleista vuonna 2010 eniten kävijöitä keränneiden kymmenen festivaalin joukosta löytyy kuusi selkeästi musiikkifestivaaliksi lukeutuvaa tapahtumaa sekä lisäksi Helsingin juhlatiikkojen kaltaisia kulttuurin yleisfestivaaleja, joiden yhtenä keskeisenä sisältönä on musiikki. (Finland

¹ Ks. esim. Musiikkituottajat 2011

Festivals 2009; 2010.) Kävijämäärien vertailu ei ole aivan ongelmaton, sillä eri festivaalit voivat laskea yleisönsä eri menetelmin, jolloin esimerkiksi kokonaiskävijämääriin saattaa todellisuudessa olla laskettu festivaalin eri tapahtumissa vierailut sama kävijä useaan kertaan. Joka tapauksessa musiikkifestivaaleja voidaan pitää merkittävänä kulttuurin kulutuksen tapahtumapaikkoina ja suosio, jonka suuret suomalaiset festivaalit saavuttivat mm. kesällä 2010 taloudellisesta taantumasta huolimatta, on huomioitu myös mediassa (ks. esim. Nuutinen 2010). Kenties musiikkifestivaalit voivat sosiaalisina ja monin tavoin kokonaisvaltaisina kokemuksina tarjota jotain, mikä ei musiikinkuuntelijalle pelkästään tietokoneen, musiikki- tai multimediasoitimen, television tai radion, tai välttämättä edes yksittäisen konsertin kautta välity. Kuten Sara Kuusi (2007, 16) on todennut, festivaalit ovat dynaamisia tapahtumia, jotka ovat ajassa kiinni ja tarjoavat lyhyessä ajassa paljon.

Yleisön saavuttaminen ja tunteminen on musiikkifestivaalien järjestämisessä tapahtuman onnistumisen ja säilymisen kannalta elintärkeää. Kuten esimerkiksi Helsingin kulttuurifestivaalien järjestäjiltä vuonna 2006 kerätty kysely kertoo, on yleisön tyytyväisyys avainasemassa festivaaleille, ja tapahtuman positiivista tunnelmaa ja yleisöystävällisyyttä pidetään tärkeinä asioina (Kuusi 2007, 16, 18). Festivaaleissa merkittävää ei ole pelkästään taiteen tuottaminen, vaan myös se, keille taide on kohdistettu ja ketkä sitä lopulta kuluttavat (Waterman 1998, 60). Kulttuurifestivaalien yleisöjä on tähän mennessä tutkittu ja tilastoitu määrällisin menetelmin useiden tutkijoiden ja organisaatioiden toimesta, mutta musiikkifestivaaleihin keskittyvää laadullista toiminnan ja ohjelmistosuunnittelun tutkimusta on olemassa suhteellisen vähän.

Tämän Pro gradu -tutkielman aiheena ovat musiikkifestivaalien yleisöt festivaalijärjestäjien näkökulmasta – miten festivaalit suhtautuvat yleisöihinsä ja miten yleisön odotuksiin vastataan. Tutkimusaineistona on käytetty musiikkitapahtumien taiteelliseen tai tuotannolliseen johtoon kuuluvien henkilöiden teemahaastatteluja. Haastatteluissa selvitettiin festivaalitoimijoiden käsityksiä heidän edustamiensa musiikkifestivaalien yleisöjen rakenteista ja osallistumismotiiveista tapahtumiin sekä erilaisten yleisöjen asemasta festivaalia järjestettäessä. Kohdefestivaaleiksi valikoituivat harkinnanvaraisesti neljä Suomen mittakaavassa suurta ja vakiintunutta musiikkifestivaalia: Kaustinen Folk Music Festival, Kuhmon Kamarimusiikki, Pori Jazz sekä Turussa järjestettävä Ruisrock. Tapahtumat ovat lähtökohtaisesti hyvin erilaisia sekä

musiikillisen sisältönsä että suurelta osin myös yleisörakenteensa osalta. Festivaalien keskinäinen erilaisuus olikin yksi merkittävä peruste aineiston valinnassa, sillä koin erityisen kiinnostavaksi selvittää, onko näiden Suomen vanhimpiin ja yleisömääriltään suosituimpiin kuuluvien festivaalien järjestäjien puheissa tapahtumien sisällöllisistä eroista huolimatta havaittavissa yhteneväisyyksiä yleisöjen tunnistamisen, huomioimisen ja tavoittelemisen sekä yleisöön liittyvien toimintatapojen osalta. Toisaalta mahdollisten erojen ja niiden syiden selvittäminen yleisön kokemiseen ja huomioimiseen liittyen oli toinen vahva lähtökohta tämän työn tekemiseen.

Laadullisena haastattelututkimuksena tämä tutkielma tarjoaa toivon mukaan uutta tietoa festivaalitutkimuksen kentälle valtakunnallisesti merkittävien tapahtumanjärjestäjien näkökulmasta katsoen. Koen festivaaleilla olevan tärkeä kulttuuripoliittinen sijansa Suomen musiikkielämässä, joten toivon tässä avautuvan uusia näkökulmia niiden merkitykseen elämysten ja kokemusten tarjoajina ihmisille. Tutkielmani tuloksiin koostettu tieto toivottavasti kiinnostaa ja hyödyttää myös festivaaleja, joiden johtajien tai muiden päätoimisten järjestäjien haastatteluista tutkimusaineistoni koostuu.

Seuraavassa luvussa määritellään tämän tutkielman aiheen kannalta tärkeimmät käsitteet niin kuin niitä jatkossa on käytetty. Sen jälkeen kerrotaan festivaaleihin, kulttuuriyleisöihin, esitystaideorganisaatioiden ohjelmistosuunnitteluun ja markkinointiin liittyvästä aiemmasta tutkimuskirjallisuudesta. Tutkimustavoitteet ja metodit on esitelty luvussa 6, aineistosta esiin nousseet tutkimustulokset ja päätelmät ovat luettavissa niiden jälkeen.

2 KESKEISIMMÄT KÄSITTEET

2.1 Musiikkifestivaali

Musiikkifestivaalilla tarkoitetaan yleensä usean päivän mittaista tapahtumaa, jonka puitteissa artistit, yhtyeet ja orkesterit esittävät ohjelmistoaan. Suurin osa musiikkifestivaaleista on rakentunut oman tyyllillisen teemansa ympärille valiten esiintyjikseen jonkin tietyn musiikkilajin edustajia, mutta poikkeuksiakin löytyy. Festivaalien historialliset taustat, tyyllilliset ja toiminnalliset piirteet samoin kuin niiden kokokin vaihtelevat suuresti. (Shepherd, Horn, Laing, Oliver & Wicke 2003, 281.) Määritelmä on poimittu populaarimusiikkifestivaalia koskevasta kuvauksesta, mutta pätee yhtä lailla kertomaan myös muita musiikin lajeja edustavista festivaaleista. Tässä tutkielmassa musiikkifestivaali-käsitteellä viitataan edellä määriteltyihin tapahtumiin, joiden ohjelmasisältö koostuu kokonaan tai lähes kokonaan musiikkiesityksistä.

2.2 Yleisö

Yleisöt voidaan määritellä ryhmiksi ihmisiä, joille erilaisia esityksiä kohdistetaan (Abercrombie & Longhurst 1998, 40). Tässä tutkielmassa tarkastellaan yleisöä olennaisena, kenties kaikkein olennaisimpana, osana musiikkifestivaalien toimintaa ja olemassaoloa. Yleisöllä tässä yhteydessä tarkoitetaan henkilöitä, jotka ovat saapuneet paikan päälle festivaalia seuraamaan, joko siitä maksettuaan tai ilmaiseksi, sekä osin myös niitä henkilöitä jotka seuraavat festivaalia median välityksellä.

Nicholas Abercrombie ja Brian Longhurst (1998) ovat jakaneet yleisö-käsitteen kolmeen erityyppiseen yleisön määritelmään. Yleisön ja esiintyjän välistä suhdetta perinteisimmässä muodossaan kuvaa käsite ”yksinkertaisista yleisöistä” (*simple audiences*), jonka mukaan yleisö seuraa esitystä välittömästi ja läsnä ollen, yleensä julkisessa tilassa. Kulttuurin tuottajien ja kuluttajien välillä on tässä mielessä kohtalaisen selkeä jako: tuottajat esiintyvät, ja yleisöt hyväksyvät esityksen tarkkaavaisesti ja omistautuen. Tällaiset

tapahtumat – joiksi myös konsertit ja festivaalit voidaan lukea – ovat eräänlaisia arkipäiväisyydestä poikkeavia seremonioita, jotka vaativat sekä esiintyjiltä että yleisöiltä valmisteluja sekä usein aiheuttavat myös jonkinlaisia jälkivaikutuksia, esimerkiksi keskustelujen tai kirjoitusten muodossa. Massayleisöt (*mass audiences*) koostuvat yksinkertaisista yleisöistä poiketen mediavälitteisten viestimien kautta syntyvästä globaalista yleisöjoukosta. Hajaantuneet yleisöt (*diffused audiences*) -käsite taas perustuu siihen nykyajalle ominaiseen ilmiöön, että jokainen on jatkuvasti tavalla tai toisella osa jotakin yleisöä sekä myös jotakin esitystä. Yleisöön kuulumisen ei siis Abercrombien ja Longhurstin mukaan ole enää ainoastaan poikkeuksellinen, tai edes päivittäinen tapahtuma, vaan eräänlaista jokapäiväisen elämän perustaa. Tämä ei tarkoita ettei yksinkertaista yleisöä tai massayleisöä enää olisi, vaan eri yleisömuodot ikään kuin ruokkivat toinen toisiaan. (Abercrombie & Longhurst 1998, 43–76.)

2.3 Musiikkifestivaalin järjestäjät

Musiikkitapahtumien käyttämät nimitykset ja tehtävänimikkeet organisaationsa johtotehtävissä toimivista henkilöistä vaihtelevat. Taiteellinen johtaja lienee etenkin taidemusiikkitapahtumissa yleisin nimitys festivaalin konserttiohjelmiston suunnittelusta päävastuussa olevalle henkilölle, mutta myös ohjelmajohtaja ja toisinaan promoottorikin viittaavat titteleinä näihin tehtäviin. Rahoituksesta tai käytännön järjestelyistä pääasiallista vastuuta kantavista henkilöistä on suomalaisilla musiikkifestivaaleilla käytetty ainakin nimityksiä toimitusjohtaja, toiminnanjohtaja, tuottaja sekä promoottori (ks. esim. Pori Jazz 2011e, Kuhmon Kamarimusiikki 2011e, Ruisrock 2011). Tässä tutkielmassa viitataan musiikkifestivaalin järjestäjistä tai festivaalitoimijoista puhuttaessa yksinkertaisesti taiteellisesta ohjelmasta tai tuotannosta vastaaviin haastateltuihin henkilöihin.

3 FESTIVAALIT TUTKIMUSKOHTEENA

3.1 Kulttuurifestivaaleihin kohdistunut aiempi tutkimus

Kulttuuritapahtumia on tutkittu usean tieteenalan piirissä mm. niiden sosiaalisten, taloudellisten ja alueellisten vaikutusten selvittämiseksi. Kimmo Kainulainen, joka itse vuonna 2005 ilmestyneessä väitöskirjassaan analysoi suomalaisten kulttuurifestivaalien aluetaloudellisia merkityksiä, on todennut festivaalitutkimuksen jakautumisen usean tieteenalan kiinnostuksen kohteeksi johtuvan kulttuuritapahtumien sisällöllisestä moniaineisuusudesta. Yhteiskuntatieteellisestä näkökulmasta kulttuurifestivaalien tutkimisen kohteeksi on valikoitu mm. niiden yleisön rakenteen ja osallistumismotiivien, musiikkimakutottumusten sekä paikallistaloudellisten, yhteisöllisten ja imagollisten vaikutusten tarkastelu. Myös tapahtumien symboliset merkitykset, karnevalismi, alueelliset levinneisyydet, toteutuskustannukset, julkisen tuen perusteet, teemojen ja sisältöjen valinta, johtaminen, organisointi ja hallinto, matkailu sekä markkinointi ovat muodostaneet näkökulmia tähänastiseen festivaalitutkimukseen, samoin poliittis-historiallisen vaikuttavuuden ja kaupunkitilan vallankäytön perspektiivit. (Kainulainen 2005, 24.)

Kulttuuritapahtumien rahoitusta on Suomessa tutkinut ainakin Tiina Kukkonen (2000), joka on kartoittanut tilastotietoa kulttuuritapahtumien saamasta julkisesta tuesta, taloudesta ja yleisöistä vuosina 1996–2000. Selvitystä valtion kulttuuritapahtumille jakaman tuen määristä, muutoksista ja jakautumisesta taiteenaloittain ja maakunnittain on jatkanut Pauli Rautiainen (2010). Kuten näistäkin selvityksistä ilmenee, musiikkifestivaalien merkitys maamme kulttuurielämässä on suuri myös julkisen tuen jakajien näkökulmasta katsottuna, sillä vuosina 1996–2000 kulttuuritapahtumille jaetusta valtion tuesta 60 % meni säveltaidetapahtumille, ja edelleen vuosina 2000–2008 säveltaidetapahtumien osuus tukimäärästä oli 54 % (Rautiainen 2010, 12).

Suomalaisten kulttuuritapahtumien kävijämääristä ja talousrakenteista tilastotietoa on säännöllisesti kartoittanut myös Finland Festivals -järjestö, johon siis kuuluu lähes sata Suomessa järjestettävää kulttuurifestivaalia. Tämän tutkielman yhteensä neljästä

festivaalista järjestöön kuuluvat kaikki Ruisrockia lukuun ottamatta. (Finland Festivals 2011.) Taloustutkimus Oy toteuttaa vuosittain tutkimuksen suomalaisten kesätapahtumien tuntemisesta ja imagoista 17–79-vuotiaiden suomalaisten keskuudessa. Tutkimuksen asiakkaisiin kuuluu tällä hetkellä yhteensä 28 kesätapahtumaa, joiden joukossa ovat myös Kaustinen Folk Music Festival, Kuhmon Kamarimusiikki, Pori Jazz ja Ruisrock. Taloustutkimus selvittää tässä vuosittain joulukuussa ilmestyvässä tutkimuksessaan tapahtumien tunnettuuksia, niissä käymistä, niiden kiinnostavuutta ja mainonnan huomaamista. Imagoja arvioidaan sekä yleisarvosanalla että imagotekijöiden suhteen. (Taloustutkimus Oy 2011.) Taloustutkimus Oy luovuttaa nämä tutkimustuloksensa ainoastaan asiakasfestivaaliensa käyttöön.

Kaustinen Folk Music Festivalia ovat aiemmin tieteen piirissä tutkineet ainakin Timo Cantell (1993) sekä Kari Ilmonen, Jouni Kaipainen ja Timo Tohmo (1995). Vuodesta 2006 festivaali on kerännyt itse tutkimustietoa kävijöistään yleisötutkimuksella, jonka vuosina 2007–2010 toteutti Improve Research Oy (Jyrki Heiskasen haastattelu 2010). Näiden viime vuosina toteutettujen kävijätutkimusten päätarkoituksena on ollut selvittää Kaustinen Folk Music Festivalin yleisön kokemuksia tapahtumasta sekä selvittää festivaalin kävijöiden katsojaprofiili avointen haastattelujen ja lomakehaastattelujen muodossa. Näin on saatu selville mm. Kaustisen festivaalivieraiden olevan enemmistöltään naisia, vuosien 2008 ja 2009 festivaaleissa iältään yleisimmin 35–49-vuotiaita, tavallisimmin Uudeltamaalta tai Pohjanmaalta saapuneita kävijöitä. Heistä ensimmäistä kertaa tapahtumassa vierailleiden osuus vuonna 2009 oli 21,5 prosenttia. (Improve Research Oy 2009, 2, 5–7, 9.)

Kuhmon Kamarimusiikista tutkimusta on tehty ainakin Cantellin (1993) ja Tuulikki Karjalaisen (1991) toimesta. Kuhmon Kamarimusiikki tutkii yleisöään säännöllisesti myös Laatutonna-järjestelmässä mukana olon kautta. Laatutonnin yleisökyselyissä kartoitetaan mm. sitä mistä Kuhmoon on tultu, mistä tieto festivaalista on saatu ja mitä mieltä ollaan festivaaliohjelmasta, palvelutasosta sekä Kuhmosta ja ”Kuhmon hengestä” ylipäätään. (Ritva Eerolan haastattelu 2010.) Tutkimuksellisen tekstin lisäksi Kuhmon Kamarimusiikista kertoo mm. Kuhmon Kamarimusiikin Kannatusyhdistys ry:n julkaisu *Kuhmon henki – spirit of Kuhmo* vuodelta 1994, jossa yhdistyvät valokuvat, runot ja kertomukset festivaalista (Bremer, Lindstedt, Ōoka & Otonkoski 1994).

Pori Jazz kartoittaa niin ikään vuosittain kävijäprofiilinsa (ks. esim. Pori Jazz 2011b), minkä lisäksi festivaali on teettänyt tarpeidensa mukaan vaihtelevasti eri vuosina hieman erilaisia tutkimuksia yleisöstään. Tutkimuksia, jotka ovat selvittäneet mm. festivaalikävijöiden osallistumismotiiveja, Pori Jazzin tunnettuutta sekä osallistuneiden tyytyväisyyttä, ovat toteuttaneet ainakin Sponsor Insight Finland -niminen yritys sekä jo mainittu Taloustutkimus Oy. Vuonna 2010 tutkittiin myös Pori Jazz Kids -festivaalin yleisöä. (Katja Leppäkosken haastattelu 2010.) Aiemmin Pori Jazzia ja sen yleisöä on tutkinut lisäksi mm. Tarja Korkeamäki (1994; 1998). Vuonna 1987 ilmestyi Pori Jazzin julkaisemana Aarne Seppälän kirjoittama festivaalihistoriikki *Kun kuvia ei kumarreta – oh jazz – pori jazz 1966–1987*, Risto Ennekari (1996) taas on kirjoittanut festivaalivuosista 1966–1995 kirjan *Pori Jazz – Kolme vuosikymmentä improvisointia*. Myös festivaalin omalla verkkosivustolla on nähtävissä ja luettavissa merkittävä määrä tietoa tapahtuman historiasta ja yleisömääristä eri aikoina (Pori Jazz 2011a).

Erilaisia kävijöiden ikä- ja sosioekonomisia rakenteita sekä tyytyväisyyttä selvittäneitä yleisötutkimuksia Pori Jazz on teettänyt jo 2000-lukua edeltäneitä festivaalivuosikymmeninä. Ensimmäinen festivaalin julkaisema yleisötutkimus ilmestyi vuonna 1969. Tuolloin tehdyn tutkimuksen mukaan tyypillisin jazzvieras oli alle 25-vuotias miesopiskelija, joka asuu 150–300 kilometrin etäisyydellä Porista ja harrastaa musiikkia melko aktiivisesti ainakin sitä kuuntelemalla (Seppälä 1987, 55). Tällä hetkellä Pori Jazzin teettämien yleisötutkimusten mukaan festivaalivieraista valtaosa on koulutettuja ja iältään 25–59-vuotiaita. Vuoden 2009 festivaalilla kävijöistä 25–39-vuotiaita oli 25 % ja 40–59-vuotiaita 45 %. (Pori Jazz 2011b.)

Ruisrock on sekin kerännyt tietoja kävijöistään 2000-luvun aikana, ja aiempaa yleisötutkimusta löytyy ainakin vuoden 1995 festivaalista Cantellin (1996) toteuttamana. Varsin vapaamuotoisesti koottua historiikkia Ruisrockista löytyy sekä internetistä (Turun musiikkijuhlat 2000) että kirjan (Into, Komulainen & Laiho (toim.) 1995) ja YLE Teemalla 4.7.2011 ensi-iltansa saaneen dokumentin *Ruisrock – 40 vuotta rokkia ja rakkautta* muodossa. Nykyisin Ruisrock kartoittaa yleisöään ainakin Juhani Merimaan haastattelun perusteella tässä tutkituista festivaaleista vähiten systemaattisesti, mutta asiakastyytyväisyyttä ja yleisörakennetta on selvitetty erilaisten kyselyjen muodossa myös tällä festivaalilla.

Festivaalin järjestämisestä ovat kirjoittaneet mm. Juha Koivisto ja Jouni Nuutinen (2000) sekä heidän jälkeensä Chris Kemp (2008) yhdessä Richard Chamberlainin ja Russel Stonen kanssa. Kemp ym. ovat edellä viitatussa oppaanomaisessa teoksessaan *Music Event Management & Promotion* eritelleet käytännön tasolla musiikkitapahtuman järjestämiseen liittyviä tehtäviä, riskejä ja tavoitteita.

Bernadette Quinn (2005) on kirjoittanut kaupunkifestivaalin hyödynnetyistä, oletetuista ja mahdollisista vaikutuksista kaupungin imagon, matkailun ja sosiaalisen elinvoimaisuuden parantamiselle. Quinnin (2005, 939–940) mukaan festivaalien tutkijat ovat tärkeässä roolissa osoittaessaan, että festivaalit voivat toimia kaupungeille merkittävinä yhteisöllisyyden ja kulttuurisen monimuotoisuuden edistäjinä sekä kaupunkilaisten elämänlaadun parantajina, eivät ainoastaan alueellisen talouden ja imagon kohentajina pintapuolisesti. Festivaalien merkitystä alueen kulttuurielämälle ja sitä kautta niiden yhteyksiä turismiin on pohdittu myös mm. David Picard ja Mike Robinson (2006) kokoamassa artikkeliteoksessa. Musiikkifestivaalien talousvaikutuksiakin on tutkittu tieteellisesti jonkin verran. Suomalaisiin festivaaleihin kohdistuneista talousvaikutustutkimuksista mainittakoon Kainulaisen (2005) lisäksi jo sivuttu Ilmosen, Kaipaisen ja Tohmon (1995) tutkimus Kunta ja musiikkijuhlat, joka tarkastelee Toholammin Harmonikkaviikon, Lohtajan kirkkomusiikkijuhlien sekä Kaustinen Folk Music Festivalin imagollisia, sosiaalisia ja erilaisia taloudellisia vaikutuksia festivaalikunnille. Samalla Ilmonen ym. (1995) selvittivät tutkimiansa musiikkifestivaalien yleisörakenteita. Myös Savonlinnan Oopperajuhlien (Sairanen 1988), Kuhmon Kamarimusiikin (Karjalainen 1991) sekä Pori Jazzin (Korkeamäki 1994; 1998) talousvaikutuksia on tutkittu osana tapahtumien yleisötutkimusta. Festivaalien yleisöjä käsittelevästä tieteellisestä tutkimuksesta kerrotaan tarkemmin luvussa 4.

Festivaalien järjestävän tahon käsityksiä ja mielipiteitä on tutkittu Suomessa aiemmin ainakin Helsingissä, missä Helsingin kaupungin kulttuuriasiainkeskus keväällä 2006 laati helsinkiläisille taidefestivaaleille kohdistetun kyselyn (Kuusi 2007). Kyselyn tarkoituksena oli kartoittaa kaupungin kaikki festivaalit ja selvittää niiden toimijoiden näkemyksiä ja toiveita. Kysely lähetettiin 49 helsinkiläiselle kulttuurifestivaalille, vastauksia saatiin 25. Helsinkiläisten festivaalien järjestäjien mukaan yleisö hakeutuu tapahtumaan taiteenalan ja

teeman perusteella. Nuoret olivat kolmasosalle helsinkiläisistä kyselyyn vastanneista festivaaleista tärkeä kohderyhmä, ja viidesosa festivaaleista koki järjestävänsä tapahtumaa nimenomaan helsinkiläisille. Viidennes vastaajista ei rajannut kohdeyleisöään mitenkään, ja lähes yhtä monen mielestä heidän tapahtumansa tavoittaa erityisesti avarakatseisia ja ennakkoluulottomia kävijöitä. Yleisöpohjaa haluttiin kyselyn perusteella selvästikin laajentaa, yleisimpänä keinona sille mainittiin näkyvyyden lisääminen tiedotuksen ja markkinoinnin avulla. Myös ohjelmistosuunnittelun parantaminen ja yleisön huomioon ottaminen nähtiin hyvinä keinoina yleisöpohjan laajentamiselle. (Kuusi 2007, 16, 19–20.)

Halosen (2004; 2005) suomalaisille festivaalituottajille toteuttaman kyselyn mukaan kulttuurituottajien suhde yleisöön on muodostumassa yhä vastavuoroisemmaksi, vaikka osa vastaajista näki yleisön yhä varsin passiivisena toiminnan kohteena, jolle tarjotaan valmis tapahtuma. Silti etenkin erityisryhmille, kuten maahanmuuttajille ja toisille yrityksille tapahtumia järjestävät tuottajat olivat jo ottaneet suunnitteluprosessiin mukaan myös yleisön edustajia. Kaikkien vastanneiden festivaalialalla toimivien kulttuurituottajien mielestä asiakaskunnan palveleminen tuntui muuttuvan yhä vaikeammaksi samalla kun kilpailu erilaisten vapaa-ajanviettotapojen välillä kiristyy. (Halonen 2007, 148–149.)

3.2 Musiikkifestivaalit ilmiönä

3.2.1 Festivaalit sosiaalisina ja yhteiskunnallisina tapahtumapaikkoina

Abercrombien ja Longhurstin mukaan kaikki esitykset sisältävät tietyn määrän seremoniallisuutta ja rituaalisuutta. Yleisö saattaa olla pukeutunut muodollisesti tai muuten esitystilanteeseen sopivalla tavalla, ja tietyt vallalla olevat käyttäytymissäännöt erottavat kulttuuriesityksessä vallitsevan tilanteen ja ilmapiirin tavanomaisuudesta. (Abercrombie & Longhurst 1998, 41–43.) Esimerkiksi konserttitilanteessa seremoniallisuuden elementti usein korostaa tiettyä sosiaalista ja fyysistäkin etäisyyttä esiintyjän ja yleisön välillä, toisaalta tilanteen juhlallisuus ja ainutlaatuisuus usein auttavat yleisön jäseniä keskittymään esitykseen ja tunnetasolla uppoutumaan esitettävään musiikkiin. Musiikkifestivaalit voivat kuitenkin toisinaan poiketa totutuista esityskäytännöistä ja häivyttää etäisyyttä esiintyjien ja yleisöjen välillä, myös usein varsin seremoniallisesti esitetyn klassisen musiikin kohdalla. Festivaalikonsertit saatetaan pitää konserttisaleja

vapaamuotoisemmissa ympäristöissä – kuten ulkona – ja niille saatetaan yleisön puolesta osallistua myös muista syistä kuin pelkästään musiikin kuuntelun takia.

Pekka Hako (2007, 54) on maininnut musiikkijuhlilla olevan sosiaalista merkitystä yleisölleen myös irrallaan itse ohjelmasta. Samankaltaisia johtopäätöksiä on vedettävissä esimerkiksi Timo Cantellin maaseudulla järjestettävien musiikkijuhlien sekä Ruisrockin yleisöjä tarkastelleista tutkimuksista, joissa mainittiin merkittävänä syinä tapahtumaan osallistumiselle muiden ihmisten tapaaminen sekä festivaalille ominainen hyvä tunnelma (Cantell 1993, 31–33; 1996, 50).

Hako (2007, 54) on Savonlinnan Oopperajuhlien, Kuhmon Kamarimusiikin, Pori Jazzin ja Kaustinen Folk Music Festivalin yhteydessä nostanut esiin myös festivaalien roolin yritysten kohtaamispaikkana. Paikallisista tapahtumista valtakunnallisiksi kasvaneina ja edelleen vahvasti kansainvälistyneinä festivaaleina ainakin Pori Jazz ja Savonlinnan Oopperajuhlat ovat saavuttaneet merkittävän aseman yritysten ja niiden asiakkaiden kohtaamispaikkana. Musiikkifestivaali tarjoaa tavanomaisesta poikkeavan neuvotteluilmapiirin, jossa yritysmaailman vakiintuneet tavat karnevalisoidaan yritysten viedessä asiakkaansa epätavalliseen festivaaliympäristöön. Näin roolit rikotaan ja yrityksen asiakkaasta tulee yhtä aikaa turisti, etuoikeutettu juhlavieras ja kaupanteon toinen osapuoli. Identiteetit tavallaan siis hajoavat hetkeksi synnyttäen uudenlaista yhteenkuuluvuudentunnetta ja erottautumista. (Hako 2007, 54.)

Eräissä tutkimuksissa musiikkifestivaalit onkin mielletty eräänlaisina sosiaalisina tiloina, joissa liikkuvat festivaalikävijät rakentavat yksittäisinä toimijoina yksilöllistä ja yhteisöllistä identiteettiä. Identiteetti voi siis sijoittua monitahoiselle näyttämölle, ”skenelle”, jolloin yksittäinen ihminen voi osittain vaihtaa identiteettiä siirtymällä viiteryhmästä, kuten erilaisesta festivaalista, toiseen. Näin yksilö voi tuottaa identiteettiään joko samastumalla tai erottautumalla. Samalla myös festivaalin identiteetti rakentuu osin kävijöidensä mukaan. (Hako 2007, 52.) Musiikkifestivaalien kävijöiden osallistumismotiiveja australialaisilla indiemusiikkifestivaaleilla laadullisin menetelmin tutkinut Joanne Cummings (2007) on hänkin todennut festivaalikäymiseen liittyvän paljon yhteisöllisiä ulottuvuuksia. Yhdessä muiden samanhenkisten ihmisten kanssa koetut festivaalielämykset voivat toimia vahvana osana musiikillisen identiteetin muodostamista

ja ylläpitämistä festivaalilla koetun yhteenkuuluvuuden tunteen kautta (Cummings 2007, 156).

Dowd, Liddle ja Nelson (2004) ovat käsitelleet musiikkifestivaaleja nimenomaan tapahtumapaikkoina, jotka kokoavat yhteen jotakin tiettyä alakulttuuria tai musiikillista ”skeneä” harrastavat ihmiset. He ovat perustelleet kolmen erilaisen festivaaliesimerkin kautta musiikkifestivaaleilla voivan toisinaan olla merkittävä vaikutus jonkin tietyn musiikkikulttuurin syntymiseen, kehitykseen ja ylläpitämiseen, ja tapahtumien esiintyjä- ja järjestämispolitiikka voi heijastaa ja toisaalta tarkoituksenmukaisesti vastustaa yhteiskunnassa vallitsevia sosiaalisia rakenteita ja yleistyksiä. Festivaaleilla toteutettavat tyylilliset rajavedot noudattelevat siis festivaalien järjestäjien päämääriä. Esimerkiksi kaupallisen menestyksen tavoittelun ollessa järjestäjien tärkein päämäärä he festivaalia kootessaan todennäköisimmin väheksyvät esteettisiä ja poliittisia seikkoja. Vastaavasti kun järjestäjiä ohjaavat jonkinlaiset ideologiset aatteet, he tarkoituksella nostavat esille skenelle olennaiset, kuten epäkaupalliset, arvot. Intensiteetti, rajojen määrittely ja vaikuttavuus muodostavat musiikkifestivaalille ne piirteet joihin yleisönä samaistumme. Siten nämä piirteet ovat oleellisia festivaaleille, jotta ne voivat erottautua toisenlaisista genreistä ja ajallisista jaksoista. Musiikkifestivaalit voivat Dowdin ym. mukaan toimia sekä musiikkikulttuurin muodostajina että valmiiksi määritellyn ja tunnetun tyylisuunnan sisällä. Ne voivat vahvistaa skeneen kuuluvien musiikin harrastajien tai alakulttuurin jäsenten keskinäistä yhteisöllisyyttä ja identiteettiä tai kytkeytyä edustamaansa musiikkityyliin vain pinnallisesti ja alan harrastajien mielissä epäaidostikin. (Dowd ym. 2004, 149–167.)

Tiettyjä musiikkityylejä ja ainakin osittain skenejäkin edustavat myös tämän tutkielman festivaalit, joten haastatteluihin vastanneiden festivaalitoimijoiden yleisökäsitykset liittyvät varmasti siihen, miten he kokevat tapahtumansa sijoittuvan musiikkityylillisesti ja mainitsevatko he sen edustavan, tuottavan tai uudistavan jotakin tiettyä musiikillista genreä. Festivaalien liittyminen tiettyyn alakulttuuriin on suomalaisessa festivaalitutkimuksessa tullut esille mm. Lingon ja Silvannon (2007) tutkimuksessa helsinkiläisten suhtautumisesta kaupungin festivaaleihin. Festivaalien yhteisöllisyys saatetaan kokea myös ulos sulkevalla tavalla, jos tiettyyn alakulttuuriin vahvasti liittyvä

tapahtuma koetaan vain ”sisäpiirin omiksi kemuiksi, joihin sisään tunkeminen tuntuu vaikealta” (Linko & Silvanto 2007, 163).

Stanley Waterman on todennut erottelun ”korkean” (*high brow*) ja ”matalan” (*low brow*) välillä muodostavan tärkeän osan taidefestivaalien kulttuuripolitiikkaa. Kulttuurifestivaalin mahdolliseen elitistisyyteen vaikuttavat myös tapahtumalle merkittävät ulkoiset tahot, kuten rahoittajat, jotka usein kuuluvat itsekin kulttuuriseen eliittiin (Waterman 1998, 57, 69). Abercrombien ja Longhurstinkin (1998, 41) mainitsemasta kulttuurin esitystilaisuuksissa käymisen seremoniallisuudesta on omalla tavallaan puhunut myös Pierre Bourdieu, joka on todennut, ettei ole olemassa luokittelevampaa – siis kiinteämmin yhteiskuntaluokkaan ja koulutukselliseen pääomaan liittyvää – käytäntöä kuin konserteissa käyminen tai ”jalon” musiikki-instrumentin soittaminen. (Bourdieu 1984, 18–19.) Bourdieu on myös kulttuurin kaupalliseen puoleen viitaten muistuttanut porvarillisen ja ”yhteiskunnallisesti korkean” taiteen tuottajien ja puolustajien pysyvän aina vastakkain ”populaariin menestykseen tuomittuihin” – esimerkiksi ”maalaisromaanien” kirjoittajiin ja konserttitaloissa esiintyviin artisteihin – nähden. Viihteellinen taide tyyppillisessä muodossaan on yleisöä kosiskelevaa ja sitä pidetään monesti keskivertoisena, joskin toisinaan myös alun perin yläluokan taide saattaa Bourdieun mukaan päätyä erilaisten yleisöjen seuraamaksi vaikkapa televisioesitysten myötä (Bourdieu 1993, 46, 125). Aivan yksiselitteisesti ei ”ylä-” tai ”keskiluokan” taidetta kannata määritellä. Salonen on tarttunut yhteiskuntaluokkiin sidonnaisen makuluokittelun ongelmallisuuteen toteamalla, että esimerkiksi sinfoniaorkesterin konserteissa käyvä konserttiyleisö ei koostu korkeasti koulutetuista tai korkeassa sosioekonomisessa asemassa olevista ihmisistä sinänsä, vaan se muodostuu näiden ryhmien niistä edustajista, joilla on ”taidemusiikillinen korva” (Salonen 1990, 70).

