

Terhi Tammelin

ESIINTYJÄN JA YLEISÖN VUOROVAIKUTUS POPULAARIMUSIIKIN KONSERTEISSA

Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta

Pro gradu -tutkielma

Huhtikuu 2023

TIIVISTELMÄ

Terhi Tammelin: Esiintyjän ja yleisön vuorovaikutus populaarimusiikin konserteissa
Pro gradu -tutkielma
Tampereen yliopisto
Viestinnän maisteriohjelma
Huhtikuu 2023

Populaarimusiikki on kiinteä osa ihmisten arkea. Sitä soitetaan radiossa, kaupungilla, elokuvissa ja kuulokkeissa päivittäin. Musiikki ruumiillistuu live-konserteissa, joissa yleisö pääsee kontaktiin sen esittäjien kanssa. Aiempi tutkimus osoittaa, että ihmiset osallistuvat populaarimusiikin konsertteihin musiikin lisäksi ollakseen vuorovaikutuksessa toisten ihmisten ja etenkin esiintyjän kanssa.

Tämän tutkielman tavoitteena on kuvata, miten esiintyjä ja yleisö rakentavat vuorovaikutusta viestinnällään ja millaisista tekijöistä vuorovaikutus heidän välillään lopulta muodostuu. Tutkielman aineisto kerättiin haastattelemalla viittä populaarimusiikin artistia heidän kokemuksistaan konserteissa tapahtuvasta vuorovaikutuksesta yleisön kanssa. Lisäksi aineistonkeruuseen kuului kolmen populaarimusiikin keikan havainnointi vuorovaikutuksen ja viestinnän näkökulmasta. Aineiston analyysi perustui laadulliseen sisällönanalyysiin.

Saatujen tulosten mukaan esiintyjän ja yleisön välinen vuorovaikutus on merkityksellinen osa populaarimusiikin konsertteja. Osapuolet rakentavat vuorovaikutusta aktiivisesti ja vastavuoroisesti hyödyntäen sanallista ja sanatonta viestintää. Sekä esiintyjän että yleisön kohdalla sanattoman viestinnän rooli korostui vuorovaikutuksessa. Tutkielman tulosten mukaan esiintyjän ja yleisön vuorovaikutusta muodostavat osapuolten roolit ja konserttien skripti, vastavuoroisuus ja reagointi, osapuolten vastuu vuorovaikutuksesta sekä osapuolten välinen yhteys. Näiden elementtien lisäksi tulokset osoittivat myös tilannekohtaisia tekijöitä, jotka vaikuttavat esiintyjän ja yleisön välisen vuorovaikutuksen muodostumiseen. Tilannetekijöiksi luetaan tekniikan toimivuus, itsetietoisuuden tila ja yleisön koko.

Esiintyjän ja yleisön vuorovaikutus voidaan tulosten perusteella määritellä yhdeksi tärkeimmistä syistä osallistua konsertteihin ja tehtyä tutkimusta voidaan hyödyntää näiden osapuolten välisen vuorovaikutuksen ymmärtämiseen. Tutkielma sopii esimerkiksi muusikkokoulutuksen materiaaliksi. Lisäksi tutkielma luo pohjaa yleisön roolin laajempaan viestinnälliseen huomioimiseen esiintymisen tutkimuksessa.

Avainsanat: esiintyminen, vuorovaikutus, esiintyjä, yleisö, populaarimusiikki

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin Originality Check -ohjelmalla.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	VUOROVAIKUTUS ESITYKSISSÄ	3
2.1	Esitys ja esiintyminen	3
2.1.1	Esitys	3
2.1.2	Esiintyminen.....	5
2.2	Musiikkiesitys vuorovaikutuksen tutkimuksen kohteena.....	6
2.2.1	Interpersonaalinen viestintä konserteissa	6
2.2.2	Merkityksenanto ja konteksti	8
2.2.3	Vastavuoroisuus	9
2.2.4	Sanaton viestintä	10
2.2.5	Sanallinen viestintä	14
2.3	Vuorovaikutuksen osapuolet esiintymistilanteessa.....	15
2.3.1	Esiintyjä vuorovaikutuksen osapuolena	15
2.3.2	Yleisön rooli vuorovaikutuksessa	17
3	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	20
3.1	Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset	20
3.2	Tutkimuksen osallistujat ja aineistonkeruu	21
3.2.1	Tutkimuksen osallistujat	21
3.2.2	Esiintyjien haastattelut	22
3.2.3	Keikkojen havainnointi	24
3.3	Aineiston käsittely ja analyysi.....	26
3.4	Eettinen pohdinta	28
4	TULOKSET	29
4.1	Esiintyjän viestintä populaarimusiikin konserteissa	29
4.1.1	Esiintyjän sanallinen viestintä	29
4.1.2	Esiintyjän sanaton viestintä.....	31
4.2	Yleisön viestintä populaarimusiikin konserteissa.....	35
4.2.1	Yleisön sanallinen viestintä	35
4.2.2	Yleisön sanaton viestintä	36
4.3	Vuorovaikutuksen jäsentyminen populaarimusiikin konserteissa	39
4.3.1	Vuorovaikutuksen muodostuminen populaarimusiikin konserteissa	40
4.3.2	Vuorovaikutuksen tilannetekijät.....	45
5	POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET	51
5.1	Tulosten tarkastelu ja jatkotutkimusehdotukset.....	51
5.2	Tulosten merkitys ja soveltaminen	57
6	TUTKIMUKSEN ARVIOINTI.....	58
	KIRJALLISUUS	62
	LIITTEET	70

1 JOHDANTO

Musiikkiesitykset ovat sosiaalisia tilanteita, joissa esiintyjät ja yleisön edustajat pääsevät kohtaamaan toisensa kasvotusten. Esityksissä yleisön edustajat ja esiintyjät ovat vuorovaikutuksessa toisiinsa ja keskenään. Yksi tärkeimmistä syistä konsertteihin osallistumisessa ovatkin sosiaaliset tekijät (Brown & Knox, 2017). Sekä musiikilla että vuorovaikutuksella on todistusti positiivisia vaikutuksia ihmisen elämään. On esimerkiksi tutkittu, että kulttuuri ja taide parantavat ihmisen hyvinvointia (mm. Sosiaali- ja terveysministeriö, 2015). Musiikkiesitykset ovatkin yksi taide- ja kulttuurialan kulmakivistä. Sosiaalisten suhteiden ja vuorovaikutuksen taas on todettu parantavan esimerkiksi mielenterveyttä ja aivojen terveyttä (Duodecim & Suomen Akatemia, 2020). Suurin osa musiikkiesityksiä koskevasta tutkimuksesta keskittyy itse musiikkiin ja muusikoihin ja näin ollen esitysten sosiaalinen näkökulma on jäänyt taka-alalle (Leppänen, 2007, 268). Tämän tutkielman avulla lisätään tietoa musiikkiesityksissä tapahtuvasta vuorovaikutuksesta esiintyjän ja yleisön välillä.

Viestinnän tutkimuksessa esiintymistilanteita on lähestytty enimmäkseen esiintyjän ja esityksen näkökulmasta (Gerlander & Uitto, 2021). Esiintyjän taidot ja esityksen sisältö etenkin puhe-esityksissä ovat saaneet paljon jalansijaa aikaisemmassa tutkimuksessa (Poutiainen, 2021). Yleisö sen sijaan on nähty esiintyjän viestin vastaanottajana ja parhaassa tapauksessa siihen reagoivana osapuolena. Tutkimuksen keskittyessä esiintyjän näkökulmaan, yleisön ja esiintyjän välinen suhde on saanut osakseen vain pintapuolista huomiota. Esitys on kuitenkin määritelty sosiaaliseksi ja vuorovaikutukseksi tilanteeksi, joka vaatii toteutuakseen esiintyjän ja yleisön (Frith, 1996, 205). Tämän määritelmän pohjalta voidaan todeta, että esityksiä on tärkeää tutkia myös vuorovaikutuksen näkökulmasta huomioiden tilanteen molemmat osapuolet.

Tutkielmassa tarkasteltavat esitykset ovat populaarimusiikin konsertteja, joita tutkiessa on yleisesti hyvä muistaa, että tutkija on aina myös itse musiikin kuulija ja vastaanottaja (Leppänen, 2007). Tämän tutkielman tekijällä on kokemusta populaarimusiikin konserteista sekä yleisön edustajana että esiintyjän roolissa. Näillä taustoilla tutkijan oli mahdollista olettaa, että konserteissa tapahtuu muutakin kuin pelkkää musisointia.

