

Tuukka Luomaranta

VIRTUAALIKONSERTTIEN KULUTUSKÄYTÄNTEET

Johtamisen ja talouden tiedekunta
Pro gradu -tutkielma
Toukokuu 2021
Ohjaaja: Hannu Saarijärvi

TIIVISTELMÄ

Tuukka Luomaranta: Virtuaalikonserttien kulutuskäytänteet
Pro gradu -tutkielma
Tampereen yliopisto
Johtamisen ja talouden tiedekunta, markkinointi
Toukokuu 2021

2020-luvun vaihteessa puhjennut maailmanlaajuinen pandemia on toiminut alkusysäyksenä virtuaalikonserteille. Kuluttajat eivät lähde katsomaan konserttia fyysisesti keikkapaikalle, vaan konsertit katsotaan nyt virtuaalikonsertteina kotisohvilta. Tämän myötä myös kulutuskäytänteet, jotka liittyvät konsertteihin, ovat muodostumassa uudenaikaisiksi. Tutkimuksen tarkoituksena on tutkia kuluttajien kulutuskäytänteitä virtuaalikonserttien kontekstissa ja tavoitteena on tutkia, millaisiksi kuluttajien virtuaalikonserttien kulutuskäytänteet ovat muodostumassa pandemian aikana ja mistä elementeistä virtuaalikonserttien kulutuskäytänteet koostuvat.

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys rakentuu vahvasti käytänneteorian ympärille, jossa yksilöt toimivat käytänteiden kantajina, jotka omilla tekemisillään ja sanomisillaan muodostavat kulutuskäytänteitä. Virtuaalikonsertti toimii teoreettisen viitekehäyksen kontekstina, jossa yksilöt, käytänteiden kantajat, ylläpitävät ja suorittavat kulutuskäytänteitä. Käytänneteoria toimii tutkimuksessa teoria-tutkimusmenetelmäkokonaisuutena, jonka avulla tutkija tarkastelee tutkimusilmiötä – virtuaalikonserttien kulutuskäytänteitä. Käytänneteorian lähtökohtana on, että sosiaalinen todellisuus koostuu pohjimmiltaan käytänteistä. Tämä tutkimus sijoittuu sosiaalisen konstruktionismin kenttään, sillä käytänneteoriassa todellisuus syntyy osallistumalla käytänteisiin.

Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena, jossa aineisto kerättiin osallistuvan havainnoinnin ja teemahaastattelun avulla. Tutkimusaineisto koostui viidestä havainnoinnista sekä viidestä ryhmähaastattelusta. Tutkimuksessa oli induktiivinen tutkimusote, jonka myötä aineiston analysointi suoritettiin aineistolähtöisesti. Aineiston analysoinnissa hyödynnettiin temaattista analyysia, jonka seurauksena muodostettiin tutkimuksen tulokset. Tutkija tunnisti analysoinnin ja tulkinnan myötä kuusi virtuaalikonserttien kulutuskäytännettä: järjestäminen, paikan rakentaminen, sosialisointi, havainnointi/analysointi, mukautuminen sekä vuorovaikutuksen käytänteet. Jokainen kulutuskäytänteet piti sisällään elementtejä, jotka muodostivat kyseisen kulutuskäytännteen, ja ne sijoittuivat luonteeltaan joko merkityksiin, materiaaleihin tai kompetensseihin.

Tuloksista muodostettiin lopulta johtopäätöksiä, joiden pohjalta ensimmäiseksi todettiin, että virtuaalikonserteissa vuorovaikutus artistin ja yleisön välillä jäi puuttumaan lähes kokonaan. Toiseksi todettiin, että katsojien keskinäinen vuorovaikutus ja sen aikaansaama yhteenkuuluvuuden tunne oli hyvin merkityksellistä. Kolmanneksi informanttien oli haastavaa merkityksellistä omaa kotiaan konserttipaikaksi, mutta neljäntenä johtopäätöksenä esitettiin, että virtuaalikonserttien vahvuus ja potentiaali liittyy juuri siihen, että ne eivät ole paikkasidonnaisia. Lopulta tutkimuksen merkittävin johtopäätös oli se, että virtuaalikonsertit eivät korvaa perinteisiä konsertteja eikä näin tulisi ajatellakaan, vaan virtuaalikonsertit ovat uusi kanava, jolla voidaan tavoittaa täysin uusia markkina-alueita.

Avainsanat: Virtuaalikonsertti, käytänteet, käytänneteoria, kulttuurinen kulutustutkimus

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –ohjelmalla.

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO	5
1.1	Pandemia – musiikkibisneksen ja kuluttajien kulutuskäytänteiden muotoutuminen	5
1.2	Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset	7
1.3	Tutkimuksen rajaukset.....	9
2	KÄYTÄNNETEORIA JA KONSERTTIEN UUSI AIKAKAUSI	10
2.1	Käytänneteorian lähtökohdat ja kulttuurinen kulutustutkimus	10
2.2	Käytänneteoria	14
2.2.1	Käytänteiden elementit.....	19
2.2.2	Käytänteet ja aika	22
2.2.3	Käytänteet ja paikka	25
2.3	Fyysisestä konsertista kohti virtuaalikonserttia	27
2.3.1	Elävä musiikki	29
2.3.2	Elävyys, teknologia ja virtuaalikonsertit	29
2.4	Teoreettinen viitekehys.....	32
3	TUTKIMUSMETODOLOGIA	35
3.1	Tutkimuksen tieteenfilosofisia lähtökohtia.....	35
3.2	Tutkimusmenetelminä osallistuva havainnointi ja teemahaastattelu.....	37
3.3	Tutkimuksen toteutus.....	40
3.4	Aineiston analysointi ja tulkinta	44
4	VIRTUAALIKONSERTTIEN KULUTUSKÄYTÄNTEET	47
4.1	Aineistosta esiin nousseet käytänteet.....	47
4.1.1	Järjestäminen	49
4.1.2	Paikan rakentaminen	53
4.1.3	Sosialisointi	56
4.1.4	Havainnointi/analysointi.....	59
4.1.5	Mukautuminen.....	64
4.1.6	Vuorovaikutuksen käytänteet	67
4.2	Tulosten yhteenveto ja johtopäätökset.....	73
5	YHTEENVETO	77
5.1	Tutkimuksen yhteenveto.....	77
5.2	Tieteellinen kontribuutio.....	79
5.3	Manageriaalinen relevanssi.....	80
5.4	Tutkimuksen luotettavuuden arviointi ja rajoitteet.....	83
5.5	Jatkotutkimusmahdollisuudet	86
	LÄHTEET	87
	Painetut lähteet.....	87
	Verkkolähteet.....	93
	LIITTEET	94
	Liite 1. Haastattelurunko.....	94

KUVIOT

Kuvio 1. Käytänteiden elementtien malli (Shove ym. 2012).	20
Kuvio 2. Proto-käytänteet, käytänteet ja ex-käytänteet (Shove ym. 2012).	21
Kuvio 3. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys mallinnettuna.	33

TAULUKOT

Taulukko 1. Käytänneteorian ominaispiirteet (Närvänen 2014).	18
Taulukko 2. Käytänteiden tärkeimmät elementit, mukailten (Gram-Hanssen 2011, 64).	22
Taulukko 3. Havainnointien/haastattelujen perustiedot.	42
Taulukko 4. Informanttien perustiedot.	43
Taulukko 5. Virtuaalikonserttien kulutuskäytänteet ja niiden elementit.	74

1 JOHDANTO

1.1 Pandemia – musiikkibisneksen ja kuluttajien kulutuskäytänteiden muotoutuminen

Maailmanlaajuisen pandemian aikana on yleistä, että ihmiset kääntyvät musiikin puoleen, sillä se yhdistää ihmisiä ja luo merkityksellistä sisältöä heidän jokapäiväiseen elämään (Bodner & Gilboa 2009). Koronaviruksen aiheuttama COVID-19 on tarttuva tauti, joka leviää pisaratartuntana (WHO 2020). COVID-19 lähti liikkeelle joulukuun alussa 2019 Huananin kalatorilta Wuhanin kaupungista, Kiinasta (Harapan ym. 2020). Se on vaikuttanut merkittäväällä ja ennennäkemättömällä tavalla musiikkibisnekseen ja erityisesti konserttien järjestämiseen. Pandemian takia ihmiset ovat alkaneet ikävöimään sosiaalista yhteyttä ja kanssakäymistä, minkä vuoksi ihmiset ovat kääntäneet katseensa kohti verkkoympäristöä ja digitaalista viihdettä selviytyäkseen tylsyydestä sekä lievittääkseen pandemian aiheuttamaa stressiä (White 2020). 2020-luvun vaihteessa puhjennut maailmanlaajuinen pandemia on toiminut alkusysäyksenä virtuaalikonserteille ja nostanut ne kunnolla vasta esiin. HS-gallupin mukaan ”joka kolmas suomalainen on katsonut suoratoistettavia kulttuuriesityksiä koronaviruspandemian aikana” (Kartastenpää 2020). Näistä syistä on ajankohtaista ja relevanttia tutkia kuluttajien kulutuskäytänteitä virtuaalikonserttien kontekstissa.

Yhteiskunnat joutuivat sulkemaan ”ovensa” pandemian takia rajoittaakseen ihmisten välistä vuorovaikutusta tartuntojen ehkäisemiseksi. Tällä on ollut laajoja sosiaalisia sekä taloudellisia vaikutuksia. Seuraukset esittävälle taiteelle, mukaan lukien elävä musiikki (livemusiikki, konsertit), ovat olleet erityisen vakavia, koska konsertteja, kiertueita, festivaaleja ja juhlia on jouduttu perumaan hyvin nopealla aikataululla. Tämä on sekä taloudellisesti että yhteiskunnallisesti ongelmallista. Elävällä musiikilla on elintärkeä rooli muun muassa sosiaalisen solidaarisuuden luomisessa sekä sosiaalisen sietokyvyn edistämisessä (Vandenberg, Berghman & Schaap 2020).

COVID-19:n aiheuttama pandemia on muuttanut ihmisten elämiä ja tehnyt vahinkoa maailmantaloudelle. On hyvin mahdollista, että osa pandemian aikana omaksutuista käyttäytymismalleista muodostuvat ”uusiksi normaaleiksi”. Asiakkaat voivat tottua esimerkiksi siihen, että he pystyvät katsomaan uusia elokuvia heti julkaisun jälkeen kotona, eivätkä he tästä syystä välttämättä halua enää palata elokuvateattereihin (Roggeveen & Sethuraman 2020). Sama huoli pätee myös musiikkibisnekseen. Voiko olla niin, että ihmiset ovat jo niin tottuneita siihen, että keikoille ja konsertteihin ei pääse, että pandemian jälkeen he eivät koe tarvitsevansa tai kaipaavansa sitä enää. Ovatko virtuaalikonsertit tulleet jäädäkseen osaksi ihmisten kulutustottumuksia vai ovatko ne vain vaihtoehtoinen tapa osallistua konsertteihin pandemian aikana? Korvaako virtuaalikonsertit tulevaisuudessa ”normaalit” konsertit vai onko niissä potentiaalia esimerkiksi konserttien lisämyyntiin? Esimerkiksi liikuntarajoitteiset, syrjäseuduilla asuvat ja ulkosuomalaiset ovat kokeneet virtuaalikonsertit hyväksi (Kartastenpää 2020), kun muuten heillä ei olisi mahdollisuutta osallistua niihin.

Pandemia on opettanut ihmisiä tottumaan teknologisiin ratkaisuihin ja olemaan luovia niiden suhteen (Sahid 2020). Tapahtumajärjestäjät ja markkinoijat ovat joutuneet kehittämään uusia innovatiivisia liiketoimintamalleja ja ratkaisuja, kuinka keikkoja ja konsertteja järjestetään pandemian aikana. Konsertteja ja festivaaleja on jouduttu perumaan maailmanlaajuisesti. Lähes kaikilta artisteilta ja bändeiltä on jouduttu perumaan käytännössä kaikki normaalilla tavalla järjestettävät keikat. Valtavia kiertueita on jouduttu perumaan tai siirtämään. Ihmiset on pakotettu ajattelemaan uudella tavalla. Tästä hyvänä esimerkkinä ovat virtuaalikonsertit (Sahid 2020).

Virtuaalikonserttien myötä myös ihmisten kulutuskäytänteet ovat muodostumassa uudenlaisiksi. Sen sijaan, että lähdetään katsomaan keikkaa fyysisesti erilaisille keikkapaikoille, keikat katsotaan teknologian avulla mahdolliseksi tulleen suoratoiston avulla virtuaalikonsertteina kotisohvilta. Tämän myötä myös käytänteet, jotka liittyvät konsertteihin, ovat muodostumassa uudenlaisiksi. Tästä huolimatta ”kokemus voi olla silti myös yhteisöllinen” (Ykkös-Lohja 2020). Laulaja Jyrki Anttila sanoo, että ”kun kyseessä on live-konsertti suorana eikä tallenne, se hetki eletään yhdessä” (Ykkös-Lohja 2020). Hakkarainen (2020) pohtii, että pandemian takia kuluttajille on todennäköisesti tarjolla useita vuosia odotettua aikaisemmin uusia musiikkipalveluita, joissa

hyödynnetään tulevaisuuden teknologioita. Tällä hetkellä suomalaisilta kuluttajilta löytyy kiinnostusta katsoa virtuaalikonsertteja, mutta ei juurikaan halua maksaa niistä (Kartastenpää 2020). Hakkarainen (2020) toteaa kuitenkin, että on mahdollista, että livemusiikki voi siirtyä pandemian takia myös ihan uudelle tasolle.

Tässä pro gradu -tutkielmassa tutkitaan kuluttajien kulutuskäytänteitä virtuaalikonserteissa hyödyntämällä käytänneteoriaa, jonka avulla sosiaalisia ilmiöitä voidaan tarkastella prosessuaalisesti menettämättä yhteyttä jokapäiväisen elämän arkiseen luonteeseen sekä toimintojen konkreettiseen ja aineelliseen luonteeseen (Nicolini 2013, 9). Käytänne on rutiininomaista käyttäytymistä (Reckwitz 2002, 249), jolla ei kuitenkaan viitata yksilöiden tapoihin (Shove, Pantzar & Watson 2012, 6). Kuten Reckwitz (2002, 250) toteaa, niin käytänne muodostuu useiden yksittäisten ja usein ainutlaatuisten toimintojen ketjusta. Schatzkin (1996, 89) mukaan käytänne on ajallisesti ja avaruudellisesti levittäytynyt tekemisten ja sanomisten 'nippu'. Käytänneteorian lähtökohtia ja sen yhteyksiä kulttuuriseen kulutustutkimukseen käydään läpi luvussa 2.1 ja itse käytänneteoriaan syvennyttään enemmän luvussa 2.2.

1.2 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on tutkia kuluttajien kulutuskäytänteitä virtuaalikonserttien kontekstissa. Tutkimusaihe on tutkimuksen arvoinen ja relevantti, koska virtuaalikonsertit ovat uusi ilmiö, joka on COVID-19 pandemian myötä vasta kunnolla tullut ajankohtaiseksi. Ilmiö on myös teoreettisesti mielenkiintoinen, sillä virtuaalikonserttien myötä myös niihin liittyvät kulutuskäytänteet ovat muodostumassa erilaisiksi. Tutkimalla virtuaalikonserttien kulutuskäytänteitä, kuluttajien kulutuskäyttäytymisestä voidaan saada lisää tieteellisesti tuotettua tietoa. Virtuaalikonsertit muodostavat kasvavan bisnesalueen, jolla pyritään tuomaan ratkaisuja nykyiseen maailman tilanteeseen ja pandemian aiheuttamiin rajoituksiin ja haasteisiin musiikkibisneksessä. Ihmiset kaipaavat pandemiasta huolimatta musiikkia ja keikkoja. Virtuaalikonserteilla pyritään vastaamaan näihin kuluttajien tarpeisiin. On perusteltua ja relevanttia tutkia virtuaalikonsertteja käytänneteorian ja kuluttajanäkökulman kautta tarkasteltuna, sillä kun kuluttajien käytänteitä opitaan ymmärtämään paremmin, niin sitä

paremmin virtuaalikonserttipalveluita pystytään kehittämään ja tarjoamaan kuluttajille. Tällä tutkielmalla täten täydennetään käytänneteorian tutkimusta virtuaalikonserttien kontekstissa tutkimalla kuluttajien kulutuskäytänteitä.

Kuluttajien kulutuskäytänteitä on tutkittu virtuaaliympäristöissä (esim. Denegri-Knott & Molesworth 2010; Hacker, vom Brocke, Handali, Otto & Schneider 2020) sekä koronapandemian vaikutusta musiikkibisnekseen (esim. Davies 2021; Frenneaux & Bennett 2021; Moon 2020; Sahid 2020) ja musiikin kuluttamiseen (esim. Sim, Cho, Hwang & Telang 2020) on tutkittu. Magaudda (2011) on tutkinut digitaalisen musiikin kuluttamisen käytänteitä. Hänen tutkimuksensa ei kuitenkaan sijoitu konserttien kontekstiin. Vandenberg ym. (2020) ovat tutkineet virtuaalikonserttien käytänteitä koronapandemian aikana. Virtuaalikonserttien kulutuskäytänteitä ei kuitenkaan ole vielä juurikaan tätä enempää tutkittu. Havaittavissa on siis selkeä tutkimusaukko, jota tämä tutkielma osaltaan täydentää.

Tämän pro gradu -tutkielman tavoitteena on tutkia, millaisiksi kuluttajien virtuaalikonserttien kulutuskäytänteet ovat muodostumassa pandemian aikana ja mistä elementeistä virtuaalikonserttien kulutuskäytänteet koostuvat. Alla olevat tutkimuskysymykset ovat muotoiltu aihealueen ja tutkielman rajausten perusteella sellaisiksi, että ne tukisivat tutkielman tarkoitusta ja tavoitetta.

- 1. Millaisia kulutuskäytänteitä kuluttajilla on virtuaalikonserteissa?*
- 2. Millaisista elementeistä virtuaalikonserttien kulutuskäytänteet koostuvat?*

Tutkimuskysymykset on muodostettu niin, että ensimmäiseen tutkimuskysymykseen vastaamalla on tarkoitus ymmärtää kokonaisvaltaisemmin kuluttajien kulutuskäytänteitä virtuaalikonserttien kontekstissa. Toiseen tutkimuskysymykseen vastaamalla on puolestaan tarkoitus ymmärtää yksityiskohtaisemmin kuluttajien kulutuskäytänteitä virtuaalikonserteissa syventymällä siihen, millaisista elementeistä kyseiset kulutuskäytänteet koostuvat. Tutkimuskysymykset ovat kuitenkin hyvin vahvasti sidoksissa toisiinsa ja siitä syystä tutkimuskysymyksiin on tarkoituksenmukaista vastata

kollektiivisesti tutkimusaineiston perusteella luvussa 4.1, jossa tutkimuksen tulokset esitellään.

1.3 Tutkimuksen rajaukset

Tämä tutkimus rajataan koskemaan populaarimusiikin virtuaalikonsertteja. Tällä tarkoitetaan, että tutkimukseen ei sisällytetä esimerkiksi klassisen musiikin konsertteja. Virtuaalikonsertilla tarkoitetaan suorana lähetyksenä tapahtuvaa konserttia, joka on katsottavissa jollain suoratoistopalvelun alustalla. Näin ollen keikkatallenteet rajataan tutkimuksesta pois. Virtuaalikonserttiin mahdollisesti sisältyvää ”on demand” -palvelua ei kuitenkaan rajata tutkimuksesta pois. On demand -palvelu tarkoittaa tässä tapauksessa sitä, että virtuaalikonsertti on katsottavissa suoran lähetyksen jälkeen esimerkiksi 7 vuorokauden ajan. Tutkimuksesta rajataan luonnollisesti pois kasvotusten tapahtuvat ”normaalit” konsertit.

Tutkimuksessa halutaan keskittyä nimenomaan online-ympäristöön, jossa virtuaalikonsertit tapahtuvat. Tästä syystä tutkimusta ei ole rajattu maantieteellisesti, sillä yksi virtuaalikonserttien vahvuuksista on nimenomaan se, että ihmiset voivat katsoa konsertteja kotisohviltaan, vaikka konsertit lähetettäisiin maailman toiselta puolelta. Tutkimuksessa on mukana virtuaalikonsertteja sekä Suomesta että ulkomailta. Tutkimuksen informantit eli havainnoitavat ja haastateltavat ihmiset ovat kuitenkin rajattu suomalaisiin kuluttajiin. Rajauksia informanttien iän, sukupuolen, koulutuksen tai ammatin suhteen ei ole tässä tutkimuksessa tehty.

Tässä pro gradu -tutkielmassa ilmiötä tarkastellaan kuluttajien eli virtuaalikonsertin katsojien näkökulmasta. Tämä tarkoittaa sitä, että niin käytänteitä kuin virtuaalikonserttejakin tarkastellaan loppu viimein kuluttajan näkökulmasta eikä esimerkiksi virtuaalikonserttien järjestäjien tai artistien näkökulmasta.

2 KÄYTÄNNETEORIA JA KONSERTTIEN UUSI AIKAKAUSI

2.1 Käytänneteorian lähtökohdat ja kulttuurinen kulutustutkimus

Käytänneteoria toimii tässä pro gradu -tutkielmassa teoreettisen viitekehyksen pohjana. Käytänneteorialla on vahvat juuret sosiologiassa ja sosiaalitieteissä. Käytänneteoria kuuluu kulttuuriteorioiden perheeseen (family of cultural theories). Täytyy kuitenkin muistaa, että kaikki kulttuuriteoriat eivät ole käytänneteorioita. Käytänneteoria on vain yksi esimerkki kulttuuriteorioista. Muita kulttuuriteorioita ovat kulttuurinen mentalismi, tekstualismi ja intersubjektiivisuus. Kaikille kulttuuriteorioille on yhteistä se, että ne keskittyvät merkitysrakenteisiin (Reckwitz 2002). Vaikka käytänteiden lähestymistavat vaihtelevat (Nicolini 2013), ne silti keskittyvät kaikki yhteen sovitettuihin sosiaalisen toiminnan malleihin (Shove ym. 2012). Kulttuuriteoriat juontavat juurensa ensisijaisesti semiotiikkaan ja strukturalismiin, fenomenologiaan ja hermeneutiikkaan sekä Wittgensteinin kielipelifilosofiaan (Reckwitz 2002, 245).

Käytänteet näyttävät olevan sidoksissa kiinnostukseen jokapäiväistä elämää kohtaan. Kaikkiin tutkijoihin, jotka ovat kirjoittaneet käytänteistä, vaikuttaa sosiaaliteorian tulkitseva tai kulttuurinen käänne. Lopulta voidaan todeta, että myöhäiset Wittgensteinin kirjoitukset ja vähemmässä määrin varhaiset Heideggerin kirjoitukset ovat yleisiä filosofisia lähtökohtia käytänteiden kirjallisuudelle. Ongelmana näyttäisi kuitenkin olevan se, että näitä alkuperiä on tuskin koskaan tutkittu järjestelmällisesti (Reckwitz 2002).

Käytänneteoria on vahvasti sidoksissa kulttuuriseen kulutustutkimukseen (engl. Consumer Culture Theory), lyhennettynä ja vakiintuneesti käytettynä myös CCT. Kulttuurinen kulutustutkimus ei ole yhtenäinen suuri teoria eikä se pyri löytämään yleisiä lainalaisuuksia. Ennemmin se viittaa teoreettisten näkökulmien perheeseen, joka käsittelee kuluttajien toimien, kulttuuristen merkitysten sekä markkinoiden välisiä dynaamisia suhteita (Arnould & Thompson 2005, 868).

Kulttuurisen kulutustutkimuksen historiaa ja kehitystä voidaan jäsentää kolmivaiheisesti. Ensimmäinen vaihe sijoittuu vuosille 1980–1995, jolloin tarkastelun keskipisteenä oli kulutuskokemus, kuluttajien identiteetit ja henkilökohtaiset merkitykset. Kuluttaja nähtiin ensisijaisesti tuntevana, ilmaisevana, itseään toteuttavana, luovana sekä aktiivisena toimijana. Analyysiyksikkönä toimi tuohon aikaan yleisesti kuluttaja yksilönä. Tutkimus painottui postpositivismiin, fenomenologiaan sekä subjektiivisuuteen. Merkittäviä tutkijoita tuolloin olivat muun muassa Holbrook, Hirschman sekä Belk. Tämän kulttuurisen kulutustutkimuksen ensimmäisen vaiheen voidaan nähdä lähtölaukauksena kulutuskokemusten sekä arvon yhteisluonnin tutkimussuuntauksille (Arnould, Thompson & Giesler 2010).

Kulttuurisen kulutustutkimuksen toinen vaihe puolestaan sijoittuu vuosille 1995–2000, jolloin CCT:n tutkimussuunta alkoi pirstaloitumaan (Arnould ym. 2010). CCT:n piirissä tapahtunut tutkimus keskittyi siihen, miten markkinoilla tuotetaan, ylläpidetään, haastetaan, neuvotellaan ja muokataan sosiaalista todellisuutta (Moisander & Valtonen 2006). Vuosien 1995–2000 tutkimuksissa painotettiin, että kuluttajien kokemukset ja identiteetit rakentuvat sosio-kulttuurisista merkityksistä. Analyysiyksikkönä käytettiin yksilön sijaan yhteisöjä, kuten brändiyhteisöjä, alakulttuureita, sosiaalisia luokkia tai kulutusheimoja. Tuota ajanjaksoa hallitsi poststrukturalismi, jonka mukaan yksilöiden ja yhteiskunnan rakenteisiin vaikuttavat dynaamiset vuorovaikutukset, eivätkä kuluttajat täten ole irrallisia toimijoita, jotka voisivat itse valita kulutusidentiteettejään. Merkittäviä tutkijoita CCT:n tutkimussuuntauksen toisessa vaiheessa olivat Arnould, Thompson, Holt, Goulding, Cova, Brown, Firat ja Askegaard. Vallalla olevia tutkimusmenetelmiä fenomenologian sekä etnografian lisäksi, olivat narratiivinen tutkimus, kuva-analyysi sekä grounded theory (Arnould ym. 2010).

Kulttuurisen kulutustutkimuksen viimeisin eli kolmas vaihe Arnouldin ym. (2010) mukaan on alkanut vuodesta 2000 eteenpäin. CCT:n tutkimussuunta jatkoi pirstaloitumista entisestään, syntyi CCT:n oma konferenssi, omia tohtorikoulutuskursseja alettiin järjestämään sekä tutkijoita, jotka olivat kiinnostuneita CCT:stä ja hyödynsivät tutkimuksissaan kyseistä tutkimussuuntaa, alkoi nousta esiin yhä enemmän ympäri maailmaa. CCT:n sisällä alkoi syntyä vastakkainasetteluita ja huomio alkoi keskittymään enemmän laajempaan kontekstiin. Huomio siirtyi enemmän verkostoihin, laajempiin

markkinoihin sekä sosiaaliseen ja kulttuuriseen kontekstiin. Uutena tutkimusmenetelmänä syntyi muun muassa netnografia. Merkittävimpiä tutkijoita CCT:n kolmannessa vaiheessa ovat olleet Kozinets, Jensen, Schau, Giesler, Luedicke, Humphreys sekä Epp. Kulttuurisen kulutustutkimuksen kolmas vaihe on toiminut ponnahduslautana uusille teoriasuuntauksille, joiden joukossa on myöskin esimerkiksi käytänneteoria (Arnould ym. 2010).

CCT toi sosio-kulttuurisen kontekstin kuluttajatutkimukseen (Askegaard & Linnet 2011, 381). CCT:n pioneiritutkijat ovat kannustaneet tutkimaan koko kulutus syklin aikana esiin nousevia kuluttamisen kokemuksellisia, symbolisia sekä kontekstuaalisia näkökulmia. Kulutus sykli (consumption cycle) koostuu hankinta-, kulutus-, hallussapito- sekä hävittämisprosesseista (Arnould & Thompson 2005). Tässä tutkimuksessa kuitenkin keskitytään lähinnä kulutus syklin kulutusprosesseihin, tarkemmin ottaen kulutuskäytänteisiin, käytänneteorian ollessa tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen pohjana.

CCT huomioi merkitysten heterogeenisen jakautumisen sekä myös eri kulttuuriryhmien moninaisuuden ja päällekkäisyydet, joita esiintyy globalisaation ja markkinakapitalismin laajemmassa yhteiskunnallisessa kehityksessä. Kulutuskulttuuri tarkoittaa siis sosiaalista järjestelyä, jossa eletyn kulttuurin ja sosiaalisten voimavarojen sekä mielekkäiden elämäntapojen ja symbolisten ja aineellisten resurssien väliset suhteet välitetään markkinoiden kautta. Kulttuurinen kulutustutkimus ei täten pidä kulttuuria homogeenisenä järjestelmänä, jossa yhteiskunnan jäsenet jakaisivat yhdessä jaetut merkitykset, elämäntavat ja yhdistävät arvot (Arnould & Thompson 2005, 869). Voidaan siis ajatella, että CCT pyrkii tuottamaan uutta erityistä tietoa kuluttajista ja kulutuksesta, joka on merkityksellistä markkinoinnin, johtamisen, julkisen politiikan sekä sosiaalitieteiden aloille (Arnould & Thompson 2005, 869).

Markkinoilla valmistettujen hyödykkeiden ja haluja herättävien markkinointisymbolien kulutus on keskeistä kuluttajakulttuurissa. Siitä huolimatta tämän koko markkinajärjestelmän jatkuminen ja toistaminen riippuu suurelta osin kuluttajien vapaiden henkilökohtaisten valintojen tekemisestä yksityisessä elämässä ja jokapäiväisessä arjessa (Holt 2002). Kuluttajat luovat kuitenkin välillä päällekkäisiä ja

jopa ristiriitaisia käytänteitä, identiteettejä ja merkityksiä kaupallisesti tuotettujen kuvien, tekstien ja esineiden avulla. Kulutuskulttuurinen tutkimus tuottaa kollektiivista ymmärrystä kuluttajien kulutusympäristöstä ja kokemuksista (Kozinets 2001). Kulutuskulttuuri kuvaa globaaleista yhteyksistä ja laajennuksista muodostuvaa verkostoa, jonka kautta kansainvälisen pääoman voimat ja globaali media tunkeutuu yhä enemmän paikallisiin kulttuureihin (Appadurai 1990; Slater 1997; Wilk; 1995).

Geertz (1983) esittää tärkeänä huomiona, että kulttuurinen kulutustutkimus käsitteellistää kulttuuria toiminnan, kokemusten ja merkitysten kudoksena. Sisäisen, pirstaleisen monimutkaisuutensa vuoksi kulttuurinen kulutustutkimus ei määrittele kuluttajien toimintaa kausaalisesti tapahtuvaksi syy-seuraus -toiminnaksi (Arnould & Thompson 2005, 869). Aivan kuin pelissä, jossa yksilöt soveltavat toimintaansa sääntöjen rajoissa (Bourdieu 1990a), kulttuurinen kulutustutkimus kehystää kuluttajien toiminnan, ajatukset ja tunteet tuottamalla tiettyjä käyttäytymismalleja ja todennäköisimpiä tulkintoja (Askegaard & Kjeldgaard 2002; Holt 1997; Kozinets 2002; Thompson & Hirschman 1995). Tämä ”jakautuva näkemys kulttuurisesta merkityksestä” (Hannerz 1992, 16) korostaa dynaamista monimuotoisuutta sekä kulutusperinteiden ja elämäntapojen sekoittumista (Featherstone 1991; Firat & Venkatesh 1995). Vaikka jakautuva näkemys kulttuurista ei ole alun perin kulttuurisen kulutustutkimuksen keksintö, se on kehittänyt tätä näkökulmaa merkittävästi empiiristen tutkimusten avulla. Näissä tutkimuksissa on analysoitu, kuinka kulutuskulttuurin tiettyjä ilmenemismuotoja ovat muodostaneet, ylläpitäneet ja muokanneet laajemmat sosio-historialliset voimat, sosioekonomiset olosuhteet ja markkinapaikkajärjestelmät (Arnould & Thompson 2005, 869).

