

# IMMERSIIVISYYS AMOS REXIN DIGITAALISESSA AVAJAISNÄYTTELYSSÄ

teamLab: Massless 30.8.2018 - 6.1.2019

Tanja Kanttikoski

Maisterintutkielma

Jyväskylän yliopisto

Musiikin, taiteen ja kulttuurin tutkimuksen laitos

Taidekasvatus

Syksy 2019

## JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta	Laitos – Department Musiikin, taiteen ja kulttuurin tutkimuksen laitos
Tekijä – Author Tanja Kanttikoski	
Työn nimi – Title IMMERSIIVISYYS AMOS REXIN DIGITAALISESSA AVAJAISNÄYTTELYSSÄ teamLab: Massless 30.8.2018 - 6.1.2019	
Oppiaine – Subject Taidekasvatus	Työn laji – Level Pro gradu -tutkielma
Aika – Month and year Joulukuu 2019	Sivumäärä – Number of pages 69 s. + 3 liitettä 5 s.
<p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Tutkielman aiheena on helsinkiläisen taidemuseo Amos Rexin immerstiivinen Massless-avajaisnäyttely (30.8.2018 - 6.1.2019). Amos Rex avautui elokuussa 2018 Lasipalatsin yhteyteen. Taidekasvattajana minua kiinnostaa Amos Rex kokonaisuutena; arkkitehtuuri, yleisötyö ja digitaalinen näyttelysisältö. Museo sai paljon medianäkyvyyttä jo ennen avautumistaan, osittain digitaalisen näyttelysisällön vuoksi sekä siksi, että näyttelytilat on sijoitettu kokonaan maan alle.</p> <p>Tutkielman tavoitteena on saada selville, miten Massless-näyttelyssä käyneet kokivat immerstiivisyyden ja millaisia ajatuksia virtuaalinen näyttely herätti kävijöissä. Immerstiivisyyden ohella minua kiinnostaa, mitkä motiivit tuovat ihmisiä näyttelyihin ja mitä kävijät odottavat museokäynniltä. Tarkastelen aihetta eri näkökulmista, jotta saan mahdollisimman monipuolisen kokonaiskuvan aiheesta. Perehdyn yleisötyön merkitykseen omien havaintojeni pohjalta sekä museon näkökulmasta. Hyödynnän alan kirjallisuutta ja mediajulkaisuja. Yhtenä aineistona käytän Amos Rexin yleisöpalvelupäällikön teemahaastattelua. Amos Rex ja Massless-näyttely herättivät keskustelua median ohella myös sosiaalisessa mediassa. Osittain medianäkyvyyden ansiosta näyttelystä tuli äärimmäisen suosittu ja museoon jonotettiin tunteja. Tästä johtuen pohdin tutkielmassa myös median vaikutusta kävijöihin. Koska halusin erilaisia näkökulmia museokävijöiltä näyttelystä ja immerstiivisyyden kokemisesta, laadin kaksi kävijäkyselyä sosiaaliseen mediaan.</p> <p>Tutkimusaineiston analysointi johti tuloksiin, joiden mukaan museokävijät odottavat uusia elämyksiä ja ovat enimmäkseen uteliaan ennakkoluulottomia uusia taidemuotoja kohtaan. Kävijäkokemukset eivät olleet ikä- tai sukupuolisidonnaisia. Kävijät suhtautuvat vaihtelevasti immerstiivisyyteen ja digitaaliseen taiteeseen. Vaikka immerstiivisyys ei puhuttele kaikkia kävijöitä, osallistuminen kulttuuri-ilmiöön tai uuden museoarkkitehtuurin kokeminen saattaa silti tehdä käynnistä positiivisen.</p>	
Asiasanat – Amos Rex, digitaalinen taide, immerstiivisyys, taidemuseo, yleisötyö, sosiaalinen media, kokemuksellisuus.	
Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän yliopisto	
Muita tietoja – Additional information	

## SISÄLLYS

1. JOHDANTO	1
1.1. Tutkimuksen tausta ja tavoitteet	2
1.2. Tutkimuskysymykset	3
1.3. Tutkielman rakenne	4
2. MUSEOKENTÄN MUUTOSTEN TARKASTELU	7
2.1. Museokäynnin motiivit	7
2.2. Kävijöiden segmentointi ja tavoittaminen	9
2.3. Yleisötyön merkitys	11
3. IMMERSIIVISYYDEN TAUSTAA	12
3.1. Immersiivisyyden kehittyminen taidemuodoksi	14
3.2. Upottavia taidekokemuksia	15
4. TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	18
4.1. Tutkimusmenetelmät	19
4.2. Tutkimusaineisto	20
4.3. Aineiston keruu	22
5. AMOS REX - MUSEOTOIMINTA LASIPALATSISSA JA MAAN ALLA	24
5.1. Arkkitehtuuri osana museokokemusta	25
5.2. Vanhan ja uuden yhdistäminen museon rakentamisessa	28
5.3. Näyttelysalit betonikumpujen alla	30
6. YLEISÖTYÖ MASSLESS-NÄYTTELYSSÄ	32
6.1. Kävijäpolkujen suunnittelu	32
6.2. Tarpeisiin vastaaminen	34
6.3. Erityiskohderyhmänä lapset ja nuoret	37

7. MASSLESS - TEOSTEN SISÄLLÄ OLEMISEN KOKEMUS	40
7.1. Näyttelyn teokset	41
7.2. Immersiivisyyden vaikutus kävijöissä	46
7.3. Osallistava näyttelyelämys: "Ai jaa, saa piirtää vai?"	51
7.4. Hiljaiset opastukset kontrastina kännykkäkulttuurille	52
7.5. Median vaikutus näyttelyilmiön syntymisessä	54
8. POHDINTA	56
9. LOPUKSI	60
TUTKIMUSAINEISTO JA LÄHTEET	62
LIITTEET	

## 1. JOHDANTO

Taidekasvatuksen opiskelijana olen kiinnostunut tila-paikka-kokemuksesta ja visuaalisesta kulttuurista. Kaupunkikulttuuri on jatkuvassa muutoksessa ja erilaiset ilmiöt ja ajankohtaiset tapahtumat herättävät runsaasti keskustelua mediassa. Koska halusin tutkia tuoretta aihetta, valitsin tutkielmani aiheeksi elokuussa 2018 avatun taidemuseon Amos Rexin immerssiivisen<sup>1</sup> Massless-avajaisnäyttelyn (30.8.2018 - 6.1.2019). Immersiivisyydellä tarkoitetaan upottavaa kokemusta. Suomenkielessä käytetään sekä immersiota että immerssiivisyyttä (englanniksi immersion). Käytän työssäni pääasiassa immerssiivisyys-käsitettä, sillä se on käytetympi muoto tutkimusaineistossani.

Digitaalisen näyttelyn kautta syvennyn immerssiivisen - upottavan ja osallistavan - taidekokemuksen pohdintaan, sekä siitä kasvaneen kulttuuri-ilmiön laajempaan tarkasteluun. Suomessa Massless-näyttely sai lähes speaktaakkelimaiset mittasuhteet mediassa, sosiaalisessa mediassa ja sisäänpääsyjonoissa. Amos Rexin avajaiskokemus muodostui ajankohtaiseksi ”pakko kokea” -ilmiöksi, joka aiheutti kävijäryntäyksen museoon. Massless-näyttelyssä vieraili reilun neljän kuukauden aikana 268 000 ihmistä.<sup>2</sup>

Nykytaide ja visuaalinen kulttuuri ovat jatkuvassa muutoksessa digitalisaation ja teknologian kehityksen myötä. Käsittelen työssä myös museotoiminnan muutoksia ja museokävijöiden segmentointia. Samalla pohdin, mitkä motiivit tuovat ihmisiä näyttelyihin ja mitä kävijät odottavat nykyajan museoilta. Koska tutkimuskohteena on Amos Rex, perehdyn yleisötyön merkitykseen ja palveluiden sisältöihin museon näkökulmasta sekä kävijäpalautteiden ja oman havainnoinnin kautta. Tavoitteena on saada selville, miten digitaalinen ja immerssiivinen kuvakulttuuri vaikutti Massless-näyttelyssä käyneisiin ja millä tavoin yleisötyötä suunniteltiin uudessa museossa. Median merkitys on kasvanut sosiaalisen median myötä. Näyttelyiden kiinnostavuus näkyy nopeasti erilaisissa kanavissa kännykkäkuvien ansiosta. Käsittelen mediaa

---

<sup>1</sup> Tieteen termipankki -verkkosivu: Immersiivisen estetiikan määritelmä: kokonaisvaltainen, tilallis-ajallinen ja useilla aisteilla koettava taiteellinen esitys.

<sup>2</sup> STT, 2019.

osana näyttelykokemusta, koska Massless-näyttely näkyi sosiaalisessa mediassa koko näyttelyn ajan. Aineisto koostuu teemahaastattelusta, kävijäkyselyistä, havainnoinnista, kuvamateriaalista ja painetuista lähteistä, kuten sanomalehtiartikkeleista.

### 1.1. Tutkimuksen tausta ja tavoitteet

Yhä useammin nykytaiteen näyttelyissä on videotaidetta, mediaperformansseja, installaatioita, osallistavaa ja interaktiivista taidetta, jotka puhuttelevat kävijöitä moniaistisesti. Tämä on huomioitu myös museoissa. Kävijöiden muuttuviin katsomistapoihin vastataan tarjoamalla digitaalisuutta hyödyntäviä näyttelyitä. Kävijöille tarjotaan moniaistisia, uusia taidemuotoja, kuten immersiiivisiä taidekokemuksia. Tähän kiinnostavaan teemaan uppoudun työssäni.

Tutkielman tavoitteena on saada selville, miten Massless-näyttelyn kävijät kokivat immersiiivisyyden ja millaisia ajatuksia näyttely herätti kävijöissä. Kirjoitan immersiiivisyydestä ja sen taustoista kolmannessa luvussa. Tutkimusaineistoa ja aineistonkeruuta kuvaan neljännessä luvussa. Tutkimusaineiston avulla pohdin, miten digitaalisessa näyttelyssä koetaan museoympäristö, miten tila ja paikka hahmottuu upottavan teoksen sisällä ja sen äärellä. Onko Massless-näyttelyssä kyse enää museokokemuksesta, vai siirtyykö kävijä immersiiivisyyden avulla digitaaliseen, painottomaan ulottuvuuteen, jossa todellisella ympäristöllä ei ole merkitystä?

Digitaalinen Massless-näyttely oli esillä Amos Rexissä 30.8.2018 - 6.1.2019. Japanilainen teamLab-työryhmä vastasi digitaalisesta installaatiokokonaisuudesta, joka rakennettiin museon näyttelytiloihin. Amos Rexin kotisivuilla teamLab kuvailtiin kollektiivina, jonka ”*tavoitteena on uudelleen määritellä todellisuus.*” TeamLab-työryhmässä on 500 jäsentä eri aloilta: taiteilijoita, arkkitehtejä, koodareita, matemaatikoita ja insinöörejä. Massless tarkoittaa suomeksi massatonta, vailla massaa, ja digitaalisen näyttely-ympäristön tavoitteena on vapauttaa katsoja fyysisen painon (ja paikan) tunteesta. Amos Rexin näyttelyä voi tarkastella immersiiivisenä tila-paikka-kokemuksena. Massless-näyttely oli myös interaktiivinen kokemus, joka muokkautui päivittäin erilaiseksi museokävijöiden osallistumisen ja valintojen

ansiosta.<sup>3</sup>

Koska digitaalinen Massless-näyttely suunniteltiin varta vasten Amos Rexiin, tarkastelen museon arkkitehtuuria osana näyttelykokemusta. Pohdin immersiiivistä tilakokemusta kävijäkokemusten ja lehtikirjoitusten kautta sekä yleisötyön näkökulmasta, sillä museokävijöitä varten näyttelyt suunnitellaan. Haluan saada selville, miten kävijät kokivat näyttelyn ja uuden museon kokonaisuutena.

Koska digitaalinen ja interaktiivinen näyttely uudessa taidemuseossa sai laajaa huomiota myös mediassa, perehdyn työssäni immersiiivisen taidekokemuksen synnyttämään keskusteluun. Näyttelyn suosioon vaikutti vahvasti sosiaalinen media ja ihmisten sosiaalisessa mediassa jakamat reaaliaikaiset valokuvat. Verkkosivustot täyttyivät valokuvista ja selfieistä<sup>4</sup>, joissa kävijät poseeraavat teosten keskellä tai sisäänpääsyjonossa.

Perehdyn haastattelu- ja kyselyaineiston, painettujen lähteiden ja havainnoinnin avulla osallistavaan näyttelyyn, tilakokemukseen sekä museon yleisötyöhön.

Tapaustutkimuksen tavoitteena on saada kokonaisvaltainen käsitys immersiiivisestä näyttelykokemuksesta ja museon yleisötyöstä, joka rakentuu digitaalisen näyttelyn ympärille. Aineiston avulla tarkastelen immersion vaikutuksia. Tarkastelen aihetta sekä yleisötyön että kävijäkokemusten näkökulmista.

## 1.2. Tutkimuskysymykset

Tutkimusaiheeni on kokonaisuutena kiinnostava, sillä museo ja näyttely avautuivat kävijöille samaan aikaan. Vaikka tutkimuksen fokus on Massless-näyttelyssä ja immersiiivisyydessä, liittyy Amos Rexin tilakokemus siihen myös vahvasti. Minulla on kolme pääkysymystä, joihin pyrin vastaamaan työssäni.

1. Millaisia kokemuksia ja millaista käyttäytymistä Massless-näyttely herätti kävijöissä?

---

<sup>3</sup> Amos Rexin verkkosivut: [www.amosrex.fi](http://www.amosrex.fi)

<sup>4</sup> Selfie = selfportrait, omakuva, joka otetaan älypuhelimella ja jaetaan sosiaalisessa mediassa.

2. Miten Massless-näyttely vaikutti museon yleisötyöhön ja sen suunnitteluun?

3. Mikä merkitys medially oli näyttelyn suosioon?

Pohdin näiden kysymysten kautta museota myös rakennettuna ympäristönä. Tarkastelen tilan kokemista ja yleisötyön merkitystä taidekasvatuksen ja yhteisöllisyyden kautta. Koska kokemuksellisuus on nykypäivänä sidoksissa mediaan, pohdin näyttelyn synnyttämää sosiaalisen median (some) ilmiötä. Fear of missing out (fomo) on käsite, joka tarkoittaa pelkoa, että jää jostain paitsi. Fomo ja some liittyvät vahvasti toisiinsa myös museokentällä, koska kävijät ovat osaltaan itse vaikuttamassa siihen, mistä näyttelystä tulee suosittu ja mistä ei.

Alakysymyksiä työssäni ovat:

-Kokiko kävijä olevansa taidenäyttelyssä?

-Kokiko kävijä olevansa teosten sisällä (uppoutumisen kokemus)?

- Lisääkö sosiaalinen media ihmisten tarvetta osallistua tapahtumiin (ilmiökokemuksellisuus)?

- Ohittiko jonottaminen ja siitä raportointi (median merkitys) jopa näyttelysisällön (taiteen kokemisen) ja museokäynnin merkityksen?

Pohdin kysymysten myötä näyttelysuosion sekä jonottamisen syitä, joista kirjoitettiin mediassa jopa *"kaipuuna yhtenäiskulttuuriin"*.<sup>5</sup>

### 1.3. Tutkielman rakenne

Luvussa kaksi taustoitan museokentän muutosta ja museokävijöiden motiiveja. Avaan museon yleisötyön käsitettä ja kuvaan millaisia merkityksiä sillä on kävijöille.

---

<sup>5</sup> Siltamäki 2019.



Myös museot segmentoivat kohderyhmiä (kävijöitä). Alaluvussa 2.3. kirjoitan segmentoinnista ja millä keinoin kävijöitä saavutetaan. Museokortin lanseeraus vuonna 2015 on vaikuttanut suuresti Suomen museoiden kävijämääriin. Kävijämäärät ovat kasvaneet tasaisesti joka vuosi. Etenkin taidemuseot ovat nostaneet kävijämääriä.<sup>6</sup> Museoviraston julkaiseman museotilaston mukaan Suomen ammatillisissa museoissa vieraili vuonna 2018 yli 7,1 miljoonaa kävijää. Kasvu on merkittävää, sillä 2000-luvun alkupuolella museoissa vierailtiin keskimäärin 5,2 miljoonaa kertaa vuodessa. Museokortti-kävijöiden osuus maksullisista kävijöistä oli 28 prosenttia vuonna 2018.<sup>7</sup>

Kolmannessa luvussa avaan immersiiivisyyden käsitettä. Immersiivisyys on levinnyt digitaalisen pelimaailman kautta yhdeksi nykytaiteen esittämismuodoksi. Immersiivisyys eli katsojan uppoutuminen osaksi taideteosta on yleistynyt 2000-luvulla. Teknologia on kehittynyt nopeasti ja digitaalisuutta hyödynnetään yhä enemmän myös taidekentällä. Kirjoitan immersiiivisyyden taustasta ja miten se on sulautunut nykyään osaksi taidemaailmaa. Alaluvussa 3.2. kirjoitan kahdesta muusta immersiiivisestä taidenäyttelystä, jotta lukija saa tuntumaa upottavan taiteen pariin ja sen ominaispiirteisiin.

Neljännessä luvussa käsittelen tutkimuksen toteutusta, menetelmiä ja aineistonkeruuta. Alaluvuissa avaan valitsemiani tutkimusmenetelmiä ja käsitteitä. Esittelen yksityiskohtaisemmin käyttämiäni tutkimusaineistoja. Viimeinen alaluku keskittyy aineiston keruuseen. Reflektoin samalla, miksi ja miten keräsin materiaalia työhöni ja millaisia haasteita matkan varrella tuli vastaan.

Viidennessä luvussa kuvaan tutkimuskohdetta eli Amos Rexiä ja sen rakentumista museoksi. Taustoitan alaluvuissa museon toteuttamista Lasipalatsin yhteyteen ja maan alle. Pohdin arkkitehtuurin merkitystä osana museokokemusta. Tila ansaitsee oman alalukunsa, koska immersiiivinen taidekokemus on sidoksissa näyttelyympäristöönsä. Arkkitehtuuri on Massless-näyttelyn yhteydessä kiinnostavassa asemassa, sillä näyttelyn tarkoituksena on hämärtää tilan ja teosten rajoja. Luvussa on mukana myös museon pohjapiirros sekä havainnekuvia maanalaisesta ja -

---

<sup>6</sup> Riitaho 2018.

<sup>7</sup> Museokortti-verkkosivut: Uutiset.

päällisestä arkkitehtuurista. Amos Rex on arkkitehtuuriltaan niin sanottua wau-arkkitehtuuria. Wau-arkkitehtuuriin kuuluu erottuminen ja hätkähdyttäminen.<sup>8</sup> Muotoilusta kirjoittavan Hannu Pöppösen mukaan wau-arkkitehtuuri ei edusta tiettyä tyyliä tai muotokieltä. Voimakas wau-efekti saavutetaan usein rakennuksen veistoksellisilla ja dynaamisilla muodoilla.<sup>9</sup> Amos Rex saikin ennen avautumistaan paljon näkyvyyttä kotimaisessa ja kansainvälisessä mediassa.

Kuudennessa luvussa käsittelen Amos Rexin yleisötyötä Massless-näyttelyssä. Alaluvuissa tarkastelen museota informaalisena oppimisympäristönä ja pohdin museon taidekasvatuksellista vastuuta. Kuvaan museon yleisötyötä ja sen merkitystä kävijöille. Tarkastelen, miten Amos Rex tavoittelee potentiaalisia kävijöitä ja millä keinoin kävijät segmentoidaan. Perehdyn erityisryhmien tarpeisiin ja heille tarjottaviin palveluihin. Analysoin näyttelykokemuksen vaikutuksia kävijöihin ja miten kävijöiden antama palaute vaikuttaa yleisötyön sisältöön ja palveluiden suunnitteluun.

Seitsemännessä luvussa käsittelen Massless-näyttelyä ja immersiiivistä taidekokemusta. Alaluvuissa avaun näyttelyn tematiikkaa, teosten sisältöä ja niiden suhdetta toisiinsa. Jotta lukija saa paremman kokonaiskuvan teoksista, on alaluvussa 7.1. valokuvat näyttelyn teoksista. Analysoin kokemuksellisuuden teemaa ja tarkastelen immersiiivisyyden vaikutuksia. Alaluvuissa hyödynnän haastattelu- ja kyselyaineistoa ja tuon ne osaksi tekstiä. Kursivoidut sitaattit käyvät vuoropuhelua analysoidessani kävijäkokemuksia. Etsin vastauksia siihen, mikä merkitys osallistavalla ja upottavalla näyttelykokemuksella on kävijöille.

Alaluvussa 7.5. kirjoitan median vaikutuksesta näyttelyilmiön syntymiseen ja kasvuun. Digitaalisuus on nykyään mukana kaikessa, myös taidenäyttelyissä. Käsittelen sosiaalisen median voimaa: Facebook, Twitter ja Instagram vaikuttavat suuresti ihmisten käyttäytymiseen ja kulutusvalintoihin. Sosiaalinen media ja lehdistö yhdessä aiheuttivat lähes joukkohysterian Massless-näyttelyä kohtaan.

Kahdeksannessa luvussa kokoan yhteen tutkielman sisällön ja pohdin, millaisia vastauksia sain tutkimuskysymyksiin analyysilukujen jälkeen.

---

<sup>8</sup> Maamies 2011.

<sup>9</sup> Pöppönen 2011.

Pohdinnassa kokoan kävijöiden kokemuksista yhteenvetoa, miten immerstiivinen ja interaktiivinen näyttely koetaan. Teen yhteenvetoa yleisötyöstä ja palveluiden muutoksista Massless-näyttelyn aikana. Pohdin myös median ja sosiaalisen median merkitystä museokentällä. Avaan museon yhteiskunnallista merkitystä ja esitän tutkimusprosessin aikana esiin nousseita kysymyksiä.

Lopuksi tarkastelen tutkielmaa kokonaisuutena ja esitän, millaista uutta tietoa sain tuotettua. Tarkastelen työtä myös itsekritiikistä ja kuvaan haasteita ja onnistumisia, joita koin tutkimustyön aikana.

## 2. MUSEOKENTÄN MUUTOSTEN TARKASTELU

Museot ovat Jaana af Hällströmin mukaan muuttuneet viimeisten vuosikymmenten aikana kokoelmakeskeisistä laitoksista laaja-alaisiksi kulttuurin, taiteen ja luonnon ilmiöitä esitteleviksi instituutioiksi. Museoiden toiminta on laajentunut museon seinien sisäpuolelta koko yhteiskuntaan. Museot tarjoavat yhä enemmän palveluita ja toimintaa kävijöille. Samalla ne kilpailevat muiden palveluntarjoajien kanssa ihmisten vapaa-ajasta.<sup>10</sup>

### 2.1. Museokäynnin motiivit

Museopedagogi Kaija Kaitavuoren mukaan museot herättävät ihmisissä joko halun kokea näyttely, tai toisena ääripäänä, ne voivat nostaa ulkopuolisuuden kokemuksen. Sosiologi Pierre Bourdieu on kirjoittanut yhteiskunnan kerrostuneisuudesta ja jakautuneisuudesta. Tämä ilmenee muun muassa opittuna museokäyttämisenä. Jos sellaista ei ole, ihminen kokee olevansa epämieluisassa ja väärässä paikassa.<sup>11</sup> Paljon museoissa käyvät kokevat olevansa luontevassa ympäristössä, kun taas ensikertalainen voi kokea olevansa vieraassa paikassa. Museoiden haasteellinen tehtävä on rakentaa museokäynnistä erilaisille kohderyhmille miellyttävä kokemus, jotta kävijä saavutetaan vielä uudelleen. Näyttelyn välittämä ja tuottama informaatio

---

<sup>10</sup> af Hällström 2007, 6-7.