Genrenä populaarimusiikkia ei ole pidetty yhtä vakavasti otettuna kuin taidemusiikkia (Aho & Kärjä, 2007; Leppänen, 2002; Frith, 1996). Tämä johtuu muun muassa populaarimusiikkiin liitettävästä massakulttuurin ilmiöstä. Leppäsen (2002, 15) mukaan massakulttuurin ei nähdä taiteen tavoin vaativan vastaanottajaltaan yhtä aktiivista osallistumista. Konserttien järjestäminen ja niihin osallistuminen voidaan kuitenkin nähdä aktiivisina tekoina ja muun muassa siksi konserteissa tapahtuvaa toimintaa voidaan tutkia tarkoituksenmukaisen viestinnän näkökulmasta. Populaarimusiikin konsertit voidaan myös nähdä yhtenä tärkeimmistä tilaisuuksista, missä muusikot ja heidän yleisönsä voivat olla yhteydessä toisiinsa.

Tässä tutkielmassa esiintyjän ja yleisön vuorovaikutusta tarkastellaan interpersonaalisen viestinnän näkökulmasta. Tutkimuksen tavoitteena on luoda ymmärrystä siitä, millaisista palasista vuorovaikutus koostuu ja miten osapuolet viestivät luodakseen ja ylläpitääkseen vuorovaikutusta. Tutkimus toteutettiin haastattelemalla viittä populaarimusiikin muusikkoa sekä havainnoimalla kolme konserttia, jotka kuuluivat populaarimusiikin genreen. Haastattelemalla esiintyjä saatiin ammattilaisten kokemuksiin perustuvaa tietoa vuorovaikutuksen jäsentymisestä populaarimusiikin konserteissa. Havainnoinnin avulla pystyttiin vahvistamaan haastateltavien kertomaa ja rikastamaan tutkimusaineistoa ottamalla huomioon vuorovaikutuksen molemmat osapuolet.

Tutkielma asettuu sosiopsykologiseen traditioon, jossa vuorovaikutuksessa tapahtuvaa viestintää tarkastellaan sen tarkoituksenmukaisuuden ja vaikutusten näkökulmasta (Littlejohn ym. 2021, 35). Tämä tutkielma avaa viestinnän tutkimukselle uusia tilaisuuksia nähdä vuorovaikutuksen merkitys esityksissä sekä esiintyjän ja yleisön roolit aktiivisina vuorovaikutuksen luojina ja ylläpitäjinä.

2 VUOROVAIKUTUS ESITYKSISSÄ

2.1 Esitys ja esiintyminen

2.1.1 Esitys

Tämä tutkielma sijoittuu sekä viestinnän tutkimuksen että esitystutkimuksen kentille, koska tutkielmassa keskitytään esityksissä tapahtuvaan vuorovaikutukseen. Sekä viestinnän tutkimus että esitystutkimus ovat ottaneet suurimmat kehitysaskelensa viimeisen vuosisadan aikana (Arlander, 2015, 7). Suomessa viestinnän tutkimus ja opetus alkoi 1900-luvun alussa kaulonluvun ja puhetaidon teemoilla. Silloin viestin muotoa pidettiin tärkeämpänä kuin sen sisältöä ja siksi esiintyminen nähtiin tärkeimpänä osana viestinnän tutkimussuuntaa. Puhe- ja esiintymistaitoihin keskittyminen jäi kuitenkin vuosisadan saatossa taka-alalle, kun painopiste siirtyi interpersonaalisen viestinnän ja vuorovaikutuksen tutkimukseen. Nykyään esiintyminen ja esitykset nähdäänkin vain yhtenä viestinnän tutkimuksen monista konteksteista. (Poutiainen, 2021, 10–13.)

Esitystutkimuksen historia nähdään osana viestinnän (Poutiainen & Smeds, 2015, 342), teatterin tutkimuksen (Poutiainen & Smeds, 2021, 146) ja antropologian historiaa (Arlander, 2015, 8). Siitä kehittyi oma tieteenalansa 1970-luvulla, kun teatterin tutkijat alkoivat käyttää termiä *esitys* kuvaamaan kaikkea inhimillistä toimintaa, kuten arkipäivän viestintää (Poutiainen & Smeds, 2021, 147). Nykyään esitystutkimus on monitieteistä ja siinä sovelletaan muun muassa viestintätieteiden, sosiaalitieteiden sekä esittävän taiteen lähestymistapoja ja menetelmiä (Roach, 2002, 33). Esitystutkimuksen kentällä esiintyminen nähdään yhtenä esityksen muotona. Esimerkiksi Arlanderin (2015, 16) tekemän listauksen mukaan termi *esitys* voi viitata esiintymisen lisäksi esittelyyn, esittämiseen, performanssiin, presentaatioon ja representaatioon, teeskentelyyn ja jopa ehdotukseen.

Viestinnän teoriaa koonneet Littlejohn ja Foss (2009) jaottelevat esiintymisen tutkimisen kolmeen lähestymistapaan: 1.) taide ja draama, 2.) sosiologinen / antropologinen lähestyminen, ja 3.) viestinnällinen / kielitieteellinen lähestyminen. Tämän tutkielman kontekstia, eli populaarimusiikin konsertteja voidaan tarkastella kaikista näistä näkökulmista. Musiikki on taidetta, jolloin musiikkiesitykset voidaan näin lukea ensimmäiseen kategoriaan. Sosiologisen ja

antropologisen lähestymistavan näkökulmasta kaikki sosiaalinen käyttäytyminen on esiintymistä ja esittäminen perustuu rooleihin, jotka syntyvät automaattisesti vuorovaikutuksessa. Konserteissa esiintyjälle ja yleisölle voidaankin nähdä muodostuvan selkeät roolit, joita osapuolet toteuttavat aktiivisesti. Kolmijaon viimeinen, viestinnän ja kielitieteen, näkökulma taas korostaa merkityksiä, joita osapuolet muodostavat esiintymistilanteen kontekstissa. Musiikkikonserteissa sekä esiintyjä että yleisö tekevät jatkuvaa merkityksenantoa toistensa viestinnästä ja muokkaavat omaa toimintaansa palautteen pohjalta (Gerlander & Uitto, 2021, 32; Tsioulakis & Hytönen-Ng, 2017, 4). Littlejohn ja Foss (2009, 265) määrittivät kolmijaon lisäksi myös erikseen *kulttuurisen esityksen*, joka viittaa tapahtumiin, joissa on rajallinen aika ja tila, alku ja lopetus, esiintyj(i)ä, yleisö ja järjestettyä ohjelmaa. Kulttuurinen esitys voi olla tämän määritelmän mukaan mitä tahansa konsertista häihin tai uskonnollisiin tilaisuuksiin. Myös teatteriesityksiä tutkinut John Shafer (2014, 2) päätyi määrittelemään kulttuurisen teatteriesityksen samankaltaisesti esiintyjän, yleisön sekä jaetun tilan ja ajankohdan yhdistelmäksi.

Viestinnän tutkimuksen näkökulma voidaan lukea yhdeksi esitystutkimuksen monialaista palettia. Monta tieteenalaa yhdistävä esitystutkimus tarkasteleekin esitystä laajemman kehysten läpi. Pelias ja Shaffer (2007, 3) määrittelevät jopa kaiken ihmisten välisen viestinnän esittämiseksi, jolloin kaikkia vuorovaikutustilanteita voidaan teoriassa pitää esityksinä. Heidän määritelmänsä luo vahvaa yhteyttä esitystutkimuksen ja viestinnän tutkimuksen välille. Tämän tutkielman kannalta rajatumpi esityksen määritelmä on kuitenkin tarpeellinen, koska konsertti voidaan nähdä erityislaatuisena tilaisuutena, johon kuuluvat omat sosiaaliset sääntönsä, rituaalinsa ja prosessinsa (Cartwright, 2022, 29). Esitystutkimuksen yksityiskohtaisten rajoitusten avulla populaarimusiikin konsertit voidaan muun muassa määritellä performansseiksi, sillä Schechnerin (2016, 93) mukaan performansseilla viitataan selkeisiin, rajattuihin tapahtumiin, joilla on tietyt kontekstit, tavat, käytännöt ja periaatteet. Tässä tutkielmassa tarkasteltavien musiikkikonserttien tapauksessa kaikki edellä mainitut ehdot täyttyvät.