Kulttuurinen kulutustutkimus, johon käytänneteoria pohjautuu, on kiinnostunut arkisesta jokapäiväisestä kuluttajien elämästä. Tässä yhteisessä kiinnostuksessa arjen toimintaa ja jokapäiväistä elämää kohtaan tulee hyvin esille kulttuurisen kulutustutkimuksen ja käytänneteorian sidokset. Kulttuurinen kulutustutkimus tutkii muun muassa erilaisia identiteettejä, joita kuluttajilla mahdollisesti on sekä kulutuskokemuksia, joihin vaikuttaa ihmisten sosiaaliset muutosvoimat ja kanssakäyminen, sosio-historialliset tekijät sekä kulttuuriset merkitykset (Shove, Watson, Hand & Ingram 2007, 4–5).

Kulttuurisen kulutustutkimuksen piirissä on havaittu, että usein kuluttajan elämä rakentuu erilaisista todellisuuksista, joissa kulutus toimii keskeisenä tekijänä. Kuluttajat muodostavat käsityksiä todellisuuksista, joita voi olla samanaikaisesti useita, kulutuskokemusten sekä kulutuksen avulla (Arnould & Thompson, 2005, 875). Kulttuurisessa kulutustutkimuksessa ajatellaan nykyään, että myös kuluttajat tuottavat merkityksiä, sen sijaan, että pelkästään markkinoijat loisivat kuluttajille merkityksiä, jotka siirtyisivät esimerkiksi median ja muodin välityksellä kuluttajille (Rokka & Canniford 2016). Kuluttajista, jotka eivät pelkästään kuluta, vaan ovat mukana myös tuotannossa, käytetään englanninkielistä termiä 'prosumer', joka muodostuu sanoista 'producer' ja 'consumer', eli tuottajasta ja kuluttajasta (Ritzer & Jurgenson 2010).

2.2 Käytänneteoria

Tässä pro gradu -tutkielmassa käytetään nimitystä käytänneteoria (practice theory), vaikka kyseisestä teoriasta käytetään aikaisemmassa kirjallisuudessa muitakin nimityksiä. Esimerkiksi Shove ym. (2012), Reckwitz (2002), Warde (2005) ja Schatzki (2002) käyttävät käytänneteoriasta myös nimityksiä käytänteiden tai käytänteen teorit (theories of practice) ja sosiaalisten käytäntöjen teorit (theories of social practices). Käytänneteoriasta puhuttaessa on hyvä tehdä käsitteellistä erottelua käytännön ja käytänteiden välille. Reckwitz (2002, 249) tuo näiden käsitteiden välisen eron hyvin esille. Hän toteaa käytännön (Praxis) olevan voimakas termi kuvaamaan ihmisen toimintaa vastapainona teorialle. Käytänne (Praktik) on puolestaan jotain muuta. Reckwitzin (2002, 249) laajalti siteeratun (mm. Arsel & Bean 2013; Magauidda 2011; Shove ym. 2012; Shove & Pantzar 2005; Warde 2005) määritelmän mukaan käytänne on:

”...rutiininomainen käyttäytymismalli, joka koostuu useista elementeistä, jotka ovat yhteydessä toisiinsa: kehollisen toiminnan muodot, henkisen toiminnan muodot, 'asiat' ja niiden käyttö, taustatieto ymmärryksen muodossa, tietotaito (know-how), tunnetilat ja motivoiva tieto.”

(Reckwitz 2002, 249)

Tämä käsitteiden välinen ero on hyvä tuoda esille ja alleviivata sen myötä sitä, että tässä Pro gradu -tutkielmassa keskitytään nimenomaan käytänteisiin eikä käytäntöön. Tästä syystä tässä tutkielmassa käytetään systemaattisesti käsitteitä käytänteet ja käytänneteoria. Käytänteisiin liittyvässä tutkimuksessa käytetään kuitenkin myös käsitteitä käytännöt ja käytäntöteoria, joilla kuitenkin viitataan yleisesti ottaen tämänkin tutkimuksen kohteena oleviin käytänteisiin.

Schatzki (2002, 71) puolestaan toteaa, että ”käytänne on toimien ’nippu’, toisin sanoen, järjestäytynyt toimintojen verkosto tai ryhmä (nexus)”. Näin ollen kaikissa käytänteissä on kaksi kokonaisluottuvuutta: toiminta ja järjestys. Ajatus siitä, että käytänteet ovat toimien ’nippu’ (activity bundles) on levinnyt laajasti käytänneteoreetikkojen keskuudessa, mukaan lukien muun muassa Giddens, Bourdieu ja Taylor (Schatzki 2002, 71). Shove ym. (2012) lähestyvät käytänteitä jakamalla ne kolmeen elementtiin: materiaalit (materials), merkitykset (meanings) ja kompetenssit (competences). Näitä elementtejä käsitellään yksityiskohtaisemmin alaluvussa 2.3.1 ”Käytänteiden elementit”.

Käytänneteoriaa on hyödynnetty myös markkinoinnin tutkimuksessa (esim. Echeverri & Skålén 2011; Skålén & Hackley 2011). Lisäksi monet tutkijat ovat omaksuneet käytänneteoreettisen viitekehyksen kulutuksen analysoimiseksi (esim. Røpke 2009; Shove & Pantzar 2005; Warde 2005). Kulutus nähdään koostuvan jokapäiväisen elämän käytännön tekemisistä ja sanomisista (Närvänen 2014). Warde (2005) toteaa artikkelissaan ”Consumption and Theories of Practice” käytänteiden luovan tarpeita kuluttajien yksittäisten halujen sijaan. Itse asiassa käytänteet ovat yksilöllisten tarpeiden tai aikomusten tai sosiaalisten rakenteiden vaikutusten sijaan määritelty kulutusvalintojen ja mieltymysten tärkeimmiksi ajureiksi. Useimmat käytänteet pitävät sisällään kulutusta, mutta kulutus itsessään ei ole kuitenkaan käytänne (Warde 2005).

Shove ja Pantzar (2005) totesivat jo aikaisemmin, että käytänteet voivat muuttua esimerkiksi uusien käytänteiden elementtien johdosta, sillä tällöin käytänteiden elementtien välinen dynamiikka muuttuu ja joudutaan pohtimaan, kuinka elementit sopivat yhteen. Tämä on erityisen mielenkiintoinen ja relevantti huomio tämän tutkimuksen kannalta. Kun konsertit viedään ”normaalista” ympäristöstä virtuaaliseen ympäristöön, konsertteihin liittyvien käytänteiden elementit muuttuvat sekä näiden

elementtien välinen dynamiikka muuttuu. Konsertteja katsotaan täysin erilaisessa ympäristössä kuin mihin aikaisemmin on totuttu. Samalla konsertteihin liittyvät kulutuskäytänteet muokkaantuvat ja muodostuvat uudennlaisiksi. Sekä artistin ja yleisön että yleisön keskinäinen vuorovaikutus muuttuu. Kuvioon astuu mukaan myöskin uudennlaiset teknologiset materiaalit ja ratkaisut. Ajan ja paikan käsitys ja merkitys rakentuvat uudennlaisten käytänteiden elementtien sekä näiden elementtien välisen dynamiikan myötä. Käytänteiden elementtien välinen dynamiikka voi puolestaan selittää esimerkiksi markkinoiden muotoutumista tai erinomaisia asiakaskokemuksia.

Schatzki (1996, 89) on jo 25 vuotta sitten tunnistanut kaksi keskeistä käytänteiden käsitystä: käytänne tasapainoisena kokonaisuutena (practice as a co-ordinated entity) ja käytänne suorituksena (practice as a performance). Ensimmäinen näistä kahdesta tunnistetusta käsityksestä, käytänne tasapainoisena kokonaisuutena, tarkoittaa sitä, että tekemisten ja sanomisten verkosto (nexus) muodostaa ajallisesti tapahtuvia sekä avaruudellisesti hajaantuneita käytänteitä. Esimerkkejä käytänteistä tasapainoisena kokonaisuutena ovat ruoanlaittokäytänteet, teolliset käytänteet, äänestyskäytänteet, korjaavat käytänteet sekä virkistys-/viihdekäytänteet.

Sillä, että tekemisten ja sanomisten verkoston nähdään muodostavan käytänteitä, tarkoitetaan sitä, että tekemiset ja sanomiset ovat yhteydessä toisiinsa. Tekemisten ja sanomisten välisen yhteyden (nexus) voidaan nähdä muodostuvan kolmella tavalla. Ensinnäkin ymmärryksen kautta, siitä mitä sanotaan ja tehdään. Toiseksi eksplisiittisten sääntöjen, periaatteiden, määräysten ja ohjeiden kautta. Sekä kolmanneksi, teleoaffektiivisten rakenteiden kautta, jotka koostuvat tarkoituksista, projekteista, tehtävistä, uskomuksista, tunteista ja mielialoista (Schatzki 1996, 89). Warde (2005, 134) on tehnyt tiivistetyn kuvauksen näistä Schatzkin (1996) kolmesta tavasta, joilla tekemisten ja sanomisten välisen yhteyden (nexus) voidaan nähdä muodostuvan. Warde (2005, 134) käyttää kolmea komponenttia tämän yhteyden havainnoimiseksi: ymmärrykset, toimenpiteet/toimintamallit sekä sitoutumiset.

Toinen tunnistettu käsitys käytänteistä, käytänne suorituksena, tarkoittaa puolestaan sitä, kuinka käytänteitä toteutetaan tai suoritetaan samalla ylläpitäen tekemisten ja sanomisten muodostavaa verkostoa (Schatzki 1996, 90). Tämän käsityksen kohdalla yksilöiden

merkitys käytänteiden kantajina korostuu. Kuten Shove ym. (2012, 8) toteavat, niin ihmiset tulisi nähdä ensisijaisesti käytänteiden kantajina (carriers of practices). Yksilöt ovat niitä, jotka lopulta toteuttavat eli tekevät käytänteet todeksi. Ilman yksilöitä käytänteitä ei ole siis olemassa. Yksilöt mahdollistavat omilla tekemisillään ja sanomisillaan käytänteiden olemassaolon. Kuten Shove & Pantzar (2005) tuovat esille, niin yksilöitä ei tulisi nähdä käyttäjinä vaan aktiivisina toimijoina, jotka omalta osaltaan muokkaavat käytänteitä. Yksilöillä voidaan ajatella olevan kuluttajan roolin lisäksi myös tuottajan rooli, mitä tulee käytänteisiin. Wengerin (1998, 47) mukaan käytänne on tekemistä, mutta ei vain tekemistä itsessään, vaan se tapahtuu aina historiallisessa ja sosiaalisessa kontekstissa luoden rakenteen ja merkityksen ihmisten toiminnalle. Tässä mielessä, käytänne on aina sosiaalinen käytänne.

Reckwitz (2002, 249–250) toteaa yksilön olevan sekä kehollinen että henkinen käytänteiden kantaja. Tämä alleviivaa käsitystä siitä, että käytänteet rakentuvat sekä tekemisistä että sanomisista. Lisäksi Reckwitzin (2002, 249–250) mukaan ymmärtämisen, tietämyksen ja halun henkiset toimet ovat käytänteiden välttämättömiä elementtejä ja ominaisuuksia, joihin yksilö osallistuu, eivätkä ne täten ole yksilöiden ominaisuuksia. Warde (2005) tekee yhteenvetoa sanomalla käytänteiden olevan tasapainoisia kokonaisuuksia (practice as a co-ordinated entity), mutta niiden olemassaolo edellyttää myöskin niiden suorittamista (practice as a performance). Voidaankin siis todeta, että käsitykset käytänteistä tasapainoisina kokonaisuuksina sekä suorituksina ovat molemmat tärkeitä, sillä nämä kaksi käsitystä ovat sidoksissa toisiinsa perustavanlaatuisesti.

Alla oleva taulukko 1 kokoaa tiivistetysti yhteen käytänneteorian ominaispiirteet Närväsen (2014) näkemyksen mukaan. Käytänneteorian monisävyisyys kumpuaa erityisesti siitä, että käytänteiden nähdään rakentuvan useista elementeistä sekä eri tutkijoiden käsitysten mukaan käytänteet koostuvat hieman erilaisista elementeistä (ks. Taulukko 2, s. 22). Käytänneteoria keskittyy nimenomaan rutiininomaisiin jokapäiväisiin tapoihin ja toimintamalleihin. Käytänneteorian mukaan kulutusta ohjaa yksilöiden yksittäisten halujen sijaan käytänteiden luomat tarpeet. Käytänneteoriaan liittyy vahva kontekstuaalisuus. Se tarkastelee käytänteitä niiden sosio-materiaalisessa ja historiallisessa kontekstissa.

Taulukko 1. Käytänneteorian ominaispiirteet (Närvänen 2014).

Ominaispiirre	Selitys
Monisävyinen	Sisältää useita komponentteja ja elementtejä ja pyrkii selittämään sosiaalista toimintaa kokonaisvaltaisesti
Keskittyy rutineihin	Kiinnittää huomiota havaittaviin, mutta harkitsemattomiin ja pitkälti rutiinomaisiin toimintamalleihin (tavallisiin toimiin)
Kontekstuaalinen	Tarkastelee käytänteitä niiden sosio-materiaalisessa ja historiallisessa kontekstissa
Dynaaminen ja relationaalinen	Ilmiöt liittyvät aina toisiinsa ja muodostavat toisensa
Anti-individualistinen	Ihmiset nähdään käytänteiden kantajina: käytänteet tai niiden elementit ovat analyysin yksikkö
Keskittyy materiaalisuuteen	Materiaalisilla elementeillä on tärkeämpi ontologinen asema; ne pitävät käytänteitä yhdessä ja toimivat ihmissuhteiden välittäjinä

Käytänneteoria nähdään dynaamisena ja relationaalisena, mikä tarkoittaa sitä, että ilmiöt liittyvät aina toisiinsa ja muodostavat toisensa. Tätä voisi havainnollistaa sillä, kuinka esimerkiksi Schatzki (2002) toteaa käytänteiden olevan toimien nippu, eli toisin sanoen, käytänne muodostuu usein monista toiminnoista. Tätä puoltaa myöskin Reckwitzin (2002, 250) toteamus siitä, että usein yhteen käytänteeseen liittyy muitakin käytänteitä. Käytänneteorian dynaamisuutta sekä relationaalisuutta havainnollistaa myöskin Shoven ym. (2012) käsitykset siitä, kuinka käytänteiden elementit muokkaavat toisiaan ja miten käytänteiden elementit muuttuvat ajan myötä rakentaen mahdollisesti uusia käytänteitä.

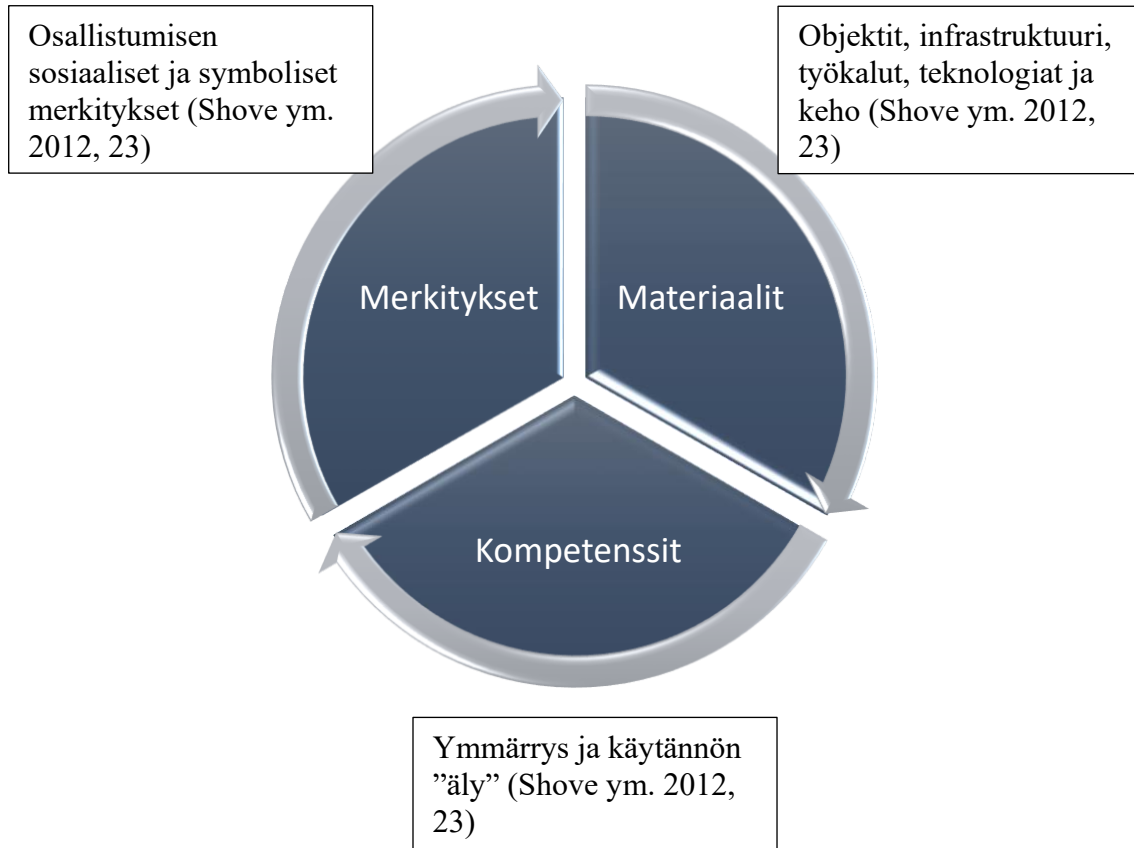
Käytänneteorian viides ominaispiirre on anti-individaalisuus. Tämän ominaispiirteen mukaan ihmiset toimivat käytänteiden kantajina (Reckwitz 2002; Shove ym. 2012) ja käytänneteoreettisessa tutkimuksessa analyysiyksikkönä ovat käytänteet tai niiden elementit eikä esimerkiksi yksilöt tai ryhmät. Lopulta, viimeinen eli kuudes käytänneteorian ominaispiirre keskittyy materiaalisuuteen. Materiaaliset elementit pitävät käytänteitä yhdessä ja ne toimivat ihmissuhteiden välittäjinä. Niillä on siis tärkeä ontologinen asema käytänneteoriassa. Tätä ominaispiirrettä voisi puolestaan

havainnollistaa sillä, että jokainen käytänte pitää sisällään kehollisia, teknologisia tai infrastruktuurisia elementtejä tai muita objekteja, tai joissain tapauksissa näitä kaikkia. Useimmat käytänteet eivät olisi olemassa ilman niiden sisältämää materiaalisuutta (Schatzki 2015). Materiaalisuuden voidaan täten sanoa olevan käytänneteorian hyvin olennainen ominaispiirre. Virtuaalikonserttien kontekstissa materiaalisuus on erityisen tärkeässä roolissa, sillä esimerkiksi ilman tarkoituksenmukaisia teknologisia välineitä virtuaalikonsertin katsominen on käytännössä mahdotonta. Esimerkiksi television rooli on ollut kohteena kulutustutkimuksessa (Chitakunye & Maclaran 2014). Kyseinen tutkimus liittyy ruokailurituualeihin, mutta se tuo hyvin esille sen, kuinka materiaalisuus vaikuttaa kulutuskäytänteisiin.

2.2.1 Käytänteiden elementit

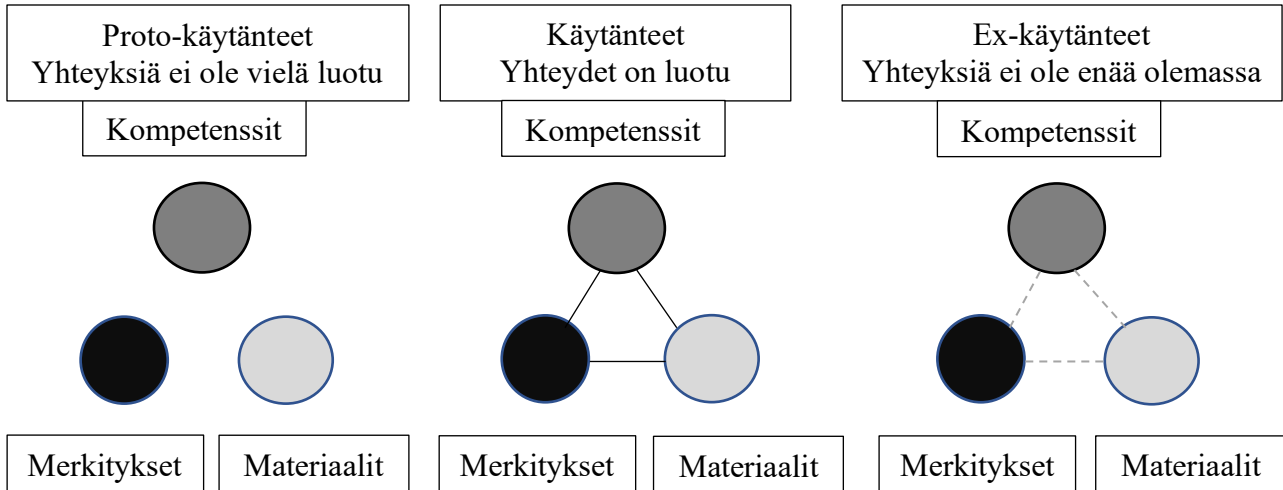
Tässä pro gradu -tutkielmassa käytetään Shoven ym. (2012) käytänteiden mallia (ks. kuvio 1, s. 20), jossa käytänteet koostuvat kolmesta eri elementistä: merkityksistä, materiaaleista ja kompetensseista. Käytänteet määritellään merkitysten, materiaalien ja kompetenssien keskinäisillä riippuvuussuhteilla (Shove ym. 2012, 24). Merkitykset koostuvat osallistumisen sosiaalisista ja symbolisista merkityksistä. Materiaalit sisältävät muun muassa objektit, infrastruktuurin, työkalut, teknologiat ja kehon. Kompetenssit puolestaan sisältävät ymmärryksen ja käytännön ”älyn”. (Shove ym. 2012, 23).

Shove (2003) toi jo aikaisemmin esille kuinka teknologia voi vakauttaa tai luoda uusia käytänteitä. Tämä osaltaan vahvistaa sitä, miksi on tärkeää ja mielekästä tutkia virtuaalikonsertteja käytänteiden ja käytänneteorian kautta tarkasteltuna. Virtuaalikonsertteihin kuuluu olennaisena osana se, että henkilöillä, jotka haluavat katsoa virtuaalikonsertteja, on siihen tarkoitukseen soveltuvat teknologiat käytössään. On myös olennaista, että henkilöiltä löytyy kompetenssia eli pätevyyttä virtuaalikonsertin katsomiseen. Tämä ilmenee kaikkein selkeimmin sitä kautta, että henkilöillä on käytännön ”älyä”, eli toisin sanoen käytännön osaamista, kuinka saada ylipäätään virtuaalikonsertti auki ja katsottavaksi. Käytänteiden merkitykset ilmentävät sitä, mitä osallistumisen sosiaalisia ja symbolisia merkityksiä virtuaalikonserttitilanne luo niiden katsojille.



Kuvio 1. Käytänteiden elementtien malli (Shove ym. 2012).

Käytänteitä määrittävien elementtien välisiä yhteyksiä on mietittävä ja uusittava aika ajoin uudestaan, jos halutaan, että niiden väliset yhteydet pysyvät voimassa (Shove ym. 2012, 24). Käytänteiden elementit, eli merkitykset, materiaalit ja kompetenssit, muokkaavat toisiaan ja muuttuvat ajan myötä (Shove ym. 2012, 32–33). Tämä on tärkeää siksi, kuten jo ylempänä tuotiin esille, koska käytänteet koostuvat kolmesta elementistä: merkityksistä, materiaaleista ja kompetensseista sekä niiden välisistä yhteyksistä. Alla oleva kuvio 2 havainnollistaa asiaa.



Kuvio 2. Proto-käytännöt, käytännöt ja ex-käytännöt (Shove ym. 2012).

Käytännöt muuttuvat, kun uusia elementtejä ilmaantuu tai, kun jo olemassa olevia elementtejä yhdistellään uusilla tavoilla (Shove ym. 2012, 120). Tässä yksilöt ovat ratkaisevassa asemassa, sillä he määrittävät omalla toiminnallaan sen, millaiseksi käytännöiden elementtien välinen dynamiikka muodostuu. Tämä tuo hyvin esille sen, miksi käytännönteorian huomio kiinnittyy nimenomaan kuluttajien jokapäiväiseen elämään ja arkisiin asioihin. Tarkastelemalla kuluttajien jokapäiväisiä toimia voidaan päästä käsiksi siihen, minkälaisia käytännöitä kuluttajilla on. Tämä on oleellista, sillä käytännönteorian mukaan käytännöt ohjaavat ihmisten kulutuskäyttäytymistä. Virtuaalikonserttien konteksti muuttaa kulutuskäytännöiden elementtien välistä dynamiikkaa, sillä jotkin elementit saavat enemmän painoarvoa kuin toiset, ja toisaalta myös täysin uusia elementtejä ilmaantuu, joiden myötä kulutuskäytännöt virtuaalikonserttien kontekstissa muodostuvat erilaisiksi.

On tärkeää saada tietoa kuluttajien käytännöistä, sillä sen tiedon avulla puolestaan markkinoijat ja yritykset pystyvät kehittämään markkinointiaan, strategiaansa sekä liiketoimintaansa kokonaisuudessaan parempaan suuntaan ja nimenomaan siihen suuntaan, mikä helpottaa ja ylläpitää ihmisten kulutusta ja kulutustottumuksia. Taulukkoon 2 on Gram-Hanssenin (2011, 64) jaottelua mukailleen koottu yhteen käytännöiden tärkeimmät elementit käytännönteorian eri tutkijoiden näkemysten mukaan.

Taulukko 2. Käytänteiden tärkeimmät elementit, mukaillen (Gram-Hanssen 2011, 64).

Schatzki (2002)	Warde (2005)	Shove ym. (2012)	Reckwitz (2002)
Käytännöllinen ymmärrys	Ymmärrykset	Merkitykset	Keho
Säännöt	Toimenpiteet/toiminta mallit	Materiaalit	Mieli
Teleo-affektiiviset rakenteet	Sitoutuminen	Kompetenssit	Toimijan rakenne/prosessi
Yleiset ymmärrykset	Kulutustavarat		Tieto
			Diskurssi/kieli
			Asiat/esineet/tavarat

Taulukossa 2 Shoven ym. (2012) mukaan nimetyt käytänteiden elementit on korostettu lihavoinnilla, koska erityisesti ne toimivat tässä pro gradu -tutkielmassa tutkijan apuvälineenä tutkimusilmiön tarkastelussa. On kuitenkin tärkeää tuoda myös muiden tutkijoiden näkemyksiä esille siitä, millä tavalla ja millaisista elementeistä heidän mukaansa käytänteet muodostuvat, jotta käytänteistä tuotetaan kokonaisvaltainen kuva tämän tutkimuksen lukijoille.

2.2.2 Käytänteet ja aika

Käytänne on aikasidonnainen eli se tapahtuu ajassa (Bourdieu 1990b). Toisin sanoen, kun virtuaalikonsertti on ohi, niin siihen liittyvät käytänteet, jotka liittyvät virtuaalikonserttiin katsomiseen, ovat ohi. Virtuaalikonserttiin katsomiseen liittyy kuitenkin paljon käytänteitä, jotka sijoittuvat myös aikaan ennen ja jälkeen itse virtuaalikonserttia. Ne kuitenkin liittyvät siihen, että virtuaalikonsertti on katsottavissa tietyssä aikana, jolloin sitä edeltävät ja sen jälkeen tapahtuvat käytänteet ovat myöskin sidoksissa aikaan.

Shove ym. (2012) jakaa ajan neljään erilaiseen näkökulmaan käytänteiden kontekstissa. Ensimmäinen näkökulma kuvaa aikaa rajallisena resurssina, josta käytänteet käyvät keskenään kilpailua. Toinen näkökulma kuvaa sitä, kuinka kukakin yksilö sovittaa

ajankäyttönsä suorittaakseen erinäisiä käytänteitä jo olemassa olevassa arjen rytmissään. Kolmas näkökulma lähestyy ajan käsitettä siitä ajatuksesta, kuinka käytänteet jatkavat olemassaoloaan, kun ne eivät todellisuudessa tapahdu. Tämä perustuu siihen, mitä Shove ym. (2012, 128) toteavat siitä, miten käytänteitä täytyy jatkuvasti suorittaa, jotta ne pysyisivät olemassa olevina. Lopulta, neljäs näkökulma, on kaikista radikaalein. Sen mukaan sen sijaan, että käytänteet kilpailisivat keskenään ajasta, aika on jotain, mitä käytänteet ”luovat”.

Ensimmäinen näkökulma, josta Shove ym. (2012) puhuvat, aika rajallisena resurssina, viittaa siihen, miten käytänteiden kohtalo ja tulevaisuus ovat riippuvaisia siitä, kuinka yksilöt, käytänteiden kantajat, viettävät päivänsä. Taustalla tässä on se ajatus, että johonkin käytänteeseen käytettyä aikaa ei voida käyttää toiseen käytänteeseen samanaikaisesti. Osa käytänteistä vaatii enemmän aikaa kuin toiset. Lisäksi jotkut käytänteet vaativat tietyn ajan lisäksi myös tiettyä ajoitusta. Tämä ilmenee virtuaalikonserttien kohdalla siinä, että jokainen virtuaalikonsertti kestää tietyn ajan ja se on katseltavissa vain tietynä aikana. Jos katsoo virtuaalikonserttia, niin samaan aikaan ei voi olla esimerkiksi tekemässä lumitöitä ulkona.

On kuitenkin muistettava, kuten luvussa 2.3 tuotiin esille, että käytänteet muodostuvat tekemisten ja sanomisten verkostosta. Tätä ajatusta vasten peilattuna ei voida siis kuitenkaan väittää, että yksilö ei voisi tehdä muita asioita, toisin sanoen, suorittaa muita käytänteitä samalla, kun hän katsoo virtuaalikonserttia. Täten, välillä on hieman vaikeaa tehdä eroa sen välillä, mitkä ovat käytänteitä ja mitkä ovat puolestaan toimia, jotka muodostavat kyseisiä käytänteitä. Virtuaalikonsertin katsomista voidaan pitää käytänteenä, mutta mielekkäämpää ja tarkoituksenmukaisempaa on ajatella virtuaalikonsertin katsomista kontekstina, jonka sisällä suoritetaan erinäisiä käytänteitä. Asiaa voidaan lähestyä myös Schatzkin (1996) tunnistamien käytänteiden käsitysten kautta, käytänne tasapainoisena kokonaisuutena ja käytänne suorituksena. Tämän näkökulman kautta tarkasteltuna virtuaalikonsertin katsomista voitaisiin pitää tasapainoisena kokonaisuutena, kun taas virtuaalikonsertin aikana tapahtuvia erinäisiä käytänteitä voitaisiin pitää suorituksina. Tästä huolimatta virtuaalikonsertin katsomista voidaan silti niin ikään pitää käytänteenä, jota suoritetaan.

Toinen näkökulma Shoven ym. (2012) mukaan, käytänteiden sovittaminen jo olemassa olevan arjen rytmin kanssa, viittaa siihen, kuinka ihmiset ovat esimerkiksi tottuneet siihen, että he käyttävät konserttien katsomiseen yleensä tunnista kahteen tuntia. Ajan käyttämiseen liittyy esimerkiksi myös se, missä konsertti tapahtuu ja kuinka paljon täytyy varata aikaa sinne matkustamiseen. Virtuaalikonserttien kohdalla ihmisten ei tarvitse varata eikä käyttää aikaa konserttipaikalle siirtymiseen, kun konsertin voi katsoa kotoa sohvalta. Kaikilla on saman verran aikaa käytettävissä päivän aikana, mutta joillekin ihmisille heidän aikansa ei ole heidän omaansa. Tällä tarkoitetaan sitä, että osa ajasta menee esimerkiksi töissä, jolloin tämä aika on poissa muiden käytänteiden suorittamisesta. On hyvä kuitenkin muistaa, että jo olemassa oleva arjen rytmi ei ole mikään abstrakti käsite, vaan myös arjen rytmi itsessään rakentuu toisiinsa sidoksissa olevista käytänteistä (Shove ym. 2012, 128). Kyse on siis siitä, miten yksilöt saavat sovitettua tietyt käytänteet heidän arjen rytmiinsä. Virtuaalikonserttien kohdalla voitaisiin ajatella tämän olevan helpompaa, sillä kun erikseen ei tarvitse lähteä konserttipaikalle, niin kokonaisaika, mitä virtuaalikonsertin katsomiseen tarvitaan, on pienempi kuin ”normaalien” konserttien kohdalla.