<sup>11</sup> Kaitavuori 2007, 284.

ja kävijöiden kokemukset synnyttävät sosiaalisen vuorovaikutuksen alueen. Parhaimmillaan näyttely voi vahvistaa sosiaalista identiteettiä ja yhteisöllisyyttä.<sup>12</sup>

Museot voidaan jakaa erilaisiin museotyypeihin toiminnan ja sisällön osalta. Kaitavuoren mukaan museot viestivät eri asioita kävijöille ja kohderyhmille. Klassinen museotyyppi viestii arkkitehtuuriltaan arvokkuutta ja perinteistä arvomaailmaa.<sup>13</sup> Esimerkiksi Ateneum edustaa tällaista museomallia. Myös vanha Amos Andersonin taidemuseo oli klassinen museotyyppi. Amos Rex edustaa vanhan ja uuden hybridiä. Rakennus on ulkopuolelta vanha ja tyylikäs. Sisältä tilat ovat nykyaikaiset ja avarat. Imagoseikat vaikuttavat etenkin nuorison (museo)käyttäytymiseen. Merkittävin tekijä museoon saapumiselle on kuitenkin yleensä näyttelyn vetovoimaisuus. Nykyaide kiinnostaa nuorempia kohderyhmiä usein enemmän kuin perinteinen kuvataide. Riikka Haapalainen kirjoittaa museon julkisesta verkkomateriaalista ja miten museot saavuttavat sen avulla eri ikäiset kävijät. Haapalaisen mukaan osa ihmisistä ei käy museoissa, koska museot eivät onnistu aina kommunikoimaan kävijöiden kanssa oikeilla kanavilla tai tavoilla.<sup>14</sup>

Museokäynnin voi jakaa tiedollisiin, elämyksellisiin ja sosiaalisiin odotuksiin. Ne ovat riippuvaisia kävijän motiiveista. Yleisellä tasolla museoissa käydään, jotta saadaan taide-elämyksiä ja tehdään tulkintoja. Tiedolliset motiivit ovat museopedagogi Eija Liukkosen mukaan riippuvaisia kävijän kompetenssista ja koulutuksesta. Elämyksellinen puoli liittyy mielihyvän kokemiseen. Sosiaalinen motiivi voidaan Liukkosen mukaan nähdä sosiaalisen toiminnan kenttänä. Museossa kävijä voi myös vahvistaa identiteettiään. Näyttely voi olla sosiaalinen yhdessäolon paikka, toisaalta myös rauhoittumisen ja itsetutkiskelun paikka.<sup>15</sup>

Museovierailta on usein jo museoon tullessa valmiita odotuksia, tietoa ja mielikuvia näyttelystä. Museot eivät ole enää korkeakulttuurin auktoriteetteja, vaan niiden tehtävä on pikemminkin täydentää ja rikastuttaa kävijöiden elämää. Museoissa on siirrytty yhä enemmän tulkitsevasta museosta performatiiviseen, esittävään museomalliin. Museot reflektovat itseään ja esittämistapojaan. Esittävä museo

---

<sup>12</sup> af Hällström 2011, 8-9.

<sup>13</sup> Kaitavuori 2007, 288.

<sup>14</sup> Haapalainen 2007, 336.

<sup>15</sup> Liukkonen 2004, 148-149.

korostaa sosiaalisuutta, yhdessä kokemista ja vuorovaikutteista suhdetta näyttely-ympäristöön. Esittävä museo korostaa tapahtuma- ja elämyskeskeisyyttä esinekeskeisyyden sijaan. Museokävijästä voidaan puhua museokäyttäjänä.<sup>16</sup>

Museopedagogi Lisa Roberts on jakanut museokävijöiden motivaation kolmeen elementtiin. Ne ovat kokemuksellisuus (experience), viihdyttävyyys (entertainment) ja voimauttaminen (empowerment). Kokemuksellisuus liittyy kävijän tapoihin reagoida museon näyttely- ja ilmiömaailmaan. Viihdyttävyyys ilmenee kävijän kokemuksissa museosta ja sen palveluista. Voimauttamisella tarkoitetaan kävijän sisäistä voiman ja tunnetasojen kehittymistä museokäynnin ansiosta. Elämysten ansiosta kävijässä syntyy emotionaalisia tulkintoja.<sup>17</sup>

Museovierailujen motiivit voivat siis vaihdella elämyksellisistä sosiaalisiin. Museokäynnille on harvoin samaa motiivia, vaan se riippuu esimerkiksi seurasta, näyttelyn sisällöstä, ajankohdasta ja museon sijainnista. Siksi museoiden ohjelmatarjontaa ei suunnata kaikille, vaan kävijäryhmiä tavoitellaan eri tavoin, eri kanavissa.

## 2.2. Kävijöiden segmentointi ja tavoittaminen

Saavutettavuus on merkittävä tekijä museon kävijämäärille. Saavutettavuutta voi myös lähestyä erilaisista näkökulmista. Voidaan puhua ympäristön saavutettavuudesta, tiedon ja tiedotuksen saavutettavuudesta, taloudellisesta saavutettavuudesta sekä sosiokulttuurisesta saavutettavuudesta, johon kuuluvat erilaiset kohderyhmät. Museon tulee tavoittaa ja motivoida kävijät. Valtakunnallisten kävijätutkimusten mukaan suomalaisista noin puolet käy museoissa vähintään kerran vuodessa ja loput eivät käy lainkaan.<sup>18</sup> Kävijämääriin on vaikuttanut oleellisesti valtakunnallinen Museokortti, joka on muuttanut viime vuosina museovierailujen määriä. Museokortin omistavat käyvät keskimäärin seitsemän kertaa vuodessa näyttelyissä. Henkilöt, joilla ei ollut Museokorttia kävivät tutkimuksen mukaan 1,8

---

<sup>16</sup> Haapalainen 2007, 325-328.

<sup>17</sup> Malmisalo-Lensu & Mäkinen 2007, 301-302.

<sup>18</sup> af Hällström 2011, 19-20.

kertaa museossa vuoden aikana.<sup>19</sup>

Museot analysoivat erilaisten kävijäryhmien tarpeita ja palveluita, joita heille tarjotaan. Tutkimusten mukaan tyypillinen museokävijä on 25-44 -vuotias, korkeakoulu- tai opistotasoisena tutkinnon suorittanut nainen. Yli 80 % kävijöistä tulee museoon ystävien tai perheen kanssa. Miehet käyvät museoissa yleensä perheen kanssa. Kesä on yleisin vuodenaika, jolloin perheet vierailevat museoissa. Yrittäjät ja työttömät käyvät tutkimusten mukaan vähemmän museoissa.<sup>20</sup> Jokaista ryhmää pitää ajatella erilaisista näkökulmista jo suunnitteluvaiheessa. Museot ovat määritelleet yleisön ja kävijät eri aikoina eri tavoin. Liukkosen mukaan yleisö on muuttunut massayleisöstä diffuuseiksi yleisöiksi, jolloin jokainen yksilö on aina jotain yleisöä. Kun kävijät segmentoidaan, on museoiden helpompi ymmärtää, mitä ihmiset odottavat näyttelykäynniltään.<sup>21</sup>

Asiakaslähtöisessä ajattelussa museon toimintaa suunnitellaan ja kehitetään ensisijaisesti kävijöiden näkökulmasta. Museoiden täytyy myös huomioida, mitä he itse odottavat kävijöiltä. Kohderyhmien segmentointi on siten oleellista. Kun kohderyhmät on valittu, on heidät myös saavutettava. Museot tekevät paljon myös yleisötutkimusta. Kartoittamalla kävijöiden tarpeita ja odotuksia, museo voi vahvistaa ja laajentaa toimintaansa ja kävijämääräänsä. Tutkimustiedolla museo voi kehittää toimintaansa. Museot kilpailevat myös keskenään, joten markkinoimalla oikeisiin kohderyhmiin, se saavuttaa kävijät tehokkaimmin. Näyttelytoiminnan ja palveluiden kehittäminen edellyttää museoilta yleisön ymmärtämistä. Museoiden yhtenä intressinä on tuottaa uusia merkityksiä kävijöille.<sup>22</sup>

Kaitavuori kirjoittaa kävijätutkimusten osoittavan, että vaikka museot ovat kaikille julkista tilaa, suurin käyttäjäryhmä on hyvin toimeentulevat ja koulutetut ihmiset. Kaitavuori esittää mielenkiintoisen huomion: museon olemassaolo ei tuo ihmisiä museoon, vaan museon käyttämiseen on kasvettava. Miten museo tavoittaisi paremmin erilaiset kohderyhmät? Kaitavuori jakaa kävijät erilaisiin rooleihin motiivien

---

<sup>19</sup> Museokortti-verkkosivut: Museokorttitutkimus.

<sup>20</sup> af Hällström 2011, 20.

<sup>21</sup> Liukkonen 2004, 149-150.

<sup>22</sup> Kaitavuori, 2007, 288-293.

perusteella. Museokävijä voi olla yleisö, asiakas, kuluttaja, vieras, oppija, käyttäjä.<sup>23</sup> Sama kävijä voi myös edustaa kaikkia rooleja tai tietyllä käynnillä vain yhtä tai osaa rooleista. Toisaalta, kuinka tarkkaan museo pystyy jakamaan museokävijän erilaisiin rooleihin? Itse ajattelen, että museoiden tehtävä on tarjota kokonaisvaltaisia kokemuksia, jolloin myös kävijän roolit muokkautuvat näyttelysisällön ja palveluiden mukaan.

Museoiden kävijämäärät ovat nousseet Suomessa vuodesta 2015 lähtien valtakunnallisen Museokortin ansiosta. Museokortti toimii pääsylippuna museoihin ja sitä voi käyttää 300 museossa Ahvenanmaalta Lappiin. Museokortilla voi saada myös alennuksia museoiden tapahtumista ja tuotteista. Museokortti madaltaa päätöstä lähteä näyttelyihin, sillä museoissa voi käydä rajattomasti vuosimaksun hinnalla, joka on 69 euroa vuonna 2019.<sup>24</sup> Samassa museossa voi piipahtaa vaikka useammankin kerran. Näyttelykäyntiä ei tarvitse suunnitella etukäteen tarkasti, sillä kiinnostavaan näyttelyyn voi tulla uudelleen tai epäkiinnostavasta näyttelystä voi lähteä kesken pois.

### 2.3. Yleisötyön merkitys

Yleisötyön käsite on korvannut 2000-luvulta lähtien museopedagogiikka-termin. Yleisötyö on laajemmin ymmärrettävä kokonaisuus, joka käsittää museon näyttelytyön ja erilaiset palvelut kävijöille. Yleisötyö on toiminnallista ja vuorovaikutuksellista. Museon yleisötyössä (tai museopedagogiikassa) kyse ei ole vain opettamisesta, vaan laajemmin kävijöille suunnatusta ja kävijöiden kanssa tapahtuvasta taidekasvatuksellisesta toiminnasta. Yleisötyön avulla pyritään kokonaisvaltaiseen museo- tai näyttelykokemuksen hahmottamiseen.<sup>25</sup>

Vaikka museot ovat informaaleja oppimisympäristöjä, suunnitellaan niissäkin näyttelytoiminta, yleisötyö ja erilaiset palvelut segmentoinnin avulla. Museoissa herätetään kävijän motivaatio sekä ohjataan katsomaan teoksia. Yhdysvaltalainen

---

<sup>23</sup> Kaitavuori 2007, 283-289.

<sup>24</sup> Museokortti-verkkosivut.

<sup>25</sup> Kaitavuori 2015.

kasvatusfilosofi John Dewey on korostanut tiedon ja toiminnan - teorian ja käytännön - yhteyttä. Nykyään museoissa onkin tarjolla monenlaista työpajatoimintaa, keskusteluopastuksia ja erilaisia tapahtumia, joissa kävijä saa itse kokeilla ja osallistua.<sup>26</sup>

Museossa kävijä rakentaa itse aktiivisesti tietoa ja merkityksiä havainnoistaan. Taideteokset saavat merkityksen kävijän katsoessa ja kokiessa näyttelyä. Saatu tieto ei koskaan ole samanlaista tai lopullista, vaan museokäynti on aina ainutlaatuinen prosessi. Onnistunutta museokäyntiä voi kuvata konstruktivistisen oppimiskäsityksen avulla. Konstruktivistinen oppiminen tarkoittaa, että tiedonmuodostus on monivaiheisesti rakentuva prosessi, jossa keskeistä on toiminta.<sup>27</sup> Mitä enemmän museoissa saa itse kokeilla ja osallistua, sitä enemmän se aktivoi kävijöitä.

Museokokemuksen voi jäsentää monin eri tavoin. Amerikkalaistutkijat John Falk ja Lynn Dierking ovat korostaneet kokonaisvaltaista museokokemusta, ”The Interactive experience model”. Kaitavuoren mukaan näkökulmaa voi kutsua asiakaslähtöisyydeksi. Museokokemus jakautuu kolmeen osa-alueeseen, joita ovat fyysinen, sosiaalinen ja henkilökohtainen viitekehys. Fyysiseen kontekstiin kuuluvat muun muassa rakennus, interiööri, kalusteet, valaistus ja opasteet. Sosiaalinen ulottuvuus voidaan nähdä ihmiskontakteina sekä esimerkiksi museon tapahtumina. Henkilökohtaisen kokemuksen osa-alue on kävijän oma motiivi ja tarve tulla museoon.<sup>28</sup>

### 3. IMMERSIIVISYYDEN TAUSTAA

Taidekentän keskusteluissa immersiiivisyyden käsite on yleistynyt viime vuosina. Immersiivisyys taiteessa tarkoittaa, että taideteokseen voi uppoutua, olla osa teosta. Etenkin kuvataiteissa visuaalisuus ja näköaistiin keskittynyt taide on laajentunut uusille alueille. 1960-luvulta lähtien taiteessa ja estetiikassa tila-aika -käsite on vahvistunut. Tila-aika -taiteessa rikotaan usein taiteen rajoja ja installaatioihin voi

---

<sup>26</sup> Malmisalo-Lensu & Mäkinen 2007, 311.

<sup>27</sup> Haapalainen 2007, 327-328.

<sup>28</sup> Kaitavuori 2007, 287-288.



yhdistää esimerkiksi performanssia tai multimediaa. Moniaistisuus on yleistynyt näyttelyissä. Nykyaide saattaa olla monitulkintaista ja monikanavaista. Interaktiiviset teokset haastavat passiivisen etäältä katsomisen. Toisinaan kävijä voi myös osallistua taideteosten muokkaamiseen.

Bradfordin yliopiston dosentti (New Media Design) Patrick T. Allen on kirjoittanut immerstiivisen taiteen historiasta. Allenin mukaan immerssiivisyys kehittyi jo keskiajalla. Varhaisimmat immerssiiviset aistikokemukset luotiin keskiajan kirkkoarkkitehtuurissa, suurilla lasi-ikkunoilla, jotka heijastivat kirkkoon värejä ja valoa. Ihmisten ajateltiin pääsevän kirkossa näköaistin avulla jumalalliseen yhteyteen. Immerssiivisyys oli Allenin mukaan keskiajalla myös uskonnollinen kokemus, johon liittyi vahvasti näköaisti. Henkinen yhteys sakraalissa ympäristössä on ollut varsinkin lukutaidottomalle kansalle merkittävä kokemus. Lasi-ikkunoiden, kuvakertomusten, paikkakokemuksen ja saarnan kautta yhteys Jumalaan on ollut konkreettista. Allen vertaa keskiajan kirkkointeriöön immerssiivisyyden kokemusta hengelliseen tarinankertomiseen.<sup>29</sup>

Allenin kirjoitus herättää ajatuksia immerssiivisyyden ja visuaalisuuden merkityksestä. Kuvakulttuureilla ja symboleilla on vuosituhantiset perinteet. Visuaalisuutta ja uppoutumisen kokemusta voi tulkita olleen eri aikoina, mutta innovaatioiden ja teknologian kehityksen myötä moniaistinen kokemuksellisuus on voimallistunut. Keskiajan metafyyminen ja hengellinen ”immerssiivisyyskokemus” on varmaankin ollut erilainen, mutta kuitenkin verrattavissa nykypäivän pelimaailman ja digitaalisen kokemuksiin.

Camera obscuran ja 1700-luvulla kehitetyn fantasmagorian<sup>30</sup> voidaan myös ajatella olleen oman aikansa immerssiivisiä katselukokemuksia. 1950-luvulla lanseerattiin ensimmäiset 3D-elokuvaesitykset, joissa katsojilla oli 3D-lasit. 1950-luvun keksintö oli myös View-Master -laite, joka mahdollisti henkilökohtaisen, kolmiulotteisen katselukokemuksen. Teknologian kehittymisen myötä erilaiset pelit ja laitteet ovat vallanneet ihmisten vapaa-ajan. Konsolipeleistä on siirrytty virtuaalimaailman

---

<sup>29</sup> Allen 2018.

<sup>30</sup> Valolyhtyjen avulla seinille saatiin heijastettua kuvia, joista muodostui visuaalinen esitys. Usein esityksissä oli kauhukuvastoa, petoja ja luurankoja.

pelimaailmaan, johon voi uppoutua täysivaltaisesti, pukemalla päälleen esimerkiksi lasit ja käsineet, joilla voi ohjailla tapahtumia toisessa ulottuvuudessa. Digitaalinen pelikuvasto on kehittynyt huimasti 2000-luvulla. Moniaistinen ja teknologiaa hyödyntävä virtuaalitodellisuus on levinnyt pelimaailmasta ihmisten arkeen ja yrityksiin. Digitaaliset sovellukset ja palvelut ovat levinneet myös taidekentälle.

### 3.1. Immersiivisyyden kehittyminen taidemuodoksi

Kulttuuri on muuttunut visuaalisemmaksi median myötä. Elina Heikan mukaan olemme siirtyneet tekstuaalisesta kulttuurista visuaaliseen. Kulttuurin kuvallistuminen on tuottanut uusia käsitteitä. Visuaalisen kulttuurin tutkimuksessa alettiin puhua 1990-luvulla simulaatioyhteiskunnasta, 2000-luvun alkupuolella speaktaakkeliyhteiskunnasta ja sen jälkeen esillepanoyhteiskunnasta. Käsitteillä on Heikan mukaan viitattu kuvallistuvan kulttuurin muutokseen. Kuvien lisääntymisen ohella teknologia on kehittynyt nopealla tahdilla. Digitalisaation myötä on syntynyt uusia, immersiiivisyyttä tavoittelevia taidemuotoja ja mediateknologisia esitystapoja.<sup>31</sup>

Digitaalisuus on mahdollistanut museoihin aivan uudenlaisia näyttelyitä. Kävijät saavat osallistua, vaikuttaa ja kokeilla. Teosten ja kävijän välille syntyy vuorovaikutus. Museoissa toteutetaan yhä enemmän osallistavan taiteen näyttelyitä ja muuta tarjontaa, opastuksista erilaisiin tapahtumiin. Ihmisiä motivoi näyttelyissä se, että saa itse kokeilla ja tehdä. Teoksen asennointi teknisesti lisää immersiiivisyyttä ja sen mahdollisuuksia, samoin teosten mittakaavojen suurentaminen. Kolmiulotteinen, kinesteettinen kokemus on mahdollista nykyteknologian avulla.

Taidekriitikko Maaria Salon mukaan immersiiivisten keinojen käyttö tulee lisääntymään näyttelyissä.<sup>32</sup> Samalla Salo kritisoi digitaiteen ylitarjontaa ja sen heikkolaatuisuutta. Salo pohtii immersiiivisen estetiikan kokonaisvaltaisuutta ja esittää kysymyksen: Vaikka se on kehollisesti moniaistillista, kuinka laadukasta se on sisällöllisesti? Täytyykö taiteen määritelmä? Salon mukaan kuvataiteessa on tapahtunut paradigman muutos digitaalisen ja immersiiivisen taiteen myötä.

---

<sup>31</sup> Heikka 2007, 235-236.

<sup>32</sup> Salo 2018.

Katsomiskokemus on muuttunut objektiivisuudesta subjektiiviseen kokemukseen. Taidemaailma on mennyt kohti kokemuksellisuutta. Samalla estetiikka on materiaalistunut. Salon mukaan taide kilpailee ihmisten vapaa-ajasta muiden palveluntuottajien rinnalla.<sup>33</sup>

Immersiivisellä kokemuksella eli teokseen uppoutumisella on erilaisia ”syvyysasteita”. Immersiivisyyden käsite on laajentunut visuaaliseen kulttuuriin ja taiteeseen pelimaailman sanastosta. Salon mukaan kevyin uppoutumisen taso on sitoutuminen (engagement). Jos kokemus laajenee, tapahtuu syventyminen (engrossment). Täydellinen immerssiivisyys tarkoittaa teoksen sisällä olemisen tunnetta (total immersion).<sup>34</sup> Immersiivinen estetiikka on moniaistillista, kokonaisvaltaista ja elämyksellistä.

Usein taidenäyttelyissä teoksia katsotaan tietyn etäisyyden päästä. Immersiivinen näyttely toimii toisin. Teoksiin saa koskea ja olla osallinen. Kävijä voi jopa vaikuttaa, miten installaatio muuttuu tai muokkaantuu läsnäolon ansiosta. Immersiiviset teokset imaisevat kokijan osaksi teosta. Osallisuuden kokemus on aivan erilaista, kuin se, mihin museokävijät ovat yleensä tottuneet näyttelyissä käydessään. Immersiivinen taide on sekä osallistavaa että yhteisöllistä. Teoksia ei katsota yksin etäältä, vaan ne voidaan kokea yhdessä muiden kanssa osallisena.

### 3.2. Upottavia taidekokemuksia

Japanissa avattiin maailman ensimmäinen digitaalisen taiteen museo, Mori building - Digital art museum, kesäkuussa 2018. Vaikka teknologia on vahvasti ihmisten elämässä mukana, on hieman yllättävää, että digitaalinen taide sai vasta nyt oman museon Tokioon. Museon takana on teamLab-kollektiivi, joka vastasi Amos Rexin Massless-näyttelystä. Japanin museossa on myös osittain samoja teoksia kuin Amos Rexin avajaisnäyttelyssä.

---

<sup>33</sup> Salo 2018.

<sup>34</sup> Salo 2018.

Tokion digitaalinen museo on suuri, pinta-alaa on 10 000 neliometriä, viisinkertainen verrattuna Amos Rexin pinta-alaan. Digitaalisen museon tarkoituksena on esitellä pysyvästi teamLab:n taidetta ja -installaatioita. Avajaisvuonna 2018 museossa oli esillä noin 60 digitaalista taideteosta. Museo on valtava, interaktiivinen seikkailukokemus, jossa voi vierähtää helposti tunteja. Työt elävät ja muuttuvat kävijöiden kosketuksesta.<sup>35</sup>

Museosta on kirjoitettu, että se on maailman ”*instagrammattavin*” museo. Tämä sopii älypuhelin-kulttuuriin ja motivoi kävijöitä käyttämään entistä enemmän sosiaalista mediaa osana museokokemusta ja taide-elämyksiä. Teknologiaan erikoistunut toimittaja Gregory Han pohtii kirjoituksessaan, ovatko museon esittämät teokset taidetta? Vai onko kyse sosiaalisen median speaktaakkelista, tai teknologian esittelystä? Hanin mukaan interaktiivinen museo on kaikkia näitä. Kävijät saavat mitä odottavat ja voivat ilmaista kokemusmaailmansa reaaliaikaisesti kännyköillään sosiaalisessa mediassa.<sup>36</sup>

Helsingin Sanomien toimittaja Harri Mäcklin vertasi Massless-näyttelyä huvipuistokokemukseksi.<sup>37</sup> Tokion Digitaalisen museon näyttelysaleissa on menty astetta pidemmälle immersion, interaktion ja illuusioiden tarjoamisessa. Museon yhdessä tilateoksessa kävijät laittavat päähänsä suojakypärät ja astuvat trampoliinilla vuorattuun tilaan. Hypyillä ja liikkeillä kävijät muokkaavat digitaalista avaruutta jatkuvasti erilaiseksi. Planeettoja syntyy ja katoaa kävijöiden hyppyjen ja törmäysten ansiosta.<sup>38</sup>

---

<sup>35</sup> Bouwers 2018.

<sup>36</sup> Han 2019.