Waterman (1998, 65–66) puhuu käymisestä ja näkymisestä tietyissä tapahtumissa osana kulutusyhteiskunnan toimintakoodistoa. Kuluttaja ei tule määritellyksi pelkästään sen perusteella mitä hän ostaa ja omistaa, vaan myös sen perusteella missä hän käy. Festivaalit vaikuttavat kuluttajiin tuottamalla heidän persoonaansa sopivia sisältöjä. Toki myös erilaiset, festivaaleihin liittyvät ja niissä myytävät, oheistuotteet luovat samankaltaista kulutusyhteiskuntaan liittyvää sisältöä festivaalikävijöille. Cantell (1993, 59) on jo 1990-luvulla todennut, etteivät perinteiset kategoriat, kuten koulutus ja luokka-asema, enää kerro

kovinkaan paljon yksilön asemasta yhteiskunnassa, vaan sitä määrittävät pikemminkin muut, esimerkiksi kulutustottumuksiin liittyvät seikat. Kuitenkin Cantellin mukaan koulutuksella oli ainakin 1991 kerätyn festivaalitutkimuksen mukaan edelleen huomattavaa vaikutusta siihen, miten kulttuuriharrastuksiin hakeuduttiin. Toisaalta vähemmän kouluttautuneet vastasivat kyselyihin vähemmän aktiivisesti kuin korkeasti koulutetut. Siltikin Cantell on todennut tutkimuksensa osoittavan, että korkeammin koulutetut ja korkeammassa sosioekonomisessa asemassa olevat kiinnittävät muita enemmän huomiota tapahtumien taiteelliseen tarjontaan ja esiintyjien korkeaan tasoon, kun taas vähemmän koulutetut ja alemmassa sosioekonomisessa asemassa olevat korostavat muita enemmän tapahtumien sosiaalisia puolia ja esiintyjien näkemistä. (Cantell 1993, 59–60.)

Klassisen musiikin konserteissa ja musiikkifestivaaleilla käymiseen epäilemättä liittyy yhä edelleen tietynlaisia näyttäytymisen ja seremoniallisuuden elementtejä, joita ainakin osa konserttien yleisöistä ja järjestäjistä pitää yllä. Kuten Davidsonkin (1997, 212) on todennut, erilaisten musiikkityylien esitystraditioiden ympärille on kiistatta muodostunut yhä edelleen olemassa olevia sosiaalisia etikettejä, jotka näkyvät esimerkiksi juuri yleisön pukeutumisessa. Pukeutumisen kohdalla tietynlaiset etiketit ovat usein siirtyneet esiintyjiltä yleisöille, mikä selittää esimerkiksi sen, että yleisön odotetaan pukeutuvan oopperaan mennessään hieman tavallista hienompiin vaatteisiin, kun taas populaari-, jazz- tai kansanmusiikin esitystilanteissa sekä artistit että yleisö on pukeutunut vapaammin ja myös käyttäytyy toisinaan hyvinkin rennosti.

Sen sijaan 2010-luvun populaarikulttuuri on erilaista, vähintäänkin moninaisempaa, kuin mitä se on Bourdieun ajan kulttuuriympäristössä tai vielä 1980- ja 1990-lukujen taitteessa Cantellin ensimmäisten tutkimusten aikaan ollut. Kulttuurin jyrkän korkea-matala -erottelun tilalle ovat astuneet erilaiset musiikilliset genret, tyyliuunnat, joiden harrastaminen saattaa määritellä yksilön ja hänen asemansa erilaisilla kulttuurisilla ja yhteiskunnallisilla foorumeilla. Tällä tavoin ajateltuna Bourdieun mietteitä voidaan osin edelleen soveltaa myös nykypäivän kulttuuriharrastamiseen. Musiikkimaun kytkökset yhteiskunnalliseen asemaan voidaan joka tapauksessa kyseenalaistaa esimerkiksi sitä kautta että nykypäivänä sähköisen – erityisesti internetin kautta tapahtuvan – tiedonvälityksen parannuttua ja levittyä yhteiskunnan kaikkiin kerroksiin on myös kaikenlaisen musiikin saatavuus sekä osallistuminen erilaisille musiikillisille foorumeille

helpottunut, ja epäilemättä siten madaltanut kynnystä harrastaa nimenomaan omien henkilökohtaisten mieltymysten perusteella valittua musiikinlajeja. Kuten musiikkimakujen yhteyksiä sosiaaliseen taustaan pohtinut Philip A. Russell (1997, 148) on huomauttanut, on musiikkimaun kytkeminen ihmisen taustaan aina sikäli ongelmallista, että poikkeuksia tutkimusten kautta muodostettuihin makuprofiileihin löytyy kaikkien musiikkilajien harrastajien keskuudesta.

3.2.2 Festivaalit instituutioina

Tässä tutkielmassa käsitellyt musiikkifestivaalit ovat pitkäikäisiä, vakiintuneita ja suomalaisittain suuria vuosittaisia tapahtumia. Niitä voidaan pitää eräänlaisina kulttuurisina instituutioina, jotka tunnetaan vähintäänkin kansallisesti ja jotka toistuvat totutusti joka kesä, vaikka niiden ohjelmarakenteet, kestot ja järjestäjät välillä vaihtuvat. Musiikkifestivaalien institutionaalinen asema on tunnistettu myös valtiovallan tasolla; Suomen kulttuuri- ja urheiluministerinä vuosina 2007–2011 toiminut Stefan Wallin esimerkiksi nimitti Ruisrockia instituutioksi festivaalin historiasta kertovassa tv-dokumentissa *Ruisrock – 40 vuotta rokkia ja rakkautta* (2011).

W. Richard Scott (2001, 48) on kuvannut instituutioiden olevan kestäväälle tasolle nousseita sosiaalisia rakenteita, jotka muodostuvat kulttuuris-kognitiivisista, normatiivisista ja säännellyistä elementeistä. Instituutiot yhdessä niihin liittyvien toimintojen ja resurssien kanssa antavat pysyvyyttä ja tarkoitusta sosiaaliseen elämään. Ne välittyvät erityyppisten symbolisten ja suhteellisten systeemien, rutiinien ja artefaktien kautta toimien näin monella tasolla. (Scott 2001, 48.) Tiettyjä sääntöjä, normeja ja kulttuurisia rakenteita liittyy tietysti festivaalin järjestämiseen ja kulttuurin tuotantoon yleensäkin, mutta Kaustinen Folk Music Festivalin, Kuhmon Kamarimusiikin, Pori Jazzin ja Ruisrockin yhteydessä niiden voidaan katsoa vakiintuneet festivaalien mukana. Tietynlaisen institutionalisoitumisen myötä nämä normit ja rakenteet ovat vakiintuneet omanlaisikseen toimintamalleiksi ja mielikuviksi, joita kuhunkin tapahtumaan usein yleisön, median, julkisten tahojen tai muusikoiden puolelta liitetään.

Instituutiot määritellään perustukseltaan pysyviksi rakenteiksi, mutta niissäkin tapahtuu kuitenkin muutoksia sekä vähitellen että jaksoittain (Scott 2001, 48). Myös tässä tutkitut

festivaalit ovat muuttuneet rakenteiltaan ja toimintatavoiltaan vuosien ja vuosikymmenten saatossa, samalla kun ne ovat hiljalleen saavuttaneet institutionaalisen asemansa. Silti vakiintuneenkaan festivaalin olemassaolo ei ole itsestäänselvyys vaikka tapahtuma olisikin jossain mielessä institutionalisoitunut – tämän tutkielman musiikkifestivaalien historioihin mahtuu niihinkin kamppailuja jatkuvuuden puolesta, viimeksi Kaustinen Folk Music Festivalin kohdalla (ks. STT 2010). Vaikeudet ja muutokset voivat kuitenkin olla jopa luonnollinen osa institutionaalisten organisaatioiden elinkaarta. Kuten Scott (2001, 95) on todennut, instituutiot elävät vahvasti yhteiskunnan mukana haastaen, lainaten ja eri asteilla korvaten aiempia instituutioita.

Musiikkifestivaalien johtajien ja tuottajien asemaan liittyy myös tiettyjä kulttuurisia, toimialaan liittyviä valtasuhteita ja näkökulmia. Pekka Hako (2007, 52) on todennut musiikkifestivaalien olevan Pierre Bourdieun hengessä sanottuna kenttiä, joita hallitsevat sosiaalisten pelien säännöt. Etenkin yli kolmekymmentä vuotta sitten musiikkijuhlien piirissä tapahtuneen murroksen yhteydessä kentän käsite on osuva, sillä tuolloin Suomessa tapahtunut yhteiskunnallinen muutos synnytti uusia rakenteita, valtasuhteita, vapaa-ajanviettopoja ja erityispääoman jakautumista – syntyi siis kenttien sisäisiä ja niiden välisiä taisteluita. (Hako 2007, 52.) 2010-luvun yhteiskunnassa tietoverkkojen kehitys ja sitä kautta erilaisten verkossa toimivien musiikkipalvelujen ja sosiaalisen median yleistymisen samoin kuin musiikin ja musiikkivideoiden lataaminen vertaisverkoista on ainakin väliaikaisesti murtanut levy-yhtiöiden ja musiikkitoimittajien portinvartija-asemia musiikkimaailmassa. Sen sijaan musiikkifestivaalien ja konserttien rooli tapana kuluttaa musiikkia on kasvattanut suosiotaan ja sitä kautta merkitystään musiikin sekä musiikintekijöiden ja -esittäjien tietoisuuteen tuomisen kanavana.

4 KULTTUURITAPAHTUMIEN YLEISÖT

4.1 Erilaiset yleisöt

Abercrombien ja Longhurstin (1998) esittelemän yksinkertaisten yleisöjen määritelmän mukaan kommunikaatio esiintyjien ja yleisön välillä on suoraa, esitys tapahtuu määrättyssä paikassa ja tilaisuuteen liittyy vahvaa seremoniallisuutta, joka pitää sisällään tietyn fyysisen ja sosiaalisen etäisyyden esiintyjän ja yleisön välillä (Abercrombie & Longhurst 1998, 43–57). Musiikkifestivaaliyleisö täyttää näin ollen jotakuinkin parhaiten nimenomaan yksinkertaisen yleisön määritelmän, joskin suurilla festivaaleilla voi olla myös mediavälitteisiä yleisöjä. Abercrombie ja Longhurst (1998, 154–156) kytkevät jonkin kulttuurisen ilmiön aktiivisen harrastamisen, faniuden ja kuluttamisen myös identiteetin muodostamiseen sekä jokapäiväiseen elämiseen. Näin voidaan ajatella, että myös musiikkifestivaalilla käyminen on osa jokapäiväistä faniutta tai elämäntapaa, ja siten myös festivaaliyleisön jäsen on osa hajaantuneiden yleisöjen joukkoa.

Abercrombien ja Longhurstin (1998) lisäksi lukuisat muutkin kulttuurintutkimuksen ja kulttuurisosiologian piirissä toimineet tutkijat ovat käsitelleet teoksissaan erilaisia yleisöjä, näkökulmasta riippuen joko passiivisina vastaanottajina tai aktiivisina kulttuuritoimijoina. Pasi Falk (1999) on tarkastellut median välittämien tapahtumien yleisöjä, jotka kokonaisuudessaan voivat muodostaa hyvinkin eläväisen ja jopa sosiaalisen vastaanottajajoukon, katsotaanhan esimerkiksi televisiota monesti yhdessä muiden kanssa. Falkin mukaan ”suuri yleisö” todistetusti viettää päivittäisestä ajastaan moninkertaisen osan tilallistuneessa mediamaisemassa verrattuna aikaan, joka käytetään fyysiseen kaupunkitilaan sisältyvien viihde- ja kulttuuripalvelujen käyttöön (Falk 1999, 151).

Vaikka musiikkifestivaalien varsinainen yleisö on nimenomaan fyysisesti paikalle saapunutta, osa suurten suomalaisten musiikkifestivaalien konserteista myös äänitetään tai videokuvataan ja esitetään edelleen television, radion tai internetin kautta. Tapahtuman yleisö koostuu siis todellisuudessa usein laajemmasta ihmisjoukosta kuin mitä itse festivaalilla käy. Välilliseksi – ainakin potentiaaliseksi – festivaaliyleisöksi voidaan tietyllä

tavalla lukea myös konsertteja näkemätön ja kuulematon väestö, joka on tietoinen festivaalin tapahtumista esimerkiksi markkinoinnin ja uutisoinnin kautta. Yleisesti ottaen kulttuurifestivaalit huomioidaan mediassa vähintään paikallisesti, ja etenkin suuret tapahtumat ylittävät uutiskynnyksen usein valtakunnallisestikin. Helsinkiläisillä taidefestivaaleilla keväällä 2006 teetettyyn kyselyyn vastanneista festivaalijärjestäjistä yli puolet kertoi julkisuuskynnyksen ylittyneen heidän festivaalinsa kohdalla televisiossa, lehdissä ja radiossa (Kuusi 2007, 16, 18). Tässä tutkielmassa tarkastelluista festivaaleista kaikilla neljällä on varmasti jonkinlaisia kokemuksia sekä välittömistä että mediavälitteistä yleisöistä. Yleisön tavoittelussa pääpaino musiikkifestivaaleilla nimenomaan elävän musiikin tapahtumina on oletettavasti välittömien yleisöjen saavuttamisessa, mutta tutkimusaiheen kannalta kiinnostavaa on myös tarkastella, millainen on mediavälitteisten yleisöjen merkitys erilaisille suurille musiikkifestivaaleille.

Yleisön musiikkimakuun liittyen Chris Kemp (2004, 66) on populaarimusiikkiin keskittyen todennut yleisöjä olevan hyvin monenlaisia. Osa valikoi genrensä ja artistinsa tarkasti, toiset ovat tyytyväisiä musiikkiteollisuuden esiin tuomien tunnetuimpien artistien kuunteluun ja seuraamiseen. Suuren yleisön eräänlaisena kuluttajamassana ovat nostaneet esiin aikanaan jo Horkheimer ja Adorno (1973, 120–124), jotka kritisoivat ankarasti kulttuuriteollisuutta sen tavasta manipuloida yleisöään tuottamalla vain helposti lähestyttävää viihdettä, mikä saa aikaan sen että markkinoille tulevat tuotteet alkavat muistuttaa toisiaan. Ehkei yleisöistä kulttuuriteollisuuden uhrina puhuta enää samaan sävyyn kuin miten Horkheimer ja Adorno siitä kirjoittivat, mutta musiikin kulutustottumukset kiinnostavat edelleen sekä tutkijoita että kulttuuri- ja tapahtumateollisuuden tuottajia. Edelleen puhutaan kuuntelijatyypeistä sekä erotellaan suuren yleisön suosikit marginaalisia ja vaihtoehtoisia musiikki-ilmiöitä edustavista artisteista. Musiikin kuuntelijoiden ja erilaisten kuuntelutapojen erotteluun on herätty myös musiikin markkinoinnissa. Helsingin Sanomien (Lampila 2010) tuorehkoissa artikkeleissa kerrotaan nykymusiikin yleisön sitouttamisen keinoja pohtineessa Nordiska Musikdagar - tapahtumassa järjestetyssä konferenssissa esitellyistä kahdenlaisesta kuulijatyypistä; analyttinen asiantuntijakuulija erittelee kokemustaan, kun taas emotionaalinen kuulija – jollaisia artikkelin mukaan suurin osa yleisöstä on – antaa kuuntelutilanteessa vallan tunteille, haluaa osallistua ja pitää konsertin tunnelmaa yhtä tärkeänä kuin siellä esitettyä musiikkia.

4.2 Yleisötutkimus suomalaisilla kulttuurifestivaaleilla

Musiikkifestivaalien ja muidenkin esitystaidetta edustavien kulttuuritapahtumien yleisöjen tutkimuksen uranuurtajana Suomessa voidaan pitää Timo Cantellia, jonka yleisötutkimusten tulokset tarjoavat näkökulmaa taustaksi, vastapainoksi ja vertailukohdaksi nykypäivän festivaalijärjestäjien yleisökäsityksille. Varhaisimmista tutkimuksistaan (Salonen 1990) Cantell on käyttänyt tieteellisenä viitekehyksenä kulttuurimakuihin ja niiden yhteiskunnallisiin kytköksiin liittyviä teorioita, myöhemmin hänen tutkimuksensa ovat keskittyneet enemmän kulttuuritapahtumien yleisöjen demografisten, eli rakenteellisesti mitattavissa olevien, väestötieteellisten, piirteiden selvittämiseen sekä yleisöjen osallistumismotiivien tutkimiseen.

Jyväskylän Sinfoniaorkesterin yleisön rakennetta ja makua tutkittuaan Salonen (1990) on todennut konserttien olevan hankala saada laajojen kansankerrosten harrastuksen piiriin siitä syystä että se, joka on osannut avata portin konsertteihin, vetää sen myös perässään kiinni muilta paitsi ”oikeaan” ryhmään kuuluvilta. Tämä saattaa Salosen mukaan olla passiivinenkin valinta, jonka taustalla vaikuttavat rakenteelliset tekijät, kuten yksilön koulutus ja sosioekonominen asema, sekä myös yksisölliset vaateet, tässä tapauksessa taidemusiikillinen korva. Konserttien suljettua luonnetta voi siis tarkastella pääomakamppailuna, jossa konserttiyleisöksi valikoituneet pyrkivät puolustamaan asemiaan kentälle pyrkiviä vastaan. (Salonen 1990, 72–73.)

Sittemmin Timo Cantell on tutkinut suomalaisten musiikkifestivaalien ja muidenkin kulttuuritapahtumien yleisöjä sekä maaseudulla (1993) että kaupungeissa (1996). Hän on maaseudun musiikkijuhlilta eli Kaustisen Kansanmusiikkijuhlilta, Kuhmon Kamarimusiikista ja Viitasaarella järjestettävältä Musiikin aika -festivaalilta kokoamansa tutkimuksen perusteella tiivistänyt kulttuuritapahtumissa – etenkin klassisen musiikin tapahtumissa – aktiivisesti käyvän yleisön perusrakenteeltaan keski-ikäiseksi, naisvaltaiseksi, korkeasti koulutetuksi, toimihenkilöryhmiin kuuluvaksi ja pääosin kaupungeissa asuvaksi. Samalla Cantell on pannut merkille maaseudulla järjestettävien musiikkitapahtumien paikallisen ja alueellisen vetovoiman, sillä tutkitut tapahtumat keräsivät runsaasti yleisöä lähialueiltaan. (Cantell 1993, 15–24, 72.) Edellä kuvailtuja yleisörakenteita noudattelivat pienin variaatioin myös Kuopio Tanssii ja Soi -tapahtumasta,

Tampereen Teatterikesästä ja Turun Musiikkijuhlilta vuonna 1995 kerätyn tutkimuksen tulokset (Cantell 1996, 8–14). Samassa tutkimuksessa käsitelty Ruisrock – joka jo tuolloin poikkesi ohjelmistoltaan perinteisiin taidemuotoihin keskittyneistä kaupunkifestivaaleista – kuitenkin keräsi naisia ja miehiä lähes saman verran, yleisön keski-ikä oli 24 vuotta ja suurin osa tapahtuman yleisöstä koostui opiskelijoista. Asuinpaikkajakauma sen sijaan noudatteli samoja kaavoja kuin muidenkin Cantellin tutkimien kaupunkifestivaalien kohdalla, eli suuri osa yleisöstä saapui tapahtumaan järjestelypaikkakunnalta ja sen lähipiiristä, toisaalta pääkaupunkiseudulta ja kolmanneksi korkeakoulukaupungeista ylipäätään. (Cantell 1996, 46–47.)

Cantell on huomionnut yleisötutkimuksissaan myös kilpailevien kulttuuritapahtumien vaikutuksen. Tutkimistaan musiikkitapahtumista puhuessaan hän mainitsee Turun Musiikkijuhlien yleisön tulevan pääasiassa juuri läheltä, sillä Turun Musiikkijuhlat on vain yksi tapahtuma lukuisten muiden Etelä- ja Lounais-Suomen musiikkijuhlien joukossa. Kuhmon Kamarimusiikki on sen sijaan kerännyt yleisönsä laajalti ympäri Suomea; Uudellamaalla, useiden satojen kilometrien päässä tapahtumapaikasta asuvien osuus festivaalin yleisöstä oli tutkimuksen teon aikaan jopa 45 prosenttia. (Cantell 1993, 22–23; 1996, 15.) Kaustisella maaseudulta kotoisin oleva yleisö muodosti tuolloin 40 prosentin osan koko yleisöstä pääkaupunkiseudulta tulijoiden osuuden ollessa vain 13 prosenttia (Cantell 1993, 23).

Cantell (1993, 17) on karkeasti yleistänyt klassisen musiikin yleisöstä vähintään joka toisen olevan ylioppilas tai sitä edemmäs opiskellut, mikä vaikuttaakin pitäneen paikkansa ainakin 1980- ja 90-luvuilla toteutettujen yleisötutkimusten perusteella. Esimerkiksi Savonlinnan oopperajuhlien yleisöstä yli 40 prosentilla oli Sairasen 1980-luvun lopulla tekemän² tutkimuksen mukaan korkeakoulututkinto, ja Cantellin (1993, 17) Kuhmon Kamarimusiikissa vuonna 1991 teettämän kyselyn mukaan akateeminen tausta löytyi jopa 56 prosentilta festivaalin yleisöstä. Myös toisenlaista musiikillista genreä edustavan Pori Jazz -festivaalin yleisötutkimusten (Korkeamäki 1994, 9; 1998, 8) mukaan vuonna 1994 jazzkävijöistä 27 prosentilla oli korkeakoulututkinto ja 36 prosentilla opistotasoinen tutkinto, vuoden 1998 Pori Jazzin kävijöistä korkeakoulutettuja oli 31 prosenttia ja opistotason tutkinto oli yleisöstä 33 prosentilla. Kaustisen kansanmusiikkijuhlien yleisön

² Ks. Sairanen 1988, 5

koulutusrakenne vuonna 1991 poikkesi edellä lueteltujen festivaalien yleisöistä merkittävästi, sillä siellä kansakoulun, keski- tai peruskoulun ja ammattikoulun suorittaneiden osuus oli yhteensä hieman yli puolet yleisöstä, mitä Cantell on pitänyt varsin suurena määränä muiden musiikkijuhlien tuloksiin verrattuna (Cantell 1993, 18). Cantell (1998, 15–17) on havainnut eron myös rockyleisön ja korkeakulttuuriyleisön koulutus- ja sosioekonomisen taustan välillä, vaikkakin hänen Ruisrockin (1996) ja Joensuun Laulurinteen juhannustilaisuuksien (1998) yleisöistä tekemiensä tutkimusten perusteella niidenkin yleisö oli korkeammin koulutettua kuin koko maan väestö yleisesti ottaen.

Timo Cantellin kulttuurifestivaalien yleisöjä käsittelevien tutkimusten perusteella musiikkifestivaalien merkityksestä kulttuuriharrastuksena kertoo tutkittujen kävijöiden uskollisuus tapahtumia kohtaan. Päätös tiettyyn kulttuuritapahtumaan lähtemisestä tehdään varhain, eikä asuinpaikalla ole juuri merkitystä siihen, milloin päätös tapahtumaan lähdestä tehdään. (Cantell 1996, 24–25.) Tärkeimpänä kulttuurifestivaaleille osallistumisen tekijänä kaupunkifestivaalien yleisöjä käsitelleessä tutkimuksessa (Cantell 1996) mainittiin taitavat esiintyjät, joiden merkityksen valintoihin mainitsi vähintään 80 prosenttia vastaajista. Kuitenkaan esiintyjien ei näiden vastausten perusteella tarvitse välttämättä olla kaikkein tunnetuimpia tähtiä, joskin lipunmyyntiluvut puhuvat siitä huolimatta usein juuri tähtiesiintyjiin kohdistuvan kiinnostuksen puolesta. Samankaltaisia vastauksia Cantell (1998, 35) sai Joensuun Laulujuhilla toteuttamassaan yleisötutkimuksessa, jonka tuloksista ilmeni, että yleisöä kiinnostavat erityisesti karismaattiset esiintyjät.

Ohjelmistolla ylipäätään on Cantellin mukaan suuri merkitys päätöksessä festivaalille osallistumisesta. Eroja on kuitenkin havaittavissa eri tapahtumien yleisöjen välillä, kun kysytään suhtautumista jo tuttuun ja tunnettuun ohjelmistoon ja toisaalta uuteen ohjelmistoon. (Cantell 1996, 28–29.) Joensuun Laulujuhlien yleisön enemmistölle oli Cantellin tutkimuksessa tärkeää, että ohjelmisto on korkeatasoista, muttei kuitenkaan liian kokeilevaa tai toisaalta konservatiivista (Cantell 1998, 35–36). Teemavuosilla ei Cantellin mukaan ole ollut suurta merkitystä kulttuuritapahtumiin osallistumiselle (Cantell 1996, 29; 1998, 35–36), mutta tapahtuman tunnelmalla ja ilmapiirillä sitä vastoin on Cantellin kaupunkifestivaalien tutkimuksen tulosten mukaan merkitystä yli puolelle yleisökyselyihin vastanneista. Festivaalien merkitystä sosiaalisten verkostojen toimintaympäristönä

kaupunkifestivaalien kohdalla ei kuitenkaan tuotu esiin, vaikka todellisuudessa sosiaalisilla seikoilla saattaisikin olla huomattava rooli tapahtumiin osallistumisessa. (Cantell 1996, 30.)

Cantellin maaseudun musiikkijuhlia koskevassa tutkimuksessa (1993, 51–62) Kuhmon Kamarimusiikin yleisöstä yli kaksi kolmasosaa valitsi ensimmäiseksi mielimusiikikseen klassisen musiikin, Kaustisella taas painottui kevyen musiikin puoli. Kun Kuhmon yleisön mieltymyksiä kysyttiin avoimin kysymyksin, vahvistui klassisen musiikin osuus edelleen, mutta enemmän myönteisiä vastauksia saatiin myös viihde- ja kansanmusiikkia sekä kevyttä musiikkia kohtaan näin kysyttynä kuin kysyttynä asiaa valmiiden vaihtoehtojen pohjalta. Näin ollen Kuhmon yleisö ei ehkä sittenkään ole ollut pelkästään niin vahvasti ”vakavaan musiikkiin” suuntautuvaa kuin mitä ensisijaisesti voisi olettaa. Kaustisella yleisön kiinnostus musiikkiin oli vuonna 1991 varsin monipuolista. Kansanmusiikki hallitsi, mutta myös muilla musiikinlajeilla oopperaa lukuun ottamatta oli yleisölle merkitystä. Kysyttäessä yleisöiltä musiikista, josta se ei lainkaan pidä, oli Kuhmossa käyvien musiikkimaku ja tiettyjen musiikinlajien vastustus ikään kuin yksipuolisempaa verrattuna Kaustisen yleisöön. Cantell (1993, 56) on arvellut jazzmusiikin olleen kenties eräänlainen tuon ajan vedenjakaja, joka on saanut hyväksynnän niin klassisen kuin kansanmusiikin ystäviltä. Ohjelmistosuunnitteluun liittyen on Kaustinen Folk Music Festivalilla aika ajoin käyty keskustelua ”aidon”, perinteisen ja erityisesti kaustislaisen kansanmusiikin asemasta tapahtumassa. Vuonna 1991 kaksi kolmasosaa yleisöstä oli sitä mieltä, että tätä musiikin lajia on vähintäänkin riittävästi kymmenesosan vastatessa sitä olevan liian vähän (Cantell 1993, 42).

Kuhmon Kamarimusiikin ja Kaustinen Folk Music Festivalin yleisön musiikkimakujen tutkiminen voisi tänä päivänä tuottaa vielä monitulkintaisempia tuloksia. Varsinkin populaarimusiikki on pirstoutunut yhä useampiin tyylilajeihin ja osa-alueisiin, ja toisaalta eri musiikinlajit ovat kehittyneet ja osin myös sulautuneet yhteen sitten 1990-luvun. Cantellkin (1993, 58) on jo aikanaan maininnut kulttuurituotteiden tuotannossa ja vastaanotossa 1980- ja 1990-lukujen vaihteessa käydyn postmodernikeskustelun myötä tapahtuneen muutoksen, minkä vaikutuksesta raja korkeakulttuurin ja populaarikulttuurin välillä horjuu. Cantell on siis todennut tämän lähes kaksikymmentä vuotta sitten, mutta kehityssuunnan voidaan katsoa jatkuneen yhä nykypäivään asti.

Harrastustausta tuottaa Cantellin mukaan yleisöä kulttuurille, mikä oli nähtävissä jo vuosina 1993 (45) ja 1996 (32–35) ilmestyneissä yleisötutkimuksissa. Kuten Cantell (2003, 44) on todennut, kasautuu kulttuuriharrastus siten, ettei kiinnostus rajoitu vain yhteen taiteenalaan, vaan esimerkiksi moni tanssiesityksiä seuraava käy säännöllisesti myös erilaisissa konserteissa, näyttelyissä ja teatterissa. Myös Helsingin juhaviikoilla 1997, 1999, 2002 ja 2005 toteutettujen yleisötutkimusten mukaan suurin osa kävijöistä on omakohtaisesti harrastanut jotakin taiteenlajia, ja yli 40 prosenttia kävi yli kymmenessä kulttuuritilaisuudessa vuosittain (Cantell 2007, 166, 168). Musiikin osuus harrastamisessa on selkeästi merkittävä, mikä tulee esille Joensuun Laulujuhlien ja Helsingin juhaviikkojen yleisöistä vuonna 1998 julkaistussa tutkimuksessa, jonka mukaan näiden yleisfestivaalien yleisöstä noin joka toinen soittaa tai on joskus soittanut jotain instrumenttia (Cantell 1998, 48).

Pääkaupunkiseudun asukkaiden festivaalikäymistä ja käsityksiä kulttuurifestivaaleista ovat tutkineet Maaria Linko ja Satu Silvanto (2007). Heidän Helsingin seudulla asuville teettämänsä kyselyn perusteella kymmenen suosituimman festivaalin joukkoon mahtui eri puolilla Suomea järjestettäviä ja keskenään hyvin erilaisia festivaaleja, suurimman osan niistä keskittyen kuitenkin musiikkiin. Niin Helsingin juhaviikot kuin mm. Pori Jazz ja Ruisrock kuuluivat tähän kymmenen kärkeen. Festivaaleille osallistumisen syistä selvästi tärkeimmäksi nousi hyvä ohjelmisto. Tiettyjä genrejä edustavat festivaalit olivat joitakin nimettyjä arvoja – kotirakkautta, perinteitä, esikuvahakuisuutta ja erottumista, asiakaskeisyyttä, elämyksellisyyttä, vaikuttamista tai arvokeskiöön sijoittumista – painottavien yleisöryhmien suosiossa, mutta Linkon ja Silvannon mukaan ainoatakaan festivaalilajia ei kuitenkaan voida luonnehtia vain yhden tai edes parin kävijätyypin suosimaksi. (Linko & Silvanto 2007, 152–160.)

4.3 Muita kulttuurialan yleisötutkimuksia

Syitä ja tapoja musiikkifestivaaleille osallistumiselle sekä esiintyjien että yleisön kannalta on tutkinut Iso-Britanniassa vaikuttava musiikin ja musiikkikasvatuksen tutkija Stephanie E. Pitts (ks. esim. Pitts 2005a). Pitts on todennut yhdessä Spencerin kanssa (2007, 229), että klassisen musiikin konsertteihin osallistuvia on usein ajateltu kuluttajina ja heihin

kohdistunut tutkimus on keskittynyt paljolti osallistumis- ja kulutustapojen selvittämiseen markkinatutkimuksin ja vapaa-ajan analysointimenetelmien avulla. Yleisön konserttitapahtumiin osallistumisen tutkiminen sellaisenaan ei kuitenkaan kerro paljoakaan konserttiympäristöstä, tunnelmasta tai siitä, miten ja millaiseksi konserttielämys ja kuuntelukokemus yleisössä muodostuvat. Suomalaisista esitystaideorganisaation tutkijoistakin esimerkiksi Sorjonen (2004) on käsitellyt väitöstutkimuksessaan yleisöä lähinnä asiakkaina, joille esitystapahtumat tuotetaan ja kohdennetaan. Pitts on sen sijaan kamarimusiikkifestivaalitutkimuksissaan pyrkinyt selvittämään yleisön kokemuksia ja tunteita kohdetapahtumasta.