Kolmannen näkökulman taustalla, miten käytänteet pysyvät olemassa olevina, kun ne eivät tapahdu, on ajatus siitä, että lähtökohtaisesti käytänteitä ei suoriteta jatkuvasti. Sen sijaan, niitä suoritetaan eri aikoina. Shoven ym. (2012) mukaan käytänteiden pysyvyyden edellytyksenä ovat jo luvussa 2.3.1 esiteltyt kolme käytänteiden elementtiä: merkitykset, materiaalit ja kompetenssit. Näiden lisäksi avainasemassa on yksilöiden halu ja kyvykkyys yhdistää näitä elementtejä sekä suorittaa näiden elementtien muodostamia käytänteitä yhä uudestaan. Shoven ym. (2012) mukaan käytänteiden elementtien kyky säilyttää käytänteiden olemassaolo, silloin kun niitä ei tapahdu, on ratkaisevaa. Käytänteiden elementit siis pitävät käytänteet ’hengissä’ sen aikana, kun niitä ei aktiivisesti suoriteta.

Lopulta, neljännen näkökulman mukaan, sen sijaan, että käytänteet kilpailisivat keskenään ajasta, aika on jotain, mitä käytänteet ”luovat” (Shove ym. 2012, 129). Virtuaalikonserttien kohdalla voidaan esimerkiksi ajatella, että itse virtuaalikonsertin katsominen luo kaveriporukalle yhteistä aikaa. Tarkoittaen sitä, että ilman virtuaalikonserttia, kaveriporukka ei olisi viettänyt välttämättä iltaa yhdessä.

Virtuaalikonsertti ja sen katsominen yhdistää ihmisiä ja tuo ihmisiä yhteen samalla luoden näille ihmisille yhteistä aikaa. Asiaa voidaan tarkastella myös siitä näkökulmasta, kuten Shove, Trentmann & Wilk (2009, 19) toteavat: ”viikonloppu on viikonloppu nimenomaan siksi, koska teemme lauantaisin ja sunnuntaisin asioita, mitä emme tee maanantaisin ja tiistaisin”.

2.2.3 Käytänteet ja paikka

Kuten ajan kohdalla, Shove ym. (2012) jaottelevat myöskin paikan käsityksen eri näkökulmiin. Paikka voidaan nähdä käytänteiden resurssina, maantieteellisen sijainnin edustamisena ja usein käsitteenä, jonka mukaan paikka ”syntyy” käytänteiden tuloksena. Ajan kohdalla Shove ym. (2012) lähtivät liikkeelle siitä ajatuksesta, että jokaisella ihmisellä on käytettävissään sama aika joka päivä, mutta kaikille ihmisille heidän aikansa ei ole heidän omaansa, sillä osa ajasta on sidottu pakollisiin toimiin, kuten töihin. Paikan kohdalla Shove ym. (2012) lähtevät yhtä suoraviivaisesta ajatuksesta liikkeelle. Jotta käytänteet voisivat tapahtua, tarvitaan aikaa, mutta myös paikka, missä käytänteet tapahtuu. Kaikilla ihmisillä ei ole käytössään kuitenkaan yhtä paljoa tilaa, jossa suorittaa käytänteitä. Esimerkiksi hyvin tiheään asutuilla kaupunkialueilla ihmisillä on vähemmän omaa tilaa, missä suorittaa käytänteitä, kun taas väljemmin asutulla maaseudulla ihmisillä on yleensä enemmän omaa tilaa käytettävissään käytänteiden suorittamiseen.

Toisaalta voidaan ajatella myös niin, että usein suurissa kaupungeissa on enemmän mahdollisuuksia suorittaa erinäisiä käytänteitä. Esimerkiksi kaupungeissa on usein enemmän konserttipaikkoja, joihin mennä katsomaan konsertteja. Virtuaalikonserttien kohdalla paikan merkitys on toisenlainen. Virtuaalikonsertit eivät tarvitse tapahtuakseen erillistä konserttipaikkaa, vaan konserttipaikkana toimii jokaisen katsojan oma koti. Virtuaalikonserttien voidaan myös ajatella tapahtuvan virtuaalisessa ympäristössä, jolloin ne eivät vaadi katsojilta fyysistä tilaa. Virtuaalikonserttien kohdalla korostuu täten näkökulma paikasta, jonka mukaan paikka ”syntyy” käytänteiden tuloksena. Virtuaalikonsertteihin liittyvät käytänteet siis luovat jokaisen katsojan omasta tilasta, kodista, konserttipaikan. Itseasiassa konserttipaikka voidaan nähdä jokaisen katsojan kodista sekä virtuaalisesta ympäristöstä muodostuvasta hybridistä.

Konserttipaikkojen on perinteisesti nähty olevan paikkoja, joissa konsertteihin liittyviä käytänteitä suoritetaan. Ihmisten kodit eivät ole olleet lähtökohtaisesti paikkoja, joissa konsertteja järjestetään, lukuun ottamatta yksityistilaisuuksia. Pandemian myötä kuitenkin konsertteja ei ole voitu järjestää normaaliin, totuttuun tapaan konserttipaikoissa. Sen sijaan konserttien toteutus on viety virtuaaliseen ympäristöön, jolloin ihmisten kodeista on tullut konserttipaikkoja. Käytänteitä, joita on totuttu suorittamaan eri paikoissa, suoritetaan nyt uusissa paikoissa. Voidaan todeta, että virtuaalikonserttien kulutuskäytänteiden tuloksena on syntynyt uusia paikkoja, joissa konsertteja kulutetaan ja katsotaan.

On tärkeää huomioida kuitenkin, että käytänteet itsessään eivät kulje paikasta toiseen, mutta niiden elementit kulkevat (Shove ym. 2012, 132). Tätä havainnollistaa se, että liitämme virtuaalikonsertin kokemukseen erilaisia osallistumisen sosiaalisia ja symbolisia merkityksiä kuin normaaliin konserttikokemukseen. Materiaalit ovat erilaisia virtuaalikonserttien kohdalla. Katsojat tarvitsevat eri tavalla sähköä kuin normaalin konsertin yhteydessä. Katsojat tarvitsevat muun muassa älypuhelimien, tabletin, tietokoneen, television tai muun vastaavan teknisen laitteen konsertin katsomiseen. Myöskin kompetenssit eli ymmärrys ja käytännön ”äly” näyttäytyvät eri valossa virtuaalikonserttien kohdalla. Internet on tärkeä tekijä virtuaalikonserteissa. Se on materiaali, joka on yksi käytänteiden elementtien osa, jolla on merkittävä rooli kyseisen käytänteen toteutumisessa. Virtuaalinen ympäristö, eli internet, toimii jaettuna ’paikkana’, joka yhdistää ihmisiä ympäri maailman (Shove ym. 2012, 133).

Lopputulena voidaan todeta, että ajan ja paikan käsitykset muuttuvat käytänteiden myötä (Shove ym. 2012, 133). Schatzkin (2010) mukaan aika ja paikka ovat yhteisesti läsnä toiminnan hetkellä. Shove ym. (2012) kuitenkin korostavat ja tarkentavat, että aika ja paikka ovat yhteisesti läsnä nimenomaan niissä hetkissä, kun käytänteitä suoritetaan (practices as performances). Huomion arvoista on kuitenkin se, että aika ja paikka eivät ole samanarvoisia elementtejä kuin merkitykset, materiaalit ja kompetenssit ovat. Ajalla ja paikalla on kuitenkin merkitystä tulevaisuuden kehitys- ja leviämispolkujen rakentumisessa (Shove ym. 2012, 134).

2.3 Fyysisestä konsertista kohti virtuaalikonserttia

Virtuaalikonsertit tarjoavat vaihtoehtoisen tavan ihmisille katsella ja osallistua tapahtumaan virtuaalisesti, kun osallistuminen tapahtumaan ei ole fyysisesti mahdollista (Thompson 2015). Virtuaalikonserteissa myöskään keikkapaikan koko eivätkä maantieteelliset rajoitteet aseta esteitä konserteille (Hakkarainen 2020). Organisaatiot, jotka tarjoavat tätä palvelua, voivat tavoittaa paljon suuremman yleisön, kuin ne, jotka tarjoavat pelkästään fyysisesti osallistuttavia tapahtumia. Jotkut toimijat päättävät järjestää ilmaisia virtuaalikonsertteja, kun taas toiset perivät maksun virtuaalisesta osallistumisesta (Thompson 2015). On selvää, että artistien kannattaa järjestää maksullisia virtuaalikonsertteja, varsinkin nyt kun koronaviruksen aiheuttaman pandemian takia koko maailma on poikkeustilassa eikä normaaleja keikkoja ja konsertteja voida järjestää ainakaan samalla tavalla kuin ennen pandemiaa.

Kun yhteiskunnat joutuivat pandemian takia eristämään toimintojaan, muusikot siirtyivät nopeasti virtuaalialueelle, ja erityisesti virtuaalikonsertit osoittautuivat elintärkeäksi keinoksi artisteille ja yleisölle. Vaikka virtuaalikonsertit ovat olleet olemassa pitkään ennen koronaviruksen aiheuttamaa pandemiaa (vrt. Hilvert-Bruce, Neill, Sjöblom & Hamari 2018), painopiste on pääosin säilynyt elävissä kokemuksissa (fyysisissä livekokemuksissa) perinteisessä mielessä (Holt 2010). Mutta kun tapahtumapaikat suljettiin, ei ollut muuta vaihtoehtoa kuin siirtää painopiste Facebookiin, Instagramiin ja YouTuben ilmaisiin ja helposti saatavilla oleviin suoratoistopalveluihin (Vandenberg ym. 2020). Kun tämä muutti live-kokemuksen luonnetta, niin herää kysymys: minkälaisia tunteita ja käytänteitä virtuaalikonsertit voivat muodostaa ja saada aikaan, kun fyysinen kokoontuminen, ainakin isommalla joukolla, on mahdotonta?

Musiikin kuluttajien asettamisesta markkinointistrategioiden keskiöön on tullut erityisen merkityksellistä tänä digitaalisena aikakautena. Musiikin kulutuskäytänteiden kehitys yhdistettynä viimeaikaiseen teknologiseen kehitykseen tarjoaa nyt yleisölle uusia tapoja osallistua livekonsertteihin. Yhtenä esimerkkinä, joka tässäkin tutkielmassa on keskeisessä roolissa, toimii osallistuminen konsertteihin virtuaalisesti. Tutkimuksen avulla tuotettu tieto ihmisten kulutuskäytännöistä virtuaalikonserteissa ja niiden

ymmärtäminen, lisäävät ymmärrystämme musiikin kuluttajista, jotka ovat keskeisessä roolissa musiikin markkinoinnissa (Charron 2017).

Suoratoistopalvelujen suosion kasvaminen ja elävän musiikin uudelleenoimistuminen samaan aikaan viittaa siihen, että näiden kahden välinen dynamiikka on viemässä musiikkiteollisuutta kohti kestävämpää tulevaisuutta (Naveed, Watanabe & Neittaanmäki 2017). Voisiko virtuaalikonsertit toimia musiikkiteollisuuden pelastajana? Virtuaalikonsertit tuntuvat olevan luonteva jatkumo musiikkiteollisuuden kehitykselle. Artistien tulonmuodostus on jo useamman vuoden ajan painottunut live-esiintymisistä tuleviin rahavirtoihin, sillä fyysisten levyjen ostamisen ja kuuntelemisen tilalle on tullut musiikin striimaaminen. Striimeistä eli kuuntelukerroista saatava korvaus ei ole tällä hetkellä kuitenkaan lähellekään samaa luokkaa, mitä aikaisemmin levymyynneistä kertyneet tuotot olivat artisteille.

Tämä on johtanut siihen, että artistit ovat alkaneet keikkailemaan enemmän ja panostamaan live-esiintymisiin enemmän. Samaan aikaan kuitenkin suoratoistopalvelujen, kuten Spotifyn, suosio jatkaa kasvamistaan. Eri sosiaalisen median kanavissa myös esimerkiksi live-toiminnot ovat lisääntyneet. Lisäksi, kun otetaan huomioon se, että ihmiset haluavat tänä päivänä kaiken nyt ja heti, niin virtuaalikonsertit tuntuvat vastaavan tähän tarpeeseen. Nykyään ei tarvitse enää edes poistua omalta kotisohvalta osallistuakseen konsertteihin. Vielä on kuitenkin melko epäselvää, mitä kuluttajat vaativat ja haluavat virtuaalikonserteilta. Millaisia kulutuskäytänteitä virtuaalikonsertin katsomiseen liittyy tai millaisiksi ihmisten kulutuskäytänteet virtuaalikonserteissa ovat mahdollisesti muodostumassa?

Vandenberg ym. (2020) tutkiessaan virtuaalikonsertteja, COVID-19 pandemian aikana, huomasivat, että virtuaalikonsertit tietyssä määrin onnistuvat siirtämään bileet katsojien koteihin. Yksi virtuaalikonserttien tärkeimmistä piirteistä on se, että ne tapahtuvat kaikille katsojille samanaikaisesti. Kun tietää, että muita ihmisiä on katsomassa samaa virtuaalikonserttia samaan aikaan, niin voi tuntea olevansa osa jotain suurempaa. Katsojia muistutetaan tällä tavoin yhteisöön kuulumisesta virtuaalikonsertin ajan. Tämä voi auttaa ihmisiä käsittelemään yhteiskunnallisten rajoitustoimien aiheuttamia seurauksia, muun muassa sosiaalista eristäytymistä (Vandenberg ym. 2020).

2.3.1 Elävä musiikki

Elävä musiikki (live music) syntyi kaupankäynnin, median ja viihteen keskellä. Alun perin sana 'live' alettiin käyttää 1930-luvulla vastineena radiolähetysten tallennetulle materiaalille. Tullessa 1950-luvulle, sana 'live', oli kehittynyt yleisnimeksi esitykselle, jota ei esitoteta studiossa etukäteen ja jota ei välitetä toistolaitteen kautta. 'Live' -sanan käyttöä jatkettiin kuitenkin teknologian välityksellä tapahtuvien esitysten kontekstissa (Holt 2010). Elävä musiikki liittyy vahvasti sen esittämiseen. Artisti äänittää studiossa kappaleen, mutta vasta, kun hän esittää sen 'livenä', niin puhutaan elävästä musiikista. Kun sama kappale kuunnellaan äänitteeltä, niin silloin kyseessä ei ole elävä musiikki.

Arkisessa kielessä termiä elävä musiikki käytetään joskus alkeellisesti erottamaan musiikkiesitys äänityksestä tai videosta tai erottamaan live-äänitys studiolevystä. Nämä erot ovat kuitenkin monimutkaisia. Ennemmin tulisi pohtia sitä, miten, milloin ja kenen keskuudessa musiikki luodaan, esitetään ja kuullaan (Holt 2010). Miten esimerkiksi teknologia ja internet muuttaa siihen liittyviä käytänteitä? Elävään musiikkiin ja live-esitykseen (live performance) liittyy vahvasti aitouden aistiminen ja sosiaalinen läsnäolo. Sanden (2013, 31) kuitenkin painottaa, että eri yleisöillä voi olla erilainen käsitys siitä, mikä tekee tietystä musiikkikokemuksesta elävän.

Erityisesti nyt pandemian aikana mielenkiintoiseksi aiheeksi nousee virtuaalikonserttien elävä musiikki. Onko teknologian välityksellä tapahtuvissa suoratoistetuissa virtuaalikonserteissa kuultava musiikki elävää musiikkia? Kokevatko virtuaalikonserttien katsojat, musiikin kuluttajat, että esitys tapahtuu livenä? Sisältääkö virtuaalikonsertit elävyyttä (liveness) ja miten se ilmenee?

2.3.2 Elävyys, teknologia ja virtuaalikonsertit

Webb, Wang, Kerne & Cesar (2016) toteavat elävyyden olevan lähes sata vuotta vanha sosio-tekninen käsite. Elävyyteen (liveness) liittyy kokemus siitä, että on läsnä samanaikaisesti tietyssä paikassa tietyssä aikana (Baker 2019). Elävyyteen liitetään siis vahvasti läsnäolo. Jotta voi kokea jonkin asian tapahtuvan reaaliajassa, livenä, niin täytyy olla läsnä siinä samassa tilassa samaan aikaan, missä kyseinen asia tapahtuu. Baker (2019, 43) kuitenkin toteaa, että vaikka usein elävyyteen liittyy fyysinen läsnäolo, niin yhtä lailla

elävyyttä voi välittyä myös esimerkiksi online-tapahtumassa (ts. virtuaalikonsertissa), missä yleisö ei ole esiintyjän kanssa samassa fyysisessä tilassa. Tärkeämpää on se, että konsertti tapahtuu kaikille läsnäolijoille samanaikaisesti. Virtuaalikonserteissa aikasidonnaisuuden merkitys korostuu paikkasidonnaisuuden puuttuessa. Kuten Vandenberg ym. (2020) ovat myös todenneet, niin virtuaalikonserttien elävyys määritellään ajan suhteen, ei niinkään paikan suhteen. Lee (2019) toteaa, että havaittavuus on tärkeä ominaisuus elävyydelle. Se liittyy 'siellä olemisen' -tunteen luomiseen. Yleensä tämä on tärkeämpää silloin, kun yleisö ei oikeasti ole siellä paikan päällä. 'Siellä olemisen' -tunteen luomisella pyritään siihen, että katsojat voisivat nähdä, kuulla ja tuntea luovan prosessin, tässä tapauksessa virtuaalikonsertin. Samaan aikaan samassa paikassa oleminen luo luonnollista havaittavuutta. Tunnetta 'siellä olemisesta' voidaan kuitenkin lisätä teknologian avulla (Lee 2019).

Läsnäolo ei tarkoita aina siis sitä, että ihmisen täytyisi olla fyysisesti samassa tilassa esiintyjän kanssa. Tärkeämpää on se, että ihmiset kokevat esityksen tapahtuvan nyt ja todistavat sen tapahtuvan nyt. Baker (2019, 43) kiteyttää hyvin, että digitaalisessa ympäristössä 'nyt-läsnäolo' (now-ness) on kriittistä suorille tapahtumille (live events), mutta fyysinen läsnäolo samassa tilassa ei ole. Teknologian avulla pystytään nykyään yhdistämään ihmisiä "samaan tilaan" heidän ollessa fyysisesti eri paikoissa, esimerkiksi erilaisten videoyhteyksien ja suoratoistopalveluiden avulla.

Baker (2019) pohtii artikkelissaan "Liveness and presence", miksi esityksen kokeminen 'livenä' (being live) on tärkeää, tekeekö se esityksestä aidomman? Auslander (2008, 109) tuo esille, että live-esitys (live performance) on historiallisesti määritelty siten, että sekä kokemuksemme elävyydestä että ymmärryksemme siitä, mikä lasketaan live-esitykseksi, muuttuvat ajan saatossa uuden mediateknologian myötä. Tämä on mielenkiintoinen ja tärkeä näkökulma tämän tutkielman kannalta, sillä teknologian mahdollistamat virtuaalikonsertit ovat hyvin ajankohtainen ilmiö. Lisäksi virtuaalikonserttien kulutuskäytänteitä ei ole vielä kovinkaan paljon tutkittu.

Kuluttajien kokema elävyys virtuaalikonserteissa muodostuu hyvin todennäköisesti osittain samoista, mutta osittain myös eri osatekijöistä. Ajalla, eli sillä, että konsertti koetaan nyt tässä hetkessä, on edelleen merkittävä rooli. Toisin kuin paikalla, eli sillä,

koetaanko konsertti fyysisesti samassa tilassa, ei ole enää niin isoa merkitystä virtuaalikonserteissa (Baker 2019, 44). Nämä vaikuttavat myöskin kuluttajien kulutuskäytänteisiin virtuaalikonserteissa. Massumi (2002) tuo esille, että virtuaalista läsnäoloa voidaan luoda tunnetasolla koettujen reaktioiden ja vuorovaikutuksen kautta, jotka saavat aikaan kehollisia aistimuksia esityksen tai tapahtuman aikana. Richardson (2005) puhuu teknosomasta (technosoma), millä hän tarkoittaa olemisen tapaa, missä teknologia otetaan osaksi kehollisuutta. Tämä tarkoittaa toisin sanoen sitä, että emme ole läsnä ja koe asioita enää pelkästään omalla kehollamme, vaan myös teknologian välityksellä. Teknologian avulla pystytään luomaan yleisölle tunne siitä, että he olisivat läsnä paikan päällä siellä, missä konsertti fyysisesti tapahtuu. Ennen kaikkea yleisölle pystytään antamaan tilaisuus todistaa, mitä juuri kyseisellä hetkellä tapahtuu.

Teknologiset innovaatiot ovat ikään kuin tulleet kehomme jatkeeksi. Tästä hyvä esimerkki on älypuhelimet. Lähes jokaisella on nykyään älypuhelin kädessä, mihin tahansa meneekään. Älypuhelimien välityksellä pidetään yhteyttä toisiin ihmisiin, esimerkiksi jutellaan kavereiden kanssa. Koemme yhtä lailla esimerkiksi ilon, surun ja innostuksen tunteita, kun saamme kaverilta viestin älypuhelimien välityksellä, missä hän kertoo jostain asiasta, kuin että kuulisimme saman asian kasvotusten. Tästä on kyse myös virtuaalisessa elävyydessä virtuaalikonserttien kontekstissa. Vaikka emme olekaan fyysisesti samassa tilassa esiintyjän kanssa kokemassa tiettyä hetkeä, niin teknologian välityksellä voimme silti kokea erilaisia aistimuksia, mikä tekee osaltaan virtuaalikonsertista elävän kokemuksen.

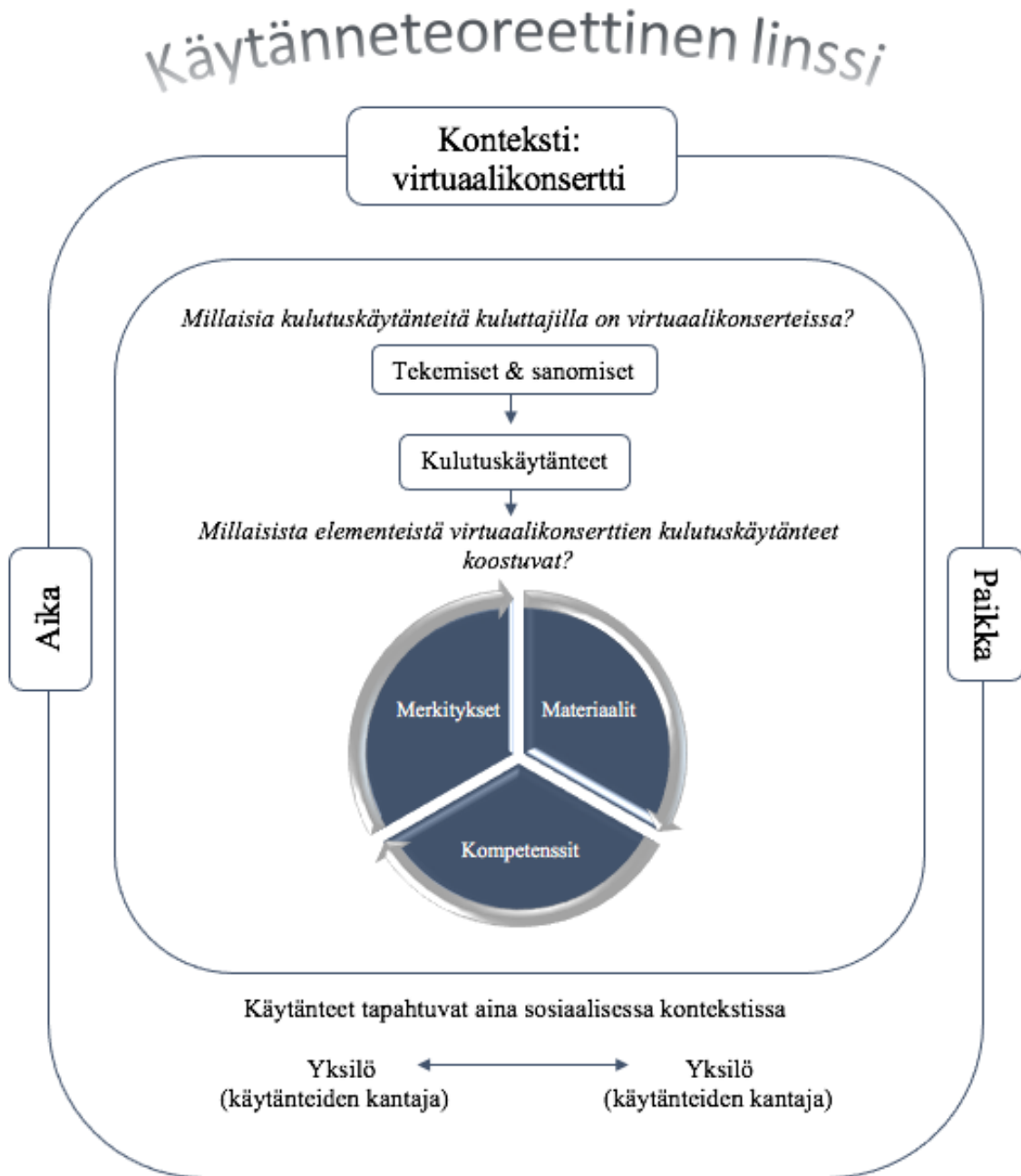
Elävyydellä tarkoitetaan tapahtuman kokemista reaaliajassa, missä osallistujilla on keskenään mahdollisuus kokea jaettu sosiaalinen todellisuus. Internet ja sosiaalinen media ovat kehittäneet uusia online-elävyyden muotoja, joissa esiintyjät ja yleisö ovat sosiaalisesti läsnä yhdessä, mutta eivät fyysisesti (Webb ym. 2016). Couldry (2004) kuvailee online-elävyyttä sosiaaliseksi yhteisläsnäoloksi (social co-presence) erilaisissa mittakaavoissa hyvin pienistä ryhmistä aina valtavaan kansainväliseen yleisöön asti. Internet toimii tämän mahdollistavana infrastruktuurina. Sanden (2013) tuo esille, että kun internetistä tulee tärkeämpi osa monia moderneja elämäntapoja, viittaamme siihen, että yhä useampi toiminta tapahtuu virtuaalisesti, toisin sanoen virtuaaliavaruuden välityksellä.

Ihmisten kulutuskäytänteiden tutkiminen virtuaalikonserttien kontekstissa on välttämätöntä jatkuvasti kehittyvässä sosiaalisessa ja teknologisessa tilanteessa, koska livekonsertit tuottavat merkittävän ja kasvavan osuuden musiikkiteollisuuden tuloista. Kehittyvät fanien mieltymykset ja teknologiset innovaatiot muuttavat jatkuvasti musiikin jakelua ja kulutusta. Markkinoinnin 3.0 -aikakaudella se, mitä kuluttajat tekevät musiikilla on yhä tärkeämpää kuin pelkkä kappaleen omistaminen tai kuuntelu. Nämä muutokset paitsi hämärtävät tuotannon ja kulutuksen välisiä linjoja myös vääristävät live-läsnäolon käsitettä kokonaan. Vaikka välitetyistä esityksistä (mediated performances) puuttuu tyypillisesti läsnäolo ja aitous, viimeaikaiset edistysaskeleet teknologiassa, kuten esimerkiksi 360° videot ja virtuaalitodellisuuslasit, voivat edustaa uutta elävän musiikin kuluttamisen muotoa (Charron 2017).

Internet tarjoaa nykyään keinoja yhdistää esiintyjät yleisönsä kanssa ympäri maailmaa (Webb ym. 2016), riippumatta esiintyjien ja yleisön maantieteellisestä sijainnista. Toynebe (2000) puhuu teknosfääristä (technosphere), jota puolestaan Sanden (2013, 31) avaa toteamalla teknosfäärin olevan teknologinen kenttä, välityksen verkosto (network of mediatization), jonka kautta esiintyjät ovat yhteydessä yleisönsä kanssa vaihtelevilla etäisyyksillä. Tämä kuvastaa hyvin virtuaalikonsertteja, sillä niissä esitys välitetään teknologian avulla yleisölle katsottavaksi sekä parhaimmassa tapauksessa esiintyjä ja yleisö voivat keskustella keskenään huolimatta heidän välillään olevasta etäisyydestä. Kim (2018) kirjassaan ”K-pop Live: Fans, Idols, and Multimedia Performance” kertoo, miten ollessaan K-pop -livekonsertissa hän kiinnitti huomiota erityisesti siihen, kuinka paljon konsertin suoratoistoon oli panostettu. Hän toteaa, että melkein kuin live-tapahtuma olisi ollut vain edellytys virheettömän digitalisoinnin toteuttamiselle.

2.4 Teorettinen viitekehys

Tämän luvun tarkoituksena on tehdä yhteenvetoa tutkimuksen teorettisesta viitekehuksesta, joka on mallinnettuna kuvioon 3. Tutkimuksessa tutkitaan kuluttajien kulutuskäytänteitä virtuaalikonserttien kontekstissa tarkastelemalla ilmiötä käytänneteoreettisen linssin läpi. Käytänneteoria toimii välineenä sosiaalisen ja kulttuurisen toiminnan ymmärtämiselle (Reckwitz 2002, 257).



Kuvio 3. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys mallinnettuna.

Tutkimuksen kontekstina on siis virtuaalikonsertti, joka kehystää kuviota. Aika ja paikka ovat sijoitettuna samalle kehykselle, koska ne eivät ole samanarvoisia kulutuskäytänteiden elementtejä kuin merkitykset, materiaalit ja kompetenssit, vaan ne ovat ennemminkin kontekstuaalisia tekijöitä, jotka vaikuttavat virtuaalikonserttien kulutuskäytänteisiin. Kontekstikehyksen sisälle alareunaan on sijoitettu kaksi yksilöä kuvaamaan sitä, kuinka yksilöt ovat käytänteiden kantajia. Yksilöt ovat niitä, jotka lopulta toteuttavat eli tekevät käytänteet todeksi. Ilman yksilöitä käytänteitä ei ole siis olemassa.

Yksilöiden välillä oleva kaksisuuntainen nuoli kuvastaa sitä, että käytänteet tapahtuvat aina sosiaalisessa kontekstissa, ja tästä syystä käytänteet ovat aina sosiaalisia käytänteitä. Kuten Reckwitz (2002, 250) toteaa, niin käytänteet ovat sosiaalisia käytänteitä, sillä ne ilmenevät eri paikoissa ja eri aikoina käyttäytymisenä ja ymmärryksenä, joita yksilöt käytänteiden kantajina ylläpitävät ja suorittavat. Yksilöt täten mahdollistavat omilla tekemisillään ja sanomisillaan käytänteiden olemassaolon.

Teoreettisen viitekehyksen kuviossa (ks. kuvio 3) sisemmän kehyksen sisäpuolella on tiivistetysti kuvattu tutkimuksen tavoite, jota tutkimuskysymykset ilmentävät. Tutkimuksen tavoitteena on tutkia millaisia kulutuskäytänteitä kuluttajilla on virtuaalikonserteissa ja millaisista elementeistä virtuaalikonserttien kulutuskäytänteet koostuvat. Kuviossa ensimmäisen tutkimuskysymyksen ja kulutuskäytänteiden väliin on sijoitettu tekemiset ja sanomiset, sillä niiden verkosto muodostaa kulutuskäytänteitä (Schatzki 1996). Kulutuskäytänteistä on loogista edetä toiseen tutkimuskysymykseen, joka liittyy kulutuskäytänteiden elementteihin. Teoreettisessa viitekehysessä on hyödynnetty Shoven ym. (2012) käytänteiden elementtien mallia, jossa käytänteet koostuvat merkityksistä, materiaaleista sekä kompetensseista. Käytänteiden elementtien malli ei kuitenkaan ohjaa tutkimusaineiston analysointia, vaan se suoritetaan induktiivisesti eli aineistolähtöisesti. Mallin tarkoituksena on olla tutkijan apuväline tutkimusilmiön tarkastelussa.

3 TUTKIMUSMETODOLOGIA

3.1 Tutkimuksen tieteenfilosofisia lähtökohtia

Tieteenfilosofiset lähtökohdat ohjaavat tutkimusstrategiaa sekä tutkimuksen toteutusta tutkimuskysymysten muodostamisesta aina johtopäätösten tekemiseen saakka. Tutkijan täytyy tehdä päätöksiä sen suhteen, millaista aineistoa kerätään, kuinka sitä analysoidaan ja tulkitaan sekä millä tavalla tutkimuksen tulokset ja johtopäätökset esitellään (Eriksson & Kovalainen 2008, 11). Ontologia, epistemologia ja metodologia ovat keskeisiä tieteenfilosofisia käsitteitä, jotka esittävät erilaisia kysymyksiä liittyen tutkimukseen. Ontologia pohtii todellisuuden luonnetta, kun taas epistemologia tiedon alkuperää ja luonnetta sekä tiedon rakentumista (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 118). Epistemologia ja metodologia liittyvät läheisesti toisiinsa, mutta metodologia lähestyy tiedon rakentumista enemmän käytännön näkökulmasta (Eriksson & Kovalainen 2008, 15–16), eli miten uutta tutkimustietoa voidaan käytännössä tuottaa ja millä tutkimusmenetelmillä.