Edellä kuvatun tutkimuksen perusteella esitys määritellään tässä tutkielmassa seuraavanlaisesti: Esitys vaatii tapahtuakseen esiintyjän ja yleisön sekä jaetun tilan ja ajan. Esitystilanteessa vallitsevat tietyt opitut käyttäytymismallit, joiden pohjalta paikalla olevat osapuolet toteuttavat rooliaan. Osapuolten tuottama viestintä tuotetaan ja tulkitaan tilanteen kontekstin raa-meissa. Lisäksi musiikkiesityksiä tarkasteltaessa voidaan määritelmää jatkaa sisällön osalta

niin, että esitykseen kuuluu musiikkia ja mahdollisesti myös muuta sisältöä. Viimeisenä rajauksena tässä tutkimuksessa musiikkikonsertit määritellään esityksinä taiteelliseksi performansiksi, sillä musiikki (taiteen muoto) ja muusikko/muusikot (taiteilija/t) ovat esityksen keskiössä. Tästä eteenpäin tässä tutkielmassa tarkasteltaviin esityksiin viitataan konsertteina tai keikkoina.

2.1.2 Esiintyminen

Viestinnän kentällä esiintymisen teorian lähtökohtana voidaan nähdä esitystaidon (*elocution*) liike, jossa korostettiin esiintyjän taitoja vakuuttaa, viihdyttää ja sivittää yleisöään. Esitystaidon tapahtumat olivat sosiaalisia taidetapahtumia, joissa yleisöllä oli aktiivinen rooli tilanteen toisena osapuolena. He saattoivat kannustaa esiintyjää tai jopa heittää tälle herjaa. (Littlejohn & Foss, 2009, 739.) Taitokehys on edelleen vahva osa viestinnällistä esiintymisen tutkimusta. Esiintymiseen liitetään olennaisesti henkilökohtaiset valmiudet, kuten esiintymisjännityksen hallinta (mm. Finn, Sawyer, Behnke, 2003; Witt & Behnke, 2006; Mitchell & Leigh, 2007). Lisäksi viestin hiomista tehokkaaksi ja tarkoituksenmukaiseksi korostetaan (esim. Smith & Frymier, 2006). Esiintymistaitojen painotus näkyy esimerkiksi erilaisten nykypäivänä saatavilla olevien esiintymisoppaiden ja -koulutusten määrässä. Taitoteeman ulkopuolinen esiintymisen tutkimus on ollut tiettävästi vähäisempää. (Poutiainen 2021, 14–18.)

Viestinnän tutkimuskentällä esiintyminen nähdään ennen kaikkea yleisöpuhetilanteen viestintänä, jolloin esiintymisen lähtökohdaksi muodostuu puhe. Tästä suuntauksesta kertoo muun muassa se, että englanninkielisessä viestinnän tutkimuksessa esiintymistä kuvataan usein sanoilla *public speaking* (julkinen puhuminen) ja *presentation* (esitelmä). (Poutiainen & Smeds, 2015, 343–344.) Lisäksi esiintymisoppaiden sisällöstä voidaan päätellä, että viestinnän alalla esiintymiseen yhdistetään olennaisesti puheenkirjoitus- ja pitämistäidot (mm. Mustakallio, 2014; Donovan & Avery 2014; McGowan & Bowman, 2015) Taitavaa esiintymistä on myös operationalisoitu tutkimuskäyttöä varten yhdysvaltalaisen viestinnän tutkijoiden toimesta. Schreiber ja muut (2012) yhdistivät taitavaan puhe-esiintymiseen muun muassa kohdeyleisön ja tilanteen tarkan huomioimisen, tehokkaan paralingvististen keinojen käytön sekä puheen sisällön huolellisen suunnittelun siten, että se tukee esityksen tarkoitusta. Koska viestinnän

esiintymistä käsittelevässä tutkimuksessa korostetaan taitoa ja yleisöpuhetta, sen ulkopuolelle jää monta esiintymisen osa-aluetta. Gerlander ja Uitto (2021, 32) muistuttavat, että esitys ei ole yksisuuntainen monologi, vaan kyseessä on esiintyjän ja yleisön välinen vuorovaikutusprosessi. Esiintymistaidot voidaan siis nähdä myös vuorovaikutustaitoina. Tässä tutkielmassa esiintymistilanteeseen suhtaudutaan vuorovaikutustilanteena, jossa esiintyjä ja yleisö rakentavat esitystä ja vuorovaikutussuhdetta yhteisvoimin. Näin katse suunnataan laajemmin koko tilanteeseen, eikä pelkästään lavalla tapahtuvaan toimintaan. On tärkeää, että viestinnän tutkimus esiintymisestä laajenee myös tähän mennessä käytetyimpien kehysten ulkopuolelle.

Esitystutkija Richard Schechner (2016, 68) on jakanut esittämisen kahdeksaan lajiin: arkielämä, taiteet, urheilu ja populaariviihde, liike-elämä, teknologia, sukupuoli, rituaalit ja leikki. Arlander (2015, 16) taas teki eron esiintymisen, esittelyn, esittämisen, performanssin, presentaation, representaation, teeskentelyn ja ehdotuksen välille. Arlanderin ja Schechnerin määritelmien pohjalta tämän tutkielman esiintyminen voidaan lukea esiintyjän osalta performanssiksi, esittämiseksi, esiintymiseksi, rituaaliksi ja taiteeksi. Koska esitystutkimus ei rajoita esittämisen toimintaa vain performatiiviseen toimintaan, voidaan nähdä, että myös yleisö esittää omaa rooliaan. Yleisön osalta esittämistä voi tapahtua esimerkiksi representaation ja rituaalin muodossa. Teoriassa voidaan siis todeta, että esiintyjä ja yleisö harjoittavat molemmat esittämistä, mutta tässä tutkielmassa esittäminen nähdään ennen kaikkea esiintymisen linssin läpi ja sillä viitataan esiintyjän performatiiviseen toimintaan yleisön edessä. Tästä rajauksesta huolimatta esiintymistilanteen viestintä nähdään vastavuoroisena toimintana osapuolten välillä. Täten esiintyminen liitetään osaksi vuorovaikutusta, mutta sillä ei selitetä koko vuorovaikutustapahtumaa. Tutkielma määritellään siis esiintymisen tutkimukseksi lähinnä sen kontekstin takia ja pääpainotuksena on osapuolten välinen vuorovaikutus konserttitilanteissa.

2.2 Musiikkiesitys vuorovaikutuksen tutkimuksen kohteena

2.2.1 Interpersonaalinen viestintä konserteissa

Kun vuorovaikutusta tutkitaan kahden osapuolen välisissä tilanteissa, tutkimus sijoittuu interpersonaalisen viestinnän tasolle. Konsertteja voi verrata interpersonaalisen viestinnän tilanteisiin, koska niissä tapahtuva vuorovaikutus on kahden osapuolen, esiintyjän ja yleisön, vä-

listä. Vaikka yleisö koostuu useammasta ihmisestä, voidaan siitä puhua yksikkönä, sillä se toimii yhtenäisenä joukkona ja viestii kollektiivisesti, eli yhtenäisesti (Heritage & Clayman, 2010, 263). Tässä tutkielmassa vuorovaikutusta tarkastellaan interpersonaalisen vuorovaikutuksen näkökulmasta.

Brooks ja Heath (1993) määrittelevät interpersonaalisen viestinnän prosessiksi, jossa ihmisten välillä jaetaan tietoa, merkityksiä ja tunteita käyttäen sanallista ja sanatonta viestintää (Hargie, 2017). Musiikkikonserttien kontekstissa tähän määritelmään sopii muun muassa Hytönen-Ngn (2017) havainto siitä, että muusikoiden itsestään kertominen, kappaleista sanallisesti kertominen ja huumorin käyttö sitouttaa yleisöä seuraamaan konserttia tarkemmin. Hänen tutkimansa konsertit olivat Iso-Britannialaisia jazz-konsertteja. Myös kamarimusiikin konsertteja tutkinut Virtanen (2016, 80) toteaa, että muusikoiden esiintymiseen liittyy 2000-luvulla aikaisempaa enemmän uusia tehtäviä, kuten aktiivista vuoropuhelua yleisön kanssa myös spontaanisti. Hänen mukaansa muusikkouden merkitys on laajentunut, kun sitä vertaa länsimaisesta taidemusiikista lähtöisin olevaan käsitykseen, jonka mukaan muusikon tärkein tehtävä on välittää teos yleisölle mahdollisimman muuttumattomana. Myös yleisö voi jakaa tietoa, merkityksiä ja tunteita esimerkiksi toivomalla encorea tai kiljumalla innosta. Frith (1996, 205) toteaaakin, että toteutuakseen toivotulla tavalla, esitys on riippuvainen niistä merkityksistä, joita osapuolet tuottavat ja tulkitsevat. Ilman viestintää esiintyjän ja yleisön välillä esitys voi jäädä ontoksi.