Music in the Round -kamarimusiikkifestivaalilla vuonna 2003 kerättiin yleisölle kohdistettujen kyselyjen, haastattelujen sekä päiväkirjatekstien muodossa tutkimusaineisto, jonka tarkoituksena oli selvittää heidän kokemuksiaan yleisönä olemisesta festivaalilla (Pitts 2005b, 259). Tutkimus osoitti Pittsin ja Spencerin mukaan, että tapahtumalla on varsin lojaali kävijäkunta, jolle osallistuminen tapahtumaan vuosittain on tunnesidonnainen tapa, jota jatketaan vaikka ohjelmistossa ja esiintyjissä tapahtuukin muutoksia. Ohjelmistosuunnittelussa erilaiset kokoonpanot sekä uudet soittajat ja soitinryhmät innostivat yleisöä näkemään yhtyeiden soiton kokonaisuutena, toisaalta huomioimaan nimenomaan epätyypilliset soitinkokoonpanot. Kamarimusiikkifestivaalin yleisössä on havaittavissa elementtejä sekä fani- että kuluttajakäyttäytymisestä, mutta kumpaakaan määritelmää ei voida käyttää kattavasti kuvaamaan niitä kuuntelemiseen liittyviä monimutkaisia yksilöllisiä ja kollektiivisia kokemuksia, joista yleisön jäsenet Pittsin tutkimuksessa kertoivat. ”Faneina” yleisön jäsenet janoavat tietoa uusista esiintyjistä, tyyleistä ja soittajaryhmistä. Lojaalisuus festivaalia kohtaan on muodostanut tutkitun kamarimusiikkifestivaalin yleisössä pitkälle levinneen halun tutustua uusiin soittajiin ja lisännyt avoimuutta yhä laajemmalle ja monipuolisemmalle ohjelmistosuunnittelulle. Yleisön uudelleen saapumisen kannalta tärkeitä seikkoja ovat myös yhteenkuuluvuuden ja ystävyys tunteet kanssaryleisön ja esiintyjien kanssa. Pitts ja Spencer korostavatkin yksilöllisten ja kollektiivisten kuuntelukokemusten tutkimisen tärkeyttä sen sijaan että tarkasteltaisiin konserttiyleisöjä pelkästään markkinavoimien ja kulutuskäyttäytymisen näkökulmasta. Elävän musiikin kuuntelukokemusten tutkimuksen kautta saatavilla tuloksilla voi heidän mukaansa tulevaisuudessa olla merkittävä rooli klassisen musiikin yleisöjen sitouttamisessa musiikkilajin harrastajiksi. (Pitts & Spencer 2007, 235–238.)

Pitts on todennut muun yleisön ja ylipäätään toisten samanlaista musiikkia harrastavien ihmisten kanssa koettavan yhteenkuuluvuuden tunteen olevan merkittävä syy festivaalille osallistumiselle myös tutkittuaan Iso-Britanniassa järjestettävän Gilbert and Sullivan - oopperafestivaalin yleisön ja esiintyjien festivaalikokemuksia vuonna 2001. Tutkimuksessa yleisö kuvaili festivaalia mm. intensiiviseksi, tunnelmaltaan hienoksi sekä samanmielisiä ihmisiä yhteen kokoavaksi. Pittsin saamien tutkimustulosten mukaan yleisön voimakas samaistuminen festivaaliin ei riippunut niinkään osallistumisen kestosta vaan osallistumiskokemuksen laadusta. Yleisö luo siis kollektiivista yhteenkuuluvuuden tunnetta jopa niille osallistujille, jotka vierailevat festivaalilla vain vähän aikaa. (Pitts 2004, 143–152.)

Tämän tutkielman taustan kannalta on huomattava myös muiden kuin festivaalien yleisöistä tehty kulttuurialan yleisötutkimus. Taidemuseoiden yleisöjä on tutkinut jo 1960-luvulla Pierre Bourdieu, joka on tuolloin todennut museokäyntien vahvasti lisääntyvän koulutustason myötä, ja tilastojen osoittavan kulttuuriin osallistumisen olevan tietynlainen kultivoituneen yhteiskuntaluokan etuoikeus (Bourdieu & Darbel 1991, 14, 37). Myöhemmästä taidemuseoihin kohdistuneesta yleisötutkimuksesta mainittakoon esimerkkinä Eeva-Katri Aholan (1995) tutkimus taidemuseon imagosta yleisön näkökulmasta. Aholan tutkimuksessa haluttiin mm. rikkoa käsitettä ”suuresta yleisöstä” ryhmitellen yleisöt erilaisten ominaisuuksiensa mukaisesti ”monipuolisen tyydytyksen hakijoihin”, esteettisten nautintojen tärkeyttä korostaviin ”kulttuuritahdoltaan hyviin” sekä erityisesti perinteisiin ja esittävään taiteeseen mieltyneisiin ”perinteisiin” kävijöihin. Viimeiseksi mainitun ryhmän edustajat olivat keskimäärin vähemmän koulutettuja kuin kahden edellisen. Tutkimus toi esille, että yleisö näkee museot usein samankaltaisina, museot taas yleisön yhtenä ”harmaana massana”, suurena yleisönä. (Ahola 1995, 107.)

Ranskassa pitkäaikaisen Avignon’n teatterifestivaalin yleisöä on tutkittu vuonna 1967 Janine Larruren toimesta sekä sittemmin vuodesta 1995 alkaen Jean-Louis Fabianin johdolla kvantitatiivisten menetelmien avulla. Avignon’n festivaalilla 1990-luvun lopulla ja 2000-luvun alussa kerätyn yleisötutkimuksen tulokset eivät merkittävästi eronneet 1960-luvun vastaavista yleisön koulutuksellisten ja demografisten piirteiden suhteen. Yleisö koostui molemmissa pääasiassa korkeakoulutetuista, ylempää keskiluokkaa

edustavista henkilöistä. Fabian on painottanut erona oopperatalojen, taidenäyttelyiden ja jopa Pariisin teattereiden yleisörakenteeseen sitä, että kaupungin “silmäatekevät” lähes kokonaan puuttuvat Avignon’n festivaaliyleisöstä. Ennemmin kuin näyttäytymään kalliilla hinnalla, Avignon’n festivaaleille saavutaan sitoutuneesti, juhlistamaan yhteisiä kulttuurisia arvoja. (Fabiani 2003, 266–267.)

Korkean koulutustaustan yhteyden etenkin klassisen musiikin kuunteluun ovat todenneet myös Juan Prieto-Rodríguez ja Víctor Fernández-Blanco (2000, 157), jotka ovat tutkineet populaarimusiikin ja klassisen musiikin kuluttajien eroja Espanjassa. He havaitsivat tutkimuksessaan myös, että vanhempien korkea koulutustausta vaikuttaa positiivisesti klassisen musiikin kuunteluun, mitä ei populaarimusiikin kohdalla ole havaittavissa (Prieto-Rodríguez & Fernández-Blanco 2000, 160). Tuoretta festivaalien yleisötutkimusta maailmalta edustaa Stephen Boylen, Carmen Johamin ja ABM Abdullahin (2010) tutkimus Hong Kongissa järjestettävän kansainvälisen taidefestivaalin osanottajista vuonna 2009. Tästä kvantitatiivisin menetelmin laaditusta tutkimuksesta on ilmennyt mm. se, että yleisön koulutustausta tälläkin festivaalilla on korkealla (Boyle, Joham & Abdullah 2010, 4), aivan kuten suomalaisilla festivaaleilla 1990-luvun ja 2000-luvun alussa toteutettujen yleisötutkimusten mukaan on ollut.

5 MUSIIKKIFESTIVAALIN JÄRJESTÄMINEN

5.1 Ohjelmistosuunnittelu esitystaideorganisaatioissa

Festivaalijärjestäjien näkemykset ja kokemukset yleisöistä näkyvät epäilemättä tavalla tai toisella heidän toteuttamassaan ohjelmistosuunnittelussa. Ohjelmistosuunnittelulla tässä yhteydessä tarkoitetaan musiikkiesitysten – joko esityskappaleiden, esiintyjien tai näiden molempien – valitsemista festivaalin ohjelmistoon. Ohjelmistosuunnittelun tapoja esitystaideorganisaatioissa ovat aiemmin tutkineet mm. Saara L. Taalas (2001), jonka väitöskirja tarkasteli ohjelmistosuunnitteluun liittyvää päätöksentekoa Tampereen Työväen Teatterissa, sekä Hilppa Sorjonen (2004), joka on tutkinut markkinaorientaation ilmenemistä esitystaideorganisaatioissa. Sorjosen (2004, 62) määritelmän mukaan markkinaorientoitunut esitystaideorganisaatio suunnittelee ja toteuttaa eri toimintonsa koordinoitujen erityisesti asiakkaiden, mutta myös muiden sidorsyhmien tarpeita ja odotuksia sekä kilpailijoita koskevaan informaatioon perustuvia, asiakkaille ylivoimaista arvoa luovia tuotteita.

Sorjosen tutkimien esitystaideorganisaatioiden ohjelmistosuunnittelussa esiintyi kolme erilaista lähestymistapaa: organisaation tehtävää, käytettävissä olevia resursseja ja luovuutta korostava tapa. Tavoitteena esimerkiksi esiintymistilaisuuksien tarjoaminen suomalaisille säveltäjille ja muusikoille lukeutuu tehtäväkeskeiseen ohjelmistosuunnitteluun. Resurssikeskeisessä ohjelmistosuunnittelun lähestymistavassa ohjelmisto suunnitellaan sen perusteella, minkälaiset esiintyjä-, tila- ja aikaresurssit – sekä aineelliset että aineettomat – organisaatiolla on käytettävissään. Taiteellisen johtajan kokonaisnäkemystä taas puoltaa luovuuskeskeinen ohjelmistosuunnittelutapa, jossa resurssit tarvittaessa joustavat taiteellisesti harmonisen ja ehjän kokonaiskuvan ehdoilla. Sorjosen teemahaastattelumenetelmällä keräämän aineiston mukaan luovuuskeskeinen lähestymistapa ilmeni kahdessa, resurssikeskeinen viidessä ja tehtäväkeskeinen kolmessa organisaatioissa. Sorjosen anonymisti tutkimista kymmenestä organisaatiosta kolme oli musiikkifestivaaleja. Niistä yhden ohjelmistosuunnittelu oli luovuuskeskeistä ja kahden resurssikeskeistä. (Sorjonen 2004, 72–73, 80–85.)

Sorjonen on edelleen erotellut väitöskirjassaan esitystaideorganisaatioiden ohjelmistosuunnittelusta vastaavien henkilöiden erilaisten arvojen painotuksia. Markkinaorientaatiota edistävät Sorjosen mukaan ainakin ajan hengen tavoittamisen sekä taloudellisten tavoitteiden saavuttamisen normit, yleisön saavuttaminen, asiakkaiden odotuksiin ja tarpeisiin vastaaminen sekä yleisön haastaminen ja yllättäminen. Lisäksi ohjelmistosuunnitteluun vaikuttavina arvoina esille nousivat ohjelmistopoliittisten päämäärien ja periaatteiden toteuttaminen, yleisön kasvattaminen, yleisöön liittyvät erilaiset uskomukset sekä normit ja uskomukset, jotka ohjaavat ohjelmistosuunnittelua organisaation sidosryhmiin ja kilpailuun liittyen. (Sorjonen 2004, 99–125.)

Ohjelmistosuunnittelun tapoja Sorjonen tarkasteli siis tutkimalla, miten markkinaorientaatio niissä ilmenee. Tämä työ käsittelee tavallaan samaa aihetta, siis sitä miten esitettävää musiikkia kohdistetaan yleisölle ja mitä käsityksiä siihen festivaalijärjestäjien puolesta liittyy. Näkökulma on kuitenkin sikäli erilainen, ettei festivaaliyleisöjä tässä tarkastella lähtökohtaisesti asiakkaina eikä ohjelmistoa tuotteena, vaan festivaaleja musiikin ja kulttuuristen ilmiöiden toteuttajina. Sorjosen mukaan eräät taiteelliset johtajat tinkivät taiteellisista pyrkimyksistään havaitessaan taiteellisen merkityksellisyyden olevan ristiriidassa yleisön preferenssien kanssa, mutta haastatteluaineistonsa perusteella hän toteaa, ettei markkinaorientaation omaksuminen silti pääsääntöisesti edellytä taiteellisista tavoitteista luopumista (Sorjonen 2004, 97, 188). Tässä tutkielmassa kiinnostus kohdistuu Sorjosen näkökulmaa tarkemmin siihen, millaisia mieltymyksiä ja tapoja festivaalijärjestäjät kokevat yleisöllä olevan, ja miten he nuo tavat huomioivat festivaalinsa musiikillisessa tarjonnassa ja muussa toiminnassa. Kiinnostavaa on kuitenkin tarkastella sitäkin, miten tietoisesti markkinaorientaatiota tämän tutkimusaineiston festivaaliorganisaatioissa noudatetaan.

Watermanin (1998, 61) mukaan taidefestivaalit joutuvat tasapainottelemaan taiteellisten päämäärien saavuttamisen sekä markkinoinnin ja kaupallisten tarpeiden välillä. Hän on maininnut monien festivaalijohtajien ja -tuottajien ongelmaksi paineen laajentaa yleisöpohjaa säilyttämällä samalla kuitenkin taiteellisen puhtauden ja eliittisyyteen liittyvän statuksen. Saman festivaalin järjestäjiä koskettavan kaksijakoisen roolin ongelman on aiemmin maininnut myös Karjalainen (1991, 1), jonka mukaan laadun

ylläpitäminen ja toisaalta festivaalin taloudellisten vaikutusten perusteleva talouden termeillä vaativat festivaalijohtajalta tai -tuottajalta tasapainottelua erilaisten intressien välillä.

Niina Koivunen (2003) on tutkinut väitöskirjassaan, miten hallinto ja muusikot kokevat johtajuuden sinfoniaorkesterissa. Yhdeksi tutkimuksensa diskurssiksi hän on nostanut tutkimusaineistostaan esiin nousseen teeman ”taide vastaan liiketoiminta”, jonka perusteella muusikot ja toiminnanjohtajat voidaan erottaa työnsä, tavoitteidensa ja jopa arvojensa puolesta kauaksi toisistaan. Epäluottamus ja ennakkoluulot soittajien ja orkesterin johdon välillä juontuvat Koivusen mukaan perustavanlaatuisesta ongelmasta sovittava taidemaailma yhteen talouden kanssa ja vaikeudesta johtaa taidetta taloudellisesta näkökulmasta. Soittajilla on usein vahvat idealistiset näkemykset, joiden mukaan laadukkaan taiteellisen sisällön tulee olla aina etusijalla, silti tuotannollisen johdon täytyy tehdä erilaisia kompromisseja suunnitellessaan ohjelmiston sellaiseksi että se houkuttelee riittävän suuren yleisön. Liiketoiminta ja taloudenpito, muuttuvat markkinat ja asiakasorientaatio olivat teemoja, jotka nousivat selkeästi esille hallinnon haastatteluissa. Sekä tutkittujen Tampere Filharmonian että Philadelphian Sinfoniaorkesterin kohdalla kilpailutilanne – ei niinkään muiden orkestereiden vaan muiden taideorganisaatioiden, urheilun ja elokuvien kanssa – on muuttunut entistä haastavammaksi. Julkisen sektorin tuki auttaa tässä kilpailutilanteessa, minkä johdosta Tampereella ei olla yhtä riippuvaisia lipputuloista ja niiden tavoittelusta ohjelmistovalinnoilla kuin joissakin muissa taideorganisaatioissa. Taiteen arvostus koetaan kaikesta huolimatta Koivusen keräämän aineiston perusteella tärkeäksi ja tunnustetuksi temaksi orkesterien hallinnon keskuudessa, sekä taiteen itsensä että sitä työkseen esittävien muusikoiden takia. Taiteellisten ideaalien ja liiketoiminnallisen todellisuuden yhdistäminen ei kuitenkaan ole helppoa. (Koivunen 2003, 91–100.)

Taiteen ja liiketoiminnan arvomaailmojen välisestä kuilusta festivaaliorganisaatiossa on puhunut Halonen (2007, 147), joka on tutkinut (2004; 2005) kulttuuritapahtumien tuottajien toimenkuvia ja käsityksiä työstään. Halosen mukaan osalle tuottajista liiketoiminnan ja taiteen arvojen yhdistäminen on varsin luonnollista, osalle taas hankalaa ja jopa vastenmielistä. Julkisella sektorilla toimivat tuottajat suhtautuivat liikemaailman

osallisuuteen kulttuuritoiminnassa yleisesti kriittisemmin kuin yksityisen sektorin etenkin tapahtumamarkkinointiin keskittyneissä yrityksissä toimivat tuottajat.

J. Lamar Pierce (2000) on tarkastellut amerikkalaisten oopperatalojen ohjelmistovalintojen taustalla vaikuttavia ekonomisia ja sosioekonomisia syitä ja voimia. Piercen mukaan oopperamaailmassa rahoituspohjan merkityksestä ohjelmistosuunnitteluun on esitetty eriäviä mielipiteitä; hän itse on oopperayhtiöiden toimintaa tutkittuaan ja vertailtuaan todennut, että valtion rahoitus ja kunnallinen kulttuuriympäristö vaikuttavat oopperayhtiöiden ohjelmistosuunnitteluun. Piercen tutkimustulokset tukivat hypoteesia, jonka mukaan valtion tukemat oopperaseurueet ovat vapaampia esittämään muitakin kuin tuttuja ja sovinnaisia oopperoita. Kuitenkin keskivertoa konservatiivisemmasta väestöstä koostuvissa kaupungeissa toimivat oopperat, jotka saavat rahoitusta paikallisella julkisella taholla, ottavat Piercen analyysin mukaan vähemmän riskejä ohjelmistosuunnittelussaan rahoituksen menettämisen pelossa. Sen sijaan yksityisten lahjoittajien suuri osuus rahoituksessa ei tuntunut vähentävän riskien ottoa ohjelmistosuunnittelussa. (Pierce 2000, 47–49, 59.)

Ohjelmistosuunnittelu festivaaleilla on erittäin tärkeä osa tapahtuman järjestämistä sekä usein myös avain sen onnistumiseen. Lingon ja Silvannon (2007, 164) helsinkiläisten festivaalikäsitteitä ja -mielipiteitä selvittäneen tutkimuksen mukaan kiinnostava ohjelmisto on tärkein syy festivaaleilla käymiseen, joten sisältökysymykset kannattaa pitää mielessä silloinkin, kun festivaaleja lähdetään markkinoimaan yhä laajemmille yleisöille. Kemp ym. (2008, 1-1–1-2) luettelevat artistivalintoja tehtäessä erityisen tärkeiksi asioiksi promoottorin tietoisuuden siitä, miten suosittu ja kiinnostava artisti on, miten taloudellisesti kannattavaa ja ajankohtaista artisti on ottaa esiintymään sekä miten artisti sopii musiikilliselta genreltään tapahtumaan ja sen kohdeyleisön musiikkimakuun. Varsin liiketoimintahenkisesti ja jopa hieman yksinkertaistaen he neuvovat promoottoria noudattamaan artistivalinnoissaan markkinavoimien kulkua ja yleisön tarpeita omaan henkilökohtaiseen musiikkimakuun perustuvien valintojen sijaan. Taidemusiikkimaailman näkökulmasta Salonen (1990, 70) on todennut, että ohjelmistovalinnoilla ja leimaamalla konsertit viihdekonserttien tapaan tietyn tyypiksi orkesteri voi saada saleihin erilaista ja eri tarpeita tyydyttäviä kuuntelijoita, muttei kuitenkaan olennaisesti muuttaa konserttiyleisön perusrakennetta.

Kempin ym. (2008) näkökulma musiikkitapahtuman johtamiseen on siis tässä kohtaa hyvinkin markkinaorientoitunut, mikä sopii varmasti hyvin etenkin yksityisin varoin rahoitettujen, lähtökohtaisesti taloudellista voittoa tavoittelevien musiikkifestivaalien ohjelmistosuunnittelu- ja johtamistavaksi. Kuitenkin käsitykset siitä, millainen musiikki ja mitkä artistit milloinkin ovat kannattavia valintoja tapahtumaan, ovat aina vähintäänkin osittain subjektiivisia. Sosiaalisen median ja internetin kautta tapahtuvan ilmaisen musiikinkuuntelun lisääntyessä jatkuvasti levymyyntiluvut tai mediahuomio esimerkiksi radiosoiton muodossa kertovat yhä vähemmän artistien todellisesta suosiosta tai suosiottomuudesta, erityisesti muiden musiikkityylien kuin niin sanottua valtavirtaa noudattavan popmusiikin kohdalla.

Neuvojen kysely ja keskustelut muiden tapahtumanjärjestäjien kanssa saattavat auttaa pysymään ajan tasalla erilaisten artistien suosiosta, kuten Kemp ym. (2008, 1-8) ovat todenneet. Suomen kokoisessa maassa musiikki- ja festivaalipiirit eivät ole järisyttävän suuria, joten verkostoituminen ja yhteistyö muiden kanssa ovat tärkeitä keinoja ohjelmistosuunnittelussa mahdollisista kilpailuasetelmistakin huolimatta. Sara Kuusi (2007, 17) toteaa verkostoitumisen merkityksen kasvaneen kaikilla kulttuurialoilla. Tämä käy ilmi mm. Helsingin kaupungin kulttuuriasiakseksuksen keväällä 2006 kaupungin festivaalitoimijoille laatiman kyselyn tuloksista, jotka kertoivat lähes kaikkien Helsingin festivaalientällä toimivien tekevän yhteistyötä joko muiden suomalaisten tai ulkomaalaisten festivaalitoimijoiden kanssa. Verkostoitumisen todettiin yleisesti olevan keskeinen osa alan työskentelykulttuuria ja ohjelmiston valmistelua, ja sen avulla koettiin saatavan uusia ideoita, rahallista etua sekä hyödyllisiä henkilösuhteita. Kyselyssä tarkentui kotimaisen yhteistyön olevan useimmiten tiedonvaihtoa, kun taas ulkomaalaisten kanssa tehdään myös keskinäisiä vierailuja. Myös kansainvälisiin alan keskeisiin verkostoihin kuuluvia festivaalijärjestäjiä löytyy Helsingin seudulta, ja eri maissa järjestettävien festivaalien välistä verkostoitumista halutaan tiivistää ja kehittää edelleen, erityisesti Pohjoismaiden ja Baltian maiden alueella. (Kuusi 2007, 16–18.)

5.2 Festivaalin markkinointi

Musiikkifestivaalien yleisön tavoittelun yhteydessä voidaan puhua Sorjosen (2004) tapaan markkinoinnista, joka käsitteenä on lähtöisin taloustieteen alalta. Philip Kotler ja Gary Armstrong (2010, 28) ovat määritelleet markkinoinnin yksinkertaisimmillaan tarkoittavan kannattavien asiakassuhteiden hankkimista. Markkinointi tapahtuu kaksitahoisesti; sekä houkuttelemalla uusia asiakkaita tarjoamalla heille kilpailijoihin nähden ylivoimaisen tuotteen että säilyttämällä jo olemassaolevat asiakkaat pitämällä heidät tyytyväisinä (Kotler & Armstrong 2010, 28–29).

Kulttuurituotteiden markkinoinnin näkökulmasta kulttuurin kohderyhmiä voidaan erotella erilaisiin markkinointisegmentteihin. Segmentoimisella tarkoitetaan markkinoinnin yhteydessä markkinoiden jakamista pienempiin kuluttajaryhmiin, joilla on omanlaisensa tarpeet, piirteet ja käyttäytymistottumukset, jotka saattavat vaatia aivan erityisiä tai eri tavoin yhdisteltyjä markkinointistrategioita (Kotler & Armstrong 2010, 215). Derrick Chong (2010, 115), joka on todennut taiteen kuluttamisen tapahtuvan monella tasolla, on jaotellut taideyleisön ensinnäkin taidemaailmaa seuraaviin ja sitä arvostaviin, jotka muodostavat kulttuuritapahtumiin osallistujien ydinjoukon, sekä niihin jotka eivät taidetta tavanomaisesti kuluta (Chong 2010, 115). Musiikkifestivaalitkin kuuluvat kulttuurin kulutuksen piiriin ja jakavat ihmiset niissä kävijöihin sekä niihin joiden elämään ne eivät millään lailla kuulu. Kävijöiden ja ei-kävijöiden kahtiajakoon voidaan sisällyttää edelleen erilaisia ihmisryhmiä, markkinointisanastoa lainaten segmenttejä. Ne voivat muodostua esimerkiksi ihmisistä jotka käyvät musiikkitapahtumissa tai jollakin tietyllä festivaalilla säännöllisesti, ihmisistä jotka vierailevat niissä satunnaisesti, ihmisistä joita musiikkifestivaalit tai jokin festivaali kiinnostaa, mutta jotka eivät tapahtumissa syystä tai toisesta kuitenkaan käy sekä ihmisistä joita musiikkifestivaalit – tai jokin tietty festivaali tai tietyn lajin musiikkifestivaalit – eivät ylipäättään kiinnosta. Oletettavasti musiikkifestivaalien järjestäjät pyrkivät tavoittamaan markkinoinnillaan ja ohjelmistovalinnoillaan nimenomaan musiikkifestivaaleilla ahkerasti käyvät sekä ne joita festivaalit ja heidän festivaalinsa edustama musiikinlaji tai -lajit edes jollakin tasolla kiinnostavat.

Musiikkitapahtumissa esitettävän musiikin tyyli ja esiintyjät vaikuttavat varmasti siihen keitä niissä käy ja keitä mikäkin festivaali ylipäättään kiinnostaa. Näin ollen markkinointi, erilaisten kohderyhmien ja yleisöjen määrittely ja ohjelmistosuunnittelu kytkeytyvät tietyllä tavalla kaikki toisiinsa, kun musiikkifestivaalia suunnitellaan. Ohjelmistovalinnat vaikuttavat festivaalin yleisön rakenteisiin, samanaikaisesti kun myös markkinointikeinoilla on niiden muodostumisessa oma roolinsa. Chong (2010, 124) on todennut yleisön rakenteen muuttamisen olevan hidas, kestävä prosessi. Uusien yleisöjen rohkaisu on siihen yksi keino. Toisaalta markkinointi voi Chongin mukaan myös auttaa organisaatiota saamaan jo olemassa oleva kulttuuriyleisö osallistumaan heidän tapahtumiinsa, ja markkinointi ja kehityshankkeet auttavat vahvistamaan suhteita jo kertaalleen tavoitettuihin yleisöihin. Kulutuskäyttäytymisen malli koostuu päätöksenteon eri vaiheista, johon vaikuttavat yksilön tausta sekä sen lisäksi hänen hahmotukselliset, käytännölliset ja kokemukselliset ominaisuutensa. Ne siis vaikuttavat myös yksilön päätökseen osallistua tai olla osallistumatta taidemaailmaan. Sosio-demografiset piirteet – kuten koulutus ja tulotaso –, yksilön ainutlaatuiset persoonallisuustekijät, menneet kokemukset sekä sosiaalinen ja kulttuurinen identifioituminen siis auttavat muodostamaan havaintoja taiteesta. (Chong 2010, 124.) Tämä on alettu huomioimaan paitsi kulttuurisosiologian piirissä, myös taiteen markkinoinnin parissa.

Kulttuurin markkinoinnin piirissä on alettu viime vuosikymmenten aikana puhua yhä enenevässä määrin elämyksistä, joita yleisöille tarjotaan. Musiikkifestivaalit ovat osaltaan kulttuurin tuotannon ja kulutuksen tapahtumakenttiä, joten on kiinnostavaa tarkastella niiden suhdetta yleisöönsä myös nyky-yhteiskunnalle ominaisten kehityssuuntausten kannalta. Elämysyhteiskunnan (*Erlebnisgesellschaft*) käsite on levinnyt saksalaisen Gerhard Schulzen (1992) kirjoituksista eräänlaiseksi avainkäsitteeksi luonnehtimaan aikamme henkeä ja kulttuurin kehitystä (Inkinen 2004, 31). Pine II ja Gilmore (1999) ovat jalostaneet käsitettä edelleen kirjoittaen ”elämystaloudesta”, jossa yhdistyvät keskenään taloustieteen sekä taiteen ja kulttuurin retoriikka. Elämyksellisyyden kuluttamisesta ovat kirjoittaneet myös mm. Rolf Jensen (1999) sekä Suomessa Sam Inkinen (2003; 2004). Inkinen (2003, 98) on todennut elämysteollisuuden toimivan sateenvarjon tavoin kattaen niin perinteisen kulttuuriteollisuuden, uuteen mediaan liitetyn niin kutsutun sisältötuotannon, matkailuyrittäjyyden kuin korkeakulttuurinkin alueita. Pääasiassa elämys mennään ja hankitaan itse, ja sen muotoutumiseen voidaan vaikuttaa.

Elämysteollisuutta matkailun edistämisen näkökulmasta opasmaisessa teoksessaan tarkastelleet Tarssanen ja Kylänen (2004) ovat määritelleet elämyksen käsittävän viisi erilaista elementtiä; yksilöllisyyden joka takaa ettei täysin samaa tai samanlaista tuotetta löydy muualta, aitouden jolla tarkoitetaan tuotteen uskottavuutta, moniaistisuuden, kontrastin arjen tavallisuuteen sekä vuorovaikutuksen. Näistä osa-alueista koostuvat elämykset nousevat tunnereaktion herättävälle emotionaaliselle ja elämyksen tuottajan kannalta parhaassa tapauksessa edelleen henkiselle tasolle asti, jolloin yksilö kokee omaksuneensa elämyksen kautta jotakin uutta ja jopa muuttuneensa ihmisenä. (Tarssanen & Kylänen 2004, 9–13.) Maaria Linko, joka on tutkinut (1998) yleisön antamia merkityksiä kuvataiteelle, kirjallisuudelle ja museoille, on kirjoittanut taide-elämyksen olevan syvästi koettu taidekokemus, jossa ovat läsnä tunteet ja omakohtainen suhde teokseen tai tilanteeseen. Elämys on Linkon mukaan voimakas, vahva, intensiivinen, erikoinen ja pysäyttävä. Kulttuurituotteen äärellä koettu elämys ei silti ole ainoastaan subjektiivinen kokemus vaan myös ilmiö, joka rakentuu kulttuurisista vaikutteista sosiaalisesti. (Linko 1998, 11–12, 66.)

6 TUTKIMUSTEHTÄVÄT JA -MENETELMÄT

6.1 Tutkielman tavoite

Tässä tutkielmassa tarkastelen, millaisia ovat erilaisten musiikkifestivaalien järjestäjien näkemykset tapahtuman olemassa olevasta ja tavoiteltavasta yleisöstä, yleisön tarpeista ja festivaaleille osallistumisen motiiveista sekä yleisön asemasta festivaalin suunnittelussa ja toteutuksessa. Kulttuurifestivaaleilla on sekä Suomessa että kansainvälisesti toteutettu erilaisia yleisötutkimuksia, mutta tapahtumien järjestäjien näkökulmasta yleisökäsityksiä ja niihin liittyviä toimintatapoja on tutkittu vähemmän. Maamme mittakaavassa merkittävien festivaalijärjestäjien käsitysten ja toimintatapojen tutkimisen kautta pyrkimyksenä on löytää uusia näkökulmia musiikkifestivaaleihin kulttuurisena ilmiönä.

Keräämäni haastatteluaineistoon perustuvia tutkimustuloksia peilaan jo tehtyihin festivaaleja ja kulttuuriyleisöjä käsitteleviin tutkimuksiin sekä esitystaideorganisaatioiden toimintaa käsittelevään aiempaan tutkimustietoon. Neljän suomalaisen musiikkifestivaalin avainasemassa toimivan järjestäjän haastattelun kautta pyrin löytämään vastauksia siihen, mitä yleisö festivaaleille merkitsee, ja toisaalta millaisia merkityksiä festivaalit kokevat tarjoavansa ja pyrkivät tarjoamaan yleisöilleen. Tästä kumpuavat tutkimustehtäväni voidaan kiteyttää seuraaviin kysymyksiin alakysymyksineen:

1. Millaisiksi erilaisten musiikkifestivaalien järjestäjät mieltävät festivaalinsa yleisöt sekä yleisöjen odotukset festivaalia kohtaan?

- Mitä yleisöjen ajatellaan festivaalilta haluavan?
- Millaisia muutoksia musiikkifestivaalien yleisöissä ja yleisöjen käyttäytymisessä on festivaalitoimijoiden mukaan tapahtunut 2000-luvun aikana?

2. Miten musiikkifestivaalit vastaavat ohjelmistosuunnittelussaan odotuksiin, joita festivaalijärjestäjät kokevat yleisön ja ympäröivän yhteiskunnan festivaaleille asettavan?

- Miten tehtävä-, resurssi- ja luovuuskeskeisyys ilmenevät tutkittujen festivaalien ohjelmistosuunnittelussa?

6.2 Tutkimusaineisto

Tämä pro gradu -tutkielma on toteutettu empirisenä tutkimuksena laadullisin menetelmin, ja sen tulokset perustuvat itse keräämääni haastatteluaineistoon. Laadullisen haastattelututkimuksen valitsin tämän työn tutkimusmenetelmäksi, sillä halusin tutkia harkinnanvaraisesti valittujen festivaalien toimintatapoja ja taustaideoologioita mahdollisimman tarkasti, tuomalla festivaalitoimijoiden äänen kuuluviin. Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (2009, 161) ovat todenneet laadullisen eli kvalitatiivisen tutkimuksen lähtökohtana olevan todellisen elämän kuvaaminen, jolloin todellisuus käsitetään moninaisena ilmiönä ja kohdetta pyritään tutkimaan mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Tutkimuksellinen kiinnostus tässä työssä kohdistui musiikkifestivaaleihin ilmiönä, jonka taustalla vaikuttavat moninaiset käsitykset musiikkia kuuntelevista ja tapahtumissa käyvistä ihmisistä sekä festivaalien ominaispiirteistä ja asemasta kulttuurisella kentällä.

Käsitysten tutkimiseen laadulliset menetelmät vaikuttivat jo lähtökohtaisesti soveltuvan paremmin kuin määrälliset tutkimusmenetelmät, joten luontevaa oli lähteä etsimään vastauksia tutkimustehtävään laadullisesti toteutettujen haastattelujen avulla. Näin tarjottiin tutkittavien musiikkifestivaalien toimijoille puheenvuoro ja mahdollisuus paitsi vastata kysymyksiin, myös perustella vastauksiaan ja vapaasti nostaa esiin tärkeinä pitämiään näkemyksiä festivaaliyleisöistä ja niiden suhteesta tapahtuman järjestämiseen. Kuten Hirsjärvi ja Hurme (2001, 34) ovat todenneet, on haastattelu tutkimusmenetelmänä varsin joustava. Siinä ollaan suorassa kielellisessä vuorovaikutussuhteessa tutkittavan kanssa, mikä mahdollistaa tiedonhankinnan itse tilanteessa, ja vastausten takana vaikuttavia motiiveja voidaan saada selville haastattelussa esimerkiksi ei-kielellisten vihjeiden avulla.