1970-luvun jälkeen kehitettyihin tutkimusohjelmiin vaikutti voimakkaasti kulttuurinen käänne, laaja julkinen liikehdintä, jonka radikaalein ilmenemismuoto oli postmodernismi. Se muutti käsityksiä kulttuurin luonteesta ja sopivista tavoista selittää sosiaalisia ja kulttuurisia ilmiöitä (Warde 2014). Tästä muutama vuosikymmen eteenpäin käytänneteoreettinen käänne alkoi vaikuttamaan nykyaikaisissa yhteiskuntateorioissa (Schatzki, Knor Cetina & von Savigny 2001). Tällöin alettiin keskittymään enemmän toiminnan filosofiaan (Warde 2014). Materiaalisen käänteen myötä alettiin kiinnittää huomiota sen sijaan materiaalisuuteen sekä aineellisen maailman ja ihmisten välisiin suhteisiin (Valtonen & Närvänen 2015). Materiaalinen käänne korostaa sosio-kulttuuristen merkitysten sijaan sosio-materiaalisia merkityksiä.

Postmodernille tutkimukselle sopivat tutkimuskysymykset ovat sellaisia, jotka kyseenalaistavat itsestäänselvytensä ymmärrettyjä ilmiöitä (Belk, Fischer & Kozinets 2013, 23). Tämän tutkielman tutkimuskysymykset ”Millaisia kulutusikäntänteitä kuluttajilla on virtuaalikonserpteissa?” ja ”Millaisista elementeistä virtuaalikonserptien

kulutuskäytänteet koostuvat?” saattavat kuulostaa äkkiseltään ilmiselviltä kysymyksiltä, mutta samalla ne kyseenalaistavat itsestäänselvyytenä ymmärrettyjä ilmiöitä, sillä saatetaan ajatella, että konserttien kulutuskäytänteet ovat jo tiedossa. Virtuaalikonserttien konteksti kuitenkin muuttaa ilmiötä merkittävästi, jolloin on tärkeää tutkia millaisia kulutuskäytänteitä kuluttajilla on nimenomaan virtuaalikonserttien kontekstissa. Tämä ilmentää hyvin sitä, miksi tämä tutkielma sijoittuu postmodernismiin. Postmodernismin voidaan ajatella olevan kuitenkin ennemminkin tulkitseva linssi kuin erityinen tutkimusperinne (Belk ym. 2013, 23).

Kuten Warde (2005) toteaa, niin käytänteiden tutkiminen toimii teoreettisena polkuna kulutuksen analysoimiseksi. Käytänneteoria on Reckwitzin (2002, 257) mukaan ”sanasto”, ”heuristiikka”, ”herkistävä viitekehys” tai tulkintajärjestelmä, joka mahdollistaa tiettyjen empiiristen lausuntojen tekemisen. Käytänneteoria toimii eräänlaisena linssinä sosiaalisen ja kulttuurisen toiminnan ymmärtämiselle (Reckwitz 2002, 257), jonka huomion keskipisteenä ovat käytänteet. Analyysiyksikkönä käytänneteoreettisessa tutkimuksessa on yleensä itse käytänne/käytänteet (Närvänen 2014; Warde 2014). Käsitteenä käytänneteoria saattaa olla hieman hämmentävä, sillä aina ei ole selvää, onko käytänneteoriaa käytetty teoriana vai tutkimusmetodina (Närvänen 2014). Warden (2014) mukaan käytänneteoria nähdään parhaiten ”valikoivan huomion välineenä” (instrument of selective attention). Nicolinin (2013, 7) mukaan käytänneteoria on teoria-tutkimusmenetelmäkokonaisuus, joka muuttaa ymmärrystä sosiaalisista ilmiöistä.

Käytänneteorian ontologia kiinnittää huomiota sosiaalisiin ja materiaalsiin tapahtumiin sekä ilmiöihin, joita ihmiset kohtaavat käytänteiden myötä. Käytänneteorian ontologiassa ihmistä ja maailmaa ei aseteta toisistaan erilleen, vaan ne ovat toiminnan kautta tiiviisti kietoutuneet yhteen (Nicolini 2013, 34–35; Schatzki 2001, 12). Käytänneteorian lähtökohtana on, että sosiaalinen todellisuus koostuu pohjimmiltaan käytänteistä. Toisin sanoen, sen sijaan, että sosiaalinen maailma nähtäisiin ihmisten ulkopuolisena tai heidän sosiaalisesti rakentamana, käytänneteorian ontologiassa sosiaalisen maailman nähdään muodostuvan jokapäiväisen toiminnan kautta. Käytänteiden ymmärretään olevan sosiaalisen todellisuuden ensisijaisia rakennuspalikoita (Feldman & Orlikowski 2011). Tästä huolimatta tämä tutkimus sijoittuu sosiaalisen konstruktionismin kenttään, sillä

käytänneteoriassa todellisuus syntyy osallistumalla käytänteisiin (Kelleher, Wilson, Macdonald & Peppard 2019). Käytänneteoriassa yksilö on klassisten yhteiskuntateorioiden jännitteen keskellä, jonka toisessa päässä on homo economicus ja toisessa homo sociologicus (Reckwitz 2002, 256). Homo economicus käsitetään rationaaliseksi päätöksentekijäksi, kun taas homo sociologicus normeja noudattavaksi ja roolia suorittavaksi yksilöksi. Homo practicus ymmärretään puolestaan käytänteiden kantajana (Nicolini 2013, 4), kehona/mielenä, joka kantaa eli ylläpitää, mutta myös suorittaa sosiaalisia käytänteitä (Reckwitz 2002, 256).

3.2 Tutkimusmenetelminä osallistuva havainnointi ja teemahaastattelu

Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena yhdistämällä kahta eri tutkimusmenetelmää, osallistuvaa havainnointia sekä teemahaastattelua. Hirsjärven ym. (2009, 168) mukaan laadullisessa eli ”kvalitatiivisessa tutkimuksessa on tavoitteena ymmärtää tutkimuskohdetta”. Ihmisten toimintaa ei pystytä tarpeeksi syvällisesti tutkimaan kvantitatiivisin menetelmin (Eskola & Suoranta 2014, 32). Kvantitatiivisella eli määrällisellä tutkimuksella tuotetaan numeerista tietoa, mutta laadullisella tutkimuksella on tarkoitus lisätä yksityiskohtaisempaa ja syvällisempää ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä (Belk ym. 2013). Laadullisessa tutkimuksessa ei täten ole tarkoitus tuottaa tietoa, joka olisi yleistettävissä laajemmin eri konteksteihin. Laadullinen tutkimusmenetelmä soveltuu tähän tutkimukseen, sillä käytänneteoria keskittyy arjen toimintaan ja kuluttajien jokapäiväiseen elämään (Nicolini 2013, 9). Laadullisessa tutkimuksessa ei haluta tutkia ihmisiä kontrolloiduissa laboratorioympäristöissä, vaan nimenomaan heille luonnollisissa ympäristöissä. Tässä tutkimuksessa ihmisiä havainnoitiin ja haastateltiin heille jo valmiiksi tutuissa ympäristöissä.

Haastattelut toteutettiin ryhmähaastatteluina, joiden koot vaihtelivat kahdesta kuuteen henkilöä. Grönfors (1982, 87–88) jaottelee havainnoinnin neljään eri tapaan: piilohavainnointi, havainnointi ilman varsinaista osallistumista, osallistuva havainnointi ja osallistava havainnointi eli toimintatutkimus. Tässä tutkimuksessa tutkija sovelsi aineistonkeruussaan osallistuvaa havainnointia. Havainnointi soveltuu hyvin sellaisen tutkimusilmiön tutkimiseen, josta ei vielä tiedetä paljoakaan tai ”jos tutkittavasta ilmiöstä

on muuten vaikea saada tietoa” (Tuomi & Sarajärvi 2018, 93–94). Havainnointi soveltui hyvin tämän tutkimuksen aineistonkeruumenetelmäksi, sillä virtuaalikonsertit ovat vasta koronapandemian myötä nousseet laajemmaksi ilmiöksi, eikä virtuaalikonserttien kulutuskäytänteitä ole vielä juuri ollenkaan tutkittu. Lisäksi käytänteitä on tarkoituksenmukaista tutkia havainnoimalla, olemalla läsnä siinä tilanteessa, missä käytänteitä ilmenee. Kuten Tuomi & Sarajärvi (2018, 94) toteavat: ”Asiat nähdään havainnoinnin avulla ikään kuin oikeissa yhteyksissään”. Havainnoinnilla voidaan lisäksi ”monipuolistaa tutkittavasta ilmiöstä haluttua tietoa” (Tuomi & Sarajärvi 2018, 94).

Haastattelun tavoitteena on saada selville, mitä ajatuksia haastateltavilla on. Haastattelu on tutkijan ja haastateltavien välistä keskustelua, jota kuitenkin tutkija ohjaa. Haastattelu ei ole irrallinen osa normaalista elämästä, vaan haastattelutilanteeseen vaikuttavat ”normaalit fyysiset, sosiaaliset ja kommunikaatioon liittyvät seikat” (Eskola & Suoranta 1998, 86). Tästä syystä kaikki haastateltavat olivat tutkijalle entuudestaan tuttuja henkilöitä. Lisäksi jokaisen ryhmän sisällä haastateltavat henkilöt olivat tuttuja toisilleen. Näillä valinnoilla tutkija halusi varmistaa mahdollisimman luonnollisen ja turvallisen ympäristön kaikille haastateltaville, jotta tutkija voisi saada mahdollisimman totuudenmukaista tietoa ilmiöstä haastateltavilta.

Ryhmähaastatteluissa paikalla on useita haastateltavia yhtä aikaa. Ryhmähaastatteluiden hyviä puolia ovat esimerkiksi haastateltavien toisiltaan saama tuki sekä tiedon suurempi määrä, sillä haastateltavat kertovat ja muistelevat asioita yhdessä sekä rohkaisevat toinen toistaan haastattelutilanteessa (Eskola & Suoranta 1998, 95). Middleton & Edwards (1990) puhuvat tämänkaltaisesta tilanteesta kollektiivisen muistelun menetelmänä. Teemahaastatteluissa eli puolistrukturoiduissa haastatteluissa on tiettyjä etukäteen valittuja kysymyksiä, joiden mukaan haastattelu etenee, mutta tutkija voi kuitenkin kysyä haastateltavilta tarkentavia kysymyksiä (Tuomi & Sarajärvi 2018, 87–88). Tämä mahdollistaa sen, että tutkija ei ole kokonaan sidottu ennalta laadittuun haastattelurunkoon, ja tutkijan on mahdollista saada selville syvempää tietoa haastateltavilta kyseisestä tutkimusilmiöstä. Teemahaastattelussa on kuitenkin tarkoitus löytää merkityksellisiä vastauksia, jotka tukevat tutkimustehtävää, jolloin tutkijan on

pysyttävä tutkimuksen kannalta relevanteissa kysymyksissä (Tuomi & Sarajärvi 2018, 88).

Kuten Warde (2005, 134) toteaa, niin on tärkeää huomata, että käytänteet koostuvat sekä tekemisistä että sanomisista. Aineiston analysoinnissa tulisi huomioida sekä käytännön toiminta että se, miten näiden käytänteiden toteuttajat puhuvat tästä käytännön toiminnasta (Warde, 2005, 134). Tällöin useinkaan pelkästään haastattelemalla ei päästä kiinni käytänteisiin tarpeeksi syvällisesti. Toisaalta pelkkä havainnointikaan ei välttämättä tuottaisi tarpeeksi rikasta ja ymmärrettävää aineistoa, koska haastattelemisen puuttuessa myöskin kyseisten henkilöiden oma reflektointi jäisi pois. Tämä vaikuttaisi puolestaan siihen, että esimerkiksi käytänteiden merkityksistä ei saataisi juurikaan tietoa. Merkityksillä on kuitenkin iso rooli siinä, minkälaisiksi kuluttajien käytänteet muodostuvat tai ovat muodostuneet. Merkitykset ovat myöskin tässä pro gradu -tutkielmassa käytetyn Shoven ym. (2012) käytänteiden elementtien mallin yksi elementti. Kaksi muuta elementtiä kyseisessä mallissa ovat materiaalit ja kompetenssit.

Tuomi & Sarajärvi (2018, 93) ovat myöskin todenneet, että ”havainnointi ainoana aineistonkeruumenetelmänä on analyysin kannalta haasteellinen”. Aarnos (2001) puolestaan tuo esiin, että erilaisten aineistonkeruumenetelmien, esimerkiksi havainnoinnin ja haastattelun, yhdistäminen on usein hedelmällinen tapa kerätä aineistoa. Halkier & Jensen (2011) toteavat, että osallistujahavainnoinnin suosiminen käytänneteoreettisissa tutkimuksissa perustuu ajatukseen, että se antaa jollain tavalla suoran pääsyn toimintaan, kun taas haastatteluaineistolla päästään käsiksi toiminnan selostukseen. Molemmat ovat kuitenkin tärkeitä tutkimusmetodeja, kuten edellisessä kappaleessa tutkija toi esille. Näistä syistä tutkija päätyi keräämään tutkimusaineistoa sekä havainnoimalla että haastattelemalla samoja henkilöitä, jotka olivat havainnoinnin kohteena, jotta tutkija pääsisi käytänteiden ytimeen eikä mitään oleellista jäisi huomioimatta.

3.3 Tutkimuksen toteutus

Tämän luvun tarkoitus on kuvata tutkimuksen toteutusta ja aineiston luontia. Informaation ja tutkimustiedon jatkuvan lisääntymisen myötä tutkimusprosessin läpinäkyvä kuvaaminen on yhä tärkeämpää (Eriksson & Kovalainen 2008, 12). Tutkimuksen toteutus lähti liikkeelle mielenkiintoisen ja ajankohtaisen tutkimusaiheen pohdinnalla, josta lopulta tutkija päätyi tutkimusaiheen valintaan eli tutkimaan virtuaalikonserttien kulutuskäytänteitä. Hyvin aikaisessa vaiheessa tutkija varmistui siitä, että käytänneteoria soveltuu tämän ilmiön tutkimisen teoreettiseksi pohjaksi. Tämän myötä tutkija alkoi perehtymään virtuaalikonserttien ja kulutuskäytänteiden aikaisempaan kirjallisuuteen sekä laajemmin käytänneteoriaan, joiden pohjalta tutkija muodosti tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen. Seuraavaksi tutkija alkoi miettimään tutkimusmenetelmiä, joilla virtuaalikonserttien kulutuskäytänteistä saataisiin kerättyä mahdollisimman hyvin tietoa. Tutkimusmenetelmiksi valikoituivat havainnointi sekä teemahaastattelut.

Tutkija heittäytyi havainnointitilanteisiin menemällä informanttien koteihin seuraamaan ja havainnoimaan virtuaalikonserttitilanteita. Havainnoinnit toteutettiin siis osallistuvana havainnointina, jossa tutkija pääsi hyvin autenttisiin tilanteisiin, joissa ihmiset katsoivat virtuaalikonsertteja sekä suorittivat ja ilmensivät niihin liittyviä kulutuskäytänteitä. Havainnoinnit toteutettiin tarkemmin ottaen passiivisena osallistuvana havainnointina. Tällä tarkoitetaan sitä, että tutkija ei pyrkinyt vaikuttamaan havainnointitilanteen kulkuun (Anttila 1996, 218–224). Tutkijan rooli havainnoitsijana oli havainnoitsija osallistujana, mikä on yksi neljästä havainnoitsijan rooleista. Muut roolit ovat: täysin osallistuva, osallistuja havainnoitsijana sekä täysin havainnoitsija (Flick 1998, 137–138).

Tutkija mahdollisti osallistuvalla havainnoinnilla itselleen pääsyn osaksi ihmisten illanviettoja, missä he katsoivat virtuaalikonsertteja. Tutkija pääsi tällä tavoin hyödyntämään havainnoinneissa kaikkia aisteja, jolloin virtuaalikonserttitilanteista saatiin kerättyä kokonaisvaltaista aineistoa myöhempää analysointia varten. Tutkija teki havainnoinneistaan kenttämuistiinpanot kynä-paperi -menetelmällä, jotka myöhemmin kirjoitettiin puhtaaksi tietokoneelle. Havainnoinneista kertyi yhteensä 15 sivua tekstiä

fonttikoolla 12, rivivälillä 2. Havainnoinnit tehtiin ensin, joiden jälkeen heti perään suoritettiin haastattelut haastatteleamalla samoja henkilöitä, jotka olivat olleet havainnoinnin kohteena.

Haastattelut toteutettiin puolistrukturoituina teemahaastatteluina, jotka koostuivat ryhmähaastatteluista. Haastateltavien ryhmien koot vaihtelivat kahdesta kuuteen henkilöä. Haastateltaville kerrottiin ensin, että aineistoa ja tuloksia käsitellään anonymisti ja heille taattiin anonymiteetti. Tämän jälkeen haastateltavilta kysyttiin lupa haastattelujen äänittämiseen myöhempää haastatteluaineiston litterointia varten. Ensimmäisten kolmen haastatteluaineiston litterointi suoritettiin 30.11. – 6.12.2020 välisenä aikana. Neljännen haastatteluaineiston litterointi suoritettiin 23.2.2021 ja viidennen haastatteluaineiston litterointi suoritettiin 10.3.2021. Haastatteluista syntyi yhteensä 53 sivua litteroitua tekstiä fonttikoolla 12, rivivälillä 1,5. Taulukkoon 3 on koottu yhteen havainnointien ja haastatteluiden perustiedot.

Aineiston keruun jälkeen tutkija alkoi analysoimaan aineistoa hyödyntäen muun muassa värikoodausta ja teemoittelua. Aineiston analysointiin ja tulkintaan syvennyttään lisää seuraavassa luvussa 3.5. Aineiston analysoinnin jälkeen tutkija palasi muokkaamaan teorialukua, jotta se olisi linjassa tulosten kanssa. Tässä kohdassa myös teoreettisen viitekehyksen kuviota muokattiin. Näiden vaiheiden jälkeen tulokset raportoitiin ja muodostettiin tutkimustulosten pohjalta johtopäätökset. Lopulta teoreettisen viitekehyksen kuviota muokattiin vielä kertaalleen lopulliseen muotoonsa.

Tutkimuksessa on induktiivinen tutkimusote. Induktiivisessa tutkimuksessa tutkimusprosessi etenee ja kehittyy empirian ehdoilla, eikä teoreettisten väitteiden mukaan (Eriksson & Kovalainen 2008, 23). Vaikka taustalla on käytänneteoreettinen linssi, niin tutkimus on hyvin aineistolähtöinen. Siitä huolimatta, että tutkija on nostanut teorialuvussa käytänneteoriasta esiin esimerkiksi Shoven ym. (2012) käytänteiden elementtien mallin ja se tulee myös tuloksissa esille, niin se ei kuitenkaan ole määritellyt tai ohjannut tulosten analysointia tai tulkintaa. Sen sijaan käytänteiden elementtien mallin merkitykset, materiaalit ja kompetenssit ovat tuloksissa aineistolähtöisesti.

Taulukko 3. Havainnointien/haastattelujen perustiedot.

Havainnointi	Haastattelu	Ryhmän koko	Paikkakunta	Kesto	Ajankohta
Kaija Koo virtuaalikonsertti	Ryhmähaastattelu 1	2 henkilöä	Tampere	Konsertti: 1 h Koko havainnointi: 2 h Haastattelu: 30 min	3.10.2020
Vesala virtuaalikonsertti	Ryhmähaastattelu 2	6 henkilöä	Tampere	Konsertti: 2 h 15 min Koko havainnointi: 4 h Haastattelu: 42 min	9.10.2020
James Bay virtuaalikonsertti	Ryhmähaastattelu 3	3 henkilöä	Lempäälä	Konsertti: 1 h Koko havainnointi: 4,5 h Haastattelu: 32 min	21.10.2020
Iskelmägaala virtuaalikonsertti	Ryhmähaastattelu 4	2 henkilöä	Tampere	Konsertti: 2 h Koko havainnointi: 3 h Haastattelu: 30 min	12.2.2021
Zara Larsson virtuaalikonsertti	Ryhmähaastattelu 5	3 henkilöä	Tampere	Konsertti: 1 h Koko havainnointi: 2 h Haastattelu: 35 min	8.3.2021

Taulukkoon 4 on koottu yhteen informanttien perustiedot. Informanttien nimet on muutettu pseudonyymeiksi, jotta tulosten luottavuus ja anonyymius säilytetään. Ikäjakama tutkimuksessa oli melko laaja, sillä informanttien iät vaihtelivat 17–58 vuoden välillä. Tutkimuksessa oli mukana 11 naista ja viisi miestä eli yhteensä 16 henkilöä, joista opiskelijoita oli yhdeksän ja työssäkäyviä seitsemän.

Taulukko 4. Informanttien perustiedot.

Havainnoitava/haastateltava	Sukupuoli	Ikä	Elämäntilanne
Sofia	Nainen	22	Opiskelija
Olivia	Nainen	19	Opiskelija
Mikko	Mies	31	Työelämässä
Maria	Nainen	31	Työelämässä
Tapani	Mies	57	Työelämässä
Helena	Nainen	58	Työelämässä
Katariina	Nainen	19	Opiskelija
Julia	Nainen	17	Opiskelija
Ville	Mies	27	Työelämässä
Petteri	Mies	33	Työelämässä
Antti	Mies	34	Työelämässä
Amanda	Nainen	19	Opiskelija
Johanna	Nainen	19	Opiskelija
Anna	Nainen	20	Opiskelija
Aino	Nainen	19	Opiskelija
Eveliina	Nainen	19	Opiskelija

Tutkija hyödynsi aineiston keruussa lähipiiriään sekä muita jo valmiiksi tuttuja henkilöitä. Osa informanteista saatiin mukaan tutkimukseen lumipallotekniikalla, joka toimii siten, että henkilö, joka oli jo lupautunut osallistumaan tutkimukseen, sai hankittua lisää osallistujia. Tästä huolimatta kaikki henkilöt olivat tutkijalle entuudestaan tuttuja, mutta osallistujien oma aktiivisuus mahdollisti sen, että virtuaalikonsertteja katsovat ihmiset olivat myöskin toisilleen tuttuja. Näillä valinnoilla ja menetelmillä tutkija halusi varmistua siitä, että virtuaalikonserttitilanteet olisivat mahdollisimman luonnollisia. Tutkijan ja informanttien välinen suhde on myös luottamuksellisempi silloin, kun he ovat toisilleen entuudestaan tuttuja. Tämä on erityisen tärkeää silloin, kun tutkimusilmiö on

uusi, jolloin kaikki autenttisuutta estävät tekijät halutaan saada tutkimustilanteessa mahdollisimman alhaisiksi. Jotta tutkimusilmiötä, eli virtuaalikonserttien kulutuskäytänteitä, voitaisiin ymmärtää mahdollisimman hyvin, niin tutkijan on tärkeää päästä todelliseen ympäristöön, missä virtuaalikonsertteja kulutetaan eli katsojien koteihin. Tämä mahdollistettiin sillä, että informantit olivat tutkijalle entuudestaan tuttuja.

Kvalitatiivisen tutkimuksen aineiston keruun yhteydessä puhutaan saturaatiosta, aineiston riittävydestä. Aineistoa voidaan ajatella olevan riittävästi, kun samoja asioita alkaa nousta esiin haastatteluissa (Hirsjärvi ym. 2009, 169). Eskola ja Suoranta (1998) puhuu aineiston saturaatiosta suomenoksella 'aineiston kylläntyminen'. Viidennessä ryhmähaastattelussa ei tullut enää juurikaan uusia asioita tai näkökulmia esiin verrattuna jo kerättyyn aineistoon. Tämän pohjalta tutkija teki päätöksen, että aineistoa oli kerätty riittävästi tutkimuksen tavoitteen saavuttamiseksi. Tutkimusaineisto koostui lopulta viidestä osallistuvasta havainnoinnista sekä viidestä ryhmähaastattelusta.

3.4 Aineiston analysointi ja tulkinta

Tutkielman aineiston analyysitapana toimi temaattinen analyysi. Temaattista analyysia on hyödynnetty 1970-luvulta lähtien (Tuomi & Sarajärvi 2018, 141) ja se on yleisesti käytetty tekniikka empiirisen aineiston järjestelemisessä (Eriksson & Kovalainen 2008, 219). Temaattista analyysia on mahdollista tehdä sekä teoria- että aineistolähtöisesti (Tuomi & Sarajärvi 2018, 141), mutta tässä pro gradu -tutkielmassa oli induktiivinen tutkimusote eli temaattista analyysia lähdettiin tekemään aineistolähtöisesti. Teemat eivät nouse aineistosta itsestään, vaan tutkijan aktiivisen toiminnan ja tulkinnan tuloksena. Tulkintaan vaikuttaa ilman muuta aineisto, mutta isoin vaikutus tulkinnassa on itse tutkijalla. Eri tutkijoiden analysoidessa samaa aineistoa, voidaan päätyä täten erilaisiin tulkintoihin (Tuomi & Sarajärvi 2018, 142–143). ”Ehkä keskeisintä ei kuitenkaan ole se, millä nimellä analyysia kutsutaan, vaan se, että se on tehty systemaattisesti, että lukija ymmärtää, mitä on tehty ja että tulokset ovat perusteltuja” (Tuomi & Sarajärvi 2018, 145).

Tutkimusprosessin eri osat, aineiston kerääminen, analysointi ja tulkinta, ovat vahvasti sidoksissa toisiinsa (Belk ym. 2013). Aineiston keräämisen sekä ryhmähaastatteluiden litteroimisen ja havainnointien puhtaaksi kirjoittamisen jälkeen tutkija alkoi analysoida aineistoa, mutta analysointia tehtiin kuitenkin myös jo aineiston keruuvaiheessa, johon esimerkiksi Belk ym. (2013, 138) myös kannustavat. Sen jälkeen, kun tutkija oli suorittanut litteroinnit ja kirjoittanut havainnoinnit puhtaaksi tietokoneelle, alkoi aineiston läpikäynti. Tutkija luki aineiston kokonaisuudessaan läpi useampaan kertaan, joista ensimmäisellä lukukerralla ei tehty vielä mitään merkintöjä, koska tavoitteena tässä vaiheessa oli muodostaa kokonaiskuva aineistosta.

Toisella lukukerralla tutkija tiivisti aineistoa poistamalla kaiken epäolennaisen, joka ei ollut relevanttia virtuaalikonserttien kulutuskäytänteiden tutkimisen kannalta. Kolmannella kierroksella tutkija poimi aineistosta kaikki olennaiset sitaatit talteen, joka osaltaan oli jo tutkijan tulkintaa, sillä kyseiset sitaatit ilmensivät tutkijan mielestä tutkittavaa ilmiötä (Eskola & Suoranta 2014, 153). Neljännellä kierroksella tutkija tunnisti sekä haastatteluaineistosta että havainnoinneista teemoja, eli tämän tutkielman kontekstissa käytänteitä. Tämän jälkeen tunnistetut käytänteet nimettiin ja haastatteluaineiston sitaatit sekä havainnoinnit värikoodattiin tunnistettujen käytänteiden mukaan eri väreillä, jotta tutkija pystyi seuraavaksi kokoamaan sitaatit ja havainnoinnit omiksi ryhmikseen. Kun ryhmät oli muodostettu tunnistettujen käytänteiden mukaan, niin tutkija alkoi tunnistamaan sitaateista ja havainnoinneista käytänteiden elementtejä, jotta lopulta voitiin luoda kokonaiskuva siitä, millaisia kulutuskäytänteitä kuluttajilla on virtuaalikonserteissa ja millaisista elementeistä virtuaalikonserttien kulutuskäytänteet koostuvat.

Aineiston analysointi toimii myös perustana tulkinnalle ja teoreettisen viitekehyksen muodostukselle (Belk ym. 2013, 139). Tutkija palasikin aineiston analysoinnin myötä muokkaamaan teorialukua sekä teoreettisen viitekehyksen kuviota. Mainitsemisen arvoista on, että tutkimusta tehdessä tutkijan tulkintaan vaikuttaa esiyymmärrys eli tutkijan henkilökohtaiset aikaisemmat kokemukset tutkittavasta ilmiöstä (Shankar, Elliott & Goulding 2001). Tutkijan esiyymmärryksestä voi olla sekä hyötyä että haittaa tutkimuksen kannalta, mutta Gummessonin (2000) mukaan tärkeintä on välttää sitä, että esiyymmärrys ei ala liikaa ohjaamaan tulkintaa. Tässä pro gradu -tutkielmassa tutkijan

esiymmärryksellä, musiikkibisneksen asiantuntemuksella ja henkilökohtaisilla kokemuksilla niin aktiivisena esiintyvänä artistina kuin myös yleisön edustajana, nähtiin olevan enemmän hyötyä kuin haittaa tulkinnan kannalta. Tutkija ei ollut kuitenkaan aineiston tulkinnassa esiymmärryksensä orja, jota voidaan perustella esimerkiksi sillä, että virtuaalikonsertit ovat niin uusi ilmiö. Lopulta tutkija muodosti ja raportoi tulokset aineiston analysoinnin ja tulkinnan myötä. Tutkimustuloksiin syvennytään luvussa 4.

4 VIRTUAALIKONSERTTIEN KULUTUSKÄYTÄNTEET

4.1 Aineistosta esiin nousseet käytänteet

Aineistona tässä tutkimuksessa on käytetty yhteensä viittä eri ryhmähaastattelua sekä viittä havainnointia. Tämä alaluku toimii tutkielman tulosluvun johdantona, jossa esitellään pintapuolisesti aineistosta esiin nousseita virtuaalikonserttien kulutuskäytänteitä, joita tunnistettiin teemoittelun avulla yhteensä kuusi kappaletta. Nämä käytänteet ovat: järjestäminen, paikan rakentaminen, sosialisointi, havainnointi/analysointi, mukautuminen sekä vuorovaikutuksen käytänne. Jokaiselle käytänteelle on tämän jälkeen omistettu oma alalukunsa, jossa kyseistä käytännettä tarkastellaan ja eritellään tarkemmin ja syvällisemmin. Tutkijan oman tekstin lisäksi litteroidusta haastatteluaineistosta on nostettu haastateltavien suoria sitaatteja tulosten havainnollistamiseksi, konkretisoimiseksi sekä validoimiseksi.

Jotkut käytänteistä menevät osittain päällekkäin tai ovat aika ajoin sidoksissa toisiinsa, mikä vahvistaa käsitystä siitä, että käytänne on toimien nippu, toisin sanoen, käytänne muodostuu usein monista toiminnoista (Schatzki 2002). Aineiston perusteella voidaan myöskin todeta, kuten Reckwitz (2002, 250) on tuonut esille, että usein yhteen käytänteeseen liittyy muitakin käytänteitä. Tutkija on käyttänyt näitä molempia käsityksiä muodostaessaan tuloksia. Tutkija on jaotellut aineistosta esiin nousseet käytänteet kuudeksi pääkäytänteeksi, jotka pitävät sisällään useita niin sanottuja alakäytänteitä tai, kuten Schatzki (2002) on asian ilmaissut, toimia. Aineiston ja sen analysoinnin myötä syntyneiden tulosten perusteella tutkija tuli kuitenkin siihen lopputulemaan, että tunnistettujen pääkäytänteiden sisältämät toimet ovat loppujen lopuksi näiden pääkäytänteiden elementtejä. Kuten käytänteet, niin myös näiden käytänteiden elementit menevät osittain päällekkäin tai ovat aika ajoin sidoksissa toisiinsa.