<sup>37</sup> Mäcklin 2018.

<sup>38</sup> Bouwers 2018.



Kuva 1: Multi jumping universe -teos (Bouwers)

Yhdessä digitaalisen museon teoksessa kävijä voi ostaa teekupillisen. Lämmön ja kosketuksen avulla todelliseen teekuppiin puhkeaa virtuaalisia kukkia. Näköaistin lisäksi kävijä voi saada myös maku- ja hajunautintoja ja lämmikettä kehoonsa. Museon interaktiiviset ja kineettiset teokset tuovat mieleen värikkään seikkailupuiston. Suuren museon teokset imaisevat sisäänsä ja luovat elämyksiä kävijöille. Immersiiviset teokset on suunniteltu jatkumaan ja sulautumaan toisiinsa. Museo on suunniteltu esittelemään pysyvästi digitaalista taidetta ja se on rakennettu teknologia edellä. Museon töihin tulee suhtautua eri tavoin kuin perinteiseen taidemuseoon, sillä kävijöille tarjotaan immersiiivisyyden kokemista.<sup>39</sup>

Osa teamLab-kollektiivin teoksista tuo mieleen japanilaisen Yayoi Kusaman työt, joissa käytetään etenkin peilejä ja lampuja luomaan illuusio loputtomasta tilasta. TeamLab on omissa valoteoksissaan lisännyt interaktiivisuutta siten, että lamput resonoivat kävijöiden lämpötilaan ja liikkeisiin.

Kusama on saanut oman museon Tokioon vuonna 2017, vuosi ennen digitaalisen museon avautumista. Helsingissä oli 7.10.2016 - 22.1.2017 Kusaman retrospektiivinen näyttely HAM:ssa.<sup>40</sup> In infinity -näyttelyssä oli suuria installaatiota ja tiloja, joissa hyödynnettiin peilejä ja vettä, esillä oli myös video- ja tekstiilitaidetta sekä veistoksia. Tennispalatsin alakerran erilliseen galleriatilaan oli rakennettu

---

<sup>39</sup> Bouwers 2018.

<sup>40</sup> HAM-verkkosivut.

interaktiivinen häivytyshuone, joka muuttui alkupäivien valkoisesta tilasta pointillistiseksi eriväristen kävijätarrojen avulla, joita ihmiset lisäsivät tilaan. Teoksiin pystyi uppoutumaan, niiden sisään pääsi kulkemaan ja olemaan osa teosta. Immersiivisyys rakentui tilaan peileillä, valoilla ja optisilla harhoilla.



Kuva 2: Kusama: Peilihuone/Kurpitsa (HAM)

Kusaman näyttely oli Suomessa ensimmäinen laajasti ”somejulkisuutta” kerännyt ja hyödyntänyt näyttely. Kusaman ja teamLab:n näyttelyissä on nähtävissä yhtymäkohtia, vaikka sisällöt erosivat toisistaan. Molemmissa näyttelyissä kävijät pääsivät uppoutumaan osaksi interaktiivisia taideteoksia, jotka oli rakennettu näyttelytilaan. Jokainen kävijä toki kokee eri tavoin audiovisuaaliset ja multisensoriset teokset ja niiden sisällön.

#### 4. TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Pro gradu -tutkielmani on laadullinen tapaustutkimus. Perehdyn yhteen museoon, Amos Rexiin, sen yleisötyöhön ja Massless-avajaisnäyttelyn kokemuksellisuuteen ja immersiiivisyyden tarkasteluun. Hyödynnän erilaisia tutkimusmenetelmiä ja yhdistelen niitä toisiinsa. Valitsin aiheen, koska vielä rakenteilla oleva, maanalainen Amos Rex vaikutti kiinnostavalta ja tuoreelta tutkimuskohteelta. Tavoitteena on tuottaa uutta tietoa kohteesta, jota ei ole vielä ehditty tutkimaan läpikotaisin.

Tutkielmassani hyödynnän haastattelua, kävijäkyselyitä, havainnointia, kuvallisia sekä painettuja lähteitä. Haastattelututkimus on paljon käytetty tutkimusmetodi etenkin humanistisella ja kasvatustieteellisellä alalla. Päädyin haastattelututkimukseen, sillä koen, että vuorovaikutuksellinen kohtaaminen museoammattilaisen kanssa on paras keino saada vastauksia tutkimuskysymyksiin. Yhdistelemällä ja analysoimalla erilaisia aineistoja, kuten kävijäkyselyn aineistoa ja mediakirjoituksia, tavoittelen lopputulosta, jossa olen tuottanut uutta tietoa ja saanut vastauksia tutkimuskysymyksiini. Tutkimusprosessi saattaa kuljettaa minua myös yllättäviin suuntiin ja juuri se tekeekin tutkimustyöstä kiehtovaa.

#### 4.1. Tutkimusmenetelmät

Tutkimusstrategialtaan tutkielmani on laadullinen tapaustutkimus. Keskityn yhden museon näyttelyilmiöön ja sen kokemuksellisuuteen erilaisten menetelmien ja aineistojen kautta. Koska tutkin kokemuksellisuutta ja pyrin ymmärtämään syitä ja merkityksiä niiden takana, tutkielman voi nähdä metodiltaan fenomenologis-hermeneuttiseksi.

Fenomenologisen ja hermeneuttisen tutkimuksen metodikysymykset kietoutuvat taustalla oleviin filosofisluonteisiin olettamuksiin. Metodilla voidaan tarkoittaa ajattelutapaa ja tutkimusotetta, ei välttämättä pelkästään aineiston käsittelytapaa. Fenomenologiassa kokemus käsitetään laajasti ihmisen kokemuksellisuutena suhteena omaan todellisuuteensa, maailmaan, jossa hän elää. Ihmisen suhde maailmaan on vahvasti intentionaalinen, kokemuksilla on merkityksensä. Hermeneuttinen tutkimus kohdistuu ihmisten välisen kommunikaation maailmaan. Merkityksiä voidaan lähestyä ymmärtämällä ja tulkitsemalla.<sup>41</sup>

Tapaustutkimukseni rakentuu useista elementeistä, mutta pohdiskeleva ote sekä tulkinnallinen analyysi ovat vahvasti työssäni esillä. Laadullisen aineiston käsittelyssä on useita vaiheita. Analyysin avulla kuvailen, erittelen, luokittelen, rakennan yhteyksiä ja lopuksi esittelen tutkimusaiheeni lopputulokset ja johtopäätökset. Aineiston

---

<sup>41</sup> Laine 2007, 30-33.

analyysi perustuu pääasiassa induktiiviseen päättelyyn, joka on aineistolähtöistä. Hyödynnän työssäni aiempia tutkimuksia ja kirjoituksia immersiiivisistä näyttelyistä, museon yleisötyöstä sekä museon kävijä- ja tilakokemuksista. Tutkimusmenetelmiä ovat haastattelun ja kävijäkyselyiden toteuttaminen sekä oma havainnointi tutkimusympäristössä eli Massless-näyttelyssä. On hyvä muistaa, että tutkimus on aina sidoksissa kontekstiinsa: aikaan, paikkaan ja kulttuuriin.<sup>42</sup>

## 4.2. Tutkimusaineisto

Tutkimuksen pääpaino on museon yleisötyössä ja immersiiivisen taiteen kokemuksellisuudessa. Aineistoni koostuu museoalan kirjallisuudesta, media-aineistosta, haastattelusta, kävijäkyselyistä sekä omista havainnoinneista.

Alkuvuodesta 2018 mediassa lisääntyi kirjoittelu elokuussa 2018 avautuvasta Amos Rexistä. Toki mediassa seurattiin vuosien ajan museon rakentamisvaiheita, mutta avajaisten lähestyessä keväällä 2018, paljastettiin näyttelysisältöä ja museon sisätilojen kuvia. Museon avautumista seurattiin myös kansainvälisessä lehdistössä ja verkkojulkaisuissa. Hyödyntämäni media-aineisto on pääasiassa vuosien 2018 - 2019 väliltä, jolloin näyttely oli ajankohtainen. Helsingin Sanomien, Ylen ja kansainvälisten verkkojulkaisujen avulla saan tutkimukseeni erilaisia näkökulmia. Amos Rexin avauduttua elokuussa 2018, sain lisää materiaalia uuden museon kotisivuilta. Tosin näyttelyn päätyttyä sivuilta oli poistunut suurin osa Massless-näyttelyn teksteistä. Museon lehdistömateriaaleista löysin valokuvia näyttelystä. Muut valokuvat ovat JKMM-arkkitehtitoimiston, teamLab-kollektiivin, TimeOut-verkkojulkaisun ja Helsingin kaupunginmuseo HAM:n verkkosivuilta. Kuvamateriaali on kerätty vuosien 2018-2019 aikana.

Painetuista ja digitaalisista lähteistä hyödynnän kirjoituksia immersiiivisestä taiteesta ja museon yleisötyöstä. Museoalan kirjallisuutta löysin hyvin, mutta tematiikka kirjoissa ei vastannut työni sisältöä. Immersiivinen taide (kuvataiteessa) on melko tuore käsite, joten siksi aineistoa löytyi todennäköisesti niukemmin kuin olin ajatellut.

---

<sup>42</sup> Hirsjärvi & Hurme 2001, 136, 146.



Sanomalehtikirjoituksia Amos Rexistä ja Massless-näyttelystä olen kerännyt pääasiassa kotimaisista sanomalehdistä. Suurin osa media-aineistosta on Helsingin Sanomista ja Ylen uutisista. Immersiivisestä taiteesta ja digitaalisen museon kävijäkokemuksista olen löytänyt aineistoa myös ulkomaisista verkkojulkaisuista. Kirjoituksissa käsitellään näyttelykriitiikin ohella immersiiivisyyden kokemusta, Amos Rexin museota ja wau-arkkitehtuuria. Myös uusi teknologia, digitaalinen taide sekä teamLab-kollektiivi ovat merkittävässä roolissa.

Yksi tutkimusaineiston osuus on Amos Rexin yleisöpalvelupäällikkö Elsa Hesslen haastattelu (10.1.2019). Haastattelu käsitteli yleisötyön sisältöä ja Massless-näyttelyn kokemuksellisuutta ja palveluita. Haastattelukysymykset ovat työn lopussa liitteenä (liite 1). Hieman yli tunnin pituinen haastattelu nauhoitettiin ja litteroitiin.<sup>43</sup> Haastattelu oli luonteeltaan puolistrukturoitu teemahaastattelu. Teemahaastattelu soveltuu hyvin tutkimukseen, jossa pyritään saamaan vastauksia vain yhdeltä tai muutamalta henkilöltä. Teemahaastattelussa kysymykset ovat valmiina, mutta avoimen ja keskustelevan haastattelutilanteen aikana kysymysten muotoilu ja järjestys saattavat muuttua. Teemahaastattelu voi olla myös kerronnallinen haastattelu, sillä haastattelun kohteena on haastateltavan lisäksi kävijöiden kertomukset näyttelykokemuksista.<sup>44</sup>

Kävijäkyselyt otin mukaan tutkielman teon loppuvaiheessa, huhtikuussa 2019, jotta sain monipuolisia näkökulmia kävijäkokemuksista. Koska Massless-näyttely sai paljon some-näkynyttä ja sen kirjoitettiin olleen Suomen ensimmäinen todellinen ”some-näyttely”, myös kävijäkokemusaineisto oli luonteva kerätä sosiaalisen median kautta. Halusin myös nähdä, millainen voima sosiaalisella medialla on tutkimusaineiston keräämisessä. Valitsin kanavaksi *Facebookin*, sillä toivoin tavoittavani sen kautta heterogeenisen kävijäjoukon. Valitsin Facebookin *Näyttelysuosituksia*-ryhmän<sup>45</sup>, sillä sen jäsenmäärä on suuri, yli 10 000<sup>46</sup> jäsentä, eri puolilta Suomea. Ryhmän jäsenet ovat kulttuuriorientoituneita ja käyvät vapaa-

---

<sup>43</sup> Tallenne tekijällä.

<sup>44</sup> Tiittula & Ruusuvoori 2009, 11-12.

<sup>45</sup> Näyttelysuosituksia-Facebook -ryhmän esittelyteksti: ”Näyttelysuosituksia-ryhmän idea perustuu pohdinnalle siitä, kuinka viidakkorumpu toimii potentiaalisen kuvataidenäyttely-yleisön keskuudessa ja kuinka paljon näyttelyiden yleisövirrat ohjautuvat median suosituksien pohjalta. Ryhmän tarkoituksena on nähtyjen ja koettujen näyttelykokemusten jakaminen muiden kanssa. Ryhmä on avoin myös yleiselle taidekeskustelulle.”

<sup>46</sup> Näyttelysuosituksia-Facebook -ryhmässä oli 10 274 jäsentä (29.4. 2019).

aikanaan (ja vapaaehtoisesti) taidenäyttelyissä. Valitsin ryhmän, koska uskoin tavoittavani nopeasti näyttelyssä käyneet ja aiheesta kiinnostuneet kommentoijat. Kysymykset Massless-näyttelystä ovat työn lopussa liitteinä (liitteet kaksi ja kolme).

#### 4.3. Aineiston keruu

Aloitin aineiston keräämisen alkuvuodesta 2018, jolloin vanhan Amos Andersonin taidemuseon kotisivut olivat vielä käytössä (en päässyt sittemmin suljetuille kotisivuille enää loppuvuodesta 2018). Löysin sivuilta tietoa tulevasta Amos Rex - museosta. Sivulla kerrottiin, että kyseessä tulee olemaan uudenlainen museo, taiteelle omistettu tila, johon on helppo tulla ja jossa on mukavaa olla, joka muuntautuu moneksi, joka on avoin kokeiluille ja uudennlaisille yhteistyömuodoille. Silloisten kotisivujen mukaan Amos Rexin tärkeimpänä kohderyhmänä on nuoriso ja toiminnan perusajatuksena on lähestyttävyyys ja yleisötyö.<sup>47</sup>

Päätin jo alkuvaiheessa kerätä osan aineistosta lehtikirjoituksista, koska olin seurannut museon valmistumista ja siihen liittyvää kommentointia. Lasipalatsin muutos ja monivuotinen rakentaminen sai mediassa palstatilaa. Kun tutkimusaineistoa kerääntyi ja pohdiskelin pidemmälle työn tavoitteita ja omia kiinnostuksen kohteita, oivalsin, että olin ajautunut kohti immersiiivisyyttä.

Koska halusin saada lisää tietoa osallistavasta ja upottavasta taidekokemuksesta sekä paneutua museon toimintaan, otin yhteyttä Amos Rexin yleisötyön päällikköön Elsa Hessleen. Sovimme haastattelun tammikuun 2019 alkuun. Lähetin kysymykset ja taustatietoa tutkimuksesta etukäteen Hesslelle, jotta hän ehti tutustua niihin ennen tapaamista. Hesslen haastattelusta sain relevanttia aineistoa kävijäkokemuksista, immersiiivisen taiteen vaikutuksista sekä uuden museon yleisötyöstä ja palveluista. Pystyin myös muokkaamaan kysymyksiä haastattelutilanteessa sekä esittämään täydentäviä lisäkysymyksiä tai huomioita tarpeen vaatiessa.

---

<sup>47</sup> Amos Andersonin taidemuseon verkkosivut.

Kävin Massless-näyttelyssä kolme kertaa, alkuvaiheessa ja näyttelyn lopulla kaksi kertaa. Jokainen kerta oli erilainen näyttelykokemus. Tunnelmaan vaikutti etenkin ihmisten määrä. Viimeisellä kerralla museo oli ääriään myöten täynnä ihmisiä, sillä näyttely oli auki enää kaksi päivää. Jonossa vierähti neljä tuntia talvipakkasessa seisten. Valokuvasin jokaisella käynnillä museossa sekä itse tilaa että näyttelyn teoksia. Kuvat toimivat myös kirjoitusprosessissa muistin apuna ja inspiraationa. Tutkielmaan valitsin hyvälaatuiset kuvat Amos Rexin ja teamLab:n kotisivuilta.

Koska näkökulmani muuttui kirjoitusprosessin aikana yleisötyön tarkastelusta myös immersiiivisyyden kokemiseen, keräsin anonyymiä kävijäkyselyä aineiston tueksi. Päätin kerätä aineistoa sosiaalisessa mediassa siksi, että se mielestäni sopi tutkielmani aiheeseen. Olihan Massless-näyttely hyötynyt mediasta valtavasti. Näyttelyssä käyneet vastaajat löytyivät Facebookin kautta nopeasti. Sain lyhyessä ajassa kerättyä omaan työhöni sopivan otannan vastauksia. Samalla sain kokea sosiaalisen median voiman ja mahdollisuudet tiedonkeruussa. Käytän vastaajista yleisnimitystä mies tai nainen, numeroituna sulkeisiin vastausjärjestyksen mukaan.

Laadin kaksi erilaista kyselyä Facebookin Näyttelysuosituksia-ryhmään huhtikuussa 2019. Löysin Facebookista valmiin kyselypohjan, jota hyödynsin. Tein ryhmään julkaisun (24.-25.4.2019), jossa kerroin tutkielmani tavoitteista ja pyysin näyttelyssä käyneiltä kommentteja, kritiikkiä tai ajatuksia immersiiivisyyden kokemuksista Amos Rexin Massless-näyttelystä. Lyhyeen kyselyyn (liite kaksi) vastasi 15 ihmistä (seitsemän miestä, kahdeksan naista) kahden päivän aikana. Kysely ei onnistunut suunnitelmieni mukaan, sillä se ei näkynyt vastaajille samoin kuin minulle, kyselyn laatijalle. Kyselyyn vastaajilla ei ollut mahdollisuutta kirjoittaa vapaasti vastauksia. Heille avautui vain kyllä-ei -näkökulma. Kun huomasin tämän, tein uuden kyselyn, jonka jaoin samassa Näyttelysuosituksia-ryhmässä.

Toinen tekemäni kysely (liite kolme) oli auki 24.-27.4.2019 ja mahdollisti vapaamuotoiset vastaukset. Moni kirjoittikin monipuolisesti näyttelykokemuksistaan. Pyysin vastaukset suoraan sähköpostiin tai yksityisviestillä Facebookin viestipalvelu Messengeriin. Keräsin vastauksia neljä päivää, mutta ensimmäisinä päivinä sain eniten vastauksia. Kyselyyn, jossa oli kuusi kysymystä, vastasi kymmenen ihmistä (viisi naista, viisi miestä). Koska molempien kyselyiden viisi ensimmäistä kysymystä

olivat sisällöltään samankaltaisia, vertailen vastauksia toisiinsa. Muutamassa päivässä sain riittävän määrän kyselyihin vastanneita, yhteensä 25 vastaajaa (kahteen kyselyyn vastasi 13 naista ja 12 miestä). Tavoitteena oli saada kävijäkyselyn avulla erilaisia näkökulmia immersiiivisyyden ja digitaalisen taiteen kokemiseen.

Osa kävijäkyselyyn vastanneista kirjoitti minulle sähköpostia ja kertoi laveasti kokemuksistaan. Sain yhdeltä jopa monisivuisen oppimispäiväkirjan museoiden näyttelykokemuksista. Henkilökohtaiset vastaukset olivat pääasiassa positiivisia. Osa vastaajista kommentoi Massless-näyttelykokemuksiaan myös suoraan Näyttelysuosituksia-Facebook -sivustolle. Näistä some-kommenteista suurin osa oli negatiivisia huomioita tai kritiikkiä koskien museorakennusta tai itse näyttelysisältöä ja tekniikkaa. Hyödynnän myös näiden vastaajien kommentteja työssäni, mutta en ole laskenut heitä edellä mainittujen kyselyiden vastaajiksi, sillä he eivät suoraan vastanneet kysymyksiin.

Syy lyhytaikaiseen, ensimmäiseen kyllä-ei -kyselyyn (kaksi vuorokautta) oli Näyttelysuosituksia-ryhmän yhden ylläpitäjän lähettämä sähköposti, jossa hän toivoi minun poistavan kyselyn. Syynä oli ylläpitäjän mukaan se, että vastaajien nimet näkyivät kaikille. Pyyntö hieman ihmetytti, sillä mitään salaista kyllä-ei -vastauksissa ei ollut. Lisäksi kyselyyn osallistuminen oli vapaaehtoista. Poistin pyynnön jälkeen julkaisun, olin saanut jo riittävän otoksen vastaajia. Sosiaalisessa mediassa, kuten Facebookissa, jo pari päivää vanhat ilmoitukset hautautuvat usein uudempien päivitysten alle. Näin kävi oman havainnointini mukaan myös tässä tapauksessa. Ensimmäisenä päivänä sain eniten vastauksia, toisena päivänä enää muutamia.

## 5. AMOS REX – MUSEOTOIMINTA LASIPALATSISSA JA MAAN ALLA

Uusi taidemuseo Amos Rex avautui yleisölle 30.8.2018 Massless-näyttelyllä. Sitä edeltänyt Amos Andersonin museo oli toiminnassa Yrjönkadulla vuosina 1965-2017. Tekniikaltaan vanhanaikainen ja ahtaaksi käynyt museo suljettiin rakenteilla olevan Amos Rexin vuoksi vuonna 2017. Vanhan Amos Andersonin kotimuseon on

suunniteltu avautuvan remontin jälkeen vuonna 2020.<sup>48</sup>

Suomenruotsalainen liikemies Amos Anderson (1878-1961) perusti vuonna 1940 Föreningen Konstsamfundetin, jolle testamenttasi omaisuutensa. Konstsamfundet ylläpitää Andersonin testamentin mukaisesti museotoimintaa. Yhdistys vastasi kokonaan Amos Rexin rakentamiskuluista, jotka olivat 50 miljoonaa euroa. Yhdistys jakaa myös stipendejä taiteen, journalistiikan ja ammattikoulutuksen aloilla.<sup>49</sup>

Amos Rex rakennettiin Lasipalatsin kiinteistöön<sup>50</sup> ja Lasipalatsiin kuuluvan aukion alle. Lasipalatsi on vuonna 1936 valmistunut funkisrakennus, jonka suunnittelivat nuoret arkkitehtipiskelijät Viljo Revell, Niilo Kokko ja Heimo Riihimäki. Alun perin väliaikaiseksi suunniteltu Lasipalatsi on kokenut vuosikymmenten aikana kaupunkikuvan muutoksen ympärillään.<sup>51</sup> Rakennus suojeltiin Museoviraston toimesta monien rappiovuosikymmenten ja purku-uhan jälkeen vuonna 1998, jolloin se myös peruskorjattiin ensimmäisen kerran.

Lasipalatsi entisöitiin kokonaan alkuperäiseen asuunsa museon rakennustöiden yhteydessä 2016-2018. Vaikka Lasipalatsin ja Amos Rexin rakentamisen välissä on 82 vuotta, uusi arkkitehtuuri yhdistyy luontevasti vanhaan. Toisaalta Amos Rexin maanalainen museomaailma on fyysisesti erillään Lasipalatsin maanpäällisestä osasta. Museo on saanut keskeisen sijainnin lisäksi ainutlaatuisen funkis-arkkitehtuurikohteen museotoiminnalleen.

## 5.1. Arkkitehtuuri osana museokokemusta

Museot pyrkivät erottautumaan nykyään omannäköisiksi taideteoksiksi. Marja-Liisa Rönkkö vertaa uusia museorakennuksia jättiläisveistoksiksi. Toisaalta museorakennukset lainaavat usein klassisen antiikin tai keskiajan arkkitehtuurista ja yksityiskohdista. Esimerkkinä Rönkkö käyttää nykytaiteen museo Kiasmaa, jossa voi

---

<sup>48</sup> Tiikkaja 2018.

<sup>49</sup> Amos Rex -verkkosivut: Amos Anderson.

<sup>50</sup> Lasipalatsin historia -verkkosivut.