6.2.1 Haastattelumenetelmä

Tutkielmani aineistonkeruumetodina on käytetty teemahaastattelua, joka kuuluu puolistrukturoituihin haastattelumenetelmiin. Puolistrukturoidussa haastattelussa kysymysten muoto on kaikissa haastatteluissa sama, mutta haastattelija voi vaihdella kysymysten järjestystä. Myös sanamuodoissa voi puolistrukturoidussa haastattelussa tapahtua vaihtelua haastattelusta riippuen. Puolistrukturoiduille haastattelumenetelmille ominaista onkin, että jokin haastattelun näkökohta on lyöty lukkoon, mutta ei kaikkia.

Nimensä mukaisesti teemahaastattelu etenee tiettyjen keskeisten teemojen varassa. Se tuo tutkittavien äänen kuuluviin ottaen huomioon ihmisten omat tulkinnat ja heidän asioille antamansa merkitykset, sekä sen että nämä merkitykset syntyvät vuorovaikutuksessa toisten kanssa. Teemahaastattelun kysymykset eivät ole tarkasti muotoiltuja ja tarkassa järjestyksessä kuten esimerkiksi strukturoidussa lomakehaastattelussa, mutta se ei myöskään ole täysin vapaa toisin kuin syvähaastattelu. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 48.) Tätäkin tutkielmaa varten tehdyt haastattelut poikkesivat hieman toisistaan joidenkin kysymysten, niiden muotoilun ja jopa teemojen järjestyksen suhteen. Kaikki neljä haastatteluteemaa – festivaalin yleisön määrittely, festivaalin ja sen aseman määrittely, ohjelmistosuunnittelu sekä muutokset festivaalin suunnittelutyössä ja yleisöissä – käytiin kuitenkin kaikissa haastatteluissa läpi.

Teemahaastattelutilanne on avoin tarkennuksille sekä haastattelijan että haastateltavan puolelta, joten teema-alueiden tulisi olla riittävän väljiä, jotta tutkittavaan ilmiöön liittyvä moninainen rikkaus paljastuisi mahdollisimman hyvin. Näin ollen teema-alueiden pohjalta keskustelua voidaan haastattelijan toimesta jatkaa ja syventää niin pitkälle kuin tutkimusintressit edellyttävät ja haastateltavan edellytykset ja kiinnostus sallivat. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 66–67.) Tutkimushaastattelut etenivät myös tämän tutkielman aineistonkeruussa paljolti haastateltavien rytmissä ja kulloisellekin haastattelutilanteelle luontevassa järjestyksessä. Tarkentavia kysymyksiä esitettiin tarpeen mukaan, ja osa alakysymyksistä jäi kysymättä siitä syystä että haastateltava antoi niihin oma-aloitteisesti vastauksen suoraan kysymättäkin. Hirsjärven ja Hurmeen (2000, 103) neuvoja mukaillen teema-alueet ja kysymysmuodot oli kuitenkin hahmoteltu mahdollisimman pitkälle, jotta tarvittavien tietojen saanti olisi turvattu. Osa haastattelurungon alakysymyksistä olikin laadittu ikään kuin ”varastoon” siltä varalta, ettei haastattelu lähde sujuvasti käyntiin. Lisäksi alussa kysyttiin joitakin taustatietoja sekä haastateltavaan että festivaaliin liittyen, sikäli kun ne eivät olleet muuten selvitettävissä. Tämän tutkielman aineistonkeruussa käytetty teemahaastattelurunko kysymyksineen löytyy liitteestä 1.

6.2.2 Tutkimusaineiston valinta ja keruu

Tutkimusaineistoksi tähän työhön valitsin harkinnanvaraisesti neljä haastateltavaa Suomen mittakaavassa suurista vuosittain järjestettävistä, musiikkityylillisesti erilaisista

musiikkifestivaaleista (ks. liite 2). Harkinnanvaraisesta näytteestä pyritään tilastollisten yleistysten sijasta ymmärtämään jotakin tapahtumaa syvällisemmin, saamaan tietoa jostakin paikallisesta ilmiöstä tai etsimään uusia teoreettisia näkökulmia ilmiöihin ja tapahtumiin (Hirsjärvi & Hurme 2001, 58–59). Jokaisesta festivaalista haastattelin yhtä järjestäjää, joka toimii ympärivuotisesti festivaalin johtajana tai tuottajana ja on ollut festivaalin työntekijänä useita vuosia, jopa vuosikymmeniä. Kokeneiden, ympärivuotisesti festivaalilla työskentelevien henkilöiden haastattelemisen perustui tavoitteeseen saada mahdollisimman kokonaisvaltaisesti tietoa festivaalin toimintatavoista ja yleisöön liittyvistä näkemyksistä ja kokemuksista. Pitkään festivaalilla päätoimisesti työskennelleet haastateltavat myös oletettavasti kykenevät kommentoimaan muitakin kuin omiin välittömiin työtehtäviinsä liittyviä festivaalin asioita. Yhteensä neljästä haastatellusta yksi toimii festivaalilla tuotannosta ja musiikillisesta ohjelmistosta päävastaavana promootorina, yksi oli juuri siirtynyt ohjelmajohtajan tehtävistä avustavaksi ja enemmänkin tuotantoon keskittyväksi festivaalijohtajaksi, yksi haastateltava toimii festivaalin tuottajana, ja yksi toimitusjohtajana jonka päävastuulla ovat festivaalin talousasiat ja viime käden päätöksenteko festivaalin järjestämiseen liittyvissä asioissa ylipäätään.

Haastateltujen henkilöiden vuosien kokemus suurten suomalaisten musiikkifestivaalien johto- ja tuotantotehtävissä toimimisesta on kerryttänyt heille asiantuntemusta sekä edustamansa musiikkifestivaalin toiminnasta että festivaalialalla toimimisesta ylipäänsä. Näin ollen haastattelut muistuttivat asiantuntijahaastatteluista, joiden Alastalo ja Åkerman (2010, 373) ovat määritelleet tarkoittavan tapaus- ja historiallisessa tutkimuksessa yleensä tilanteita, joissa haastateltavilta pyritään hankkimaan tietoa tutkittavasta ilmiöstä tai prosessista. Kiinnostuksen kohteena ei siis niinkään ole haastateltava itse, vaan ne tiedot joita hänellä oletetaan olevan. Asiantuntijahaastatteluja käytettäessä kiinnostuksen kohteena tutkimuksessa ovat tutkittava ilmiö, prosessi, käytännöt tai faktat josta haastateltava antaa lausuntonsa, eivät niinkään kulttuuriset merkitykset, kertomukset, kokemukset tai vuorovaikutus (Alastalo & Åkerman 2010, 274). Tämän tutkielman haastateltavat ovat asiantuntijoita edustamansa festivaalin suhteen, mutta koska tässä kiinnostus kohdistuu selvien festivaalia koskevien faktojen ohella myös haastateltavien subjektiivisten käsitysten ja heidän antamiensa merkitysten tutkimiseen, ei tutkimusaineistoa voida pitää yksiselitteisesti asiantuntijahaastatteluista koostuvana.

Suurten ja asemansa festivaalientällä jo vakiinnuttaneiden musiikkifestivaalien valitsemiseen päädyin, sillä niillä lähtökohtaisesti voisi olettaa olevan pieniä tapahtumia paremmat mahdollisuudet kohdistaa markkinointiaan ja ohjelmistoaan tiettytyypisille yleisöille, ja koska niiden yleisö oletettavasti koostuu maantieteellisesti laajemman alueen ihmisistä. Erityylisten festivaalien valitseminen pohjaa kiinnostukseeni selvittää, kokevatko erilaista musiikkia edustavien festivaalien johtajat yleisön jotenkin eri tavoin, ja toisaalta mitä yhtäläisyyksiä yleisökäsityksissä ja festivaalien toimintatavoissa on nähtävissä erilaisissa tapahtumissa.

Tätä työtä varten kerätty varsinainen tutkimusaineisto koostuu siis neljästä, yksittäin keskimäärin hieman yli tunnin mittaisesta yksilöhaastattelusta, jotka on toteutettu lokamarraskuussa 2010 suomalaisten musiikkifestivaalien ympärivuotiseen tuotannolliseen henkilökuntaan kuuluvia henkilöitä haastattelemalla. Tutkimushaastattelut sopiakseni otin kaikkiin haastateltaviin alun perin yhteyttä sähköpostitse, minkä yhteydessä kerroin lyhyesti tutkimuksen aiheesta ja tarkoituksesta. Haastattelut toteutettiin kunkin festivaalin toimitiloissa ja tallennettiin mp3-muodossa ääninauhalle, josta ne on jälkeenpäin litteroitu analyysia varten.

Ennen varsinaisia tutkimushaastatteluja tein haastattelurunkoa testatakseni harjoitushaastattelun, joka toteutettiin Jyväskylässä 11.10.2010. Harjoitushaastateltavanani oli Jyväskylän yliopiston ylioppilaskunnan vuosittain järjestämän Jyrock-festivaalin promoottori Toni Peltola. Tätä haastattelua en päätenyt kuitenkaan käyttämään tutkielmani varsinaisena aineistona, sillä Jyrock festivaalina on paljon pienempi sekä myös organisaatioltaan, taustaltaan ja tavoitteiltaan melko erilainen kuin Kaustinen Folk Music Festival, Kuhmon Kamarimusiikki, Pori Jazz tai Ruisrock. Näin ollen vastausten vertailtavuus olisi ollut Jyrockin ja muiden festivaalien välillä vaikeaa, eikä tapahtuman ottaminen mukaan harkinnanvaraisesti valittuun, suurista tunnetuista festivaaleista koostuvaan aineistoon olisi ollut perusteltua. Noin puoli tuntia kestänyt koehaastattelu antoi kuitenkin tuntumaa haastattelukysymysten esittämiseen ja haastattelutilanteen hallintaan sekä auttoi haastattelurungon kysymysten muokkaamisessa lopulliseen muotoonsa.

Varsinaista haastatteluaineistoa tässä tutkielmassa tukevat ja täydentävät ne kohdefestivaalieni itse teettämät yleisökyselyt ja kävijätiedot, jotka olen saanut käyttööni tämän työn tekemistä varten. Haastatteluaineistoa tukevana tausta-aineistona toimivat myös yleistä tietoa festivaaleista ja niiden historiasta tarjoavat kunkin tapahtuman verkkosivut sekä festivaaleista kertova kirjallisuus.

6.2.3 Tutkitut festivaalit

Kaustinen Folk Music Festival

Kaustisen kansanmusiikkijuhlat järjestettiin ensimmäisen kerran 18.–21.7.1968, jolloin tapahtuman ohjelmisto koostui mm. kansanmusiikinäyttelystä, kanteleillasta, kansanmusiikin kavalkadista, viulupelimannien illasta, suomalais-unkarilaisesta rapsodiasta, folk-kitaransoitoseminaarista, hengellisen kansanmusiikin juhlasta, kansanlaulujen illasta ja folkillasta (Ilmonen ym. 1995, 41). Jo ensimmäisenä vuotenaan festivaali saavutti suuren suosion keräten 30 000 kuulijaa (Cantell 1993, 11). Viime vuosina festivaalin ilmoittamat kokonaisyleisömäärät ovat Kaustinen Folk Music Festivalilla vaihdelleet sadan tuhannen molemmin puolin (Finland Festivals 2008; 2009; 2010).

Maamme suurimmaksi kansan- ja maailmanmusiikkitapahtumaksi kasvaneen Kaustinen Folk Music Festivalin järjestäjät kertovat festivaalin verkkosivuilla tapahtuman arvojen pohjautuvan edelleen pitkän perinteen kunnioittamiseen. Festivaalin tavoitteena on luoda uutta ja ennakkoluulottomasti toimia edelläkävijänä kotimaisessa kansanmusiikissa ja kansantanssissa. Festivaaliperinteen jatkuvuuden tärkeyttä korostetaan myös. (Kaustinen Folk Music Festival 2011.) Jatkuvuuteen tähtäävä ajattelu lienee luonnollista Kaustinen Folk Music Festivalille siksikin, että tapahtuman neljänkymmenen vuoden mittaiseen historiaan mahtuu menestyksen ohella myös talousvaikeuksia. Keväällä 2010 festivaalia järjestävä Kaustisen Kansanmusiikkisäätiö tarvitsi oikeusteitse läpi vietyä kunnan apua lainantakauksen muodossa turvaamaan tapahtuman jatko (STT 2010).

Kesällä 2010 Kaustinen Folk Music Festival, josta edelleen myös käytetään nimitystä Kaustisen kansanmusiikkijuhlat, järjestettiin viikon mittaisena tapahtumana 12.–18.7.2010.

Festivaalin ohjelma, kuten myös lipunmyynti, oli rakennettu päiväkohtaiseksi. Musiikillisina teemoina festivaaliesitteessä mainittiin mm. Konsta Jylhä ja perinteinen kaustislainen pelimannimusiikki, nuorten ja konkareiden kohtaaminen, pienehköt pohjoismaiset ja eurooppalaiset kansan- ja maailmanmusiikkiyhtyeet, tanssi sekä maakuntateemana Keski-Suomi (Heiskanen 2010, 3). Vuoden kokonaiskävijämääräksi ilmoitettiin 84 000 (Finland Festivals 2010).

Kuhmon Kamarimusiikki

Kuhmon Kamarimusiikki järjestettiin sellisti Seppo Kimasen ja Kuhmon Musiikkiyhdistyksen toimesta ensimmäisen kerran vuonna 1970. Tarkoituksena tuolloin oli luoda taiteellisesti korkeatasoinen kamarimusiikkifestivaali luonnon keskelle syrjäiseen Koillis-Suomeen, kauaksi suurista kulttuurikeskuksista. (Karjalainen 1991, 1–2.) Ensimmäisenä vuotenaan tapahtuman yhteensä kahdeksan konserttia keräsivät kaiken kaikkiaan 800 hengen yleisön. Kuhmon Musiikkiyhdistys ry järjestää festivaalia edelleen, yhdessä vuonna 1976 perustetun Kuhmon Kamarimusiikin Kannatusyhdistys ry:n kanssa. (Kuhmon Kamarimusiikki 2011a; 2011d.)

1970-luvulta 1990-luvulle asti Kuhmon kamarimusiikki kasvatti tasaisesti sekä kävijämääriään että budjettiaan keräten samalla tunnettuutta kamarimusiikkipiireissä sekä Suomessa että kansainvälisesti. 1990- ja 2000-lukujen ajan festivaalin kävijämäärät ovat liikkuneet melko tasaisesti 40 000 kävijän molemmin puolin. (Kuhmon Kamarimusiikki 2011b, 2011c.) Konsertteihin myytyjen lippujen määrä vuonna 2009 oli 34 202, kun taas vuonna 2010 lippuja myytiin 32 603 (Finland Festivals 2009; 2010). Vuoden 2010 festivaali koostui 11.–24.7. pidetyistä yhteensä 67 konsertista, joista loppuunmyytiin 18. Kamarimusiikin lisäksi festivaalin ohjelmassa kuultiin kesällä 2010 kolme oopperaa. (Kuhmon Kamarimusiikki 2011c.)

Pori Jazz

Pori Jazz on vuodesta 1966 lähtien vuosittain Porissa järjestetty rytmimusiikin festivaali, jonka historia on varsin moniosainen. Ensimmäisten festivaalien 1300 ihmisen kokonaisyleisömäärä koostui lähinnä jazzin ystäväistä, mutta jo vuodesta 1969 alkoi festivaalilla nopean kasvun kausi, jonka aikana jazz-harrastajien rinnalle saatiin muutakin

yleisöä. 1970-luvun lopulla festivaalin jatko oli vaakalaudalla talousvaikeuksien takia, samoin kävi 1980-luvun lopulla, jolloin ohjelmistoa oli jo laajennettu jazzmusiikin ulkopuolelle. Pori Jazz on kuitenkin vaikeuksistaan selvinnyt, ja kerännyt 2000-luvulla yleisöä vuosittain kokonaisuudessaan 115 000–164 000 henkeä. 17.–25.7.2010 järjestetyn Pori Jazzin tapahtumien kokonaisyleisömäärä oli noin 155 000. Konsertteja järjestettiin kaiken kaikkiaan 116, joista ilmaiskonsertteja oli 80 kappaletta. (Pori Jazz 2011c; 2011d; 2011a – Festivaalivuosi 2010.) Nykyään festivaali profiloitui itsensä ennen kaikkea rytmimusiikin festivaaliksi, jonka ohjelma koostuu niin jazzmusiikista kuin mm. bluesista, soulista ja hip hopistakin – musiikista joiden juuret ovat mustassa rytmimusiikissa (Katja Leppäkosken haastattelu 2010).

Pori Jazzia järjestää huhtikuussa 1966 perustettu yhdistys Pori Jazz 66 ry, jonka rinnalla festivaalin toiminnasta vastasi vuodesta 1990 vuoteen 2002 Pori Jazz Oy (Seppälä 1987, 10, Katja Leppäkosken haastattelu 2010). Osakeyhtiöstä luopumisen jälkeen esimerkiksi taloushallinto on ulkoistettu itse Pori Jazz 66 ry:n työntekijöiden keskittyessä yhä enemmän markkinointiin ja myyntiin, siis siihen miltä festivaali näyttää ja kuulostaa ulospäin (Katja Leppäkosken haastattelu 2010).

Ruisrock

Rockfestivaali Ruisrock Turun Ruissalossa järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 1970, jolloin kävijämäärä festivaalilla oli noin 38 000. Tuolloin tapahtumaa järjesti Turun Musiikkijuhlat, sittemmin festivaalista ovat vastanneet vuoron perään myös Turun Soitannollinen Seura ja Turun kaupungin musiikkilautakunta. (Turun musiikkijuhlat 2000, – Valitse vuosi 1970.) 1990-luvulla festivaali kärsi talousvaikeuksista lähinnä kalliista pääesiintyjistä koituneiden rahallisten tappioiden seurauksena. Vuodesta 2001 tapahtumaa on järjestänyt Vantaan Festivaalit Oy, joka on festivaalisuunnittelussaan pyrkinyt valikoimaan esiintyjänsä monipuolisesti erilaisista populaarimusiikin genreistä, kuitenkin rockmusiikin puitteissa (Juhani Merimaan haastattelu 2010). Kesällä 2010 kolmipäiväinen Ruisrock keräsi yhteensä 71 000 kävijän yleisön (MTV3–STT 2010).

6.3 Aineiston analyysi

6.3.1 Lähtökohtia analyysiin

Alasuutarin (1999, 40) mukaan laadullisessa tutkimuksessa havainnot ja tulkinnat voivat perustua aineistosta esiin nostettaviin ja edelleen yhdistettäviin esimerkkeihin tai näytteisiin tutkittavasta ilmiöstä. Tutkimusstrategia tässä työssä on tätä Alasuutarin toteamusta mukailleen lähinnä aineistolähtöinen eli induktiivinen – tutkimuskohdetta lähestytään siis yksittäisistä havainnoista käsin yleisemmälle tasolle liikkuen, pyrkimyksenä saada vastauksia tutkimuskysymykseen itse kerätyn aineiston pohjalta. Yhdistämällä tutkimusaineistosta nousseita havaintoja tutkija pyrkii tarkastelemaan aihettaan yksittäistapausta yleisemmällä tasolla (Alasuutari 1999, 237). Koska kyseessä on puhtaasti laadullinen tutkimus, havaintojen tarkastelu yleisemmällä tasolla ei kuitenkaan pyri tilastollisiin yleistettävyyksiin, vaan musiikkifestivaalien yleisökäsityksiä ja toimintaa tutkitaan yksittäisten esimerkkifestivaalien kautta.

Tuomi ja Sarajärvi (2009) ovat jakaneet laadullisen tutkimuksen analyysitavat aineistolähtöiseen, teoriaohjaavaan ja teorialähtöiseen analyysiin. Jaottelun mukaan teoriaohjaava analyysitapa mahdollistaa ennalta olemassa olevan teoreettisen tiedon kytkemisen analyysiin ja sen käyttämisen apuna aineiston analyysissa, ilman että analyysi kuitenkaan pohjautuu suoraan mihinkään tiettyyn teoriaan. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 95–100.) Tuomen ja Sarajärven ajattelutapaa soveltaen on aineiston analyysi tässä työssä toteutettu pääosin teoriaohjautuvasti, kytkien festivaalien yleisöjä ja kulttuuriorganisaatioiden toimintaa käsitelleiden aiempien tutkimusten ja pohdintojen kautta saatua tietoa aineiston analyysiin, mitään tiettyä teoriaa siinä kuitenkaan vahvasti noudattamatta. Tässä yhteydessä teoriaohjautuvuus ilmenee siis analyysin rinnalla kulkevana apuvälineenä varsinaisen analyysityön ollessa kaiken kaikkiaan lähempänä aineistolähtöisyyttä kuin teorialähtöistä analyysia. Festivaalien ohjelmiston suunnittelemiseen liittyvien haastatteluvastauksien analysointiin on sovellettu Hilppa Sorjosen (2004, 72–73) laatimaa jakoa tehtäväkeskeisiin, resurssikeskeisiin ja luovuuskeskeisiin ohjelmistosuunnittelun tapoihin. Sorjosen esittelemää käsitteistöä on käytetty myös ohjelmiston ja muun toiminnan suunnitteluun liittyvistä sidosryhmistä kertomiseen median merkityksen selvittämisen yhteydessä, viittaamalla festivaalia

seuraavien median edustajien huomioimiseen käsitteellä mediaorientaatio (ks. Sorjonen 2004, 164).

Työssäni aineistonkeruu ja analyysi lomittuivat jossain määrin keskenään, sillä asiantuntijahaastatteluille ominaiseen tapaan (ks. Alastalo & Åkerman 2010, 378) kohdefestivaaleista, niiden historiasta, organisaatioiden taustoista ja nykytilasta sekä haastateltavista kerättiin taustatietoja kirjallisuuden, sanomalehtiartikkelien ja festivaalien verkkosivujen kautta jo ennen haastattelujen tekemistä.

6.3.2 Tutkimuksen luotettavuus

Haastattelurunkoa laadittaessa ja haastatteluja toteutettaessa tietynlaisia ennakko-oletuksia liittyi siihen, miten odotin haastateltavien kysymyksiini vastaavan. Oletukseni perustuivat sekä omiin kokemuksiini festivaaleilla käyneenä ja työskennelleenä, että festivaaleista etukäteen selvittämiini taustatietoihin, kuten historiaan, kävijämääriin ja viime vuosien ohjelmatietoihin. Osaltaan ennakko-oletuksiin vaikuttivat myös seminaareissa kuulemani kommentit, ohjaajieni haastattelurungosta antama palaute sekä koehaastattelussa Toni Peltolalta saamani vastaukset ja haastattelutilanteen tuottamat kokemukset. Hypoteesien asema on teemahaastattelussa Hirsjärven ja Hurmeen (2001, 66) mukaan ongelmallinen. Toisaalta haastattelu rakentuu nimenomaan ennalta päätettyjen teemojen varaan, toisaalta taas kannattaa olla joustava ja harkita, onko kaikista tutkimukseen sisältyvistä ilmiöistä välttämättä keskusteltava nimenomaan haastattelutilanteessa (Hirsjärvi & Hurme 2001, 66). Vahvojen hypoteesien kohdalla haastattelututkimusta tehtäessä piilee myös vaara, että ennakko-oletukset ohjailevat haastateltavien vastauksia haluttuun suuntaan, jolloin heidän oma äänensä ei todellisuudessa pääse kuuluviin ja koko tutkimuksen luotettavuus on vaakalaudalla. Tätä pyrin tietysti haastatteluja tehdessäni välttämään, mutta oma persoonani ja taustalla vaikuttava taustaymmärrykseni tutkimusaiheesta ovat varmasti tuoneet oman vivahteensa tähän tutkielmaan sekä hyvässä että pahassa.

Lähdekritiikki, josta Alasuutarikin (1999, 95) on faktanäkökulman yhteydessä puhunut, merkitsee tämän tutkielman kohdalla erityistä tarkkaavaisuutta sen suhteen, mitä haastateltavat festivaalijohtajat kertovat ja mitä he jättävät kertomatta, ja miten heidän puheensa kytkeytyy niin haastattelutilanteeseen kuin heidän asemansa asettamaan

kontekstiin, sekä toisaalta musiikki- ja festivaalimaailman luomaan viitekehykseen. Haastatteluaineisto on aina konteksti- ja tilannesidonnaista, mistä johtuen tutkittavat saattavat puhua haastattelutilanteessa toisin kuin jossakin toisessa tilanteessa (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 207). On ymmärrettävä, että kansallisella ja osin kansainväliselläkin tasolla merkittävien, menestystä ja hyvää mainetta tapahtumalleen tavoittelevien musiikkifestivaalien johdossa toimivat henkilöt esiintyvät haastattelutilanteessa oman ammatillisen asemansa kautta ja saattavat siksi vastata haastattelukysymyksiin siten, miten he olettavat että heidän halutaan organisaation tai yleisön puolesta niihin vastaavan. Tästä aiheutuu tutkimuksen kannalta tietynlaisia validiteettiongelmia, sillä kasvotusten, ei-anonyymisti toteutetuissa haastatteluissa festivaaleja edustavat haastateltavat eivät väärinkäsitysten, maineensa tai festivaalin suosion kärsimisen pelossa välttämättä paljasta yleisökäsityksistään tai toimintatavoistaan kaikkea, mikä tämän tutkimuksen kannalta olisi mielenkiintoista ja tärkeää tietää. Kuitenkin, kuten Alastalo ja Åkerman (2010, 383) ovat todenneet, on rajatulla asiantuntijakentällä toimivien haastateltavien anonymisointi erittäin vaikeaa toteuttaa siten, ettei olennaista asiisisältöä häviä samalla. Sekä tapausten, tässä tapauksessa festivaalien, että toimijoiden anonymisointi on hankalaa siitäkin syystä, että kentän toimijoiden on usein helppo tunnistaa toisensa ja analysoitava tapaus jo pienistäkin vihjeistä.

Toisaalta on mielenkiintoista tarkastella musiikkifestivaalijohtajien haastatteluvastauksia nimenomaan heidän asemansa asettaman kehyksen sisällä. Tutkimusaineistoa tarkastellaan aina tietystä tilanteesta tuotettuna puheena, ja yhteiskunnallinen toiminta – jollaiseksi myös musiikkifestivaalien järjestäminen voidaan lukea – pohjautuu merkityksenantoon ja erilaisiin sosiaalisiin asemiin, joiden puitteissa ihmiset toimivat (ks. esim. Alasuutari 1999, 55–63).

Aineiston analyysin luotettavuuteen ja puolueettomuuteen vaikuttaa myös tutkijan oma positio ennakkokäsitteinen, käsitteistöinen ja kokemuksinen. Haastattelujen tulos on lopulta aina seurausta haastattelijan ja haastateltavan yhteistoiminnasta, ja vaikka tutkimus pyrkii paljastamaan tutkittavien käsityksiä ja heidän maailmaansa niin hyvin kuin mahdollista, tulee tämän tapahtua tietoisena siitä, että tutkija vaikuttaa saatavaan tietoon jo sen keruuvaiheessa. Laadullisen tutkimuksen tekijä toimii haastattelijana ja aineiston analysoijana oman tiedollisen ja kokemuksellisen taustansa sekä myös sukupuolensa sekä

kulttuurisen ryhmänsä edustamien käyttäytymismallien ja niistä kumpuavien asenteidensa mukaan, jolloin tutkimustuloksetkin muodostuvat lopulta tutkijan omista tulkinnoista tutkittavasta aineistosta. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 189; Tuomi & Sarajärvi 2009, 135–136.) Itse toimin tämän tutkimuksen tekijänä paitsi suomalaisena naispuolisena musiikkitieteen ja kulttuuripolitiikan yliopisto-opiskelijana, myös erilaisilla musiikkifestivaaleilla itse työskennelleen positioista käsin. Oma musiikillinen ja kulttuurinen taustani myös musiikkifestivaalien ja konserttien yleisössä olleena, sekä toisaalta muusikkona pienemmissä tapahtumissa soittaneena vaikuttavat nekin tapaani tarkastella ja tulkita tutkimuksen kohdetta, halusin sitä tai en. Toisaalta juuri oma toimintani musiikkifestivaalien maailmassa loi alun perin kiinnostuksen nimenomaan tätä tutkimusaihetta kohtaan.

6.3.3 Aineiston käsittely

Haastatteluaineisto litteroitiin aluksi sanatarkasti puhekielisessä muodossa. Taukoja, huokauksia, äänenpainoja, joidenkin yksittäisten sanojen peräkkäisiä toistamisia ja katseen kohdistumisia ei sen sijaan litteroitu, sillä näillä yksityiskohdilla ei ole tutkimustehtävän kannalta olennaista merkitystä, kohdistuuhan kiinnostus tässä tutkimustyössä haastattelussa esiin nousseisiin asiasisältöihin, ei puheen tyyliin sinänsä (ks. Ruusu vuori 2010, 424–425). Kuitenkin kaikki haastatteluissa puhuttu litteroitiin, lukuun ottamatta lyhyttä osuutta yhdessä haastattelussa aiheesta puhumisen lomassa ääninauhalle tallentunutta asiaan liittymätöntä jutustelua, sekä haastattelujen aluissa ja loppuissa käytyjä lauseenvaihtoja, jotka eivät liittyneet vielä tai enää haastattelun aiheisiin. Sekä haastattelunauhoitukset että litteraatit ovat tutkielman tekijän hallussa.

Tutkielmaluvussa 7 kuvaillaan tutkimustulokset eli kerrotaan festivaalitoimijoiden yleisökäsityksistä sekä festivaaleihin kohdistuviin odotuksiin vastaamisesta heidän näkökulmastaan. Siinä festivaaleja koskevat tiedot ovat peräisin tätä tutkielmaa varten haastatelluilta henkilöiltä, mikäli ei ole toisin mainittu. Analyysin tuloksiin on poimittu joitakin sitaatteja suoraan haastateltavien puheesta siten, että ne on aluksi kirjoitettu sanasta sanaan suoraan litteraateista. Tämän jälkeen luettavuuden parantamiseksi murre sanat on muutettu yleiskieliseen muotoon, joitakin epä johdonmukaisia, selkeästi tarkoituksettomia sanajärjestyksiä on korjailtu ja turhat toistot ja täytesanat on jätetty

lopullisista sitaateista pois. Tarvittaessa haastatteluihin viitataan jatkossa seuraavin lyhentein: RE (Ritva Eerolan haastattelu 2010), JM (Juhani Merimaan haastattelu 2010), JH (Jyrki Heiskasen haastattelu 2010) sekä KL (Katja Leppäkosken haastattelu 2010). Kirjaimet TG merkitsevät sitaateissa itseäni, eli haastattelijaa. Tarkemmat tiedot haastatteluista löytyvät liitteestä 2.

6.3.4 Haastatteluaineiston teemoittelu

Tutkimuksen litteroidusta haastatteluaineistosta poimittiin ensin esille tiettyjä, kaikissa haastatteluissa toistuneita teemoja, jotka koottiin yhteen. Tyypillisesti juuri teemoittelu, jossa luokitellaan aineistoa tutkimusaiheen ja -kysymyksen kannalta relevanteiksi teemoiksi, aloittaa aineiston järjestämisen (Pietilä 2010, 219). Aineiston teemoittelussa aineistosta siis voidaan poimia sen sisältämät keskeiset aiheet ja siten esittää se kokoelmana erilaisia kysymyksenasetteluja (Eskola & Suoranta 2008, 174). Teksti pelkistetään etsimällä siitä olennaisimmat asiat, jotta se palvelisi parhaiten tavoitetta saavuttaa tekstin merkityksenantojen ydin. Aineistolähtöisessä analyysissä, jollaiseen tämäkin tutkielma lähtökohtaisesti perustuu, aineistoa tarkastellaan kokonaisuutena ja sille pyritään rakentamaan oma sisällöllinen logiikkansa. Aineistosta etsitään siis merkityksiä luovia teemoja, joista tutkittavat puhuvat. (Moilanen & Rähä 2010, 55.) Teemoittelua tehtäessä tärkeää on myös pohtia sitä, mistä haastateltavat eivät puhu – jostakin aina vaietaan ja jotain jää keskustelun ulkopuolelle (Pietilä 2010, 220). Teemoittelu eroaa aineistoa järjestävästä luokittelusta siten, että siinä painotetaan mitä kustakin teemasta on sanottu (Tuomi & Sarajärvi 2009, 93). Aineiston käsittelyssä pyritään myös kokonaisvaltaisuuteen, jotta analyysissä löydetäisiin ne keskeiset perusulottuvuudet, jotka tutkittavaa kohdetta kuvaavat (Kiviniemi 2010, 80).

