

Opinnäytetyö AMK

Elokuvan ja television ko, mediatuotanto

NELTES13_ME

2016

Essi Vesala

TILASTA PAIKKA JA FESTIVAALISTA ELÄMYS

– monitaiteellinen kokemus H2Ö

Essi Vesala

TILASTA PAIKKA JA FESTIVAALISTA ELÄMYS

- monitaiteellinen kokemus H2Ö

Uudenlaiset urbaanit festivaalit ovat lähivuosina alkaneet tarjota yleisölle laajempaa elämyksellistä kaarta kuin perinteiset musiikkifestivaalit. Festivaaliohjelmisto ei enää keskity pelkästään musiikkiohjelman ympärille, vaan myös muihin yksityiskohtiin on alettu kiinnittää entistä enemmän huomiota, kuten taideohjelmaan, aluesuunnitteluun tai vaikka ruokatarjontaan. Trendi on rantautunut Euroopasta Boutique-festivaaleilta, joissa yleisö on tapahtuman keskiössä ja tuottajat pyrkivät luomaan festivaalin, jossa kävijä voi olla vuorovaikutuksessa ympäröivän tilan kanssa ja ennemminkin aktiivinen toimija kuin passiivinen sivustakatsoja.

Case-esimerkinä opinnäytetyössäni keskityn Turussa järjestettyyn H2Ö-festivaaliin. H2Ö:ssä yhdistyy hienosti laaja musiikkiohjelma sekä monitaideohjelma, jotka yhdessä synnyttävät kokonaisvaltaisen festivaalikokemuksen.

Case-esimerkkini pohjalta jaan omia kokemuksia tuotantoprosessista ja ammennan tutkimussisältöä myös taidefilosofiasta ja pohdin tarkemmin tilan ja paikan käsitteitä festivaalituotannon kontekstissa. Mitä tulisi huomioida, kun pyritään luomaan tilasta paikka, jolle on syntynyt omia subjektiivisia merkityksiä ja festivaalista elämys, joka on enemmän kuin osiensa summa?

Tila on jotakin, jonka kassa tapahtumatuottaja toimii yhteistyössä. Tila ei voi koskaan olla irrallinen - ei tapahtumasta, eikä siitä syntyvästä kokemuksesta. Festivaaleja tuottaessa tulisi kiinnittää enemmän huomiota tilan ja kävijöiden vuorovaikutukseen ja sen kautta festivaalin identiteetin ja yhteisöllisyyden syntyyn.

Ominaisuudet kuten autenttisuus, yhteisöllisyys, intiimiys ja tekijät kuten lokaatio, aluesuunnittelu ja taide kietovat opinnäytetyössäni käsitellyt festivaalit ja ajatukset toisiinsa. Kokonaisvaltainen festivaalielämys syntyy näiden tekijöiden yhteisvaikutuksesta.

ASIASANAT:

Musiikkifestivaalit, tapahtumatuotanto, elämys, tila, paikka, taide, taidefilosofia

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Film and television, Media production

2016 | 39

Essi Vesala

FROM A SPACE TO A PLACE, FROM A FESTIVAL TO AN EXPERIENCE

-Case H2Ö

Many urban festivals have started to offer a wider experiential cycle than traditional music festivals. The Festival experience is no longer just focusing on the music program, but has begun to pay attention to other important details as well, such as art, festival area planning and food. The trend started from European boutique festivals, where the audience is at the heart of the event. The organizers try to produce a festival, where the visitor are interacting with the surrounding space and are active rather than passive passers-by.

The case example of my thesis is H2Ö-festival that is held in Turku, Finland. H2Ö combines an extensive music program and an art program, which together generate a comprehensive festival experience.

The theoretical base of my thesis consists of my case example, my own experience on festival production and art philosophy. I reflect the concepts of space and place in the context of festival production. What should be taken in consideration when trying to transform a space into a place, which entails subjective features, and a festival into an experience, which is more than the sum of its parts?

Space is something that the festival producer always co-operates with. Space is never detached from the event or the overall experience. When producing festivals, we should pay more attention to the interaction between the space and the visitors, which in the end helps the festival to form a sense of a collective identity.

Authenticity, community, intimacy, the festival location, area planning and art are important factors when trying to produce a holistic festival experience.

KEYWORDS:

Music festivals, event management, experience, space, place, art philosophy

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	1
2 MUSIIKKIFESTIVAALIT YLEISESTI	4
2.1 Festivaalien historiaa	4
2.2 Musiikkifestivaalit Suomessa	5
2.3 Telttailueksotiikkaa ja kaupunkikulttuuria	6
3 URBAANIT FESTIVAALIT JA ELÄMYKSELLISYYS	11
3.1 Ulkomusiikilliset tekijät osana festivaalia	11
3.2 Boutique is beautiful	12
3.3 H2Ö – monitaiteellinen vaihtoehtofestivaali	14
3.3.1 H2Ö:n taideohjelma	16
3.3.2 Aluesuunnittelu	20
3.3.3 Taideohjelman tuotantoprosessia	21
4 TILASTA PAIKKA	26
4.1 Tila kuin utopia	26
4.2 Tilasta paikka	26
4.3 Tilan tuottaminen	28
4.4 Taide tilassa	31
4.5 Kynnyksetön kokemus	32
5 POHDINTA	34
LÄHTEET	37
KUVAT	40

1 JOHDANTO

Musiikkifestivaalit ovat tärkeässä osassa Suomen kesäistä tapahtumakenttää. Erilaisia festivaaleja järjestetään ympäri Suomen, aina pienistä taidefestivaaleista lähes sadantuhannen kävijän rockfestivaaleihin. Osa festivaaleista tarjoaa kävijöilleen maailman luokan esiintyjä ja suureen yleisöön vetoavan ohjelmiston, kun taas toiset pyrkivät tarjoamaan laajemman elämyksellisen kaaren, jolloin ohjelmisto voi koostua myös ulkomusiikillisesta, eli musiikkiohjelmiston ulkopuolisesta, ohjelmistosta.

Uudenlaiset urbaanit festivaalit ovat etunenässä ryhtyneet keskittymään festivaalituotannossa myös muihin tärkeisiin yksityiskohtiin kuin musiikkiesiintyjiin. Useat festivaalit tarjoavat omannäköisensä, tarkasti mietityn ja huolitellun musiikkiohjelmiston, joka voi olla kiedottu jonkin tietyn genren ympärille, mutta toisinaan se ei ole ainoa festivaaliyleisöjä paikalle vetävä magneetti. Tämän lisäksi festivaalit voivat tarjota kattavan monitaideohjelman, osallistavia työpajoja, tarkkaan harkitun ruokatarjonnan tai muita vastaavia elämyksiä. Näistä kaikista pienistä yksityiskohdista syntyy parhaillaan kaunis festivaalielämys, joka luo yhteisöllisen, omanlaisensa tunnelman, joka kantaa koko festivaalin ajan.

Maailmalta Suomeenkin hiljalleen rantautuneet Boutique-festivaalit on hyvä esimerkki siitä, mihin festivaalit ovat ehkä ainakin osittain menossa. Suuret rockfestivaalit tuskin ovat väistymässä kokonaan, mutta varsinkin nuoret kävijät ovat alkaneet vaatia festivaalikokemukseltaan enemmän, kuin vain suuria lavoja ja mutaista leirintäaluetta. Boutique-festivaalit ovat syntyneet vastapainona suurille, kaupallisille festivaaleille. Boutique-festivaaleilla yleisö on keskiössä, ja tapahtumanjärjestäjät pyrkivät luomaan sellaisen festivaalin, jossa kävijä voi olla vuorovaikutuksessa ympäröivän tilan kanssa ja pikemminkin aktiivinen toimija kuin passiivinen sivustakatsoja.

Keskityn case-esimerkkinä Turussa järjestettyyn H2Ö-festivaaliin, joka on omalla omaperäisyydellään ja tunnelmallaan noussut yhdeksi tunnetuimmaksi urbaaniksi vaihtoehtomusiikin festivaaliksi Suomessa. H2Ö:tä on kehuttu monissa medioissa kokonaistaideteokseksi ja tunnelmaltaan ainutlaatuiseksi. H2Ö:ssä yhdistyykin hienosti uskomattoman laaja musiikkiohjelma, joka on sekoitus ulkomaista ja kotimaista vaihtoehtomusiikkia, sekä festivaaliympäristön taikamaailmaksi luova monitaideohjelma, joka tarjoaa kaikkea mahdollista performansseista katutaiteeseen ja työpajoihin.

Olen ollut kahtena kesänä töissä H2Ö-festivaaleilla taideohjelman parissa, joten aion keskittyä tarkemmin juuri taideohjelman rakentumiseen ja sen analysointiin. Kerron H2Ö:n kautta taideohjelman tuotantoprosessista ja käytän sitä yhtenä esimerkkinä koko opinnäytetyön läpi.

Festivaalin elämyksellisyyteen vaikuttavia yksityiskohtia voi olla tuhansia. En keskity opinnäytetyössäni juurikaan niihin, joita voidaan tuottaa suurilla budjeteilla, vaan lähinnä siihen, miten tunnelmasta voi luoda intiimin ja aisteja hivelevän ilman jättibudjettia. Aion ammentaa tutkimussisältöä myös osittain taidefilosofiasta ja miettiä tarkemmin tilan käsitettä. Näitä ajatuksia aion soveltaa myös festivaalituotantoon ja siihen, mitä tulisi huomioida, kun pyritään luomaan tilasta paikka, jolle on syntynyt omia subjektiivisia merkityksiä ja festivaalista elämys, joka on enemmän kuin osiensa summa.

Lähdemateriaaleina olen käyttänyt laajasti kirjallisuutta liittyen festivaalien historiaan aina antiikin kreikasta alkaen, tilan filosofiaa käsitteleviä teoksia sekä tapahtumanjärjestäjien oppaita. Suurin osa ajankohtaisemmista lähteistä on verkkojulkaisuja, tutkimuksia ja haastatteluita, joita on tehty Suomen ja muiden maiden festivaalikentästä ja -järjestäjistä. Case-esimerkkinä käyttämästäni H2Ö:stä ammennan tietoa lähinnä oman kokemuspohjani perusteella.

Festivaalien elämyksellisyydestä ja taiteen tuomisesta festivaaleille on vielä vähän tutkimuksia. Lähinnä on tutkittu eri festivaalien kävijäprofiileita. Haluan opinnäytetyössäni nostaa esiin niitä seikkoja, jotka tekevät festivaaleista omanlaisensa, yhteisöllisen kokemuksen, joka tarjoaa laajasti elämyksiä eri aisteille. Haluan myös tutkia sitä, mitä tarkoittaa käytännössä taiteen tuominen osaksi festivaaliympäristöä niin taiteilijan kuin kokijan näkökulmasta. Minkälaisia uusia merkityksiä se luo festivaalikokemukseen? Tilan käsitteessä on yhtenä kysymyksenä juuri se, kuinka jostakin tilasta voidaan luoda paikka, jossa jaetaan hetkiä ja muistoja. Ihminen ei vain näe tilaa, vaan kokee sen kaikilla aisteilla ja ruumillaan. Miten tilallisuutta voidaan hyödyntää myös festivaalituotannossa? Festivaalit tapahtumina luovat jo sinällään erilaisia merkityksiä ja muistojen representaatioita tapahtumapaikoilleen, mutta kuinka sitä voitaisiin hyödyntää konkreettisesti?

Opinnäytetyöni perehtyy aluksi musiikkifestivaaleihin yleisesti ilmiönä, vähän niiden historiaan ja vallalla oleviin trendeihin. Esimerkkeinä käytän etenkin Helsingissä järjestettävää Flow-festivaalia ja case-festivaalia H2Ö:tä. Kuinka nämä näyttäytyvät tutkimuksen kontekstissa? Case-esimerkkini pohjalta jaan omia kokemuksiani

tuotantoprosessista. Taidefilosofia-osiossa käsittelen tilallisuutta, jonka pyrin sitomaan mukaan myös konkreettisiin johtopäätöksiin siitä, minkälainen festivaali on elämyksellinen kokemus ja mihin seikkoihin tuotantoprosessissa tulisi kiinnittää huomiota.