<sup>51</sup> Makkonen 2012, 62-63.

nähdä perinteisiä arkkitehtuurin elementtejä: juhlat nousut, huonesarjat, holvikaaret, kierreportaat, parvekkeet ja kattoikkunat, niin sanotut ”rusetti-ikkunat”.<sup>52</sup>

Kiinnostus tavallisuudesta poikkeavaa arkkitehtuuria kohtaan on ymmärrettävää. Harvoin taidemuseoita on rakennettu kokonaan maan alle. Suomessa toimi vuosina 1983-2012 Taidekeskus Retretti, jonka näyttelytilat oli louhittu luolastoon. Punkaharjulla sijainneen taidekeskuksen luolastossa oli lähes 4000 neliometriä näyttelytilaa.<sup>53</sup> Pariisissa sijaitseva Louvre on rakennettu myös osittain maan alle. Näyttelytiloja on useassa tasossa, myös maan päällä, vanhassa kuninkaallisessa palatsissa. Näyttelytiloja on yhteensä 58 000 neliometriä. Louvren linnanpihan aukiolle valmistui laajennustöiden yhteydessä vuonna 1989 pääsisäänkäynti, arkkitehti I.M. Pein suunnittelema lasipyramidi La Pyramide.<sup>54</sup> Museon lipunmyynti ja aula on sijoitettu maan alle, josta on näkymä lasipyramidin kautta ulos. Vaikutelma on hieman Amos Rexin kaltainen – aukio, jonka keskellä on ikoniseksi muodostunut lasipyramidi. Se myös toimii siteenä ulkomaailmaan ja toimii ikkunana alakerran museoon.

Jo ennen avaamistaan Amos Rex huomioitiin kansainvälisessä mediassa. Uudesta museosta kirjoitettiin muun muassa The New York Timesin<sup>55</sup> ja The Guardianin<sup>56</sup> sivuilla vuonna 2018. Arkkitehtuuriin ja muotoiluun keskittyvä Dezeen-verkkosivusto valitsi Amos Rexin kymmenen maailman kiinnostavimman uuden museorakennuksen joukkoon vuonna 2018.<sup>57</sup> BBC:n toimittaja Jonathan Glancey listasi kahdeksan kiinnostavaa ja innovatiivista rakennusta ympäri maailmaa vuonna 2018. Amos Rex oli yksi kohteista.<sup>58</sup> Amos Rexin viestintäpäällikkö Timo Riitamaan mukaan syyskuussa 2018, kuukausi avaamisen jälkeen, museolle oli kertynyt yli 400 sivua lehtileikkeitä ulkomaisista lehdistä, joissa kirjoitettiin Amos Rexistä.<sup>59</sup>

---

<sup>52</sup> Rönkkö 2007, 256-257.

<sup>53</sup> Lempinen-Vesa 2017.

<sup>54</sup> Paris City Vision -verkkosivut.

<sup>55</sup> Siegal 2018.

<sup>56</sup> Wainwright 2018.

<sup>57</sup> Cogley 2018.

<sup>58</sup> Erma, 2018.

<sup>59</sup> Kallionpää 2018.

Amos Rex voitti myös Vuoden Betonirakenne -palkinnon vuonna 2018. Kilpailun järjestää vuosittain Betoniteollisuus ry.<sup>60</sup> Museon ainutkertainen arkkitehtuuri ja betonin monipuolinen käyttö on tuonut rakennukselle paljon huomiota. Amos Rex kiinnostaa toki uutena kohteena, mutta kiinnostus ei ole vain seinien sisällä, näyttelyissä, vaan yhtä lailla innovatiivisessa arkkitehtuurissa.

Amos Rex ja Lasipalatsin peruskorjaus sai Helsingin kaupungin myöntämän Rakentamisen Ruusu 2018 -palkinnon. Helsingin kaupunkiympäristölautakunnan ympäristö- ja lupajaosto palkitsee vuosittain ajankohtaisen ja erityisen laadukkaan rakennettuun ympäristöön liittyvän kohteen.<sup>61</sup> Palkintokriteereissä mainitaan, että kohteen tulee edistää ekologista, sosiaalisesti ja kulttuurisesti kestäväää kehitystä. Palkinnon perusteluissa kuvataan ”*Amos Rexin luoneen kulttimaineessa olevan Lasipalatsin yhteyteen kansainvälisen tason taidemuseon sekä rohkean kaupunkiaukion.*”<sup>62</sup>

Amos Rexin arkkitehtuurissa on havaittavissa klassisia elementtejä. Museoon laskeudutaan avaria, hieman kierteellä olevia leveitä portaita. Näyttelysalien kupolikatot ovat korkealla, joista luonnonvalo pääsee kattoikkunoiden kautta saleihin. Huonesarjat on korvattu peräkkäisillä näyttelysaleilla, joita voi kiertää ”sarjana”. Maan alla olevassa museossa ei ole parvekkeita, mutta Amos Rexin hallinnassa olevan elokuvateatterin Bio Rexin aulassa on pitkä yläparvi kierreportaineen. Toisessa kerroksessa on myös suuri kattoterassi, jonne pääsee Bio Rexin aulasta.

Museon näyttelytilat eivät noudata perinteistä kaavaa. Ala-aulasta pääsee näyttelytiloihin, jotka ovat muunneltavissa melko vapaasti.

Taidemuseon ytimen muodostavasta suuresta näyttelysalista on suunniteltu moneen muuttuva ja Suomessa ainutlaatuinen tila uusille ja myös tuleville taidevirtauksille.

Museonjohtaja Kartion mukaan tila suunniteltiin tulevaisuuden näkökulmasta:

*”Emmehän me tiedä, mitä tulevaisuuden kuvataiteessa tulee tapahtumaan. Siksi teimme tilan, jossa voidaan tekniikan keinoin luoda kokonaisvaltaisia elämyksiä.”*<sup>63</sup>

---

<sup>60</sup> Koivisto 2018.

<sup>61</sup> Salmi 2018.

<sup>62</sup> Helsingin kaupunki -verkkosivut.

<sup>63</sup> Tiikkaja 2018.

Avarat ja korkeat näyttelysalit mahdollistavat suurikokoisten teosten tuonnin näyttelyyn. Myös teknologiaan on panostettu, jotta museo voi esitellä tulevaisuudessa digitaalisuutta hyödyntäviä teoskokonaisuuksia.

Arkkitehtuurilla on suuri merkitys tilan kokemisessa ja tilan haltuunotossa. Näyttelysaleilta ja -tekniikalta vaaditaan muuntautumiskykyä. Pelkkä teosten esillepano ei riitä museotoiminnassa. Museot esittelevät yhä enemmän digitaalista taidetta ja installaatiota, jotka edellyttävät tilan muunneltavuutta ja avaruutta.

## 5.2. Vanhan ja uuden yhdistäminen museon rakentamisessa

Amos Rex ei tarvinnut ulkopuolisia rahoittajia, sillä rahat saatiin toimitusjohtaja Kaj-Gustaf Berghin mukaan Konstsamfundetin sijoitustoiminnasta. Uuden museon myötä muuttuivat myös Lasipalatsin omistusjärjestelyt. Helsingin kaupunki lahjoitti puolet Lasipalatsista yhdistykselle. Vastineeksi Konstsamfundet maksoi kaupungin omistaman osan remonttikuluja viisi miljoonaa euroa. Berghin mukaan uusi museo on yhdistyksen historian suurin investointi. Museon kiinteät kustannukset tulevat olemaan rakentamiskustannusten lisäksi ainakin kaksi miljoonaa euroa vuodessa. Konstsamfundetin toimitusjohtajan mukaan idea Lasipalatsiin rakennettavasta taidemuseosta oli hänen. Alkuperäinen idea, jossa museo olisi toiminut Lasipalatsissa ei toiminut, sillä rakennuksen ikkunat olivat liian suuret ja museolle sopivan lämpötilan ja kosteuden ylläpitäminen olisi ollut mahdotonta. Kun idea museon siirtämisestä funkisrakennukseen oli kaatumassa, museonjohtaja Kai Kartio ehdotti, että taidemuseon voisi rakentaa maan alle. *"Hämmästyttävää kyllä, sieltä löytyi tyhjää tilaa."* <sup>64</sup>

Helsingiläinen JKMM-arkkitehtitoimisto<sup>65</sup> vastasi uuden museon suunnittelusta, joka aloitettiin tammikuussa 2013. Näyttely- ja työtilat suunniteltiin maan alle. Rakentaminen aloitettiin tammikuussa 2016. Suunnittelu- ja rakennustyöt veivät yhteensä viisi vuotta. Lasipalatsin aukion alle louhittiin 2170 neliometriä näyttelytilaa sekä muita museon tiloja, joita on yhteensä yli 6000 neliometriä kahdessa

---

<sup>64</sup> Lehti 2016.

<sup>65</sup> JKMM-verkkosivut.



maalaisessa kerroksessa. Alempi maanalainen kerros ei ole yleisölle avoinna, sinne on sijoitettu muun muassa museon tekniset tilat, varasto-, logistiikka- ja työtilat sekä ilmanvaihtokoneet. Lasipalatsin aukio oli haasteellinen rakennuskohde, sillä maan alla kulkevat myös metrolinjat ja monenlaista kaupunki-infrastruktuuria. Katutason liiketiloihin muokattiin remontin yhteydessä Amos Rexin lipunmyynti ja museokauppa.<sup>66</sup> Lasipalatsiin kuuluva elokuvateatteri Bio Rex entisöitiin ja sen tekniikka uudistettiin remontin yhteydessä. Bio Rex kuuluu Amos Rexin hallintaan, mutta sen toiminnasta vastaa Korjaamo Kino. 554-paikkaista salia vuokrataan yksityistilaisuuksiin ja siellä järjestetään erilaisia teemanäytöksiä ja elokuvafestivaalien erikoisnäytöksiä.<sup>67</sup>

Koska uusi museo on sijoitettu Lasipalatsin alle, saattaa se olla monille kävijöille erikoinen museokokemus. Museon aikaansaama muutos on konkreettinen, etenkin niiden kävijöiden osalta, jotka ovat käyttäneet vanhaa Lasipalatsia ja sen toimintoja ennen remonttia. Lasipalatsi on ollut kaupunkikuvassa jo yli 80 vuotta, ja monet muistavat sen aiemmat toimijat ja pienten liiketilojen interiöörit. Katutason aulassa on nykyään museon lippumyymälä. Alun perin aulakerroksessa myytiin yläkerrassa toimivan elokuvateatteri Bio Rexin lippuja ja myöhemmin siinä toimi lippupalvelupiste. Nykyisen museokaupan tilalla oli monta pientä liiketilaa, jotka yhdistettiin remontissa avaraksi ja valoisaksi museomyymäläksi.

Lasipalatsi näyttäytyy ulospäin matalana ja horisontaalisena funkisrakennuksena. L-muotoisena rakennuksena se sulautuu keskustan korkeiden rakennusten ympärille esteettisillä yksityiskohdilla ja hallituilla mittasuhteilla. Lasipalatsista ei uskoisi ulospäin, miten laajat museaaliset näyttelytilat Amos Rex kätkee sisäänsä, maan alla.

---

<sup>66</sup> Marttinen, 2017.

<sup>67</sup> Amos Rex -verkkosivut: Bio Rex.



Kuva 3: Lasipalatsi (Amos Rex)

### 5.3. Näyttelysalit betonikumpujen alla

Tuntumaa museon mittasuhteista ja kattorakenteista saa, kun kävelee Lasipalatsin aukiolla, jossa kävijä kohtaa suuret kummut, jotka on päällystetty kulutusta kestäväillä väribetonikivillä. Kummut aaltoilevat aukiolla ja niiden huipuille on sijoitettu museon maanalaisiin näyttelysaleihin avautuvat pyöreät kattoikkunat.

Kummut ovat museon ainoa ulospäin näkyvä rakenteellinen uudisosa.

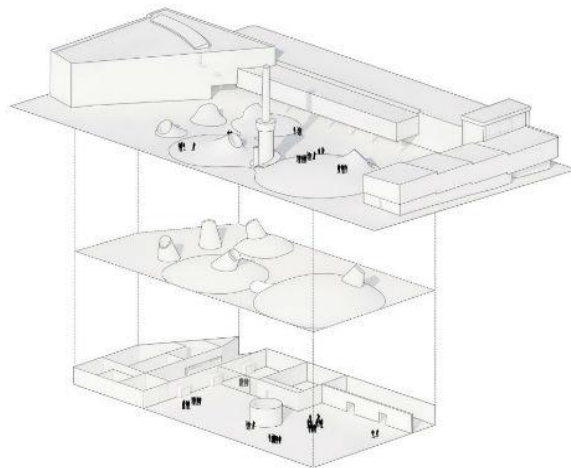
Mannerheimintien puolella Lasipalatsin julkisivussa on museon sisäänkäynti.

Katutason ikkunoista näkee myös museokauppaan. Lasipalatsin aukion kummut ovat museolle myös tärkeä imagollinen tekijä. Kumpujen keskellä kohoava alkuperäinen savupiippu kelloineen kunnostettiin remontissa. Savupiipulla on edelleen tärkeä funktio, se toimii museon ilmanvaihtokanavana ja samalla se on näkyvä maamerkki, ajannäyttävä ja opaste museoon tulijoille. Savupiipun huipulla on spiraalin muotoinen Amos Rex -logo.



Kuva 4: Lasipalatsin aukio (JKMM)

Arkkitehtitoimisto JKMM:n sivuilla on havainnollistava kuva Lasipalatsista ja maan alle rakennetusta museosta. Läpileikkauksesta käy ilmi, millaiset maanalaiset näyttelytilat ovat mittasuhteiltaan, sekä miten Lasipalatsin aukion kummut sijoittuvat museon näyttelysaleihin muodostaen sisällä korkeat kupolikatot.



Kuva 5: Läpileikkaus Amos Rexin näyttelytiloista (JKMM)

Lasipalatsin aukiolla on viisi erikokoista kumpua ja viisi kattoikkunaa, jotka tuovat luonnonvaloa museoon. Kaksi pienintä kumpua ja niiden ikkunat tuovat valoa ala-aulaan, kaksi isoa kumpua ovat suurten näyttelysalien päällä ja kolmas valaisee korkean taidepajatilan. Pääarkkitehti Asmo Jaaksin mukaan kupolimuodolla saa tehtyä laajoja yhtenäisiä tiloja. Ne ovat rakenteellisesti optimaalisia, sillä niissä yhdistyvät funktionaalisuus ja visuaalinen muoto. Kupolikatto mahdollistaa avarat ja joustavat näyttelytilat.<sup>68</sup> Tulevaisuudessa museo pystyy esittelemään suuria ja korkeutta vaativia teoksia, sillä huonekorkeus isoissa näyttelysaleissa on noin kymmenen metriä.

Suuret kummut yhdistävät Lasipalatsin aukion Amos Rexiin, koska ne ovat museon kattoa, ja kumpujen pyöreät ikkunat ovat samalla side ulkomaailmaan. Kummut voi ajatella myös museon maanalaisen ja maanpäällisen dialogina. Maanalainen näyttelytila ulottuu korkealle Lasipalatsin aukiolle korkeiden kupolikattojen ansiosta.

Uudistunut Lasipalatsin aukio houkutteli heti avauduttuaan paikalle ihmisiä. Kun rakennustyömaan aidat purettiin monen vuoden jälkeen elokuussa 2018, aukio täyttyi nopeasti ohikulkijoista, jotka tulivat kokeilemaan ja katsomaan kumpuja.

## 6. YLEISÖTYÖ MASSLESS-NÄYTTELYSSÄ

Yleisötyö on museoissa tapahtuvaa toimintaa, jonka tarkoituksena on lisätä saavutettavuutta.<sup>69</sup> Museot ovat asiantuntijaorganisaatioita, mutta samalla ne ovat myös palvelulaitoksia, joissa huomioidaan asiakaslähtöisyys. Museot tuottavat palveluita, jotka vastaavat kävijöiden tarpeita.<sup>70</sup> Museot kommunikoivat kävijöiden kanssa tarjoamalla vuorovaikutusta näyttelyiden ja palveluiden muodossa.

Amos Rexissä yleisötyön suunnittelu aloitettiin jo museon suunnittelu- ja rakennusvaiheessa. Hesslen mukaan suunnittelutyö alkoi vuonna 2015, jolloin mietittiin erilaisia kohderyhmiä ja kävijöiden muuttuvia tarpeita. Amos Rexin

---

<sup>68</sup> Parkkinen 2018.

<sup>69</sup> Museoliitto-verkkosivut.

<sup>70</sup> af Hällström 2011, 41.

yleisötyön suunnittelussa perehdyttiin kävijäprofiileihin ja palvelusisältöihin. Myös erilaisten kohderyhmien saavutettavuuteen kiinnitettiin Hesslen mukaan huomiota.

## 6.1. Kävijäpolkujen suunnittelu

Amos Rexissä tehtiin kävijäprofilointia jo ennen Massless-näyttelyn avautumista. Hesslen mukaan työryhmässä pohdittiin, millaisia odotuksia ja tavoitteita kävijöillä on, ja miten niihin vastataan. Amos Rex ei Hesslen mukaan luokittele kävijöitä vain ikäryhmien mukaan, vaan erilaiset kävijäryhmät segmentoidaan motiivien mukaan: mistä syystä kävijä haluaa tulla museoon ja mitä hän haluaa museovierailultaan. Museo suunnittelee erilaisille kävijäryhmille *kävijäpolkuja*, joiden toivotaan vastaavan kohderyhmien tarpeita. Hesslen mukaan segmentoinnin suunnittelussa voi kuitenkin tulla vastaan yllätyksiä, kun oikeat kävijät saapuvat näyttelyyn. Massless-näyttely oli vasta tunnustelutyötä uudessa museossa. Hesslen mukaan kävijät huomioidaan kaikilla osa-alueilla, kun näyttelytoimintaa suunnitellaan. Kävijöiden näkökulma kulkee läpileikkaavasti museotyön mukana. Hessle ja työtiimi aloittavat uuden näyttelyn suunnittelun kommentoimalla pohjapiirustuksia. Pohjapiirustuksissa on mukana teosjärjestys, jonka pohjalta mietitään näyttelytekstejä, kulkusuuntia ja opasteita. Suunnittelussa mietitään kävijäpolkuja, miten erilaiset kävijäryhmät voivat lähestyä näyttelyä.

Kävijäryhmät odottavat erilaisia palveluita ja sisältöjä. Hesslen mukaan suurta yhtenäistä yleisöä ei enää ole. On suuri fyysinen yleisö, joka on kerrallaan samassa paikassa, mutta kaikki kävijät kuuluvat johonkin erityisryhmään. Hesslen mukaan esimerkiksi koululuokka voi koostua monesta erilaisesta kävijästä. Osa ryhmästä janoaa lisää tietoa, osa on tullut pakotettuna mukaan. Hesslen tehtävänä on miettiä, miten näyttely toimii tai ei toimi, jos osa kävijöistä ei halua lukea tekstejä. Tai miten jonkin osuuden voi ohittaa luontevasti, jos jokin kokonaisuus ei kiinnosta kävijöitä.

Näyttelysuosion ennakoimattomuuteen vaikuttaa Hesslen mukaan osittain se, että kävijöillä on monia rooleja, kuten havainnoija, oppija, tekijä. Näyttely ei välttämättä kiinnosta tai puhuttele, vaikka kävijä sopisi ikänsä puolesta näyttelyyn, tai on ”oikeaa” kohderyhmää. Taidekokemus on aina yksilöllistä. Hesslen mukaan yllätyksiä tulee,

koska suunnittelussa tehdään ennakko-oletuksia. Kävijämotivaation taustaa ei kuitenkaan pystytä ennustamaan. Esimerkkinä Hessle kuvaa 50-vuotiasta naista, joka *”lähtökohtaisesti rakastaa kaikkea taidetta.”* Silti esimerkkikävijä ei välttämättä tule näyttelyyn.

Hesslen mukaan oli yllättävää, että monet kävijät tulivat museoon tietämättä mitä näyttelyä tulivat katsomaan. Motiivi museoon tulolle oli joillekin se, että haluttiin nähdä Lasipalatsi muutostöiden jälkeen ja toisaalta myös uusi museo vanhan rakennuksen sisällä kiinnosti. Osa kävijöistä halusi tulla ”nostalgiamatkalle” Lasipalatsiin, koska rakennus oli ollut suljettuna lähes kolme vuotta. Hesslen mukaan arkkitehtuuriorientoituneet kävijät kokivat itse näyttelyn vähemmän tärkeäksi. Monet halusivat kokea rakennuksen ja maanalaiset tilat.

Yleisötyöstä vastaavana Hessle pyrkii olemaan mahdollisimman paljon mukana näyttelysaleissa ja asiakaspalvelutehtävissä. Kävijöiden reaktiot yllättivät useasti museoammattilaisen. Kohtaamisten avulla kävijäpolkuja on mietitty entistä tarkemmin. Hesslen mukaan uusi museo koki myös haasteita ja ennakoimatonta yleisösuosiota, joka vaikutti oleellisesti yleisöpalvelujen tarjontaan ja muutoksiin.

## 6.2. Tarpeisiin vastaaminen

Hesslen mukaan monissa museoissa yleisötyö ja asiakaspalvelu on jaettu eri ihmisille (tai tiimeille). Amos Rexissä halutaan, että asiakaspalvelu on yleisötyötietoista ja siksi Hesslen vastuulla on sekä yleisötyö että asiakaspalvelu. Museo pyrkii siihen, että asioita katsotaan avoimesti, monista näkökulmista.

Amos Rexin yleisötyön tiimissä oli Massless-näyttelyn aikana 47 ihmistä. Hessle toimii yleisötyö- ja palvelutiimin esimiehenä. Tiimissä on freelance- ja keskusteluoppaita. Osa-aikaisia freelanceoppaita oli palkattu Massless-näyttelyyn 15. Keskusteluoppaat kiertelivät näyttelytiloissa ja opastivat kävijöitä. Hesslen mukaan keskusteluoppaiden työ vaikutti lähinnä utopistiselta. Massless-näyttelyn yleisötungos rajoitti työnkuvaa ja oppaat toimivat lähinnä liikenteen ohjaajina: *”Skannaa. Mene tuonne päin.”* Amos Rex ei ollut varautunut kävijämääriin, joka kasvatti museoon

päivittäin tuntien jonot. Kasvava kävijämäärä vaikutti siihen, että museo palkkasi ja koulutti lisää henkilökuntaa.

Vaikka kävijöitä oli paljon ja näyttelysaleissa oli tungosta, oppaiden työ on Hesslen mukaan kuitenkin todella tärkeää. Vuorovaikutus kävijöiden kanssa on aina merkityksellistä. Näyttelysali-keskustelujen ansiosta museo sai paljon suoraa palautetta, johon reagoitiin nopeasti. Esimerkiksi opasteita ja kylttejä lisättiin nopeasti tarpeen mukaan. Näyttelyssä työskenteli monia asiakaspalvelutiimiin kuuluvia, jotka olivat varsinaisten näyttelytilojen ulkopuolella. Keskusteluoppaita oli myös ylä- ja alaulassa, ohjaamassa ja neuvomassa ihmisiä. Oppaat erottuivat helposti kultaisten työtakkien ansiosta. Asiakaspalvelutiimiin kuuluu museokaupan työntekijöiden lisäksi kassa- ja naulakkohenkilökunta. Hesslen mukaan kaikille museon työntekijöille tarjotaan mahdollisimman paljon koulutusta ja perehdytystä myös näyttelyn sisältöihin. Museohenkilökunnalle korostetaan, että kaikki tekevät yleisötyötä. Henkilökunnan pitää osata vastata näyttelyyn liittyviin kysymyksiin ja opastaa kävijöitä, riippumatta missä työssä on museossa.

Museon sisäänpääsy aiheutti Hesslen mukaan heti alussa ongelmia. Sisään pääsi kolmea eri reittiä ja se lisäsi sekaannusta. Takaovi oli liikuntarajoitteisille ja lastenvaunujen kanssa tuleville. Osa kävijöistä tuli Lasipalatsin kahvilan ja museokaupan kautta jonottamatta. Pääsisäänkäynnillä eli etuovilla oli joka päivä jonottajia. Museossa reagoitiin nopeasti ongelmiin: *”Okei, nyt kaikki menee tuonne väärään paikkaan. Miten me saadaan ne sinne, minne pitäisi?”* Hesslen mukaan vanha rakennus on haastava monine reitteineen. Lisäksi museon yläkerrassa on elokuvateatteri Bio Rex, jonne täytyi myös suunnitella paremmat opasteet.