Tutkimusaineisto teemoitellaan tarkastellen analyysivaiheessa sellaisia aineistosta esiin nousevia piirteitä, jotka ovat yhteisiä usealle haastateltavalle. Usein nämä teemat pohjautuvat teemahaastattelun teemoihin, odotettavasti ainakin lähtökohtateemat nousevat esiin. Niiden lisäksi esille nousee tavallisesti myös lukuisia muita teemoja, jotka voivat olla itse lähtöteemoja mielenkiintoisempia. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 173.) Tässä tutkielmassa aineisto teemoiteltiin aluksi seitsemään tutkimusongelman kannalta kiinnostavaan teemaryhmään: Yleisön rakenteet, ikään liittyvät tekijät yleisörakenteissa, mediavälitteiset

yleisöt, kilpailu, muutokset 2000-luvulla, elämyksellisyys ja sosiaaliset aspektit sekä ohjelmistosuunnittelu. Näitä teemoja käsittelevät puhekatkelmat merkittiin litteraatteihin omilla värikoodeillaan, joista nämä merkityt tekstipätkät koottiin teemansa mukaan nimetyiksi erillisiksi tekstidokumenttiedostoiksi. Valmiiksi kootut teematiedostot helpottivat analyysin kirjoittamista, samalla kun alkuperäisistä litteraateista saattoi edelleen tarkistaa kunkin haastateltavan puheen asiayhteyden. Värikoodein poimitut teemat menivät haastateltavien puheissa osin päällekkäin ja liittyivät monessa kohtaa toinen toisiinsa, joten lopullisessa analyysissä teemoja yhdisteltiin ja sisällytettiin toisiinsa siten että analyysistä saatiin aikaan tutkimuksellisesti mahdollisimman koherentti ja aineistossa esiintyneiden teemojen painottumisten kannalta todenmukaisimmin jäsennelty kokonaisuus.

Pyrkimyksenä tämän tutkimustyön aineiston analyysissä oli laadulliselle tutkimukselle ominaiseen tapaan antaa ääni tutkittaville itselleen. Näin ollen tarkoituksena oli analyysin alusta asti nostaa haastatteluaineistosta esiin ne ilmiöt, joista haastateltavat vastauksissaan puhuivat ja jotka he nostivat tärkeiksi festivaaliyleisöihin liittyen. Tutkimusongelman kannalta luontevimmalta tuntui poimia haastatteluaineistosta eri musiikkifestivaaleille yhteisiä teemoja ja ilmiöitä. Ne on esitelty tulosten muodossa seuraavassa luvussa.

7 YLEISÖKÄSITYKSET JA FESTIVAALIIN KOHDISTUVIIN ODOTUKSIIN VASTAAMINEN

7.1 Yleisöjen demografiset rakenteet

Tutkituista musiikkifestivaaleista kaikki harjoittavat haastateltujen toimijoiden mukaan yleisönsä tutkimista ja kartoittamista erilaisten haastattelu- tai lomaketutkimusten muodossa, joko vuosittain tai satunnaisemmin. Yleisön rakenteista, osallistumismotiiveista ja tyytyväisyydestä siis ollaan musiikkifestivaaleilla kiinnostuneita, ja yleisön tunteminen koetaan tärkeäksi festivaalien suunnittelun ja toteutuksen kannalta.

Yleisön ikä- ja sukupuolirakenteesta todettiin Kaustisen ja Kuhmon kohdalla aluksi niiden noudattelevan kulttuuritapahtumille yleisiä piirteitä, joiden mukaan tyypillisin festivaalikävijä on keski-ikäinen nainen, samaan tapaan kuin jo 1990-luvulla Cantellin (1993, 15–16; 1996, 8–9) tutkimuksissa ilmeni. Varsin hyvin tämä pätee Kuhmossa:

Niin kuin yleensä kaikissa varmaankin kulttuuritapahtumissa, nuorten osuus varsinaisesta yleisöstä on aika pieni. Meillähän sitten on tietysti musiikkileiriläiset jotka pääsee konsertteihin sieltä leiriltä, niin nehän on se meidän nuoriso-osasto, mutta noin niin kuin muut asiakkaat – – yleisö on kyllä sellaista viiden-kuudenkymmenen ja sen yli. – – Uskon että nuoret perheet on niin kiireisiä, että ei ne ehdi tämmöisiin festivaaleihin, varsinkin [kun] Kuhmokin on kohtuullisen kaukana. (RE.)

Ritva Eerolan mukaan festivaali pyrkii aktiivisesti helpottamaan uusien, nuorten yleisöjen saapumista Kuhmoon järjestämällä konserttien aikana ilmaista lastenhoitoa, ohjelmaa myös lapsille sekä tarjoamalla lapsille, nuorille ja opiskelijoille alennuksia lippujen hinnoista. Näin pyritään totuttamaan nuorempaakin väkeä kamarimusiikkifestivaalilla käymiseen.

Nuorten yleisöjen saavuttamista on pidetty tärkeänä myös Kaustinen Folk Music Festivalilla ja Pori Jazzissa. Jyrki Heiskasen sanoin Kaustisella yli 15-vuotiaiden festivaalikävijöiden keski-ikä on laskenut hiljalleen jo parinkymmenen vuoden ajan, ja 2000-luvun aikana edelleen kymmenkunta vuotta tähänhetkiseen 40–42 vuoden ikään.

Festivaalikävijöiden keski-ian laskun taustalla vaikuttavien syiden Heiskanen pohtii olevan moninaisia:

Siinä on nyt sitten kysymys varmaan jonkinlaisista kulttuurissa liikkuvista megatrendeistä tai jostain. – – Meillä on aikaisemminkin ollut maailmanmusiikkitähtiä – – niin ei se siitäkään voi johtua tai sitten se johtuu juuri siitä, koska me ollaan oltu juuri siinä mielessä aika edistyksellisiä, että tällaisia maailmanmusiikillisiä ilmiöitä täällä on ollut 40 vuotta ennen kuin niistä edes puhuttiin maailmanmusiikkina. – – Mutta ehkä nyt sitten ihmiset on kuulleet – – maailmanmusiikkiniimistä. Että siinä on alkanut tulemaan sitten semmoista jengiä joka ei ole koskaan vaan mieltänyt sitä että Kaustinen on myös maailmanmusiikkijuhla. Se voi olla yks syy. – – Me ollaan periaatteessa halpa festari – – sitten me ollaan selkeästi perhefestari. (JH.)

Pori Jazz on Kaustisen tapahtumaan nähden viime vuosina selvästi tietoisemmin pyrkinyt vetoamaan nuoreen yleisöön ja näin säilyttämään festivaalin rakenteen eri-ikäisistä koostuvana:

Me ollaan pyritty tässä 2000-luvulla nyt panostamaan siihen että myös löydetään uusia kävijöitä ja myöskin nuorempia kävijöitä, että pelkästään festivaalikävijät eivät vanhenisi festivaalin mukana. – – [Yleisön] heterogeenisyyden trendi on varmaan ollut nyt viimeisen parisenkymmentä vuotta. Mutta – – 2000-luvulla me ollaan entistä isommin panostettu siihen että löydetään myöskin taas sitä uutta yleisöä ja – – yksi Kirjurinluodon päivä tehdään selkeästi sille nuoremmalle yleisölle. (KL.)

Katja Leppäkosken mukaan aiempaa nuorempia yleisöjä on houkuteltu Pori Jazziin paitsi heille kohdistetuilla ohjelmistovalinnoilla, myös festivaalin ohessa vuodesta 2005 lapsille järjestetyllä Pori Jazz Kids -festivaalilla.

Siinä missä Kuhmossa ja Kaustisella yleisö on pysynyt naisvaltaisena, Pori Jazzin kävijöissä miehiä ja naisia on suurin piirtein saman verran (KL, Pori Jazz 2011b). Sosioekonominen asema nousi haastatteluissa esille Kaustinen Folk Music Festivalin ja Pori Jazzin kohdalla: Kaustisella eri koulutustasot ja ammattiryhmät ovat Heiskanen mukaan suhteellisen tasaisesti edustettuina, Leppäkoski taas totesi Pori Jazzin yleisön olevan keskimääräistä koulutetumpaa.

Ruisrock rockfestivaalina poikkeaa ikärakenteeltaan selvästi muista tämän tutkielman festivaaleista, kuten se poikkesi jo Cantellin yleisötutkimuksessa vuonna 1996 (46). Juhani Merimaa arvioi Ruisrockin kävijöiden keski-ikäksi 23, mikä on lähellä Cantellin vuoden 1996 tutkimustuloksia, joissa yleisön keski-ikäksi saatiin 24 vuotta. Merkittäviä muutoksia Ruisrockin ikärakenteessa ei siis ole tapahtunut 2000-luvun aikana, mikä selittynee osin festivaalin suhteellisen pysyvällä profiloitumisella pääasiassa nuorten tapahtumaksi. Rockfestivaali-ikäen siis tullaan ja siitä myös poistutaan aikaisemmin kuin

muuntyyppisille kulttuurifestivaaleille on ominaista, ja tämä tiedetään myös Ruisrockissa. Toki festivaalilla käy myös vanhempaa, yli kolmekymmenvuotiaista yleisöä, joka koostuu lähinnä rock-alan harrastajista tai tapahtumassa vuosittain kenties jo 70-luvulta asti vierailleista vakiokävijöistä. Kokonaisyleisössä he ovat kuitenkin selkeä vähemmistö:

Etä tavallaan kyllä meillä on sellaisia, varsinkin turkulaisia, jotka on käyneet siellä [Ruisrockissa] 70-luvulta saakka jokaisessa festivaalissa, joille se on tavallaan niin kuin osa elämää, mutta niitä on kyllä aika vähän. (JM.)

Syyksi Ruisrock-iästä poistumiselle Merimaa mainitsee siis saman kuin Eerola Kuhmon Kamarimusiikissa käymisen aloittamisen lykkäytymiselle; nuorilla perheellisillä ei useimmiten riitä aikaa eikä taloudellisiakaan resursseja lähteä festivaalille, jolle meneminen vaatisi heidän tapauksessaan erityisjärjestelyjä:

Jos puhutaan sosiaalisesta taustasta niin [festivaalilla käyvät] sinkut, sanotaan vielä sellaiset jotka eivät ole asuntolainojen ja vaipanvaihdon välissä. – – Valtaosa tältä osin on semmoisia joilla on mahdollisuus tehdä itse päätös siitä että voinko mä mennä tonne vai ei. Tavallaan ettei ihmiset ole riippuvaisia muiden päätöksistä, että jos kaikki natsaa kohdalleen niin voi mennä. (JM.)

Kuhmosta poiketen Ruisrock ei juuri pyrikään järjestämään erityisohjelmaa tai helpotuksia lapsiperheille. Tämä on ymmärrettävää sikäli, että festivaali on ainakin toistaiseksi kyennyt jatkuvasti houkuttelemaan riittävästi uutta nuorta yleisöä poistuvien kävijöiden tilalle, ja epäilemättä tapahtuma halutaan näin ollen myös jatkossa pitää pääasiassa nuorisolle kohdistettuna.

Kaikki tässä tutkitut musiikkifestivaalit ovat alallaan kansallisesti ja kansainvälisestikin tunnettuja, ja niihin saavutaan paitsi lähialueelta, myös kauempaa Suomesta ja jonkin verran ulkomailtakin. Merimaan mukaan Ruisrockin tärkein kohderyhmä ovat turkulaiset ja Turun ympäristökunnissa asuvat, joiden lisäksi rockmusiikin kuuntelijoita pyritään tavoittamaan, ja heitä myös saapuu, festivaalille mahdollisuuksien mukaan muualtakin Suomesta. Muille tutkituista festivaaleista saavutaan enemmän myös kauempaa; esimerkiksi Pori Jazz ja Kaustinen Folk Music Festival ilmoittivat Helsingin seudun suurimmaksi yksittäiseksi alueeksi jolta yleisö festivaalille saapui vuonna 2009 (Pori Jazz 2011b; Improve Research Oy 2009, 7). Uudeltamaalta festivaalille saapuneiden osuus on siis ainakin Kaustisella kasvanut huomattavasti sitten 1990-luvun (vrt. Cantell 1993, 23).

Vaikka kansainvälisyys ja kontaktit ulkomaisiin muusikoihin, mediaan ja festivaalijärjestäjiin mainittiin tärkeänä arvona kaikilla neljällä festivaalilla, on ulkomaisen yleisön osuus kävijöistä kuitenkin haastateltujen mukaan melko vähäinen. Ruisrockissa ulkomailta saapuvaa yleisöä kuvailtiin käyvän jonkin verran. Kaustisella heidät mainittiin lähinnä esiintyvänä vieraina, vaikka epäilemättä juhlille saapuu myös kuuntelevaa yleisöä Suomen ulkopuolelta. Kuhmossa ulkomaisen yleisön osuudeksi arvioitiin viitisen prosenttia. Ulkomaisen yleisön suhteellista vähyttä ja markkinoinnin painottamista kotimaahan kohdistuvaksi perusteltiin Pori Jazzissa, osin Ruisrockissakin, kaupungin rajallisella hotellimajoituskapasiteetilla:

Yleisöstä ei ihan hirveän suuri osa ole [ulkomaalaisia], ehkä se vaihtelee varmaan jossain kuuden–kahdeksan prosentin välillä, jotain sellaista, alle kymmenessä varmaan kuitenkin ihan johtuen valitettavasti tämän kaupungin rajallisesta majoituskapasiteetista aika pitkälti. Että me ei ihan hirveästi voida, pontevasti, yrittää ulkomaille markkinoidakaan. (KL.)

[Kauempaa tulevaan yleisöön] vaikuttaa yllättävän paljon, millaisia majoitusmahdollisuuksia festivaali pystyy järjestämään. (JM.)

7.2 Yleisöprofiilit

Aktiivista pohdintaa yleisöprofiileista esiintyy haastattelujen perusteella jokaisella neljällä festivaalilla. Yhtäältä profiileja tehdään markkinointivaiheessa ja sitä suunniteltaessa segmentoinnin muodossa, toisaalta ohjelmasisältöjä ja oheispalveluita rakennettaessa. Ensiksi mainittua, puhtaasti markkinoinnin tasolla nähtävää profilointia olemassa oleviin ja potentiaalisiin yleisöihin kuvailtiin esimerkiksi seuraavasti:

Ihmiset voidaan jakaa eri luokkiin: semmoiset jotka tulee paikalle, ”hardcore-ihmiset” jotka ostaa liput; sitten tietysti semmoiset jotka on kiinnostuneita ja vierailee meidän nettisivuilla, noteeraa meidän ilmoittelun ja näin; ja sitten semmoiset joille me ei merkitä yhtään mitään. Että kyllähän tietysti nämä jotka noteeraa meidän ilmoittelun ja käy meidän nettisivuilla niin onhan [ne] meidän potentiaalisia asiakkaita kuitenkin, kun ne on osoittaneet kiinnostusta näitä asioita kohtaan. (JM.)

Kaustisella, siis samoin kuin Ruisrockissa, yleisöprofiloinnin yhteydessä esille nostettiin festivaalin markkinointi. Yleisöprofiileista keskustellaan festivaaliorganisaatiossa ympärivuotisesti paljolti siitä näkökulmasta, keille tapahtumaa tulisi ennen kaikkea markkinoida ja miten. Yhdeksi yleisösegmentiksi Kaustisella lasketaan festivaalin lukuisat esiintyjät. He eivät osta itse lippuansa, mutta he käyttävät festivaalin maksullisia palveluita

– kuten ravintoloita – ja näin ollen heille kohdistetaan omanlaistaan, vieraanvaraisuuden ideologiaan pohjautuvaa markkinointia:

Jos me ajatellaan näitä meidän asiakkaita, yleisöä, [niin] se nyt tietysti jaetaan sitten erilaisiin segmentteihin ja yksi oleellinen segmentti on meidän esiintyjät meidän asiakkaina. Elikkä meillä on festarin aikana semmoinen 2000–3000 ihmistä joilla on esiintyjäpassi kaulassa. – – Se on oleellinen asia että he ovat vieraita täällä, tänne tullaan kylään – – ja täällä pidetään huolta niin kuin vieraista ruukataan pitää huolta. (JH.)

Kaustisella siis osin rikkoutuvat perinteiset esiintyjien ja yleisön väliset rajat siinä, miten esiintyjät nähdään festivaaliorganisaation puolelta yhtenä yleisösegmenttinä muiden asiakkaiden rinnalla. Esiintyjät eivät festivaalille saapuvina vieraina maksa lippuaan itse, mutta heidät mielletään silti paitsi kutsuttuina esiintyjinä, myös festivaalin palveluja käyttävinä maksavina asiakkaina.

Festivaalin sisältöjen – ohjelmistojen, ulkoisten puitteiden ja palveluiden – suunnittelussa yleisöprofilointi ilmenee niin, että erilaisille festivaalikävijöille pyritään tarjoamaan mielekkäitä syitä saapua paikalle. Tämäkin liittyy tietysti vahvasti markkinointiin ja markkinoiden segmentointiin perustuvaan ajattelutapaan. Pori Jazzin kohdalla profiloinnissa nähtiin yhteyksiä tietynlaiseen vallitsevaan ajan henkeen:

Kun tämä musiikin kuluttaminen ja ylipäättään tällainen fragmentoituminen on mennyt entistä pienempiin alakulttuureihin, että myöskin tällaisille mielipidevaikuttajille ja edelläkävijöille ja hyvin monenlaisillekin pienillekin kohderyhmille pitäisi löytää [ohjelmaa] täältä. Että ollaan entistä enemmän mietitty, että tehdään vähän niin kuin festivaaleja festivaalin sisään. (KL.)

Yleisö ei siis enää nykypäivänä ole festivaalijärjestäjänkään näkökulmasta mitenkään yksiulotteinen ihmisjoukko, vaan länsimaisessa kulttuuriympäristössä viime vuosikymmeninä tapahtunut pirstaloituminen erilaisiin, yhä useampiin musiikin alalajeihin ja -kulttuureihin – etenkin populaarimusiikissa – vaikuttaa myös festivaalin ohjelmistosuunnitteluun. Ohjelmiston profilointia Pori Jazz toteuttaa ennen kaikkea konserttipaikkojen profiloinnin kautta, mikä on mahdollista siten, että festivaali koostuu useista erilaisista ja erikokoisista festivaalialueista joihin myydään lippuja yhdeksi illaksi kerrallaan:

Mehän ollaan sillä tavalla erilainen kuin esimerkiksi monet rokkifestivaalit jotka vaan myy yhden aluelipun ja sitten sen sisällä on monta eri lavaa, mehän myydään erillisiä konserttilippuja. Meillä on 12 eri konserttipaikkaa, ja tavallaan niille jokaiselle pitää löytyä joku oma profiilinsa jotta se yleisö löytää sinne. (KL.)

Ruisrock ja Kaustinen Folk Music Festival eroavat tilojensa puolesta tässä mielessä suuresti Pori Jazzista toimimalla nimenomaan yhden rajatun maksullisen festivaalialueen sisällä, mutta samankaltaista ”festivaaleja festivaalin sisään” -toimintaperiaatetta ohjelmistosuunnittelussa on silti havaittavissa näissäkin tapahtumissa:

Ruisrockit on valinnut että se on vähän tällainen niin kuin tavaratalo jossa on paljon osastoja, jossa on monet eri genret edustettuina, kuitenkin rockmusiikista. – – Luulen myöskin että Turussa, joka on selvästi pienempi kaupunki kuin Helsinki, niin tällainen kohderyhmäfestivaali, sen kasvattaminen tuohon kokoluokkaan ei olisi mahdollista, vaan sen pitää olla, siinä pitää olla laajalti niitä ihmisiä. Ja sitten [pitää olla jokaiselle jotakin] mihin voi tarttua, että siinä ei voi olla pelkkää metallia, ei pelkkää suomirockia, ei pelkkää indietä, ja niin pois päin, vaan kaikenlaisia elementtejä. Että kyllä tämä joudutaan miettimään. Sitten me myöskin profiloidaan eri päiviä. (JM.)

Tuon festarin, jokainen kokee sen sellaisena kuin haluaa sen kokea ja etsii sieltä ne asiat mitkä haluaa. (JH.)

Ruisrockissa siis pyritään huomioimaan eri musiikkityyleistä pitävät yleisöryhmät siten että ohjelmistossa on riittävästi vaihtelevuutta, kuitenkin järjestäjien määrittelemien rockmusiikin raamien sisällä. Paikalle tavoitellaan mahdollisimman paljon ihmisiä joita rockmusiikki edes jossain tyylilajissaan kiinnostaa, ja kun esiintyjä on riittävän moneen makuun, ei ohjelmiston tiiviys ja osittaiset päällekkäisyydetkään festivaalijärjestäjän näkemyksen mukaan välttämättä haittaa festivaalikävijää. Kaustinen Folk Music Festivalin ohjelma on myös tiivis ja kansan- ja maailmanmusiikkigenren sisällä sitä markkinoidaan monipuolisena ja monitasoisena, jolloin yleisölle pyritään tarjoamaan mahdollisuus valita mitä esityksiä seurata ja millaisen kuvan koko festivaalista mielessään muodostaa.

Kuhmon Kamarimusiikki koostuu Pori Jazzin tavoin eri tiloissa järjestettävistä yksittäisistä konserttitilaisuuksista, mutta toisin kuin Porissa, konsertteja ei profiloita musiikillisesti niinkään konserttipaikan kautta, vaan sisällyttämällä festivaaliin kokonaisuudessaan riittävän monipuolista ohjelmaa, jotta paikalle saataisiin myös erilaisia yleisöjä. Lopputulos ja erilaisten yleisöprofiilien huomioiminen riippuu taiteellisen johtajan näkemyksistä, jotka Eerolan mukaan ovat ainakin tähän asti olleet monipuolisia:

Kyllä mun mielestä ihan selvästi sekä Kimanen että Mendelssohn [festivaalin edellinen ja nykyinen taiteellinen johtaja] ovat ottaneet huomioon että meillä on vanhaa musiikkia, meillä on tätä klassisromanttista ”normaalia”, meillä on viime vuosisadan musiikkia ja sitten meillä on ihan uutta. Joskus meillä on ollut myös jazzia ja klezmeriä ja tällaista, että ei ihan pelkästään sellaisessa kamarimusiikkiputkessa kuljeta. Ja sitten myös, varsinkin Mendelssohnilla, on laulua sisältävää musisointia – – ja viime kesänähän meillä oli kolme oopperaa, pienoisoopperaa. – – Että se oli hyvin poikkeuksellista sitten, ja siinä taas tuli toisenlaisia yleisöjä [joita] saatiin kiinni. (RE.)

Siitä minkälaisin konsertti- ja ohjelmakonseptein erilaiset yleisöt parhaiten saavutettaisiin, käydään tutkittujen musiikkifestivaalien organisaatioissa keskustelua ympäri vuoden, painottuen hieman eri tavoin eri festivaaleilla. Monipuolinen ohjelma ja erilaisten yleisöjen toiveiden ja tarpeiden tyydyttäminen koetaan tärkeäksi kaikilla festivaaleilla, ja uusia yleisöjä pyritään saavuttamaan samalla kun vanhoista uskollisista kävijöistä halutaan pitää kiinni. Musiikkifestivaalien yleisöt voidaan näin jakaa jo olemassa oleviin ja mahdollisiin tuleviin yleisöihin. Näistä molempia tavoitellaan aktiivisesti kaikilla tutkituilla festivaaleilla haastateltujen toimijoiden mukaan. Siinä missä Ruisrockissa vakiokävijöiden osuus – johtuen festivaalin profiloitumisesta nuorten tapahtumaksi – on Merimaan mukaan melko pieni, kertovat Kuhmon Eerola ja Kaustisen Heiskanen yleisönsä olevan hyvinkin uskollista tapahtumilleen:

Se mikä on perustavaa laatua meidän yleisölle, [on että] se on uskollista. (RE.)

Meillä on valtava määrä todella uskollisia festarikävijöitä, että se on harvinaisuus joka on meidän festareilla ensimmäistä kertaa. Onneksi niitten määrä on myös noussut, sehän on tietysti tulevaisuuden kannalta hyvä, mutta meillä on hirveän uskollinen [yleisö]. Meillä on jopa edelleen ihmisiä jotka ovat käyneet 43 kertaa festareilla. Semmoisia jotka ovat käyneet yli kymmenen kertaa, on kymmeniä tuhansia (JH.)

Vakiokävijänsä on myös Pori Jazzilla, ja heistä halutaan pitää kiinni. Vuosittain festivaalilla mietitään ohjelmistovalintoja myös heidän kannaltaan:

Meillä on tietty yleisömassa olemassa mitkä on Pori Jazz -faneja niin sanotusti – – että mitä meidän pitää pystyä tarjoamaan niille jotta me tavallaan niistä uskollisista asiakkaista pystytään pitämään vuosi toisensa jälkeen kiinni. (KL.)

Yleisöprofiilien muodostamisen taustalla vaikuttaa tutkituilla festivaaleilla siis ihmisten tavoittaminen festivaalille sekä tavoite tyydyttää ohjelmistosuunnittelun ja oheispalvelujen kautta heidän erilaiset tarpeensa ja mieltymystensä. Ohjelmistosuunnittelun yhteydessä, kuten Merimaa (ks. s. 54) totesi, profiloidaan paitsi yleisöjä, myös festivaalin sisältöjä – Ruisrockin tapauksessa festivaalipäiviä. Vaikka yleisöjä haastattelujen perusteella pyritään profiloimaan, niitä vältetään kuitenkin lokeroimasta. Etenkin Porissa ja Kaustisella korostettiin festivaaleilla käyvän paljon erilaisia ja eri-ikäisiä ihmisiä, eikä festivaaleja haluta missään nimessä suunnata pelkästään millekään yhdelle ennalta määritellylle kohderyhmälle.

Me vältetään aina viimeiseen asti tällaista että me yritettäisiin tyypistää johonkin yhteen tiettyyn prototyyppiin meidän kävijä, koska nytkin meillä oli semmoinen lähes 150 000³ kävijää ja 60 000 myytyä lippua, ja kuitenkin se on hyvin heterogeeninen joukko mitä meillä käy. Että tietyt, tavallaan ehkä kapeammalle kohderyhmälle tehdyt festivaalit pystyy tarkemmin sanomaan että kuka on heidän tyyppillinen kävijänsä. (KL.)

Festivaalitoimijoiden puheista voidaan tulkita, että heterogeenisen yleisön tavoittelu ilmenee festivaalin suunnittelun ja siitä kertomisen eri tasoilla: erilaisilla konserttiohjelmilla ja -paikoilla sekä palveluilla houkutellaan eri kävijöitä, eikä tyyppillisintä kävijää pystytä tai haluta kuvailla tarkoin määritelmien avulla yleisön demografiset piirteet tunnettaisiin.

7.3 Festivaaliohjelman suunnittelu

7.3.1 Päätösvalta ohjelmistosuunnittelussa

Kaikilla tutkituista neljästä musiikkifestivaalista toimii taiteellinen johtaja tai useampia taiteellisia johtajia, promoottori tai ryhmä, joka on nimetty vastuuseen festivaalin ohjelmiston suunnittelusta. Käytännössä ohjelmistosuunnittelun tavat vaihtelevat jonkin verran näiden festivaalien välillä; siinä missä Kuhmossa taiteellisella johtajalla on yksin päätösvalta kaikesta festivaalilla esitettävästä sisällöstä musiikkileirin ohjelmaa lukuun ottamatta, on vastuu ohjelmistosuunnittelusta Pori Jazzilla jaettu kolmen taiteellisen johtajan kesken, minkä lisäksi myös festivaalin toimitusjohtaja sekä tuotantopäällikkö, markkinointipäällikkö ja tiedottaja osallistuvat ohjelmiston pohdintaan. Kaustinen Folk Music Festivalin ohjelman on aiempina vuosina pääasiassa suunnitellut ohjelmajohtaja Jyrki Heiskanen, kesän 2011 festivaaliohjelman laati tehtävää varten neljästä paikallisesta yhdistyksestä koottu ryhmä Pro Kaustinen. Ruisrockin ohjelmistosuunnittelusta vastaa kahden henkilön muodostama työpari.

Mitä useampi ohjelmistosta on päättämässä, sitä helpommin myös syntyy kiistoja siitä keitä esiintyjä ja minkä tyylistä musiikkia festivaalille halutaan. Tämä ei sinänsä liene yllätys, ja haastatellut festivaalitoimijatkin olivat ilmiöstä tietoisia. Kaustinen Folk Music Festivalin Jyrki Heiskanen mukaan tapahtuman kokoluokkaa edustavan festivaalin

³ Pori Jazzin verkkosivuilla festivaalin 2010 kokonaiskävijämääräksi on ilmoitettu sekä 155 000 (Pori Jazz 2011a – Festivaalivuosi 2010; 2011b) että toisaalla 162 000 (Pori Jazz 2011d). Finland Festivals on tilastoinut kävijämääräksi 155 000 (Finland Festivals 2010). [Viitattu 15.8.2011.]

tekeminen muodostuu väkisinkin kompromisseista. Kaustisen tapauksessa ohjelmistoon ovat sanansa sanoneet myös Kaustisen kansanmusiikkisäätiön hallituksen jäsenet, perustuuhan festivaalin talous kansanmusiikkisäätiön toimintaan. Pori Jazzin Leppäkoski kokee ohjelmistosuunnittelussa syntyvän ”luovan kitkan” pääasiassa positiiviseksi ja tarkoituksenmukaiseksi, jopa välttämättömäksi ilmiöksi. Kolmen taiteellisen johtajan vetämän, eri tahojen mielipiteitä kuuntelevan ohjelmistosuunnittelumallin ideana on nimenomaan erilaisten näkökulmien kohtaaminen. Huomattavan kalliita esiintyjä valittaessa sananvalta on viime kädessä toimitusjohtajalla, pienten esiintyjien kohdalla taiteelliset johtajat tekevät päätöksiä myös itsenäisesti tahoillaan. Taloudelliset ja muut resurssit tarkistetaan ohjelmistosuunnittelua toteutettaessa myös Kuhmon Kamarimusiikissa, mutta siellä taiteellinen johtaja yksin päättää koko festivaaliohjelmasta, joten kiistoja ohjelmistovalinnoista ei yleensä synny tai niitä ei ainakaan tuoda esille festivaalin suunnittelussa (RE). Kiistoja ohjelmistosuunnitteluun liittyen ei myöskään mainittu haastattelussa Ruisrockin kohdalla.

Yleisön palautteen merkityksen ohjelmiston suunnitteluun voidaan tämän tutkielman haastatteluaineiston perusteella tulkita olevan festivaaleille tietyllä tavalla ristiriitainen. Toisaalta yleisöltä kerätään aktiivisesti palautetta ohjelmasta ja festivaalista niin Kuhmossa, Kaustisella kuin Ruisrockissakin, ja myös Pori Jazz selvittää vuosittain yleisönsä rakenteita ja mielikuvia festivaalista, mutta kun esiintyjä- ja ohjelmavalintoja viime kädessä tehdään, voidaan yleisön palautetta haastateltavien mukaan harvoin suoraan noudattaa festivaaliohjelman toteutuksessa:

Tässä on monta asiaa mitkä tarvii lokahtaa kohdalleen ennen kuin jonkun artistin saa. Että a, onko se ylipäättään kiertueella ja b, sopiiko se aikatauluun, että meillä on kuitenkin ne tietyt festivaalipäivät minkä sisällä pitää saada nämä aikataulut natsaamaan. Ja myöskin sopiiko se hintalappu – – ja onko se taiteellisesti kiinnostava ja niin edelleen. – – Me mietitään niitä kohderyhmiä, mutta – – ei me voida rakentaa ohjelmaa niin että me kysytään yksittäisiä artisteja yleisöltä ja sitten me buukattaisiin niitä. (KL)

Yleisöltä saadaan palautetta ja toiveita festivaaliohjelmaan liittyen sekä aktiivisesti kyselemällä että kysymättäkin, ilmeni kaikista haastatteluista. Ruisrockissa pyritään välttämään pettymysten tuottamista yleisölle, joten esiintyjätoiveita ei yleisöltä avoimesti kysymällä kysytä:

Se on vähän kaksipiippuinen asia. – – Tavallaan jos yleisö saa kerjätä niin kuin avoimesti netissä niin sieltä tulee kuitenkin nämä maailman ykkösbändit esiin, odotuslistan kärkeen. Ja jos sulla ei ole mahdollisuus antaa kuin sijalta kaksykt eteenpäin olevia bändejä niin se nyt tietysti aiheuttaa vähän

ehkä tällöisen pettymyksen. – – Että päinvastoin on tietysti tarkoitus saada positiivisia yllätyksiä, että meidän lupaus on ollut tämä mutta me annetaankin enemmän. (JM.)

Kaustisella yleisön palautetta kerätään systemaattisesti vuosittain, mutta ohjelmiston suunnittelu sen perusteella on sikäli vaikeaa, että pääsääntöisesti kaiken tyylistä ohjelmaa pelimannimusiikista maailmanmusiikkiin toivotaan enemmän, iskelmää lukuun ottamatta (JH). Kuhmossakin yleisöltä kerätään palautetta sekä avoimia että monivalintaisia kysymyksiä sisältävien lomakkeiden muodossa, mutta niiden vaikutus nimenomaan musiikilliseen sisältöön riippuu aina myös taiteellisen johtajan näkemyksestä ja hänen muodostamastaan festivaalin ohjelmakokonaisuudesta (RE). Yleisön toiveiden suoraan noudattamista ohjelmistovalinnoissa estävät siis sekä resurssien että luovuuden asettamat rajat.

7.3.2 Tehtäväkeskeisyys ohjelmistosuunnittelussa

Sorjosen (2004, 72) tehtäväkeskeiseksi määrittelemiä ohjelmistosuunnittelun tapoja ilmeni ainakin Kaustinen Folk Music Festivalilla ja Pori Jazzissa, joissa pyritään tarjoamaan esiintymismahdollisuuksia festivaalin edustamien musiikkityylien uusille kyvyille, marginaalisia genrejä edustaville esiintyjille sekä alan innokkaille harrastajille. Molempien festivaalien haastateltavat jopa nimenomaisesti mainitsivat esiintymismahdollisuuksien tarjoamisen sekä musiikinlajin – Porissa jazzin, Kaustisella kansanmusiikin – edistämisen ja ylläpitämisen tärkeiksi tehtäviksi festivaaleilleen.

Tällä juhlalla on aika monta semmoista, käytetään oikein pömpösiä termiä kuin kulttuurista tehtävää. Ja tuota, yksi niistä tehtävistä on olla tällöinen foorumi, platformi kaikille suomalaisille kansanmusiikin harrastajille. Elikkä festareille voi ilmoittautua esiintyjäksi. – – Me toki tehdään valintaa, mutta että kuka tahansa joka kokee itse että hän soittaa tai laulaa kansanmusiikkia, pääsee meille esiintymään. (JH.)