2 MUSIIKKIFESTIVAALIT YLEISESTI

2.1 Festivaalien historiaa

Erilaisia kulttuuritapahtumia, festivaaleja ja juhlia, on järjestetty ihmiskunnan historian alkuajoilta lähtien. Etymologisesti sana festivaali on peräisin latinankielisestä kantasana *festum*, joka viittaa julkiseen ilonpitoon ja juhlintaan (Falassi, n.d.). Festivaaleihin ja juhliin on aina sisällynyt paljon symboliikkaa ja erilaisia teemoja aina yhteisön arvoista ja ideologioista sosiaaliseen arvostukseen ja identiteettiin. Erilaiset rituaalit ja performanssit kuuluvat ihmisluontoon (Kainulainen, 2005). Ensisijaisesti erilaiset festivaalit ovat kuitenkin olleet hetkiä, jotka ovat yhdistäneet yhteisöjä ja antaneet areenan ilonpidolle. Henri Lefebvre on esittänyt kritiikissään (Lefebvre, 1992, 207) festivaalien eroa arjesta. Alusta alkaen festivaalit olivat vastakohtia arjelle, mutta ne eivät kuitenkaan olleet siitä irrallisia – pikemminkin vain arkea intensiivisempiä, kaiken yhdistäviä, erityisiä hetkiä.

Näitä samoja piirteitä voi huomata myös nykypäivän festivaalikulttuurissa. Teollistumisesta ja kaupallistumisesta huolimatta näihin vanhoihin perinteisiin pohjaavat tapahtumat kuuluvat olennaisesti osaksi elämäämme. Seremoniat ja riitit ovat ehkä muuttaneet muotoaan, mutta toimivat symbolisella tasolla vielä samalla tavalla kuin ennenkin (Kainulainen, 2005).

Festivaalit luovat uusia tiloja yhteisölle olla kanssakäymisessä keskenään. Niissä taiteilijat saavat kehittää työtään uusissa ympäristöissä ja ottaa haltuun kaupunkitilaa ja elävöittää sitä. Festivaalit eivät kuitenkaan ole vain taiteellinen tuote, vaan aina myös sosiaalinen tapahtuma (González, 2005), joissa yhdistyy monia erilaisia aspekteja, yhteisöllisyydestä ja sosiaalisesta kanssakäymisestä taiteeseen ja kulttuuriin, juhlaan ja kokemukseen. Festivaalit luovat uusia merkityksiä kaupunkitilalle, uusia kohtaamispaikkoja ja hetkellisiä kulttuurin yhteenliittymiä, jotka mahdollistavat uusien ideoiden synnyn.

2.2 Musiikkifestivaalit Suomessa

Suomessa järjestetään vuosittain useita kymmeniä musiikkifestivaaleja juhannusfestareista raskaan musiikin festivaaleihin. Festivaalisesonki painottuu kesäkuukausille toukokuusta elokuuhun. Talvella järjestetään muutamia sisäfestivaaleja, mutta pääosin tuotannot keskittyvät kesään, sillä silloin sääolosuhteet ovat armollisempia ja mahdollistavat ylipäätään helpommin suuren ulkoilmatapahtumien järjestämisen.

Tässä opinnäytetyössä keskityn pääsääntöisesti musiikki- ja kulttuurifestivaaleihin, joiksi lasken tapahtumat, jotka kestävät useamman päivän, ja jotka järjestetään säännöllisesti tietyssä paikassa. Festivaaleille on kuratoitu ohjelma, joka voi sisältää esimerkiksi musiikkia, taidetta ja työpajoja.

Music Finlandin toteuttamassa barometrissa (Hiltunen & Ilmavirta, 2016) jäsenettiin musiikkialan ammattilaisten käsityksiä alan tulevaisuuden näkymistä. Usko musiikkialan taloudelliseen kasvuun on kyselyyn vastanneiden keskuudessa vahva. Juuri elävälle musiikille ennakoidaan kasvua – jopa 71% prosenttia vastanneista näkee elävän musiikin suurimpana kasvun ajurina.

Suurimmilla festivaaleilla menee hyvin: vuonna 2016 useampi festivaali oli loppuunmyyty - mukaan lukien Tuska, Ruisrock ja Provinssi. Tänä vuonna Provinssi päihitti yleisöennätyksensä festivaalilauantaina ja keräsi viikonlopun aikana yhteensä 71 000 henkilöä Seinäjoen Törnävälle (Provinssi, 2016). Myös Ruisrock teki kaikkien aikojen yleisöennätyksensä 100 000 kävijällä viikonlopun aikana, tehden Ruisrockista Suomen suurimman musiikkifestivaalin (Turun Sanomat, 2016). Muutenkin festivaaleilla meni pääsääntöisesti hyvin, jopa Helsingin Teurastamolla järjestetty urbaani Sideways kääntyi voiton puolelle, vaikka hirvittävä myrsky riepottelikin festivaalialuetta koko viikonlopun (Mattila, 2016).

Festivaalit ovat kuitenkin muuttuneet huomattavasti takavuosien edeltäjistään (Mattila, 2016). Kävijät ovat uskaltaneet alkaa vaatia enemmän: parempaa palvelua, huomion kiinnittämistä myös ulkomusiikillisiin seikkoihin kuten laajaan juoma- ja ruokatarjontaan – on street foodia, fine diningiä, sushiburritoja ja pienpanimo-oluita.

”Lärvien vetäminen festareilla ei ole enää trendikästä”, toteaa Ruisrockin toimitusjohtaja Juhani Merimaa (2015).

Fullsteamin promoottori Juha Kyyrö uskoo, että nuoret festivaalikävijät uskaltavat vaatia enemmän – kun taas vanhempi sukupolvi tyytyy perinteisempään. Toisaalta vanhemmat festivaalikävijät arvostavat sellaisia palveluja, kuin hotellimajoitusta mutaisen telttapaikan sijaan. (Mattila, 2016). Tästä syystä myös kaupunkifestivaalit ovat entistä suosituimpia, sillä ne voivat tarjota yleisempiä elämyksiä niitä kaipaaville. Seuraavassa luvussa keskitytään tarkemmin festivaalien muutokseen.

2.3 Telttailueksotiikkaa ja kaupunkikulttuuria

SuomiAreenan haastattelussa ”Mihin suuntaan musiikkifestivaalit menevät?” (SuomiAreena, 2015) Pori Jazzin toimitusjohtaja Juha Miikkulainen ja Ruisrockin Juhani Merimaa pohtivat festivaalien tulevaisuutta. Heidän mielestään festivaalit ovat jatkuvasti muutoksen alla; joka vuosi tulee miettiä, mitä tarjontaan halutaan lisää, ja mitä vastavuoroisesti tulisi poistaa. Suomessa ei olla juurikaan jäljessä festivaalien kehityksessä, vaan trendit rantautuvat nopeasti kansainvälisiltä festivaaleilta. Yhtenä trendinä ja kenties alan tulevaisuutena voidaan nähdä kaupunkifestivaalit, jotka vetävät puoleensa paikallisia ihmisiä, jotka viihtyvät päivän festivaaleilla ja yöpyvät kotonaan. Merimaa kuitenkin lisää, että tällä hetkellä Suomessa ja maailmalla suurimmat festivaalit ovat kuitenkin camping-festivaaleja, joihin pakataan teltat ja kumisaappaat ja eletään festariympäristössä viikonlopun ajan.

Monet suomalaiset festivaalit voidaan jakaa jompaankumpaan näistä festivaalityypeistä: camping-festivaaleihin ja urbaaneihin festivaaleihin. Suomen suurimmille camping-festivaaleille pakataan mukaan teltat ja kumisaappaat ja nautitaan tunnetuista artistikiinnityksistä. Onnistunut festivaali on tarjonnut hyvät bileet, isoja spektaakkelimaisia keikkoja ja mutaiset tennarit. Suomen tunnetuimpia camping-festivaaleja ovat esimerkiksi Ruisrock, Provinssi ja Ilosaarirock. Ruisrock ja Provinssi järjestetään syrjemmässä kaupunkien keskustasta katsoen. Alueita ympäröivät suuret leirintäalueet, joissa voi majoittua omien telttojen tai asuntoautojen kanssa. Viime vuosina myös camping-festivaalit ovat lisänneet ohjelmistonsa alueohjelmaa, mikä voi tarkoittaa mitä tahansa bingosta joogaan ja stand-upista maailmanpyörään. Alueohjelmaa harvoin nostetaan esiin yhtä paljon kuin kiinnitettyjä artisteja, jotka ovat useimmiten festivaalin vetovoimatekijä sijainnin lisäksi. Useimmiten alueohjelma on

karnevaalitunnelmaa luovaa, esimerkiksi erilaisia pelejä ja kisoja. Vuoden 2016 Ruisrockin alueohjelmassa oli myös esimerkiksi nukketheateria ja taideinstallaatioita.

Urbaaneja festivaaleja järjestetään useimmiten kaupunkien keskustoissa tai muilla teollisilla alueilla. Artistikiinnitykset voivat kytkeytyä yhden genren ympärille, tai tarjota laajan skaalan eri musiikkityylejä. Lähivuosina on alettu kiinnittää yhä enemmän huomiota myös ruoka- ja juomatarjonnan kattavuuteen. Kaupunkifestivaaleilta kävijät pääsevät yöksi oman sängyn rauhaan tai vaihtoehtoisesti hotellimajoitukseen. Urbanit festivaalit keskittyvät useimmiten jonkin pienemmän kohderyhmän palvelemiseen, kuin suuret camping-festivaalit. Helsingissä järjestettävä VISIO festival keskittyy elektroniseen musiikkiin, Sideways identifioituu tapahtumaksi, joka tarjoaa vähän kaikkea: musiikkia, taidetta, puhetta ja ruokaa ja Turussa järjestettävä H2Ö tarjoaa vaihtoehtomusiikkia ja taidetta.

Camping-festivaalit ovat suhteellisen suosittuja Suomessa ja rikkovat kävijäennätyksiä vuosittain - ja harmillisen usein toistavat samaa kaavaa itsensä ja muiden festivaalien kanssa. Kaikki kulminoituu jälleen niihin kuuluisiin makkaraperunoihin, joihin tuntuu tiivistyvän koko Suomen festivaalihistorian tunnelma – samaa turvallista mättöä hieman eri paketissa. Jatketaan hyväksi totutulla ja tutulla: artistikiinnityksissä kytkeydytään valtavirtaan, ja samat artistit kiertävät kesässä kaikki suurimmat festivaalit. Kesänä 2016 uutisoitiin paljon siitä, kuinka festivaalit kiinnittävät ryppään tismalleen samoja artisteja ja toinen toisensa jälkeen. Uutisointi lähti käyntiin Mikko Mäkisen Facebookin kirjoittamasta päivityksestä (kuva). Ymmärrettävää tietenkin on, että tutuilla ja turvallisilla artistikiinnityksillä halutaan varmistaa lipputulot muuten epävarmassa taloudellisessa tilanteessa, mutta samalla festivaalien omaleimaisuus ja musiikkitarjonta kapenevat.



Mikko Mäkinen

17. maaliskuuta · Turku · 🌐

Ah, kesän festaritarjonta:

Himoksen juhannusfestareilla: Chisu, Sanni, Cheek, Antti Tuisku sekä JVG.

Tahkon juhannusfestareilla: Chisu, Sanni, Cheek, Antti Tuisku sekä JVG.

Provinssissa: Chisu, Sanni, Cheek, Antti Tuisku sekä JVG.

Ruisrockissa: Chisu, Sanni, Cheek, Antti Tuisku sekä JVG.

Ilosaarella: Chisu, Sanni, Cheek, Antti Tuisku sekä JVG.

Tammerfesteillä: Chisu, Sanni, Cheek, Antti Tuisku sekä JVG.

Suomipop-festareilla: Chisu, Sanni, Cheek, Antti Tuisku sekä JVG

Kaikkia artisteja ei vielä julkaistu tai ei kaikkia näistä:

Kotkan Meripäivät (Cheek & Antti Tuisku)

Blockfest (Cheek & JVG)

Qstock: Chisu, Sanni, Cheek & JVG

Kivenlahtirock: Antti Tuisku & JVG

Kuopio Rockcock: Chisu, Sanni, Antti Tuisku ja JVG

Tikkurilafestivaalit: Chisu, Sanni, Antti Tuisku ja JVG

Porispere: Sanni, Antti Tuisku & Cheek

Iskelmä-festivaalit: Chisu, Sanni & Antti Tuisku

Simerock (Cheek, Antti Tuisku, JVG)

Kuva 1. Mikko Mäkisen Facebook-päivitys kesän 2016 festivaalien artistikiinnityksistä

Kimmo Kainulainen (2005) käsittelee Adorno & Horkheimerin klassista massakulttuurin kritiikkiä. Adorno & Horkheimer käyttivät ensimmäisinä kulttuuriteollisuuden käsitettä kritiikissään. Kainulainen on teoksessaan pyrkinyt rinnastamaan Adornon & Horkheimerin kritiikkiä suomalaisiin kulttuuritapahtumiin ja niistä käytävään arvokeskusteluun (Kainulainen, 2005, 192).