Massless-näyttelyn ongelmat ja asiakaspalautteet liittyivät usein yksityiskohtiin ja puutteellisiin opasteisiin tai näyttelysalien oviaukkoihin. Hessle myöntää, että kaikki opasteet eivät olleet kunnossa, kun museo avattiin. Vessat osoittautuivat osalle kävijöistä haastaviksi, sillä ne suunniteltiin unisex-tyylisiksi. Aluksi palautetta tuli etenkin vessakylttien symboliikasta, joka oli Hesslen mukaan *”kryptinen”*. Muutosten jälkeen palaute väheni. Hesslen mukaan palaute on koskenut lähinnä sitä, että *”naisoletetut haluaa mennä naisten puolelle.”* Parannetuilla opasteilla vähennettiin hämmennystä pisuaareista ja tehtiin valinta helpommaksi sukupuolen mukaan.

Tarkasta ennakkosuunnittelusta huolimatta näyttelyssä tulee aina yllätyksiä, joita ei ole osattu huomioida. Esimerkiksi jonosta tuli paljon palautetta. Talvella henkilökunta kävi jakamassa kuumia juomia jonottajille. Museokaupan ikkunassa oli myös viimeisinä aukioloviikkoina kannustusviestejä: *”Tsemppiä jonottamiseen, olet jo pitkällä!”* Ajanvarausjärjestelmää ja ennakkolippujen myyntiä mietittiin, kun Massless-näyttelyn suosio selvisi. Toteutuksesta kuitenkin luovuttiin, sillä museon kapasiteetti on suhteellisen pieni näyttelysaleissa. Museon tiedotus- ja markkinointipäällikkö Timo Riitamaan mukaan museo ei halunnut myydä näyttelyä etukäteen loppuun, koska monet kävijät eivät mieti etukäteen museokäyntiä juuri tietylle päivälle. Tällaisia kävijöitä ovat esimerkiksi lapset ja nuoret, jotka ovat museolle keskeinen kävijäryhmä. Museo halusi turvata myös turisteille ja muille satunnaiskävijöille pääsyn ilman ennakkolippuja.<sup>71</sup>

Museo tarjosi ryhmille etukäteen varattavia opastuksia ja taidepajatyöskentelyä aamupäivisin, kun museo oli vielä suljettu muilta kävijöiltä. Rajallisen yleisömäärän opastuksilla pystytään huomioimaan paremmin ryhmien erityistarpeita. Hesslen mukaan erityisesti iäkkäät kävijäryhmät varasivat myös paljon aikoja. Se oli yllättävää, sillä museo ei odottanut ennakkoon sellaista kiinnostusta ikäihmisten kohderyhmältä.

Arkkitehdit ja arkkitehtiopiskelijaryhmät olivat seniorien ohella selkeästi erottuva kävijäryhmä Massless-näyttelyssä. Heitä kiinnosti etupäässä uusi museorakennus, sen arkkitehtuuri ja materiaalivalinnat. Arkkitehdit varasivat paljon opastuksia, jossa pääsivät kiertämään talon eri kerroksia ja toimintoja yhdessä oppaan kanssa. Arkkitehdit eivät olleet museon ennakkoon segmentoituja kävijäryhmä, vaan Hesslen mukaan iloinen yllätys.

Matkanjärjestäjät ja erilaiset harrasteryhmät ja -kerhot varasivat myös paljon ryhmäopastuksia ja taidepajatilaa. Myös monet yritykset halusivat järjestää työhyvinvointipäiviä Amos Rexissä. Hesslen huomion mukaan Massless-näyttely houkutteli paljon sellaisia kävijäryhmiä, jotka eivät normaalisti käy museoissa.

---

<sup>71</sup> Kettunen 2019.



Maakunnista tuli bussilasteittain ryhmiä, jotka olivat varanneet opastuksen etukäteen. Hesslen mukaan matkanjärjestäjät olivat heränneet uuden museon tuloon. Kaikki tarjolla olevat opastukset varattiin loppuun nopeasti ”*monet olivat sormet nappuloilla*”. Tämä vaikutti myös siihen, että normaalit yleisöopastukset lauantaisin olivat aivan täynnä.

### 6.3. Erityiskohderyhmänä lapset ja nuoret

Museonjohtaja Kai Kartion mukaan yksi Amos Rexin erityiskohderyhmä on lapset ja nuoret. Museo aikoo profiloitua näyttelyillä, joissa on kokeilevaa ja teknisiä innovaatioita soveltavaa nykytaidetta. Kartion mukaan näyttelyissä esitellään visuaalista kulttuuria, joka ei rajoitu vain nykytaiteeseen. Museon tavoitteena on häivyttää taiteen ja visuaalisen kulttuurin väliset rajat.<sup>72</sup>

Museo tarjosi kouluryhmille opastuksia ja työpajatoimintaa, jossa keskusteltiin ja kokeiltiin taiteen tekemistä erilaisin tekniikoin. Keskeistä oppilaiden museokäynnille on, että se yhdistetään tavoitteelliseen oppimiseen. Taiteen avulla oppilaiden vuorovaikutustaidot voivat kehittyä, samoin ymmärrys kulttuuriympäristön monimuotoisuudesta ja tärkeydestä. Museossa oppiminen avaa uusia näkökulmia ja elämyksiä. Museot voivat myös tuottaa materiaalia koululle ja siten vahvistaa vuorovaikutuksellista taidekasvatusta.<sup>73</sup> Taidehistorioitsija Riikka Haapalaisen mukaan taide saa huomaamaan asioita, joita ei muuten arjessa huomaisi ja ajattelemaan ajatuksia, joita ei muutoin ajattelisi. Taide voi lisätä suvaitsevaisuutta, luovuutta ja innovaatioita ja voimakkaampaa osallisuutta yhteisiin asioihin. Taide on merkityksellistä myös yhteiskunnallisesti.<sup>74</sup>

Massless-näyttelyssä kävi paljon koulu- ja päiväkotiryhmiä. Monet opettajat olivat helpottuneita, että pystyivät tulemaan luokan kanssa aamuisin, kun museo oli

---

<sup>72</sup> Parkkinen 2018.

<sup>73</sup> Kinanen 2015, 16-17.

<sup>74</sup> Haapalainen & Niskanen 2018.

suljettuna vielä muilta kävijöiltä. Monia pienempiä koululaisia jännittää usein uusi ja vieras ympäristö. Myös monilla opettajilla on huoli ryhmän käyttäytymisestä museossa. Massless-näyttelyssä ei tarvinnut huolehtia varsinaisesta teosturvallisuudesta. Tekniikka ja projektorit olivat näyttelyvalvojen vastuulla. Näyttelyssä painotettiin myös sitä, että museossa saa olla ääntä ja puhetta. Hesslen mukaan museokävijöitä rohkaistaan käyttäytymään luonnollisesti, mutta samalla kunnioittamaan muiden tapaa katsoa taidetta.

Monilla museoilla on kummikouluja, joiden kanssa tehdään yhteistyötä. Kummikoululla voidaan tarkoittaa myös tiettyä luokkaa, ei välttämättä koko koulua. Amos Rexin ensimmäinen kummikoulu oli Vantaan Ruusupuiston peruskoulu. Kummiluokaksi valikoitui kahdeksannen luokan valinnaisen kuvaamataidon ryhmä. Osa 25 oppilaasta oli Hesslen näkemyksen mukaan valinnut kuvaamataidon siksi, että se vaatisi vähän työpanosta. Osa oppilaista ei ollut aluksi motivoitunut toimintaan. Kummiluokka saapui syksyllä 2018 ensimmäisen kerran museoon ja yhteistyötä aiotaan jatkaa ainakin koko lukuvuosi (uusien näyttelyiden parissa) samojen oppilaiden kanssa. Hesslen mukaan ensimmäisellä kerralla luokka käyttäytyi vielä melko villisti. Osa oppilaista täytyi saattaa näyttelytiloista ulos vartijoiden avustamina, koska *”osa luokasta vaan sekosi kaiken immerssiivisyyden keskellä.”* Asennemuutos tapahtui kuitenkin nopeasti. Ensimmäisen kerran jälkeen oppilaat olivat motivoituneita ja keskittyivät museokäynnillä ja työpajassa toimiessaan. Hesslen mukaan ryhmässä tapahtui valtava muutos puolessa vuodessa. Museotoiminta alkoi kiinnostaa nuoria. Nuoret kyselivät aktiivisesti työkuvista ja mitä kaikkea museossa tehdään ja miten näyttelyt valitaan. Hesslen mukaan pitkäjänteinen yhteistyö nuorten kanssa on kantanut hedelmää. Museon taidekasvatuksellinen rooli on usein huomaamatonta, mutta näkyy kävijöiden muuttuneissa asenteissa.

Amos Rex aikoo jatkossa laajentaa yhteistyötä koulujen ja päiväkotien kanssa. Massless-näyttelyn aikana aloitettiin Helsingin kaupungin varhaiskasvatuksen kanssa yhteistyö. Kaupungin varhaiskasvatusyksikkö aloitti vuonna 2018 kokeilun, jolla keskustassa sijaitsevien koulujen lapset saadaan liikkumaan ja harrastamaan enemmän. Yhteistyössä on mukana keskustakirjasto Oodi, kulttuurikeskus Annantalo ja osa keskustan museoista, kuten Amos Rex. Projektissa on mukana myös koulujen

ala-asteen iltapäivätoiminnan (1. ja 2. luokat) ryhmiä. Yhteistyötä on tarkoitus kehittää pitkäkestoiseksi. Tavoitteena on, että toiminnasta kehittyy ”*liikkuvia ip-ryhmiä*”, eli iltapäivätoiminta jalkautuu kulttuurin pariin. Projekti on monipuolista, opetuksellista ja kulttuurikasvatuksellista toimintaa. Toivottavasti tulevaisuudessa Helsingin kaupunki laajentaa toiminnan koko kaupunkiin. On tärkeää, että myös lähiöiden koulut ja päiväkodit pääsevät mukaan pitkäkestoiseen kulttuuritoimintaan.

Hesslen mukaan Amos Rex on aloittamassa yhteistyötä myös erityisnuorten ryhmien kanssa. Yhteistyötä tehdään kaupungin kanssa. Tavoitteena on tavata samoja nuorten ryhmiä pitkäkestoisesti. Hesslen mukaan kyseessä ei ole vain diagnosoidut erityisnuoret, vaan tavoitteena on saada yhteistyöhön mukaan nuoria, jotka ovat syrjäytymisvaarassa tai jo tipahtaneet turvaverkosta ulos. Osa nuorista saattaa olla jo nuoria aikuisia. Nuori saattaa olla jäänyt peruskoulun jälkeen työttömäksi ja vailla suuntaa. Hesslen mukaan kaupungissa on paljon nuoria, joilla ei ole opintoja, työtä, perhettä tai ystäviä. Yhteistyö hyödyntää Hesslen mukaan myös museota. Henkilökunta saa perspektiiviä siihen, miten erityisnuoria tavoitetaan paremmin ja mitä palveluita nuoret toivovat. Hessle on varautunut siihen, että matkan aikana tulee haasteita. Museo uskoo kuitenkin, että pitkäjänteinen yhteistyö saattaa parantaa heikossa tilanteessa olevien ihmisten elämää.

Amos Andersonin taidemuseon viimeinen näyttely oli vuonna 2017 järjestetty *Generation*-ryhmänäyttely. Näyttely saa jatkoa Amos Rexissä vuonna 2020. *Generation*-näyttely esittelee taiteilijauran alussa olevien nuorten töitä. Hesslen mukaan nuorten näyttely oli kannustava kokeilu. Näytteilleasettajat olivat nuoria, samoin yleisö. *Generation*-näyttelystä on tarkoitus kehittää triennaali, joka esittelee nuorten töitä aina kolmen vuoden välein. Se on myös tietynlainen selkeä viesti museon kohderyhmälle, että Amos Rex esittelee nuorten tekemää taidetta, johon on avoin haku keväällä 2019. Kuka tahansa lahjakas ja motivoitunut nuori voi saada töitään esille, taustasta tai koulutuksesta riippumatta.

Media on merkittävässä roolissa monen lapsen ja nuoren arkielämässä ja harrastuksissa. Diginatiiveiksi kutsutut nuoret ovat tottuneet teknologiaan jo lapsuudesta lähtien. Koska medially oli keskeinen rooli myös Amos Rexin *Massless*-näyttelyssä, ei ole yllättävää, että kävijöistä huomattava osa oli lapsia vanhempineen

sekä opettajia päiväkotitai kouluryhmien kanssa. Hesslen mukaan museossa kävi myös paljon nuoria keskenään, ilman perhettä tai opettajaa. Hesslen mukaan oli yllättävää, miten paljon positiivista palautetta nuorilta kävijöiltä saatiin. Toisaalta Hessle pohti, että museo tilana ei ollut nuorille tärkeä tekijä. Museon rooli liukui jonkin taustalle. Kävijät sanoivat usein olevansa Rexissä tai Amos Rexissä. Monet nuoret eivät Hesslen mukaan ehkä ajatelleet olevansa taidemuseossa, vaan puhuivat digimaailman kokemisesta ja teoksiin uppoutumisesta.

## 7. MASSLESS - TEOSTEN SISÄLLÄ OLEMISEN KOKEMUS

Teamlabin perustaja Toshiyuki Inoko kuvasi tulevaa Massless-näyttelyä ja museotilaa suunnitteluvaiheessa:

*”Meitä kiinnosti näyttelysalin ainutlaatuinen arkkitehtuuri, jossa kattoikkuna yhdistää maanpäällisen ja maanalaisen.” -- ”Tarkoituksena on luoda eräänlainen painovoiman kumoava vesiputous, joka virtaa lattialta seiniä pitkin kattoon ja pyörteilee tilasta ulos. Haluamme luoda kokemuksen, jossa kävijästä tulee osa tilaa ja installaatiota yhdessä muiden kävijöiden kanssa.”<sup>75</sup>*

TeamLab-kollektiivi tutkii teoksissaan ihmisen ja universumin välistä rajatonta jatkumoa, tarjoten samalla uudenlaisia tapoja katsoa taidetta ja pohtia taiteen tekijyyden merkitystä.<sup>76</sup> Taiteen tekijyys on suuressa kollektiivissa erilaista kuin yhden taiteilijan ideoima ja luoma taideteos. Suuren työryhmän jäsenillä on selkeät omat vastualueensa, jotta digitaaliset teokset saadaan suuren yleisön eteen.

TeamLabissa taiteen tekeminen on jaettua tekijyyttä, jossa hyödynnetään uutta teknologiaa.

TeamLab-kollektiivi ei ole kiinnostunut virtuaalitodellisuudesta (VR, Virtual Reality), jonka kokemiseen yleensä tarvitaan VR-lasit ja kuulokkeet. Myöskään lisättyä todellisuutta (AR, (Augmented Reality) ei hyödynnetty teoksissa. AR:ssä voidaan lisätä esimerkiksi matkapuhelimen avulla uusia elementtejä reaali maailman

---

<sup>75</sup> Frilander, 2018.

<sup>76</sup> Amos Rexin näyttelyesite 2018, 3-5.

kuvalliseen kohteeseen. TeamLab on hyödyntänyt aikaisemmin AR- ja VR-tekniikoita, mutta luopunut niistä. TeamLab:n mielestä tekniset laitteet jakavat ihmiset omiin kupliinsa, ja kävijät ovat irrallaan toisistaan. TeamLab:n tavoitteena on saada immersiiivisten teosten avulla ihmiset yhteyteen toistensa kanssa.<sup>77</sup>

## 7.1. Näyttelyn teokset

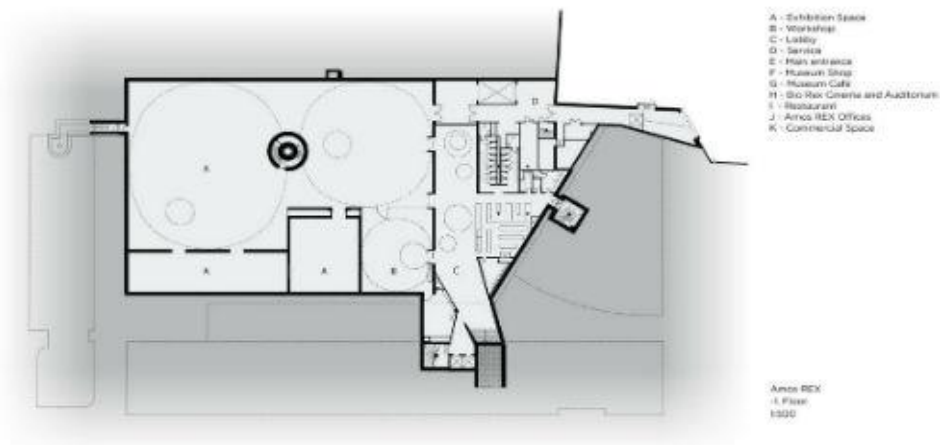
Amos Rexin Massless-näyttely koostui viidestä digitaalisesta teoksesta, jotka muodostivat yhdessä interaktiivisen ja immersiiivisen taidekokemuksen. Näyttelyn teemana oli luonto ja erilaiset luonnon ilmiöt: universumi, virtaava ja pyörteilevä vesi, hyökyaallot, lintuparven liikkeitä sekä ekosysteemi, joka muuttui jatkuvasti kävijöiden interaktion vaikutuksesta. Massless-näyttelyn tavoitteena oli saada katsojat uppoutumaan aineettomaan luontokokemukseen, joka jatkui näyttelytilasta toiseen. Teosten kautta pyrittiin kyseenalaistamaan kävijän, tilan ja todellisuuden rajoja.<sup>78</sup>

Amos Rexin näyttelykerros on maan alla. Näyttelysaleihin kuljetaan aulan kautta, joka on piirroksessa merkitty C-alueeksi. A-kirjaimella merkityt tilat ovat näyttelytiloja. Massless-näyttelyssä suurin A-tila oli muutettu pyöreän malliseksi. B-tila on suuri työpajatila ja vasemmalla puolella sijaitseva A-Sali on Frosterus-kokoelmaa esittelevä sali. Näyttelykierto oli suunniteltu yhteen suuntaan kuljettavaksi. Alla olevassa pohjapiirroksessa on nähtävissä kupolikattojen pyöreät ääriviivat (A-, B-, C-tiloissa) ja niiden sisään piirretyt pienemmät ympyrät havainnollistavat kattoikkunoiden sijainnin.

---

<sup>77</sup> Tiikkaja 2018.

<sup>78</sup> Amos Rexin näyttelyesite 2018, 3.



Kuva 6: Pohjapiirros Amos Rexin näyttelykerroksesta (JKMM)

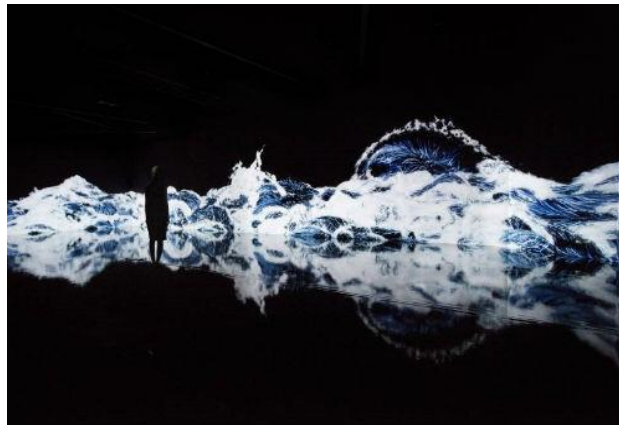
Ensimmäinen teos oli sijoitettu ala-aulaan. Samalla se johdatteli kävijää valmistautumaan varsinaiseen näyttelyyn ja immersiiiviseen tila- ja taidekokemukseen. Digitaalinen seinäteos oli zen-buddhalainen enso-symboli. Enso on maailmankaikkeutta, tasa-arvoa ja valaistumista symboloiva kalligrafinen ympyrä, joka piirtyi suurena siveltimenvetona digitaalisesti seinään, luoden jatkuvan, kolmiulotteisen katsomiskokemuksen.<sup>79</sup> Eleettömän ja hillityn työn ääreltä astuttiin näyttelysaleihin, jotka imaisivat kävijän sisäänsä. Moni kävijä saattoi ohittaa teoksen, sillä havaintojeni mukaan ihmiset kiiruhtivat suoraan kiehtoviin näyttelysaleihin.



Kuva 7: Enso (Amos Rex)

<sup>79</sup> Amos Rexin näyttelyesite 2018, 7.

Ensimmäinen immerstiivinen tilateos oli Black waves (Mustat aallot), joka oli kaarevassa tilassa esitetty videoinstallaatio. Valtavien aaltojen liike oli mallinnettu tietokoneella digitaalisiksi viivoiksi ja siirretty kolmiulotteiseen tilaan, jossa katsoja pystyi uppoutumaan meditatiivisten ja äänettömien kuohujen sisään.<sup>80</sup>



Kuva 8: Black waves (teamLab)

Kaksi näyttelyn teosta oli rakennettu interaktiivisiksi. Ensimmäinen vuorovaikutteinen teos näyttelykierron aikana oli Graffiti nature: lost, immersed and reborn (Luonto graffiti: kadonnut, uppoutunut, uudelleensyntynyt), jonne siirryttiin Black waves -teoksen jälkeen. Värejä tulvivassa Graffiti nature -tilassa kävijät osallistuivat kosketuksilla ja kehonliikkeillä teoksen jatkuvaan muuttumiseen. Halutessaan sai myös värittää kahdessa erillisessä työtilassa valmiiksi ääriivapiirrettyjä eläimiä tai kasveja installaatioon. Väritetyt työt skannattiin ja ne heräsivät eloon digitaalisesti näyttelytilan seinissä ja lattioilla. Kävijät olivat näyttelytilassa jatkuvasti muuttuvassa interaktiossa eläinten ja kasvien kanssa.

Teoksen ideana oli muodostaa eläviä organismeja täynnä oleva ekosysteemi näyttelytilaan. Eläimet liikkuvat ja söivät toisiaan. Toisen eläimen syötyään eloonjäänyt moninkertaistui ja jatkoi kulkuaan. Jos eläimet olivat liian kauan

---

<sup>80</sup> Amos Rexin näyttelyesite 2018, 8-9.

syömättä, ne kuolivat ja katosivat. Kukat kukkivat kävijöiden ollessa paikallaan, mutta hajosivat liikkeestä. Ekosysteemi oli harkittu: perhoset lisääntyivät siellä, missä oli kasveja. Isommat eläimet söivät pienempiä: linnut perhosia ja liskot sammakoita. Krokotiilit tuhoutuivat ihmisten askelten alle. Luonnon lait toimivat myös digitaalisessa maailmassa.<sup>81</sup>



Kuva 9: Graffiti nature: Lost, immersed and reborn (teamLab)

Aamulla kun teos kytkettiin päälle, näyttelysaleissa uivat vain suuret sinivalaat. Päivän mittaan, kun kävijät muokkasivat teosta, flooraa ja faunaa oli runsaasti, ja näyttelytila oli täynnä erivärisiä eläimiä, kasveja ja värejä. Osa näyttelysalin seinistä oli peiliä, joten tilakokemus tuntui jatkuvan loputtomiin. Horisontin rajat hämärtyivät, koska himmeästi valaistussa tilassa kasvit ja eläimet liikkuvat lattiasta seinille ja uusia syntyi jatkuvasti. Työn ideana oli saada ihmiset osaksi luonnon kiertokulkua, joka tapahtui unenomaisessa, epätodellisessa peililabyrintissa.<sup>82</sup>

Toinen interaktiivinen teos oli Crows are chased and the crows are destined to be chased as well, transcending space (Variksia jahdataan ja varisten kohtalona on tulla myös jahdatuksi, kaiken ylittävä tila). Teoksessa oli lintuparvi, jotka lentävät ja syöksyvät tilassa, jättäen erilaisia valopolkuja tilaan. Lintujen törmätessä toisiinsa tai katsojiin ne hajosivat ja muuttuivat kukiksi. Liikkeen jäljet muistuttivat samalla kalligrafisia, leveitä siveltimenvetoja. Työssä yhdistyi luontoteema ja samalla kauneuden katoaminen ja elämän uusiutuminen. Horisontti tuntui katoavan pimeässä

<sup>81</sup> Amos Rexin näyttelyesite 2018, 11.