Interpersonaaliseen viestintään liitetään myös fyysinen läheisyys ja kasvokkaisuus (Hargie 2017, 6). Thompson (2018, 4–5) määrittelee kasvokkaisen viestinnän seuraavasti:

1. Kasvokkainen viestintä tapahtuu reaaliajassa ja samassa tilassa.
2. Kasvokkainen viestintä on dialogista. Tieto liikkuu molempiin suuntiin.
3. Kasvokkainen viestintä sisältää symbolisia vihjeitä (eleet, kasvonliikkeet, sanat, kosketus, äänet jne.)

Tässä tutkielmassa tarkasteltava vuorovaikutus on kasvokkain tapahtuvaa, sillä se tapahtuu yhteisessä tilassa, osapuolet viestivät toisilleen ja tapahtuva viestintä sisältää symbolisia vihjeitä, kuten sanoja, eleitä ja ääniä. Musiikkikonsertteja järjestetään myös teknologian välityksellä, jolloin niissä voidaan jäljitellä live- kaltaisia vuorovaikutusolosuhteita esimerkiksi reagoitotoimintojen avulla, mutta niistä jää puuttumaan välitön kasvokkaisuus (Rendell, 2021).

Yksi tärkeä osa interpersonaalisen viestinnän määritelmää on se, että osapuolet ovat jonkinlaisessa viestintäsuhteessa toisiinsa nähden (Burlison, 2010, 151). Millerin ja Steinbergin (1975) mukaan viestinnästä tulee sitä interpersonaalisempaa, mitä paremmin he tuntevat toisensa ja mitä syvempi suhde osapuolilla on. Musiikkikontekstissa tämä suhde saa useimmiten alkunsa musiikin kautta. Muusikon ja yleisön välinen suhde kehittyy muun muassa tapaamisissa, kuten konserteissa ja nykypäivänä myös parasosiaalisesti sosiaalisen median kautta (Baym, 2012, 290). Sekä konsertit että sosiaalinen media ovat tiloina epäsuhtaisia sen suhteen, miten paljon esiintyjä pääsee tutustumaan yleisöönsä yksilötasolla. Tämä johtaa siihen, että vaikka yleisön edustaja kokisi vahvaa yhteyttä musikkoon, tämä ei välttämättä ole ollenkaan tietoinen fanin olemassaolosta (Giles 2018). Toisaalta kaikki yleisön edustajakaan eivät välttämättä tiedä esiintyjää ennalta, esimerkiksi tilanteessa, jossa he eivät ole paikalla omasta tahdostaan. Samalla niiden yleisön jäsenten kohdalla, jotka ovat muodostaneet fanisuhteen artistiin, jokainen suhde voidaan nähdä erilaisena, sillä ne ovat syntyneet omista lähtökohdistaan. Oli tilanne mikä tahansa, konsertin aikana esiintyjän ja yleisön välille syntyy ainakin väliaikainen suhde, joka sisältää odotuksia osapuolten välillä. Odotukset kehittyvät muun muassa musiikin tyyllilajin pohjalta – hevimusikkoa kohtaan voi olla erilaisia odotuksia kuin räppäriä kohtaan. Myös heidän yleisöiltään voidaan odottaa eri asioita. Lisäksi nykypäivänä odotusten muodostumiseen vaikuttaa myös osapuolten toiminta sosiaalisen median alustoilla (Tsioulakis & Hytönen-Ng, 2017, 9–10). Suhteeseen liittyvät odotukset vaikuttavat osapuolten väliseen vuorovaikutukseen aina jollain tasolla. Yleisö voi esimerkiksi odottaa muusikolta samankaltaista esitystä, kuin edellisillä kerroilla ja muusikko taas saattaa odottaa yleisönsä muistavan kertosaheen sanat ulkoa.

2.2.2 Merkityksenanto ja konteksti

Vuorovaikutus on prosessi, jota luodaan ja ylläpidetään jatkuvasti sen osapuolten toimesta (Hargie, 2017). Näin myös konserteissa, joissa osapuolia ovat esiintyjät ja yleisön edustajat. Vuorovaikutuksen prosessiluontoisuuteen kuuluu Gerlanderin ja Uiton (2021, 32) mukaan se, että viestin tuottajan ja vastaanottajan roolit vaihtelevat edestakaisin. Näin prosessi säilyttää dynamiikkansa. Heritagin (2011, 209–210) mukaan vuorovaikutusprosessissa olennaista on

sen konteksti ja siihen liittyvä merkityksenanto. Hänen mukaansa ihmisten viestintä sisältää merkityksiä ja on samalla merkityksen antamista muiden viestinnälle. Myös esiintyjä ja yleisö tekevät jatkuvaa merkityksenantoa toistensa viestinnästä ja muokkaavat omaa toimintaansa ymmärtämänsä pohjalta (Tsioulakis & Hytönen-Ng, 2017, 4). Tämä voi näyttäytyä esimerkiksi yleisön pyyntönä soittaa encore ja esiintyjän päätöksenä toimia pyynnön mukaisesti. Heritage (2011) toteaa myös, että teot saavat merkityksen niiden sisällön ja kontekstin yhteisvaikutuksesta. Tulkinta voi siis muuttua huomattavasti, jos joko viestin sisältö tai tilannetekijät viestin taustalla muuttuvat.

Pervin (1978) määrittelee kontekstin eli tilannetekijät jakamalla ne kolmeen osaan: ketkä ovat osallisina, mitä tapahtuu, ja missä tapahtuu (Hargie, 2017). Näiden osa-alueiden kautta tarkasteltuna voidaan määritellä myös musiikkikonserttien konteksti. Osallisina ovat muusikot ja yleisö sekä henkilökunta tapahtumanjärjestäjätahon puolelta. Tapahtuma voidaan määritellä konsertiksi, johon kuuluu musiikin esittäminen sitä kuuntelemaan saapuneelle yleisölle. Lisäksi tilannekohtaisesti tapahtumaan voi kuulua esimerkiksi tanssimista, puhetta ja muita performansseja. Lopuksi Pervinin listalla kysytään, mikä on tapahtumapaikka, johon on vastattava jokaisen konsertin kohdalla erikseen. Tapahtumapaikkana voi olla esimerkiksi festivaaliteltilta, klubi tai yksityishenkilön takapiha. Näistä esimerkeistä voidaan päätellä, että musiikkikonserttien konteksti on muuttuva ja siksi vuorovaikutus muodostuu joka konsertissa eri tavalla. Edellä mainittujen tilannetekijöiden lisäksi on huomioitava, että konteksti muuttuu jatkuvasti. Esimerkiksi valaistus, lämpötila ja yleisön määrä voivat muuttua esityksen aikana ja tilanteessa olijoiden on mukauduttava uusiin olosuhteisiin dynaamisesti. (Clark, Lisboa, Williamon, 2014, 20–21.) Tässä tutkielmassa pyritään tunnistamaan yhteisiä piirteitä erilaisten populaarimusiikin konserttien vuorovaikutuksesta. Aihetta on tärkeää tutkia, jotta musiikkikonserttien kontekstia vuorovaikutustilanteina voidaan ymmärtää laajemmin.

2.2.3 Vastavuoroisuus

Olenainen osa vuorovaikutusta on siihen kuuluva vastavuoroisuuden periaate. Ihmisten keskinäistä vuorovaikutuskäyttäytymistä tarkasteltaessa on odotus siitä, että jokainen teko on yhteydessä sitä edeltäneeseen tekoon. (Heritage, 2011, 211.) Tämä vastavuoroisuutena (*re-*

ciprocity) tunnettu ilmiö on olennainen osa tämän tutkielman aihetta, sillä edeltävän tutkimuksen mukaan esitystilanteet koostuvat jatkuvasta palautteenannosta ja siihen reagoimisesta (Tsioulakis & Hytönen-Ng, 2017, 4). Musiikkiesitystä seuraavat aplodit ovat yksi esimerkki esiintyjän ja yleisön välisestä vastavuoroisuudesta musiikkikonserteissa. Myös digitaalisten musiikkiesitysten tuotannossa on havaittu, että yksi tärkeimmistä tekijöistä on mahdollisuus vastavuoroisuuteen esiintyjän ja yleisön välillä, sillä se tuottaa kokemuksen, että ollaan live-esityksessä (Harper, 2015, 20).