Kuhmossakin esiintymis- ja yhteissoittomahdollisuuksien tarjoaminen nuorille, niin ulkomaisille kuin suomalaisillekin muusikoille mainittiin tärkeänä, mikä ilmenee mm. festivaalin yhteydessä nuorille muusikoille vuosittain järjestettävänä musiikkileirinä. Lisäksi Kuhmon Kamarimusiikissa on joinakin vuosina voinut hakea Nuoret muusikot - ohjelmaan, jonka kautta on rekrytoitu nousevia lahjakkaita muusikoita esiintymään kamarimusiikkikonserteissa. Kuhmon Kamarimusiikki, Kaustinen Folk Music Festival ja Pori Jazz kokevat tehtäväkseen myös uusien, erityisesti nuorista ihmisistä koostuvien,

yleisöjen hankkimisen – ei pelkästään omalle festivaalilleen vaan festivaalinsa kautta myös koko edustamalleen musiikkityylille sen jatkuvuuden ja elinvoimaisuuden takaamiseksi. Ruisrockissa esiintymismahdollisuuksien tarjoaminen, musiikkigenren ylläpitäminen tai uusien lahjakkaiden muusikoiden esiintuominen ei noussut haastattelussa esiin. Rockmusiikkia todennäköisesti kuunnellaan ja harrastetaankin Suomessa nykyisin enemmän kuin jazzia, kansanmusiikkia tai kamarimusiikkia, etenkin nuorten keskuudessa. Ehkei näitä arvoja Ruisrockin kokoluokkaa edustavilla rockfestivaaleilla, joita Suomessa on useampia, siksi samalla tavalla pidetäkään ensisijaisina, vaikka ne toki monessa mielessä toteutuvat niilläkin. Ainakin Ruisrock on viime vuosien ohjelmistovalinnoissaan suosinut erikokoisia ja -ikäisiä sekä erisuuruista suosiota nauttavia yhtyeitä ja artisteja, jotka ovat myös edustaneet rockmusiikin eri tyylejä, kuten Merimaa haastattelussa totesi (ks. s. 54).

Tehtäväkeskeisyyttä ilmenee tutkituilla festivaaleilla paitsi esiintyjä, myös yleisöä kohtaan. Yleisölle kohdistetuksi tehtäväkeskeisyydeksi voidaan lukea jo yleisöprofiilien kohdalla esiin tullut ohjelmiston monipuolisuus, jota pidetään tutkituilla musiikkifestivaaleilla paitsi erilaisia yleisöjä paikalle tuovana ilmiönä, myös jo olemassa olevan yleisön musiikkikäsitä ja -tietämystä laajentavana mahdollisuutena. Haastatelluista suorimmin tästä puhui Leppäkoski, jonka mukaan Pori Jazz pyrkii osaltaan kasvattamaan yleisöjään ja monipuolistamaan festivaalikävijöiden musiikkikäsitä pyrkimällä yhdistämään samoihin konsertteihin suurten tunnettujen esiintyjien kanssa myös ”taiteellisesti kunnianhimoista ohjelmaa”, kuten jotakin uutta musiikillista ilmiötä edustavan vielä tuntemattoman artistin, jotta nimekästä pääesiintyjää kuuntelemaan tullut suuri yleisö ”ikään kuin vahingossakin” löytäisi sen (KL). Samankaltaista toimintatapaa on kokeillut myös Kaustinen Folk Music Festival ottamalla joinakin vuosina festivaalille esiintymään muun ohjelman ohien muutaman iskelmä- tai rock-muusikoksi mielletyn tunnetun artistin:

Kyllähän me ollaan kokeiltu muun muassa sitä, että entäs jos tänne hommaa vähän kevyttä rockia tai iskelmästähtiä, paljonko se tuo väkeä lisää, niin kyllähän se toki sekin tuo, mutta ne on semmoisia piikkejä. – – Että ne on sitten ihmisiä mitkä tulee puolta tuntia ennen konserttia tuohon lippuluukulle ja häipyvät saman tien pois kun konsertti on ohi. Sillä nyt saadaan vähän enemmän lipputulot sisään, mutta – – siinä on myös negatiivinen puoli et sitten tämä ”kansanmusiikkifriikkiosasto” tykkää että ahaa, fiilis meni kun kaiken maailman rokkibändejä täällä on. (JH.)

Kaustisella siis suhtaudutaan ”suuren yleisön” houkutteluun kriittisemmin verrattuna Pori Jazziin, jossa uskotaan – tai ainakin halutaan uskoa – yhden artistin perässä paikalle saapuneiden tutustuvan samalla myös muuhun festivaalilla esitettävään musiikkiin. Johtopäätöksenä tästä voitaisiin todeta, että Kaustinen Folk Music Festival pyrkii ohjelmalinjauksissaan, ainakin mitä tulee näkyvimpiin esiintyjiin, ennen kaikkea pitämään kiinni musiikkityylille ja festivaalille uskollisista kävijöistään, Pori Jazz taas tavoittelemaan yhä uusia yleisöjä sekä tapahtumalleen että jazz-musiikille ja muulle rytmimusiikille. Toisaalta nämä festivaalitoimijoiden lausumat voidaan tulkita myös niin, että molemmat tapahtumat pyrkivät ohjelmistovalinnoillaan sitouttamaan yleisöjään festivaaliinsa, mutta eri keinoin.

Eräänlaisena osin yleisöön, osin esiintyjiin, osin festivaaliin itseensä kohdistuvana tehtävänä voidaan pitää myös festivaalin imagoon ja olemassaoloon liittyviä, tavalla tai toisella kaikkien tämän tutkielman haastateltavien puheissa välähtäneitä tavoitteita olla suomalaisessa kulttuurielämässä oman festivaaligenrensä edelläkävijä, ylläpitäjä sekä myös merkittävä välittäjä yleisön ja esiintyjien yhteen saattamisessa. Esimerkiksi Pori Jazzin yhtenä ohjelmistosuunnitteluun liittyvänä pyrkimyksenä on kiinnittää huomio johonkin musiikilliseen ilmiöön ennen muita:

Erityisesti se on tuon taiteellisen johdon, kolmikon, duunia hakea just sellaisia mitkä on juuri nyt ajankohtaisia, mitä on nyt nousemassa, mitkä on tavallaan asioita mitä Pori Jazzin pitäisi esitellä ensimmäisenä. – – Ja minusta se on tavallaan jokaisen festivaalin tehtävä jopa miettiä sitä asiaa myöskin tuolta kannalta, koska juuri festivaalilla on se mahdollisuus että voi esitellä semmoisia uusia mielenkiintoisia ilmiöitä, – – kun on kuitenkin useampi esiintyjä samassa konsertissa. Niin kyllä se on minusta ehdottomasti meidän tehtävä suorastaan. (KL.)

Kaikilla tämän tutkielman festivaaleista vierailee yleisössä joukko erilaisiin sidosryhmiin kuuluvia henkilöitä, kuten median edustajia sekä rahoittajia ja muita yhteistyökumppaneita ja heidän vieraitaan. Vaikka heidänkin tyytyväisyyteensä pyritään ja esimerkiksi median huomio koetaan hyvinkin tärkeänä kaikilla neljällä festivaalilla, ei sidosryhmien myönnetty suoraan vaikuttavan festivaalin ohjelmasisältöihin. Esimerkiksi Ruisrockin Merimaa kertoi näkemyksensä mukaan yritysten olevan kiinnostuneita festivaalista sellaisenaan:

Ei meillä ole [vip-asiakkaille] erikseen kyllä mitään ohjelmaa. Että kyllä se on sellaisenaan, se on kuitenkin meidän kokonaistaloudessa sen verran pieni [osa] että olisi vähän tyhmää rakentaa ohjelma tälle kohderyhmälle. Mutta luulen että niitä kiinnostaa, ei niillä niin kuin omia bänditoiveita ole, vaan niitä kiinnostaa tulla kiinnostavalle festivaalille sinällään. (JM.)

Sponsorien ja muiden yritysten tuomien vieraiden tyytyväisyyteen silti toki pyritään, ja festivaalin yrityksille kohdistuvaan markkinointiin on panostettu etenkin Pori Jazzissa jo vuosikymmenten ajan (ks. esim. Ennekari 1996, 137, 300). Haastateltujen mukaan yritysvieraiden ja muiden ryhmänä saapuneiden osuus yleisöstä on viime vuosina ollut kasvussa myös Ruisrockissa ja Kaustisella. Kuhmossakin tavoitellaan ryhminä festivaalille saapuvia yleisöjä, joskin suurin osa niistä, sponsorien tuomia vieraita lukuun ottamatta, koostuu erilaisista kulttuuri- ja matkailuyhdistysten muodostamista ryhmistä (RE). Ohjelmistosuunnittelussa ei kuitenkaan yhteistyökumppaneiden ja ryhmämyynnin yhä kasvaneesta merkityksestä huolimatta kenenkään haastatellun festivaalitoimijan mukaan seurata yritysvieraiden tarpeita, toiveita tai makumieltymyksiä ylitse muun yleisön. Pori Jazzkin on luopunut vuosia jatkuneista, pelkästään yrityksille kohdistetuista superjameistaan, ja pyrkii nykyisin järjestämään yritysvieraille tarkoitettut palvelut kaikille avoimien suurten yleisökonserttiensa yhteyteen (KL).

Medialla vaikuttaisi olevan aivan erityinen asemansa musiikkifestivaalin sidosryhmänä, sillä kaikki haastatellut festivaalitoimijat pitivät medianäkyvyyttä erittäin tärkeänä tapahtuman onnistumisen kannalta. Mediassa saatu positiivinen ja neutraalikin huomio koetaan merkittävänä ennen kaikkea markkinoinnin kannalta:

Varmasti yksi parhaimmista mainonnasta mitä meillä on aikoihin ollut oli – – ennen viime kesän festivaalia talvella, [kun] Teemalta tuli viisi kappaletta tunnin pituisia ohjelmia – – nykykansanmusiikista ja nykyfolkista. Niistä viiden tunnin jutuista neljä tuntia oli kuvattu edellisenä kesänä Kaustisella. (JH.)

Kyllä mä enemmän [kuin itseisarvona] näkisin sen [mediahuomion] sitten just [niin] että olisi uusien yleisöjen tavoiteltavissa. (RE.)

Festivaalin medianäkyvyydellä on haastateltujen mukaan yleisöön vetoavaa merkitystä, ja yleisöjen paikalle tavoittaminen koetaan siis selvästi tärkeimpänä mediassa näkymisestä ja kuulumisesta koituvana hyötynä ainakin Kuhmon Kamarimusiikissa, Ruisrockissa ja Kaustinen Folk Music Festivalilla. Pori Jazzissa median kiinnostuksella koetaan olevan myös oma itseisarvonsa, mikä otetaan huomioon festivaalin ohjelmistosuunnittelussakin:

Myöskin ohjelman rakentamisessa pitää miettiä, että mitkä on myös sellaisia mediaa kiinnostavia ilmiöitä. Ja joskus toisin päin, että mitkä olisi sellaisia esiintyjä joista me saataisiin luotua mediaa kiinnostavia ilmiöitä. Että niiden ei tarvitse valmiiksi olla sitä vaan päinvastoin, ne on kaikkein kiinnostavimpia tapauksia aina kun me saadaan jostain ilmiöstä luotua sellainen, että media hoksaa sen ja tavallaan nostaa siitä sitten ilmiön sen ansiosta että me ollaan todettu että tämä on meidän

mielestä niin hienoa musaa tai jotenkin niin kiinnostava ilmiö, että tästä pitää media saada kiinnostumaan. Ollaan onnistuttu joskus niinkin päin kyllä. (KL.)

Pori Jazz siis suunnittelee ohjelmistoaan myös mediaorientoituneesti, vaikka Leppäkoski totesi haastattelussa ohjelmistosuunnittelun pohjautuvan lähtökohtaisesti nimenomaan lipuistaan maksavan yleisön tarpeiden tyydyttämiseen. Tavallaan mediahuomio liittyy samalla myös Pori Jazzin itselleen määrittelemiin kulttuurisiin tehtäviin jazz- ja rytmimusiikin ilmiöiden esittelijänä. Kulttuurista arvoa voidaan katsoa olevan festivaaleista kertovissa artikkeleissa sekä tv- ja radio-ohjelmissa ylipäätään, ja tässä tutkielmassa käsitellyistä festivaaleista kaikista on vuosikymmenten saatossa uutisoitu, niistä on kirjoitettu sekä esitetty dokumentteja ja konserttitaltiointeja.

Sorjonen (2004, 164–165) on päättellyt esitystaideorganisaatioiden toimivan monilla tavoin aktiivisesti mediaa kohtaan nimenomaan siksi, että kaikenlainen näkyvyys mediassa lisää nykyisten ja potentiaalisten asiakkaiden kiinnostusta esitystaideorganisaatiota kohtaan. Mediaorientaatiota perusteltiin tämän tutkielman haastatteluissa siis monilta osin samaan tapaan kuin mitä Sorjonen (2004) on esittänyt. Lisäksi Pori Jazzin Katja Leppäkoski sekä Ruisrockin Juhani Merimaa mainitsivat mediassa näkymisen hyödyllisenä myös sponsorisuhteiden kannalta, sillä sen avulla voidaan saavuttaa arvostusta paitsi yleisön, myös yhteistyökumppaneina toimivien sidosryhmien silmissä:

Että se [mediahuomio] on tavallaan osittain myöskin itseisarvo niin sanotusti eikä pelkästään niin että yleisö huomaa meidät. Ja sitten siinä on tietysti se että kaikennäköiset yhteistyökumppanit, sidosryhmät, kaikki tällaiset myöskin, sitä kautta se arvostus nousee. Että niin kuin meillä on tällainen tietynlainen ilmaherruus mediassa niin sanotusti, tai sitä ainakin tavoitellaan. (KL.)

Ehkä sponsorit arvostaa sitä että meillä kontaktipinta on laaja, että se ei ole vaan ne ihmiset jotka on siellä paikalla, vaan on [myös] ihmiset jotka on kiinnostuneita meidän toiminnasta. (JM.)

7.3.3 Luovuus ohjelmistosuunnittelussa

Niin sanottua luovuuskeskeistä ohjelmistosuunnittelua (ks. Sorjonen 2004, 72–73), jossa ohjelmistovalinnat syntyvät taiteellisen johtajan kokonaisnäkemysten tai vision pohjalta resurssien joustaessa tarpeen mukaan, on tämän tutkielman haastattelujen perusteella havaittavissa jollakin tapaa kaikilla tutkituista festivaaleista. Varsinkin eheän kokonaiskuvan merkitystä korostettiin. Mitenkään yksiselitteiseksi luovuuskeskeisyyttä ei kuitenkaan voida tulkita, sillä esimerkiksi Kuhmossa, missä taiteellisella johtajalla

yksinään on vastuu ja päätösvalta ohjelmiston suunnittelusta, tulee festivaaliohjelma kaikesta huolimatta koota etukäteen määriteltyjen, käytettävissä olevien taloudellisten ja aineellisten resurssien puitteissa. Luovuuskeskeisyys ilmeneekin pääasiassa festivaaliohjelmiston kokonaisuuden tasapainossa pitämisessä. Tiettyjen musiikkityylillisten raamien sisäpuolella voidaan esitellä samanaikaisesti uutta ja poiketa ennalta-arvattavimmista ohjelmistoratkaisuista.

Kyllähän mä olen pyrkinyt siihen että istutaan siinä genressä enemmän tai vähemmän. – – Kaustinen on aina ollut sillä lailla, että halutaan niin kuin rikkoa rajoja ja etsiä vähän kaikennäköistä uutta. (JH.)

Poikkeuksiakin musiikilliseen linjaan sallitaan, mutta ne eivät saa suoranaisesti riidellä festivaalin yleisimagon kanssa, muuten niin sanottu kantayleisö saattaa reagoida negatiivisella palautteella, kuten Heiskasen mukaan kävi Kaustinen Folk Music Festivalilla, kun tapahtumaan otettiin esiintymään muutama tunnettu iskelmäartisti. Todettava kuitenkin on, että Kaustinen Folk Music Festivalinkin koko- ja ikäluokkaa edustavien festivaalien musiikillinen imago ja poikkeuksiksi tulkittavat joustot genrestä ovat aina myös henkilökohtaisia mielipiteitä. Näin ollen lienee mahdotonta absoluuttisesti sanoa, mikä riitelee kulloisenkin musiikillisen imagon kanssa ja mikä ei. Etukäteen voi olla vaikeaa ennustaa, miten yleisö tai sen eri osat suhtautuvat totutusta poikkeavaan festivaaliohjelmaan; otetaanko se myönteisenä uudistumisena vai festivaaliperinteiden vastaisena yleisön pettämisenä.

Ohjelmistolliseksi kehykseksi valitun musiikkityylin sisällä pyritään monipuolisuuteen kaikissa tutkituista festivaaleista mahdollisimman laajan yleisön saavuttamiseksi. Tämän tutkielman aineiston perusteella luovuuskeskeisyys ja yleisön miellyttäminen kulkevat käsi kädessä painotusten välillä vaihtuen ja samalla käytettävissä olevat resurssit huomioiden. Pori Jazzissa ohjelmakokonaisuus rakennetaan rytmimusiikin määritelmään ja jazzin sukupuuhun nojaten siten, että suurilla, yleisöä eniten houkuttelevilla artistikiinnityksillä kerätään voitto jolla voidaan kustantaa muu, pienemmän yleisön tuntema ja harrastama jazz-ohjelmisto:

Aatteellisena yhdistyksenä niin totta kai tehtävänä on jazzmusiikin edistäminen, ja jazzmusiikillahan ei missään nimessä tämän kokoista festivaalia pystyisi järjestämään. Vaan että kyllä se meidän talous menee niin, että otetaan jos saadaan ne muutamat semmoiset crossover-tähdet jotka sitten vetää sitä suurta yleisöä, Ja nimenomaan nuo Kirjurinluodon konsertit käytännössä on se, että siellä meidän pitää tehdä se voitto ja tulos millä me koko muu festivaali kustannetaan. (KL.)

Näin ollen markkinaorientaatiolla ikään kuin taataan mahdollisuus myös luoviin ja festivaalin kulttuurista tehtävää tukeviin ohjelmistoratkaisuihin. Leppäkosken mukaan samankaltaista ohjelmistopolitiikkaa noudattavat myös Pori Jazzin kansainväliset jazzfestivaalikollegat.

Niin ikään Kaustinen Folk Music Festivalissakin musiikillinen ohjelmisto koostuu eri kategorioiden esiintyjistä sikäli, että suurin osa – Jyrki Heiskasen mukaan jopa neljä viidestä – festivaalin esiintyjistä on ilman varsinaista esiintymispalkkiota tapahtumassa esiintyviä kansanmusiikin harrastajia, loput palkattuja kansan- ja maailmanmusiikin ammattilaisia, joukossa nimekkäitäkin tähtiesiintyjä. Näkökulma on kuitenkin Pori Jazzin ohjelmistopolitiikkaan nähden siltä osin erilainen, että Kaustisella harrastajat ja huippuammattilaiset esiintyvät samoissa tiloissa ja yleisölle samaan hintaan, mikä kuvastaa hyvin tapahtuman ideologiaa kaikille yhteisenä kansanmusiikkijuhlana. Toisaalta Pori Jazzissa järjestetään vuosittain paljon myös ilmaiskonsertteja, joita perustellaan sekä festivaalin kulttuurisena tehtävänä että kaupallisin syin:

Tämäkin liittyy vähän tähän meidän historiaan, tämmöiseen aatteelliseen tehtävään edelleen, kun meidän yhdistyksen säännöissä lukee että meidän tehtävänä on edistää jazzmusiikin ja rytmimusiikin harrastusta. Ja tietysti myös sillä on semmoinen pointti että me tutustutaan. – – Me halutaan tuoda esille, että no ensinnäkään se [jazz] ei ole niin kauhean monimutkaista musiikkia ja toisekseen täällä on paljon muutakin. – – Että tavallaan tuodaan sitä festivaalin monipuolista ohjelmaa esille ja koitetaan sitä kautta tavallaan madaltaa kynnystä sitten sen lipun ostamiseen. Sitten sillä on tietysti myös ihan tämmöinen kaupallinenkin funktio, että kun toi jazz-katukin [jossa ilmaiskonsertit pidetään] on yksi osa tätä festivaalin taloudellista tukijalkaa niin [sillä että] saadaan ihmisiä käymään siellä ja ostamaan niitä palveluita ja viihtymään siellä niin sillä on myöskin vaikutusta niihin kauppiaisiin ja myöskin sitten meidän yhteistyökumppaneihin. (KL.)

Ajankohtaisuutta esiintyjä- ja ohjelmistovalintoja tehtäessä pidetään tärkeänä kaikilla tutkituista festivaaleista, joskaan ajankohtaisuuskaan ei haastattelujen perusteella ole täysin objektiivinen ja yksiselitteinen normi festivaalijärjestäjille:

No, onko ajankohtaisuutta se että bändejä syntyy ja kuolee, ja jos joku on justinsa syntynyt ja se on saanut kovaa kohua aikaan, että tosi hyvä bändi, että palkataan, niin onko se nyt sitten ajankohtaisuutta? Kai se on. Niin kyllä – – niitä on syytä palkata joista ihmiset kohisee ja haluaa kuulla. Ja ne yleensä on uusia bändejä mitkä on hyviä. (JH.)

Musiikkigenren sisällä tapahtuvien trendien noudattaminen koetaan pääasiassa festivaalin ohjelmasisällöistä vastaavien henkilöiden tehtäväksi, ja tärkeänä pidetään että he hankkivat riittävästi kontakteja ja tietämystä alalta niin kotimaassa kuin kansainvälisesti.

Ajankohtaisuuden ohella festivaalitoimijat tunnistavat myös tiettyjä suhteellisen pysyvästi suosittuja musiikillisia ilmiöitä, joista esimerkiksi Heiskanen nostaa esiin pohjoiseurooppalaisen ja pohjoisatlantilaisen viulumusiikin, itäeurooppalaisen kansantanssin, kaustislaisen musiikin etunenässään Konsta Jylhä sekä taitavat virtuoosisoittajat. Ajankohtaisuus siis on festivaaleille tärkeä, muttei suinkaan ainoa kriteeri ohjelmistovalintoja tehtäessä ja yleisöä tavoiteltaessa. Ajankohtaisuuteen myös vaikuttavat useat eri tekijät, ja lähitulevaisuudenkin musiikkitrenejä ja -ilmiöitä on usein vaikea ennustaa:

Joidenkin artistien osalta nämä [elin]kaaret on aika nopeita tai sitten lyhyitä. Että siinä joutuu vähän arvailemaan välillä kuitenkin. Tietysti jos tätä nyt rakentaisi sillä tavalla että siinä on aika monta elementtiä, monelle jotakin, niin se ei voi täysin pieleen mennä. (JM.)

Festivaalin taiteellinen linja voi joustaa, muuttua ja kehittyä myös pikku hiljaa tapahtuvan muutoksen kautta, niin kuin kaikilla tämän tutkielman tapahtumista on vuosikymmenten saatossa tavalla tai toisella käynyt. Kuhmon Kamarimusiikki on ohjelmistoltaan ja esiintyjiltään muuttunut vuonna 2006 aloittaneen ulkomaalaisen taiteellisen johtajan myötä entistä kansainvälisemmäksi, eikä festivaalilla Ritva Eerolan sanoin ”kuljeta pelkästään kamarimusiikkiputkessa”. Kaustinen Folk Music Festival on Jyrki Heiskasen mukaan hänen 23 vuotta kestäneen ohjelmajohtajuuskautensa myötä muuttunut kotimais- ja kansantanssipainotteisesta festivaalista eurooppalaiseksi ammattimuusikoiden kansanmusiikki-maailmanmusiikkitapahtumaksi. Pori Jazzissa muutos on Leppäkosken sanoin tapahtunut ”70-luvun radikaalien jazz-diggareiden festivaalista” monipuolisen rytmimusiikin tapahtumaksi, jossa etenkin 2000-luvulla on panostettu uusien, etupäässä nuorten, kävijöiden tavoitteluun esimerkiksi hip hop -, R’n’B- ja rap-artistien mukaan ottamisen sekä Pori Jazz Kids -festivaalin myötä. Jazz-festivaalin käsitteen sisällöllinen laajentaminen alkoi Pori Jazzissa jo vuonna 1989. Silloinen Pori Jazzin toimitusjohtaja Jyrki Kangas perusteli musiikillisen sisällön laajentamista rytmimusiikiksi paljolti samoin kuin Katja Leppäkoski vuonna 2010 (ks. s. 64); perinteisen jazzin piiristä ei löydy suurta yleisöä vetäviä artisteja, ja jotta jazzin pieniä reuna-alueita voidaan esitellä festivaalin sisällä, on lipputulaja saatava riittävästi suurten, tunnettujen nimien avulla. (Ennekari 1996, 313, 310.)

Ruisrockin ohjelmistopolitiikka on sekin vaihdellut eri vuosikymmenten ja eri järjestäjien mukaan. Esimerkiksi 1990-luvulla festivaalia rakennettiin nykyistä enemmän yhden suuren tähtiesiintyjän ympärille, mikä nykyisellään artistien keikkapalkkioiden noustua ei Merimaan mukaan olisi enää kannattavaa tai mahdollistakaan. Nykyään Ruisrock panostaa siis monipuolisuuteen, jossa sattumallakin on sijansa:

Tietysti aina tässä ei pysty tekemään sitä duunia [ohjelmistosuunnittelua] niin systemaattisesti, koska bändejä hankitaan vähän [niin] että me joudutaan tekemään tarjouksia paljon enemmän kuin mitä me voidaan ottaa, ja sitten kaikki ei tietenkään tule mitä me halutaan. – – Sinne ei tule aina ihannekombinaatio niistä bändeistä, vaan siinä joutuu aina tekemään kompromisseja. Joskus se natsaa sitten paremmin ja joskus ei. (JM)

Niin, eli se musiikillinen profiili elää? (TG.)

Niin, että se ei välttämättä aina ole se profiili mikä me haluttaisiin sen olevan. (JM.)

7.4 Sosiaalinen ja elämyshakuinen yleisö

7.4.1 Festivaalien sosiaaliset ulottuvuudet

Musiikkifestivaalit ovat konserttitilaisuuksia, joihin harvoin mennään yksin, kuten haastateltavatkin totesivat. Yksinkertaisin syy tähän lienee se, että festivaalit ovat useita päiviä tai vähintäänkin yhden koko päivän kestäviä tilaisuuksia, jotka monesti lisäksi järjestetään etäällä suurista kaupunkikeskuksista, kuten Kuhmossa tai Kaustisella, tai kaupungin keskusta-alueen ulkopuolella, kuten Turun Ruissalossa. Kauas ja suhteellisen kauaksi aikaa on monen mielestä mukavampaa mennä yhdessä kuin yksin, ja usein elämykset halutaan jakaa lähimpien ihmisten kesken.

Se mikä on ollut hirveän yleistä myös [on] että Kuhmoon tullaan toisten suosituksesta. Siinäkin on just tämä meidän kantayleisön vaikutus, että ne tuo sinne kavereitaan ja sukulaisiaan ja miehiään ja vaimojansa. Että siinä on tällaista hyvinkin kiinteän, pienen ryhmän aktiivisuutta sitten myös. (RE.)

Kaustinen Folk Music Festivalin yleisöstäkin suurin osa saapuu tapahtumaan ystäviensä, sukulaistensa, puolionsa tai perheenjäsentensä kanssa, mikä näkyy tapahtuman teettämistä kävijätilastoista. Niiden mukaan esimerkiksi kesällä 2009 festivaalille osallistuneista kävijöistä vain 8,2 prosenttia saapui tapahtumaan yksin. Saman kävijätutkimuksen mukaan suurin osa (79,9 %) kyselyyn vastanneista kävijöistä suosittelee Kaustinen Folk Music Festivalia ystävilleen. (Improve Research Oy 2009, 11.) Pori Jazz toimii sekin sosiaalisena paikkana, jonne Leppäkosken mukaan lähdetään ja perheen tai ystävien kera, ja jonne

tullaan myös tapaamaan ystäviä eräänlaisen ”miniloman” puitteissa. Myös Ruisrock on yleisötutkimuksissaan todennut festivaalille menolle tärkeäksi motiiviksi sen että sinne mennään porukassa, yhdessä kavereiden kanssa. Siinä missä yksittäistä konserttia on vielä suhteellisen luontevaa seurata yksin suuren yleisön joukossa, halutaan kaverit saada festivaalille mukaan eräänlaiseksi turvaverkoksi, vaikka paikan päällä sitten tutustuisi uusiinkin ihmisiin:

Me ollaan tutkittu vähän niitä motiiveja niin festivaalille mennään yleensä porukassa. Että se on tämmöinen jonkinlainen sosiaalinen viiteryhmä. – – Koska se on tylsää ajatella et mä oon siellä yksin. Tietenkin voin tavata siellä jotain mielenkiintoisia ihmisiä ja näin, mutta sitten tavallaan kun konserttiin mä voin mennä yksin, sen kaks tuntia seistä siinä, katsella ja lähteä pois, mutta sen sijaan festivaali, jossa ollaan kuitenkin kahdeksan tuntia per päivä, niin siinä se sosiaalisen toiminnan luoma kehys on niin keskeinen että siihen menee yleensä porukassa. (JM.)

Se, että festivaaleille tullaan yhdessä muiden kanssa, on siis huomattu kaikilla tutkituista festivaaleista ja havaintoa on pyritty myös hyödyntämään markkinoinnissa. Ruisrock on ennen kaikkea nuorten festivaali, jonka markkinoinnissa sosiaalisuutta painotetaan nimenomaan siten että festivaalille houkutellaan lähtemään yhdessä ystävien kanssa. Pori Jazzissa, Kuhmon Kamarimusiikissa ja Kaustinen Folk Music Festivalilla liikkuu paljon paitsi kaveriporukoita, myös lapsiperheitä, joille kyseiset festivaalit ovatkin kehittäneet omia palveluitaan ja koko perheelle sopivia ohjelmasisältöjä. Pori Jazzin yhteydessä järjestetään lapsille jo mainittua omaa Pori Jazz Kids Festivalia, Kaustinen Folk Music Festival painottaa olevansa lapsiperheille turvallinen, siisti ja edullinen festivaali, josta löytyvät lapsiparkki, lastenhoituhuoneet ilmaisine vaippoineen sekä kansanmusiikkiohjelmaa lapsille päivittäin. Kuhmon Kamarimusiikkikin on mukana lapsille järjestettävässä Hilpeä Heinäkuu -tapahtumassa ja järjestää ilmaista lastenhoitoa konserttien aikana.

Sosiaalisuus liittyy festivaaleilla käymisestä puhuttaessa paitsi yhdessäoloon perheen, ystävien ja tuttavien kanssa, myös yhteenkuuluvuuden kokemiseen paikalla olevan muun yleisön kesken, kuten Dowd ym. (2004), Hako (2007) sekä Cummings (2007) ovat osoittaneet. Tässä tutkitut festivaalit ovat yleisöpohjaltaan Suomen väkilukuun nähden suuria tapahtumia, joten niiden yleisöihin mahtuu eittämättä muitakin kuin jonkin yksittäisen musiikillisen skenen tai alakulttuurin edustajia. Kuitenkin kaikki neljä festivaalia edustavat jotakin musiikkityyliä tai tyylejä – kamarimusiikkia, kansan- ja

maailmanmusiikkia, rytmimusiikkia tai rockmusiikkia. Näiden musiikinlajien harrastajille festivaalien järjestäjät kokevat tarjoavansa tärkeitä kokoontumistilaisuuksia.

Kuhmon ja Kaustisen kohdalla haastateltavat festivaalitoimijat toivat vahvasti esille vapaamuotoisuuden sekä välittömyyden ja mutkattoman vuorovaikutuksen festivaaliyleisön ja esiintyjien välillä. Kuhmossa ei Eerolan sanoin ”pönötetä”:

Se on aika semmoista vapaamuotoista, taiteilijat eivät pukeudu frakkeihin eivätkä iltapukuihin, vaan saattavat soittaa t-paidassa ja mekossa. Ja yleisö myös – – se on sellaista rentoa meininkiä. – – Sitten myös se [erottaa muista tapahtumista], että kontakti taiteilijoitten ja yleisön välillä on kuitenkin aika läheistä. – – Siitä tulee sellainen vuorovaikutus myös, että yleisön jäsen voi mennä taiteilijaa koputtamaan [olalle]. – – Ja tästähän on tullut sitten tämä Spirit of Kuhmo eli Kuhmon henki, joka minun mielestä just on jotain tällaista vähän, se on rentoa ja luovaa ja nautittavaa taiteellista, ja nautittavaa musiikkia. (RE.)

Vapaamuotoisuuden ja rentouden Eerola yhdistää näin Kuhmon Kamarimusiikin yhteydessä usein mainittuun erityiseen ”Kuhmon henkeen”, josta on puhuttu myös festivaalista aiemmin tehdyissä tutkimuksissa (Karjalainen 1991, 11; Cantell 1993, 31). Myös ”Kaustisen henki” mainittiin tutkimushaastattelussa. Heiskasen mukaan etenkin vanhempi kansanmusiikkijuhlien kävijäsukupolvi perustelee festivaalilla käymistään ”Kaustisen hengen” kokemisella ja on sen vaikutuksesta vahvasti sitoutunut festivaalilla käymiseen vuodesta toiseen. Edelleen siis samoin kuin Kuhmossa, Kaustisella painotetaan yleisön ja esiintyjien sekä kansan- ja maailmanmusiikin harrastajien ja ammattilaisten kohtaamisen merkitystä festivaalin puitteissa:

Se idea on juuri siinä että täällä nämä harrastajat, joita on paljon, kohtaa nämä ammattilaiset. Eikä me pyritä tekemään sitä sillä lailla, että ammattilaiset on sitten lukittujen konserttioivien takana ja harrastajat juoksee tuolla pihalla, vaan yritetään että ne on suurin piirtein siinä mielessä tasa-arvoisia, että sillä kun sä ostat sen päivän lipun, sä näet sekä että. Sä näet alan parhaimpia ammattilaisia, näet paljon harrastajia. Ja nämä harrastajat ja ammattilaiset näkee toistensa esityksiä, mikä on itse asiassa aika tärkeä asia. [He] jammaavat keskenänsä. – – Me pidetään tällä konserttikonseptilla yllä tällamoista kansanmusiikin jatkumoa, oli se sitten harrastuspohjaista tai ammattimaista. (JH.)