<sup>82</sup> Amos Rexin näyttelyesite 2018, 11.



tilassa lintujen nopeiden liikkeiden myötä. Installaatio loi illuusion tilan liukenemisesta ja teki tilakokemuksesta painottoman.<sup>83</sup> Tietokoneohjelma ei ollut animaatio, vaan se oli jatkuvassa muutoksessa. Viisiminuuttinen esitys muokkautui näyttelytilassa olevien katsojien liikkeistä ja sijainnista. Installaatio toteutui reaaliaikaisesti ja oli jokaisella esityskerralla erilainen.



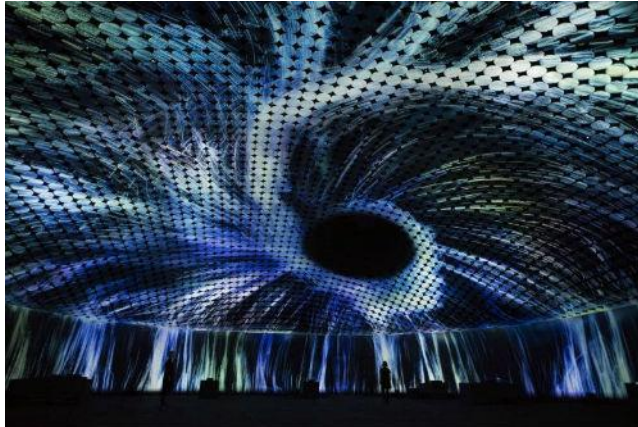
Kuva 10: Crows are chased and the crows are destined to be chased as well, transcending space (Amos Rex)

Vortex of light particles (Valohiukkasten pyörre) oli teamLab:n töistä ainoa, joka oli suunniteltu paikkasidonnaiseksi installaatioksi. Se suunniteltiin Amos Rexin suureen näyttelysaliin, joka muokattiin työtä varten pyöreäksi ja jonka korkea kupolikaarinen kattorakenne mahdollisti virtaavan veden liikkeen alhaalta ylöspäin. Kupolikaton keskellä on suuri, luonnonvalolta peitetty pyöreä kattoikkuna, jonne valtavat vesipyörteet ikään kuin katosivat, kuin mustaan aukkoon. Pyöreässä tilassa oli säkkituoleja, joihin kävijä pystyi asettumaan selälleen ja uppoutua loputtomaan veden virtaavaan liikkeeseen.<sup>84</sup>

---

<sup>83</sup> Amos Rexin näyttelyesite 2018, 14-15.

<sup>84</sup> Amos Rexin näyttelyesite 2018, 13.



Kuva 11: Vortex of light particles (teamLab)

Suuri, pyöreä tila kahden edellä mainitun immersiiivisen teoksen välissä tarjosi monelle kävijälle rauhoittumisen paikan. Tilassa pystyi seuraamaan Vortex of light particles -teoksen meditatiivista ja loputonta veden pystysuuntaista liikettä kohti kattoa. Monen vastaajan mielestä säkkituoleja olisi pitänyt olla tilassa enemmän, jotta teosta olisi voinut seurata istuen. Penkkien puuttuminen tilasta oli hieman yllättävää. Olisin kaivannut salin kulkuväylien reunoille kapeita istuimia, sillä suuret säkkituolit veivät paljon tilaa, ja niitä oli tarjolla vain muutamalle kävijälle kerrallaan.

## 7.2. Immersiivisyyden vaikutus kävijöissä

Kokemuksellisuuksien tasot vaihtelevat yksilöiden välillä. Massless-näyttelyn vaikutus kävijöihin oli melko heterogeenista. Osa kävijöistä havainnoi itsenäisesti ja osallistui näyttelyyn hillitysti. Osa kävijöistä toimi aktiivisesti, valokuvaten ja kokeillen rohkeasti kaikkea. Tässä alaluvussa perehdyn kävijäkyselyihin vastanneiden kokemuksiin sekä Hesslen näkemyksiin Massless-näyttelystä. Myös Amos Rex tilakokemuksena oli vahvasti mukana vastauksissa. Moni kävijöistä koki museon interiöörin ja valaistuksen oleellisena osana moniaistista näyttelykokonaisuutta. Massless-näyttelykokemus sulautui osaksi uuden museorakennuksen kokemista.

Hesslen mukaan monet kävijät jättivät kommentteja museokäynnistä, etenkin sellaiset, jotka eivät yleensä käy museoissa, etenkin nykytaiteen näyttelyissä.

Hesslen näkemyksen mukaan nykytaide sananakin voi pelottaa tai puistattaa osaa kävijöistä. *Massless*-näyttelyn jälkeen palaute saattoi kuitenkin olla yllättävää: *"Wau, tällaistaakin osaa joku tehdä!"* Hesslen mukaan monille immersiiivisyys oli merkittävä kokemus. Teoksen sisällä olemisen tunne oli jotain aivan uutta. Yksi kyselyyn vastanneista kirjoitti näyttelykokemuksen olleen todella voimakas: *"Astuessani pyöreään saliin, koin vahvimman kokemuksen taiteen äärellä, jonka olen koskaan kokenut. Jotenkin se vaikutus, jonka teos teki, oli niin kokonaisvaltainen, että aloin spontaanisti itkeä."* (Nainen 2).

Hesslen mukaan kävijöiltä tuli näyttelykokemuksen jälkeen usein hämmentyneen ihmettelevää palautetta: *"Miten tällaisen maailman voi rakentaa?"* Monet kävijät olivat hyvin kiinnostuneita arkkitehtuurista ja näyttelysaleista. Työntekijöiltä kysyttiin paljon tilasta ja millaisilta näyttelysalit näyttävät, kun näyttely puretaan ja videoteokset sammutetaan.

Hesslen mukaan kritiikki ja palaute kävijöiltä ei ollut kävijäryhmiin tai ikään sidottua. Hesslen mukaan oli yllättävää, miten moni iäkäs kävijä oli suorastaan innoissaan teknologian käytöstä. Immersiivinen kokemus oli monille vanhemmille kävijöille aivan uusi kokemus ja saattoi siksi synnyttää positiivisia ja ennakkoluulottomia mielipiteitä. Eläkeläisiä kävi paljon näyttelyssä ja monet tulivat ryhmien mukana. Maakunnista oli tilattu paljon opastuksia, muun muassa Martoille ja muille harrasteryhmille. Ikäihmisten palaute oli usein innostunutta: *"Ihanaa, että maailma muuttuu ja taide muuttuu!"* Negatiivinen palaute oli ikään sidottua joidenkin kävijöiden kohdalla, sillä iäkkäimmillä kävijöillä näkö on usein heikentynyt ja se saattoi vaikuttaa katsomiskokemukseen. Hämäräsokeus vaikeutti tilassa kulkemista ja saattoi tehdä haastavaksi teoksiin uppoutumisen kokemuksen. Hessle mainitsikin liiallisen hämäryyden olleen yhteinen nimittäjä negatiivisissa palautteissa.

Kävin kolme kertaa *Massless*-näyttelyssä ja havaitsin että varsinkin interaktiiviset ja muokkautuvat installaatiot kiinnostivat kävijöitä. Iästä riippumatta etenkin Graffiti nature: Lost, immersed and reborn- ja Crows are chased and the chasing crows are destined to be chased as well, transcending space -teokset puhuttelivat kävijöitä. Installaatioiden ainutkertaisuus, vuorovaikutus ja teoksen sisällä olemisen kokemus olivat merkityksellisiä tekijöitä.

Näyttelyvalvoja tarvittiin ohjaamaan ja opastamaan kävijöiden liikkumista ja siirtymistä seuraaviin saleihin. Graffiti nature -teoksessa kävijöiltä jäi helposti huomaamatta huoneet, joihin sai mennä värittämään skannattavia kuvia. Ovilla olikin usein opas, joka ohjeisti sisään ja opasti tarvittaessa väritysprojektissa. Kaikenikäiset kävijät viihtyivät Graffiti nature -installaation parissa pitkään. Suurin motivoiva tekijä oli varmasti se, että tila todella imaisi sisäänsä. *”Olo tuntui positiivisuuden lähettälältä. Loin väriä ja iloa teokseen.”* (Nainen 4.) Näyttelytila oli täynnä peilejä ja projisointeja. Ikkunattomassa ja hämärässä tilassa ei ollut konkreettista horisonttia. Osa kyselyyn vastanneista kävijöistä koki tilan ahdistavana. *”Yltäkylläinen värien sekamelska iski kuin miljoona sähköiskua.”* (Nainen 1.) Digitaalisesti luotujen illuusoiden avulla tilakokemus saattoi helposti vääristyä. Sadunomainen ja jatkuvassa liikkeessä oleva tila oli suunniteltu läpikuljettavaksi peililabyrintiksi, josta siirryttiin seuraavaan installaatioon.

Sosiaalisessa mediassa jakamalla kyselyllä sain muutamassa päivässä mielenkiintoisia ja toisistaan erkanevia vastauksia ja kommentteja näyttelyn elämyksellisyydestä tai tekniikan kritisoinnista. Yksi vastaaja kirjoitti omasta ja ystäviensä kokemuksista: *”Sitä, että videokuva nyki, en pysty edelleenkään ymmärtämään tai hyväksymään. Omaan kokemukseen tämä vaikutti merkittävästi (negatiivisesti). Ilmeisen moni ei kiinnittänyt ongelmaan mitään huomiota.”* (Mies 2.)

Sain kommentteja jopa Lasipalatsin edustan kaadetuista lehmuksista, joita kaipailtiin yhdessä viestissä. Kirjoittaja oli liittänyt mukaan myös valokuvan puun kaadosta. Yhden kommentoijan mukaan näyttelyssä oli *”niin kaoottista, etteivät sanat riitä vastaamaan.”* (Mies 1.) Karkeasti jaoteltuna, Facebookin ryhmässä kommentoineet olivat kriittisempiä näyttelyn suhteen, yksityisviestejä lähettäneet olivat kokeneet näyttelyn positiivisesti. Koen, että henkilökohtaisesti kirjoittaneet halusivat jakaa kanssani intiimin ja tunnepitoisen näyttelykokemuksen. Yksi vastaaja kirjoitti käyneensä näyttelyssä kolme kertaa ja olleensa vaikuttunut: *”Minulle se avasi ennen kaikkea niitä mahdollisuuksia, joihin immersivisyyteen perustuva kuvataide tulevaisuudessa pystyy. Olisiko tämä lähimpänä tähtitaivasta, mihin on teknologian avulla pystytty? Vai onko tulevaisuudessa vain taivas rajana?”* (Mies 4.)

Osa Massless-näyttelyn kävijöistä ei kokenut olleensa varsinaisesti taidenäyttelyssä. Sama kävijä saattoi myös kokea teokset eri tavoin. *"Viimeisessä huoneessa tuli paha olo. Yksi huoneista oli todella elämyksellinen, meditatiivinen. Siellä tuli rauhoittumisen tunne."* (Nainen 5.) Kyselyyn vastanneista lähes puolet kokivat näyttelyn olleen enemmän digitaalisia maailmoja ja uusia teknologian mahdollisuuksia avaava kokemus. *"Teos antoi minulle tunnekokemuksia laidasta laitaan, järkytyksestä iloiseen oivallukseen, onnellisuuteen."* (Nainen 1.)

Koen tämän vaikuttaneen siihen, että taiteeseen ei osattu suhtautua normaalilla museokäyttäytymisellä ja varovaisuudella Frosterus-salissakaan, jossa on esillä perinteisiä maalauksia. Frosteruksen kokoelmaan kuuluu jälki-impressionistisia maalauksia ja ne ovat pysyvästi esillä yhdessä näyttelysalissa.<sup>85</sup> Siirtymätilanne Massless-näyttelystä Sigurd Frosteruksen kokoelman pariin olikin monille yllätys. Näyttelyssä on tiukat museosäännöt, koska seinillä on arvotauluja. Kävijöitä jouduttiin huomauttamaan jatkuvasti repuista ja isoista kasseista.

Joidenkin kävijöiden mielestä perinteinen maalaustaide oli kulttuurishokki immersiiivisen kokemuksen keskellä. Yhden vastaajan mukaan Frosteruksen kokoelman *"tavallinen näyttely tuntui ihan fiaskolta, kulttuurijärkytykseltä."* (Nainen 3.) Toisaalta Massless-näyttelyyn pettyneet kokivat Frosterus-kokoelman olleen tarpeellinen osa uuden taidemuseon avajaisnäyttelyn sisältöä. Yksi vastaaja kuvaili Massless-näyttelyä ahdistavana ja klaustrofobisena, josta oli jo pienen hetken jälkeen päästävä pois. *"En nauttinut, enkä pitänyt digiteoksista erityisesti. Oli mukavaa ja rentouttavaa päästä hetkeksi vanhan taiteen huoneeseen rauhoittumaan."* (Mies 7.)

Massless-näyttely jakoi kävijöiden mielipiteitä. Osa vastaajista koki näyttelyn ja immersiiivisyyden olleen vahva: *"Meri, taivas ja musta huone imaisivat minut kokonaan sisäänsä. Musiikki rauhoitti. Silmät etsivät muutoksia ja seurasivat niiden häviämistä sekä uudelleensyntyä. Koin olevani meren lähellä, jopa sen sisällä."* (Nainen 4.) Kaikkia vastaajia näyttely ei imaisut sisäänsä. Osa ei kokenut näyttelyä immersiiivisesti, vaan koki tulleen katsomaan pelimaailman kuvastoa. Osa

---

<sup>85</sup> Amos Rex -verkkosivut: Frosteruksen kokoelma.

vastaajista oli pettynyt suuriin ennakko-odotuksiin, ”*Menin avoimin mielin ja vailla ennakko-odotuksia. Yllätyin negatiivisesti.*” (Mies 5.) Yksi vastaaja oli odottanut ”*Jotain taiteellisempaa. Nyt jäi tunne, että vaeltaa vain valojen ja värisekamelskan läpi.*” (Nainen 6.)

Näyttelyä kritisoitiin muun muassa ”*mainoskuvastoksi*” (Mies 5) ja ”*some-julkisuuden kotialttariksi.*” (Nainen 7). Yksi vastaaja koki tulleen katsomaan näyttelyä, ”*joka tuntui halvalta kopiolta siitä, mitä yritti olla.*” (Mies 6). Osa vastaajista kritisoi myös tekniikkaa ja toteutustapaa, joka aiheutti negatiivisen katsomiskokemuksen. Yksi vastaaja totesi immersiiivisen avajaisnäyttelyn olleen ”*Typerä alku Amos Rexissä.*” (Mies 8.) Taidekokemus voi suurista ennakko-odotuksista huolimatta olla henkilökohtaisella tasolla suuri pettymys.

Kävijäkyselyihin vastanneet (25 vastaajaa) olivat melko yhdenmukaisesti sitä mieltä, että pääsivät Massless-näyttelyssä teosten sisälle. Uppoutumisen kokemus oli lähes kaikkien mielestä konkreettinen. 23 vastaajaa koki näyttelyn immersiiivisenä, osa koki vahvan uppoutumisen teoksiin, osa vastaajista koki immersion vain joissakin teoksissa. Kaksi vastaajaa ei kokenut minkäänlaista immersiota, vaan enemmänkin ärtymystä ja pettymystä ennakko-odotuksiin nähden. Kysymykseen, kokiko kävijä olleensa taidenäyttelyssä, sain enemmän ei-vastauksia. 18 vastaajaa koki olleensa Amos Rexissä taidenäyttelyssä, katsomassa ja kokemassa taidetta. Seitsemän vastaajaa ei kokenut olleensa lainkaan taidenäyttelyssä. Osa kertoi kokemuksen olleen enemmänkin digimaailman ja teknologian kokemista. Suurin osa vastaajista, 20 kävijää, oli osallistunut näyttelyssä käydessään Nature Graffiti- teokseen, joko värittämällä omat eläimet tai kasvit seinille ja koskettelemalla seiniä ja siten muokannut osaltaan teosta. Viisi vastaajaa ei ollut vuorovaikutuksessa teosten kanssa. ”*Kesti hetken ennen kuin edes tajusin, että siellä voi tehdä jotain. Vähän sitten käpälöin seiniä.*” (Mies 7.)

Kysymykseen, vastasiko Massless-näyttely odotuksia, 17 vastaajaa koki näyttelyn positiivisena ja vastanneen ennakko-odotuksia. Kahdeksan vastaajaa oli kokenut näyttelyn pettymyksenä. Uusi Amos Rex museona kiinnosti kävijöitä selvästi enemmän kuin Massless-näyttely, sillä vain yhdeksän vastaajaa oli tullut museoon

Massless-näyttelyn vuoksi. 16 vastaajaa oli tullut katsomaan nimenomaan Amos Rexiä, uutta museota ja sen maanalaisia tiloja. Enemmistö vastaajista olisi tullut museoon joka tapauksessa, riippumatta avajaisnäyttelyn sisällöstä. *”Museofanina ja Helsinki-fanina uusi museo kiinnosti. Erityisesti kiinnosti museon tilat ja arkkitehtuuri. Olisin mennyt museoon riippumatta siitä, mikä oli avajaisnäyttely.”* (Mies 3.)

Osalle Massless-näyttely oli hätkähdyttävä yllätys ja kokemus, jollaista ei osannut odottaa. Myös Hesslen huomioiden mukaan huomattava osa kävijöistä ei tiennyt ennakkoon näyttelyn sisällöstä. Amos Rex houkutteli siis kävijöitä yhtä lailla uuden museotilan kokemisella kuin näyttelysisällölläkin. Toisaalta mitä pidempään näyttely oli ollut auki, sitä enemmän ihmisillä oli tietoa Massless-näyttelyn sisällöstä. Osa kävijöistä kävi museossa uudelleen, jotkut montakin kertaa, sillä upottava ja interaktiivinen näyttely houkutteli.

### 7.3. Osallistava näyttelyelämys: ”Ai jaa, saa piirtää vai?”

Havaintojeni ja Hesslen mukaan osa kävijöistä käyttäytyi eri tavalla Massless-näyttelyssä kuin muissa taidenäyttelyissä. Niin sanotun normaalin museokäyttäytymisen rajat hämärtyivät immersiiivisyyden ja interaktion myötä. Hessle korosti intuitiivisen kokemuksen ja impulsiivisen käyttäytymisen näkyneen erityisesti Massless-näyttelyssä. Kävijöiden ensireaktiot näyttelyssä olivat usein yllättäviä. Monet ikään kuin unohtivat olevansa museotilassa. Näyttelyyn uppoutuminen ja museotilan hämärtyminen johti Hesslen mukaan useimmilla kävijöillä vapautuneeseen käyttäytymiseen. Kävijät innostuivat immersiiivisestä maailmasta niin, että Hesslen mukaan muutama kävijä heittäytyi tekemään spontaanisti jopa karrynpyöriä näyttelysalissa. Aktiivisuus oli sallittua ja museossa haluttiin, että kävijät osallistuvat ja koskevat interaktiivisiin seiniiin ja lattiaan ja ”käyttävät” teoksia. Toisaalta piti varoa, että kävijät eivät menneet liian lähelle videoprojisoitintykkejä ja teknisiä laitteita. Suojakaiteita ja turvavälejä piti lisätä näyttelyn aikana kävijämäärien kasvaessa.

Oman havainnoinnin mukaan Nature Graffiti -teos veti puoleensa kaiken ikäisiä ihmisiä. Monet aikuiset heittäytyivät jahtaamaan liikkuvia olentoja ja kasveja tilassa.

Myös värityshuoneisiin jonottivat kaiken ikäiset kävijät. Myös Hesslen mukaan yllättävän moni aikuinen innostui värittämään hahmoja. Näyttelyssä kävi paljon sponsoriyhteyksien yhteistyökumppaneita ja vieraita. Hesslen mukaan monet sponsoriyhteykset eivät tienneet mihin ovat tulossa, tai minkä tyyppinen näyttely on kyseessä. Kävijöiden reaktiot yllättivät, sillä todella monet innostuivat värittämään hahmoja. Kävijät kirjoittivat firmojen nimiä tai omia nimiään töihinsä ja lähtivät etsimään niitä skannattuina näyttelysalista. Hesslen mukaan oli hienoa huomata, että epätyypilliset kävijät olivat niin innoissaan näyttelyssä. Vahaliidut saattoivat sotkea pukumiesten kädet. Hesslen mukaan näyttely ei ollut vain sisäsiistiä toimintaa: *”Että mä vaan vähän kävelen ja osallistun. Siinä piti aika lailla laittaa kädet saveen, kun niitä alkoi värittää.”*

Lapset innostuivat näyttelystä todella paljon. Hesslen näkemyksen mukaan Massless-näyttelyssä ei ollut kuitenkaan selkeää rajaa aikuisten ja lasten välillä aktiivisuuden suhteen. Lähes kaikki, jotka huomasivat, että Nature Graffitissa saa värittää, osallistuivat. Kyselyyn vastanneista suurin osa, 20 ihmistä, osallistui myös värittämiseen. *”Kuljin pitkin seinustoja, kädelläni loin kukkasia ja väriloistoa sinne missä sitä ei ollut. Taisinpa kokea jopa lapsellista iloa.”* (Nainen 4.) Viisi vastaajaa ei osallistunut. Kolme vastaajaa ei ollut huomannut mahdollisuutta, kaksi oli ajatellut sen olevan vain lapsille.

Hessle kuvaa kävijöiden reaktiota: *”Ai jaa, saa piirtää vai? Ja sen jälkeen ne paineli sinne huoneeseen heti.”* Hesslen mukaan näyttely vetosi kaiken ikäisiin ja ylitti jopa museon toiveet. Hessle on pohtinut myös aikuisten museokävijöiden haluavan enemmän tekemistä ja monipuolisia kokemuksia: *”Täällä ei niin jaeta, että vain lapset tekevät tuota ja aikuiset ei. Täällä kaikki voivat osallistua.”*

#### 7.4. Hiljaiset opastukset kontrastina kännykkäkulttuurille

Massless-näyttelyssä oli paljon aisteihin vaikuttavia elementtejä: valoja, liikkuvaa kuvaa ja äänimaisemia. Näyttelysalit olivat lähes aina täynnä ihmisiä ja liikettä. Tämä vaikutti häiritsevästi etenkin aistiyliherkkiin ja kävijöihin, jotka halusivat katsoa teoksia rauhassa. Monet kävijät antoivat palautetta näyttelykäynnistä ja toivoivat rauhallista



ja kännykkävapaata opastusta tai näyttelykiertoa. Hesslen mukaan toivottiin: *"Ettei olisi niin paljon porukoita."* Yleinen toive oli, että: *"Saisi vaan olla hiljaa näissä teoksissa."* Huomionarvoista on se, että kävijät ilmaisivat halustaan uppoutua teosten sisään, illuusion maailmaan. Jotta uppoutumisen kokemus syvenee täydelliseen immersiiivisyyteen, teoksen sisällä olemiseen (total immersion), edellyttää se osalle kävijöistä rauhallista tunnelmaa tilassa ja teoksen äärellä. Monet ihmiset tarvitsevat hiljaisuutta, jotta voivat keskittyä johonkin asiaan täysin.

Kävijäpalautteisiin reagoitiin ja museo tarjosi etukäteen varattavia "hiljaisia opastuksia". Hiljaiset opastukset järjestettiin tuntia ennen museon avautumista. Mukaan kehoitettiin ottamaan pehmeä alusta, esimerkiksi joogamatto sekä lämpimät vaatteet, sillä yhden teoksen äärellä oltiin pitkään. Kännyköitä ei otettu mukaan kierrokselle. Opastus keskittyi yhden hiljaisen opastuksen (kesto 45 minuuttia) ajan yhden Massless-teoksen kokemiseen, ilman kiirettä tai häiritseviä älypuhelimia. Ryhmä kerääntyi tilaan, olemaan hiljaa ja katsomaan teosta. Tilassa sai olla halutessaan silmät kiinni, koska installaatioissa oli myös äänimaisema mukana. Monille kävijöille hiljainen opastus oli rauhoittava, lähes meditatiivinen kokemus. Samalla se oli myös koko ryhmän kollektiivista kokemista. Havainnointia, millaista on olla yksilönä mukana ryhmässä, joista suurin osa on tuntemattomia toisilleen.