Littlejohn ja Foss (2009) yhdistävät vastavuoroisuuden ilmiön empatian käsitteeseen. Vastavuoroisuus ilmenee sekä sanallisena että sanattomana viestintänä, kun taas empatiaa osoitetaan enimmäkseen sanattoman viestinnän keinoin. Empatia ja vastavuoroisuus yhdistyvät muun muassa ihmisen peilattaessa omaa fyysistä olemistaan synkroniassa toisen ihmisen liikehdintään tai ilmeisiin. Empatiaa voidaan osoittaa myös mukautumalla vuorovaikutuksessa toisen osapuolen kielenkäyttöön, pukeutumiseen ja asenteeseen. (Littlejohn & Foss, 2009, 338.) Tässä tutkielmassa huomion arvoista on, voidaanko empatian ja vastavuoroisuuden yhtälöä havaita esimerkiksi yleisön käyttäytymisessä esiintyjää kohtaan.

Heritage ja Clayman (2010) kertovat, että yleisön vastavuoroinen käyttäytyminen voi näkyä esimerkiksi hurraamisessa, buuaamisessa, taputtamisessa, hymyilyssä ja katseen suuntauksessa. Heidän mukaansa yleisön reaktiot kertovat hyväksynnästä tai paheksunnasta sekä yhteydestä ja se puutteesta. (Heritage & Clayman, 2010, 263.) Esimerkiksi aplodien innokkuudesta voidaan päätellä, kuinka paljon yleisö pitää esiintyjästä ja tämän toiminnasta. Esiintyjä taas muokkaa esiintymistään vastavuoroisesti arvioimalla yleisönsä reaktioita heidän ilmeidensä ja eleidensä perusteella (Schutz, 1976, 160; Gerlander & Uitto 2021, 32). Vastavuoroisuuden periaate onkin yksi tärkeimmistä tekijöistä, jotka tekevät konserteista vuorovaikutustilanteita esiintyjän ja yleisön välillä.

2.2.4 Sanaton viestintä

Vuorovaikutustilanteissa osapuolet voivat viestiä toisilleen sanallisesti ja sanattomasti. Sanattomalla, eli nonverbaalisella viestinnällä voidaan viestiä välittömästi käsillä olevista asioista,

kuten tunnetiloista, asenteista ja identiteetistä (Fiske, 1992, 90). Myös tilanteen ohjailu onnistuu nonverbaalisesti, mutta menneestä viestiminen on haastavaa ilman sanallisen viestinnän apua. Tutkimusten mukaan ihminen kiinnittää enemmän huomiota visuaalisiin vihjeisiin, kuin ääneen perustuvaan viestintään (Burgoon & Bacue, 2003, 185). Myös tätä käsitystä haastavia tuloksia on saatu tutkittaessa esityksissä tapahtuvaa sanatonta viestintää. Esimerkiksi Kawasen (2014, 57) tuottaman tutkimuskyselyn vastaajat pitivät populaarimusiikin konserteissa esiintyjän ääntä (*sound*) tärkeämpänä viestinnällisenä vihjeenä kuin ilmeitä (*facial expression*). On tärkeää tehdä lisää populaarimusiikin esityksiin keskittyvää vuorovaikutuksen ja viestinnän tutkimusta, jotta voidaan ymmärtää, missä suhteessa sanallinen ja sanaton viestintä näyttävät toisiinsa nähden esiintyjän ja yleisön vuorovaikutuksessa.

Yleisöpuheeseen keskittyvän tutkimuksen mukaan sekä esiintyjä että yleisö tuottavat sanatonta vihjeitä ja viestivät jatkuvasti omaa mielentilaansa (Gerlander & Uitto, 2021, 43). Musiikkikonserteissa ilmenevää sanatonta viestintää on tutkittu jonkin verran, mutta usein tutkimus on keskittynyt joko pelkän esiintyjän tai yleisön toimintaan. Lisäksi populaarimusiikin genre on jäänyt tutkimuskohteiden joukossa vähemmistöön (Barkhuus & Jørgensen, 2008, 2926). Yleisön viestintää käsittelevien tutkimusten mukaan taputtaminen on yksi yleisimmistä sanattoman viestinnän muodoista, joita yleisö voi hyödyntää konserteissa. Bradbyn (2017, 88) mukaan aplodit ovat selkeä vuorovaikutuksen merkki, sillä ne luovat keskustelua yleisön ja esiintyjän välille. Myös kiljumisen on todettu kuuluvan olennaisesti populaarimusiikkikulttuurin kontekstiin nonverbaalisen viestinnän osalta (Duffet, 2017). Negatiivisia tai välinpitämättömiä asenteita yleisö voi ilmaista sanattomasti vaikkapa poistumalla paikalta kesken esityksen (Hytönen-Ng, 2017, 79).

Esiintyjä sen sijaan voi ilmaista kehonkielellään yleisölle esimerkiksi sitä, milloin hän odottaa näiden antavan hänelle puhumisrauhan. Tätä kutsutaan vuoron ottamiseksi. (Bradby, 2017, 100–101.) Davidsonin (2001) mukaan laulaja voi nonverbaalisesti miimikoida kappaleen sanoa, kertoa itsestään kehonkielellä ja viihdyttää yleisöä ottamalla heidät huomioon esimerkiksi osallistamalla heitä käsien taputtamiseen. Myös fyysinen olemus nähdään sanattoman viestinnän osa-alueena. Aikaisemman esiintymistä käsittelevien tutkimuksen mukaan taiteellisten performanssien, kuten musiikkikonserttien kontekstissa esiintymisasulla voi olla merkit-

täväkin rooli. Klassisen musiikin konsertteja tutkineet Urbaniak ja Mitchell (2022) sekä Griffiths (2008) tulivat molemmat tutkimuksissaan tulokseen, että esiintyjän ulkonäöllä ja pukeutumisella on vaikutusta yleisön arvioihin heistä ja heidän taidoistaan.

Ahon (2007) mukaan populaarimusiikki käsitetään ”kehon musiikkina”, sillä siihen liitetään vahvasti kehon liikkeitä, kuten tanssi ja eläväinen soittotyylit. Hänen mukaansa liikehdintä perustuu ennen kaikkea musiikin rytmisyyteen ja näyttäytyksi usein säännöllisenä liikkeenä, kuten pään nyökytyksenä, jalan naputtamisena tai käsien taputtamisena. Vaikka kehollisuus on keskeistä populaarimusiikin konserteissa, siitä on tehty vain vähän analyysia. (Aho, 2007, 243–264.) Vastatakseen esiteltyyn tutkimusaukkoon, tässä tutkielmassa sekä esiintyjän että yleisön kehollisuuteen ja sanattomaan viestintään kiinnitetään erityistä huomiota.