Adornon & Horkheimerin kritiikin lähtökohtia olivat sen ajan kulttuurituotteiden kritisointi; ne olivat valitsevassa kapitalistisessa yhteiskunnassa standardoituneen tuotantoprosessin tuloksia, jotka tähtäsivät vain kaupalliseen hyötyyn. Adorno & Horkheimer käyttivät myös massakulttuurin käsitettä: massakulttuurin kuluttaminen johtaa passiivisuuteen ja regressoivaan kulttuurin vastaanottamiseen. Massakulttuuri houkuttelee suurta yleisöä ja tämän monopolisoivan voiman takia kulttuurituotteet

yhdenmukaistuvat (Kainulainen, 2005, 196). Kainulainen lisää kritiikin koskevan myös kulttuurin ja taiteen valjastamista toimimaan välikätenä jonkun muun hyödyn tavoitteluun. Pahimmillaan taiteesta luodaan siis bisnestä, jolla ei ole mitään tekemistä enää taiteellisen sisällön kanssa (Kainulainen, 2005, 197).

Adorno & Horkheimer rinnastivat kulttuuriteollisuuden liukuhihnatuotantoon, jossa kulttuurin tuotanto oli muodostunut toistuviksi rutiineiksi. Ehkä Mikko Mäkisen festivaalien musiikkitarjontaan liittyvässä Facebook-päivityksessä ollaan yhtä lailla närkästyneitä tähän standardoitumiseen. Kulttuurituotteita, tässä tapauksessa festivaaleja, tuotetaan kuin mitä tahansa muuta hyödykettä liukuhihnalla. Jotta voidaan taata festivaalin taloudellinen tasapaino, turvaudutaan ohjelmisto luomaan ”varman päälle”.

Taide ja kaupallisuus pyritään usein näkemään vastakkaisina voimina, joilla ei voi olla mitään yhteistä tarttumapintaa toisiinsa. On hyvin mustavalkoista nähdä suuret, voittoa takovat festivaalit vain kapitalismin koneiston alaisina kulttuurituotteina. Massakulttuuri, sen Adornon & Horkheimerin määrittelemässä merkityksessä, tai ylipäättään suuriin yleisöihin vetoavana kulttuurina, ei ole automaattisesti paha ja välteltävä asia. Silti mielestäni tästä kärjistetystä kulttuurituotannon standardoitumisesta voi aktiivisesti pyrkiä erilleen, tai ainakin luoda festivaalin ohjelmistosta sellainen, joka haastaa ja yllättää. Tuottajalla on vastuu toimia henkilönä, joka toimii tässä talouden ja taiteen välipinnassa, ottaen molemmat näkökulmat huomioon ja yrittäen kaventaa taiteen ja liiketalouden välistä kuilua (Halonen, 2007, 147).

Yhtä hyvin kuin löytää uusia ratkaisuja, voidaan tietenkin miettiä, miksi juuri tällaiset samalla kaavalla tuotetut tapahtumat vetoavat suureen yleisöön: Miksi ei tehtäisi jotakin sellaista, jonka tiedetään tuovan tuloja ja tarjoavan yleisölle sitä, mitä he haluavat? Voidaanko kaikesta syyttää vain passivoitumisesta johtuvaa arvostelun puutetta? Tuskinpa. Erilaisille ja kokoisille tapahtumille löytyy tietenkin oma kävijäkuntansa ja suurilla artisteilla on paljon faneja, jotka haluavat nähdä lempiartistinsa esiintyvän livenä. Ehkä useimmin juuri näille suurille festivaaleille tullaankin tiettyjen artistien perässä. Harvemmin kuulee kenenkään menevän Provinssiin vain sen tunnelman takia, ilman, että tuntisi yhtäkään artistia. Suurten festivaalien artistikattaus on epäilemättä yksi tärkein syy ostaa lippu. Enemmän kuin kritisoida näiden suurten festivaalien tapaa olla ja toimia, haluan nostaa esiin vaihtoehtoisia tapoja toteuttaa festivaalielämyksiä, joihin ei välttämättä kuulu maailman luokan artistit tai muuten suurilla budjeteilla tuotetut elämykset. Myöhemmin kappaleessa 3.2. käsittelen enemmän Boutique-tyylisiä

festivaaleja, jotka juuri pyrkivät eroon yleisön passivoitumisesta ja haluavat nostaa kävijän oman kokemuksensa luojaksi ja aktiiviseksi tekijäksi.

3 URBAANIT FESTIVAALIT JA ELÄMYKSELLISYYS

3.1 Ulkomusiikilliset tekijät osana festivaalia

Elämyksellisyys ja ulkomusiikilliset seikat ovat tärkeässä osassa nykypäivän ja tulevaisuuden festivaaleja. PoriJazzin toimitusjohtaja Juha Miikkulainen luettelee PoriJazzin tärkeimmiksi myyntivalteiksi seuraavat: ”tunnelma, poikkeuksellinen miljöö, hyvä piknik” ja lopuksi kiinnostavat artistit kuten Kylie Minogue tai Paloma Faith (SuomiAreena, 2015). Festivaaleilta haetaan kokonaisvaltaista elämystä, ja artistikattaus saattaa monesti olla vain yksi osa festivaalikokemuksen luomista.

Music Finlandin toteuttamassa musiikkialan barometrissa musiikkialan ammattilaisille vastaajista noin 40% näkee ohjelmatarjonnan laajenemisen musiikin ulkopuolelle hyvänä asiana, reilu viisikymmentä prosenttia ei näe sitä toivottavana suuntana. Nuoret vastaajat ovat kaikista myönteisimpiä ohjelmatarjonnan laajentamisen suhteen ja suurin osa musiikkialan taustavaikuttajista ja yritys vastaajista (64%) kannattaa festivaaliohjelman laajentamista musiikin ulkopuolelle. (Hiltunen & Ilmavirta, 2016). Nuoret kävijäkunnat tulevat varmasti vahvistamaan festivaalien ohjelmasisällön monipuolistumista tulevaisuudessa, vaatimalla enemmän ja kokonaisvaltaisempaa.

Miksi yli puolet vastaajista (huomattavasti suurin osa muusikkoja) eivät ole kiinnostuneita laajentamaan festivaaleja monipuolisemmiksi, vaikka Euroopassa jylläävä boutique-festivaalien trendi on hiljalleen rantautumassa myös Suomeen? Ehkä musiikkialan toimijat pelkäävät kaiken oheistarjonnan vievän kiinnostuksen itse musiikista toisaalle ja liiallisten ärsykkeiden lähinnä häiritsevän kokemusta. Monet varmasti haluavatkin mennä musiikkifestivaaleille kuuntelemaan vain musiikkia, tunnelmasta tai muusta ohjelmasta viis. Silloin sellaiseen ei kannatakaan panostaa, varsinkaan, jos se on muista resursseista pois. Taideohjelmaan, muihin aktiviteetteihin, ruoka- ja juomatarjontaan panostavat festivaalit ovatkin usein pienen nichen festivaaleja, eivätkä pyri palvelemaan kaikkia. Nämä festivaalit usein luovat identiteettiään myös ulkomusiikillisten tekijöiden kautta. Esimerkiksi Flow Festival mainitsee panostavansa taiteeseen ja ruokaelämyksiin – ”imaisten kävijänsä ainutlaatuisen Flow-tunnelmaan” (Flow, 2016). Ilman Suvilahden voimala-alueen tunnusmerkin omaista ympäristöä ja huolellista visuaalisen ilmeen rakentamista Flow ei olisi Flow.

Suomessakin pienempiä, yhden teeman tai taiteenlajin ympärille kietoutuneita kaupunkifestivaaleja on syntynyt suurten megafestareiden rinnalle useita. Edelläkävijänä tässä urbaanien festivaalien kentässä on toiminut Helsingin Suvilahdessa järjestettävä, jo aikaisemmin mainittu Flow Festival, joka tätä nykyä on jo yksi suurimmista festivaaleista Suomessa keräämällä kolmen päivän aikana 75 000 kävijää (Flow, 2016). Flow on ollut siitä poikkeuksellinen festivaali verrattuna koko kansan Provinssiin ja Ruisrockiin, että se on vuosien saatossa tarjonnut laajan musiikkitarjonnan ohella myös muita elämyksiä. Flow'n toimitusjohtaja Suvi Kallio toteaaakin, ettei Flow'lla ole Suomessa varsinaisia kilpailijoita (Timonen, 2016). Flow'lla on vahva oma brändinsä, jota on vaikea kopioida. Kallion mielestä suurin sudenkuoppa kopioijien yrityksissä on se, etteivät he osaa kiinnittää huomiota yksityiskohtiin. Näitä ovat esimerkiksi se, että esimerkiksi Flow'n taideohjelma tai Flow Talks –keskustelut eivät ole vain oheisohjelmaa, vaan yhtä tärkeitä festivaaliohjelman tarjontaa kuin musiikki. Jopa ruokatarjonta on kuratoitu yhtä lailla (Timonen, 2016). Flow'n monipuolinen taideohjelma toteutetaan yhdessä Taideyliopiston kanssa. Poikkitaiteellinen ohjelma sisältää videoteoksia, installaatioita ja esityksiä. Flow'ssa on myös näyttelytila Art Laboratory, jossa yhdistellään eri taiteenlajeja ennakkoluulottomasti.

Kun jokaisen pienen yksityiskohdan saa nivottua tiukaksi paketiksi, festivaalin brändi myy itse itseään – niin yleisölle, kuin myös muille kulttuurialan toimijoille. Flow'ssa voi joka vuosi törmätä uusiin kiinnostaviin artisteihin, kuvataiteilijoihin tai elokuvantekijöihin. Kallio puhuu tässä yhteydessä Flow-heimolaisuudesta - joukko, johon kuuluu kaikki Flow'n ideologian jakavat ihmiset ympäri maailman. Flow on mainio esimerkki siitä, että tapahtumasta voi kasvaa jotain itseään suurempaa.

3.2 Boutique is beautiful

Festivaalit lisäävät jatkuvasti yleisökapasiteettiaan ja ratkeavat liitoksistaan alueiden rajojen tullessa vastaan. Vastapainoksi suurille kaupallisille festivaaleille on noussut boutique –tyyliset festivaalit, jotka tarjoavat intiimimpiä festivaalikokemuksia. Boutique festivaaleista on tullut kansainvälisillä festivaalimarkkinoilla nouseva trendi (Fahey, 2016). Boutique-festivaalit asettuvat johonkin korkeakulttuurin festivaalien ja esimerkiksi kyläyhteisöjen tapahtumien välimaastoon. Ne tarjoavat kulttuurisia elämyksiä, mutta pyrkivät olemaan vahvasti vuorovaikutuksessa ihmisten, koko yhteisön, kanssa.

Boutique festivaaleilla itse festivaalikävijä onkin kiinnostuksen keskiössä. Tapahtumatuottajat pyrkivät luomaan ympäristön, maailman, jossa kävijät voivat vapaasti ilmaista itseään ja olla vuorovaikutuksessa ympäröivän tilan kanssa. Festivaalivieraiden ja esiintyjien rajat hälvenevät vähitellen, kun itse kävijöistä tulee osa suurempaa kokonaisuutta. Boutique festivaalit pyrkivät siihen, että osallistujat kokevat vahvaa uppoamista, immersiota, ympäristöönsä (Fahey, 2016). Immersio on yleensä peleihin ja muuhun virtuaalisiin liittyvää, voimakasta eläytymistä, jossa käyttäjä tuntee sulavansa osaksi sisältöä (Suomen Mediaopas, 2016). Mielestäni se kuitenkin sopii hyvin myös tässä yhteydessä käytettäväksi käsitteeksi.