Opastuksen aikana sai syventyä ja uppoutua teokseen. Hiljaisuudessa korostui Hesslen mukaan immersiiivisyyden kokeminen. Kävijä sai mennä tilaan, unohtaa hälinän ja ajankulun. Opas ohjasi tilannetta. Alussa ryhmälle pidettiin lyhyt intro opastuksen sisällöstä. Sen jälkeen näyttelysaleissa ei puhuttu. Hesslen mukaan moni makoili, istuskeli ja vietti aikaa teoksessa. Kun aika oli täyttymässä, siirtymä tehtiin rauhassa. Opas käveli ympäri tilassa hiljaa, niin että osallistujat aistivat, että on aika lähteä. Lopuksi kokoonnuttiin taidepajatilaan, jossa kävijät saivat jakaa kokemuksia, tunnelmia ja antaa välitöntä palautetta.

Opastuksista kysyttiin jälkikäteen myös sähköpostipalautetta. Palaute oli Hesslen mukaan pelkästään positiivista. Osallistujat halusivat nimenomaan häiriöttömän taidekokemuksen, jossa ei ole ylimääräisiä ääniä tai valoja. Kävijät toivoivat lisää rauhallisia, kännykkävapaita ja hiljaisia opastuksia myös tuleviin näyttelyihin. Hesslen mukaan kiireettömyys on monille tapa, jolla taidetta halutaan katsoa. Kävijä voi

syventyä yhteen teokseen pidemmäksi aikaa, ja olla sen äärellä ilman häiriötekijöitä. Monia voi häiritä esimerkiksi se, että muut kävijät katsovat ympärillä nopeasti teoksia, ottavat kuvia, puhuvat ja lähtevät pois.

Hiljaiset opastukset toimivat etenkin moniaistisessa Massless-näyttelyssä. Immersiivinen näyttely oli hyvin erilainen kokemus kuin perinteinen taidenäyttely. Hesslen mukaan Amos Rex aikoo jatkossakin reagoida kävijöiden erityistarpeisiin ja tarjota erilaisia palvelusisältöjä näyttelyihin.

### 7.5. Median vaikutus näyttelyilmiön syntymisessä

Digitaalinen taide ja visuaalisesti näyttävät installaatiot kiinnostavat ihmisiä. Museokokemuksia myös kuvataan ja kuvia jaetaan sosiaalisessa mediassa. ”Somettamisesta” on tullut melko arkipäiväistä. Kuvilla ja päivityksillä pidetään yhteyttä muihin, samalla muut näkevät mikä on kiinnostavaa ja missä tapahtumissa kannattaa olla mukana. Näyttelykuvat ovat museokävijän omia versioita taideteoksista ja niiden kokemisesta. Sosiaalinen media lisää osallistumista moniin tapahtumiin. Ihmiset eivät halua jäädä paitsi kokemuksista, joita ”kaikki muut” tuntuvat jakavan mediassa.

Media ja sosiaalinen media vaikuttivat Massless-näyttelyn suosioon huomattavasti. Museo sai kansainvälistä julkisuutta jo rakennusvaiheessa. Museon immersiiivisestä näyttelystä ja rakennuksen arkkitehtuurista kirjoitettiin paljon myös kansainvälisessä mediassa. Näyttelysuosion taustalla vaikutti Amos Rexin tiedotus- ja markkinointipäällikkö Timo Riitamaan mukaan se, että teamLabin kaltaista immersiiivistä taidetta ei ole juuri nähty Suomen museoissa. ”*Osuimme oikeaan hetkeen.*” Riitamaan mukaan ihmiset ottivat myös museon ja sen arkkitehtuurin nopeasti omakseen.<sup>86</sup> Näyttelyn suosioon vaikutti myös laaja näkyvyys sosiaalisessa mediassa. Näyttely markkinoi itse itseään. Riitamaan mukaan näyttelyjä ei valita sosiaalisen median suosion perusteella. Uskon museon kuitenkin tiedostaneen, miten kiinnostavaksi ilmiöksi immersiiiviset näyttelyt on maailmalla koettu. Täysin

---

<sup>86</sup> Kettunen 2019.

yllätyksenä Massless-näyttelyn suosio tuskin tuli museolle.

Massless-näyttelyyn jonottamisesta ja selfieistä kirjoitettiin paljon mediassa. Ylen toimittaja Tuija Siltamäki vertasi museoon jonottamista humoristisesti *”suomalaisten uudeksi seurapeliksi.”* Siltamäen mukaan *”Toiset jonottavat Amos Rexiin kuvaamaan taidetta ja itseään. Toiset kuvasivat jonottajia ja hihittelevät heille internetissä.”* Toimittajan mukaan museoon jonotettiin yhtä lailla itse tuotteen (näyttely) kuin kokemuksenkin takia. Toimittaja vertasi teamLab-näyttelyn olleen vastine ilmaisille ämpäreille, joiden jakaminen on aiheuttanut samankaltaisia jonoja kauppakeskusten avajaisten tai tapahtumien ympärille.<sup>87</sup> Museoon tulon syy oli useimmilla sekä näyttelyn kokeminen että itse osallistumisen kokemus, joka koettiin tärkeäksi.

Moni Amos Rexiin tullut kävijä ei tiennyt ennakoon mihin näyttelyyn oli tulossa tai millaista taidekokemusta odotti. Hesslen mukaan useat ihmiset olivat päättäneet tulla uuteen museoon tietämättä mitään sisällöstä. Jonot ulkona houkuttelivat ohikulkijoita ja sosiaalisessa mediassa jaetut kuvat saivat ihmiset kiinnostumaan Amos Rexistä ja Massless-näyttelystä. *”Osasin odottaa upeaa visuaalisuutta uutisoinnin ja sosiaalisen median perusteella.”* (Nainen 4.)

Näyttely sai mediassa myös kritiikkiä osakseen. Helsingin Sanomien mielipideosastolle museokäynnistään kirjoittanut kävijä koki suurta pettymystä jonotettuaan tunteja kylmässä *”turhaan”*. Museokävijää turhautti, että oli jonottanut päästäkseen museoon, joka ei lopulta tarjonnut odotettuja taide-elämyksiä. Kirjoittajan mielestä teokset muistuttivat lähinnä näytönsäästäjiä isossa mittakaavassa. Sähkövirrat ja peilialit eivät herättäneet wau-kokemuksia. Ainoa aistielämys oli kirjoittajan mukaan tasapainoastin katoaminen, joka ei suinkaan ollut positiivinen kokemus. Kirjoittajan mielestä digitaide oli kokemuksena *”täyssynteettistä, taiteen muovia”*.<sup>88</sup>

Facebookin Näyttelysuosituksia-ryhmässä kommentoitiin myös negatiivisia kokemuksia. Verkkokeskustelu ajautui sivuraiteille, sillä kommenteissa mietittiin, olisiko Stadion tai Linnanmäki ollut parempi paikka järjestää immerssiivinen näyttely.

---

<sup>87</sup> Siltamäki 2019.

<sup>88</sup> Hotulainen 2019.

Jonottaminen oli toinen negatiivinen seikka, josta verkkokeskustelijat kirjoittivat. Joillekin kävijöille jonotus oli niin negatiivinen kokemus, että kävijäkyselyn perusteella osa Massless-näyttelyssä käyneistä kertoi jättävänsä seuraavat Amos Rexin näyttelyt väliin. Yksi vastaajista ehdotti, että *”Amos Rex voisi asentaa livekameran kuvaamaan jonoa. Museon kotisivuilla reaaliaikainen videokuva kertoisi jonon pituuden.”* (Mies 3).

Amos Rex oli isojen haasteiden äärellä jokapäiväisten jonojen suhteen. Ennakkolippuja olisi mielestäni voinut myydä tietyn kiintiön päivässä. Ulkomailla monilla museoilla on verkkomyynti, josta voi ostaa pääsylipun ennakkoon tietylle päivälle ja aikavälille. Sisään tullessa ennakkolipun ostaneille on oma jono, joka nopeuttaa sisäänpääsyä. Monipuolinen palvelu parantaa myös satunnaiskävijöiden, kuten matkailijoiden saavutettavuutta.

Amos Rex reagoi pitkiin jonoihin siten, että se järjesti lastenvaunujen ja pyörätuolien kanssa kulkeville oman, esteettömän sisäänpääsyn Lasipalatsin aukion puolelta. Museo jopa neuvoi sosiaalisessa mediassa (Facebookissa) lainaamaan kaverin rattaat ja lapsen, jos halusi välttää tuntien jonottamisen. Tilastoa lapsista tai rattaiden kanssa tulleista en harmikseni museolta saanut, mutta Hesslen arvion mukaan suurin osa kävijöistä saapui oman lapsensa kanssa. Tuskin moni näyttelyyn päästäkseen näki vaivaa tullakseen ”lainalapsen” kanssa museoon.

Massless-näyttely herätti monissa kävijöissä paljon omaleimaista ja epätyypillistä museokäyttäytymistä. Hesslen mukaan Fomo, paitsi jäämisen pelko, näkyi näyttelyssä monen kävijän kohdalla. Useat museokävijät tulivat varmistamaan henkilökunnalta, että ovat varmasti ”nähtäneet kaiken”. Yllättävän moni oli käynyt kiireellä vain ensimmäisissä saleissa ja ottanut kuvia todisteeksi näyttelystä. Nature graffiti -teos oli eksyttänyt monet takaisin lähtöpisteeseen eli sisääntuloaulaan.

## 8. POHDINTA

Perehdyttyäni Massless-näyttelyyn erilaisista näkökulmista voin todeta, että sain vastauksia esittämiini tutkimuskysymyksiin. Esitin kolme pääkysymystä, jotka käsitelivät kävijäkokemuksia, yleisötyötä sekä median merkitystä näyttelyn suosion

kasvussa.

Amos Rexin immersiivinen näyttely nostatti erilaisia kävijäkokemuksia. Uusi museo sekä laaja mediahuomio lisäsivät kävijöiden kiinnostusta digitaalisen Massless-näyttelyn kokemiseen. Monia houkutteli immersiiivisyys maan alla olevissa näyttelytiloissa, ja se olikin yhdistävä tekijä, joka sai ihmiset jonottamaan tunteja päästäkseen museoon.

Tutkimusaineiston ja havaintojen pohjalta immersiiiviset installaatiot toimivat Amos Rexissä enimmäkseen kuten teamLab oli suunnitellut ne koettavan. Erilaiset näyttelysalit upottivat kävijät teoksiin. Tieto ja elämykset välittyivät kävijälle vuorovaikutteisesti ja moniaistisesti. Yhteisöllisyyden tunne saattoi vahvistua etenkin interaktiivisissa teoksissa, joissa katsoja oli mukana sekä kokijana että tekijänä. Näin ajateltuna taidekokemus oli yhteinen ja ainutkertainen.

Kaikki kävijät eivät kokeneet immersiiivisyyden tunnetta tai näyttelyä pelkästään positiivisena, mutta suurin osa kävijäkyselyyn vastanneista koki. TeamLabin toivoma, ihmisten välinen vuorovaikutus ei myöskään näkynyt kaikissa teoksissa samalla tavalla. Teokset, joihin pystyi itse vaikuttamaan, kuten Nature graffiti -installaatio, kiinnosti kävijöitä eri tavalla kuin teokset, jota "vain" katsottiin. Massless-näyttelyssä museokävijät olivat samassa tilassa toistensa kanssa, mutta yhteys toisiin ei ollut mielestäni merkittävää. Perheet, joissa oli lapsia, toimivat ja liikkuvat yhdessä, mutta esimerkiksi aikuiset kävijät olivat melko riippuvaisia älypuhelimistaan. Vuorovaikutus tapahtui havaintojeni mukaan usein oman kameran kanssa, ei niinkään seuralaisen. Kävijöiden palautteet olivat osin samansuuntaisia. Osaa häiritsi kännyköiden jatkuva käyttö, osa kävijöistä taas oli niin uppoutunut teoksiin (osa myös kuvaamiseen), etteivät edes huomanneet muita ihmisiä ympärillään.

Kävijäkokemusten (25 vastaajaa) perusteella ei voi vetää yhteneväisiä johtopäätöksiä iän tai sukupuolen mukaan. Sosiaalisen median kautta negatiivisesti kommentoineet olivat pääasiassa miehiä, mutta osa Näyttelysuosituksia-sivustolle kirjoittaneista ei vastannut kuitenkaan kävijäkyselyyn. Havaintojeni mukaan immersion kokemus saattoi olla täysin erilainen, vaikka kyseessä oli samanikäiset tai -taustaiset (museoissa paljon käyvät) kävijät. Kävijäkyselyyn vastanneista lähes

kaikki kuitenkin kokivat jonkinasteisen immersiiivisyyden. Suurin osa vastaajista oli myös kokenut olleensa vuorovaikutuksessa teosten kanssa. Massless-näyttelykokemukseen ei tuntunut vaikuttaneen se, kuinka paljon käy museoissa tai seuraa taidekentän tapahtumia. Suurin osa vastaajista koki olleensa taidenäyttelyssä, vaikka osa kritisoikin digitaalisia teoksia muuksi kuin taiteeksi. Joidenkin vastaajien mielestä näyttelyn sisältö ei varsinaisesti puhutellut, mutta museokokemus itsessään vastasi odotuksia. Suurin osa vastaajista olikin tullut Massless-näyttelyyn museon avautumisen vuoksi. Amos Rex rakennuksena kiinnosti suurinta osaa vastaajista enemmän kuin näyttely.

Vaikka kaikki kävijät eivät kokeneet yleisötyön merkitystä Massless-näyttelyssä tärkeäksi, on huomioitava laajemmin, mikä merkitys näyttelyllä ja sen kokemisella oli moniin nuoriin ja epätyypillisiin museokävijöihin. Kävijöitä motivoi se, että näyttelyssä sai osallistua, heittäytyä teokseen ja jopa muokata sitä. Havaintojeni mukaan kävijöiden käyttäytyminen oli usein impulsiivista. Ennakoimattomuus ei liittynyt vain lapsikäviöihin, myös useat aikuiset irtaantuivat museoympäristöstä teosten sisällä ja käyttäytyivät vapautuneesti, jopa irrationaalisesti.

Kävijäkokemusten pohjalta voi päätellä, että osaa digitaalinen taide ei puhutellut, pikemminkin turhautti. Osa kävijöistä edusti toista ääripäätä ja suhtautui positiivisesti uuteen teknologiaan, joka mahdollisti uudenlaisen taiteen kokemisen. Käyttäytyminen digitaalisessa ja interaktiivisessa näyttelyssä oli havaintojeni mukaan erilaista kuin perinteisessä havainnoivassa näyttelyssä, jossa teoksia katsotaan etäältä. Immersiivinen näyttely mahdollisti monille kävijöille tavallisuudesta poikkeavan museokokemuksen ja se saattoi olla monille aisteja ja ajatuksia herättävä speaktaakkeli, johon haluttiin osallistua.

Yleisötyötä ja kävijäryhmiä pohdittiin pitkään Amos Rexissä jo ennen avaamista. Myös erilaisiin palveluihin, kuten opastuksiin kiinnitettiin erityisesti huomiota. Museo huomioi eri-ikäiset kävijät ja tarjosi esimerkiksi päiväkotijä ja kouluryhmille aamuisin omia opastusaikoja. Erityisryhmien tarpeet huomioitiin ja esteettömyyteen kiinnitettiin jo museon suunnitteluvaiheessa huomio. Massless-näyttelyn avauduttua museo reagoi nopeasti kävijäpalautteisiin ja kehitti toimintaansa näyttelyn aikana. Suurten kävijämäärien vuoksi opasteita ja henkilökuntaa lisättiin. Myös yleisöopastusten

määrää lisättiin ja uudenlaiset hiljaiset opastukset räätälöitiin Massless-näyttelyn aikana kävijäpalautteiden pohjalta. Harmikseni en löytänyt kävijää, joka olisi osallistunut hiljaiseen opastukseen. Olisi ollut mielenkiintoista saada kävijän kokemus siitä, millainen äänetön opastus oli. Museon lanseeraama Hiljainen opastus ei mielestäni anna oikeaa kuvaa sisällöstä. Enemmänkin kyseessä oli kollektiivinen keskittyminen täydellisessä häiriöttömyydessä.

Vaikka moni asia toimi hyvin Massless-näyttelyssä, museon sisäänkäyntiä ei oltu suunniteltu tarpeeksi etukäteen, eikä parannuksia tullut koko näyttelyn aikana. Museokävijöiden tyytyväisyyden ja saavutettavuuden kannalta Amos Rexin olisi tärkeä kiinnittää huomio jatkossa sisäänkäyntikäytäntöön. Monissa museoissa on erikseen ennakkolipunmyynti. Porrastetut sisäänkäyntiajat ennakkolipun ostaneiden osalta lyhentävät sisäänkäyntijonoja. Museokortin omaaville olisi myös hyvä olla oma jono tai lukulaite, jonka kautta voisi päästä museoon nopeammin. Toimiva ja joustava sisäänkäynti kuvastaa hyvää yleisötyön suunnittelua ja parantaa myös kävijätyytyväisyyttä. Amos Rex voisi harkita myös pidennettyjä aukioloaikoja, tiettyinä viikonpäivinä. Mallia voi ottaa vaikka ruotsalaisesta museomenestyjästä, Fotografiska, joka on avoinna yöhön asti viikonloppuisin.

Globaali ja reaaliaikainen jaettavuuden kokemus sosiaalisessa mediassa lisää teknologian käyttöä myös kävijöiden keskuudessa. Kuvatulvat ja kirjoitukset esimerkiksi Facebookissa, Instagramissa tai Twitterissä saattavat aiheuttaa myös ahdistusta, että jää jostain tärkeästä ja mielenkiintoisesta kokemuksesta paitsi. Sosiaalinen media lisää ihmisten tarvetta kuulua joukkoon, olla osana suosittuja tapahtumia. Mitä enemmän Massless-näyttely näkyi sosiaalisessa mediassa, sitä pidempään museoon jonotettiin. Jonotinkin itsekin kolmannella kerralla talvipakkasessa neljä tuntia, kokeakseni vielä kerran immersiiivisen Massless-näyttelyn. Vai jonotinko osittain siksi, että muutkin jonottivat? Ehkä museoon jonottamisessa oli kyse siitä, että sain olla osa ilmiötä, jonka kokeminen oli mahdollista vain Massless-näyttelyssä.

Kävijämäärien ja suosion perusteella Massless-näyttelyn kaltaisille sisällöille on kysyntää. Kulttuuri on yhä enemmän digitalisoitunut ja kävijät haluavat uusia ja yllätyksellisiä kokemuksia. Osallistava taide on lisääntynyt näyttelyissä. Kävijät

osaavat odottaa ja vaatia kokemuksellisuutta. Massless-näyttely vetosi monilla tavoin kävijöihin. Osa halusi uusia taide-elämyksiä, osa halusi tutustua digitekniikkaan, osa kaipasi sosiaalista kanssakäymistä. Osa halusi olla osa Massless-ilmiotä, joka näkyi sosiaalisessa mediassa kuvien ja kokemusten jakamisen muodossa. Medialla ja etenkin sosiaalisella medialla oli merkittävä vaikutus näyttelyn suosioon.

Kun mietin laajemmin Massless-näyttelyn merkitystä kävijöiden näkökulmasta, katson, että näyttelyllä saattaa olla laajat ja kauaskantoiset seuraukset. Asenteet museoita kohtaan saattoivat muuttua myönteisimmiksi immersiiivisen näyttelyn myötä. Sellaiset kävijät, jotka ovat mieltäneet nykytaiteen vaikeaksi tai museot yleisesti epäkiinnostaviksi, voivat kiinnostua jatkossa taidenäyttelyistä. Uusi museo ja ainutkertainen näyttelykokemus saattoi synnyttää positiivisen suhtautumisen kulttuuria kohtaan. Sellaiset kävijät, jotka yleensä välttelevät museoita, innostuivat havaintojeni immersiiivisestä ja uudenlaisesta digitaalisesta näyttelystä. Teknologia ja museoarkkitehtuuri sulautuivat Massless-näyttelyssä muodostaen kokonaisvaltaisen aistielämyksen.

Pohtiessani tutkimuskohteen tulevaisuutta, esiin nousi uusia kysymyksiä: Miten Amos Rex aikoo tulevaisuudessa erottua muista museoista? Mitä museokävijät odottavat Amos Rexin tulevilta näyttelyiltä? Massless-näyttelyn suosion taustalla oli uuden museon vetovoimaisuus ja immersiiivisyyden kokemus. Digitaalinen näyttely herätti pohtimaan, miten pitkälle teknologiaa voidaan hyödyntää taiteessa. Kiinnostava kysymys on myös se, miten museokävijät omaksuvat uudet taideilmiöt ja teknologian yleistymisen kuvataiteessa.

## 9. LOPUKSI

Halusin tutkia aihetta, jonka koin olevan ajankohtaista taidekentällä, ja joka kiinnosti itseäni sekä ammatillisesti että elämyksellisyyden kautta. Amos Rex ja Massless-näyttely edustivat yhdessä sekä uutta tutkimuskohdetta että uudenlaista tapaa esittää ja kokea taidetta museossa.

Kun tarkastelen työtä kokonaisuutena, pitkäkestoinen tutkimusprosessi oli



mielenkiintoinen ja opettavainen, mutta myös haasteellinen. Kun olin valinnut aiheen, pohdin työn alussa, miten saan rakennettua johdonmukaisen, analyyttisen sekä lukijoita kiinnostavan tutkielman. Näkökulma tutkimusaiheeseen muutti alkupuolella muotoaan pariin otteeseen ja siten myös tutkimuskysymykset vaihtuivat matkan varrella. Jälkiviisaana voin todeta, että tutkielman monet kiinnostavat, mutta ylimääräiset sivupolut veivät aikaa ja vaivaa. Tutkimusaineistoa kertyi, mutta kaikkea en lopulta voinut hyödyntää työssäni. Hieman yllättävää oli se, kuinka vähän immersiiivisistä kuvataiteesta ja sen kokemisesta löytyi kirjallisuutta. Osittain sen vuoksi päädyin keräämään aineistoa lehtikirjoituksista ja kävijäkokemuksista.

Koska rajasin tutkimusaiheeni Amos Rexiin, oli helppoa keskittyä yhden museon yhteen näyttelyyn. Vaikka tutkimusprosessi vaati kärsivällisyyttä ja aiheutti toisinaan myös turhautumisen tunteita, koen että onnistuin tuottamaan uutta tietoa immersiiivisyyden kokemisesta. Aidot kokemukset ja henkilökohtaiset mielipiteet näyttelystä avasivat eteeni monia mielenkiintoisia näkökulmia. Haastattelun ja kävijäkokemusten analysointi oli myös opettavaista ja motivoivaa.

Tutkimustyössä tuli eteen myös haasteita, kuten esimerkiksi kävijäkyselyiden kerääminen sosiaalisesta mediasta (sivuston ylläpitäjän puuttuminen kävijäkyselyyn). Myös Amos Rexin henkilökunnan tavoittamisen oli haasteellista syksyllä 2018. Lopulta yleisötyön päällikkö pystyi järjestämään haastatteluajan tammikuulle 2019. Ajankohta osoittautui erinomaiseksi, koska Massless-näyttely oli juuri päättynyt ja kokonaiskuva näyttelystä ja sen yleisötyöstä oli muodostunut jo selkeäksi. Haastattelussa oli helppoa käsitellä onnistumisia ja haasteita, joita yleisötyössä oli tullut esille näyttelyn aikana. Haastattelukysymykset toimivat runkona, mutta läheskään kaikkia kysymyksiä ei käsitelty tunnin pituisessa haastattelutilanteessa.