Kaikki sanaton viestintä edellyttää sosiaalisesti jaettua merkkisysteemiä, eli koodeja, jotta viestintä voidaan ymmärtää mahdollisimman tarkasti (Kurosawa & Davidson, 2005, 114). Esimerkiksi kumarrus esityksen päätteeksi toimii nonverbaalisena koodina kiitokselle. Erästä populaarimusiikin konserttia analysoineet Kurosawa ja Davidson (2005) hyödynsivät esiintyjän sanattoman viestinnän tarkastelussa Ekmanin ja Friesenin (1981) luomaa kategorisointia kehonkielen koodien tulkitsemiseen. Kyseinen lista koostuu viidestä kategoriasta, jotka erittelevät nonverbaalisia viestejä niiden tarkoituksen mukaan. Kaikkia kategorioita ei ole tietävästi suomennettu aiemmassa tutkimuksessa, joten tässä tutkielmassa ne on suomennettu vapaasti. Ensimmäinen kategoria on nimeltään embleemit (*emblems*). Ne ovat eleitä, jotka kuvaavat sanattomasti jotain helposti sanoitettavaa. Esimerkiksi peukaloiden ilmaan nostaminen (”hyvä!”) tai olkien kohauttaminen (”en tiedä”). Toisena Ekmanin ja Friesenin listalla ovat havainnollistavat liikkeet (*illustrators*), joita käytetään puheen lomassa ikään kuin kuvittamaan sanomaa. Kolmas kategoria sisältää ohjaavat liikkeet (*regulators*). Ne ohjailevat vuorovaikutusta esimerkiksi rytmittämällä keskustelua. Ohjailevia liikkeitä ovat muun muassa pään nyökytykset ja kallistukset. Neljäntenä listalla ovat sopeutumiset (*adaptors*), jotka viittaavat henkilön tapaan olla ruumiillisesti ja tapaan reagoida muihin ihmisiin ja asioihin. Esimerkiksi jalan taputtelu maahan voi olla jollekin ominainen tapa liikehtiä. Myös asioihin reagoiminen vaihtelee ihmisten välillä. Viimeisenä listauksessa on tunteiden ilmaiseminen (*affect displays*). Tällä tarkoitetaan esimerkiksi hymyilyä tai epäilevää katsetta. Kurosawa ja Davidson (2005,

130) toteavat, että esitelty viiden kategorian listaus on toimiva tapa ymmärtää populaarimusiikin konserteissa esiintyvää nonverbaalista viestintää. Myös tässä tutkielmassa on tarkoituksena verrata tehtyjä havaintoja esiteltyihin koodeihin.

Yksi sanattoman viestinnän muoto on proksemiikka, eli tilankäyttö. Indiemusiikin konserteissa proksemiikkaa tutkinut Wendy Fonarow (2006) jakaa musiikkikonserteissa lavanedusta-alueen kolmeen lohkoon pohjautuen siihen, miten yleisö käyttäytyy eri etäisyyksillä lavaan nähden. Hänen mukaansa lähimpänä lavaa olevalla alueella (*zone 1*) yleisön osallistuminen on fyysisesti intensiivisempää, kuin kahdella kauemmalla alueella. Fonarow'n mukaan ensimmäisellä alueella olevat yleisön edustajat pomppivat, tanssivat ja ovat fyysisesti hyvin lähellä toisiaan. Keskimmäisellä alueella (*zone 2*) keikkaan keskitytään aktiivisesti, mutta se ei välttämättä näy fyysisellä tasolla yhtä paljon, kuin lavanedusta-alueella. Kolmannella, eli kaukaisimmalla alueella (*zone 3*) esitystä seurataan vähäisemmällä tarkkuudella ja usein baaritiskin läheisyys on tärkeämpi tekijä, kuin lavan läheisyys. (Fonarow, 2006, 79–121.) Fonarow'n aluejako osoittaa sen, miten tärkeä rooli proksemiikalla on sanattomassa viestinnässä. On myös tutkittu, että mitä lähempänä yleisö on esiintyjää konsertissa, sitä intiimimpi tilanteesta tulee. Intiimiys ja läheisyys taas lisäävät yhteenkuuluvuuden tunnetta vuorovaikutuksessa (*feeling of connection*). (Hytönen-Ng, 2017, 74.) Yhteyden kaipuu onkin erään tutkimuksen mukaan peruste sille, miksi yleisö suosii esiintymispaikkoja, joissa lava ja esiintyjä ovat lähellä ja tavoitettavissa (Brand, Sloboda, Saul, Hathaway, 2012, 642).

Burgoon ja Bacue (2003) käsittelivät sanattoman viestinnän taitojen yhteydessä vuorovaikutuksen osapuolten valta-asemia ja sitä, miten niihin voidaan vaikuttaa nonverbaalisen viestinnän keinoin. On esimerkiksi tutkittu, että henkilö voi viestiä valta-asemaansa kineettisesti katseen, asennon ja eleiden avulla. Dominanssista viestii katsekontaktin ”voittaminen” sekä rento ja suurieleinen liikehdintä asennon ja muun kehonkielen suhteen. (Burgoon & Bacue, 2003, 200–201.) Valtadynamiikan voidaan nähdä vaikuttavan esiintyjän ja yleisön väliseen vuorovaikutukseen esiintymistilanteessa (Hytönen-Ng, 2017, 70) ja siksi on tärkeää tarkastella, millaisessa roolissa sanaton viestintä on tässä prosessissa.

2.2.5 Sanallinen viestintä

Vaikka musiikkikonserteissa sanattomalla viestinnällä on huomattava merkitys, myös sanallisella viestinnällä on tärkeä rooli. Hargien (2017, 39) mukaan sanaton viestintä korostuu, kun viestinnän keskiössä ovat affektiiviset, eli tunteisiin liittyvät asiat, mutta kognitiivinen sisältö viestitään pääosin sanallisesti. Koska viestinnän kentällä tehty esiintymisen tutkimus keskittyy vahvasti puhetilanteisiin, on varsinkin esiintyjän sanallisesta viestinnästä suhteellisen paljon aikaisempaa tutkimustietoa. Esimerkiksi yksi suosittu esiintymiseen liittyvä sanallisen viestinnän tutkimuskohde on poliittiset puheet ja niissä käytettävä retoriikka (mm. Corcoran, 1994; Samanna-Spagnoli, 2007). Musiikkikonserttikontekstissa tehty viestinnän tutkimus on vielä vähäistä ja siksi sille on tarvetta. Lisäksi tässä tutkimuksessa huomio kiinnitetään esiintyjän tuottaman sanallisen viestinnän lisäksi yleisön viestintään.

Jazz-konsertteja tutkinut Elina Hytönen-Ng (2017) toteaa, että esiintyjä voi sitouttaa yleisöään vuorovaikutukseen muun muassa avaamalla sanallisesti musiikin merkitystä ja kertomalla yksityiskohtia valitusta repertuaarista. Vuorovaikutuksen kannalta parhaassa tapauksessa esiintyjän ja yleisön välille syntyy konsertin aikana niin sanottu *me-suhde*, jolloin yleisö pääsee esiintyjän kanssa keskusteluun esimerkiksi esittämällä toivekappaleita. (Hytönen-Ng, 2017, 73, 82.) Yleisö voi viestiä sanallisesti myös esimerkiksi kannustushuudoilla ja muilla huudahduksilla (Heritage & Clayman, 2010, 263). Tämän tutkielman yhtenä tavoitteena on selvittää, ovatko aikaisemmat, muissa musiikkigenreissä saadut tutkimustulokset linjassa populaarimusiikin konserteista saadun tiedon kanssa. On esimerkiksi mahdollista, että sanallisen viestinnän sisältö eroaa genreittäin.

Yksi sanallisen viestinnän muoto esiintymistilanteissa on *fresh talk*, joka tarkoittaa suoraan suomennettuna tuoretta puhetta (Takala & Alanne, 2021, 123). Tämä Erving Goffmanin (1981) luoma termi viittaa esiintymistilanteessa tuotettuihin puhepätkiin, joita ei ole suunniteltu tai harjoitettu etukäteen, vaan ne syntyvät suoraan tilanteessa (Poutiainen, 2021, 123; Bradby, 2017, 91). Juuri tällainen uuden luominen hetkessä tekee live-esityksistä erityisiä verrattuna nauhoitetun musiikin kuunteluun. Mahdollisuus olla läsnä todistamassa esiintyjän ajatusten

muodostumista ja johonkin yllätykselliseen osallistuminen tekee esityksestä erityisen (Poutainen, 2021, 137). Musiikkikonserteissa tuoretta puhetta voi syntyä esimerkiksi välispiikkien yhteydessä.

Virtanen (2021) tutki esiintyjän sanallista viestintää runonlausunnan näkökulmasta ja pohti artikkelissaan sitä, miten lausujan kokemus siirtyy esiintymistilanteen vuorovaikutuksessa yleisölle. Runonlausuntaesityksessä ”sanat tulevat lihaksi”, kun ne esitetään tarkoituksenmukaisen viestinnän keinoin. Esityksessä sanallinen viestintä siis yhdistyy sanattomaan viestintään ja näin yleisön on mahdollista merkityksellistää viestin sanoma mahdollisimman tarkasti. (Virtanen, 2021, 168–194.) Tässä tutkielmassa sanallista ja sanatonta viestintää tarkastellaan yhteistä kokonaisuutta luovina osa-alueina.