Boutique-festivaalit ovat niille, jotka haluavat paeta festivaalien keskiarvoistumista toinen toisiaan toisintaviksi, suuria voittoja hamuaviksi jättitapahtumiksi (Fahey, 2016). Intiimiys tuntuu olevan se avainsana, johon uuden genren festivaalit pyrkivät. Intiimiksi on kuvattu joko itsensä tai muiden toimesta ainakin VISIO Festivalia (Teurastamo, 2016), Sidewaysia (Sylvi, 2015) ja H2Ö:tä (M., 2015). Vastapainoksi taas Flow'ta moitittiin tänä vuonna siitä, että järjestäjät olivat päättäneet kasvattaa yleisökapasiteettia 23 000:sta 25 000. Jokainen festivaalipäivä oli loppuunmyyty. Kävijät olivat festivaalin jälkimainingeissa osoittaneet mielipiteensä liian ahtaaksi käyneestä festariympäristöstä, ja olleet ahdistuneita tungoksen aiheuttamista pullonkauloista (Sarhimaa, 2016). Vaikka alue ja sen kävijämäärä oli suunniteltu viranomaissäädösten mukaisesti pelastuslaitoksen kanssa yhteistyössä, monen mielestä festivaali oli paisutettu liian suureksi ja ”pilattu” liian suurella yleisömäärällä.

Ihmisten kulutustottumukset ovat muuttuneet vuosien saatossa, niin hyödykkeiden kuin palveluiden saralla. Nyt halutaan juurikin uniikkeja, personoituja tuotteita ja palveluita: halutaan kokemuksia, joita voidaan kuvailla erityislaatuiseksi, uniikeiksi tai autenttisiksi (Seffrin, 2009). Oli sitten kyse tapahtumista, jotka on suunnattu tietylle, pienelle kohderyhmälle, tai vaikkapa itse suunnitelluista, personoiduista merkkilenkareista. Toisaalta tässä suhteessa voidaan puhua myös Adornon & Hokheimerin määrittelemästä pseudoyksilöllisyydestä (pseudo individuality, Kainulainen, 2005, s. 196), jossa mielikuvat luovat kokemuksen yksilöllisyydestä, vaikka kyseessä olisikin standardoitu, teollinen tuote. Pseudoa tai ei, yksilöllisyys vetoaa – aina on silti kyse subjektiivisesta kokemuksesta.

Näihin vaatimuksiin Boutique-festivaalit pyrkivät vastaamaan. Ei haluta liukuihin tuotettuja, massaan vetoavia tapahtumia vaan omalaatuisia kokemuksia. Siksi intiimiys ja autenttisuus ovat Boutique-festivaalien keskiössä. Useat festivaalit alkavatkin pieninä, intiimeinä juhlina, mutta loppujen lopuksi kasvavat suuremmiksi. Tietenkin taloudelliset aspektit ovat tapahtumien kokoa ja yleisökapasiteettia tarkastellessa tärkeässä osassa. On olemassa festivaaleja, joita järjestetään ilman toivetta suuresta taloudellisesta hyödystä, mutta plussan puolelle jäävät tulot mahdollistavat aina festivaalien kehityksen ja jatkuvuuden. Boutique-festivaaleja tarkastellessa tämä ns. markkinataloudellinen pakote on pyritty kiertämään sillä, että kävijöiden ja esiintyjien rajat hälvenevät. Vieraat voivat olla yhtä osallisena tapahtuman luomiseen, kuin varsinaiset artistit. Tämä saattaa mahdollistaa sen, että elämyksellisiä festivaaleja voidaan toteuttaa myös kengännauhabudjetilla, jos festivaaleista saadaan luotua yhteisöllinen tapahtuma, johon jokainen osallistuja kontribuoi jollakin asteella, jotkut tietenkin vain olemalla avoimia ja läsnä.

3.3 H2Ö – monitaiteellinen vaihtoehtofestivaali

H2Ö-festivaali järjestettiin kolmatta kertaa vuonna 2016 Ruissalon telakalla Turussa. Kolmena kuluneena (2014-2016) vuotena H2Ö on täyttänyt merellisen teollisuusmiljöön kotimaisilla sekä ulkomaisilla vaihtoehtomusiikin edustajilla genererajoina tuijottelematta. Kattavan musiikkiohjelman lisäksi telakka-alue on värittänyt monipuolinen monitaideohjelma: alue on pursunnut performansseja, installaatioita, työpajoja, katutaiteita ja muita yllättäviä ja aisteja kutkuttelevia elementtejä. Kolmatta kertaa järjestetty festivaali keräsi noin 8000 kävijää viikonlopun aikana, jääden hieman jälkeen edellisvuoden 2015 kävijämäärästä, joka oli noin 9000 kävijää.

H2Ö:n musiikillinen kattaus on laaja – alueelle on levittäytynyt kymmenen lavaa, joissa jokaisessa esiintyy useita underground-helmiä ja muuta vaihtoehtoista musiikkia niin kotimaasta kuin ulkomailta. Alueen suurin lava on Merilava, jossa esiintyy perinteisesti ns. pääesiintyjät, jotka saattavat pääesiintyjän tittelistään huolimatta olla suurimmalle osalle yleisöstä tuntemattomia. Musiikkiohjelma on kuitenkin laadittu huolella ja asiantuntemuksella. One Quart Magazinen Aki Pohjankyrö vieraili vuoden 2016 H2Ö:ssä ja mainitsi rohkean, ennalta-arvaamattoman musiikkilinjauksen olevan festivaalin vahvuus. Lukuisat, lähekkäiset lavat ja päällekkäiset keikat herättelevät ohikulkijoiden

mielenkiintoa ja houkuttelevat aistien varassa löytämään ja ihmettelemään, mitä seuraavan nurkan takaa löytyy.

H2Ö:n miljöö Ruissalon telakalla Turussa on myös hyvin persoonallinen. Alueelle mahtuu niin luonnontilaista metsikköä, vanha veneveistämö ja suuleja, uutta teollista telakka-aluetta sekä tietenkin meri. Kompaktista koostaan huolimatta alueelle on mukava eksyä, ja maisema liukuu mielenkiintoisesti teollisesta luonnontilaiseen, uudesta vanhaan.



Kuva 2. H2Ö:n aikaan telakka-alue on hieno sekoitus erilaisia tiloja.

Vuonna 2015 Laura Lukka toteutti kävijäkyselyn H2Ö:n kävijäkokemuksesta. Kävijäkyselyssä mitattiin kävijäkokemukseen vaikuttavia asioita festivaaleilla. Kyselyyn vastasi 55 festivaalivierasta, ja kysymyksiin vastattiin asteikolla 1-5 (1=ei kovin tärkeää, 5=todella tärkeää). Keskiarvon perusteella kysymykseen ”Kuinka tärkeänä pidät seuraavia asioita?” tärkeimmiksi nousivat järjestyksessä pienemmästä suurimpaan keskiarvoon taiteellinen ohjelmasisältö, festaritunnelma ja tärkeimpänä festivaalialueen

siisteys ja viihtyvyys. Nämä kolme nousivat myös kyselyyn vastanneiden mielestä onnistuneimmiksi osa-alueiksi vuoden 2015 H2Ö:ssä (Lukka, 2015).

H2Ö:ssä tunnelma onkin ainutkertainen. H2Ö tiedotti ennen kesän 2016 festivaaleja, että sen kesän H2Ö jää viimeiseksi laatuaan. Syynä oli telakka-alueen epävarma tulevaisuus ja alueen muutoksien takia tapahtuvat kompromissit festivaalin tuotannossa. Festivaalin tunnelma ja identiteetti ovat hyvin vahvasti sidoksissa merelliseen telakka-alueeseen, joten vaihtoehtoja ei nähty. H2Ö:tä ei voisi siirtää pois syntysijoiltaan – se on paikkansa tuote.

3.3.1 H2Ö:n taideohjelma

Vuoden 2016 H2Ö:n monitaideohjelma koostui kymmenistä taitelijoista ja taiteilijaryhmistä, jotka tulkitsivat omin tavoin tämän vuoden teemaa – olomuodon muutoksia, sulamista ja kiteytymistä. H2Ö:ssä on nähty lukuisia festivaaliympäristössä ennennäkemättömiä esityksiä ja ilmiöitä, aina teatterista peleihin, videoteoksia, tiedettä ja taidetta yhdisteleviä teoksia, installaatioita ja performansseja sekä alueen ja teokset yhteen solmiva aluevalaistus.

Taideohjelmaan sisältyi lukuisia työpajoja ja muuta osallistavaa ohjelmaa, joissa kävijät saivat olla konkreettisesti osa kokemusta. PaniScene-työpajassa (Pani = Large Format Slide Projector, rakennettiin oopperatalojen ja teatterien käyttöön heijastamaan suuripinta-alaisia kuvia näyttämöiden taustalle) pääsi maalaamaan pienille lasilevyille kuvia, jotka lopulta heijastettiin jättimäisiksi, seinänkokoisiksi valotaideprojisoinneiksi. Näin kävijät pääsivät pienellä panoksella muuntamaan yhden festivaalitalan koko tunnelmaa.



Kuva 3. PaniScene maalailuja kesän 2016 H2Ö:ssä.



Kuva 4. PaniScene-työpajan tuotoksia Veistämön seinällä.

Muuta osallistavaa ohjelmaa vuoden 2016 festivaaleilla oli esimerkiksi Bändikonseptin SM-kisat, joissa nimensä mukaisesti tuli keksiä uusi bändikonsepti, jonka artisti Dxxxa D:n johtama tuomaristo arvioi. Dxxxa tuomaroiki myös Charles Bukowskin näköis- ja oloiskilpailua, jonka ydin edellisen mukaisesti avautuu varmasti jo aika pitkälti nimen perusteella. Nämä kaksi kisailua kiteyttävät hyvin H2Ö:n hassutteluun yllyttävän ilmapiirin.

Osallistava ohjelma pursusi myös mystiikkaa – InsideOut Escape Games loi H2Ö:tä varten pop up room escape –pelin, jossa tarkoituksena on ratkaista mysteeri vihjeiden perusteella aikarajan puitteissa. Pelin teema ammensi muinaissuomalaisista uskomuksista ja pelin nimi oli ”Kuka pelkää Näkkiä?”. Peli oli hurjan suosittu, ja ennakoilmoittautumiset täyttyivät nopeasti. Peli oli toteutettu hyvin ja sen visuaaliseen suunnitteluun ja toteutukseen oli panostettu. Pelin hahmot vaeltelivat peliaikojen ulkopuolella festivaalialueella, luoden hauskaa kontrastia normaalin ja outouden välille.



Kuva 5. Kuva 5. Taruolennot festivaalitunnelmissa. Inside out Escape Games, H2Ö 2016.

Taiteilija Anni Puolakka toteutti festivaaleille teoksen Death Metal meditaatio, jossa kävijät saivat sukeltaa teoksen sisään, jossa rauhallinen meditaatio yhdistettiin raskaaseen musiikkiin. Tila jaettiin yhdessä taiteilijan kanssa, jossa molemmat

kuuntelivat omilta kuulokkeiltaan death metallia. Teos toi virkistävän tilaisuuden rauhoittua keskellä festivaalihälinää, unohtaa kaikki muu ympärillä tapahtuva. Erikoisetkin, festivaalin muusta ilmapiiristä eroavat teokset ja tilat voivat toimia hyvinä kontrasteina ja hengähdysten paikkoina. Aina ei tarvitse ajatella, että festivaaliohjelmassa tulisi kaiken olla karnevalisoitua, värikästä ja iloista, vaan myös muista aiheista ja tunteista ammentavat teokset, tilat ja muu ohjelma voivat itse asiassa juuri luoda festivaalielämyksestä kokonaisvaltaisempaa. Vaikka festivaaleille tullaan pitämään pääasiassa hauskaa, voi merkityksiä löytää myös kokeilemalla muita lähestymistapoja, jotka altistavat kävijän jollekin sellaiselle, jota hän ei olisi kuvitellut festivaaleilta löytävänsä.



Kuva 6. Pysähtymisiä festivaalihulinan keskellä.