Järjestämisen käytänne koostuu kuluttajien virtuaalikonsertin katsomisen suunnittelusta ja virtuaalikonserttiin valmistautumisesta. Järjestämisen käytänne pitää sisällään lisäksi tunnelmaan virittäytymisen ja odotuksen. Toisaalta järjestämisen käytänteeseen virtuaalikonserttien kohdalla liittyy myös spontaanisuus sekä helppous. Järjestämisen

käytänteeseen sisältyy myöskin muiden aktiviteettien yhdistäminen virtuaalikonsertin yhteyteen. Paikan rakentamisen käytänne muodostuu virtuaalikonsertin aloittamisesta, äänentoiston, äänenvoimakkuuden ja valaistuksen säätämisestä sekä asettelusta. Paikan rakentamisen käytänteeseen liittyy myös mahdollisuus eturivin paikkoihin.

Sosialisoinnin käytänteen voidaan nähdä olevan näistä kaikista kuudesta aineistosta esiin nousseesta käytänteestä merkityksellisin. Se pitää sisällään kommentoinnin, keskustelun sekä keskenään paikalla olevien ihmisten kesken että myös live chatin avulla muiden katsojien ja artistin kanssa. Sosialisoinnin käytänteeseen liittyy myös kaupassa käynti, ajanvietto, rentoutuminen ja virkistäytyminen sekä ruoka ja juoma ja myös Woltin kautta näiden tilaaminen. Virtuaalikonsertin katsominen voidaan nähdä sosialisoinnin kautta tarkasteltuna jaettuna kokemuksena. Neljäs käytänne on havainnointi/analysointi, joka koostuu normaaliin konserttiin vertaamisesta sekä tarkkaavaisuudesta.

Viides käytänne on mukautuminen, johon voidaan nähdä vaikuttavan sellaiset tekijät ja käsitykset kuin uudenlainen tilanne ja uusi kanava sekä suhtautuminen ja uusi normaali. Eli laajemmin ajateltuna erilaiset ympäristötekijät, kuten esimerkiksi se, että konsertti tapahtuu virtuaalisessa ympäristössä, joka katsotaan kotona sen sijaan, että mentäisiin fyysisesti keikkapaikalle sitä katsomaan. Lopulta vuorovaikutuksen käytänne muodostuu aplodien antamisesta, tunteiden välittymisestä, eläytymisestä, liven kokemisesta sekä yhteenkuuluvuuden tunteesta. Vuorovaikutuksen käytänne eroaa muista käytänteistä siinä mielessä, että aineiston perusteella informantit kokivat, että virtuaalikonserteissa kyseiset vuorovaikutusta rakentavat tekijät jäävät helposti puuttumaan. Tästä syystä on tulkinnanvaraista, voidaanko vuorovaikutuksen käytännettä pitää virtuaalikonserttien kulutuskäytänteenä. Tutkijan mielestä on kuitenkin tärkeää ja tarpeellista tarkastella vuorovaikutuksen käytännettä virtuaalikonserttien kontekstissa, jotta tämän pohdinnan myötä voitaisiin päästä johtopäätökseen siitä, mitä konserttijärjestäjien tulisi ottaa huomioon virtuaalikonserttien vuorovaikutukseen liittyen.

Toisaalta tutkija havaitsi, että virtuaalikonsertin toteutuksella, erityisesti sillä, minkälaisella tyylillä virtuaalikonsertti oli kuvattu, oli merkitystä katsojille. Tietyllä kuvaustyylillä oli vaikutusta siihen, että katsojat tunsivat olevansa ikään kuin paikan päällä konsertissa, vaikka he olivatkin fyysisesti eri tilassa kuin artisti. Tästä päästään

siihen, että fyysinen kokemus jää virtuaalikonserteissa kuitenkin helposti puuttumaan. Tällä tarkoitetaan sitä, että kuluttaja ei pysty tuntemaan ja aistimaan koko kehollaan musiikkia ja tunnelmaa samalla tavalla, kuin tavallisissa konserteissa. Virtuaalikonserteissa on aineiston perusteella myöskin enemmän vuorovaikutukseen liittyviä häiriötekijöitä, kuten esimerkiksi älypuhelimet.

Seuraavaksi siirrytään tarkastelemaan ja erittelemään tarkemmin sekä syvällisemmin tutkijan tulkinnan myötä aineistosta esiin nousseita virtuaalikonserttien kulutuskäytänteitä ja niiden elementtejä. Tulokset on tarkoituksenmukaista esitellä yhdessä, jolloin alaluvuilla 4.1.1–4.1.6 vastataan kollektiivisesti molempiin tutkimuskysymyksiin. Ensimmäinen tutkimuskysymys on ”Millaisia kulutuskäytänteitä kuluttajilla on virtuaalikonserteissa?” ja toinen tutkimuskysymys on puolestaan ”Millaisista elementeistä virtuaalikonserttien kulutuskäytänteet koostuvat?”.

4.1.1 Järjestäminen

Järjestämisen käytänne koostuu suunnittelusta, valmistautumisesta, odotuksesta, virittäytymisestä, spontaaniudesta, helppoudesta sekä muiden aktiviteettien yhdistämisestä virtuaalikonsertin kanssa. Virtuaalikonsertin **suunnittelussa** korostuu uutuus ja tarjonnan tämänhetkinen niukkuus. Tällä hetkellä kuluttajat eivät voi valita välttämättä lempiartistinsa konserttia katsottavaksi, sillä kaikki artistit eivät ainakaan vielä järjestä virtuaalikonsertteja. Tällöin, jos tekee mieli katsoa virtuaalikonserttia, täytyy konsertti valita senhetkisestä tarjonnasta. Toisaalta virtuaalikonserttien suunnittelussa näkyy samankaltaisuutta verrattuna siihen, kun suunnitellaan normaaliin konserttiin lähtemistä. Lisäksi virtuaalikonsertin suunnitteluun liittyy sen helppous, ei tarvitse lähteä tai suunnitella lähtöä konserttipaikalle eikä myöskään jonottaa konserttiin. Toisaalta jonottaminen konserttiin on perinteisesti hyvin merkittävä käytänne konserteissa, koska se luo tiettyä jännitystä ja odotusta, mikä puolestaan vaikuttaa yleiseen ilmapiiriin ja konserttikokemukseen.

--ehkä tästä ei oo niinku muodostunu vielä nii sellasta tavallaan normii, et eihän tota virtuaalikonserttitarjontaa iha hirveesti oo, että ei tavallaan pysty valitsemaan suosikkibändin keikkaa, et katotaan se tollon. (Ville, 27)

--tähän myös liittyy vahvasti se, et sovitaan vähä niinku normikeikallakin, et lähetääkö yhdessä, et tuutteko mukaan. (Anna, 20)

--ei tarvii niin suunnitella tai niinku lähtee muualle. Ja ehkä se mikä liittyy aina keikkoihin se etukäteen jonottaminen tai sit sellane hirvee säätö siinä, et pääsee sinne sisälle. Et tottakai tää on sillee helpompi, mut sit samalla et ei se [tunnelma] välity samalla tavalla ja sit kylhän sitä elää niinku eri tavalla sitä keikkaa niinku oikeessa tilanteessa. (Aino, 19)

Jonottamisen puuttuminen ja se, että ei tarvitse tai ei pääse lähtemään konserttipaikalle muuttaa virtuaalikonserttiin **valmistautumista**. Virtuaalikonserttiin valmistautumiseen ei liity samanlaisia osallistumisen sosiaalisia ja symbolisia merkityksiä, kuin perinteiseen konserttiin. Tämä ei tarkoita, etteikö niitä olisi, ne ovat vain hieman erilaisia. Osallistumisen sosiaalisissa merkityksissä korostuu mukavuus ja ryhmähenki. Valmistautumisen erilaisuudesta huolimatta nostettiin myös esiin sitä, että virtuaalikonsertin katsominen tuntui kuitenkin siltä kuin olisi ollut konsertissa. Valmistautuminen, **virittäytyminen** ja **odotus** ovat vahvasti sidoksissa toisiinsa.

--tästä jäi sellane kaikki valmistautuminen pois, ku tulee vaan tähän. Kun taas keikalle lähtiessä siinä on sellainen valmistautuminen. (Sofia, 22)

--[livekonserttiin mentäessä] laittautuu ja virittäytyy tunnelmaan. Sinne paikan päälle pitää mennä ja mahdollisesti jonottaakki. (Olivia, 19)

Hmm, joo.. tuntu [että olisi ollut keikalla]. Vaikkaki vähän erilailla, et ei tarvii jonottaa, mikä on osa ehkä sitä kokemusta, mikä luo sitä jännitystä, nii nyt ei ollu sitä. (Mikko, 31)

--se alkoi sellaisella virittäytymisellä tavallaan, että kaikki ensin tiedostaa, ketkä nyt kuuluu tähän katsojaryhmään ja vähä catch upataan ja sitte otetaan joku asia, mikä yhdistää niitä ryhmän jäseniä ja se on se ruoka ja sitten aletaan virittäytyä siihen hetkeen. Sellanen sosiaalinen tilanne (Katariina, 19)

Virtuaalikonsertteihin liittyvä **odotus** on erilaista, tai tietyllä tavalla odotuksia ei ole. Varmasti tähän vaikuttaa se, että vertailukohtia ei käytännössä vielä kovinkaan paljoa ole. Esimerkiksi Olivia ja Sofia vertasivat tilannetta perinteiseen konserttiin ja havainnollistivat sitä kautta virtuaalikonserttiin liittyvää odotusta. Lisäksi, kuten

esimerkiksi Antti toi myös esille, niin virtuaalikonserttiinkin liittyy tiettyä jännitystä, mutta siihen reagoi eri tavalla.

Keikalla on jopa silleen vähän varpaillaan kokoajan aistimassa, että mitä sieltä seuraavaksi niinku tulis ja sitä jotenki nii ajattelee et nyt on taideteos esillä mitä kuunnellaan ja katsellaan, mutta toi oli just enemmän semmone, et ei ehkä hirveesti odottanu sillee, et mikäköhän sieltä nyt jysähtää tavallaa. (Olivia, 19)

--sillo ku sä oot lähössä keikalle, nii sä oot iha sillai, jes nyt mä oon menossa keikalle. Mut sit nyt on sillai että, vähän niinku ton vois kääntää millon tahansa päälle-- (Sofia, 22)

--jos menee livekeikalle, nii kyllä siellä aina, se ku bändi tulee lavalle tai joku intro alkaa, nii kyllä siellä aina vähä on sellasta jännitystä. On sitä tässäkin tietyllä tapaa, mut siihen reagoi eri tavalla. (Antti, 34)

Toisaalta haastateltavat toivat esille, että virtuaalikonserttiin liittyy myös odotusta. Haastatteluisissa toistui ruutuajan merkitys ja kuinka ihmiset ovat tietyllä tavalla kyllästäneet itsensä jatkuvalla ruudun tuijottamisella katsoen lisääntyvissä määrin sarjoja ja elokuvia useista suoratoistopalveluista. Meneillään oleva pandemian aiheuttama poikkeusaika on osaltaan myöskin lisännyt ruutu-aikaa, kun työt, palaverit ja opiskelut on toteutettu etänä. Toisaalta virtuaalikonserttien aikasidonnaisuus, se, että ne ovat katsottavissa vain tiettyyn aikaan, loi niihin liittyvää odotusta.

--toi tuntu jotenki ehkä sillee jännältä, että tota oli vähän niinku odottanu ja nykyään, kun on netflixit ja muut suoratoistopalvelut, kun voi katsoa oikeastaan koska vaan, mitä kohtaa vaan, nii nyt piti oottaa siihen alkuun. (Mikko, 31)

--kyl mä ainaki nyt viikon aikana ajattelin, että niin joo nyt perjantaina on se keikka, vähän niinku olis menossa keikalle. Ja sitä osas odottaa ja siihe pysty sillee niinku valmistautuu. (Maria, 31)

On tässä kuitenkin se, ku lähti se laskenta siinä alussa, nii on sillee, et okei mitäs tulee tapahtumaan, et miten tää lähtee. (Aino, 19)

Spontaanius ja helppous korostuivat haastateltavien vastauksissa. Ne liittyvät osittain myös suunnitteluun ja valmistautumiseen. Konserttiin osallistumista ei mietitä usein

kovinkaan kauaa, vaan se tapahtuu spontaanisti. Näin spontaani toiminta ei yleensä toimi perinteisissä konserteissa, sillä liput on saatettu myydä esimerkiksi jo loppuun. Tämä riippuu toisaalta myös konsertista. Kynnys lähteä katsomaan virtuaalikonserttia on matalampi, kuin että lähtisi esimerkiksi toiselle paikkakunnalle livekonserttiin. Haastateltavat korostivat myöskin sitä, että virtuaalikonserttiin on helppo keskittyä, sillä ei tarvitse miettiä muita katsojia, mitä he ajattelevat tai ei tarvitse itse varoa muita katsojia.

Tota on vähä matalampi kynnys lähtee kattoo. Et jos te olisitte ollu sillee, et hei lähetääkö tonne Helsinkiin kattoo tota Zara Larssonin keikkaa nii ois voinu olla sillee, et no voi vitsit mikä työmaa. Mut sit ku on sillee, et aah joo mul ei oo illalla mitään, et voin tulla kylään mielellään. (Eveliina, 19)

--ehkä yks tämmönen tiettyyn aikaan tuleva livestriimi ollaan katottu, että ollaan varauduttu siihen etukäteen. Ja sitten ne muut mitä ollaan katottu, on ollu ehkä semmosia, et hei täällä instagramissa on tämmöinen keikka meneillään, että ruvetaanko kattoon. (Maria, 31)

--pystyy keskittymään siihen, että ei tarvii niinku aatella muita. (Tapani, 57)

Virtuaalikonserttitilannetta kuvailtiin useamman haastateltavan toimesta tavallisena ja kodikkaana. Konsertin aikana on helpompi tehdä muita asioita samalla, jos tekee mieli tai on tarve. Haastateltavat korostivat esimerkiksi jääkaapilla tai vessassa käynnin helppoutta.

--jotenki sillee aika tavallinen tilanne, et tullaan tähän vaa perus Annalle-- (Aino, 19)

Täs on sellane kodikas meininki, et ihan ku telkkarii kattois. (Amanda, 19)

Nii kyllä, tän helppous on se, et tavallaan sä oot vaa kotona, jos sul tulee mielee, että aa vitsi pitääpä tehdä jotai, nii sit sä voit tehdä sen, jos se livestriimi ei sillä hetkellä nii kiinnostais, et sit sä vaa teet jotain samalla ja se on vaa siinä taustalla-- (Sofia, 22)

On se ainakin helpompi lähtee käymään vaikka vessassa tai hakee jotain juomista. Et kyl livekeikalla joutuu sillee enemmän suunnittelemaan tollasii, et vaik joutuu jonottaa johonki bajamajaan. Et ei tarvii sillee samallee valmistautuu kaikkeen mahdolliseen. (Eveliina, 19)

Myös sitä tuotiin esille, että virtuaalikonsertin yhteyteen on helpompi liittää muita aktiviteetteja. Kun kerran on saatu porukka kasaan, niin samalla voidaan tehdä muutakin kuin katsoa konsertti. Koska virtuaalikonserttiin valmistautumiseen ja menemiseen ei tarvitse varata niin paljoa aikaa kuin livekonserttiin, niin useamman aktiviteetin yhdistäminen on mahdollista.

--veikkaan, että jos oltais menty johonki kattoo jotain keikkaa, nii ei oltais käyty pelaa sulkapalloo ennen sitä. Et nyt ku tultiin ja tiedettii, et tullaan tänne tällä porukalla, katotaa se keikka. Nii, siihen pysty niinku liittämään myös tollasen, et ei haittaa, että ei lisänny dödöö ja voi olla verskat jalassa. Nii ja toki syötiin siipiä. (Antti, 34)

4.1.2 Paikan rakentaminen

Paikan rakentamisen käytänne koostuu virtuaalikonsertin aloittamisesta, äänentoiston ja äänenvoimakkuuden säätämisestä, asettelusta, valaistuksen säätämisestä sekä ajatuksesta eturivin paikoista. **Virtuaalikonsertin aloittamiseen** liittyy se, että tietty tila pyritään rakentamaan tai muodostamaan konserttipaikaksi. Virtuaalikonsertin katsominen on sosiaalinen tilanne, jossa suoritetaan sosiaalisia käytänteitä. Kuten Schatzki (2015) myös toteaa, niin nämä sosiaaliset käytänteet luovat paikkoja. Se saatiin selville myös tässä tutkimuksessa havainnoinnin ja haastatteluiden myötä. Virtuaalikonsertin aloittamiseen liittyy tietokoneen kytkeminen televisioon, jotta konsertti voidaan katsoa isommalta näytöltä ja virtuaalikonsertin päälle laittaminen. Erityisesti havainnoinnin, mutta myös haastatteluiden pohjalta voidaan todeta, että mitään erityisiä teknisiä ongelmia tai haasteita virtuaalikonsertin aloittamiseen ei liittynyt. Paikan rakentaminen tuo esille hyvin vahvasti materiaalisen puolen, mikä liittyy virtuaalikonsertteihin. Shoven ym. (2012) mukaan käytänteiden materiaalisiin elementteihin kuuluu muun muassa teknologiset laitteet, mutta myös ihmiskehot ovat yhtä lailla materiaa. Paikan rakentamiseen liittyy myös se, että katsojilla on paljon isompi kontrolli koko tilanteeseen.

Periaattees alko varmaa jo siitä siivoomisesta. Mut ehkä kunnolla siitä, ku laitettiin noi kaikki koneet ja laitteet päälle ja valmiiks. (Amanda, 19)

--tietokoneesta töks keikka pyörii ja sillee, et vaikka äänenvoimakkuutta voi siis ite muuttaa. Et keikalla, jos se on kovalla, nii sit oot vaa sillee, et nyt on vähä kovalla. (Aino, 19)

Toisaalta, kun virtuaalikonsertit katsotaan pääsääntöisesti kotona, niin **äänentoistolaitteet** eivät ole samaa luokkaa, mitä livekonserteissa. Siitä huolimatta havainnoinnilla saatiin selville, että informantit pyrkivät saamaan konsertista myös äänentoistollisesti mahdollisimman paljon irti. Vaikka äänentoistolaitteet eivät useinkaan olleet kovin isoja, niin virtuaalikonserteissa **äänenvoimakkuutta** voi kuitenkin itse säätää haluamalleen tasolle. Toisaalta erityisesti kerrostalossa asuttaessa joudutaan ottamaan myös naapurit huomioon, minkä takia äänenvoimakkuutta ei voida nostaa tiettyä tasoa korkeammalle, mikä vaikuttaa osaltaan konserttikokemukseen.

--tässä nyt pitää vähän varoa naapureitakin, että ei viiti luukuttaa nii kovaa ja jäähän tästä pois sitten myös jotain semmoista, mitä on oikeella keikalla. (Tapani, 57)

--jos ois siis semmonen tila, ettei tarvis yhtää aatella naapureita, nii ois vetäny äänet ihan toiselle tasolle. (Helena, 58)

Mutta kuten esimerkiksi Ville toi esille niin, vaikka äänenvoimakkuutta nostaisi kuinka paljon tahansa, niin siitä huolimatta tunnelma on erilainen kuin livekonsertissa. Tämä seikka liittyy myös vuorovaikutustekijöihin. Toisaalta sitten tuotiin myös esille, että äänentoistolaitteilla on kuitenkin merkitystä virtuaalikonserttitilanteessa. Jo pelkästään se näytti tekevän eroa havainnoinnin perusteella, että kuunneltiin konserttia television omista kaiuttimista vai liitettiinkö televisioon erilliset kaiuttimet.

--vaikka oltais luukutettu tota törkeen kovaa tosta, nii sieltä jotenkin se kuitenkin se fiilis puuttui tässä. Nyt nahkasohvalla iha mukavasti niinku.. tavallaan se, että kyl livekeikka on livekeikka. Vaikee sitä keikkatunnelma on saada omaan kotiin. (Ville, 27)

--veikkaan et jos nää kaikki äänentoistojutut ois paremmat ku mitä meil oli täällä nyt tällä kertaa, nii vois hyvinkin tulla sellane filis et olis keikalla. Ja toki tolla, et minkä kokonen näyttö on, nii vois vaikuttaa siihen kokemukseen (Amanda, 19)

Asetteluun liittyy erityisesti istumapaikat ja näytön koko sekä, mikä rooli näytöllä on virtuaalikonserttitilanteessa. Näyttö on ikään kuin se artisti siinä tilanteessa, koska se on se esityksen lähde. Tämä ilmentää hyvin virtuaalikonserttien kulutuskäytänteisiin liittyvää sosio-materiaalisuutta, mistä myös esimerkiksi Närvänen (2014) on puhunut.

Joku sellane asetelman muodostus siihen niinku, et on se vähä sellane niinku spotti, nii rakennettiin siihen sen lähteen ympärille, mistä se tulee, nii sellane. Täs tapauksessa TV. (Katariina, 19)

Niin ja sai istua pehmosella sohvalla. En olisi kyllä jaksanut seistä noin pitkään, jos olisi pitänyt seistä. (Helena, 58)

Näyttö on välttämätön työkalu virtuaalikonsertin katsomiseen, mutta se myös toisaalta rajoittaa virtuaalikonsertin seuraamista. Katsojat ovat ohjaajan ja kuvaajan armoilla siinä mielessä, että he päättävät, mitä milläkin hetkellä näytetään. Katsojat eivät pysty siis itse määrittämään sitä, mitä asiaa he seuraavat konsertissa.

--[elämyksellisyyttä voisi lisätä] jos pystyis niinku sillai seuraamaan kokoajan sitä kokonaisuutta, mut sitte et siellä niinku pyöris tavallaan toi, se leikattu materiaali. Mä en tiedä, miten se ois teknisesti mahdollista, että tarvittaisko tohon toinen 55 tuumane telkkari viereen, että se niinku olis mitää. Mut semmonen vois olla iha mielenkiintonen sillai, et pääsis päättää, mitä kuvakulmaa mä nyt tsiigaan. (Antti, 34)

Paikalla, missä virtuaalikonserttia katsotaan, on väliä. Se nousi havainnoinnin ja myös monen haastattelun kohdalla esiin. Omaa kotia on usein vaikea merkityksellistää konserttipaikaksi. Toisaalta esimerkiksi Katariina ja Johanna korostivat kotoisan ympäristön merkitystä. Paikan rakentamisen käytänne pitää sisällään virtuaalikonsertin aloittamisen, äänentoiston, äänenvoimakkuuden säätämisen ja asettelun lisäksi myös valaistuksen säätämistä. Sillä voitaisiin luoda tunnelmaa lisää. Myös havainnoinnin perusteella tutkija teki muistiinpanoja, että valaistuksen säätäminen oikeanlaiseksi oli kaikissa viidessä virtuaalikonserttitilanteessa hyvin tärkeässä roolissa.

Ei tarvinnut niinku ite siihen omaan ympäristöön kiinnittää huomiota, et jos on vaikka permannolla niin pitää niinku pitää puoliaan, että pystyy pitämään sen tilan tai että kukaan ei tuu sieltä niskaan tai niinku ei oo ahdasta eikä kuuma eikä mitään vaan on niinku mukava olla tässä sohvalla ja laittaa kaiken fokuksen vaan siihen keikkaan. (Katariina, 19)

Se oma ympäristö on sellane kotoisa ni siitä tulee miellyttävä tunne. Ei oo ahasta, ei oo melua. (Johanna, 19)

Ehkä yks vois olla, et jos ois isolla porukalla jossai mökillä ja ois joku iso valkokangas siellä. (Eveliina, 19)

Joo ja vaikka sellasella valaistuksella tääl jos vaikka laittais jotkut diskovalot päälle ja olis laittanu tän kämpän pimeeks. (Olivia, 19)

Isoimpana ja merkityksellisimpänä asiana aineiston perusteella nousi esiin paikkojen merkitys, erityisesti mahdollisuus **eturivin paikkoihin**. Virtuaalikonserttia katsoessa ei tarvitse olla koko ajan varuillaan, että lentääkö jonkun juomat niskaan tai tallooko joku varpaita. Virtuaalikonserteissa ei ole sitä ongelmaa, että joku peittäisi näkyvyyden lavalle. Konsertista pääsee tietyllä tavalla nauttimaan kokonaisvaltaisemmin.

--sä et menetä sun paikkaa eikä kukaan tallo sun varpaita eikä niinku mitää tällästä vaa et saa iha vaa rauhassa olla. (Sofia, 22)

Niin ja sitten se, että näkee hyvin--kun me oltiin siellä Sunrise Avenuen keikalla istuus siellä kauempana, niin mähän katoin koko ajan sieltä screeniltä sitä ku ei niitä muita nähny siinä oikeesti. Tossa ei tullut sitä. Tuossa näki heti suoraan jos oli jotakin. (Helena, 58)

Joskus livekeikoissa ärsyttää se, et ei välttis pääse nauttii siitä, jos oot saanu huonon paikan tai sit et oot jonku takana, nii tässä ei oo kukaan eessä ja sit se et ihmiset tönii ja sanoo ikävästi siellä välissä et ei siitä välttämättä aina pysty nauttimaan. Voi olla et menis muutama vaikka lempparibiisikin sen takia ohi ku joku härdelli siellä meneillään. (Eveliina, 19)

4.1.3 Sosialisointi

Sosialisoinnin käytänne koostuu kommentoinnista, keskustelusta, kaupassa käymisestä, ajanvietosta, rentoutumisesta ja virkistäytymisestä, ruoasta ja juomasta, wolttaamisesta sekä jaetusta kokemuksesta. Monet näistä elementeistä menevät limittäin tai ovat sidoksissa toisiinsa, niin kuin muidenkin tunnistettujen käytänteiden kohdalla, mikä on myös hyvin luonnollista ja myös ominaista käytänteille. **Kommentointi** ilmensi sosialisoinnin käytännettä hyvin vahvasti. Tutkija teki myös havainnoinnilla paljon huomioita, kuinka informantit suhtautuivat virtuaalikonserttiin. Oli havaittavissa huvittuneisuutta ja hämmennystä, mutta toisaalta myös positiivisia reaktioita, kuten yllättyneisyyttä, hymyä ja ihastelua. Virtuaalikonserttiin suhtautuminen liittyy vahvasti myös mukautumisen käytänteeseen, mikä osaltaan ilmentää sitä, kuinka ei pelkästään

käytänteiden elementit ole sidoksissa toisiinsa, vaan myös käytänteet ovat sidoksissa toisiinsa. Tästä käytänteiden limittäisyydestä ovat aikaisemmin puhuneet myös Reckwitz (2002) ja Schatzki (2002). Tilanteena virtuaalikonsertti loi katsojille paremmat mahdollisuudet keskustelulle. Useampi informantti vertasi tilannetta normaaliin konserttitilanteeseen, jossa keskustelu on käytännössä mahdotonta valtavan melun takia. Virtuaalikonsertissa keskustelu on puolestaan mahdollista ja se koettiin hyvin tärkeäksi.

Nii ja sit tommonen kommentointi just ja tommonen naureskelu niinku kulki mukana tässä sillai. (Sofia, 22)

Mul ainakin toi kommentointi oli kokoajan sellane mitä tein. (Katariina, 19)

--kokoajan oli sellane dialogi ja havainnointi tavallaa siitä et mitä tapahtuu et ei tollasta vois ees normikeikalla tehdä ku kova mekkala. (Olivia, 19)

Nii, jos olis tuol jossain oikein oikeella keikalla, nii ei siinä pysty juttelee, siel on kaikki nii lujalla. (Helena, 58)

Informantit toivat kaikissa haastatteluissa esille, että konsertti on lähtökohtaisesti sosiaalinen tilanne, jossa muilla ihmisillä on tärkeä rooli. Konsertit tuovat ihmisiä yhteen, niin myös virtuaalikonserttien kohdalla. Livekonserteissa tila on rajattu, siellä on paikan päällä ne ihmiset, jotka ovat ostaneet liput ja vain ne ihmiset kokevat sen konsertin sinä hetkenä sinä päivänä. Ihmiset kenen kanssa osallistuu konserttiin ovat niitä, joiden kanssa kokemus jaetaan yhdessä. Se, mikä jaetusta kokemuksesta tekee niin tärkeää, on se, että kyseistä konserttia ei pysty enää kokemaan samanlaisena uudestaan. Virtuaalikonserttien kontekstissa aikasidonnaisuus korostuu paikkasidonnaisuuden puuttuessa. **Jaettu kokemus**, se, että kokemuksen saa jakaa yhdessä edes yhden kaverin kanssa on kuitenkin virtuaalikonserteissakin hyvin merkityksellistä.

Tää oli sosiaalinen tapahtuma. Tää toi ihmisiä yhteen. (Olivia, 19)

--kokoonnuttiin yhteen, et onhan se sellanen sosialisoinnin käytänne. (Maria, 31)

--välillä ku oltiin ihan hiljaa, niin tulee sellanen tylsä fiilis, että se nyt siinä laulaa ja mä tässä katson. Et sit siinä tilanteessa ei oo niinku mitään, et sit sillä kommentoinnilla saa siihen sellasen vuorovaikutuksen edes niitten kanssa kenen kanssa sä sitä katot. Kun se vuorovaikutus sun ja sen artistin

väliltä puuttuu. Sellanen sosiaalinen kanssakäyminen on kuitenkin sit vissiin aika tärkeitä. Tulee sit se siitä ees sillain kavereitten kaa. (Sofia, 22)

Pitää niinku saada jakaa se kokemus ehkä, tai ku livekeikalla sen jakaa jotenki automaattisesti nii vahvasti, nii tässä sitä ihminen lähtee ehkä hakemaan sillee, että kommentoi ja hakee semmosta vastakaikuu niinku siltä toiselta katsojalta jotenki siinä sitä kautta. (Katariina, 19)

Niin ja sitten se, että meitä oli tässä nyt niinku ryhmä, 7 henkeä, että oli myös tää sosiaalinen puoli tässä, mutta jos tätä yksin kattois, nii menis mieluummin johonki livekeikalle paikan päälle. (Tapani, 57)

--just se ihmissuhteiden merkitys korostu tässä, et sai vuorovaikuttaa teidän kanssa ja justiin sai kommentoida. (Johanna, 19)

Kommentointi, **keskustelu** ja **ajanvietto** liittyvät läheisesti yhteen. **Livechatin** avulla pystyi keskustelemaan myös muiden katsojien kanssa, jotka eivät olleet fyysisesti samassa tilassa katsomassa samaa virtuaalikonserttia. Kommentointi ja keskustelu toimivat ajanvietteellisinä aktiviteetteinä, joka loi yhteisöllisyyttä. Virtuaalikonserttitilanteet olivat hyvin rentoja ”koti-iltaja”, kuten esimerkiksi Amanda toi esille. **Ruoka** ja **juoma** olivat tärkeä osa kaikkia viittä virtuaalikonserttia, jotka olivat havainnoinnin kohteena. Ruoka yhdistää ihmisiä ja tekee tilanteesta sosiaalisen tapahtuman, jossa ihmiset voivat **rentoutua** ja **virkestäytyä**. Ruokaa ja juomaa haettiin yhdessä porukalla kaupasta tai tilattiin Woltin kautta. **Kaupassa käynti** oli siis tärkeä sosiaalinen osuus virtuaalikonserteissa. **Wolttaminen** puolestaan havainnollistaa hyvin sitä, mikä merkitys teknologialla on, sen ollessa sosialisoinnin käytänteen yksi materiaalisista elementeistä.

--kyllähän ku siellä luki, mitä ihmiset kirjotti, siellähän oli sellanen kauhee odotus, että eikö se nyt jo ala ja onko nyt jotain pielessä. (Helena, 58)

--tässä pysty analysoimaan koko ajan porukalla ja kommentoimaan. Katottiin yhdessä ja juteltiin, et mikä kitara sillä on ja kaikkee--tosi mukava ilt kaveriporukalla. (Petteri, 33)

Varmaa se niinku starttas sen tilanteen, ku alettiin syömään, laskeuduttiin siihen tilanteeseen, et kaikki alkaa syömään ja kattoo tota samaa juttua. Se tavallaan yhisti sillee. Et sillee se varmaa alko siitä ja sit se eteni siitä sillee, et lopetettiin se syöminen ja sitten otettiin jäätelöä jälkiruoaks ja sit otettiin vähä rennompi asento ja sit alko se kommentointi. (Johanna, 19)

Vähä just niinku jos vietettäis muutenkin jotain koti-iltaa. Mentiin kauppaan ja haettiin hyvää ruokaa ja juomaa. (Amanda, 19)

Niinku siihen verrattuna, että seisois yleisössä, niin ei olisi kyllä ehkä noin pitkään jaksanut, mutta tässä se meni, kun vedettiin pizzeriaa ja herkkuja. (Mikko, 31)

--se tuo vähän lisäarvoa siihen, että voi syödä samalla, kun kattoo tota keikkaa. (Helena, 58)

--no syöminen tosi vahvasti. Ehkä seki on joku semmonen, että saa jakaa jonku asian, se yhdistää niinku toisen kanssa ryhmäksi. Et jos toisen kerran katottais, nii kyl meil iha varmasti ois tarjoiluja, niinku te olitte kivasti laittanu kaikkee, nii se on jotenki sellane kiva lisä. (Julia, 17)

Sen lisäksi, että virtuaalikonserttitilanteet ovat sosiaalisia, merkityksellisiä illanistujaisia, niin tärkeänä huomiona täytyy tuoda esille se, että illanistujaisia ei olisi välttämättä järjestetty ilman virtuaalikonserttia. Tämä liittyy siihen, mistä myös esimerkiksi Shove ym. (2012) ovat puhuneet — sen sijaan, että käytänteet kilpailisivat keskenään ajasta, aika on jotain, mitä käytänteet ”luovat” (Shove ym. 2012, 129).