Toivon, että yleisötyötä, kulttuuri-ilmiöitä ja innovatiivisia taidemuotoja tutkitaan monipuolisesti jatkossakin. Teknologian kehitys ja sosiaalinen media vaikuttavat monien ihmisten vapaa-aikaan ja valintoihin merkittävästi. Uusien tutkimusten ja kävijäkokemusten avulla myös kulttuurilaitokset pystyvät parantamaan toimintansa sisältöä ja tarjoamaan erilaisille kävijöille yhä enemmän kiinnostavia ja kokonaisvaltaisia elämyksiä.

## AINEISTO

### HAASTATTELU- JA KÄVIJÄKYSELYAINEISTO

Hessle, Elsa, yleisötyön päällikön haastattelu. Amos Rex, Helsinki (10.1.2019)  
Tallenne ja litterointi kirjoittajan hallussa.

Näyttelysuosituksia-Facebook -ryhmän kävijäkyselyiden vastaukset kirjoittajan hallussa. Näyttelysuosituksia-Facebook-ryhmän verkkosivut:  
<https://www.facebook.com/groups/nayttelysuosituksia/about/> (viitattu 30.5.2019)

### PAINETTU AINEISTO

Amos Rexin näyttelyesite: teamLab: Massless 30.8.2018 - 6.1.2019. Jaettu Amos Rexissä, Massless -näyttelyssä.

### DIGITAALINEN AINEISTO

Amos Rex -verkkosivut: <https://amosrex.fi> (viitattu 20.12.2018)

Frilander, Aino 2018. Kuin Yayoi Kusama tekisi Lux Helsingin - Amos Rexin ensimmäisestä näyttelystä povataan kävijähittiä jo nyt, sillä se luo ennennäkemättömän digitaalisen maailman vesiputouksineen ja liskoineen. Helsingin Sanomat -verkkajulkaisu. <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005538379.html> (viitattu 7.11. 2018)

Hotulainen, Kimmo 2019. Amos Rexin näyttely oli suuri pettymys. Helsingin Sanomat -verkkajulkaisu/mielipiteet: <https://www.hs.fi/mielipide/art-2000005957961.html> (viitattu 26.3.2019)

JKMM-verkkosivut: <https://jkmm.fi/case/new-amos-anderson-museum/> (viitattu 3.2.2019)

Kallionpää, Katri 2018. Mikä Lasipalatsin kelloja vaivaa? Koko maailma katsoo nyt Helsinkiin, mutta aika näyttää pysähtyneen uuden museon ulkopuolella. Helsingin Sanomat- verkkojulkaisu. <https://www.hs.fi/kaupunki/art-2000005839087.html> (viitattu 4.4.2019)

Kettunen, Katriina 2019. Miksi huippusuosittu näyttely ei saa jatkoaikaa? Amos Rex vastaa. Yle-verkkojulkaisu. <https://yle.fi/uutiset/3-10583833> (viitattu 3.3.2019)

Lehti, Anu-Elina 2016. Lasipalatsin museon rakennustyöt alkoivat - Kaivinkoneen puikoissa Kaj-Gustaf Bergh. Kauppalehti-verkkojulkaisu <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/lasipalatsin-museon-rakennustyot-alkoivat-kaivinkoneen-puikoissa-kaj-gustaf-bergh/a2c34602-aa2e-355f-ad83-bae869077e99> (viitattu 19.3.2019)

Marttinen, Vesa 2017. Lasipalatsin aukion alle kaivettu kaksikerroksinen uudisrakennus hakee jo muotoaan – Amos Rexin avajaisiin alle vuosi. Yle-verkkojulkaisu. <https://yle.fi/uutiset/3-9940819> (viitattu 15.11.2018)

Mäcklin, Harri 2018. Amos Rexin huikea avajaisnäyttely saa kriitikon itkemään ilosta – japanilainen teamLab kollektiivi on luonut Lasipalatsin alle toisen maailman. Helsingin Sanomat- verkkojulkaisu. <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005807862.html> (viitattu 15.11.2018)

Parkkinen, Pia, 2018. Amos Rex -museo avaa upottamalla kävijät toiseen todellisuuteen – japanilaiset poikkitaiteilijat täyttävät museon villillä digitaalimaailmalla. Yle-verkkojulkaisu. <https://yle.fi/uutiset/3-10038554> (viitattu 15.4.2019)

Tiikkaja, Samuli 2018. ”Mikään tässä projektissa ei ole ollut helppoa” - pian avautuvan Amos Rex -museon rakennustyön haastavuus kiteytyi savupiippuun. Helsingin Sanomat -verkkojulkaisu. <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005804437.html> (viitattu 15.4. 2019)

Wainwright, Oliver, 2018. Ethereal underworld: Exploring Helsinki's colossal new art bunker. The Guardian -verkkójulkaisu.

<https://www.theguardian.com/artanddesign/2018/aug/27/helsinki-amos-rex-art-museum> (viitattu 15.9.2018)

## LÄHTEET

### PAINETUT LÄHTEET

af Hällström, Jaana 2007. Museoammattilaisen käsikirja. Museoalan ammattiliitto ry. Vammalan kirjapaino Oy.

af Hällström, Jaana 2011. Näyttely. Viestintä. Museoliiton julkaisuja 60. Vammalan kirjapaino Oy.

Haapalainen, Riikka 2007. Museo verkossa. *Museologia tänään*. (toim. Pauliina Kinanen.) Suomen Museoliiton julkaisuja 57. 319-338.

Heikka, Elina 2007. Visuaalisen kulttuurin jäljillä. *Museologia tänään*. (toim. Pauliina Kinanen.) 235-238.

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena 2001. Tutkimushaastattelu. *Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Yliopistopaino Helsinki. 136-146.

Kaitavuori, Kaija 2007. Museo ja yleisö. *Museologia tänään*. (toim. Pauliina Kinanen.) Suomen Museoliiton julkaisuja 57. 284-288.

Kinanen, Pauliina (toim.) 2015. Museot ja mediakasvatus. Suomen Museoliiton julkaisuja 68. Arkmedia.

Laine, Timo 2007. Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma. Aaltola, Juhani & Valli Raine (toim.) 2007. *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II*. PS-kustannus. 28-35.

Liukkonen, Eija. 2004. Museoyleisö tutkimuksen kohteena. *Valistus/ museopedagogiikka/oppiminen*. 145-154.

Makkonen, Leena. 2012. Modernismia Helsingissä. Helsingin kaupunginsuunnitteluvirasto. Kirjapaino Uusimaa. 62-63.

Malmisalo-Lensu, Anne-Maija & Mäkinen, Minna. 2007. Museo oppimisen paikkana. *Museologia tänään*. Jyväskylä. 295-318.

Rönkkö Marja- Liisa. 2007. Museo Mediana. *Museologia tänään*. Jyväskylä. Suomen Museoliiton julkaisuja 57. 246-278.

Tiittula, L. & Ruusuvuori, J. 2009. Johdanto. Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. (toim.) 2009. *Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*. Osuuskunta Vastapaino. Jyväskylä. 9-21.

## DIGITAALISET LÄHTEET

Allen, Patrick. T. 2018. A brief history of immersion, centuries before VR. The Conversation. Academic rigour, journalistic flair -verkkojulkaisu.  
<http://theconversation.com/a-brief-history-of-immersion-centuries-before-vr-94835>  
(viitattu 1.4.2019)

Amos Rex -verkkosivut: Amos Anderson. <https://amosrex.fi/meista/amos-anderson/>  
(viitattu 14.3.2019)

Amos Andersonin taidemuseon verkkosivut: <http://amosanderson.fi/lasipalatsi/>  
(viitattu 20.2.2018)

Amos Rex -verkkosivut: Bio Rex. <https://amosrex.fi/bio-rex/> (viitattu 20.5.2019)

Amos Rex -verkkosivut: Frosteruksen kokoelma. <https://amosrex.fi/nayttely/sigurd->

[frosterus/](#) (viitattu 4.2. 2019)

Bouwers, Kirsty 2018. Guide to the Mori building Digital art museum Epson teamLab borderless. Time Out- verkkojulkaisu. <https://www.timeout.com/tokyo/art/guide-to-the-mori-building-digital-art-museum-epson-teamlab-borderless> (viitattu 20.3.2019)

Cogley, Bridget 2018. Dezeen´s top 10 museums and galleries of 2018. Dezeen magazine -verkkojulkaisu. <https://www.dezeen.com/2018/12/03/top-10-museums-galleries-2018-review/> (viitattu 20.5.2019)

Erma, Maria 2018. BBC listasi kahdeksan kiinnostavaa rakennusta ympäri maailmaa vuonna 2018 – yksi niistä sijaitsee Suomessa. Aamulehti-verkkojulkaisu. <https://www.aamulehti.fi/uutiset/bbc-listasi-kahdeksan-kiinnostavaa-rakennusta-ympari-maailmaa-vuonna-2018-yksi-niista-sijaitsee-suomessa-200650532/> (viitattu 15.5.2019)

Haapalainen, Riikka & Niskanen, Niina 2018. Osallistava taide saa aikaan muutosta. Helsingin yliopisto- verkkojulkaisu. <https://www.helsinki.fi/fi/uutiset/kielikulttuuri/osallistava-taide-saa-aikaan-muutosta> (viitattu 3.2.2019)

HAM-verkkosivut: Yayoi Kusama: In Infinity. <https://www.hamhelsinki.fi/exhibition/yayoi-kusama-in-infinity/> (viitattu 15.4.2019)

Han, Gregory 2018. The World´s first Digital art museum opens in Tokyo. Design Milk -verkkojulkaisu. <https://design-milk.com/worlds-first-digital-art-museum-tokyo/> (viitattu 20.3.2019)

Helsingin kaupunki -verkkosivut: <https://www.hel.fi/uutiset/fi/kaupunkiymparisto/rakentamisen-ruusu-2018-amos-rexille-ja-lasipalatsin-peruskorjauksille> (viitattu 12.5. 2019)

Kaitavuori, Kaija 2015. Kuka välittää? Tahiti/Taidehistoria tieteenä- verkkojulkaisu. <http://tahiti.fi/03-2015/tieteelliset-artikkelit/kuka-valittaa/> (viitattu 28.11. 2018)

Koivisto, Maritta, 2018. Vuoden betonirakenne 2018- Amos Rex, Helsinki.

Betoniteollisuus ry.- verkkojulkaisu. <https://betoni.com/tapahtumat-ja-koulutukset/vuoden-betonirakenne/vuosi-2018/> (viitattu 4.4.2019)

Lasipalatsin historia -verkkosivut: <https://www.glaspalatset.se/fi/sida/Historia> (viitattu 2.3.2019)

Lempinen-Vesa, Riitta-Leena 2017. Mikä oli Taidekeskus Retretti? Itä-Savo-verkkojulkaisu. <https://ita-savo.fi/uutiset/kulttuuri-ja-viihde/1b464efc-525b-4475-985a-82c282b49c1a> (viitattu 15.7.2019)

Maamies, Sari 2011. Vau, mitä arkkitehtuuria! Kielikello-verkkojulkaisu. <https://www.kielikello.fi/-/vau-mita-arkkitehtuuria-> (viitattu 25.5.2019)

Museokortti-verkkosivut: Museokorttitutkimus. Aalto-yliopiston tutkijat: Museokortti kolminkertaistaa museokäynnit, hyödyt museoille yksiselitteisiä. <https://museot.fi/museokorttitutkimus2019> (viitattu 15.11.2019)

Museokortti-verkkosivut: Museokortti. <https://museot.fi/museokortti> (viitattu 16.08.2019)

Museokortti-verkkosivut: Uutiset. [https://museot.fi/uutiset/museokortin-ja-museoiden-suosio-jatkaa-kasvuaan?\\_ga=2.211146013.947978651.1554552144-903326253.1554552144](https://museot.fi/uutiset/museokortin-ja-museoiden-suosio-jatkaa-kasvuaan?_ga=2.211146013.947978651.1554552144-903326253.1554552144) (viitattu 15.5.2019)

Museoliitto-verkkosivut: Yleisötyö. <https://www.museoalanammattiliitto.fi/museoammattilaiset/museoalantyonkuvia/yleisotyö/> (viitattu 3.5.2019)

Paris City Vision -verkkosivut: <https://www.pariscityvision.com/en/paris/museums/louvre-museum/the-louvre-pyramid-history-architecture-legend> (viitattu 20.7.2019)

Pöppönen, Hannu, 2011. Wau-arkkitehtuuri hätkähdyttää. Helsingin Sanomat-verkkajulkaisu. <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000004782913.html> (viitattu 29.5.2019)

Riitaho, Anni. Museoiden tarjottava kävijöilleen kokonaisvaltaista elämystä - pelkkä taide-esine ei enää yksin riitä. Yle-verkkajulkaisu. <https://yle.fi/uutiset/3-10372222> (viitattu 20.5.2019)

Salmi, Sara 2018. Amos Rex ja Lasipalatsin peruskorjaus palkittiin Rakentamisen Ruusulla – ”Rohkea kaupunkiaukio”. Yle-verkkajulkaisu. <https://yle.fi/uutiset/3-10561413> (viitattu 8.5. 2019)

Salo, Maaria 2018. Yksisilmäisyydestä moniaistisuuteen – immersiiivisen estetiikan uudet vaatteet. Kritiikin uutiset- verkkajulkaisu. <https://www.kritiikinuutiset.fi/2018/11/23/yksisilmäisyydesta-moniaistisuuteen-immersiivisen-estetiikan-uudet-vaatteet/> (viitattu 21.3.2019)

Siegal, Nina 2018. Amos Rex Museum is Helsinki’s new homegrown star. The New York Times- verkkajulkaisu. <https://www.nytimes.com/2018/09/05/arts/design/amos-rex-museum-is-helsinkis-new-homegrown-star.html> (viitattu 5.12.2018).

Siltamäki, Tuija 2019. Yhtenäiskulttuuri kuolla kupsahti, mutta kaipuu yhteisiin kokemuksiin ei – ja siksi me jonotamme museoon kuin idiootit. Yle-verkkajulkaisu. <https://yle.fi/uutiset/3-10689295> (viitattu 15.4.2019)

STT. Etelä-Suomen Sanomat, 2019. Amos Rexin ensinäyttely keräsi lähes 270 000 kävijää – Museonjohtaja: Tappiot jäivät odotettua pienemmiksi. <https://www.ess.fi/uutiset/kulttuurijaviihde/art2510089> (viitattu 18.11.2019)

Tieteen termipankki -verkkosivut: immersiiivinen estetiikka. [http://tieteentermipankki.fi/wiki/Estetiikka:immersiivinen\\_estetiikka](http://tieteentermipankki.fi/wiki/Estetiikka:immersiivinen_estetiikka) (viitattu 20.4.2019)



## KUVALÄHTEET

Amos Rex -verkkosivut: <https://amosrex.fi/lehdisto/> (viitattu 2.2.2019)

Bouwers, Kirsty 2018. Guide to the Mori building Digital art museum Epson teamLab borderless. TimeOut-verkkójulkaisu. <https://www.timeout.com/tokyo/art/guide-to-the-mori-building-digital-art-museum-epson-teamlab-borderless> (viitattu 20.3.2019)

HAM-verkkosivut: <https://www.hamhelsinki.fi/exhibition/yayoi-kusama-in-infinity/> (viitattu 25.5.2019)

JKMM Architects -verkkosivut: <https://jkmm.fi/case/new-amos-anderson-museum/> (viitattu 19.2.2019)

teamLab -verkkosivut: <https://www.teamlab.art/e/amosrex> (viitattu 3.4.2019)

## LIITE 1

### HAASTATTELUKYSYMYKSET Elsa Hesslen haastatteluun

Tanja Kanttikoski

10.1.2019

Haastattelukysymykset liittyvät taidekasvatuksen pro gradu -tutkielmaani, jonka teen Jyväskylän yliopiston musiikin, taiteen ja kulttuurin tutkimuksen laitokselle. Käsittelen vastaukset luottamuksellisesti ja halutessanne anonyymisti.

#### **Kysymyksiä Amos Rexin yleisötyöstä, kävijäryhmistä ja tilan merkityksestä Amos Rexin rakennusvaiheesta**

1. Miten paljon yleisötyötä (kohderymänä lapset ja nuoret) mietittiin museon suunnitteluvaiheessa/ arkkitehtuurissa? Olitko itse vaikuttamassa?

-Huomioitiinko esim. eri ikäisten kävijöiden mittasuhteet (esim. lapset) tilasuunnittelussa?

-Erialaisten kävijäryhmien erityistarpeita?

2. Miten paljon näyttelytilojen valaistusta ja tilamateriaaleja voidaan vaihdella näyttelyissä? -interiöörin muunneltavuus

#### **Yleisötyöstä ja kävijäryhmistä – lapset ja nuoret**

3. Miten yleisötyön palvelut suunnitellaan museossa? Mistä lähdetään liikkeelle?

4. Kenelle yleisötyötä erityisesti suunnataan? Mitkä kävijäryhmät odottavat eniten palveluita ja ohjausta?

5. Miten merkittäviä lapset ja nuoret ovat kohderyhminä mielestäsi Amos Rexille?

6. Tekeekö museo yhteistyötä koulujen ja päiväkotien kanssa? Esim. ennen ja/tai jälkeen käynnin? Millaista?

7. Miten asiakaslähtöinen ajattelu näkyy museon toiminnassa?

- Kävijöitä voidaan segmentoida eri ryhmiin: erityisryhmät, satunnaiset, yms.
- Toisaalta kaikki ryhmät ovat erityisryhmiä. Miten itse koet kävijöiden luokittelun?
- Mikä merkitys sillä on museolle?

8. Mikä merkitys kävijöille on ollut osallistavasta näyttelykokemuksesta teamLab-näyttelyssä?

### **Tilan kokemisesta**

9. Miten merkittävässä asemassa Lasipalatsi rakennuksena on museokävijöille?

- Muutos wau-arkkitehtuurin kohteeksi. Palautteet? Miten tila on koettu?

10. Miten paljon näyttelyn sisällöllä/rakenteella on merkitystä siihen, miten kävijä kokee ja aistii tilan? Miten se näkyy näyttelyn aikana tai kävijäpalautteissa?

11. Onko jokin tila tai näyttelyalue koettu erityisenä? Kävijöiden positiiviset/negatiiviset palautteet? Sisä- ja ulkotilat?

- Onko Lasipalatsin aukio mielestäsi osa museotilaa, vaikka onkin ulkona? Osa JKMM:n arkkitehtuurista kokonaisuutta.

12. Digitaalinen näyttely on houkuttanut paljon lapsia ja nuoria. Onko teamLab koettu taidenäyttelyksi? Vai joksikin muuksi?

- ihmiset kokevat selkeät ja jäsennetyt tilat miellyttäväksi.

Koettiinko näyttely(kierto) selkeäksi? Miten valaistus ja pimeys koettiin? (Näyttelyssä ei ollut luonnonvaloa.)

13. Miten erityisryhmät ja erilaiset kävijäryhmät on huomioitu museon tiloissa? Onko esimerkiksi aistiyliherkiltä, liikuntaesteisiltä, tullut palautetta näyttelystä/tiloista?

### **Museopedagogiikasta ja oppimisympäristön merkityksestä**

14. Miten merkittävänä koet museon tehtävän ja vastuun taidekasvattajana, erityisesti lapsille ja nuorille?

15. Miten museo oppimisympäristönä näyttäytyy mielestäsi lapsille ja nuorille?  
-voidaanko puhua ilmiöoppimisesta?  
-Lisääkö digitaalisuus kävijöiden medialukutaitoa? Tarvitaanko sitä mielestäsi, jotta kävijä voi nauttia näyttelystä?  
-näyttely oli lähes tekstitön. Millaista palautetta siitä tuli kävijöiltä?

16. Miten aktiivisesti lapset ja nuoret ovat osallistuneet näyttelyopastuksiin/pajoihin? -  
palautteet?

### **Museon tulevaisuuden näkymiä**

17. Millaisia haasteita/yllätyksiä uudessa museossa on tullut vastaan?  
-Arkkitehtuurin, yleisötyön, tilojen toimivuuden osalta?

18. Miten digitaalisuus näkyy tulevissa näyttelyissä? Houkutteleeko se etenkin  
nuoria kävijöitä?

19. Miten museon yleisötyötä ja palveluita kehitetään tulevissa näyttelyissä?

20. pyrkiikö Amos Rex profiloitumaan Suomessa uudenajan, ”digitaaliseksi  
”museoksi?

- museovierailu on usein sosiaalinen tapahtuma. Etenkin digitaalinen näyttely ja  
some; insta, fb, lisäsivät näkyvyyttä. Miten se vaikutti kävijöihin museossa?

-Koetko, että museon suosiota lisäsi fomo – fear of missing out, pelko jäädä  
osattomaksi yhteisestä (some)kokemuksesta? Vaikuttiko some suosioon ja  
jonoihin?

-museon imago vahvistuu myös somen myötä. Onko siinä nähtävissä mielestäsi  
haittavaikutuksia?

Muita ajatuksia?

Kiitos vastauksista!

## LIITE 2

Kävijäkysely, joka oli julkisesti esillä Facebookin Näyttelysuosituksia-ryhmässä 24.-25.4.2019.

Kysymykset liittyvät taidekasvatuksen pro gradu -tutkielmaani, jossa tarkastelen Amos Rexin avajaisnäyttelyn immersiiivisyyttä ja sen kokemista. Käsittelen vastaukset anonyymisti.

### **Immersiivisyyden kokeminen Amos Rexin avajaisnäyttelyssä: TeamLab – Massless (=vailla massaa)**

TeamLab-työryhmän tavoitteena oli *”uudelleen määritellä todellisuus”* ja vapauttaa katsoja fyysisen painon ja paikan tunteesta.

Immersiivinen tarkoittaa kokonaisvaltaista, useilla aisteilla koettavaa elämystä. Immersiivisyys voi synnyttää upottavan kokemuksen, jossa katsoja ”on teoksen sisällä”.

1. Vastasiko teamLab:n toteuttama digitaalinen näyttely odotuksiasi?
2. Koitko olevasi taidenäyttelyssä?
3. Koitko olevasi näyttelyssä ”teosten sisällä”?
4. Osallistuitko Nature Graffiti -teoksen muokkaukseen, värittämällä eläimiä tai kasveja, jotka skannattiin seinille?
5. Olisitko mennyt uuteen Amos Rexin museoon, riippumatta avajaisnäyttelyn sisällöstä?

### LIITE 3

#### **Facebook-kysely Näyttelysuosituksia-ryhmässä 24.-27.4.2019**

Hei, teen pro gradu -tutkielmaa Amos Rexin Massless-avajaisnäyttelyn kokemuksellisuudesta (teamLab: Massless-näyttely 30.8. 2018 - 6.1. 2019).

Toivon saavani vastauksia immersiiivisyydestä ja museon tilakokemuksesta. Immersiivinen tarkoittaa kokonaisvaltaista, useilla aisteilla koettavaa elämystä. Immersiivisyys voi synnyttää upottavan kokemuksen, jossa katsoja ”on teoksen sisällä”.

Olisi mahtavaa, jos saan tätä kautta kommentteja, aistikokemuksia, kritiikkiä, mitä tahansa!

Sosiaalinen media liittyi vahvasti näyttelyn suosioon, joten kävijäkokemuksia on luonteva kerätä Facebook-ryhmän kautta.

1. Vastasiko teamLab:n toteuttama digitaalinen näyttely odotuksiasi? Mitä odotit?
2. Koitko olevasi taidenäyttelyssä?
3. Koitko olevasi näyttelyssä ”teosten sisällä”?
4. Osallistuitko Nature Graffiti -teoksen muokkaukseen, värittämällä eläimiä tai kasveja, jotka skannattiin seinille?
5. Olisitko mennyt uuteen Amos Rexin museoon, riippumatta avajaisnäyttelyn sisällöstä?
6. Mitä muuta haluat kertoa Massless-näyttelystä tai museosta?

Käsittelen vastaukset anonymisti, eikä aineistoa käytetä muuhun tarkoitukseen.

Kiitos avustasi!