Vuoden 2016 H2Ö:ssä oli muitakin rohkeita teoksia, jotka herättivät varmasti monia tunteita ja ajatuksia, ehkä saivat hetkeksi pysähtymään. Yksi näistä oli Taideakatemiolla kuvataidetta opiskelevan Inari Sandellin Sea Changes –installaatio, jossa veneliuskaan, meren ja festivaalialueen rajapintaan oli aseteltu avaruuspeitoin päällystettyjä ihmisenmuotoisia möykkyjä. Teos oli erittäin vaikuttava ja kantaaottava näky värikkäässä festivaaliympäristössä. Sandell kuvailee itse lähtökohtiaan teoksen toteutumiseen halulla muistaa pakolaisia, jotka ovat joutuneet tilanteeseen, jossa

vaarallinen venematka kohti parempaa huomista on ollut ainoa vaihtoehto. Ja vaihtoehto, joka on ollut monelle kohtalokas. ”Vaikka Suomen kesä on ihana ja rauhallinen, ja festariviikonloppuna pidetään hauskaa, eivät kaikki ole yhtä onnekkaita”, Sandell kuvaa.



Kuva 7. Inari Sandell: Sea Changes.

3.3.2 Aluesuunnittelu

H2Ö jakautuu moniin erilaisiin alueisiin ja tiloihin. Varsinaisia esiintymislavoja alueella on ollut noin kymmenen, joista Meri ja Kesanto ovat suurimmat, Veistämö, Liiteri ja Suuli sisätiloissa ja loput Kuja, Laituri, Autotalli ja Grilli pienempiä lavoja. Yksi tiloista on pyhitetty kokonaan taiteelle: Versta on tila, joka toimii telakalla venevajana ja H2Ö:ssä monitaidetilana. Siellä järjestetään työpajoja ja sen seinillä pyörii videotaidetta.

Alue on melko mutkikas labyrintti varsinkin ensikertalaiselle. Eri tiloja jakavia rakenteita on alueella paljon, eikä sieltä löydy montaakaan suurta ja avointa tilaa, vaan lähinnä kapeampia kulkureittejä yhdestä tilasta toiseen. Maisema muuttuu suhteellisen pienen alueen varrella jatkuvasti, merellisestä vehreään metsikköön ja teollisesta luonnontilaiseen. Tämä monien erilaisten tilojen festivaalialue, joka on silti hyvin

kompakti, asettaa hyvät lähtökohdat erilaisten tilojen ja tunnelmien rakentamiselle. Alueita ei muuten rakenneta varsinaisesti teemojen mukaan, vaan ympäristö itsessään asettaa jo lähtökohtia aluesuunnittelulle. Vihreä metsikkö puisine puurakennuksineen on tunnelmaltaan aivan erilainen kuin satama-alue isoine laivoineen. H2Ö:ssä pysyvänä teemana on merellisyys, joka näkyy kaikessa visuaalisesta ilmeestä taideohjelman sisältöön. Alue itsessään on siis selkeä osa festivaalien identiteettiä.

Yksi omista lempitiloistani vuoden 2016 H2Ö:ssä oli tila nimeltä Veistämö, joka on nimensä mukaisesti veneveistämö. Rakennus on itsessään jo majesteettinen, mutta tilaa suunniteltaessa käytettiin hyväksi tilan korkeutta. Esimerkiksi kattoparruista roikkuvat keinut ovat tuttuja jo ensimmäisestä H2Ö:stä, mutta olivat tänäkin vuonna yksi yleisön suosikeista. Perinteisiltä festivaaleilta tutut pöytäsetit korvattiin keinujen lisäksi sohvilla ja nojatuoleilla, jotka loivat myös itsessään rentoa, kotoisaa tunnelmaa.



Kuva 8. Veistämön tilasuunnittelu käyttää hyväkseen tilan korkeutta.

3.3.3 Taideohjelman tuotantoprosessia

Monitaideohjelmaa on näinä kolmena vuotena tuottanut Maria Junno. Itse olin H2Ö:ssä mukana toista vuotta – ensimmäisenä vuotena olin harjoittelijana sekä Maria Junnon

assistenttina, tämän kesän festivaaleilla jatkoin assistentin töitä ja koordinoin Turun AMK:n Taideakatemia kuvataideopiskelijoista koostuvaa taiteilijaryhmää yhdessä kuvataiteilija Milja Moilasen kanssa.

Taideohjelman kokoaminen alkoi jo heti edellisen festivaalin päätyttyä. Itse olin enemmän tekemisissä Taideakatemia kautta tulevien opiskelijoiden kanssa - vuonna 2015 H2Ö teki jo pienimuotoista yhteistyötä Taideakatemia kanssa, mutta vuonna 2016 yhteistyö tiivistyi. Taideakatemia kuvataidelinjalta oli mukana 28 opiskelijaa toteuttamassa teoskokonaisuuksia H2Ö:hön. Taideakatemia opettajat osallistuivat opiskelijoiden työskentelyn ohjaamiseen ja näin opiskelijat saivat työnsä H2Ö:ssä osaksi opintojaan.

H2Ö järjesti Taideakatemia sisäisen projektin haun vuoden 2016 alussa. Valintaprosessi eteni haun jälkeen teosehdotusten läpikäyntiin. Opiskelijoita pyydettiin ehdottamaan/esittelemään teosideaa, joka sopisi festivaaleille. Tämän lisäksi heitä pyydettiin erittelemään materiaalityönsä sekä teoksen budjetti. Valintakriteereinä oli teoksen idea, teemaan sopivuus, toteutettavuus festivaaliympäristössä ja kuluarvio.

Valitut opiskelijat aloittivat työskentelyn 2016 keväällä. Osa opiskelijoista työskenteli itsenäisinä taiteilijoina ja osa työryhminä. Tämän lisäksi koottiin kollektiivinen installaatiotiimi, joka tuotti pinta-alaltaan suuria teoskokonaisuuksia esimerkiksi näköesteiksi aitoihin.

Suurin osa materiaaleista tuli meidän kauttamme tai korvattiin jälkikäteen taiteilijoille. Materiaaleja pyrittiin hankkimaan mahdollisimman paljon lahjoituksina tai sponsoreiden kautta. Vastasin taideohjelmaan alaisuuteen kuuluvien sponsoreiden hankinnasta ja ylipäättään materiaalien keräämisestä. Materiaalit, joita ei saatu yritysyhteistyön tai lahjoitusten kautta taiteilijat hankkivat itse, jolloin ne korvattiin heille määritellyn budjetin rajoissa. Vuoden 2016 H2Ö sai apurahan Taikelta (Taiteen edistämiskeskus) monitaideohjelman kuluihin, mutta muuten taideohjelman toteutuminen oli pitkälti kiinni myös kierrättämisessä ja lahjoituksista.

Taiteen tuominen osaksi elävää ja hengittävää festivaaliympäristöä asettaa omanlaisiaan haasteita. Taiteilijoiden kanssa pyrittiin käymään mahdollisimman paljon paikan päällä katsomassa aluetta ja mahdollisia paikkoja, joihin teoksia toteutettaisiin. Aluekierrokset olivat mielestäni välttämättömiä, mutta eivät tietenkään kerro paljon festivaalin aikaisesta ympäristöstä, jolloin telakka-alue on täynnä lavoja, aitoja, kojuja – ja tietenkin ihmisiä. Taiteilijoilta, kuin myös tuottajilta, vaaditaan paljon joustavuutta ja

mahdollisia varasuunnitelmia, sillä mikään festivaalialueessa ei ole varmaa, ennen kuin portit aukeavat – eikä aina silloinkaan. Esimerkiksi anniskelualueita rajaavien aitojen tarkat paikat konkretisoituvat vasta niitä pystyttäessä, ja joskus ennen festivaalin rakennusta tehdyt päätökset eivät vain toimi lopullisessa kokonaisuudessa.

Epävarmuutta lisäävä tekijä on sääolosuhteet. Ulkofestivaaleilla ollaan täysin sään armoilla. Telakka-alue on sijainniltaan erittäin tuulisella alueella, joka tuli ottaa huomioon monissa festivaalin tuotantoon liittyvissä asioissa. Taideohjelman ja koristeluiden kannalta tämä tarkoitti sitä, että voimakas tuuli ja sateen mahdollisuus tuli ottaa huomioon teoksien ripustuksessa ja säänkestävissä materiaaleissa. Monet teoksista kiinnitettiin aitoihin, jotka olivat korkeudeltaan joko metrin tai kaksi, ja varsinkin korkeammat aidat olivat todella otollisia tarttumispaikkoja tuulelle. Tästä selvittiin kuitenkin juuri materiaalivalinnoilla (esimerkiksi tuulta läpäisevää pressua maalaus pohjana), tarpeeksi vahvalla ripustuksella (aitoihin tukirakenteita kannattelevuuden takaamiseksi) ja teoksien sijoituksella (herkimmät teokset joko sisätiloihin tai muuten tuulensuojaan).

Yksi haasteellisimmista osuuksista tuotantoprosessissa oli suunnitella ripustusaikataulu taiteilijoille. H2Ö:tä on alettu rakentaa perinteisesti noin viikko ennen festivaaleja. Ensimmäiset pari päivää menevät alueen yleiseen siistimiseen/raivaamiseen ja suurten rakenteiden toteuttamiseen ja alueella rullaavat lukuisat trukit ja muut kulkuneuvot, jolloin teoksien ripustaminen tai muu alueen koristelu ole järkevää tai edes mahdollista. Kun festivaalien suurimmat rakenteet ja lavat on saatu pystyyn, voi joitakin alueita jo alkaa täyttää taiteella ja koristeluilla, kuitenkin niin, etteivät ne ole kulkureittien tukkeena ja mahdollistavat vielä työkoneiden kulun alueella. Tämän takia ripustussuunnitelmaa ja –aikataulua miettiessä tuli olla tiiviisti kontaktissa rakennuspuolen tekijöihin, eikä tehdä mitään ensin heidän konsultaatiotaan.

Käytännössä koristelu ja teoksien ripustaminen painottuvat loppuviikkoon, ripustushuipun olevan noin kaksi päivää ennen festivaalia ja jatkuvan siitä aina porttien avaamisen hetkeen saakka. Noin kaksi päivää ennen festivaalia voidaan aloittaa esiintymislavojen ja aitojen koristelu, joissa on kaikista eniten tekemistä, sillä niissä on kaikista suurin peitettävä pinta-ala.

Ripustusaikataulun suunnitteleminen ei ole pelkästään haastavaa vaan myös erittäin tärkeää. Festivaalilabyrintti rakentuu pala palalta, ja usein sellaisissa järjestyksissä, että vasta kun asia A on saatu tehtyä, voidaan siirtyä B:hen. Aikatauluissa ei välttämättä aina

pysytä, syynä voi olla myös jokin festivaalituotannosta riippumaton asia, kuten materiaalitilauksien saapumisen viivästyminen. Esimerkiksi vuoden 2016 H2Ö:ssä anniskelualueita rajaavat mellakka-aidat saapuivat huomattavasti sovittua myöhempään, mikä siirsi myös kaikkien niihin liittyvien teosten tai koristeiden ripustamista.

Monet teokset saattavat tarvita myös valoja tai muuta tekniikkaa, jolloin niidenkin ripustus tapahtuu hyvin loppuvaiheessa. H2Ö:ssä valosuunnittelu kietoutui tiukasti muuhun aluesuunnitteluun, taiteeseen ja koristeisiin. Taideohjelmatuotanto teki tiiviisti yhteistyötä valosuunnittelijoiden kanssa, sillä moniin teoksista haluttiin tuoda mukaan valo, jotta ne pääsevät ansaitsemaansa loistoon myös pimeällä.

Rakennusviikko on aina hyvin hektinen, sillä paljon asioita pitää saada tapahtumaan lyhyessä ajassa ja kaikki vaikuttaa kaikkeen. Rakennus, valosuunnittelu ja taide ovat kaikki keskeisessä osassa ja on erittäin tärkeää viestiä kaikkien näiden osa-alueiden kanssa mahdollisimman paljon. Yönä ennen festivaaleja valosuunnittelutiimi tekee valoajon testaten, että kaikki toimii ja näyttää hyvältä. Mielestäni silloin koko festivaalialue on kaikista maagisimmillaan – kaikki on (lähestulkoon) paikallaan, yö on laskeutunut, on hiljaista ja alue näyttää uskomattoman kauniilta. Hektinen viikko, ja käytännössä asuminen festivaalialueella, kulminoituu siihen hetkeen, kun kaikki on valmiina sitä varten, että seuraavana päivänä saa näyttää kaiken sen kauneuden myös muille. Se hetki on todella liikuttava.