Siis tosi hauska ilta ja toi oli hyvin tossa taustalla ja sillai, et tosi toimiva juttu kyllä tällaseen illanviettoon, mut ei se poista sitä, että me oltais voitu kattoo ehkä joku YouTube videokin, mut ei me olla kyl ikinä katottu, et on siinä kuitenkin joku sellane pieni veto, et se on livestriimi. Mut ei se sinänsä tehny tästä illasta mulle ikimuistoista, vaan se, et te olitte meillä. (Ville, 27)

Et ehkä niinku vielä se, että se oli nyt tällä kertaa se syy, miks saatiin porukka kasaan, että oli niinku tällainen virtuaalikonsertti. (Petteri, 33)

4.1.4 Havainnointi/analysointi

Havainnoinnin/analysoinnin käytänne koostuu **normaaliin konserttiin vertaamisesta** sekä **tarkkaavaisuudesta**. Informantit kiinnostivat vahvasti huomiota siihen, millä tavalla virtuaalikonsertti erosi normaalista konsertista. Informantit olivat hyvin aktiivisia havainnoijia. Tutkija havainnoi puolestaan, kuinka informantit havainnoivat virtuaalikonserttia, ja sen perusteella esimerkiksi Olivia toi esille, kuinka selkeä lava-yleisö aspekti puuttui ja miten sitä jäi kaipaamaan. Toisaalta Aino toi puolestaan esille, että normaalissa konsertissa ei useinkaan voida käyttää hyväksi niin laajasti lavasteita,

mitä virtuaalikonsertissa oli käytetty. Tämä loi virtuaalikonserttiin uutta sävyä. Maria, Olivia ja Antti kiinnittivät äänenlaadukkuuteen myös huomiota ja siihen, kuinka virtuaalikonsertissa kuulee paremmin ja selkeämmin yksityiskohtaisesti jokaisen soittimen. Tällä koettiin olevan vaikutusta konserttikokemukseen.

--mulla tuli tuossa ku katto tota livestriimiä, niin vähän samanlainen fiilis, ku oltiin G Live Labissa, ja se tuntu siltä ettei olisi keikalla ollenkaan ja se johtu siitä, että se äänenlaatu oli tosi hyvä. Että, jos on livekeikalla, niin siellä on monesti sillä lailla, että ääni saattaa puuroutua tai ei kuulosta niin kirkkaalta. Ja sitten sä kuulet kaiken sen, mitä ihmiset puhuu ympärillä, mutta tässä kaikki oli hiljaa ja katto sitä keikkaa. (Maria, 31)

Ja soundit oli nii hyviä, että niihin kiinnitti huomiota ja että sieltä pysty oikeesti erottelemaan sen koko bändin, et sä oikeesti tunnet et nonii basisti vetää tuolla jne. (Antti, 34)

Kommentoin siis koko ajan. Niin se oli ehkä semmoinen rituaali, että koko ajan oli niinku että ahaa tämmönen laulu ja tällasta ja vähän niinku on ite semmonen niinku aktiivinen havainnoija siinä. (Olivia, 19)

Myös Ville korosti sitä, kuinka hyvältä virtuaalikonsertti kuulosti ääniteknisesti. Ville vertasi virtuaalikonserttia keikkatalenteeseen, joissa hänen mielestään usein ongelmana on se, että niissä taltiointia ei ole tehty useinkaan ajatellen sitä, miltä se kuulostaa tallenteelta kuunneltuna. Keikkatalenteissa miksaus on tehty lähtökohtaisesti niin sanottu ”saliääni” edellä, eli niin, että musiikki kuulostaa hyvältä siinä tilassa, missä konsertti on fyysisesti toteutettu. Tällöin äänenlaatu ei ole sama keikkatalenteissa. Villen tärkein huomio oli kuitenkin se, että virtuaalikonsertissa toteutus oli tehty ajatellen sitä, miltä se kuulostaa televisiosta tai muusta päätelaitteesta kuunneltuna. Toisaalta Julia toi puolestaan esille sen, että virtuaalikonsertissa kuulee selkeämmin kaikki virheet kuin normaalissa konsertissa, mikä osaltaan varmasti lisää katsojien aktiivisuustasoa virtuaalikonsertissa. Helena totesi, että virtuaalikonsertin katsominen erosi television katselusta, koska siinä oli ”vaaran tunne”, mikä liittyy vahvasti elävyyteen ja on vahva liven ominaisuus. Myös esimerkiksi Katariina toi esille sitä, kuinka virtuaalikonsertissa on tietyllä tapaa aistit herkillä. Petteri korosti, että virtuaalikonsertin katsominen oli ”sisältö edellä -hommaa”.

Varmaan siinä se innostus ja jännitys ja että latautuu siihen hetkeen tavallaan ja aistii niinku tosi vahvasti sitä, mitä seuraa. (Katariina, 19)

--kyllä mä ainaki keskityin paljo enemmän niinku biiseihin ja siihen, että miten ne tekee ja miten ne soittaa, että jotenkin se oli enemmän semmosta sisältö edellä -hommaa. (Petteri, 33)

--se, mikä ei liity suoranaisesti tähän, et me kateltais täs perus telkkaria, on se, et siinä on se vaaran tunne, et tuleeko mokia, et sitähan nyt vähä seuraa. (Helena, 58)

Informantit kiinnittivät hyvinkin yksityiskohtaisista asioista, kuten artistien ilmeistä, maneeereista, tanssiliikkeistä ja asuista, aina konsertin kokonaisuuteen asti huomiota. Havainnointi ja analysointi olivat selkeitä aktiviteetteja tai toimia, joita virtuaalikonserttien katsomiseen liittyi. Anna toi mielenkiintoisena huomiona esille, että artistin ilmeiden analysointi voi viedä huomion pois siitä olennaisesta, eli itse musiikista. Toisaalta myös ilmeiden ja maneeereiden havainnoinnilla korvattiin jotain, mitä virtuaalikonserteista puuttuu. Sillä ikään kuin luotiin itselle tekemistä konserttitilanteeseen.

Sit se on jännä noissa striimeissä, et se on niinku hyvä ja huono asia, mutta tässähan keskittyy ihan erilaisiin asioihin, ku vaikka livekeikalla. Nyt näkee millin tarkkaan niinku vaikka sen ilmeet. Mä koen sen tavallaan vähä negatiivisena, että toisaalta on iha mielenkiintosta kattoo just, miten se niinku hoitaa sitä hommaa ja tonttia, miten se keskittyy, mut ehkä siinä menee vähä niinku se juttu ohi, jos seuraa hirveesti, et miks se irvistää niinku noin nyt tossa. (Anna, 20)

Ehkä tietyl tapaa sit keskittyy siihen, ku tuolla ei ollu paljoo sitä porukkaa, nii ehkä just tollee et ku rupes kattoo niitä maneeereita ku siel lavalla oli vaa yks ihminen, nii sit keskitty sellaseen enemmän. (Amanda, 19)

Informantit kiinnittivät huomiota myös esimerkiksi biisien nimiin ja tekijätietoihin, jotka näkyivät ruudulla. Se oli uudenlainen ulottuvuus, jota ei normaaleissa konserteissa ole. Se oli informanttien mielestä selkeästi hyvä asia, jolla on myös vaikutusta esimerkiksi siihen, käykö jonkun tietyn biisin kuuntelemassa virtuaalikonsertin jälkeen esimerkiksi Spotifysta ja lisäämässä sen omille soittolistoilleen. Niinkin pieneltä asialta kuin se

kuulostakaan, niin sillä saadaan katsojia sitoutumaan artistin musiikkiin vielä enemmän, jos kyseinen artisti ei vielä satu olemaan tämän henkilön lempiartisti.

--ne tekijätiedot, et kuka sen biisin on tehny ku ei nyt keikalla saa tota informaatiota koskaan, et kuka sen on tehny. Et semmone kiva lisä musta tohon, et näkee aina, et ketkä sitä biisiä on niinku tehny. (Sofia, 22)

No mulla jäi ehkä sillee niinku, oli uusia biisejä itelle, just et ku näki ne nimetkin siinä ruudussa, nii tuli sellane et vois mennä tän jälkeen ehkä niinku tsekkaa Spotifysta ja sillee kuunnella uudestaan ja tällee. (Aino, 19)

Informantit olivat tarkkaavaisia myös käytettyjen kuvakulmien suhteen. Usein normaalissa konsertissa ei pääse näkemään konserttipaikkaa sellaisista kuvakulmista, mitä virtuaalikonsertissa on mahdollista päästä. Esimerkiksi tutkijan havainnoissa James Bayn virtuaalikonserttia informantit keskustelivat siitä, kuinka hieno konserttipaikka Lontoossa sijaitseva Shakespeare's Globe on. He totesivat, että Suomesta ei kovin helposti vastaavanlaista konserttipaikkaa löydy. He olivat myös hyvin keskittyneitä aika ajoin ja toivat esille, että kuvakulmat, mitä kuvaus droneilla mahdollisti, olivat upeita. Niiden avulla katsojat pääsivät näkemään Shakespeare's Globen ylhäältä päin ja näkivät kokonaisuuden aivan eri tavalla kuin he olisivat nähneet, jos he olisivat olleet fyysisesti konserttipaikalla. Lisäksi droneilla kuvattiin välillä laajemmin Lontoota, josta informantit olivat innoissaan. He pääsivät pienelle kaupunkikierrökselle samalla. Myös Eveliina toi haastattelussa esille, miten Zara Larssonin virtuaalikonsertissa oli kuvausta mietitty. Ihmiset kiinnittävät virtuaalikonserteissa selkeästi erilaisiin asioihin huomiota kuin normaaleissa konserteissa, mikä osaltaan vaikuttaa koko konserttikokemukseen ja siihen liittyviin kulutuskäytänteisiin.

Ehkä itellä se, et tota kuvausta oli mietitty visuaalisesti todella hyvin. Sillee, et kivoja kuvakulmia ja visuaalisesti erittäin miellyttävää. (Eveliina, 19)

Virtuaalikonserttia katsoessa useat totesivat, kuinka on hauska seurata, kun laajemmin kuvattiin myös soittajia ja valomiehiä, kuvaajia ja muita teknikoita, ei pelkästään laulajaa tai keulakuvana olevaa artistia. Tutkija teki tästä havainnon, että näkemällä paremmin bändin soittajien sisäistä vuorovaikutusta, saatiin virtuaalikonserttitilanteeseen myös

tiettyä vuorovaikutteisuutta, vaikka sitä ei ollutkaan artistin ja yleisön välillä. Täten havainnointi kulutuskäytänteenä menee osittain limittäin myös vuorovaikutuksen käytänteen kanssa.

--tos ehkä jopa vähä enemmän kiinnitti huomiota niihin soittajiin, mitä ehkä normikeikalla, että nyt niitäkin kuvattiin, ku yleensä ei ehkä havainnoi sitä bändiä vaa jotenkin vaan sen laulajan. (Olivia, 19)

--tässä tuli esille myös enemmän ne bändin jäsenet jollain tavalla. Ja siin kuvattii niitä, jotka sääti niitä valoja ja kuvaajia ja niitä kaikkia. (Julia, 17)

--ne jammaili niinku keskenään, et ne oli sillai ympyrässä, et semmosta bändin sisäistä vuorovaikutusta näki ehkä vähä lähempää, kun sitten normikeikalla sitä ei välttämättä nii huomaa. (Ville, 27)

Informantit tarkkailivat ja analysoivat konserttikokonaisuutta, miten virtuaalikonsertti eteni ja mitä kaikkea siinä tapahtui. Kuten esimerkiksi Mikko nostaa esiin, niin huomiota kiinnitettiin myös teknisiin asioihin, kuinka teknologia toimi. Tämä havainnollistaa hyvin sitä, millainen merkitys materiaalisuudella on virtuaalikonserttien kulutuskäytänteiden kontekstissa. Kuluttajien täytyy myös mukautua teknologian myötä virtuaalikonserteissa, kun tilanne vaatiikin erilaisia kompetensseja kuin normaalit konserttitilanteet, joissa voi vain mennä paikan päälle murehtimatta sen enempää, kuinka konsertti saadaan käyntiin. Mukautumisen kulutuskäytänteeseen syvennyttään seuraavassa luvussa enemmän.

Siinä oli se alku oli jotenkin jännä, kun se kuulosti tai näytti siltä kuin ne olis itekki vähän hukassa. Toi loppu rupes menee jonkinlaisen käsikirjoituksen mukaan. Siinä kohtaa tää vasta oikeestaan alko kunnolla, ku se lähti pois siitä ensimmäisestä huoneesta. Siihen asti sitä aatteli, että jaa, tuossako ne yhdessä huoneessa nyt sitten soittaa. (Tapani, 57)

--ainaki yks tämmönen maksettu livestriimikeikka takana. Siinä ei oikein toiminut toi, tai se pätki ja sitä ei saanut telkkariin Chromecastilla ja ääni tuli vähän myöhässä, se oli vähän ärsyttävää, mutta nyt noi kaikki toimi hyvin. (Mikko, 31)

Selkeä ero normaalin konsertin ja virtuaalikonsertin välillä on se, että konsertin analysoiminen tapahtuu sen aikana, eikä sen jälkeen. Tätä kuvaa hyvin Ainon kommentti.

--tosi paljo täs tulee kokoajan analysoitua, et ei sen keikan jälkeen tuu sit enää sillee samallee käyty läpi, et mitä mieltä olitte ton asusta? Koska me ollaan jo jauhettu siitä tässä samaan aikaan. Et se on ehkä sellane niinku selkee ero. (Aino, 19)

4.1.5 Mukautuminen

Mukautumisen käytänne koostuu uudesta tilanteesta sekä siitä, että konsertti katsotaan kotona keikkapaikan sijaan. Puhutaan siis uudesta kanavasta, jonka myötä kuluttajat pääsevät näkemään konsertin uudenlaisesta kulmasta. Uuden kanavan seurauksena kuluttajille syntyy uudenlainen kokemus konsertista. Lisäksi mukautumisen käytänne koostuu suhtautumisesta sekä uudesta normaalista. Suhtautuuko kuluttajat virtuaalikonsertteihin pandemian aikana niin kuin ne olisivat oikeita livekonsertteja? Virtuaalikonserttitilanne on monessakin suhteessa uusi. Yleisöä ei ole paikalla fyysisesti konserttipaikalla, vaan ihmiset katsovat konsertit kotisohviltaan. Havainnoinnin perusteella oli selkeästi nähtävissä huvittuneisuutta ja hämmennystä informanteissa, sillä varsinkaan virtuaalikonserttien alussa he eivät oikein tienneet, kuinka olisivat suhtautuneet konserttiin. **Uusi tilanne** myös muuttaa kulutuskäytänteitä, kun täytyy mukautua tilanteeseen, jotta konserttikokemuksesta saisi mahdollisimman hyvän. Toisaalta informantit jäivät myös aika ajoin toimeettomiksi, koska heillä ei ollut vielä oikein mitään vertailukohtaa siihen, miten virtuaalikonsertissa kuuluisi olla ja toimia. Mukautuminen on sidoksissa vahvasti myös muihin tunnistettuihin käytänteisiin, kuten on oikeastaan kaikkien käytänteiden kohdalla. Muun muassa sosialisoinnin käytänteeseen liittyvällä kommentoinnilla pyrittiin ”liittämään itsensä osaksi konserttitilannetta”, kuten Olivia toi esille.

--on se jotenki huvittavaa sillain, ku se kumminki esiintyy se ihminen siellä, mut sit siel ei oo yleisöä niin sit se tuntuu sillai huvittavalta. (Sofia, 22)

--ainakin se, että keikalla mä laulan melkein jokasen biisin mukana ja tanssii tai liikkuu sen mukana, nii ei tässä tuu semmosta filistä, että ihan sielu raikaisi täällä. (Julia, 17)

No kaikkihan siinä oli yllätyksellistä, kun ei tiennyt, että mitä tuleman pitää. Ne voi vaihtaa paikkaa ja mennä ja tulla. Vähä missä vaan. Siellä voi olla ketä vaan missä vaan. (Helena, 58)

Maria puolestaan mainitsi, että se on kiva asia, että virtuaalikonsertti ei ole paikkaan sidoksissa, jolloin esiintyjän ja yleisön välinen dynamiikka muuttuu automaattisesti. Toisaalta Tapani korosti Vesalan virtuaalikonsertin yhteydessä, että kyseisen konsertin toteutus oli suosiollinen järjestettäväksi virtuaalisesti. Eveliina toi esiin, että virtuaalikonserttitilanne oli ikään kuin hybridimuoto musiikin kuluttamiseen.

Niin mutta ehkä toi on vielä parempi sillee, ettei oo sidottu siihen paikkaan tai niihin rooleihin myöskään, et on yleisö ja esiintyjä. Tossaki se meni vähä sekasi välillä. Se oli iha kiva. (Maria, 31)

--tulee iha eri filis, ku et jos kuuntelis noita biisejä vaa Spotifysta, et tulee vähä sellane ehkä välimuoto siitä, et kuunteleeko musaa Spotifysta vai onko keikalla. (Eveliina, 19)

Virtuaalikonsertti katsotaan **kotona keikkapaikan sijaan**. Virtuaalinen toteutus mahdollistaa konserttiin osallistumisen myös esimerkiksi liikuntarajoitteisille ja vanhuksille. Myöskin ihmisille, joilla on ahdistusta isojen ihmismassojen keskellä, virtuaalikonsertit tarjoavat oivan mahdollisuuden osallistua konserttiin itselle mukavalla tavalla. On mahdollista myös, että normaali konsertti järjestetään sen verran kaukana, että ei halua tai ei ole mahdollisuuksia matkustaa paikan päälle, niin siinäkin tilanteessa virtuaalikonsertti on toimiva konsepti.

Tätä voi kattoa, jos on vaikka jotain fyysisiä rajoitteita tai sosiaalisia rajoitteita tai on vaikka jo sen verran vanha tai muuta että ei halua lähtee. Vaikka ikäihmiset jossai vanhainkodissa voi kattoo, et sillä paikalla ei oo väliä. (Olivia, 19)

--itellä on välillä se, et isoissa joukoissa voi tulla sellane inhottava ahdistava filis, nii se keikka menee siihen osittain. Niin tässä, kun katsoo kotona, niin ei tuu ollenkaan sitä epämukavaa filistä, et nyt on hirveen ahasta ja hirvee ihmismassa. Vaa voi olla vaa iha sillai, et tää on tällaselle aistiylherkälle ihmiselle oikein mukava kokemus. Tää ottaa erilaiset ihmiset aika hyvin huomioon, et kuka tahansa voi kattoo tätä kotoo periaatteessa. Jos ois vaikka pyörätuolissakin, nii jonnekin permannollekin voi olla aika vaikee mennä. (Johanna, 19)

Et jos tohon suhteuttaa, et mä olisin jättäny sen kokonaan näkemättä, nii sillee jos aattelee, nii onhan tää hyvä konsepti. (Eveliina, 19)

Toisaalta havainnoinnin ja haastatteluiden myötä kävi ilmi, että informanttien on haastavaa merkityksellistää omaa kotiaan keikkapaikaksi. Paikalla koettiin siis olevan myöskin negatiivisia vaikutuksia, tai lähinnä sillä, että paikka ei muutu, kun osallistuu virtuaalikonserttiin. Virtuaalikonserttiin osallistumiseen ei myöskään liity samanlaisia laittautumisrituaaleja informanttien mukaan, koska ei poistuta kodin ulkopuolelle. Tällöin ei koeta tarpeelliseksi laittautua mitenkään erityisemmin.

Mä en tätä tilaa pysty merkityksellistää keikkapaikaks, ku tää on kuitenkin koti, et sen pitäis olla sillee et lähtis jonnekki. (Ville, 27)

Tavallaa siihen paikkaanki liittyy nii vahvasti se oma persoona, et ku mä lähen sinne keikkapaikalle, nii se niinku minäkuvaki muuttuu ehkä semmoseks, et nyt mä olen siinä ja irroittelen. Mut sit täällä se menee niinku et on vaa zen täällä kotona. (Anna, 20)

--joo ja keikalla olis laittanut oikeesti jotkut kivat vaatteet. (Aino, 19)

Ei tuu yllätyksiä tai, et jos lähtee oikeelle keikalle, nii eihän sitä tiedä, et ketä siellä vaikka tapaa ja sillee. Et täällä ei tuu ketää uusia ihmisiä, niinku hyvässä eikä pahassakaan. (Amanda, 19)

Virtuaalikonserttia tulisikin ajatella nimenomaan **uutena kanavana** osallistua konsertteihin ja kuluttaa musiikkia. Virtuaalikonserttien ollessa uusi kanava osallistua konsertteihin, ne luovat myös uudenlaisia kokemuksia.

--ehkä se teki tuosta erityisen, että ei yritetty tehdä samanlaista kokemusta, ku mitä on ollu aikasemmin, mitä ei pysty nyt järjestää. (Mikko, 31)

Niinku puhuttiinkin silloin, että näkee vähän toisesta kulmasta. (Helena, 58)

Suhtautuminen virtuaalikonsertteihin ”oikeina” livekonsertteina vaihteli informanttien keskuudessa. Osa ei kokenut virtuaalikonserttia oikeaksi livekonsertiksi eikä sen koettu olevan niin houkutteleva vaihtoehto. Toisaalta nyt pandemian keskellä se on lopulta melkein päin aivotonta vaihtoehto osallistua konserttiin, jolloin ihmisten täytyy mukautua vallitsevaan tilanteeseen. Konserttien kulutuskäytänteet muuttuvat väkisinikin tämän myötä. Toisaalta tapahtuu myös sitä, että ei edes halua mukautua uuteen tilanteeseen.

No on se nyt jo varmaa normalisoitunu niinku sillai vähäsen tässä puolen vuoden aikana, että kattoo jotain tommosta. Mut on se sillai vähä outoa tai, et emmä oo oikeestaa kattonut mitää keikkoja sillai vaikka on tienny, et joku striimi tulis, nii ei siihe tuu tartuttua sillai samalla tavalla, et se ei jotenkin just säväytä nii sillai, että no jaa meen sit mielummin paikan päälle, ku joskus pääsee. (Sofia, 22)

Nii toiki on jännä, et voisko tän jälkeen sanoo, et ootteko ollu Kaija Koon keikalla, nii emmä sanois, et oon ollu, et ku emmä muutenkaa oo ollu nii emmä nytkään laskis. (Olivia, 19)

--jos tämmöstä livestriimiä kattois suoraan semmosen perään, et olis käynyt paljonkin keikoilla, keikkapaikoissa tai festareilla, nii suhtautuuks nyt siihen erilailla, ku ei oo sellasta fyysistä läsnäoloa monessakaan jutussa. Et nyt vähä niinku ajattelee tätäkin ihan eri lailla, että joo tää oli ihan keikka. Mutta olisko vaikka viime vuonna tai vuosi sitten sanonut samalla lailla vai olisko silloin ollu, et ei tää ollu kyl yhtää niinku keikka. (Maria, 31)

--ihmiset niinku sopeutuu ja sitte tavallaan tää on se uus, mikä aiheuttaa ne samat kiksit, kun tavallaa livekeikat, koska niitä ei oo nyt saatavissa. Ku tietää, että niille ei oikeastaan nyt pääse, niin sitten kun tulee tämmöinen, niin on silleen, et joo todellakin tää oli yhtä hyvä. (Katariina, 19)

Toisaalta koettiin myös, että virtuaalikonserteista on ehtinyt muodostua jo **uusi normaali**. Tähän on vaikuttanut laajemminkin ihmisten lisääntynyt ruutuaika, jota koronapandemia on entisestään lisännyt. Ihmiset ovat ehtineet osittain mukautua vallitsevaan tilanteeseen ja siihen, millä tavalla kulttuuria, viihdettä ja musiikkia kulutetaan tänä päivänä.

Siis lähinnä normaalilta. Nykyään tulee kuitenkin niin paljon kaikkee reality materiaalia tv:stä, että on tottunut siihen, että ei siinä sillä lailla ole mitään ihmeellistä, et se nyt oli livestriimi. (Tapani, 57)

No ei ehkä tässä vaiheessa enää, ku tottunu sillee. Ehkä sillo koronan alussa kaikki, mitä tuli, nii oli vähä sillee hassuu. (Aino, 19)

Aika normalisoitunu konsepti ehkä silleen nytte. (Anna, 20)

4.1.6 Vuorovaikutuksen käytänne

Vuorovaikutuksen käytänne koostuu aplodeista, tunteiden välittymisestä, eläytymisestä, kuvauksesta, liven kokemisesta, yhteenkuuluvuuden tunteesta, fyysisestä kokemuksesta

sekä häiriötekijöistä. **Aplodien** antaminen jää virtuaalikonserteissa käytännössä kokonaan pois tai niitä annetaan hyvin varovasti. Kaiken kaikkiaan voidaan todeta, että aplodien antaminen koettiin virtuaalikonserttitilanteissa kiusalliseksi, mutta toisaalta niiden antamatta jättäminenkin tuntui oudolta. Ajatus siitä, että ei artisti niitä kuitenkaan näe tai kuule vaikuttaa siihen. Tämä havainnollistaa hyvin vuorovaikutuksen puuttumista artistin ja yleisön välillä virtuaalikonserteissa.

*Nii kyllä biisin lopussa tulee vähä sellane fiilis, et nyt pitäis taputtaa, mut sit ku tajuaa siinä striimissä olevan hiljaisuuden, nii sit on sillee et ai nii.--
livestriimikeikka ja keikka on niinku kaks eri asiaa tosi selkeesti. (Sofia, 22)*

--semmonen jännä sisäänrakennettu juttu, mutta tuntu oudolta, ku biisi loppu, et kukaan ei taputa. (Petteri, 33)

No välillä huomaa, et laittaa vähä käsiä yhteen tai joku jalka lähtee vähä heilumaan mut ei kuitenkaan iha lähe tanssimaan. (Aino, 19)

Tunteiden välittyminen virtuaalikonserteissa ei ole yksiselitteistä, kuten ei mikään muukaan vuorovaikutuksen käytänteen elementti. Toisaalta koettiin, että kameran avulla päästiin lähemmäksi artistia kuin livekonsertissa, mutta toisaalta toiset informantit kokivat puolestaan, että artisti jäi hyvin etäiseksi aidon vuorovaikutuksen puuttumisen myötä. Toisaalta artistin näkeminen kameran avulla hyvin läheltä koettiin myös hieman negatiiviseksi asiaksi, koska silloin tietty mystiikka häviää artistista, kun siitä näkee ”tavallaan vähän liikaa”. Sitä korostettiin, että juuri sen takia, kun kamera on siinä välissä, niin ei päästä artistin kanssa suoraan näkökontaktiin, jolloin vuorovaikutus artistin ja yleisön väliltä katoaa, kun ei voida olla samassa tilassa artistin kanssa. Se vaikutus virtuaalikonserteilla kuitenkin on, että tietyt biisit tuovat tiettyjä muistoja mieleen samalla tavalla kuin livekonserteissa, jolloin virtuaalikonserttienkin koettiin luovan uusia muistoja vanhojen muistojen jatkeeksi. Tunnelmaa kuvailtiin kollektiivisesti kuitenkin hyvin erilaiseksi verrattuna livekonserttiin. Toisaalta esimerkiksi Eveliina totesi olleensa positiivisesti yllätynyt siitä, että virtuaalikonsertti sai hänessä aikaan samanlaisia tuntemuksia kuin livekonsertti. Virtuaalikonserteissa olo koettiin jopa liian turvalliseksi, koska oltiin niin tutussa ympäristössä, jolloin ei päästy kokemaan niin vahvoja tunteita.

--livekeikalla on jotenki ite sillee irrallinen siitä sellasesta, se ympäristö on tavallaan vieras tai et ei olla niinku arkisessa ympäristössä, nii on jotenkin vapaa tuntee sellasia äärimmäisiä tiloja, et ehkä se ku kotona kattoo, nii se kuitenkin jotenkin sillee ehkä pikkasen filtteröi kuiteski sitte. (Katariina, 19)

Oli kyllä ehkä liiankin turvallinen olo. Ei oo ehkä sellaista jännityksen tuntua, mikä on, ku menee jonneki uuteen paikkaan, mikä sit voimistaa niitä tunnetiloja. (Maria, 31)

Tos näkee, että miltä se niinku oikeesti niinku näyttää, ja se on toisaalta pääsee lähelle, niinku lähemmäks ku pääsis vaikka Hartsulla tai ihan vaikka Tavastiallakin. Ja sit toisaalta, mun mielestä siinä on jotaki, siitä lähtee se jonkinlainen vaaran tunne, että kaikki onki siinä niinku lähellä, sillai vähä niinku tässä kotisohvalla, että se ei oookkaan enää se etäinen ja mystinen ja semmonen niinku vähä mielenkiintone, mitä vähä niinku miittää, et mitä se siellä kelaa ja näi, et se tuodaan tohon tosi lähelle ja iholle. Näkee tavallaan vähän liikaa siitä. (Petteri, 33)

Livekonsertin jälkeistä tunnelmaa jäätiin kaipaamaan, sitä kun konsertin jälkeen aletaan hiljalleen lähtemään pois, mutta samalla on koettu jotain ikimuistoista. Virtuaalikonsertit eivät vaikuta välittävän samanlaisia tunteita, ainakaan nykyisellään. **Eläytymistä** virtuaalikonserteissa jäätiin kaipaamaan. Vuorovaikutuksen vähäisyys virtuaalikonserteissa estää livekonserteille ominaisen eläytymisen muodostumisen. Toisaalta eläytymistä koettiin muun muassa livechatin avulla, jossa pystyi seuraamaan muiden katsojien kommentointia ja fiiliksiä. Lisäksi Maria ja Mikko toivat esille, että eihän mikään olisi estänyt heitä rakentamasta kotiinsa omaa tanssilattiaa ja sillä tavalla eläytyä. Mutta jälleen kerran, vuorovaikutus artistin ja yleisön välillä virtuaalikonsertissa ei ollut kuitenkaan sillä tasolla, että he olisivat näin toimineet. Toisaalta se, että virtuaalikonserttia katsoi jonkun kanssa, loi vuorovaikutusta heidän välilleen, jolloin katsojien välinen vuorovaikutus nousi tärkeämmäksi virtuaalikonserteissa, kuin artistin ja yleisön välinen vuorovaikutus.

--tässä se niinku elämyksellisyys jää pois. Et jonku hyvän keikan jälkeen voi mennä päiviä, että kelaa sitä tai, että joku ilta on sillai ettei saa nukuttua, ku se on ollu nii vaikuttava kokemus. Ehkä me ollaan nii kyllästetty itemme näillä kaikilla niinku tallenteilla ja kaikilla semmosilla ruutujutuilla, et sitte se on kuitenkin nii ainutlaatuinen kokemus se live, et se elämyksellisyys on siinä jotenki nii iso juttu. (Petteri, 33)

*--tää helpottaa, ku täs on toinen katsoja, niin tässä on niinku katsomo.
(Olivia, 19)*

--kyl tää melkein vaatii sen, et tällee porukalla kattoo. (Eveliina, 19)

Tutkija teki havainnoinnilla huomion, että kuvaustyyllillä oli eläytymiseen vaikutusta. Vesalan virtuaalikonsertissa kuvattiin paljon käsivaralla, jolloin elävyyden huomattiin tarttuvan myös informantteihin. **Kuvaus** heilui musiikin ja soittajien kanssa samaan tahtiin, jolloin katsojien huomattiin myös synkronoivan liikkeitään sen mukaan. Kuvauksella pystyttiin myös luomaan katsojille **tunne, että he olisivat siellä paikan päällä**, missä konsertti kuvattiin. Tätä havainnollistaa Marian kommentti asiasta. Toisaalta kuvauksen nähtiin myös poistavan tiettyä katsojan kontrollia tilanteesta.