2.3 Vuorovaikutuksen osapuolet esiintymistilanteessa

2.3.1 Esiintyjä vuorovaikutuksen osapuolena

Tässä tutkielmassa esiintyjällä tarkoitetaan muusikkoa, joka keikkailee populaarimusiikin kentällä. Jos muusikolla riittää fanikuntaa, häneen liitetään useampien ihmisten toimesta ajatuksia ja oletuksia, jotka lopulta yhdistetään hänen julkiseen persoonaansa. Tällöin muusikkona oleminen tarkoittaa myös sitä, että hän esittää imagonsa mukaista roolia sosiaalisessa maailmassa (Auslander, 2006, 101). Sosiaaliseen maailmaan voi lukea koko yksityiselämän ulkopuolella olevan alueen, jossa muusikko vaikuttaa. Selkein paikka, jossa muusikon olemista voidaan tarkkailla, on kuitenkin esiintymislava, jossa huomio kohdistuu lähes yksinomaan häneen. Esiintymistilanne voikin luoda esiintyjälle paineita ja ylikorostuneen tunteen omasta asemastaan (Gerlander & Uitto, 2021, 53). Schechnerin (2002, 174) mukaan itsetietoinen olo saa ihmisen esittämään toimintaansa luonnollisen käyttäytymisen sijaan. Tästä voidaan päätellä, että muusikon voi esiintyjänä olla vaikeaa käyttäytyä luonnollisesti, kun tietoisuus omasta asemasta on niin suuri.

Auslanderin (2010, 314) mukaan esiintyjällä voi olla jopa kolme päällekkäistä roolia, joita hän esittää lavalla. Ensimmäinen rooli on vapaasti suomennettuna ”oikea henkilö” (*real person*), eli se, joka tekee tässä tapauksessa muusikon työtä. Seuraava rooli on esiintyvän henkilön (*performance person*) rooli, eli se henkilö, jonka yleisön edustajat ovat tottuneet näkemään

lavalla esiintymässä. Tähän rooliin kuuluu muun muassa tietty tapa olla, liikkua, ilmehtiä ja elehtiä. Kolmannen, hahmon (*character*), roolin muusikko ottaa haltuun, kun hän eläytyy esittämäänsä kappaleeseen jonkun toisen näkökulmasta. Muusikko voi vaikkapa esittää kappaleen kertojan tunnetilaa ilmehtimällä teatraalisesti ja täten toimia hahmon roolista käsin. Varsinkin tunnettujen muusikoiden kohdalla roolien johdonmukainen ylläpito auttaa pitämään yleisön odotukset täytettyinä, sillä imago on heidän tapauksessaan niin vahva. Yleisö tulee aina paikalle tietuin odotuksin, jolloin esiintyjän tehtäväksi jää osoittaa, toteutuvatko odotukset (Auslander, 2006, 107).

Hytönen-Ngn (2017, 82) mukaan muusikoiden joukosta voidaan tunnistaa kaksi ääripäätä: on niitä, jotka pyrkivät vuorovaikutukseen yleisön kanssa ja niitä, jotka välttelevät sitä. Tämä väite edustaa melko mustavalkoista ajattelua, mutta sen taustalta voidaan löytää havainto, jonka mukaan vuorovaikutus ei ole kaikille esiintyjille yhtä tärkeä tai luonteva osa esiintymistä. Vuorovaikutuksen välttely onnistuu muusikon tapauksessa pitäytymällä tiukasti musiikin esittämisessä ja jättämällä muu tahallinen viestintä minimiin. Jos kuitenkin vuorovaikutteisuus yleisön kanssa kuuluu muusikon esiintymiseen, niin aiemman tutkimuksen perusteella se voi näyttäytyä esimerkiksi yleisön kanssa keskustelemisena ja mahdollisten epäonnistumisien myöntämisenä (Rendell, 2021), valitusta kappalerepertuaarista kertomisena ja huumorin hyödyntämisenä (Hytönen-Ng, 2017) sekä sanattomina viesteinä, kuten yleisön osallistamisena taputtamiseen (Kurosawa & Davidson, 2005).

Geeves ym. (2016) taas jakoivat muusikot spontaaneihin esiintyjiin ja tuttuun kaavaan turvautujiin. Heidän tutkimuksensa tulokset kertoivat, että muusikoilla on erilaisia käsityksiä siitä, millainen viestintä luo yhteyttä esiintyjän ja yleisön välille. Toiset mukauttavat viestintäänsä tilanteen mukaan ja toiset taas tahtoivat pitää esityksensä mahdollisimman muuttumattomana, jotta tilanne ei vaikuttaisi esitykseen. (Geeves, McIlwain, Doris, Sutton, 2016.) Esiintyjän tavalla vastata muutokseen esiintymistilanteessa voi olla vaikutusta myös vuorovaikutuksen muodostumiseen yleisön kanssa.

Musiikkikontekstissa esiintymiseen kuuluu tietenkin itse musiikin esittäminen, mutta myös viestinnän tutkimuksessa painottunut yleisöpuhe voi olla osana esitystä esimerkiksi välispiikkien muodossa. Isotalus (1995) erottaa yleisöpuheen puhetaiteesta ja mediaesiintymisestä sen perusteella, että siinä painotetaan läsnäoloa yleisön edessä, jolloin vuorovaikutustaidot

korostuvat, ja vaikka esiintymisestä onkin kyse, yleisöpuheen tulisi vaikuttaa mahdollisimman luonnolliselta. Yleisöpuhe on siis yleisölle puhumista mahdollisimman luontevan oloisesti. Samassa artikkelissa Isotalus on määritellyt myös esiintymistaitoja puhe-esiintymiselle. Niitä ovat nonverbaalisen viestinnän kontrollointi, vuorovaikutustaidot yleisön kanssa, valmistautumisen häivyttäminen, esiintymisjännityksen hallintataidot ja vaikutelmien hallinta. Jos siis muusikko haluaa ottaa kontaktia yleisöönsä musiikkiesitysten välillä tai niiden aikana, hänellä on hyvä olla edellä mainittuja taitoja, jotta esitys onnistuisi mahdollisimman hyvin. Muusikon rooli esiintyjänä onkin monitasoinen ja taitoa vaativa: kaikkien taito- ja rooliodotusten keskellä hänen on pystyttävä esiintymään ja saamaan yleisö puolelleen.

Myös esiintyjän omat tavoitteet vaikuttavat hänen viestintäänsä lavalla. Schechner (2016) määrittelee esiintymiselle seitsemän tehtävää, joista viisi sopii myös muusikon mahdollisiin motiiveihin esiintyä yleisölle. Nämä viisi tehtävää ovat viihdyttäminen, esteettisen elämyksen luominen, identiteetin ilmaisu tai muuttaminen, yhteisöllisyyden luominen tai edistäminen sekä opettaminen tai suostuttelu. Viihdyttäminen ja esteettisen elämyksen luominen ovat performanssille sopivia tavoitteita ja usein näkyvästi esillä taide-esityksissä. Identiteettiään esiintyjä voi ilmaista esimerkiksi edellä kuvailtujen Auslanderin (2010) kolmen roolin kautta. Jos esiintyjän tavoitteena on yhteisöllisyyden edistäminen, hän voi pyrkiä tavoitteeseensa ottamalla kontaktia yleisöönsä etsien yhdistäviä tekijöitä. Esimerkiksi tarinan kertominen kaupungista, jossa esiintyy, voi edistää yhteisöllisyyden tunnetta. Viimeinen tehtävä, opettaminen/suostuttelu valittiin mukaan, koska joskus muusikon esiintymiseen voi kuulua myös mielipidevaikuttamista (ks. Pedelty, 2016). Samassa esityksessä voi olla taustalla useampia tehtäviä, joiden esiintyjä (ja yleisö) toivoisi toteutuvan. Listalta jääneet kaksi tehtävää ovat parantaminen sekä pyhien tai demonisten asioiden käsittely.