H2Ö:tä ei ole suotta tituleerattu kokonaistaideteokseksi ja Suomen kauneimmaksi festivaaliksi - sillä sitä se oli. Koko festivaalialue oli täynnä toinen toistaan häkellyttävämpiä teoksia, ja jokainen nurkantaus altisti kokijan jälleen uudelle aistielämykselle. Paikkasidonnainen taide elää aina hetkissä - ja näitä kohtaamisia H2Ö tarjosi suunnattoman paljon.

Myös taiteilijat ovat kokeneet H2Ö:n kaltaisen ympäristön erittäin inspiroivaksi alustaksi omalle työskentelylleen. Varmasti jo sen takia, että alati muuttuvaan telakka-alue on paikkana erikoinen ja varmasti paikoittain haasteellinenkin. Teoksien luominen viikon mittaan hiljalleen rakentuvaan festarilabyrinttiin asettaa varmasti monia kasvun paikkoja myös oman taiteellisen työskentelyn kanssa, kun ei voi olla itse aina ensisijaisesti vastuussa tapahtumien kulusta.

Festivaalit ovat myös taiteilijoille tärkeitä kohtaamispaikkoja, joissa esitetään, kehitetään ja osallistutaan taiteeseen. Taiteilijat voivat altistua uusille vaikutteille ja tutustua kollegoihin (Silvanto, 2007, 9). Taiteilijan työ voi muuten olla hyvin eristäytynyttä, mutta esimerkiksi juuri festivaalit tarjoavat hetkiä, joissa ollaan osana suurempaa kokonaisuutta, vaikka taiteilija olisikin mukana itsenäisenä taiteilijana. Silti tila jaetaan muiden taiteilijoiden kanssa, jolloin parhaimmillaan voi syntyä uusia ideoita tai kollaboraatioita.

4 TILASTA PAIKKA

4.1 Tila kuin utopia

” Flow Festival forms its own universe. For three days the area of Suvilahti transforms completely. Something dull and industrial becomes a fairytale of lights, colors and a tender feeling.”

- Astrid Swan (2016)

Kokonaisvaltainen, kaikki aistit täyttävä elämys. Maa, jota ei ole, paitsi ehkä haavekuvissamme kaukaisena, sumuisena kuvana. Sana utopia juontaa juurensa kreikan kielestä, ou-topos = ei paikkaa ja lähes identtisestä eu-topos = hyvä paikka (More 1998).

Festivaalit voivat onnistuessaan ainakin kaukaisesti muistuttaa utopiaa, synnyttää oman maailmansa, jonka festivaalivieraat yhdessä luovat - jakavat tunteita, toimintatapoja sekä tilan. Juuri tästä on kyse Flow'n Suvi Kallion mainitsemasta yksityiskohtien huomioimisesta. Oli kyse sitten kuratoidusta taideohjelmasta, musiikista tai ruuasta, kokonaisuus on hyvin toisiinsa kytkeytyvien osien summa. Näistä lähtökohdista voidaan alkaa luoda elämyksiä, jotka valtaavat jokaisen aistin ja luovat viikonlopun mittaisen utopian.

Utopia on mentaalinen tila, jota ei voida koskaan täysin saavuttaa sen perimmäisessä merkityksessä, mutta esimerkiksi Swanin sanojen mukaan voimme festivaaleja tuottaessa pyrkiä siihen, että synnyttämme oman universumin, tilan, joka on jokaiselle omanlainen ja merkityksellinen.

4.2 Tilasta paikka

”Paikat, jotka ovat tärkeitä ja täynnä merkityksiä, ovat aina sellaisia, joissa on tapahtunut tai on juuri tapahtumassa jotakin poikkeuksellista. Jotain sellaista, joka tekee pysyvän jäljen, hyvän tai pahan. Jäljen rouhaisee elämisen tunnun tihentymä.”

- Ossi Naukkarinen (2014)

Tila ja paikka käsitteillä voidaan ajatella olevan hiuksenhieno sisällöllinen ero, tulkinnasta ja tilanteesta riippuen. Paikka voi olla henkilökohtaisempi tila, johon liitetään kiinteästi mielikuvia tai muistoja. Olen käyttänyt opinnäytetyössäni tila/paikka –termejä hieman vaihdellen asiayhteydestä riippuen. Tila on konkreettisempi käsite kuin paikka. Paikka on hyvin tunteellisesti latautunut termi, paikka voi olla myös pelkästään representaatio tai mielen tuote, kun taas tila on mielestäni aina jollakin tapaa konkreettinen.

Henri Lefebvre mainitsi kritiikissään festivaalien olevan arjen hetkiä intensiivisempiä elämisen kokemuksia (1992, 207). Samalla tavalla Naukkarinen (2014) mainitsee paikan syntyvän näistä elämisen tunning tihentymistä, joita esimerkiksi festivaalit voivat hyvin ollakin – ja usein ovat. Tässäkin mielessä festivaalien tuottamisen ja paikan synnyn prosessi etsivät samankaltaisia intensiivisiä hetkiä.

Festivaalit ovat tärkeitä kulttuurin, taiteen ja yhteenkuuluvuuden synnyttäjiä ja muovaajia. Historiallisestikin katsottuna festivaalit ovat syntyneet juuri näiden tarpeiden yhteenliittymästä. Festivaalit luovat tiloja ja hetkiä, subjektiivisia kokemuksia. Samalla tavalla kuin festivaalit muokkaavat kulttuuria, ne muovaavat myös festivaalipaikkaa, joka saa tapahtuman myötä uusia merkityksiä ja käyttötarkoituksia (Silvanto, 2007, 3). Festivaalipaikkaan luodaan omia yhteenkuuluvuuden tunteita muistojen ja kokemusten kautta. Paikoilla ja alueilla on myös vastaavasti oma merkityksensä kulttuuristen kokemusten syntymisessä.

Rakennetut tilat ohjaavat ihmisten toimintaa, toisinaan jopa vahvemmin kuin sosiaaliset käytänteet. Tunturi & Syrjämaa (2002) esittelevät Brewerin (1997) tulkinnan, jonka mukaan esimerkiksi huvipuistojen suuret aukeat alueet ovat oivallisia paikkoja tarkkailla kanssaihmiä, kun taas nojatuolit ohjaavat ottamaan lukiessa tietynlaisen asennon ja jopa äänensävyä. Jos rakennetuilla tiloilla todella on näin suuri merkitys siihen, kuinka ihmiset niissä toimivat, tulisi tilan merkitys huomioida myös festivaaleja rakentaessa. Tilat muovaavat käyttäjiä ja käyttäjät muovaavat tilaa. Myös Saarikankaan mukaan tilan merkitys muotoutuu yhdessä sosiaalisen kanssa käymisen, rakennetun tilan ja eletyn kokemuksen vuorovaikutuksessa (Tunturi & Syrjämaa, 2002, 48). Tila on aina kiinni ajassa ja paikassa. Enemmän kuin konkreettista paikkaa tila merkitsee jotakin, joka syntyy subjektiivisessa kokemuksessa.

Tunturi & Syrjämaa mukaan (2002, 9) Soja (1996) on kehitellyt tilaan ja tilan syntyyn liittyvän termin *thirdspace*. Tila ei ole vain konkreettisesti havaittava ilmiö tai mielikuvituksen tuote, vaan yhtäaikaisesti näitä molempia, olematta kuitenkaan pelkästään näiden summa. Tilalla on myös kolmas ulottuvuus, joka muodostuu näistä kahdesta aiemmin mainitusta. Kolmas ulottuvuus on liukuva ja jatkuvassa muutoksessa: Siihen yhdistyy konkreettinen tila ja mielen representaatio tilasta, tilanteesta riippuen aina eri tavalla ja eri suhteessa.

Ensimmäisenä, kun saavumme johonkin tilaan, alamme tehdä havaintoja. Miltä tilassa tuoksuu, mitä ääniä on mahdollista kuulla? Visuaaliset ärsykkeet ohjaavat havainnointia voimakkaasti. Hahmotamme tilan fyysiset rajat, kenties seinät, aidat tai muut esteet, jotka erottavat sen muusta ympäristöstä. Tilassa voi olla tunnelma, voimme liittää siihen hetkiä, jota olemme samassa tai samankaltaisessa paikassa kokeneet. Esimerkiksi tällaisista yksityiskohdista luomme havainnon tilasta. Tunturin & Syrjämaan (2002, 261-262) Arnold Berleant (1993) on määritellyt osallistuvan ympäristökokemuksen teorian, jossa hän pitää tärkeänä ihmisen ja ympäristön ykseyttä. Havainnoimme ympäristön moniaistisesti, ruumiillisesti ja osittain myös tiedostamattomasti. Kaikki tämä havainnointi perustuu ympäristön ja vastaanottajan vuorovaikutukseen, jossa vastaanottaja on aktiivinen toimija. Ykseys merkitsee lopulta sitä, että jaamme ominaisuuksia ympäröivän tilan kanssa. Senkään takia tilaa ei voida ajatella vain meistä ulkopuolisena, rakennettuna ympäristönä, vaan se tulee tulkita aina myös oman identiteettimme kautta.

4.3 Tilan tuottaminen

Tila voi luoda yhteenkuuluvuutta. Mitä enemmän käyttäjä osallistuu tilan rakentamiseen tai muokkaamiseen, sitä suurempaa yhteenkuuluvuutta hän kokee tilan, ja sitä kautta myös muiden käyttäjien, kanssa (El Harouny, 2002). Festivaaliympäristössä tämä voidaan tulkita esimerkiksi työpajojen tai esimerkiksi yhteisötaideteosten näkökulmasta. Festivaaleille voidaan toteuttaa hyvinkin monimuotoisia teoksia ja työpajoja, joihin kävijät voivat osallistua. Tällaisia voisi olla esimerkiksi jotkin hyvin matalan kynnyksen osallistumista vaativat teokset; esimerkiksi sellainen, missä täytyy ripustaa yhteiseen kohteeseen, vaikka puuhun, taskusta löytyviä asioita, kuten vanhoja kauppalappuja. Festivaalin edetessä teoskin elää ja rakentuu päivä päivältä, ja siinä voi nähdä jokaisen yksilöllisen panoksen osana jotakin suurempaa. H2Ö:ssä järjestetty PaniScene-työpaja on myös hyvä esimerkki työpajasta, joka tekee osallistujista myös tilan muokkaajia.

Kävijät maalasivat pienille lasilevyille kuvia, jotka heijastettiin suuren veneveistämön seinälle illan pimetessä. Koko tilan tunnelma muuttuu kuvan vaihtuessa, ja yksittäiset kävijät ovat näin olleet vastuussa tilallisuuden synnystä, joka on täysin heidän oman luovuutensa ansiota. Työpajat voivat olla hyvinkin konkreettisesti osallisena tilan ja yhteenkuuluvuuden luomisessa.

Ylipäätään voidaan ajatella, että tila on jotakin, mikä tuotetaan olevaksi, tai ainakin merkityksien luomista voidaan edesauttaa. Henri Lefebvren filosofian perusajatus on, että tila on aina sosiaalisten käytäntöjen ja tuotantorakenteiden synnyttämä (Lefebvre, 1991). Lefebvre tuskin ajatteli teoriassaan tapahtumatuotannollisia asioita, mutta voimme tulkita tilan tuottamisen myös tapahtumanjärjestämisen tuottamisen prosessina, niin kuin ylipäätään koko tilan käsitteen. Kun tilaa käytetään ja tulkitaan, siitä syntyy eletty tila. Kun festivaalivieraat ovat aktiivisia toimijoita, tulkitsijoita, festivaalipaikasta tulee elävä. Festivaalit ovat lyhytkestoisia ja hetkellisiä, joten ne voivat hyvin toimia kokeellisina paikkoina sille, miten tilaa voidaan tuottaa. Harris (2007, Silvanto: 194) käyttää laboratorio-metaforaa puhuessaan festivaaleista – hän näkee varsinkin kaupunkitilaan luotavat festivaalit leikkimielisinä testeinä, laboratorisina kokeina. Hän näkee tämän laboratorio-ajattelun sopivan monen festivaaliksi itsensä mieltävän tapahtuman ytimeen.