--oli kyllä sellainen fiilis, et olis ollu siinä mukana. Et siinä vaihdettiin niitä huoneita ja se oli mun mielestä aika kivaa. Ja just niinku puhuttiinkin, et se kuvattiin käsivaralla ainaki osittain ja se teki myös sitä fiilistä, että on siellä tilassa paikan päällä. (Maria, 31)

Jos tossa tuli joku hyvä rumpufilli, nii sitte oli vaa sillee, että kuvatkaa nyt sitä! Ku taas keikalla voi kattoo sitte sitä, joka tekee jonku siistin jutun, voi koko ajan kattoo niitä eri tyyppjä. Et tossa on sitte sen ohjaajan armoilla, et mitä se päättää näyttää. (Ville, 27)

Livein kokeminen, se, että konsertti **tapahtuu tässä ja nyt**, koettiin virtuaalikonserteissa sekä merkitykselliseksi että merkityksettömäksi. Pelkästään jo tieto siitä, että virtuaalikonsertti tapahtuu vain sillä hetkellä, teki siitä merkityksellistä. Toisaalta myös etukäteen taltiointia kannatettiin, jota perusteltiin sillä, että toimivaa kaksisuuntaista vuorovaikutusta ei ollut artistin ja yleisön välillä siitä huolimatta, että virtuaalikonsertti oli livelähetys.

--ehkä erityistä oli kuitenkin sitten se, että se tapahtu tässä hetkessä. Se tieto siitä, että se tapahtu juuri tällä hetkellä, teki siitä erityisen. (Mikko, 31)

Semmonen tietty ainutkertaisuus. Sen se live vaa tuo. (Anna, 20)

--on siin livessä kuitenkin jotain, ku se jäbä voi heittää jonku läpän, et kiva ku ootte siel ja sit voi fiilistellä, et se on livenä siel oikeesti. (Petteri, 33)

-ehkä vähä just itellä, et miks tehdä niinku tavallaan live, ku sä voisit vaa tallettaa. Et, ku siinä ei oo tavallaa mitää niinku vuorovaikutusta sen artistin kanssa sinällä. (Antti, 34)

Liven kokeminen liittyi myös vahvasti **fyysiseen kokemukseen**. Se, että musiikin, tunnelman ja koko tilanteen aistii kaikilla kehon aisteilla, jää virtuaalikonserteista pois. Teknologia ja ihmiskeho ovat molemmat materiaalisia käytänteiden elementtejä Shoven ym. (2012) mallissa, ja vaikka Richardson (2005) puhuu teknohomasta, jossa teknologia otetaan osaksi kehollisuutta, niin virtuaalikonserttien vuorovaikutuksesta puhuttaessa teknologia ei näyttäisi korvaavan ihmiskehoa. Teknologia on kuitenkin osa virtuaalikonserteille ominaista sosio-materiaalisuutta, mutta sillä on isompi rooli esimerkiksi paikan rakentamisen käytänteessä.

Mun mielestä fakta on vaa se, että striimiä ei voi mitenkää verrata livekokemukseen, niinku siihen, että sä oot yleisössä. Mun mielestä ne on kaks täysin eri asiaa. Siinä varmaa se suurin on tunnelma. Et eihän tässä pääse mitenkää semmoseen niinku keikkafilikseen, että ku on itelläki vähä siellä yleisössä hiki ja jotenki se semmonen niinku, kaikki on nii läsnä ja lähellä, nii se jää valitettavasti ruudun toiselle puolelle. (Ville, 27)

--mun mielestä just se fyysinen tunne puuttuu siitä, että on siinä tilassa niiden muiden ihmisten kanssa ja sit se basari hakkaa oikeesti rinnassa. Kaikki eri efektit on paljon voimakkaampia, valot on kirkkaammat ja ku ne tulee oikeesti suoraan silmään, nii sä tunnet neki ja haisee joku savukone siinä. (Tapani, 57)

--musta se oli tosi hyvä pointti, mikä oli Tapanilla, että tästä kyl puuttu se semmonen, että ku menee keikoille nii se kyl usein tuntuu kehossa jollain tavalla, ja se on aika semmonen fyysinen kokemus myös. Ei pelkästään se kuuloaisti vaan kaikki muutkin aistit. Kaikki hajut ja tuntoaisti ja kaikki, että senhän tuntee ihan eri tavalla, että eihän sitä tosta saa mitenkää aikaseks. (Julia, 17)

Vaikka virtuaalikonsertteja ei katsota isojen ihmismassojen keskellä, niin siitä huolimatta tarve kokea kuuluvansa johonkin isompaan ryhmään on olemassa. **Yhteenkuuluvuuden tunne** on tärkeä vuorovaikutuksen elementti. Toisaalta ihminen ei välttämättä koe yhteenkuuluvuuden tunnetta livekonsertissa suuren ihmisjoukonkaan keskellä.

Samaistuminen yleisöön, yleisön edustajaan tai kanssakatsojiin on oleellista. Virtuaalikonserteissa pienellä studioyleisöllä voisi Olivian mielestä olla tähän vaikutusta.

Jotenkin, että pienessä studioyleisössä näkis sen yleisön edustajan, jota vähä niinku iteki edustaa, nii sit sais sitä samaistumis pintaa vähän ja niinku sen kautta pystyis elää sitä vuorovaikutusta siihen esiintyjään. (Olivia, 19)

Ehkä seki, ku kattoo täällä kotona tota, nii voi aatella, et okei mä ihan hyvin voin olla kohderyhmää, ku mä katon kotona tällästä, mut ehkä jos me mentäis kattoo tota ihan paikan päälle, niin musta tuntuis, et me oltais jonku iskelmäkansan keskellä siellä. Sillee et okei vois tulla sellane fiilis, et mitä ihmettä mä täällä teen, mut nyt tuli se fiilis, et iha hauska kattoo tällästä, vaik mä en ees hirveesti kuuntele iskelmämusiikkia. Nii, tuntee kuuluvansa porukkaan tavallaan myös. (Amanda, 19)

Yhteys jollain tavalla joko artistiin tai toiseen katsojaan on merkityksellistä virtuaalikonserteissa. Usein juurikaan vuorovaikutusta itse artistiin virtuaalikonserteissa ei ole, jolloin vuorovaikutus muiden katsojien kanssa korostuu.

--se, mitä olis voitu enemmän tälle etänä toteuttaa olis se, että artisti juttelis yleisön kanssa edes jonkin verran jollain tavalla. (Anna, 20)

--jos mä oisin katonu tota yksin, nii ei olis saanu mitään irti koko keikasta, koska sit mä oisin ollu vaa hiljaa ja ollu kokoajan sillee, et nyt olis hauska kommentoida tätä, mut ei oo ketään kelle puhua. Et sit laittais varmaa kokoajan snäppiä kavereille, et täällä keikalla tällästä. (Aino, 19)

Virtuaalikonserteissa esimerkiksi **älypuhelin** toimii **häiriötekijänä** usein, mikä johtuu varmasti monesta asiasta. Ärsykeitä on huomattavasti vähemmän virtuaalikonsertissa verrattuna livekonserttiin, jolloin älypuhelimeen kiinnittää helpommin huomiota. Paikkana koti on luonnollisesti rauhallisempi kuin konserttipaikka, jolloin on herkempi pienemmille ärsykeille virtuaalikonsertin aikana. Myös selkeä vuorovaikutuksen puute artistin kanssa tekee sen, että katsoja kohdistaa huomionsa välillä muualle konsertista.

--aika helposti harhautuu, jos tulee joku hyvä juttu mieleen tai puhelimen näyttö välähtää, nii kyl sitä helposti kattoo, et mikä homma. (Sofia, 22)

Niin ehkä helpommin tässä herpaantuu keskittyminen, tai siis mulla, herpaantuu ehkä enemmän, ku mitä normaalisti keikalla. (Mikko, 31)

Tapanikin käytti hyvin näköaistia ja kuuloaistia, ku katto samaan aikaan kännykällä tennistä. (Helena, 58)

Kyllä sitä välillä otti puhelimen ja rupes selaa vähä feediä. (Antti, 34)

4.2 Tulosten yhteenveto ja johtopäätökset

Virtuaalikonserttien kulutuskäytänteet jaoteltiin aineiston perusteella kuudeksi kulutuskäytänteeksi: järjestäminen, paikan rakentaminen, sosialisointi, havainnointi/analysointi, mukautuminen sekä vuorovaikutuksen käytänteet. Jokainen kulutuskäytänteet pitää sisällään erinäisiä elementtejä, jotka muodostavat kyseisen kulutuskäytännön (ks. taulukko 5). Tutkimustuloksista nähdään, että tunnistettujen virtuaalikonserttien kulutuskäytänteiden elementit painottuvat merkityksiin ja materiaaleihin, vaikka kompetenssit ovat myös hyvin keskeisessä roolissa virtuaalikonserttien kontekstissa. Kompetensseihin liittyvät kulutuskäytänteiden elementit virtuaalikonserteissa ovat luonteeltaan kokonaisvaltaisempia, mikä osaltaan selittää taulukon epätasapainoisuutta. Järjestämisen, paikan rakentamisen, sosialisoinnin ja mukautumisen kulutuskäytänteiden elementit jakautuivat niin merkityksiin, materiaaleihin kuin kompetensseihinkin. Ainoastaan havainnoinnin/analysoinnin ja vuorovaikutuksen kulutuskäytänteiden elementeistä yksikään ei sijoittunut tutkijan tulkinnan myötä kompetensseihin. On tärkeää huomioida, että virtuaalikonserttien kulutuskäytänteet eivät ole vielä kuitenkaan muodostuneet lopulliseen muotoonsa, vaan ne ovat vasta muodostumassa.

Taulukko 5. Virtuaalikonserttien kulutusikäntäntet ja niiden elementit.

	Merkitykset	Materiaalit	Kompetenssit
Järjestäminen	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Valmistautuminen</i> • <i>Spontaanisuus</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Odotus, virittäytyminen</i> • <i>Helppous</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Suunnittelu</i> • <i>Muiden aktiviteettien yhdistäminen vk:n kanssa</i>
Paikan rakentaminen	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Eturivin paikat</i> • <i>Kotoisa ympäristö</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Äänentoisto & äänenvoimakkuus</i> • <i>Asettelu</i> • <i>Valaistus</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Virtuaalikonsertin aloittaminen</i>
Sosialisointi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Kommentointi</i> • <i>Kaupassa käynti</i> • <i>Ajanvietto</i> • <i>Rentoutuminen / virkistäytyminen</i> • <i>Jaettu kokemus</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Keskustelu</i> • <i>Ruoka & juoma</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Wolttaaminen</i>
Havainnointi / analysointi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Tarkkaavaisuus</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Normaaliin konserttiin vertaaminen</i> 	
Mukautuminen	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Suhtautuminen</i> • <i>Uusi normaali</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Konsertti kotona keikkapaikan sijaan</i> • <i>Uusi kanava</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Uusi tilanne</i>
Vuorovaikutuksen käytänne	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Aplodit</i> • <i>Eläytyminen</i> • <i>Liven kokeminen, tapahtuu tässä ja nyt</i> • <i>Yhteenkuuluvuuden tunne (jää helposti puuttumaan)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Tunteiden välittyminen</i> • <i>Kuvaus / tuntui, että olisi siellä paikan päällä</i> • <i>Fyysinen kokemus (jää helposti puuttumaan)</i> • <i>Häiriötekijät esim. älypuhelin</i> 	

Tutkimustulosten perusteella voidaan tehdä useita johtopäätöksiä. Ensinnäkin vuorovaikutuksen käytänteen kohdalla tuli useasti esille se, että erityisesti artistin ja yleisön välinen vuorovaikutus jää usein uupumaan käytännössä melkein kokonaan. Kappaleessa 2.4.2 tuotiin esille ja pohdittiin vuorovaikutusta sekä elävyyden kokemista, eli toisin sanoen liven merkitystä. Tutkimustulosten perusteella on perusteltua pohtia, mikä on liven, eli reaaliajassa tapahtuvan, virtuaalikonsertin merkitys. Tulisiko virtuaalikonserttien kohdalla luopua livetoteutuksista, ja sen sijaan panostaa konserttien

taltioimiseen etukäteen? Tällöin myös virtuaalikonserttien tekninen toteutus olisi varmempi ja sisältäisi vähemmän riskitekijöitä.

Tutkimustuloksista saatiin selville, että laajempi yhteenkuuluvuuden tunne, vuorovaikutus ja elämyksellisyys jäävät usein puuttumaan. Eräänlainen hybridivaihtoehto virtuaalikonserttien järjestämiselle voisi olla tapahtumatuottajien ja artistien yhteistyö elokuvateatterien kanssa. Kuten tutkimustuloksista kävi ilmi, niin ihmisten on usein vaikea merkityksellistää omaa kotiaan konserttipaikaksi, ja vaikka totutuille konserttipaikoille meneminen on poissuljettu vaihtoehto, niin silti halu lähteä katsomaan konserttia kotoa johonkin toiseen paikkaan on suuri. Ihmiset voisivat tällöin mennä elokuvateattereihin katsomaan virtuaalikonsertteja. Elokuvateattereihin otettaisiin rajattu määrä ihmisiä kerralla sisään, mutta elokuvateattereiden myönteisenä ominaisuutena on usein se, että ne ovat suuria saleja, joissa on valmiiksi istumapaikat ja joissa turvavälit pystytään pitämään helposti. Yleisö käyttäisi myös kasvomaskeja. Lisäksi elokuvateattereissa äänentoistolaitteet ovat huippuluokkaa ja pienellä yleisömäärälläkin kyseiselle yleisölle voitaisiin mahdollisesti luoda areenaluokan konserttielämys elokuvateatterin tarjoamien puitteiden ansiosta.

Elokuvateattereissa näytettävissä virtuaalikonserteissa artisti, soittajat ja teknikot eivät olisi kuitenkaan samassa fyysisessä tilassa yleisön kanssa. Sen myötä, jos luovuttaisiin reaaliajassa toteutettavista virtuaalikonserteista, voitaisiin järjestää useampia näytöksiä saman päivän aikana, jolloin kokonaisyleisömäärää saataisiin kasvatettua. Kuten tutkimustuloksista kävi ilmi, niin ihmisille on kuitenkin tärkeämpää artistin kanssa koetun vuorovaikutuksen sijaan yhdessä koettu sosiaalinen tilanne kanssakatsojien kesken ja sen luoma vuorovaikutus näiden ihmisten välillä. Lisäksi ympäristönä elokuvateatteri voisi toimia houkuttimena sille, että kuluttajat olisivat halukkaampia maksamaan tämänkaltaisesta virtuaalikonserttikokemuksesta herkemmin sen sijaan, että virtuaalikonsertti katsottaisiin omalta kotisohvalta. Tällöin ihmiset kokisivat vahvempaa yhteenkuuluvuuden tunnetta, vuorovaikutusta ja elämyksellisyyttä. Kuluttajat pääsisivät lähtemään kotoaan ikään kuin konserttipaikalle.

Tärkeä huomio on myös se, että tällöin lipputulot saataisiin jokaiselta katsojalta, sillä kotona katsottaessa usein ostetaan vain yksi lippu, jolla useampi henkilö katsoo samaa

konserttia. Artisteille tämä mahdollistaisi fiksumman tulonmuodostuksen, sillä riittäisi, että artisti soittaisi normaaliin tapaan yhden konsertin, mutta silti lipputulaja saataisiin enemmän kuin yhdestä virtuaalikonsertista. Artisteille tämä mahdollistaisi myöskin oikeudenmukaisemman ja inhimillisemmän tavan harjoittaa elinkeinoaan, sillä korona-aikana on jonkin verran järjestetty livekonsertteja, joita on tarjottu kerralla esimerkiksi vain 10–50 hengelle, mutta artisti on soittanut kahdesta jopa viiteen konserttia saman päivän aikana, jotta se olisi taloudellisesti kannattavaa. Samalla artistit ovat kuitenkin tehneet kaksin- tai jopa viisinkertaisen työmäärän saman keikkapalkkion saamiseksi, kuin mitä normaalisti yhdestä konsertista saisi.

Ovatko virtuaalikonsertit varasuunnitelma, kun keikoille ei pystytä muuten menemään vai ovatko ne jatkossa pysyvä ja relevantti vaihtoehto? Täytyy korostaa, että virtuaalikonserttien vahvuus ja potentiaali liittyy toisaalta juuri siihen, että ne eivät ole paikkasidonnaisia. Virtuaalikonsertit ovat jo nyt tuoneet esiin niiden hyödyt eri ihmisryhmien ja erilaisissa tilanteissa olevien ihmisten kannalta. Virtuaalikonserttien avulla voidaan tarjota kulttuuria esimerkiksi palvelukoteihin ja senioritaloihin (Ykkös-Lohja 2020). Virtuaalikonsertit mahdollistavat konserttiin osallistumisen paremmin myöskin liikuntarajoitteisille sekä erinäisistä vammoista kärsiville ihmisille. Joskus voi olla myös maantieteellisen sijainnin asettamia esteitä konserttiin osallistumiselle, esimerkiksi konsertti järjestetään niin kaukana kotoa, että sinne on mahdotonta päästä tai ei ole saatavilla sellaisia kulkuvälineitä, joilla voisi konserttiin matkustaa. Näissä tilanteissa virtuaalikonsertit tarjoavat vaihtoehdon osallistua konserttiin menemättä fyysisesti paikan päälle konserttipaikalle.

Lopulta tämän tutkimuksen aineiston analyysin ja tulosten pohjalta merkittävin johtopäätös on se, että virtuaalikonsertit eivät korvaa perinteisiä konsertteja eikä näin tulisi ajatellakaan. Virtuaalikonsertit tulisi nähdä uutena kanavana kuluttaa musiikkia ja osallistua konsertteihin. Näin ollen virtuaalikonsertit ovat enemmänkin täydentävä tapa kuluttaa musiikkia eikä korvaava. Tällä tutkija tarkoittaa nimenomaan sitä, että virtuaalikonsertit ovat uusi kanava, jolla voidaan tavoittaa täysin uusia markkina-alueita. Hyvänä esimerkkinä tästä toimii äänikirjat: kaikki ihmiset eivät välttämättä jaksaa lukea kirjoja, mutta he jaksavat tai ovat kiinnostuneita kuuntelemaan niitä äänikirjojen muodossa.

5 YHTEENVETO

5.1 Tutkimuksen yhteenveto

Tämän pro gradu -tutkielman tarkoituksena oli ymmärtää kuluttajien kulutuskäytänteitä virtuaalikonserttien kontekstissa tavoitteenaan tutkia, millaisiksi kuluttajien virtuaalikonserttien kulutuskäytänteet ovat muodostumassa pandemian aikana ja mistä elementeistä virtuaalikonserttien kulutuskäytänteet koostuvat. 2020-luvun vaihteessa puhjennut maailmanlaajuinen pandemia on toiminut alkusysäyksenä virtuaalikonserteille. Sen sijaan, että kuluttajat lähtisivät katsomaan konserttia fyysisesti erilaisille keikkapaikoille, konsertit katsotaan nyt virtuaalikonsertteina kotisohvilta. Tämän myötä myös kulutuskäytänteet, jotka liittyvät konsertteihin, ovat muodostumassa uudenlaisiksi. Tutkimuskysymykset muotoutuivat lopulta seuraavanlaisiksi:

- 1. Millaisia kulutuskäytänteitä kuluttajilla on virtuaalikonserteissa?*
- 2. Millaisista elementeistä virtuaalikonserttien kulutuskäytänteet koostuvat?*

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys rakentui vahvasti käytänneteorian ympärille, jossa yksilöt toimivat käytänteiden kantajina, jotka omilla tekemisillään ja sanomisillaan muodostavat kulutuskäytänteitä. Teoreettisessa viitekehyksessä hyödynnettiin erityisesti Shoven ym. (2012) käytänteiden elementtien mallia virtuaalikonserttien kulutuskäytänteiden ymmärtämiseksi, mutta se ei kuitenkaan ohjannut aineiston analysointia eikä tutkimustulosten muodostamista. Tutkimuksessa oli induktiivinen tutkimusote, jonka myötä aineiston analysointi suoritettiin aineistolähtöisesti. Virtuaalikonsertti toimi teoreettisen viitekehysten kontekstina, jossa yksilöt, käytänteiden kantajat, ylläpitävät ja suorittavat kulutuskäytänteitä. Teorialuvussa käsiteltiin lisäksi teknologian merkitystä liittyen virtuaalikonsertteihin ja niiden kulutuskäytänteisiin sekä ajan ja paikan roolia kontekstuaalisina tekijöinä, jotka osaltaan vaikuttavat virtuaalikonserttien kulutuskäytänteisiin.

Käytänneteoria toimi tässä tutkimuksessa teoria-tutkimusmenetelmäkokonaisuutena, jonka avulla tutkija pystyi tarkastelemaan tutkimusilmiötä – virtuaalikonserttien kulutuskäytänteitä. Käytänneteorian ontologiassa ihmistä ja maailmaa ei aseteta toisistaan erilleen, vaan ne ovat toiminnan kautta tiiviisti kietoutuneet yhteen (Nicolini 2013, 34–35; Schatzki 2001, 12). Käytänneteorian lähtökohtana on, että sosiaalinen todellisuus koostuu pohjimmiltaan käytännteistä. Tämä tutkimus sijoittui sosiaalisen konstruktionismin kenttään, sillä käytänneteoriassa todellisuus syntyy osallistumalla käytännteisiin (Kelleher, Wilson, Macdonald & Peppard 2019).

Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena, jossa aineisto kerättiin osallistuvan havainnoinnin ja teemahaastattelun avulla. Tutkimusaineisto koostui lopulta viidestä havainnoinnista sekä viidestä ryhmähaastattelusta, joiden koot olivat kahdesta kuuteen henkilöä. Tutkimuksessa oli yhteensä 16 informanttia, sekä naisia että miehiä, jotka olivat iältään 17–58 -vuotiaita opiskelijoita sekä työssäkäyviä henkilöitä. Aineiston analysoinnissa hyödynnettiin temaattista analyysia, jonka seurauksena muodostettiin tutkimuksen tulokset. Tutkija tunnisti analysoinnin ja tulkinnan myötä kuusi virtuaalikonserttien kulutuskäytännettä: järjestäminen, paikan rakentaminen, sosialisointi, havainnointi/analysointi, mukautuminen sekä vuorovaikutuksen käytänne. Jokainen kulutuskäytänne piti sisällään erinäisiä elementtejä, jotka muodostivat kyseisen kulutuskäytänteen. Tunnistetut virtuaalikonserttien kulutuskäytänneiden elementit sijoittuivat luonteeltaan joko merkityksiin, materiaaleihin tai kompetensseihin.

Lopulta tuloksista muodostettiin johtopäätöksiä. Virtuaalikonserteissa vuorovaikutus artistin ja yleisön välillä jäi puuttumaan käytännössä kokonaan, mutta voidaankin todeta, että sitä merkityksellisemmäksi nousi katsojien keskinäinen vuorovaikutus ja sen aikaansaama yhteenkuuluvuuden tunne. Informanttien oli järjestään haastavaa merkityksellistää omaa kotiaan konserttipaikaksi. Toisaalta johtopäätöksenä esitettiin myös, että virtuaalikonserttien vahvuus ja potentiaali liittyy juuri siihen, että ne eivät ole paikkasidonnaisia. Tutkimuksen merkittävin johtopäätös oli se, että virtuaalikonsertit eivät korvaa perinteisiä konsertteja eikä näin tulisi ajatellakaan. Virtuaalikonsertit ovat uusi kanava, jolla voidaan tavoittaa täysin uusia markkina-alueita.

5.2 Tieteellinen kontribuutio

Tutkimuksella on tieteellistä kontribuutiota, kun se selvästi tuo lisää, kaunistaa tai luo jotain uutta verrattuna aiemmin tuotettuun tietoon (Ladik & Stewart 2008). Tutkimuksen tieteellinen kontribuutio syntyy siis silloin, kun se luo tai tuottaa ymmärrystä jostain asiasta tai ilmiöstä, mistä ei vielä tiedetä kaikkea. Ladik & Stewart (2008) tuovat esille, että tutkimuksen tieteellistä kontribuutiota voidaan tuottaa kontekstin, teorian tai tutkimusmenetelmän osalta. Tässä tutkimuksessa tunnistettiin kolme tieteellisen kontribuution osa-alueita. Ensinnäkin tieteellinen kontribuutio muodostuu suurimmaksi osaksi kontekstuaalisesta kontribuutiosta, sillä kulutuskäytänteitä ei ole tutkittu juuri lainkaan virtuaalikonserttien kontekstissa. Tällä tutkielmalla on täten tuotettu merkityksellistä uutta tietoa ja ymmärrystä kuluttajien kulutuskäytännöistä virtuaalikonserteissa.

Lisäksi tutkimuksen tieteellinen kontribuutio muodostuu osittain myös teoreettisesta ja tutkimusmenetelmällisestä kontribuutiosta, sillä huomattiin, kuinka käytänneteoria teoria-tutkimusmenetelmäkokonaisuutena (Nicolini 2013, 7) soveltuu myös kuluttajien kulutuskäytänteiden tutkimiseen virtuaalikonserttien kontekstissa. Käytänneteoria toimi tämän tutkielman teoreettisena viitekehyksenä, mutta toisaalta myös käytänneteoreettisena linssinä, joka ohjasi käytettyjen tutkimusmenetelmien valintaa. Lopulta tutkimusaineiston perusteella löydettiin virtuaalikonserttien kontekstissa kuusi kulutuskäytännettä, joita aikaisempi tieteellinen kirjallisuus ei ole tunnistanut.

Virtuaalikonserttien kulutuskäytännöistä tarvitaan lisää tutkimusta, jotta niistä saadaan lisää tietoa ja sen myötä voidaan luoda vahvempi tieteellinen pohja kyseiselle ilmiölle. Kuten Warde (2014) on tuonut esille, niin täytyy tutkia, miten ihmiset muodostavat rutiineja tai toimintatapoja, jotka johtavat heidät toistamaan tiettyjä toimia kutakuinkin samalla tavalla ja suurin piirtein samalla tavalla kuin muut ihmiset samantyyppisissä tilanteissa. Tämän tiedon avulla voitaisiin edesauttaa kuluttajien uusien kulutuskäytänteiden syntyä ja vakiintumista virtuaalikonserttien kontekstissa.

5.3 Manageriaalinen relevanssi

Warde (2005) toteaa käytänteiden luovan tarpeita kuluttajien yksittäisten halujen sijaan. Lisäksi hän jatkaa tuomalla esiin, että itse asiassa käytänteet ovat yksilöllisten tarpeiden tai aikomusten tai sosiaalisten rakenteiden vaikutusten sijaan määritelty kulutusvalintojen ja mieltymysten tärkeimmiksi ajureiksi. Tämä on yksi tärkeimmistä syistä, miksi on tärkeää tutkia kuluttajien kulutuskäytänteitä virtuaalikonserttien kontekstissa. Ymmärtämällä paremmin kuluttajien kulutuskäytänteitä, virtuaalikonserttipalveluita pystytään kehittämään paremmiksi ja tarjoamaan kuluttajille mieleenpainuvampia konserttikokemuksia. Tämä puolestaan edistää kuluttajien halua katsoa lisää virtuaalikonsertteja ja maksaa niistä.

Tutkimuksen perusteella havaittiin tarvetta virtuaalikonserttien kokonaisvaltaisemmalle ja tarkemmalle suunnittelulle. Virtuaalikonsertteja järjestävien yritysten, tapahtumatuottajien ja artistien tulisi ottaa huomioon paremmin virtuaalikonserttien koko kulutussykli. Heidän tulisi panostaa suunnittelussaan ja toteutuksessaan siihen, että ne tukisivat mahdollisimman hyvin sekä ennen virtuaalikonserttia tapahtuvia kulutuskäytänteitä, konsertin aikana tapahtuvia kulutuskäytänteitä, että myös virtuaalikonsertin jälkeen tapahtuvia kulutuskäytänteitä. Markkinoijien ja tapahtumatuottajien tulisi hahmottaa ja ymmärtää kuluttajien kulutuskäytänteitä virtuaalikonserttien kontekstissa kokonaisvaltaisemmin, jotta kuluttajille voitaisiin tarjota mahdollisimman eheä kokonaisuus, joka mahdollistaa erinäisten kulutuskäytänteiden toteuttamisen. Tällä tavoin kuluttajille voidaan luoda paremmin arvoa, mikä puolestaan kasvattaa lipunmyyntiä ja parantaa koko tämän liiketoimintamallin tuottavuutta.

Virtuaalikonsertti tulisi nähdä ennen kaikkea uutena kanavana kuluttaa kulttuuria ja musiikkia. Virtuaalikonserttien kohdalla tulisi miettiä, minkälaisista osatekijöistä ja kulutuskäytänteistä ”normaalit” konsertit rakentuvat kuluttajien näkökulmasta. Tämän jälkeen tulisi miettiä, mitkä asiat ja niiden myötä, mitkä kulutuskäytänteet ovat muuttuneet. Mitä elementtejä voidaan sellaisinaan siirtää suoraan myös virtuaalikonsertteihin ja mitä elementtejä tulisi muokata, jotta kuluttajille voitaisiin tarjota uusi, mahdollisimman hyvin palveleva konserttikokonaisuus. Kun artistin ja yleisön

vuorovaikutus pienenee huomattavasti tai jopa häviää konserttitilanteesta kokonaan, miten tätä vuorovaikutuksellisuutta voitaisiin luoda lisää virtuaalikonsertteihin? Yksi tapa vuorovaikutuksellisuuden lisäämiseksi olisi päästää yleisö kulissien taakse, eli toisin sanoen, tuoda kuvausryhmä artistin takahuoneeseen, missä artisti voisi kertoa laajemmin esimerkiksi konserttiin liittyvistä asioista kuin, mihin yleensä konserteissa on totuttu.

Kuluttajien virtuaalikonserttien kulutuskäytänteiden ymmärtäminen on virtuaalikonserttien potentiaalin valjastamisen ytimessä. Markkinoijien tulisi keskittyä siihen, kuinka näiden kulutuskäytänteiden rakentumista ja vakiintumista voitaisiin edistää ja helpottaa. Tähän vaikuttaa se, että virtuaalikonsertteja ei lähtökohtaisestikaan markkinoitaisi perinteisinä konsertteina ja ymmärrettäisiin, että virtuaalikonsertit ovat uudenlainen kanava musiikin kuluttamiseen eikä perinteisten konserttien korvaava toteutustapa.

Virtuaalikonserttien toteutuksessa voitaisiin hyödyntää enemmän luontoa ja erilaisia ympäristöjä. Tästä hyvä esimerkki on Kygon virtuaalikonsertti ”Live from the Sunnmore Alps” (5.3.2021), joka kuvattiin ja toteutettiin Norjassa vuoren päällä upeissa vuoristomaisemissa. Kyseisessä virtuaalikonsertissa yhdistyi omalla tavallaan konsertti sekä luonto- ja matkailuohjelma, jossa yleisö pääsi näkemään artistin uudeltaisessa, mielenkiintoisessa sekä visuaalisesti esteettisessä ympäristössä. Toinen hyvä esimerkki on Zara Larssonin virtuaalikonsertti ”Live in Concert”, joka toteutettiin IKEA:n kanssa yhteistyössä. Virtuaalikonsertissa oli hyödynnetty innovatiivisella tavalla IKEA:n tuotteita konsertin toteutuksessa. IKEA:n tuotteista oli rakennettu useita erilaisia näyttävän näköisiä lavastuksia ja rakennelmia. Zara Larssonin virtuaalikonsertissa yhdistyi upealla tavalla livekonsertti musiikkivideon estetiikalla.