Kaustinen Folk Music Festivalin ja Kuhmon Kamarimusiikin edustajat puhuvat yleisön ja esiintyjien – harrastajien ja ammattimuusikoiden – välisten raja-aitojen murtamisesta ja rennon, yhteisöllisen ilmapiirin syntymisestä festivaalin puitteissa positiiviseen ja ylpeäänkin sävyyn eikä ihme, ovathan nuo markkinointimielessä vetäviä ja nimenomaan elämyshakuisiin, ainutlaatuisia kokemuksia tavoitteleviin, musiikinkuuntelijoihin vetoavia ominaisuuksia. Kaustisen ja Pori Jazzin haastatellut festivaalijohtajat pitävät harrastaja- ja

ammattimuusikoiden festivaalikohtaamisista puhuessaan tärkeänä myös sitä kautta saavutettavaa musiikkitoiminnan jatkuvuutta, joka koetaan molemmilla festivaaleilla samalla yhdeksi tapahtuman olennaisista tehtävistä. Pori Jazzin kohdalla mainittiin tässä yhteydessä myös kansainvälisyys:

Edelleenkin meillä on tällainen jamikulttuuri täällä olemassa, että ulkomaiset ja kotimaiset muusikot tapaa toisiansa ja sitä kautta tulee tätä tällaista vuorovaikutusta ja sen soiton kehittymistä. (KL.)

Erilaiset sosiaaliset aspektit koettiin siis tärkeinä kaikkien festivaalien yleisöistä puhuttaessa. Ruisrock poikkeaa muista kolmesta tapahtumasta sikäli, että sen markkinoinnissa ja yleisökäsityksissä korostuu erityisesti kaveriporukoiden merkitys festivaaliyleisöinä. Tämä johtuu epäilemättä festivaalin luonteesta enemmänkin nuorisotapahtumana verrattuna Kaustinen Folk Music Festivaliin, Kuhmon Kamarimusiikkiin ja Pori Jazziin, joiden yleisö koostuu iältään heterogeenisemmästä joukosta ja jotka tietoisesti tavoittelevat yleisökseen kaikenikäistä porukkaa, myös lapsiperheitä. Ruisrockin haastattelussa ei myöskään painotettu samalla tavalla yleisön ja esiintyjien, tai harrastajien ja ammattilaisten, kohtaamisen välittömyyttä ja ainutkertaisuutta, vaikka tapahtumalla festivaalina koetaankin olevan paikkansa ja merkityksensä rock-musiikin kuluttamisen muotona. Timo Cantell totesi vuonna 1996 ilmestyneessä tutkimuksessaan, etteivät festivaaleille tyypilliseen tapaan Ruisrockissakaan pelkät esiintyjät sinänsä saaneet ihmisiä liikkeelle, vaan hyvä tunnelma, muiden ihmisten tapaaminen ja näkeminen sekä perinne käydä tapahtumassa joka vuosi mainittiin erityisen tärkeinä seikkoina Ruisrockiin osallistumiselle (Cantell 1996, 50). Nämä ilmiöt festivaalilla käymisen taustalla Ruisrockin organisaatiossa allekirjoitetaan olemassa olevan yhä edelleenkin (JM).

7.4.2 ”Me ei järjestetä konsertteja vaan me järjestetään elämyksiä”

Yllä oleva otsikko on suora sitaatti Katja Leppäkosken haastattelusta. Leppäkoski muiden haastateltujen festivaalitoimijoiden tapaan korosti musiikkifestivaalien tietynlaista ainutlaatuisuutta sosiaalisina ympäristöinä ja elämysten tarjoajina yleisöilleen. Elämyksellisyys yhdistettiin osaltaan sosiaalisiin aspekteihin, mutta myös konserttipaikan

viihtyvyyteen, tunnelmaan ja palveluihin sekä musiikkiesitysten ainutkertaisuuteen. Se mainittiin myös kilpailuvaltina erityisesti muihin vapaa-ajanviettopoihin nähden:

Me kilpaillaan kaiken, me kilpaillaan ihmisten ajankäytöstä, me ei kilpailla muitten festareiden kanssa sinänsä, vaan me kilpaillaan esimerkiksi sen kanssa tuleeko telkkarista yleisurheilun maailmanmestaruuskisat, me kilpaillaan sen takia että onko niin nätti ilma että voisi lähteä mökille sen sijaan että lähtee festareille. Siis me kilpaillaan ihmisten ajankäytöstä – – kyllähän siis ihmiset hakee jatkuvasti enemmän ja enemmän tämmöstä elämyksellisyyttä – – kaikki on nähty, erityisesti ne jotka tätä genreä harrastaa, niin se vaan pitää olla sitten sen verran kova juttu että se ylittää sen kiinnostuskynnyksen. (JH.)

Ennen kaikkea meidän suurin kilpailija on ylipäätään kaikki mikä kilpailee ihmisten vapaa-ajasta. Että lähdetäänkö etelänmatkalle vai mennäänkö mökille vai lähdetäänkö huvipuistoon vai tullaanko Pori Jazziin. Elikkä että oikeastaan sekä ajankäytöstä että rahankäytöstä, tavallaan kaikki se mikä ihmisten vapaa-aikaan liittyy niin on meidän kilpailijoita siinä mielessä. – – Että kyllä meidän täytyy tästä festivaalille tulemisesta saada aikaiseksi sellainen elämys että me pystytään kilpailemaan niiden muiden kanssa. (KL.)

Musiikkifestivaalien järjestäjien puhuessa kilpailusta suurimmaksi haasteeksi nimettiin siis se, miten saada ihmiset käyttämään rajallista vapaa-aikaansa ja rahaansa nimenomaan festivaalille menemiseen. Muut festivaalit koetaan varsinkin Kuhmon Kamarimusiikissa, Kaustinen Folk Music Festivalissa ja Pori Jazzissa pääasiassa neutraaleina tai jopa positiivisina tekijöinä yleisön saavuttamisessa, ja yhteistyötä sekä muiden suomalaisten että kansainvälisten alan musiikkifestivaalien kanssa mm. järjestötoiminnan kautta pidettiin tärkeänä kaikilla neljällä tutkitulla festivaalilla.

Mehän kuulutaan Finland Festivals -järjestöön, ja meillä on hyvät välit muihin festivaaleihin. Me – – paljon autetaan toisiamme ja meillä on yhteistyötä. Että minun mielestä mitä enemmän ihmiset käy festivaaleilla yleensä, niin sitä enemmän ne käy myös meillä. (RE.)

Verkostoitumisen kautta saavutettu keskusteluyhteys muiden tapahtumanjärjestäjien kanssa saattaa auttaa esimerkiksi pysymään ajan tasalla erilaisten artistien suosioista ja esiintymiskunnosta, kuten Leppäkoski haastattelussa totesi, ja kuten ovat musiikkialan kirjallisuudessa todenneet mm. Kemp ym. (2008, 1-8) sekä Kuusi (2007, 17), joka perustelee asiaa Helsingin kaupungin festivaalitoimijoille laaditun kyselyn tuloksiin vedoten. Paitsi ohjelmistosuunnittelun apuna, toiset alan festivaalit miellettiin tämän tutkielman haastatteluissa myös alan harrastusta ja tietämystä tukevinä ja sitä kautta uusia yleisöjä tuovina positiivisina tekijöinä festivaalille, erityisesti Kaustinen Folk Music Festivalin sekä Kuhmon Kamarimusiikin kohdalla. Kilpailu muiden festivaalien kesken myönnettiin varsinaisesti haasteeksi ainoastaan Ruisrockissa, johtuen varmasti ainakin siitä että Suomessa järjestetään kesäisin useita suunnilleen samankokoisia ja -tyylyisiä

rockfestivaaleja. Ruisrockin Merimaan mukaan uusia merkittäviä kilpailijoita Ruisrockin kaltaisille rockfestivaaleille ovat viime vuosina lisääntyneet suuret kesäaikaan järjestettävät konsertit, jotka kohdistuvat samalle yleisölle. Festivaalit kilpailevat stadionkonserttien kanssa paitsi yleisöistä, myös esiintyjistä, on Merimaa aikaisemmin mediassa todennut (YLE Kulttuuri 2010). Suuret stadionkonsertit vaihtoehtona festivaalille menemiselle mainitsi myös Pori Jazzin Leppäkoski, jonka mukaan musiikkifestivaalien etu tässä kilpailussa on nimenomaan kokonaisvaltaisen, myös monenlaisista visuaalisista, sosiaalisista ja oheistoimintoihin liittyvistä elementeistä koostuvan elämyksen tarjoaminen.

Festivaalille ominainen ainutlaatuinen tunnelma tai ”henki” mainittiin festivaalitoimijoiden toimesta tärkeäksi syyksi musiikkifestivaalille saapumiseen ja sen valitsemiseen kaikkien muiden kesäisten vapaa-ajanviettopojen ohi. Kuten todettua, festivaalin elämyksellisyyteen ja ainutlaatuisuuteen vaikuttavat haastateltujen toimijoiden mukaan itse musiikillisen sisällön lisäksi jo käsitellyt sosiaaliset ulottuvuudet, sekä toisaalta tapahtumaympäristö erityispiirteinen ja virikkeinen. Tapahtumapaikan merkityksestä festivaalille ja sen imagolle on kirjoittanut myös Waterman (1998, 60–61), joka muistuttaa kulttuurisen ulottuvuuden liittyvän festivaaleilla myös turismiin, paikallistalouteen ja paikan markkinointiin ja esille tuomiseen, samalla tapaa kuin mm. Quinn (2005), Picard ja Robinson (2006) sekä Ilmonen ym. (1995) ovat todenneet.

Kuhmossa festivaalin tärkeäksi ainutlaatuisuustekijäksi mainittiin tapahtumapaikan maantieteellinen sijainti ominaispiirteinen:

Se on ainutlaatuinen ympäristö missä tuollaista musiikkia voi Suomessa ja ehkä koko maailmassa kuulla. – – Sitten se paikka sinänsä, tällainen luonto ja sen hiljaisuus ja toisaalta se kaupungin vireys sitten yhtäkkiä keskellä kesää. (RE.)

Samantyylistä festivaalipaikan merkityksen korostamista oli havaittavissa Kaustinen Folk Music Festivalin Heiskasen puheessa. Hän korosti tapahtumaympäristön olevan yksi, rajattu, turvallinen ja järjestyshäiriötön tila, jossa amatööri- ja ammattilaismuusikot, nuoret ja vanhat liikkuvat ja kohtaavat toisensa samanarvoisina festivaalivieraina. Porissa jazz-festivaali ulottuu laajemmalle alueelle ja koostuu useista kävelymatkan päässä toisistaan sijaitsevista konserttipaikoista, joihin pyritään luomaan omanlaisensa ilmapiirit:

Että on jazz-katua ja on erilaisia konserttipaikkoja, pääsee kulkemaan paikasta toiseen ja kaikki on kuitenkin kävelymatkan sisällä ja on vähän semmoista niin kuin elämyksellisyyttä, että no mitäs

tuolta nyt löytyy ja täällä on nyt tämmöinenkin juttu ja... Tavallaan sellaisia positiivisia yllätyksiä. Ja myöskin siihen visuaaliseen ilmeeseen silloin pitää panostaa, että ne puitteet näyttää hyvältä. (KL.)

Myös Juhani Merimaa mainitsi tapahtumapaikan palveluineen tärkeäksi festivaalin onnistumiselle. Turku, ja tarkemmin Ruissalo merellisine sijainteineen on hänen mukaansa alueena kiinnostava sekä myös toimiva vaihtelevissakin sääolosuhteissa.

Oheistoimintaa ja -palveluita, kuten ravintolatoimintaa, näyttelyitä ja erilaisten festivaaliin tavalla tai toisella liittyvien tuotteiden myyntiä on ollut olemassa kaikissa tutkituista musiikkifestivaaleista jo tapahtumien alkuajoista asti, mutta niitä on viime vuosikymmenen aikana aktiivisesti haluttu kehittää edelleen. Kuten Merimaakin totesi, kilpailevat festivaalit yhä enemmän juuri palveluilla, ja festivaalin puitteilta vaaditaan yleisön puolelta nykyisin selvästi enemmän kuin ennen:

Nykyään festivaalit kilpailee enenemässä määrin palvelukonsepteilla, että siis jos siellä ollaan kahdeksan tuntia niin siellä pitää olla tietysti ruokaa, juomaa, miellyttävät wc-palvelut, hyvännäköinen miljöö... – – Että minkälaiset puitteet sille [yhdessäolemiselle, ulkoilmassa olemiselle, musiikille ja uusien ihmisten kohtaamiselle] pitää olla, niin siinä sitten sitä vaaditaan kyllä enemmän. (JM.)

Musiikki koetaan siltikin edelleen festivaalijärjestäjien mielissä kaikkein tärkeimmäksi sisällöksi, ja oheistoiminnot halutaan kaikilla neljällä musiikkifestivaalilla pitää hallittuina ja enemmän tai vähemmän genren sisällä. Samanaikaisesti yleisön mielletään vaativan yhä enemmän myös festivaalin ohjelmasisällöiltä, ainakin Kaustisella:

Johtuen siitä että tiedonvälitys nyky maailmassa on niin huikean hyvää kuin se on, niin ihmisiä – – ei niitä houkutella enää sillä lailla että nyt siellä on jotain eksootista, tai siis että ei voi mennä siitä kohtaa mistä aita on matalin. – – [1970- ja -80-lukuihin sekä 1990-luvun alkuun verrattuna] alkaa yleisöllä olemaan eri kriteerit, elikkä just se että ne jo tietää mitä ne haluaa, eikä ne tule pelkästään hengen takia vaan ne haluaa nähdä jotain just määrättyä juttua. (JH.)

Kilpailutilanteesta puhuttaessa elämyksellisyyden korostaminen heijastui 2000-luvun myötä suomalaisella ja kansainväliselläkin konsertti- ja festivaalientällä tapahtuneisiin muutoksiin sekä ihmisten median- ja vapaa-ajankäytön erilaisuuteen aiempiin vuosikymmeniin verrattuna. Ainutkertaisten elämysten tarjoaminen yleisöille koetaan haastattelujen perusteella jopa tietynlaisena elinehtona musiikkifestivaalien olemassaololle ja niiden toiminnan jatkuvuudelle. Festivaalitoimijoiden mukaan elämyksellisyys joka

vetoaa yleisöön, syntyy festivaaleilla lopulta ennen kaikkea kokonaisuudesta ja ainutkertaisuudesta:

Se [festivaalielämys] muodostuu tietysti niistä hyvistä esiintyjistä, mielenkiintoisesta festivaalikonseptista, ihan siis niin kuin fyysisistä puitteista, – – ja sitten tietysti kaikki palvelut, ruoka ja juoma. – – Että saataisiin semmoinen tunnelma aikaiseksi, – – jotain semmoista spesiaalia, mikä sitten jää sellaisena elämyksenä mieleen että tänne halutaan tulla sitten seuraavanakin vuonna uudestaan. Kyllä se siitä kokemuksesta ja kokonaisuudesta nimenomaan muodostuu. (KL.)

Että sulla on semmoisia asioita mitä missään muualla ei ole, ja sitten tällainen vähän että mun on pakko olla tuolla, muuten toi ei toistu koskaan. – – Siinä on tietysti tämmöinen, festareissakin on tietynlainen ainutkertaisuuden elementti just näin, että tuolla on just ne ihmiset, ne bändit joita mä haluan just nyt nähdä. Tämän tyyppinen [on] se mitä me yritetään saada aikaiseksi siinä ihmisissä. Mutta se ei ole niin helppoa. (JM.)

Kyllähän siis ihmiset hakee jatkuvasti enemmän ja enemmän tämmöistä elämyksellisyyttä. – – Ohjelman tekeminen – – on yksi kokonaisuus, missä se kokonaisuus on huomattavasti suurempi kuin osiensa summa. – – Siellä pitää toki olla joukossa jotain sellaista joka on todella sitten aivan huippua, mitä taatusti ei ole koskaan missään muualla nähty, tai kaikki tietää että se on maailman parasta, tai mitä tahansa. Mutta että miten se kokonaisuus rakentuu sitten siihen, niin se on se asia mikä houkuttelee. (JH.)

Ainutkertaisuutta on korostanut myös Kuhmon Kamarimusiikin taiteellinen johtaja Vladimir Mendelssohn kesän 2010 festivaalin yhteydessä julkaistussa Iltasoitto-lehdessä: ”Nauttikaa Kuhmosta, älkää jääkö pois, tämä ei koskaan enää palaa samanlaisena, samojen tähtien alle.” (Mendelssohn 2010, 11.)

8 POHDINTA

Tämän tutkielman tarkoituksena oli selvittää musiikkifestivaalien järjestäjien käsityksiä yleisöistä ja yleisön odotuksista festivaalia kohtaan; millaiseksi festivaalitoimijat yleisön kokevat, miten erilaisia yleisöjä tavoitellaan ja mitä haastatellut festivaalijärjestäjät ajattelevat festivaalinsa yleisölleen tarjoavan. Toteutettujen haastattelujen analyysin perusteella voidaan todeta, että yleisöt pitävät musiikkifestivaalin hengissä sekä taloudellisesti että henkisesti – yleisön vuoksi festivaaleja järjestetään. Musiikkifestivaalit ovat selvästi kiinnostuneita yleisöstään, sen rakenteista ja mielipiteistä eikä ihme, onhan ainakin Ruisrockin, Pori Jazzin ja Kuhmon Kamarimusiikin vuosittaisista tuloista vähintään puolet budjetoitu lipunmyynnin varaan. Sillä, saadaanko yleisö paikalle ja viihtyykö se, on siis todellakin merkitystä. Tämän vuoksi festivaaliyleisöjä tutkitaan niin Kaustinen Folk Music Festivalilla, Kuhmon Kamarimusiikissa, Pori Jazzissa kuin Ruisrockissakin. 2000-luvun myötä festivaalien yleisöjä suoraan kartoittava tutkimus on haastateltujen festivaalitoimijoiden kertomien perusteella yhä enemmän siirtynyt julkisen puolen tutkijoilta ja kustantajilta yleisö- ja markkinatutkimuksia tekevien yritysten toteuttamiksi. Festivaalien toimesta tilatut ja heille räätälöidyt yleisötutkimukset ovat mahdollistaneet tiedonkeruun juuri niistä asioista joista festivaalijärjestäjät ovat eniten kulloinkin tietoa halunneet, mutta samalla yleisötutkimusten keskinäinen vertailtavuus sekä julkinen saatavuus muille kuin asianomaisille on vaikeutunut.

Haastateltujen festivaalitoimijoiden mukaan ohjelmistovalinnoilla pystytään suuressa määrin vaikuttamaan siihen, millaista yleisö on ja millaiseksi festivaalin niin sanottu kantayleisö pitkällä aikavälillä muodostuu. Yleisöjen rakenteet ovat viime vuosikymmenen kuluessa eniten muuttuneet Kaustisella ja Pori Jazzissa, joissa käy nykyisin aiempaa nuorempaa yleisöä. Tämä on etenkin Pori Jazzissa suurelta osin tapahtunut tietoisesti toteutettujen ohjelmiston nuorennuspyrkimysten tuloksena. Uusia yleisöjä on pyritty tavoittelemaan muillakin festivaaleilla, joskaan ei aivan yhtä voimakkaasti ohjelmasisältöjen kautta kuin Porissa.

Tutkituilla musiikkifestivaaleilla yleisön demografiset rakenteet tunnetaan hyvin, mutta niiden perusteella festivaaleja ei haluta lokeroida minkään yksittäisen yleisötyypin tapahtumaksi. Sen sijaan yleisö koetaan ennen kaikkea heterogeenisenä ja erilaisista profiileista koostuvana joukkona ihmisiä. Yleisöjä ja niiden musiikkimakuja ei myöskään festivaalijärjestäjien toimesta haluta asettaa eriarvoisiin asemiin tai suoraan yhdistää erilaisia yleisötyyppejä ja niiden musiikkimakuja eri yhteiskuntaluokkiin – ainakaan näin miellettyjä yhteyksiä ei tuotu haastatteluissa esiin muuten kuin korkeintaan mainitsemalla yleisön rakenteista kysyttäessä tutkittuja tietoja kävijöiden koulutuksesta ja ammatillisesta taustasta. Festivaalijärjestäjien toimesta tapahtuva erilaisten yleisöprofiilien luominen kuitenkin näkyy sekä festivaalien markkinoinnissa tapahtuvana segmentointina että ohjelmiston ja oheispalvelujen suunnittelussa sellaisiksi, että ne vastaavat mahdollisimman monen kävijän tarpeita ja mieltymyksiä.

Markkinoinnin suunnittelusta puhuttaessa festivaalijärjestäjät nostivat esille Chongin (2010, 115) esittelemän jaon tapaan niin musiikkiharrastukseensa vihkiytyneet vuosittaiset festivaalikävijät, musiikkifestivaaleista kiinnostuneet potentiaaliset yleisöt kuin ihmiset, jotka eivät tavallisesti musiikkitapahtumissa käy. Yleisöjä profiloitiin haastatteluissa myös demografisten piirteiden, kuten iän ja kotipaikan perusteella. Kaustinen Folk Music Festivalin kohdalla omana merkittävänä yleisösegmenttinään mainittiin festivaalin esiintyjät. Tämä rikkoo yleisön ja esiintyjien välillä totutusti nähtyä jakoa ja osaltaan vähentää kulttuurin esitystilanteisiin usein liitettyä seremoniallisuutta, josta mm. Abercrombie & Longhurst (1998, 43–57) ovat kirjoittaneet. Erilaisille kohderyhmille festivaalit pyrkivät kohdistamaan paitsi erityyppistä markkinointia, myös hieman erityyppisiä ohjelmasisältöjä ja oheistoimintoja. Toisin sanoen musiikkifestivaalit tämän tutkielman tulosten perusteella toteuttavat tapahtumansa kokoamalla yhteen monenlaisia, erilaisia yleisöjä houkuttelevia konsertteja ja esiintyjä – tietyllä tavoin rakentamalla festivaaleja festivaalin sisään.

Festivaalien periaate koota tapahtuma useista erilaisista, eri yleisöihin vetoavista osasista voidaan nähdä paitsi markkinoinnin kannalta mahdollisimman suuren yleisöjoukon tavoitteluna, myös reaktiona kulttuuriympäristömme pirstaloitumiseen yhä pienempiin tyyliuuntiin ja osakulttuureihin. Erilaisten yleisöprofiilien pohtiminen ja ohjelmistosuunnittelun monipuolisuuden merkityksen korostaminen kytkeytyy siis sekä

festivaalin yleisömäärien maksimointiin taloudellisten tavoitteiden tai velvoitteiden takia että yleisemmin musiikkifestivaalien rooliin yhteiskunnallista kehityssuuntaa noudattavina kulttuuritoimijoina. Jotta monipuolisuutta ohjelmistossa ja oheistoiminnoissa voidaan noudattaa, on festivaalin tietysti oltava yleisöpohjaltaan riittävän suuri ja tapahtuman olemassa olevat ja potentiaaliset yleisöt tulee tuntee ainakin jossain määrin jo entuudestaan. Pitkäikäisten, vuotuisten musiikkifestivaalien saavuttama institutionaalinen asema voi näin ollen edesauttaa mahdollisuuksia erilaisten sisältöjen tarjoamiseen tapahtuman sisällä. Toisaalta institutionaalisuus voi myös asettaa festivaalille paineita noudattaa tietynlaisia kulttuurisia tehtäviä, joiden puitteissa koskettaa mahdollisimman monen ja monenlaisen ihmisen elämää.

Tämän tutkielman tuloksista ilmenee, että yleisön suora palaute ohjaa ohjelmistosuunnittelua etenkin esiintyjävalintoja tehtäessä vain vähäisesti. Lähtökohtaisesti tämä tulos yllättää, koetaanhan yleisöjen tyytyväisyys samanaikaisesti elintärkeäksi tekijäksi jo pelkästään festivaalin taloudellisen jatkuvuuden kannalta. Haastatellut festivaalitoimijat perustelivat palautteen noudattamisen vaikeutta erilaisiin resurssikeskeisiin rajoituksiin viitaten, nostamalla esiin moninaiset ohjelmistosuunnitteluprosessin taustalla vaikuttavat tekijät, kuten esiintyjien ja festivaalin aikataulujen yhteensovittamisen ja toisinaan hyvinkin kalliit esiintymispalkkiot. Voss ja Voss (2000, 79) ovat lähestyneet asiakaspalautteen noudattamisen vaikeutta taideorganisaatioissa myös taiteellisesta näkökulmasta varoittaen antamasta yleisölle sitä mitä he pyytävät, sillä taiteellinen suunnittelu ei heidän mukaansa ole räätälöitävissä erilaisille yleisösegmenteille eikä ohjelmatoiveisiin ole taideohjelmiston suunnitteluprosessin monimutkaisuuden takia mahdollista vastata juuri niin kuin yleisö tahtoo. Vossin ja Vossin (2000, 79) mukaan asiakkailla, toisin sanoen yleisöllä, ei myöskään tavallisesti ole riittävästi tietoa tarjolla olevista teoksista ja taiteilijoista. Hilppa Sorjonen (2004, 54–55) on kyseenalaistanut nämä väitteet todeten niiden olevan ainakin osittain ennakoasenteisiin perustuvia ja todellisuudessa monilta osin ratkaistavissa. Kenties siis myös tässä tutkitut musiikkifestivaalit voisivat edelleen kehittää tapojaan reagoida yleisöltä saatuun palautteeseen nimenomaan ohjelmistosuunnittelun osalta, jotta jo selvitettyihin yleisösegmentteihin kuuluvien festivaalikävijöiden odotuksiin pystyttäisiin entistä paremmin vastaamaan. Toisaalta on ymmärrettävää, että festivaalit haluavat ennemmin tuottaa yleisölleen positiivisia yllätyksiä kuin pettymyksiä, joten suoraa kyselyä

siitä keitä festivaalille halutaan esiintymään, vältetään syystäkin. Sen sijaan pyritään mahdollisuuksien mukaan huomioimaan yleisön toiveet musiikkityylien ja ulkomusiikillisten palveluiden suhteen, tarjoamalla vaihtoehtoja niin ohjelman kuin esimerkiksi ravintolatoiminnan suhteen.

Festivaalien ohjelmistosuunnittelussa korostettiin haastattelujen perusteella ennen kaikkea onnistunutta – riittävän monipuolista ja taiteellisesti tai tyyllillisesti eheää – kokonaiskuvaa. Näin ollen tässä tutkitut festivaalit toteuttavat ohjelmistosuunnittelussaan tapaa, jonka Sorjonen (2004, 72–73) on määritellyt luovuuskeskeiseksi. Samalla festivaalien ohjelmistosuunnitteluun mainittiin kuitenkin vaikuttavan myös käytettävissä olevat resurssit – kuten raha, festivaalitulojen varustelu ja aikataululliset haasteet – jotka nostettiin esille siis myös yleisön palautteen noudattamisen yhteydessä. Varmasti ainakin osin erilaisten resurssien rajallisuuden pakottamina festivaaleissa esitettävän musiikin suhteen sallitaan kaikissa neljässä tapahtumassa tyyllillisiä variaatioita ja poikkeuksia totutusta, kunhan ne jollain tavalla liittyvät ja sisältyvät festivaalin edustamaan musiikilliseen tai kulttuuriseen genreen. Festivaalin totutusta musiikillisesta profiilista poikkeaviksi koetut artistit ja ohjelmisto voivat kaikesta huolimatta aiheuttaa kritiikkiä tai ristiriitaisen vastaanoton yleisöltä. Tällöin tapahtumanjärjestäjät toimivat ratkaisevassa asemassa joko luopuessaan ristiriitoja aiheuttaneiden ohjelmistojen valitsemisesta festivaalille tai jatkaessaan niiden esiin tuomista tulevissakin tapahtumissa, jolloin mahdollisesti samalla muuttuu festivaalille ominaisin yleisöprofiili. Näin ollen siis myös musiikkifestivaalien johtajat ja tuottajat joutuvat puntaroimaan taiteellisten ja talouden arvojen välillä, minkä jomman. Koivunen (2003) ja Halonen (2007) ovat kulttuurialan tuottajia ja organisaatioita tutkiessaan todenneet.

Sorjosen (2004, 72) tehtäväkeskeiseksi määrittelemää ohjelmistosuunnittelua ilmeni tutkituissa musiikkifestivaaleissa sitäkin. Etenkin Kaustinen Folk Music Festivalin ja Pori Jazzin edustajat painottivat organisaationsa tärkeäksi tehtäväksi edistää ja ylläpitää edustamansa musiikinlajin harrastusta ja esitystoimintaa maassamme, ja joitakin esiintyjä- ja ohjelmistovalintoja perusteltiin nimenomaan tuon tehtävän kautta. Esimerkiksi Pori Jazzissa tuon kulttuurisen tehtävän toteuttamiseen vedoten perusteltiin ohjelmistonsuunnittelumallia, jossa yksittäisten, suuren yleisön tuntemien tähtiesiintyjien tuottamien lipputulosten turvin taataan mahdollisuus esittää festivaalin sisällä myös

perinteistä jazzia ja rytmimusiikin vähemmän tunnettuja ilmiöitä. Tehtäväkeskeistä ohjelmistosuunnittelua esiintyy tämän tutkielman haastatteluaineiston perusteella Kuhmon Kamarimusiikissakin, etenkin musiikkileirin ja esiintymistilaisuuksien tarjoamisen muodossa nuorille muusikoille.

Tehtäväkeskeisyys ohjelmistosuunnittelun ohjaajana tässä tutkituilla festivaaleilla on helposti ymmärrettävissä niiden saavuttamaan tietynlaiseen institutionaaliseen asemaan vedoten. Omalla tavallaan niiden tulee vastata tiettyihin odotuksiin ja noudattaa normeja ja käytäntöjä, jollaisiksi voidaan tulkita esimerkiksi kotimaisen jazzin, nykymusiikin, pelimanniperinteen tai monipuolisen rock-tarjonnan esittelemineen ja esityksperinteen ylläpitäminen suurelle yleisölle. Näin ne voivat luoda Scottin (2001, 48) määritelmän mukaisesti sosiaaliseen elämään pysyvyyttä ja tarkoitusta. Musiikkifestivaalit ovat erityisen hyviä uusien esiintyjien ja teosten esittelytilaisuuksia, kuten tämän tutkielman haastatteluaineistokin kertoo, voidaanhan samalle festivaalille ottaa esiintymään monia, jopa satoja esiintyjäryhmiä ja yksittäisiä artisteja. Uusien muusikoiden ja musiikillisten ilmiöiden esiin tuomista perusteltiin tämän tutkielman haastatteluissa vahvasti festivaalin eräänlaisena kulttuurisena tehtävänä, etenkin Pori Jazzissa ja Kaustinen Folk Music Festivalilla. Näillä festivaaleilla ollaan silti jokseenkin eri mieltä siitä, löytääkö yhden tunnetun nimen perässä tapahtumaan saapunut suuri yleisö myös festivaalilla esiintyvät marginaalisemmat artistit. Ohjelmiston sijoittelulla, konserttipaikoilla ja esiintyjien markkinoinnilla lienee merkittävä roolinsa tuon yleisöä kasvattamaan pyrkivän tavoitteen toteutumisessa.

Musiikkifestivaalin tehtävään alansa toimijana ja edistäjänä heijastuvat tavallaan myös haastateltavien lausumat festivaalinsa ainutkertaisuudesta sosiaalisen ja kulttuurisen tapahtumapaikkana. Kuhmossa korostettiin esiintyjien ja yleisön välittömyyttä ja hyvää tunnelmaa, samoin kuin Kaustisen festivaalista puhuttaessa. Varsinkin Kaustisen kohdalla painotettiin haastattelussa sen lisäksi festivaalin edustaman musiikkikulttuurin piirissä vaikuttavien ammattilaisten ja harrastajien kohtaamista. Harrastajien ja ammattilaisten kommunikointi mainittiin myös Pori Jazzin ja Kuhmon Kamarimusiikin haastatteluissa, ja sillä lienee merkityksensä myös Ruisrockin kaltaisissa rocktapahtumissa. Kuten Waterman (1998, 62–63) on todennut, ovat festivaalit usein merkittäviä kulttuurin tuotannon ja kulutuksen muotoja, ympäristöjä joihin yleisö, taiteilijat, managerit, agentit, PR-henkilöt ja

muut alan toimijat kokoontuvat rajatuksi ajaksi kommunikoimaan tavallisuudesta poikkeavassa ympäristössä.

Festivaaliympäristö on jo sinänsä sosiaalinen tila, jossa saman musiikkilajin ja -kulttuurin harrastajat, yleisö ja esiintyjät kohtaavat toisensa, ja festivaalin kestäessä tavanomaista konserttia pidemmän ajan heillä on usein myös mahdollisuus viettää aikaa toistensa seurassa ja kommunikoida yksittäisen esiintymistilanteen ulkopuolellakin. Tällaista sosiaalisuutta, jonka puolesta puhuvat myös aiemmat musiikkifestivaaleihin kohdistuneet tutkimukset (Dowd ym. 2004; Pitts 2004; Cummings 2007), painotettiin tavalla tai toisella kaikissa tämän tutkielman musiikkifestivaaleista. Festivaalijärjestäjät korostivat tapahtumiensa sosiaalisia merkityksiä muutoinkin: heidän mukaansa festivaaleille mennään – festivaalien teettämiin yleisötutkimuksiin vedoten – yhdessä perheen, puolison tai ystävien kanssa, mikä otetaan huomioon tapahtuman suunnittelussa. Markkinointia ja osin ohjelmistosuunnitteluakin pyritään toteuttamaan niin, että musiikkifestivaalille menosta saataisiin koko perhettä tai kokonaista ystäväporukkaa puhutteleva ja koskettava, tavallisesta arjesta poikkeava ajanviettotapa, josta löytyy monenlaista ohjelmaa ja hyvät puitteet yhdessäololle.