Lost Village on Iso-Britannian Lincolnshiressä järjestettävä kaksipäiväinen festivaali ja mainio esimerkki tilallisuuden toteutumisesta. Festivaalilokaatio sijaitsee Lincolnshiren maaseudulla, syvällä jopa hiukan aavemaisen metsän keskellä. Festivaalialueelle mentäessä voi kokea konkreettisen ja symbolisen siirtymän omasta arkielämästä ja kaupungin sykkeestä keskelle metsämaata. Alueella on hylättyjä vanhoja mökkejä ja vanhojen rakennuksien raunioita. Metsäalue asettaa festivaalikokemukselle jo mielenkiintoisen ensisysäyksen. (Lost Village Festival, 2016).

Festivaalin nettisivujen mukaan Lost Villagessa on vähän kaikkea – niin kuin boutique-festivaaleilla yleensä on. Kaikki aktiviteetit on kuitenkin kiedottu jollakin tapaa sointumaan yhteen festivaalin teeman ja tunnelman kanssa. Lost Villagen ehkä tärkein tilallisuuden synnyttäjä on tarina, joka on kehitelty alueen inspiroimana. Ympäröivässä metsässä velloo outo tunnelma – sitä asuttaa kummallinen joukko, ”The Tribe”. He ovat metsän kansa, omituisia hahmoja shamaaneista puuihmisiin. The Tribe on todellisuudessa joukko näyttelijöitä, jotka hengittävät Lost Villagen tarinan eloon. Tarinaan liittyen festivaaleilla järjestetään yhtenä päivänä myös ”Tribal Banquet”, eli

heimoillallinen, johon kaikki voivat ottaa osaa. Näin ruokatarjontakin on saatu nivottua yhteen tarinan kanssa.



Kuva 9. Metsän asukkaat tukevat festivaalin narratiivia, Lost Village 2016

Muita kokemuksellisen tilan piirteitä Lost Villageen luo se, että lavat ovat pieniä ja suhteellisen lähellä toisiaan – se mahdollistaa intiimiyden tunnun ja sen, että siirtymät paikasta toiseen ovat helppoja. Yleisten koristeiden lisäksi jokainen lava on suunniteltu oman näköisekseen.

Festivaalialueella on lampi, jonka ympäristöön on kerätty paljon hyvinvointipalveluita: erilaisia hierontaa, aromaterapiaa, sauna, porealtaita ja jooga-workshopeja. Sen lisäksi ympäri aluetta on sijoitettu taidetta, performansseja, pelejä sekä teatteri, jossa esitetään näytöksiä ja lyhytelokuvia. (Bizarre Culture, 2016).

Festivaalista on sanottu, että tärkein osa kollektiivista kokemusta ovat muut festivaalivieraat – uudet ihmiset ja muistot, joita heidän kanssaan jaetaan sekä jännittävät ja erikoiset assosiaatiot, joita aika ja tila herättävät. Sen lisäksi musiikkitarjonta on kuratoitu huolellisesti, tarinankerronnan tapa synnyttää immersiota ja tunnelma alueineen on henkeäsalpaava. (Bizarre Culture, 2016).

Lost Village on hieno esimerkki siitä, miten tarinallisuudella voi luoda aivan uusia tiloja. Kun mietitään festivaalin tunnelmallisuutta ja kokemuksellisuutta, tarinat nousevat usein keskiöön. Tarinat ovat tapoja, joilla voidaan vedota ihmisten kollektiivisiin tunteisiin ja näin luoda ainutkertaista ilmapiiriä, jonka vain sillä hetkellä paikassa olevat voivat jakaa.

Ei ole tarkoituksenmukaista tunkea festivaaliohjelmistoon kaikkea mahdollista joogatyöpajoista ennustajaeukkoihin vain siksi, että se tuntuu olevan nousevana trendinä. Sitä tärkeämpää on miettiä festivaalin UPS, Unique Selling Point, joka voi olla juuri festivaalin taustalla oleva narratiivi tai vaikkapa erikoinen lokaatio, jotka kummatkin toteutuvat ainakin Lost Villagen kohdalla.

4.4 Taide tilassa

Tilallisuuden käsittelemisen ja tilan tuottamisen jälkeen voidaan pohtia, mitä uutta taide voi tuoda tilaan ja voiko taide muuttua osasi paikkaa. Taiteen ehkä konkreettisin koti on taidegalleriat ja –museot. Ne ovat jonkin tahon organisoimia tiloja, joissa esitellään taidetta. Teoksia ei todennäköisesti ole toteutettu juuri kyseistä galleriatilaa ajatellen, joten se ei välttämättä synnytä samalla tavalla tilan tuntua, kuin voisi synnyttää esimerkiksi paikkasidonnainen- tai ympäristötaide. Galleriatila on tarkoituksellisesti klininen, valkoinen tila, jossa teokset pääsevät parhaiten esiin ilman ylimääräisiä häiriötekijöitä. Elliot käsittelee tekstissään O’Dohertyn (1976) ajatuksen, että valkoisessa huoneessa, galleriassa, syntyy ”puhdas” taidekokemus – ärsykkeet, historia, kontekstit, kaikki, mikä voisi jollakin tapaa vaikuttaa taidekokemukseen on siistitty pois (Elliot, 2014, 60). Esimeriksi ympäristötaiteilijat luovat teoksia ympäristöön, jossa on läsnä kaikki ne ärsykkeet, jotka siinä luonnollisestikin olisivat – ne ovat siis konkreettisemmin osa arjen todellisuutta. Siksi taidekokemuksin on erilainen kuin galleriassa (Elliot, 2014, 60). Siksi mielestäni taide festivaaliympäristössäkin on eri tavalla vaikuttavaa. Teokset voivat olla joko varta vasten sinne luotuja, tai vain tilaan asetettuja. Silti ne ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa ympäristön kanssa. Teokset näyttävät erilaisilta päivällä valoisassa kuin illalla kun ne on valaistu. Ne elävät festivaalin rytmissä yhdessä kävijöiden kanssa.

Kun taide tuodaan ulos gallerioista, ne saavuttavat toisinaan aivan eri yleisön. Monille taidegalleriaan meneminen voi olla suuri kynnys. Galleriat eivät tunnu luonnollisilta paikoilta – ei tiedä, kuinka tulisi olla, käyttäytyä, ei uskalleta. Festivaaliympäristö on

tuttavallisempi ympäristö nauttia taiteesta, ja sen koetaan tuovan taiteen lähelle ihmistä, jolloin kynnyksen nauttia taiteesta madaltuu. Festivaalien voidaan siis nähdä demokratisoivan kulttuuria (Linko, Silvanto; 2007, 163). Esimerkiksi tilataideteokset festivaaleilla eivät välttämättä ole se syy, miksi ihmiset ovat saapuneet paikalle, mutta ne ovat siellä. Ne luovat tilaan uusia merkityksiä, jotka kävijä voi huomioida ja kommunikoida niiden kanssa – tai olla kommunikoidamatta.

4.5 Kynnyksen kokemus

Kokemuksellisuudessa tärkeää on se, että se näkymätön kynnyksen, joka estää täysin uppoutumasta tai uskaltamasta, katoaa. Hakuri (2014) käyttää tässä käsitettä ”kynnystila”, joka on jonkinlainen välitila, jossa kokemus syntyy. Kynnystila on paikka, jossa kynnyksen tai tilallinen jako tekijän ja kokijan välillä poistuu, ja kumpikin heistä osallistuu ”maailman tekemisen prosessiin”. Uppoudumme siis tilaan. Hakuri on siteerannut Keanea (Hakuri, 2014, s. 62) kuvaillessaan uppoutumista osallisena olemisen tunnetta maailman rakentumisessa:

” -- ei ole erillisyyttä, ei ole tarkkailua. Maailma ei ole jotain, joka on 'tuolla jossain' ja johon pyrimme pääsemään käsiksi ja joka tuodaan meille, tai jota kohti kurotamme ja johon osallistumme, vaan paremminkin me olemme alituisessa maailman rakentamisen ja luomisen prosessissa, ja tämän meneillään olevan maailman luomisen prosessin kautta teemme maailman ja samalla itsemme, olemassa oleviksi.”



Kuva 10. Intiimi keikka Autotalli-lavalla, H2Ö 2016

Tähän varmasti myös esimerkkinä esiteltyjen boutique-festivaalien ajatellaan pyrkivän, yleisön ja esiintyjän rajan hälvemiseen. Kynnyksen katoaminen voi olla joko symbolista tai aivan konkreettista. Festivaalituotannossa konkretiaa voisi olla esimerkiksi lavojen madaltaminen tai massiivisten lavarakenteiden kokonaan poistaminen. Korkeissa lavoissa tietenkin on myös pätevät syynsä esimerkiksi näkyvyyden ja speaktaakkelimaisuuden kannalta, mutta tällaisilla huomioilla voidaan saada aikaan tilan intiimiys. H2Ö:ssä on monia esimerkkejä siitä, että lavan ei tarvitse olla lava. Yksi lempilavoistani on ”Autotalli”-niminen lava, joka on kirjaimellisesti autotalli. Esiintyjät ovat täysin samalla tasolla kuin yleisö, eikä heidän välissään ole myöskään aitaa tai muuta estettä, joka jakaisi tilaa.

5 POHDINTA

Moni asia voi tehdä festivaalista kokemuksen. Tätä opinnäytetyötä kirjoittaessa ja omia ajatuksia peilattaessa filosofisiin kirjoituksiin ja käytännön esimerkkeihin, nousi esiin muutama avainsana. Ominaisuudet kuten autenttisuus, yhteisöllisyys, intiimiys ja tekijät kuten lokaatio, aluesuunnittelu ja taide kietovat monet opinnäytetyössäni käsitellyt festivaalit ja ajatukset toisiinsa. Osiensa summaa suuremmat festivaalit voivat syntyä näiden tekijöiden yhteisvaikutuksesta. Osa ominaisuuksista on sellaisia, jotka voidaan rakentaa tai joita voidaan ainakin edesauttaa rakenteilla, kun taas osa on sellaisia, jotka syntyvät tuottajan vaikutuspiirin ulkopuolella. Siksi on mahdotonta kertoa yksityiskohtaista how-to –ohjeistusta, mutta tätä työtä tehdessä sekä lukiessa heränneet pohdinnat toivottavasti toimivat jonkinlaisina ajatusten rattaina festivaalituotannoissa.

Opinnäytetyötä kirjoittaessa ja lähdemateriaaleihin perehtyessä huomasin nopeasti tilan käsitteen toimivan hyvin konkreettisimminkin ajatuksissa liittyen festivaalien kokemuksellisuuteen ja tilan tuottamiseen. Tila on jotakin, jonka kanssa tuottaja toimii yhteistyössä. Se ei ole koskaan irrallinen – ei itse tapahtumasta, mutta ei myöskään kokemuksesta. Konkreettiset rakenteet ja visuaaliset ärsykkeet pohjustavat mentaalista kokemusmaailmaa. Festivaaleja tuottaessa tulisi keskittyä enemmän vuorovaikutukseen tilan, artistien ja kävijöiden välillä, jolloin voidaan luoda tapahtumalle identiteetti, joka kietoutuu jaettuun tilaan. Jaetun tilan, rakennetun ja mentaalisen, perusteella osallistujat luovat yhdessä hetkellisen tai pysyvän kollektiivisen identiteetin ja yhteisön.

Festivaalitalan jakava yhteisö ja sitä kautta syntyvä yhteisöllisyys vaikuttaa tunnelmaan, jota on vaikea muutoin saavuttaa. Jos ihmiset identifioituvat festivaaliin jollakin tasolla ja tuntevat jakavansa jotakin yhteistä, ehkä myös jotakin erityistä, samassa tilassa olevien kanssa, he myös välittävät festivaalin ympäristöstä ja toisistaan. Konkreettisesti esimerkiksi H2Ö-alue on pysynyt aina festivaalien aikana ja sen jälkeen erityisen siistinä, eikä festivaalin aikana ole ollut minkäänlaisia järjestyshäiriöitä. Kuten Haavisto (2015) asian muotoilee Maitohotelli -blogissaan: ”H2Ö on Suomen hienoimpia tapahtumia. Kaksipäiväisellä festarilla vallitsi leppoisa ja rento ilmapiiri. Ihmiset olivat kohteliaita, siistejä ja asiallisia”. Yhteenkuuluvuuden tunne, tunne, että on osa jotakin suurempaa, toimii voimana, joka vie festivaalia eteenpäin. Yhteenkuuluvuus tulisi lähteä aina tuotantotiimistä alkaen festivaaleilla toimiviin vapaaehtoisin, esiintyviin artisteihin ja kävijöihin, jolloin se heijastuu aina positiivisena voimavarana kaikkiin suuntiin.