Kun pohditaan musiikkibisneksen tulevaisuutta, niin virtuaalikonsertteja tulisi kehittää asiakaslähtöisesti. Kuluttajien näkökulma tulee ottaa huomioon. Mitä kuluttajat kaipaavat ja hakevat virtuaalikonserteista? Mitä lisäarvoa virtuaalikonsertti tuo kuluttajalle tilanteessa, jossa hän voi valita virtuaalikonsertin ja ”normaalin” konsertin väliltä? Ellei näihin asioihin kiinnitetä huomiota, niin virtuaalikonsertit eivät tule jäämään pysyväksi ilmiöksi. Virtuaalikonserttien etuna on kuitenkin se, että niissä on valtavasti potentiaalia siihen, että niihin voitaisiin tuoda paljon sellaisia elementtejä mukaan, mitä normaalisti

livekonserteissa ei tuoda tai ei pystytä tuomaan mukaan konserttitilanteeseen. Kuten edellisessä kappaleessa mainittiin, niin virtuaalikonserteissa pystytään käyttämään erilaisia ympäristöjä paremmin hyödyksi. Fyysisen liveyleisön puuttuminen mahdollistaa uudenlaisen esiintymisympäristön luomisen, jossa voidaan hyödyntää sekä virtuaalisia ympäristöjä että fyysisiä ympäristöjä. Kun ei tarvitse miettiä, mihin valtava ihmismassa saadaan mahtumaan, niin tilaa ja mahdollisuuksia syntyy uudenlaisen konserttikokemuksen toteutukselle. Lisäksi virtuaalikonsertteihin voitaisiin tuoda elementtejä teatterista, kuten Vesalan virtuaalikonsertissa oli tuotu. Virtuaalikonserteissa voitaisiin hyödyntää ja yhdistellä eri taiteen muotoja innovatiivisella tavalla luoden samalla kuluttajille uudenlaisia konserttikokemuksia.

Koska perinteiset konsertit ja virtuaalikonsertit ovat erilaisia konsepteja, niin niihin liittyvät kulutuskäytänteet myöskin eroavat toisistaan. IDTechin (2021) mukaan pelkästään vuonna 2020 videopelisiä pelasi maailmassa noin 2,7 miljardia ihmistä. Tähän valtavaan lukuun on todennäköisesti vaikuttanut meneillään oleva pandemia. Tämä kertoo toisaalta siitä, että myös virtuaalikonserteissa on valtava potentiaali. Huhtikuussa 2020 Travis Scott esiintyi suosittuun Fortnite videopelin sisällä virtuaalisesti, jota seurasi 27,7 miljoonaa osallistujaa samanaikaisesti (Miceli 2020). Yhteensä videopelin sisällä tapahtunut virtuaalikonsertti keräsi 45,8 miljoonaa näyttökertaa, kun mukaan laskettiin kaikki toistokerrat (Ocal 2020). Myös JVG:n historiallinen virtuaalikonsertti ”Ikuinen vappu” keräsi yhteensä 1,4 miljoonaa katsojaa (Helsingin kaupunki 2020).

Voidaan todeta, että musiikkiteollisuuden ja teknologiateollisuuden sekä videopeliteollisuuden tulisi tehdä laajemmin yhteistyötä tulevaisuudessa. Uudenlaisia konserttipaikkoja tulisi miettiä ja soveltaa, kuten Travis Scottin tapaus aiemmin toi hyvin esille. Virtuaalikonserttien kohdalla tulisi hyödyntää laajemmin virtuaalitodellisuutta (VR), lisättyä todellisuutta (AR) sekä laajennettua todellisuutta (XR). Täytyy osata ajatella laatikon ulkopuolelta ja pitää mielessä, että virtuaalikonserttien kohdalla kyse on uudesta kanavasta musiikin kuluttamiseen, jolloin myös kuluttajien kulutuskäytänteet eroavat perinteisten konserttien kulutuskäytänteistä. Se, mikä virtuaalikonserteissa ei eroa perinteisistä konserteista on se, että niiden täytyy samalla tavalla olla myös vuorovaikutteisia ja sosiaalisia onnistuakseen luomaan kuluttajille mielenkiintoisen ja onnistuneen konserttikokemuksen.

Virtuaalikonsertit voisivat tarjota mahdollisuuden osallistua konsertteihin, vaikka ne olisivat loppuunmyytyjä. Verkkokaupoissa, joissa myydään konserttilippuja voisi tällaisissa tilanteissa lukea esimerkiksi teksti: ”Konsertti on valitettavasti loppuunmyyty, mutta ei hätää, tästä pääset ostamaan lipun virtuaalikonserttiin ja sitä kautta osallistumaan konserttiin!”. Virtuaalikonserteilla voitaisiin siis kasvattaa myyntiä tilanteissa, joissa fyysisen konserttipaikan kapasiteetti on jo myyty loppuun. Johtopäätöksenä voidaan todeta, että tapahtumajärjestäjien tulisi aina tarjota virtuaalikonserttivaihtoehtoa perinteisen konsertin rinnalle. Erityisesti tilanteissa, joissa konserttipaikalla on joka tapauksessa jo sellainen kameratuotanto paikalla, jolla pystytään tuottamaan lavascreeneille videokuvaa. Tällöin kyseistä videokuvaa voidaan hyödyntää parhaimmillaan sellaisenaan virtuaalikonsertin toteutuksessa.

Kun konsertteihin osallistuminen on virtuaalikonserttien myötä virtuaalisesti mahdollista, niin se avaa täysin uuden markkinapotentiaalin koko musiikkiteollisuudelle. Kuten moneen kertaan on todettu, niin kuluttajat voivat osallistua nyt konsertteihin virtuaalisesti kotisohviltaan lähtemättä mihinkään. Tutkimustulokset osoittavat, että virtuaalikonserttien markkinapotentiaali piilee juuri nimenomaan niiden helppoudessa, nopeudessa sekä vaivattomuudessa kuluttajien kannalta. Virtuaalikonsertit, uutena kanavana kuluttaa musiikkia, tarjoavat kuluttajille uudenlaisia vaihtoehtoja, mutta ne mahdollistavat myös yrityksille liiketoiminnan laajentamisen.

5.4 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi ja rajoitteet

Tutkimuksen luotettavuuden arvioinnilla sekä rajoitteiden tunnistamisella voidaan arvioida laajemmin tutkimuksen laatua. Tässä luvussa arvioidaan ensin tutkimuksen luotettavuutta hyödyntäen Lincolnin ja Guban (1985) kehittämää käsitteistöä, joka koostuu uskottavuudesta, siirrettävyydestä, riippuvuudesta sekä vahvistettavuudesta. Luvun lopussa käsitellään tutkimuksen rajoitteita.

Tutkimuksen uskottavuutta voidaan arvioida sillä, kuinka läpinäkyvästi aineiston keruuta, tutkimukseen osallistuneita informanteja sekä tutkimuksen toteutusta on kuvattu (Tuomi & Sarajärvi 2018). Tutkija toi läpinäkyvästi esille, miten tutkimusprosessi eteni alusta

loppuun ja millä tutkimusmenetelmillä aineisto kerättiin. Lisäksi tutkija kuvaili anonymiteetin rajoissa millaisia informanteja tutkimuksessa hyödynnettiin ja miten informantit valikoituivat tutkimukseen. Tutkija hyödynsi aineiston keruussa lähipiiriään sekä muita jo valmiiksi tuttuja henkilöitä, jolla tutkija halusi varmistua siitä, että virtuaalikonserttitilanteet olisivat mahdollisimman luonnollisia. Tällä tavoin tutkijan ja informanttien välille syntyi luottamuksellisempi suhde, jolla mahdollistettiin tutkijan pääsy todelliseen ympäristöön, missä virtuaalikonsertteja kulutettiin eli katsojien koteihin. Tutkimuksen luotettavuutta lisäsi myöskin se, että tutkija käytti aineiston keruussaan useampaa kuin yhtä tutkimusmenetelmää – osallistuvaa havainnointia sekä teemahaastatteluita.

Tutkimuksen siirrettävyyttä voidaan arvioida sillä, missä määrin tutkimustulokset ovat siirrettävissä toiseen kontekstiin (Tuomi & Sarajärvi 2018). Tämän tutkimuksen kontekstina oli virtuaalikonsertti ja tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena, jonka aineisto koostui yhteensä viidestä havainnoinnista sekä viidestä ryhmähaastattelusta. Laadullisessa tutkimuksessa ei ole lähtökohtaisesti tarkoitus tuottaa tietoa, joka olisi yleistettävissä laajemmin eri konteksteihin, vaan lisätä yksityiskohtaisempaa ja syvällisempää ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä (Belk ym. 2013). Tämän takia aineiston koko soveltui tutkijan mielestä tämän tutkimuksen tarkoitukseen. Tutkimustuloksia ei voida sellaisenaan siirtää muihin konteksteihin, mutta tutkimuksen tuloksilla saatiin syvällistä ja hyvin yksityiskohtaista tietoa tutkimuksen kohteena olevasta ilmiöstä, mitä tutkimuksessa tavoiteltiin.

Tutkimuksen riippuvuutta voidaan arvioida sillä, kuinka hyvin tieteellistä tutkimusta ohjaavia yleisperiaatteita on noudatettu tutkimuksessa (Tuomi & Sarajärvi 2018). Tutkija hyödynsi tutkimusprosessissaan kirjallisuutta, jossa opastettiin tieteellistä tietoa tuottavan tutkimuksen tekemiseen ja toteuttamiseen. Tutkija oli myöskin yhteydessä pro gradu -seminaarin ohjaajaan tilanteen niin vaatiessa. Tutkija syventyi tutkittavana olevan aiheen aikaisempaan kirjallisuuteen ja viittasi tekstissään lähteisiin yleisten tieteellisten tapojen mukaisesti. Tutkija laittoi eri lähteitä keskustelemaan keskenään ja tuotti myöskin omaa reflektoivaa tekstiä. Aineiston analysoinnin ja tutkijan tulkinnan pohjalta muodostettiin tutkimustulokset, joiden totuudenmukaisuutta perusteltiin esittämällä informanttien suoria sitaatteja tuloksissa. Lopulta tutkimuksen vahvistettavuutta voidaan arvioida sillä,

kuinka ulkopuoliset henkilöt ovat osallistuneet tutkimuksen arviointiin tutkimusprosessin edetessä (Tuomi & Sarajärvi 2018). Tutkija esiintyi tutkielmaseminaarissa kolmeen kertaan, ensin esittäen aiheanalyysin, toiseksi tutkimussuunnitelman ja lopuksi vielä noin 95 % valmiin työn, joita muut opiskelijat sekä ohjaaja arvioivat systemaattisesti jokaisella esiintymiskerralla.

Tutkimukseen liittyi myös joitain rajoitteita. Osa informanteista oli katsonut jo joitain virtuaalikonsertteja ennen tutkimustilanteessa olevaa virtuaalikonserttia, mutta suurimmalle osalle informanteista tämä oli ensimmäinen kerta, kun he katsoivat virtuaalikonserttia. Kaiken kaikkiaan voidaan todeta, että virtuaalikonsertti oli kaikille uusi konsepti, mikä todennäköisesti vaikutti siihen, kuinka informantit osasivat reflektoida tilannetta ja siihen liittyviä käytänteitä. Lisäksi osa informanteista oli itsekin esiintyviä muusikoita, artisteja, mikä vaikutti heidän tapaansa katsoa ja kommentoida virtuaalikonserttitilannetta. Se nähtiin tämän tutkimuksen kannalta kuitenkin hyödyllisenä, sillä kyseiset informantit toivat ilmiön tarkasteluun arvokasta ja ymmärrystä lisäävää näkökulmaa.

Tutkimuksen aineiston koko asettaa myöskin omat rajoitteensa, sillä aineisto koostui lopulta viidestä havainnoinnista ja viidestä ryhmähaastattelusta. Tutkimuksen tavoitteena ei kuitenkaan ollut tuottaa laajemmin yleistettävissä olevaa tietoa, vaan tutkia kuluttajien kulutuskäytänteitä virtuaalikonserttien kontekstissa ja tuottaa kyseisestä ilmiöstä syvällistä sekä yksityiskohtaista ymmärrystä. Tutkimukseen valikoituneilla informanteilla on myöskin oma roolinsa siinä, millaisia tuloksia tutkittavasta ilmiöstä muodostui, joten jos tutkimus toteutettaisiin uudestaan hyödyntämällä eri henkilöitä, niin tutkimusaineisto ja -tulokset saattaisivat muodostua toisenlaisiksi. Tutkijan aikataulu sekä mahdollisuudet tutkimuksen tekemiselle pro gradu -tutkielman asettamissa rajoissa muodostivat myöskin omat rajoitteensa tutkimukselle. Lopuksi on vielä hyvä nostaa esiin, että myöskin tutkijan tulkintaan vaikuttaa aina hänen aikaisemmat kokemuksensa sekä esiymmärrys tutkimusilmiöstä (Shankar ym. 2001).

5.5 Jatkotutkimusmahdollisuudet

Virtuaalikonserttien kulutuskäytänteiden tutkimus on vasta alkutekijöissään, minkä myötä jatkotutkimusmahdollisuuksia kyseisestä aiheesta on paljon. Virtuaalikonserteissa on valtava markkinapotentiaali, jonka takia lisätutkimukselle on tarvetta. Tämä tutkimus toi esiin useita mahdollisuuksia jatkotutkimukselle. Ensinnäkin, koska virtuaalikonserttien kulutuskäytänteistä on vasta niin vähän tehty tutkimusta, jos ollenkaan, niin aiheita olisi tarpeen tutkia lisää, jotta mahdollisista muista kulutuskäytänteistä, joita virtuaalikonsertteihin liittyy, saataisiin lisää tietoa. Tässä tutkimuksessa ei tehty rajoituksia informanttien iän, sukupuolen, koulutuksen tai ammatin suhteen, minkä takia olisikin mielenkiintoista tutkia tarkemmin esimerkiksi sitä, eroavatko virtuaalikonserttien kulutuskäytänteet eri ikäryhmien välillä. Lisäksi tässä tutkimuksessa kaikki ryhmät, jotka olivat havainnointien ja haastatteluiden kohteena, koostuivat kahdesta-kuudesta henkilöstä, jolloin jatkossa voitaisiin tutkia, miten virtuaalikonserttien kulutuskäytänteet eroavat, kun virtuaalikonserttia katsoo yksin verrattuna, kun katsotaan ryhmässä.

Koska tämän tutkimuksen tulokset ovat muodostettu pandemian aikana, olisi hyvä tutkia ilmiötä myös pandemian jälkeen. Muuttaako pandemian poistuminen virtuaalikonserttien kulutuskäytänteitä sekä jäävätkö virtuaalikonsertit ylipäätään pandemian jälkeisessä ajassa vakiintuneeksi kanavaksi osallistua konsertteihin ja kuluttaa musiikkia? Toisaalta hyvin mielenkiintoista olisi myös tutkia ovatko normaalien konserttien kulutuskäytänteet muuttuneet COVID-19 pandemian myötä. Lisäksi tutkimusta tarvitaan siitä, mikä motivoi kuluttajia kuluttamaan virtuaalikonsertteja, jotta virtuaalikonserttien markkinapotentiaali saataisiin kokonaisuudessaan hyödynnettyä.

Tämä tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena, jonka tutkimusmenetelminä toimivat osallistuva havainnointi ja teemahaastattelu. Tutkimuksen aineisto koostui viidestä havainnoinnista sekä viidestä ryhmähaastattelusta, joten tutkimuksen toistaminen laajemmalla aineistolla olisi tarpeen. Lisäksi määrälliset tutkimusmenetelmät voisivat tuoda virtuaalikonserttien kulutuskäytänteiden tutkimiseen uutta näkökulmaa ja mahdollistaisivat paremmin syy-seuraus -suhteiden tutkimisen sekä tarkastelun.

LÄHTEET

Painetut lähteet

- Aarnos, E. (2001). Kouluun lapsia tutkimaan: havainnointi, haastattelu ja dokumentit. Kirjassa Aaltola, J. & Valli, R. *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: Virikkeitä aloittelevalle tutkijalle*. Jyväskylä: PS-kustannus, 144–157.
- Anttila, P. (1996). *Tutkimisen taito ja tiedon hankinta*. Helsinki: Akatiimi.
- Appadurai, A. (1990). Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy. *Theory, Culture & Society*, 7(2–3), 295–310.
- Arnould, E. & Thompson, C. (2005). Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research. *The Journal of Consumer Research*, 31 (4), 868–882.
- Arnould, E., Thompson, C. & Giesler, M. (2010). Three Waves of CCT: On Transcending Anachronistic Rhetorical Conventions. *Consumer Culture Theory Conference*, June 2010, University of Wisconsin, Madison.
- Arsel, Z., & Bean, J. (2013). Taste Regimes and Market-Mediated Practice. *The Journal of Consumer Research*, 39 (5), 899–917.
- Askegaard, S., & Kjeldgaard, D. (2002). The Water Fish Swim In? Relations Between Marketing and Culture in the Age of Globalization. In T. Knudsen, S. Askegaard, & N. Jørgensen (Eds.), *Perspectives on Marketing Relationships*. Karnov Group, 13–35.
- Askegaard, S., & Linnet, J. (2011). Towards an epistemology of consumer culture theory: Phenomenology and the context of context. *Marketing Theory*, 11(4), 381–404.
- Auslander, P. (2008). Live and technologically mediated performance. In *The Cambridge Companion to Performance Studies*. Cambridge University Press, 107–119.
- Baker, C. (2019). Liveness and presence. In *New Directions in Mobile Media and Performance* (1st ed.). Routledge, 29–52.
- Belk, R., Fischer, E., & Kozinets, R. V. (2013). Qualitative consumer and marketing research. Sage.
- Bodner, E. & Gilboa, A. (2009). On the power of music to affect intergroup relations, *Musicae Scientiae*, 13(1), 85–115.
- Bourdieu, P. (1990a). *In other words: essays towards a reflexive sociology*. Polity Press.

- Bourdieu, P. (1990b). *The logic of practice*. Stanford university press.
- Charron, J. (2017). Music Audiences 3.0: Concert-Goers' Psychological Motivations at the Dawn of Virtual Reality. *Frontiers in Psychology*, 8, 800–800.
- Chitakunye, P., & Maclaran, P. (2014). Materiality and family consumption: the role of the television in changing mealtime rituals. *Consumption, Markets and Culture*, 17(1), 50–70.
- Couldry, N. (2004). Liveness, “Reality,” and the Mediated Habitus from Television to the Mobile Phone. *The Communication Review (Yverdon, Switzerland)*, 7(4), 353–361.
- Davies, K. (2021). Festivals Post Covid-19. *Leisure Sciences*, 43(1-2), 184–189.
- Denegri-Knott, J., & Molesworth, M. (2010). Concepts and practices of digital virtual consumption. *Consumption, Markets and Culture*, 13(2), 109–132.
- Echeverri, P., & Skålén, P. (2011). Co-creation and co-destruction: A practice-theory based study of interactive value formation. *Marketing Theory*, 11(3), 351–373.
- Eriksson, P., & Kovalainen, A. (2008). *Qualitative methods in business research*. Sage.
- Eskola, J., & Suoranta, J. (1998). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Eskola, J., & Suoranta, J. (2014). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino
- Featherstone, M. (1991). *Consumer culture and postmodernism*. Sage.
- Feldman, M., & Orlikowski, W. (2011). Theorizing Practice and Practicing Theory. *Organization Science (Providence, R.I.)*, 22(5), 1240–1253.
- Firat, A., & Venkatesh, A. (1995). Liberatory Postmodernism and the Reenchantment of Consumption. *The Journal of Consumer Research*, 22(3), 239–267.
- Flick, U. (1998). *An introduction to qualitative research*. London: SAGE.
- Frenneaux, R., & Bennett, A. (2021). A New Paradigm of Engagement for the Socially Distanced Artist. *Rock Music Studies*, 8(1), 65–75.
- Geertz, C. (1983). *Local Knowledge: Further Essays in Interpretive Anthropology*. New York: Basic Books.
- Gram-Hanssen, K. (2011). Understanding change and continuity in residential energy consumption. *Journal of Consumer Culture*, 11(1), 61–78.
- Grönfors, M. (1982). *Kvalitatiiviset kenttätutkimusmenetelmät*. Juva: WSOY.

- Gummesson, E. (2000). *Qualitative methods in management research* (2. painos). Thousand Oaks: Sage.
- Hacker, J., vom Brocke, J., Handali, J., Otto, M., & Schneider, J. (2020). Virtually in this together - how web-conferencing systems enabled a new virtual togetherness during the COVID-19 crisis. *European Journal of Information Systems*, 29(5), 563–584.
- Halkier, B., & Jensen, I. (2011). Methodological challenges in using practice theory in consumption research. Examples from a study on handling nutritional contestations of food consumption. *Journal of Consumer Culture*, 11(1), 101–123.
- Hannerz, U. (1992). *Cultural complexity: studies in the social organization of meaning*. Columbia University Press.
- Harapan, H., Itoh, N., Yufika, A., Winardi, W., Keam, S., Te, H., ... & Mudatsir, M. (2020). Coronavirus disease 2019 (COVID-19): A literature review. *Journal of Infection and Public Health*.
- Hilvert-Bruce, Z., Neill, J. T., Sjöblom, M. and Hamari, J. (2018). Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch, *Computers in Human Behavior*, 84, 58–67.
- Hirsjärvi, S., Remes, P., & Sajavaara, P. (2009). *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Tammi.
- Holt, D. (1997). Poststructuralist Lifestyle Analysis: Conceptualizing the Social Patterning of Consumption in Postmodernity. *The Journal of Consumer Research*, 23(4), 326–350.
- Holt, D. (2002). Why Do Brands Cause Trouble? A Dialectical Theory of Consumer Culture and Branding. *The Journal of Consumer Research*, 29(1), 70–90.
- Holt, F. (2010). The economy of live music in the digital age, *European Journal of Cultural Studies*, 13(2), 243–61.
- Kelleher, C., Wilson, H.N., Macdonald, E.K., & Peppard, J. (2019). The Score Is Not the Music: Integrating Experience and Practice Perspectives on Value Co-Creation in Collective Consumption Contexts. *Journal of Service Research: JSR*, 22(2), 120–138.
- Kim, S.-Y. (2018). *K-pop Live: Fans, Idols, and Multimedia Performance*. Stanford University Press.
- Kozinets, R. (2001). Utopian Enterprise: Articulating the Meanings of Star Trek's Culture of Consumption. *The Journal of Consumer Research*, 28(1), 67–89.
- Kozinets, R. (2002). Can Consumers Escape the Market? Emancipatory Illuminations from Burning Man. *The Journal of Consumer Research*, 29(1), 20–38.

- Ladik, D., & Stewart, D. (2008). The contribution continuum. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(2), 157–165.
- Lee, S. (2019). *Liveness in Interactive Systems*.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills: Sage.
- Magaudda, P. (2011). When materiality “bites back”: Digital music consumption practices in the age of dematerialization. *Journal of Consumer Culture*, 11(1), 15–36.
- Massumi, F. (2002). Parables for the Virtual: Movement, Affect, Sensation. In *Parables for the Virtual*. Duke University Press.
- Middleton, D. & Edwards, D. (1990). *Collective remembering*. Worcester: SAGE.
- Moisander, J., & Valtonen, A. (2006). *Qualitative marketing research: A cultural approach*. Sage.
- Moon, S. (2020). Effects of COVID-19 on the entertainment industry. *IDOSR Journal of Experimental Sciences*, 5(1), 8–12.
- Naveed, W., Watanabe, C., & Neittaanmäki, P. (2017). Co-evolution between streaming and live music leads a way to the sustainable growth of music industry – Lessons from the US experiences. *Technology in Society*, 50, 1–19.
- Nicolini, D. (2013). *Practice Theory, Work, and Organization: An Introduction*. Oxford University Press, Incorporated.
- Närvänen, E. (2014). Studying marketplace cultures and communities using practice theories: Methodological challenges. *Kulutustutkimus. nyt*, 8(2), 4–15.
- Reckwitz, A. (2002). Toward a Theory of Social Practices: A Development in Culturalist Theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243–263.
- Richardson, I. (2005). Mobile Technosoma: some phenomenological reflections on itinerant media devices. *Fibreculture Journal*, 6.
- Ritzer, G., & Jurgenson, N. (2010). Production, Consumption, Prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital “prosumer.” *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13–36.
- Roggeveen, A.L., & Sethuraman, R. (2020). How the COVID-19 Pandemic May Change the World of Retailing. *Journal of Retailing*, 96(2), 169–171.
- Rokka, J., & Canniford, R. (2016). Heterotopian selfies: how social media destabilizes brand assemblages. *European Journal of Marketing*, 50(9/10), 1789–1813.

- Røpke, I. (2009). Theories of practice — New inspiration for ecological economic studies on consumption. *Ecological Economics*, 68(10), 2490–2497.
- Sahid, S. (2020). What Coronavirus Has Done to Music Industry and How They Overcome It. *Available at SSRN 3590920*.
- Sanden, P. (2013). *Liveness in modern music: musicians, technology, and the perception of performance* (1st ed.). Routledge.
- Schatzki, T. (1996). *Social Practices: A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Schatzki, T. (2001). Introduction: practice theory. In T. R. Schatzki, K. Knorr Cetina, & E. von Savigny (Eds.), *The practice turn in contemporary theory*. New York: Routledge, 1–14.
- Schatzki, T., Knorr Cetina, K., & von Savigny, E. (2001). *The practice turn in contemporary theory*. New York: Routledge.
- Schatzki, T. (2002). *The site of the social: A philosophical account of the constitution of social life and change*. University Park, PA: Pennsylvania State University Press.
- Schatzki, T. (2010). *Timespace and Human Activity*. Lanham, MD: Lexington Books.
- Shankar, A., Elliott, R., & Goulding, C. (2001). Understanding consumption: Contributions from a narrative perspective. *Journal of Marketing Management*, 17(3-4), 429–453.
- Shove, E. (2003). *Comfort, cleanliness and convenience: the social organization of normality*. BERG.
- Shove, E., & Pantzar, M. (2005). Consumers, producers and practices: understanding the invention and reinvention of Nordic walking. *Journal of Consumer Culture*, 5(1), 43–64.
- Shove, E., Watson, M., Hand, M., & Ingram, J. (2007). *The Design of Everyday Life*. New York: Berg.
- Shove, E., Trentmann, F., & Wilk, R. (2009). *Time, consumption and everyday life practice, materiality and culture*. Berg.
- Shove, E., Pantzar, M. and Watson, M. (2012), *The Dynamics of Social Practice: Everyday Life and How It Changes*. London: Sage.
- Sim, J., Cho, D., Hwang, Y., & Telang, R. (2020). Virus shook the streaming star: Estimating the covid-19 impact on music consumption. *SSRN Electronic Journal*.

- Skålén, P., & Hackley, C. (2011). Marketing-as-practice. Introduction to the special issue. *Scandinavian Journal of Management*, 27(2), 189–195.
- Slater, D. (1997). *Consumer culture and modernity*. Polity Press.
- Thompson, B. (2015). Live Streaming from the 2015 Music Library Association Annual Meeting. *Music Reference Services Quarterly*, 18(2), 120–122.
- Thompson, C., & Hirschman, E. (1995). Understanding the Socialized Body: A Poststructuralist Analysis of Consumers' Self-Conceptions, Body Images, and Self-Care Practices. *The Journal of Consumer Research*, 22(2), 139–153.
- Toynbee, J. (2000). *Making Popular Music: Musicians, Creativity and Institutions*. London: Arnold.
- Tuomi, J., & Sarajärvi, A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Valtonen, A., & Närvänen, E. (2015). Gendered reading of the body in the bed. *Journal of Marketing Management*, 31(15-16), 1583–1601.
- Vandenberg, F., Berghman, M., & Schaap, J. (2021). The “lonely raver”: music livestreams during COVID-19 as a hotline to collective consciousness? *European Societies*, 23(S1), S141–S152.
- Warde, A. (2005). Consumption and theories of practice. *Journal of consumer culture*, 5(2), 131–153.
- Warde, A. (2014). After taste: Culture, consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, 14(3), 279–303.
- Webb, A., Wang, C., Kerne, A., & Cesar, P. (2016). Distributed Liveness: Understanding How New Technologies Transform Performance Experiences. In *Proceedings of the 19th ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work & Social Computing (CSCW '16)*. Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 432–437.
- Wenger, E. (1998). *Communities of practice: learning, meaning, and identity*. Cambridge University Press.
- Wilk, R. (1995). "Learning to Be Local in Belize: Global Systems of Common Difference," in *Worlds Apart: Modernity through the Prism of the Local*, ed, Daniel Miller, London: Routledge, 110–31.

Verkkolähteet

- Hakkarainen, P. (2020). Kotoilu opetti verkkolähetyksiin ja livestriimaukset sysäsivät musiikkiteknologian uuteen aikaan – ”Mitä jos hologrammiartisti esiintyisi olohuoneessasi?”. <https://ilkkapohjalainen.fi/tilaajalle/ihmiset-ja-kulttuuri/kotoilu-opetti-verkkolahetyksiin-ja-livestriimaukset-syasivat-musiikkiteknologian-uuteen-aikaan-mita-jos-hologrammiartisti-esiintyisi-olohuoneessasi-1.5996311?login=true>. 12.11.2020.
- Helsingin kaupunki. (2020). JVG:n ikuinen vappu virtuaalikeikka keräsi 1,4 miljoonaa katselijaa. <https://www.hel.fi/uutiset/fi/kaupunginkanslia/helsingin-ensimmainen-etavappu-sujui-rauhallisesti>. 11.4.2021.
- IDTech. (2021). 22 video game facts that will make you sound like an expert. <https://www.idtech.com/blog/fun-video-games-facts-to-sound-like-expert>. 11.4.2021.
- Kartastenpää, T. (2020). Taide tulee kotiin, mutta vain harva maksaa siitä. <https://nakoislehti.hs.fi/9f1edb77-c6e7-4dbb-8a4b-98766d7698f2/6>. 3.12.2020
- Miceli, M. (2020). Fortnite’s Travis Scott concert drew more than 27.7 million uniques participants. <https://dotesports.com/fortnite/news/fortnites-travis-scott-concert-drew-more-than-27-7-million-unique-participants>. 11.4.2021.
- Ocal, A. (2020). Billboard: Travis Scott’s Astronomical drew more than 45 million viewers. https://www.espn.com/esports/story/_/id/29532117/billboard-travis-scott-astronomical-drew-more-45-million-viewers. 11.4.2021.
- Schatzki, T. R. (2015). Spaces of practices and of large social phenomena. www.espacestemp.net/articles/spaces-of-practices-and-of-large-social-phenomena. 18.3.2021.
- White, R. (2020). The impact of virtual entertainment experiences during the lockdown on the post-pandemic entertainment landscape. <https://www.whitehutchinson.com/blog/2020/04/the-impact-of-virtual-entertainment-experiences-during-the-lockdown-on-the-post-pandemic-entertainment-landscape/>. 7.2.2021.
- WHO. (2020). Coronavirus. https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1. 2.11.2020.
- Ykkös-Lohja. (2020). Virtuaalikonsertista virtaa korona-aikaan. <https://www.ykkoslohja.fi/virtuaalikonsertista-virtaa-korona-aikaan/>. 18.12.2020.

LIITTEET

Liite 1. Haastattelurunko

Miltä tuntui katsoa virtuaalikonserttia? Mikä fiilis jäi?

Tuntuiko se erityiseltä? Erosiko virtuaalikonsertin katsominen mielestänne jollain tavalla esimerkiksi TV:n katselusta? Tuntuiko se normaalilta vai oudolta?

Oliko virtuaalikonsertissa jotain yllätyksellistä?

Mitä jäi päällimmäisenä mieleenne virtuaalikonsertista?

Miten se poikkesi teidän mielestänne normaalista livekeikkatilanteesta?

Mitä hyvää koitte virtuaalikonserttitilanteessa olevan?

Mitä huonoa koitte virtuaalikonserttitilanteessa olevan?

Tunsitteko olevanne keikalla?

Pystyisittekö omin sanoin kertomaan, miten virtuaalikonserttitilanne eteni alusta loppuun? Mitä kaikkea siihen sisältyi?

Oliko virtuaalikonserttitilanteessa helppo keskittyä itse keikkaan?

Oliko virtuaalikonserttitilanteessa samoja piirteitä mielestänne kuin livekeikkatilanteessa?

Tuliko jotain uusia puolia esiin keikasta sen takia, että se toteutettiin virtuaalikonserttina?

Jäittekö kaipaamaan jotain asiaa virtuaalikonsertissa, mitä yleensä koette livekeikalla?

Koitteteko samoja tunteita kuin livekeikalla ollessa? Millaisia?

Huomasitteko jotain tiettyjä asioita, mitä teitte ennen virtuaalikonserttia, sen aikana ja sen jälkeen?

Oliko mielestänne teillä jotain tiettyjä toimintatapoja virtuaalikonsertissa, kuinka toimia keikkaa katsoessa?

Huomasitteko joitain käytänteitä, mitä virtuaalikonsertin katseluun liittyi?

Toistuiko jotkut käytänteet?