Tulokset tässä tutkielmassa kertovat, että festivaalitoimijoiden keskuudessa koetaan yleisön tavoittelevan vapaa-ajallaan yhä enemmän elämyksiä, ja festivaalit pyrkivät parhaansa mukaan vastaamaan tähän tavoitteeseen. Haastateltujen festivaalijärjestäjien mukaan musiikkifestivaalien on pystyttävä tarjoamaan jotakin, mitä yleisö ei missään muualla tai muulloin pääsisi kokemaan. Ihmisten ajatellaan nykypäivänä yhä enemmän etsivän nimenomaan elämyksellisyyttä ja ainutkertaisuutta yhteiskunnassa, jossa viestintävälineiden kehitys on parantanut tiedon saatavuutta, pienentänyt henkisiä välimatkoja ja luonut uusia kohtaamisulottuvuuksia muusikoiden ja musiikin harrastajien välillä. Linko (1998, 64) on todennut korkeakulttuurin kokemista tutkittuaan niin sanottujen amatöörien – niin katsojien, kokijoiden kuin tekijöidenkin – tavoittelevan nimenomaan elämyksiä. Taide ja kulttuuri ovat tuottaneet elämyksiä varmasti ennenkin, mutta se mitä ihmiset elämyksiä saadakseen tarvitsevat ja vaativat, vaikuttaisi muuttuneen musiikkifestivaalitoimijoiden puheiden perusteella sekä Halosen (2007, 148–149) tutkimusten että tämän tutkielman tulosten perusteella. Elämyksellisyyttä pidetään musiikkifestivaalien kilpailuvalttina verrattuna muihin vapaa-ajantoimintoihin, ja siihen

yhdistettiin haastatteluissa sosiaaliset aspektit, ainutkertaisten musiikilliset esitykset sekä festivaalin oheispalvelut ja fyysiset puitteet. Markkinoinnin tutkimuksen piiristäkin tuttu elämyksellisyys vaikuttaa siis korostuneen myös festivaalimaailmassa 2000-luvun myötä. Ainakin tämän tutkielman haastatteluaineistossa ilmiö korostui paljon voimakkaammin kuin aiemmassa kulttuurifestivaalien toimintaan liittyvässä tutkimuksessa.

Tämän tutkielman tulokset kertovat sen aiemmin tutkimuksissa yksiselitteisesti dokumentoimattoman tiedon, että suurten suomalaisten musiikkifestivaalien järjestäjät kokevat yleisöjä olevan monenlaisia ja uskovat heidän tulevan festivaaleille ennen kaikkea erilaisten sosiaalisten kokemusten ja ainutkertaisten, kokonaisvaltaisten elämysten perässä. Samalla tulokset osoittavat musiikkifestivaalien elävän vahvasti yhteiskunnassa tapahtuvan kulttuurisen kehityksen mukana, mikä on tärkeä ja ajankohtainen havainto, ovathan kulttuurifestivaalit merkittävä osa suomalaisten ajanviettoa, kuten festivaalien kävijätilastot ovat osoittaneet (ks. Finland Festivals 2009; 2010). Tutkielma osaltaan vahvistaa Sorjosen (2004) näkemyksiä, joiden mukaan esitystaideorganisaatiot, tässä tapauksessa siis musiikkifestivaalit, toteuttavat ohjelmistosuunnittelussaan erilaisia lähestymistapoja toimien samalla kuitenkin varsin yleisölähtöisesti ja markkinaorientoituneesti.

Tulokset ovat sikäli luotettavia, että tutkimusaineisto on kerätty suoraan kunkin musiikkifestivaalin pitkäaikaiselta johtajalta tai tuottajalta. Lisätietoa ja erilaisia näkökulmia tutkimukseen olisi todennäköisesti saatu haastatteleamalla myös muita kyseisillä festivaaleilla työskenteleviä henkilöitä, tutkimustulosten teoreettista yleistettävyyttä taas olisi parantanut useamman festivaalin mukaan ottaminen. Myös tutkittavien anonymisointi olisi saattanut tuottaa hieman erilaisia haastatteluvastauksia, joskin lupa nimien julkaisuun kysyttiin vasta haastattelujen jälkeen. Tutkielma tällaisenaan tarjoaa joka tapauksessa uutta koottua tietoa musiikkifestivaalien yleisökäsityksistä sekä toimintatavoista yleisön ja ohjelmistosuunnittelun suhteen, antaen äänen valittujen festivaalien toimijoille itselleen. Jatkotutkimuksessa kiinnostavaa olisi laajentaa festivaaliotosta, ja mahdollisesti ottaa mukaan tutkimukseen myös määrällisin menetelmin toteutettavaa yleisötutkimusta. Kiinnostavaa olisi myös tarkastella aihetta lähettämällä lomakekysely laajalle festivaalitoimijoiden joukolle Suomessa tai valitsemalla mukaan festivaalitoimijoita eri maista, jotta voitaisiin saada vertailukohtia nyt saatuihin tutkimustuloksiin.

9 LÄHTEET

- Abercrombie, Nicholas & Longhurst, Brian (1998). *Audiences – A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: SAGE Publications.
- Ahola, Eeva-Katri (1995). *Taidemuseon imago yleisön näkökulmasta*. Helsinki: Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisuja. D-214.
- Alanen, Aku (2009). Miljardin klusteri – kasvu keikoilla ja peleissä. *Tieto&trendit 4–5/2009*. Tilastokeskus. 28–31.
- Alastalo, Marja & Åkerman, Maria (2010). Asiantuntijahaastattelun analyysi: Faktojen jäljillä. Teoksessa *Haastattelun analyysi*. Toim. Johanna Ruusuvoori, Pirjo Nikander & Matti Hyvärinen. Tampere: Vastapaino. 372–392.
- Alasuutari, Pertti (1999). *Laadullinen tutkimus*. (3. uudistettu painos.) Tampere: Vastapaino.
- Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. (Richard Nice. Käänt.) London: Routledge & Kegan Paul. Alkuperäisjulkaisu 1979.
- Bourdieu, Pierre & Darbel, Alain (1991). *The Love of Art – European Art Museums and their Public*. (Caroline Beattie & Nick Merriman. Käänt.) Cambridge: Polity Press. Alkuperäisjulkaisu 1969.
- Bourdieu, Pierre (1993). *The Field of Cultural Production*. Cambridge: Polity Press.
- Boyle, Stephen; Joham, Carmen & Abdullah, ABM (2010). *A Study of Attendances to an International Arts Festival*. Konferenssiesitelmä. 6. Kansainvälisen kulttuuripolitiikan tutkimuksen konferenssi 24.–27.8.2010 Jyväskylässä.
- Bremer, Stefan; Lindstedt, Risto; Ōoka, Makoto & Otonkoski, Lauri (1994). *Kuhmon henki – spirit of Kuhmo*. Kuhmo: Kuhmon Kamarimusiikin Kannatusyhdistys ry.
- Cantell, Timo (1993). *Musiikkijuhlien yleisöt – Kaustinen, Kuhmo, Viitasaari*. Tilastotietoa taiteesta, nro 7. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta.
- Cantell, Timo (1996). *Kaupunkifestivaalien yleisöt. Kuopio Tanssii ja Soi, Tampereen Teatterikesä, Turun musiikkijuhlat, Ruisrock*. Tilastotietoa taiteesta, nro 14. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta.
- Cantell, Timo (1998). *Yleisfestivaalien yleisöt. Helsingin juhlaviikot, Joensuun laulujuhlat*. Tilastotietoa taiteesta, nro 19. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta.

- Cantell, Timo (2003). *Nykytanssin yleisöt. Tutkimus Tanssiareena 2000 -festivaalin kävijöistä*. Tilastotietoa taiteesta, nro 31. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta.
- Cantell, Timo (2007). Uusiutuva ja sitoutunut yleisö – Tarkastelussa Helsingin juhlaviikkojen kävijät. Teoksessa *Festivaalien Helsinki – Urbanin festivaalikulttuurin kehitys, tekijät ja kokijat*. Toim. Satu Silvanto. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus. 166–173.
- Chong, Derrick (2010). *Arts Management*. (Second edition.) London: Routledge.
- Cummings, Joanna (2007). We're All in This Together: The Meanings Festivalgoers Attribute to Their Music Festival Participation. Teoksessa *History of Stardom Reconsidered*. Toim. Kari Kallioniemi, Kimi Kärki, Janne Mäkelä & Hannu Salmi. Turku: International Institute for Popular Culture. 153–157.
- Davidson, Jane W. (1997). The social in musical performance. Teoksessa *The Social Psychology of Music*. Toim. David J. Hargreaves & Adrian C. North. New York: Oxford University Press. 209–228.
- Dowd, Timothy J.; Liddle, Kathleen & Nelson, Jenna (2004). Music Festivals as Scenes: Examples from Serious Music, Womyn's Music, and SkatePunk. Teoksessa *Music Scenes – Local, Translocal, and Virtual*. Toim. Andy Bennett & Richard A. Peterson. Nashville: Vanderbilt University Press. 149–167.
- Ennekari, Risto (1996). *Pori Jazz – Kolme vuosikymmentä improvisointia*. Porvoo: WSOY.
- Eskola, Jari & Suoranta, Juha (2008). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. (8. painos.) Tampere: Vastapaino.
- Fabiani, Jean-Louis (2003). The Audience and Its Legend: A Sociological Analysis of the Avignon Festival. *Journal of Arts Management, Law, and Society*; Winter 2003; 32, 4. 265–277.
- Falk, Pasi (1999). Kulttuurin yleisöt: näkijät, tekijät ja kuluttajat. Teoksessa *Kulttuuriteollisuus*. Toim. Hannele Koivunen & Tanja Kotro. Sitran julkaisusarja, nro 214. Helsinki: Edita. 145–154.
- Finland Festivals (2008). Vuoden 2008 kävijätilastot: Sadekesästä huolimatta lippuja myytiin edellisvuotta enemmän. <<http://www.festivals.fi/tilastotietoa/2/?/fin>> [Viitattu 15.8.2011.]
- Finland Festivals (2009). Vuoden 2009 kävijätilastot: Taantumasta huolimatta yleisöä kävi festivaaleilla entiseen malliin. <<http://www.festivals.fi/tilastotietoa/5/?/fin>> [Viitattu 15.8.2011.]
- Finland Festivals (2010). Vuoden 2010 kävijätilastot: Festivaalien lipunmyynti kasvoi lähes neljä prosenttia. <<http://www.festivals.fi/tilastotietoa/?/fin>> [Viitattu 15.8.2011.]

- Finland Festivals (2011). Festivaalit – Aakkosjärjestys.
<<http://www.festivals.fi/festivaalit/aakkosjarjestys/?/fin>> [Viitattu 15.8.2011.]
- Hako, Pekka (2007). Kulttuurin takapajulasta musiikin eturintamaan. Teoksessa *Festivaalien Helsinki – Urbanin festivaalikulttuurin kehitys, tekijät ja kokijat*. Toim. Satu Silvanto. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus. 50–57.
- Halonen, Katri (2004). *Huomisen rientoja tuottamassa: tapahtumatuottajien ammatin kehitystrendejä tuottajia kouluttavien ammattikorkeakoulujen näkökulmasta*. Cuporen julkaisuja 5/2004. Helsinki: Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissätiö.
- Halonen, Katri (2005). *Visioita ja valintoja: tapahtumatuotannon tulevaisuus helsinkiläisten tuottajien arvioimana*. Cuporen julkaisuja 10/2005. Helsinki: Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissätiö.
- Halonen, Katri (2007). Yleismies jantusista festarispesialisteiksi? Tapahtumatuottajan toimenkuvat. Teoksessa *Festivaalien Helsinki – Urbanin festivaalikulttuurin kehitys, tekijät ja kokijat*. Toim. Satu Silvanto. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus. 144–149.
- Heiskanen, Jyrki (2010). Aito ja alkuperäinen! *Kaustinen Folk Music Festival 12.–18.7.2010 Käsiohjelma*. Kaustinen: Kaustinen Folk Music Festival. 3.
- Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena (2001). *Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, Sirkka; Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula (2009). *Tutki ja kirjoita*. (15., uudistettu painos.) Helsinki: Tammi.
- Horkheimer, Max & Adorno, Theodor W. (1973). *Dialectic of Enlightenment*. (John Cumming. Käänt.) London: Allen Lane. Alkuperäisjulkaisu 1944.
- Ilmonen, Kari; Kaipainen, Jouni & Tohmo, Timo (1995). *Kunta ja musiikkijuhlat*. Jyväskylä: Kunnallisan alan kehittämissätiön tutkimusjulkaisut, nro 6.
- Improve Research Oy (2009). *Kaustinen Folk Music Festival – Kävijätutkimus. Kesä 2009*. Projektivastaava Charlotta Sirén. Vaasa: Improve Research Oy.
- Inkinen, Sam (2003). Elämystä etsimässä – Havaintoja kameleonttikuluttajan arvoista, asenteista ja unelmista. Teoksessa *Kameleonttikuluttaja ikuista mielihyvää ja unelmaa etsimässä*. Food, Sex & Rock'n Roll -seminaarijulkaisu, toim. V. A. Heikkinen. Toimitusjulkaisusarja 2. (2. Painos.) Helsinki: Haaga Research Center.
- Inkinen, Sam (2004). Elämisyhteiskunnan Zeitgeist: havaintoja mediasta, ”sisällöstä” ja 2000-luvun aikalaiskulttuurista. Teoksessa *Kulttuurinen sisältötuotanto?* Toim. Jari Kupiainen ja Katja Laitinen. Helsinki: Edita. 27–43.

- Into, Markku; Komulainen, Matti & Laiho, Antero (toim.) (1995). *Ruisrock: Ensimmäiset 25 vuotta*. Helsinki: Tammi.
- Jensen, Rolf (1999). *The Dream Society. How the Coming Shift from Information to Imagination Will Transform Your Business*. New York: McGraw-Hill.
- Kainulainen, Kimmo (2005). *Kunta ja kulttuurin talous – Tulkintoja kulttuuripääoman ja festivaalien aluetaloudellisista merkityksistä*. Tampereen yliopisto, Yhdyskuntatieteiden laitos. Väitöskirja. Tampere: Tampere University Press.
- Karjalainen, Tuulikki (1991). *Kuhmo Chamber Music Festival: The Structure of the Festival's Economy and the Economic Impact of the Festival*. Helsinki: Taiteen keskuustoimikunta, työpapereita nro 3.
- Kaustinen Folk Music Festival (2011). Kaustinen Folk Music Festival. <<http://www.kaustinen.net/historia>> [Viitattu 21.3.2011.]
- Kemp, Chris (2004). *Towards a Holistic Interpretation of Musical Genre Classification*. Jyväskylän yliopisto, Jyväskylä studies in humanities, 16. Väitöskirja.
- Kemp, Chris; Chamberlain, Richard & Stone, Russel (2008). *Music Event Management & Promotion*. (Third edition.) Huntingdon: Elm Publications.
- Kiviniemi, Kari (2010). Laadullinen tutkimus prosessina. Teoksessa *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II – Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*. (3. uudistettu ja täydennetty painos.) Toim. Juhani Aaltola & Raine Valli. Jyväskylä: PS-kustannus. 70–85.
- Koivisto, Juha & Nuutinen, Jouni (2000). Festivaalin järjestäminen. Teoksessa *Backstage Pass – Näkökulmia musiikin managerointiin*. Toim. Katri Halonen & Juha Lassila. Helsinki: Sibelius-Akatemian koulutuskeskus, julkaisusarja 3. 106–113.
- Koivunen, Niina (2003). *Leadership in Symphony Orchestras – Discursive and Aesthetic Practices*. University of Tampere, School of Business Administration. Academic dissertation.
- Korkeamäki, Tarja (1994). *Tutkimus Pori Jazz '94 -festivaalista*. Pori: Porin korkeakoulu, TTKK, TKKK, julkaisusarja nro A 10.
- Korkeamäki, Tarja (1998). *Tutkimus Pori Jazz 98 festivaalista*. Pori: Porin korkeakouluyksikkö, julkaisusarja nro A 20.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary (2010). *Principles of Marketing*. Global Edition. (13th edition.) Upper Saddle River, New Jersey: Pearson.
- Kuhmon Kamarimusiikki (2011a). Kuhmon Kamarimusiikki 1970-luvulla. <<http://www.kuhmofestival.fi/historia1970.htm>> [Viitattu 15.8.2011.]

- Kuhmon Kamarimusiikki (2011b). Kuhmon Kamarimusiikki 1990-luvulla. <<http://www.kuhmofestival.fi/historia1990.htm>> [Viitattu 15.8.2011.]
- Kuhmon Kamarimusiikki (2011c). Kuhmon Kamarimusiikki 2000-luvulla. <<http://www.kuhmofestival.fi/historia2000.htm>> [Viitattu 15.8.2011.]
- Kuhmon Kamarimusiikki (2011d). Kuhmon Kamarimusiikin Kannatusyhdistys ry. <<http://www.kuhmofestival.fi/kannatusyhdistys.htm>> [Viitattu 15.8.2011.]
- Kuhmon Kamarimusiikki (2011e). Yhteystiedot. <<http://www.kuhmofestival.fi/yhteystiedot.htm>> [Viitattu 15.8.2011.]
- Kukkonen, Tiina (2000). *Festivaalit 1996–2000. Tilastotietoa kulttuuritapahtumien julkisesta tuesta, taloudesta ja yleisöistä*. Helsinki: Taiteen keskuslaitos.
- Kuusi, Sara (2007). Ainutlaatuista ja ajankohtaista – katsaus helsinkiläisiin festivaaleihin. Teoksessa *Festivaalien Helsinki – Urbaanin festivaalikulttuurin kehitys, tekijät ja kokijat*. Toim. Satu Silvanto. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus. 16–25.
- Lampila, Hannu-Ilari (2010). Orkesterit yrittävät sitouttaa yleisönsä. Analyytinen kuuntelija erittelee kokemustaan, emotionaalinen antaa vallan tunteille ja haluaa osallistua. *Helsingin Sanomat* 3.10.2010. Kulttuuri C 4.
- Linko, Maaria (1998). *Aitojen elämysten kaipuu. Yleisön kuvataiteelle, kirjallisuudelle ja museoille antamat merkitykset*. Jyväskylän yliopisto: Nykykulttuurin tutkimusyksikkö, julkaisu 57.
- Linko, Maaria & Silvanto, Satu (2007). ”Ilman festivaaleja stadi ei olisi stadi” – festivaalit pääkaupunkiseudun asukkaiden silmin. Teoksessa *Festivaalien Helsinki – Urbaanin festivaalikulttuurin kehitys, tekijät ja kokijat*. Toim. Satu Silvanto. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus. 152–165.
- Mendelssohn, Vladimir (2010). Iltasoitto 2010 – Pääkirjoitukset. *Iltasoitto – Kuhmon Kamarimusiikki 2010*. Kuhmo: Kuhmon Kamarimusiikki/Kuhmon Musiikkiyhdistys ry. 11.
- Moilanen, Pentti & Rähä, Pekka (2010). Merkitysrakenteiden tulkinta. Teoksessa *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II – Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*. (3. uudistettu ja täydennetty painos.) Toim. Juhani Aaltola & Raine Valli. Jyväskylä: PS-kustannus. 46–69.
- MTV3 – STT (2010). Poliisi tyytyväinen Ruisrockin menoon. *MTV3.fi* 12.7.2010. <<http://www.mtv3.fi/uutiset/kulttuuri.shtml/2010/07/1154676/poliisi-tyytyvainen-ruisrockin-menoon>> [Viitattu 15.8.2011.]
- Musiikkituottajat (2011). Tilastot. <<http://www.ifpi.fi/tilastot>> [Viitattu 15.8.2011.]
- Nuutinen, Veera (2010). Festivaalit vetävät huonoinakin aikoina. *Helsingin Sanomat* 8.8.2010. Talous E 1.

- Picard, David & Robinson, Mike (Toim.) (2006). *Festivals, Tourism and Social Change – Remaking Worlds*. Clevedon: Channel View Publications.
- Pierce, Lamar J. (2000). Programmatic Risk-Taking by American Opera Companies. *Journal of Cultural Economics*, 24 (2000). 45–63.
- Pietilä, Ilkka (2010). Ryhmä- ja yksilöhaastattelun diskursiivinen analyysi. Kaksi aineistoa erilaisina vuorovaikutuksen kenttinä. Teoksessa *Haastattelun analyysi*. Toim. Johanna Ruusuvuori, Pirjo Nikander & Matti Hyvärinen. Tampere: Vastapaino. 212–241.
- Pine II, B. Joseph & Gilmore, James H. (1999). *The Experience Economy. Work is Theatre & Every Business a Stage*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Pitts, Stephanie E. (2004). ‘Everybody wants to be Pavarotti’: The Experience of Music for Performers and Audience at a Gilbert and Sullivan Festival. *Journal of the Royal Musical Association*. Vol. 129 no. 1. 143–160.
- Pitts, Stephanie (2005a). *Valuing Musical Participation*. Aldershot: Ashgate Publishing.
- Pitts, Stephanie E. (2005b). What Makes an Audience? Investigating the Roles and Experiences of Listeners at a Chamber Music Festival. *Music & Letters*. Vol. 86 No. 2. 257–269.
- Pitts, Stephanie E. & Spencer, Christopher P. (2007). Loyalty and Longevity in Audience Listening: Investigating Experiences of Attendance at a Chamber Music Festival. *Music & Letters*. Vol. 89 No. 2 (May 2008). 227–238.
- Pori Jazz (2011a). History of Pori Jazz. International Festival Every Year in July. <<http://www.porijazz.fi/historia>> [Viitattu 15.8.2011.]
- Pori Jazz (2011b). Kävijäprofiili. <<http://www.porijazz.fi/fi/yriytyksille/kaevijaaprofiili>> [Viitattu 15.8.2011.]
- Pori Jazz (2011c). Pori Jazz – suomalaisen festivaalikesän pioneeri. <<http://www.porijazz.fi/historia/index.php?classname=information&methodname=pr> ologi> [Viitattu 15.8.2011.]
- Pori Jazz (2011d). Tilastoja. <<http://www.porijazz.fi/historia/index.php?classname=information&methodname=st> atistics> [Viitattu 15.8.2011.]
- Pori Jazz (2011e). Yhteystiedot. <<http://www.porijazz.fi/fi/yhteystiedot>> [Viitattu 15.8.2011.]
- Prieto-Rodríguez, Juan & Fernández-Blanco, Víctor (2000). Are Popular and Classical Music Listeners the Same People? *Journal of Cultural Economics* 24 (2000). 147–164.

- Quinn, Bernadette (2005). Arts Festivals and the City. *Urban Studies*. Vol. 42. 5/6 (May 2005). 927–943.
- Rautiainen, Pauli (2010). *Valtion tuki kulttuuritapahtumille 2000–2008*. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta, työpapereita 48.
- Ruisrock (2011). Yhteystiedot. <http://www.ruisrock.fi/index.php?browser_id=6> [Viitattu 15.8.2011.]
- Ruisrock – 40 vuotta rokkia ja rakkautta* (2011). Dokumenttielokuva. Ohjaus Antti Kuivalainen. Tuotanto ValoAntti. Jakelu Yleisradio (YLE Teema). Elokuvan pituus 88 min.
- Russell, Philip A. (1997). Musical tastes and society. Teoksessa *The Social Psychology of Music*. Toim. David J. Hargreaves & Adrian C. North. New York: Oxford University Press. 141–158.
- Ruusuvuori, Johanna (2010). Litteroijan muistilista. Teoksessa *Haastattelun analyysi*. Toim. Johanna Ruusuvuori, Pirjo Nikander & Matti Hyvärinen. Tampere: Vastapaino. 424–431.
- Sairanen, Kristiina (1988). *Tutkimus Savonlinnan oopperajuhlista 1988*. Savonlinna: Matkailun koulutus- ja tutkimuskeskus, julkaisu A 6.
- Salonen, Timo K. (1990). *Konserttimusiikin yleisö makujen kentällä. Tutkimus konserttimusiikin yleisöstä, esimerkkinä Jyväskylän Sinfoniaorkesterin yleisö*. Jyväskylän yliopisto: Nykykulttuurin tutkimusyksikkö, julkaisu 23.
- Scott, W. Richard (2001). *Institutions and Organizations*. (2. Edition.) London: Sage Publications.
- Seppälä, Aarne (1987). *Kun kuvia ei kumarreta – oh jazz – pori jazz 1966–1987*. Pori: Pori Jazz.
- Shepherd, John; Horn, David; Laing, Dave; Oliver, Paul & Wicke, Peter (Toim.) (2003). *Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World. Volume 1: Media, Industry and Society*. (2003). London: Continuum.
- Sorjonen, Hilppa (2004). *Taideorganisaation markkinaorientaatio – Markkinaorientaation edellytykset ja ilmeneminen esitystaideorganisaation ohjelmistosuunnittelussa*. Helsinki School of Economics. Väitöskirja.
- STT (2010). Kaustisen musiikkijuhlien takauspäättös meni läpi. *Helsingin Sanomat* 26.3.2010. Kulttuuri C1.
- Taalas, Saara L. (2001). *Producing Drama - Repertoire Decision-Making in the TTT Theatre of Tampere*. Marketing and Strategic Management, Warwick Business School. Academic dissertation. Coventry, University of Warwick: 210.

- Taloustutkimus Oy (2011). Kesätapahtumien imagot.
<http://www.taloustutkimus.fi/tuotteet_ja_palvelut/yrityskuva/valmiita_yrityskuvatutkimuksia/suomi_tanaan-yrityskuvat/kesatapahtumat> [Viitattu 15.8.2011.]
- Tarssanen, Sanna & Kylänen, Mika (2004). Elämys – mikä se on? Teoksessa *Elämystuottajan käsikirja*. Toim. Sanna Tarssanen. Rovaniemi: Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus, EXTRA-hanke. 6–20.
- Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli (2009). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. (6., uudistettu laitos.) Helsinki: Tammi.
- Turun musiikkijuhlat (2000). Ruisrockin ensimmäiset 30 vuotta.
<<http://www.turkumusicfestival.fi/ruisrock>> [Viitattu 15.8.2011.]
- Voss, Glenn B. & Voss, Zannie Giraud (2000). Strategic Orientation and Firm Performance in an Artistic Environment. *Journal of Marketing*, 64 (1). 67–83.
- Waterman, Stanley (1998). Carnivals for élites? The cultural politics of arts festivals. *Progress in Human Geography*. 22, 1. 54–74.
- YLE Kulttuuri (2010). Festivaalit vaikeuksissa isojen nimien kiinnittämisessä. *YLE.fi* 18.2.2010.
<http://yle.fi/alueet/pohjanmaa/2010/02/festivaalit_vaikeuksissa_isojen_nimien_kiinnittamisessa_1458933.html;jsessionid=2B1AE3C014A35ADCB911A5B4B3E29641?name=useFontSize&path=%2F&value=biggest&redirectUrl=%2Falueet%2Fpohjanmaa%2F2010%2F02%2Ffestivaalit_vaikeuksissa_isojen_nimien_kiinnittamisessa_1458933.html&refresh=null> [Viitattu 15.8.2011.]

LIITTEET:

LIITE 1: Haastattelurunko

Henkilökohtaiset taustatiedot (lyhyesti):

- Oma musiikillinen ja ammatillinen tausta
- Milloin aloitit festivaalityön / tulit tähän festivaaliorganisaatioon / aloitit nykyisessä työssäsi? Mahdollinen aiempi työkokemus? Miten ja miksi juuri tälle festivaalille?
- Työnkuva (pääpiirteittäin)

Festivaaliin liittyvät taustatiedot

- Millainen organisaatio festivaalia järjestää, käytetäänkö esim. taustaorganisaatioita?
- Ovatko festivaalin ohjelma- ja kävijätiedot saatavilla (2000-luvulta)?
- Onko festivaalissa toteutettu yleisö- tai organisaatiotutkimusta aiemmin? Jos on, millaisia olivat tulokset tai miten niihin voisi tutustua?

Teema 1: Festivaalin yleisön määrittely:

- Festivaalinne tyypillinen kävijä tai kävijät? (Sukupuoli, ikärakenne, mistä tulevat)
- Miksi juuri tällainen kävijä?
- Vastaako kuvailemanne enemmistöyleisö juuri sitä yleisöä jota ensisijaisesti tavoittele, vai tavoitellaanko jonkinlaista yleisöä erityisesti?
- Tavoitellaanko muunlaista yleisöä? Millaista, miksi ja miten?
- Onko yleisörakenteissa tapahtunut muutoksia 2000-luvulla? Millaisia ja miksi?
- Onko festivaaliorganisaatiossanne keskusteltu kävijöiden erilaisista musiikillisista mieltymyksistä (ja niiden palvelemisesta)?
- Missä vaiheessa festivaalin suunnittelua yleisöstä tai yleisöprofiileista puhutaan eniten?
- Mediavälitteiset yleisöt?
- Minkälaisia merkityksiä medianäkyvyydellä on festivaalille?
- Koetko tärkeäksi yleisön, joka seuraa tapahtumaa ainoastaan tiedotusvälineiden välityksellä? Onko konsertteja television tai radion kautta seuraava yleisö jotenkin itsessään tärkeä osa tapahtuman yleisöä?

Teema 2: Festivaalin ja sen aseman määrittely:

- Onko festivaalillanne selkeä musiikillinen linja? Miten kuvailisit sitä?
 - Miten tämä linja on syntynyt, onko se alun alkaen päätetty vai vuosien saatossa muokkaantunut? Miten linja on muuttunut (viime vuosina)?
 - Mitkä erilaiset tekijät ovat vaikuttaneet festivaalin musikkilliseen linjaan?
 - Onko talousasioilla ollut vaikutusta musikkilliseen linjaan? Miten?
- Koetko että festivaalinne kilpailee yleisöistä ja yleisöjen vapaa-ajasta muiden tapahtumien kanssa?
 - Alueellista, valtakunnallista vai sekä että
 - Ulottuuko myös musiikillisesti erilaisiin tapahtumiin

- Ulottuuko myös muihin kuin musiikkitapahtumiin
- Miten erottaudutte muista tapahtumista (minkälaisia vaikutuksia siitä on seurannut)?
- Millaisia muutoksia kilpailuasetelmassa on tapahtunut viime vuosina (jos on)?

Teema 3: Ohjelmistosuunnittelu:

- Miten festivaalissanne tehdään ohjelmistovalinnat? Kuvaile ohjelmistosuunnitteluprosessin vaiheita.
 - Päättääkö työryhmä vai yksittäinen henkilö tai henkilöt yksin?
 - Milloin (millä aikavälillä, mistä riippuu)?
 - Syntyykö ohjelmistosuunnittelussa kiistoja festivaalihenkilöstön kesken? Millaisia (esim. kaupallisuus-taiteellisuus, musiikkimakujen erot)?
 - Oma roolisi ohjelmistosuunnittelussa? Oletko tyytyväinen ohjelmistosuunnittelun toteuttamistapaan?
- Miten tarkasti ohjelmistovalinnat noudattelevat festivaalin (etukäteen määriteltyä) tyylillistä/musiikillista linjaa?
 - Sallitaanko poikkeukset, voivatko ne olla jopa välttämättömiä?
 - Ajankohtaisuuden merkitys – miten sitä seurataan
 - Riskit
 - Onnistumiset ja epäonnistumiset (esimerkkejä) – Mistä johtuneet?
- Keräättekö palautetta yleisöltä ja millä tavoin siihen reagoidaan? Onko yleisöltä saatu palaute saanut teitä muuttamaan joitain festivaalin toimintatapoja tai ohjelmiston painotuksia? Miten / miksi ei?
- Onko festivaaliyleisössänne yritysvieraita, ryhmiä tai muita ”yhteisöasiakkaita”? Millä tavoin heidät otetaan huomioon festivaalin ja sen ohjelman suunnittelussa ja markkinoinnissa?
- Mitä muuta kuin musiikillista sisältöä tarjoatte yleisölle? Kuka tai ketkä siitä päättävät ja missä vaiheessa festivaalin suunnittelua? Mistä aloitteet niihin tulevat?

Teema 4: Muutokset festivaalin suunnittelutyössä ja yleisöissä (sikäli kun eivät tule aiemmissa teemoissa esiin):

- Missä edellä keskustelluista teemoista (yleisö, festivaalin asema, ohjelmistosuunnittelu) on tapahtunut eniten muutoksia 2000-luvun aikana?
- Millaisia muutokset ovat olleet (miten ne ovat näkyneet)?
- Millainen rooli kansainvälisyydellä on festivaalin suunnittelussa ja yleisörakenteissa? Onko sen suhteen tapahtunut muutoksia 2000-luvun aikana?
- Onko festivaalin organisaatio tai talous (budjettirakenne) kokenut suuria muutoksia viimeisen kymmenen vuoden aikana? Millaisia ja mitä vaikutuksia niistä on seurannut festivaalille?
- Miten kuvailisit festivaalinne merkitystä alueellisesti, kansallisesti ja kansainvälisesti?
Koetko että festivaalillanne on jokin erityinen (yhteiskunnallinen, taiteellinen) tehtävä? Millainen?

LIITE 2: Haastatteluaineisto

1. Ritva Eerola, Kuhmon Kamarimusiikin tuottaja. Haastattelu Helsingissä 20.10.2010.
2. Juhani Merimaa, Ruisrock-festivaalin promoottori. Haastattelu Helsingissä 20.10.2010.
3. Jyrki Heiskanen, Kaustinen Folk Music Festivalin festivaalijohtaja (toimi 31.10.2010 asti festivaalin ohjelmajohtajana). Haastattelu Kaustisella 11.11.2010.
4. Katja Leppäkoski, Pori Jazz -festivaalin toimitusjohtaja. Haastattelu Porissa 12.11.2010.