Festivaalituottajana toimiminen tarkoittaa sitä, että luodaan paikkoja, joissa voi tapahtua jotain poikkeuksellista. Usein halu tuottaa poikkeuksellisia tapahtumia syntyy tekijöiden intohimosta, jonka näkee myös ulospäin. Festivaalista voi saada hienon ja spektaakkelimaisen monilla tavoilla, mutta parhaiten festivaalin hienous välittyy siitä, kun huomaa, että asioiden eteen on oikeasti nähty vaivaa. Festivaalituotantoihin voisi mielestäni ottaa rohkeasti mukaan osajia eri aloilta ja kaikessa suunnittelussa kuunnella myös muiden, alan ulkopuolistenkin, mielipiteitä ja ajatuksia. Aina ei tarvitse kulkea samoja polkuja, vaan toisinaan aivan laatikon ulkopuolelta tulevat ratkaisut voivat olla niitä kaikista hedelmällisimpiä.

Perinteisiä festivaaleja usein leimaa tietynlainen karnevaalisuus – ylitsepursuavan hauskuuttava värikkyys ja leikinomaisuus maailmanpyörineen, peleineen ja valoineen. Karnevalisoituminen ei ole mitenkään huono tai välteltävä asia, mutta sitä voi synnyttää monin muinkin tavoin kuin perinteisin, hauskoiksi miellettyjen miellelyhtymien kautta. Leikki ja hassuttelu ovat tärkeässä osassa festivaaleja – onhan niihin pääsääntöisesti tultu pitämään hauskaa. Jos karnevaalitunnelmasta karsii siihen liitettävän stereotyyppisen kuvaston, voidaan pohtia jäljelle jääviä ominaisuuksia, kuten outoutta, yllättävyyttä, arjesta irtautumista. Festivaaliohjelma ja –ympäristö saa yllättää ja kummastuttaa. Monesti mieleenpainuvimmat kokemukset ovat niitä, joita ei odottanut, tai joita ei heti ymmärrä. Esimerkiksi festivaaleilla esillä oleva taide saa mielestäni herättää muitakin tunteita, kuin riemua. Festivaalitunnelmaan saa kuulua pysähtyminen, liikuttuminenkin. On eri asia provosoida tarkoituksella, kuin herättää ajatuksia. Mikä olisi kokonaisvaltaisempaa, kuin päästä käsittelemään koko tunteiden kirjoa yhden viikonlopun aikana.

Olen puhunut tässä opinnäytetyössä tilan filosofian kautta tilan vaikutuksesta festivaalin kokemuksellisuuden ja subjektiivisen paikan syntyyn. Tulevaisuudessa haluaisin keskittyä tuotannoissa myös konkreettisesti paikkaan itsessään – tarkemmin sanottuna siis festivaalilokaatioon. Jo H2Ö:ssä lokaatioksi valikoitui kenties hieman eriskummallinen telakka, luonnontilaisen ja teollisen yhdistelmä Ruissalossa. Paikka ei ollut tuotannollisesti ajateltuna helpoin moneltakaan kantilta, mutta kaiken sen vaivannäön arvoinen. H2Ö:n identiteetti kytkeytyi paikkaan tiiviisti, ja kaupunkilaisille ehkä vieraskin kolkka Ruissalossa pääsi oikeutettuun kukoistukseensa festivaalin kautta. Missään muussa ympäristössä ei olisi voitu järjestää H2Ö:tä sellaisena kokonaisuutena, kuin se meille kolmen vuoden ajan näyttäytyi.

Monet festivaalit ympäri maailmaa hyödyntävät tehokkaasti erikoisia ja silmiinpistäviä tapahtumapaikkoja. Festivaalin voi järjestää keskellä metsää, vanhassa vankilassa tai kalkkilouhoksessa. Paikat itsessään toimivat jo voimakkaina vetovoimatekijöinä, mutta tarjoavat tuotannollisesti ajateltuna selkeät raamit festivaalille. Paikkaan tuotu taide, musiikki ja yleisö muokkaavat paikkaa niin kuin paikka vastavuoroisesti muokkaa sinne tuotua. Meille arkipäiväisestäikin näyttäytyvä tila, kuten vaikka telakka-alue, voi muotoutua joksikin poikkeukselliseksi ja tuottaa sitä kautta uusia merkityksiä. Kuten Lefebvre (1992) sanoi: festivaalit ovat arkea tiiviimpiä elämisen hetkiä, ei siis siitä irrallisia. Arkisiin paikkoihin on sitoutunut tietyt ajatusmallit, jotka rikkomalla voidaan tuottaa uudenlaisia kokemuksia.

Festivaalien tulevaisuus jäänee vielä nähtäväksi, mutta uudenlaisille boutique-tyylisille festivaaleille löytyy kysyntää. Musiikkifestivaaleista voidaan tehdä niin paljon enemmän, kun huomioidaan myös muiden osa-alueiden merkitys. Merkitköön se sitten tilaa, taidetta, aluesuunnittelua, intiimiyttä, yhteisöllisyyttä tai autenttisuutta - kaikki ne ominaisuudet rakentavat kokonaisvaltaista elämystä, joka on enemmän kuin osiensa summa.

LÄHTEET

Bizarre Culture. 2016. Lost village festival 2016: Your dream line-up awaits. Viitattu 3.11.2016 <http://bizarreculture.com/lost-village-festival-2016-dream-line-awaits/>

Elliot, S. 2014. Toimittanut Hakuri, M. Paikka vai tila. Helsinki: Aalto-yliopisto.

Fahey, A. 2016. New festival series: Boutique is Beautiful. Viitattu 12.9.2016. <http://www.virtualfestivals.com/feature/new-festival-series-boutique-is-beautiful/>

Falassi, A. (no date). Festival: Definition and morphology. Viitattu 28.9.2016. https://www.brown.edu/Departments/Joukowsky_Institute/courses/cityandfestival09/files/9722047.PDF

González, T. 2005. The future of the festival formulae. Viitattu 16.9.2016. <http://www.tonigonzaezbcn.com/textos/FuturFest.pdf>

Haavisto, M. 2015. H2Ö eli sinne ja tänne ja takaisin. Viitattu 19.10.2016. <http://rosvot.fi/maitohotelli/h2o-eli-sinne-ja-tanne-ja-takaisin>

Hakuri, M. (toim.) 2014. Paikka vai tila. Helsinki: Aalto-yliopisto.

Hiltunen, R. & Ilmavirta, T. 2016. Musiikkialan barometri 2016. Viitattu 13.9.2016. http://musicfinland.fi/fi/media/dokumentit/Musiikkialan_barometri_2016.pdf

Kainulainen, K. 2005. Kunta ja kulttuurin talous: Tulkintoja kulttuuripääoman ja festivaalien aluetaloudellisista merkityksistä. Tampere: Tampere University Press.

Kissmyassinger, K. 2015. Sideways-festivaali lunasti paikkansa stadin kesässä. Viitattu 16.9.2016. <http://sylvi.fi/2015/06/sideways-festivaali-lunasti-paikkansa-stadin-kesassa/>

Lefebvre, H. and Moore, J. 1992. Critique of everyday life: V. 1. Lontoo: Verso.

Lost Village Festival. Viitattu 23.11.2016. <http://lostvillagefestival.com/>

Lukka, L. 2015. Ihana miljö! Opinnäytetyö. Turku: Turun Ammattikorkeakoulu. Viitattu 11.10.2016. http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/100504/Laura_Lukka.pdf?sequence=1

Mattila, I. 2016. Festarikansa vaihtoi makkaraperunat street foodiin ja teltat hotellihuoneisiin – järjestäjät tekevät huipputulosta. Viitattu 12.9.2016.

<http://www.hs.fi/kulttuuri/a1467867192263>

Merimaa, J. 2015. Mihin suuntaan festivaalit menevät? SuomiAreena. Viitattu 12.9.2016. <http://www.katsomo.fi/-!/jakso/33001006/suomiareena/499845/mihin-suuntaan-musiikkifestivaalit-menevat>

More, T. 1998. Utopia. 10th edn. New York: Dover Publications.
Pohjankyrö, A. 2016. H2Ö 2016. Viitattu 11.10.2016.
<http://onequartmagazine.com/2016/07/h2o-2016/>

Naukkarinen, O. Toimittanut Hakuri, M. 2014. Paikka vai tila. Helsinki: Aalto-yliopisto.

Saarikangas, K. & El Harouny, E. & Terho, H. & Syrjämaa, T (toim.) & Tunturi, J. (toim.) 2002. Eletty ja muistettu tila. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

Sarhimaa, J. 2016. Flow-kävijät valittavat pelottavaksi käyneestä tungoksesta, festivaalin toimitusjohtaja vastaa. Viitattu 16.9.2016. <http://nyt.fi/a1471229405104>

Seffrin, G. 2009. Emerging trends in contemporary festival practice - Exemplifying the modern festival through the praxis of boutique festival initiation and management at the Queensland performing arts centre. Viitattu 28.9.2016. Queensland: Queensland University. http://eprints.qut.edu.au/16440/1/Georgia_Seffrin_Thesis.pdf

Silvanto, S. (toim.). 2007. Festivaalien Helsinki. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus.

Suomen Mediaopas (no date). Viitattu 16.9.2016.
<http://www.mediaopas.com/sanasto/immersio/>

SuomiAreena, Katsomo.fi. 2015. Mihin suuntaan musiikkifestivaalit menevät? Viitattu 12.9.2016. <http://www.katsomo.fi/-!/jakso/33001006/suomiareena/499845/mihin-suuntaan-musiikkifestivaalit-menevat>

Swan, A. 2016. Flow festival 2016: Being part of a utopian reality. Viitattu 13.9.2016.
http://onequartmagazine.com/2016/08/flow-festival-2016-review/?utm_source=ReviveOldPost&utm_medium=social&utm_campaign=ReviveOldPost

Teurastamo (no date). VISIO festival 2016. Viitattu 16.9.2016.
<https://teurastamo.com/tapahtuma/visio-festival-2016/>

Timonen, J. 2016. Flow kasvoi harrastuksesta miljoonayritykseksi – ”Haluamme olla paras”. Viitattu 13.9.2016.
<http://www.hs.fi/raha/a1470196630375?jako=be837e5c44fe4effad0a17bfd52f2d87&ef=tw-share>

Turun Sanomat. 2016. Ruisrock yli 100 000 juhlijan rajan – ensi kertaa sitten vuoden 1971. Viitattu 13.9.2016.

<http://www.ts.fi/kulttuuri/2716179/Ruisrock+yli+100+000+juhlijan+rajan++ensi+kerta+a+sitten+vuoden+1971>

KUVAT

Kuva 1: Mikko Mäkisen Facebook-päivitys kesän 2016 festivaalien artistikiinnityksistä. Kuvakaapattu 12.9.2016.

Kuva 2: Heta Saukkonen. H2Ö:n aikaan telakka-alue on hieno sekoitus erilaisia tiloja. H2Ö 2016.

Kuva 3. Jenna Saarinen. PaniScene maalailuja kesän 2016 H2Ö:ssä. PaniScene-työpaja. H2Ö 2016.

Kuva 4. Venla Helenius. PaniScene-työpajan tuotoksia Veistämön seinällä. H2Ö 2016.

Kuva 5. Eetu Henttonen. Taruolennot festivaalitunnelmissa. Inside out Escape Games. H2Ö 2016. 19

Kuva 6. Salla Keskinen. Pysähtymisiä festivaalihulinan keskellä. Anni Puolakan teos Death Metal meditaatio. H2Ö 2016.

Kuva 7. Venla Helenius. Inari Sandellin teos Sea Changes. H2Ö 2016.

Kuva 8. Sami Heiskanen. Veistämön tilasuunnittelu käyttää hyväkseen tilan korkeutta. H2Ö 2016.

Kuva 9. Gobinder Jhitta. Metsän asukkaat tukevat festivaalin narratiivia. Lost Village. 2016.

Kuva 10. Frans Rinne. Intiimi keikka Autotalli-lavalla. H2Ö 2016.