2.3.2 Yleisön rooli vuorovaikutuksessa

Esiintymisen tutkimuksessa tarkastelun kohteena on suurimmaksi osaksi ollut esiintyjä ja tämän toiminta. Yleisö on kuvattu lähinnä fyysisesti paikalla olevana reagoivana joukkona ja esiintyjän havainnoinnin kohteena (McGarrity & Grosby, 2012; Young & Potter, 2018). (Gerlander & Uitto, 2021, 32–34.) Syy yleisön näkemiseen passiivisena osapuolena juontaa Bots-

teinin (1999, 480) mukaan juurensa aina 1830-luvulle saakka, jolloin yleisö erotettiin musiikoista, eikä heidän sopinut enää yhtyä soittamiseen ja laulamiseen, vaan musiikista tuli eräänlainen mysteeri, jota muiden kuin esiintyjien odotettiin pelkästään kuuntelevan osallistumisen sijaan. Näin yleisö eriytyi esiintyjästä ja heidän välilleen kasvoi kuilu. Edelleen tänä päivänä eriytyminen näkyy katsomoiden pimentämisenä ja esiintymislavojen aitaamisena. Silti kaipuu yhteyteen on säilynyt ja se näkyy erilaisina vuorovaikutuksellisinä tekoina sekä esiintyjän että yleisön toimesta. Yleisön näkeminen epäaktiivisena osapuolena tutkimuksessa luo viestinnän ja esitystutkimuksen kentälle valtavan tutkimusaukon, jota tämä tutkielma osaltaan täyttää.

On kuitenkin selvää, että esitystä ei ole ilman yleisöä, jolle teos esitetään (Pöyhönen, 2011, 23). Filosofi Rancière (2009) onkin ehdottanut yleisön roolin uudelleenarviointia juuri sen arvon takia. Hänen mukaansa yleisöä ei pitäisi ajatella toisarvoisena elementtinä esityksessä, koska yleisö luo aktiivisesti olosuhteita ja sisältöä esityksiin (Breemen, 2017, 301). Myös Hytönen-Ng (2017, 78) näkee yleisön rakentavan osaltaan esitystä antamalla panoksensa tunnelman ja esityksen sisällön luomiseen. Tunnelman luominen voi tapahtua niin yksinkertaisesti, että yleisö saapuu esitykseen ja *on* tilassa, jossa esitys tapahtuu. Musiikkikonserttikontekstissa varsinkin olosuhteiden ja tunnelman luominen ovat selkeitä yleisön tehtäviä, mutta myös sisällön lisääminen esitykseen onnistuu esimerkiksi laulamalla ja tanssimalla mukana tai ehdottamalla muusikolle esitettäviä kappaleita.

Gerlander ja Uitto (2021) pohtivat yleisön roolia yksilöistä koostuvana monikollisena joukkona. Heidän mukaansa viestinnän tutkimuksessa yleisö nähdään monipäisenä kollektiivisen mielipiteen edustajana, joka pyrkii viestimään joukkona, vaikka toisaalta myös ristiriitaisuuksille on tilaa ja yleisön moniäänisyys kuuluu asiaan. Yleisön rooliin vaikuttavat Gerlanderin ja Uiton mukaan myös valtasuhteet, jotka muotoutuvat esiintymistilanteesta riippuen esiintyjän ja yleisön välille. Esiintyjä voi esimerkiksi käyttää tietoisesti kutsuretorista viestintää (*invitational rhetoric*), jolloin hän pyrkii yleisön kanssa dialogiin ja keskustelusta tulee näin moniäänistä (Bone, Griffin, Scholz 2008, Gerlanderin ja Uiton 2021 mukaan). Useimmiten esiintymistilanteiden valta kuitenkin nähdään kuuluvan suurimmaksi osaksi esiintyjälle, jolloin yleisö antaa esiintyjälle legitimitetin, eli tunnustuksen tilanteen olosuhteesta. (Gerlander & Uitto, 2021, 38–41.)

Yleisön toiminta ja käyttäytyminen muotoutuu tapahtuman kontekstin mukaisesti. Tavallisesti yleisön edustajat tietävät etukäteen, millaiseen tilanteeseen he saapuvat ja osaavat käyttäytyä sen mukaisesti, mutta jos käyttäytymiskoodit ovat hukassa, ne opitaan tarkkailemalla muita tilanteessa olevia. (Takala & Alanne, 2021, 132). Yleisellä tasolla voidaan sanoa, että yleisö viestii ja reagoi esiintyjän representaatioihin aktiivisesti (Auslander, 2010, 314) vallalla olevan passiivisuuskäsityksen vastaisesti. Aikaisempi esitystutkimus korostaa erityisesti aplodien merkitystä yleisön viestinnällisenä tekona. Tämä johtunee siitä, että aplodeja annetaan monenlaisten esitysten päätteeksi, eikä vain tietyssä kontekstissa. Myös populaarimusiikin konserteissa aplodien antaminen on aikaisemman tutkimuksen mukaan tärkeä osa yleisön toimintaa ja niihin yhdytään helposti sen tarkempaa harkitsematta (Clayman, 1993). Aplodit voidaan Bradbyn (2017) mukaan nähdä myös tukena artistia kohtaan tai tämän kasvojen suojeleluna (Goffmanin kasvoteoria). (Bradby, 2017, 96.) Barkhuus ja Jørgensen (2008, 2927) jakoivat aplodit kahteen luokkaan: esiintyjän palkitsemisaplodeihin ja odotusaplodeihin. Myös tässä tutkielmassa havainnoidaan eroja yleisön aplodien laadusta. Yleisön on myös mahdollista viestiä epätyytyväisyyttään esiintyjälle alkamalla keskustelemaan ääneen tai lähtemällä pois kesken esityksen (Hytönen-Ng, 2017, 79).

Musiikin genre määrittää osaltaan yleisön käyttäytymistä ja luo odotuksia niin esiintyjän kuin yleisönkin toiminnalle. Odotukset johtuvat ihmisten omaksutusta käsityksestä siitä, miten kyseisen genren muusikko tai kuuntelija käyttäytyy keikoilla. (Auslander, 2010, 306–307.) Jos populaarimusiikin keikkoja vertaa esimerkiksi klassisen musiikin konsertteihin, yksi selkeä ero yleisön käyttäytymisessä on Ahon (2007, 243) mukaan se, kuinka paljon enemmän yleisö liikkuu fyysisesti. Esiintyjät myös odottavat tätä yleisöltä (Kawase, 2014, 59). Populaarimusiikki jakautuu myös useampiin alagenreihin, jolloin yleisön käyttäytyminen saattaa varioida genren sisäisestikin (Frith, 1996). Esimerkiksi rock-konsertissa yleisön käyttäytyminen voi olla riehakkaampaa kuin herkän pop-duon keikalla.

3 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

3.1 Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset

Tässä tutkielmassa tarkastellaan esiintyjän ja yleisön välistä vuorovaikutusta populaarimusiikin konserteissa. Tutkielma asettuu sosiopsykologiseen traditioon, jonka pääsuuntauksista behavioraalinen näkökulma sopii parhaiten sovellettavaksi tutkielman aiheeseen. Behavioraalissa pääsuuntauksessa keskitytään siihen, miten ihmiset käyttäytyvät ja toimivat sosiaalisissa tilanteissa. (Littlejohn ym. 2021, 35.) Teoreettis-metodologisessa viitekehyksessä tutkimus sijoittuu fenomenologisen ja etnografisen tutkimuksen välimaastoon, sillä vuorovaikutuksen muodostumista tarkastellaan kokemusten ja havaintojen pohjalta.

Tutkielman keskiössä on Suomen populaarimusiikin kenttä, jolta ei tiettävästi ole vielä aikaisempaa viestinnän tutkimusta tästä näkökulmasta. Aikaisempi esiintymisaiheinen tutkimus on keskittynyt painotukseltaan joko esiintyjän toimintaan (Gerlander & Uitto, 2021) tai musiikkikontekstissa useamman esiintyjän vuorovaikutukseen lavalla (Virtanen, 2016, 64). Populaarimusiikin kentällä tehty tutkimus taas on keskittynyt suurimmaksi osaksi itse musiikkiin ja sen tekemiseen (Leppänen, 2007, 268) ja vuorovaikutus on jäänyt aiheena suhteellisen vähälle tutkimukselle (Barkhuus & Jørgensen, 2008, 2926). Tämän tutkielman tavoitteena on lisätä tietoa sekä esiintyjän että yleisön vuorovaikutusta rakentavasta viestinnästä populaarimusiikin konserttien aikana. Tutkimusongelma muodostui tavoitteen pohjalta seuraavaksi:

Miten vuorovaikutus ilmenee esiintyjän ja yleisön välillä populaarimusiikin konserteissa?

Vuorovaikutuksen muodostumisen kannalta on olennaista ymmärtää osapuolten rooleja tilanteessa (Hargie, 2017). Tämän tutkielman tapauksessa roolit jakautuvat esiintyjän ja yleisön edustajien rooleihin. Vaikka jokainen esiintyjä ja yleisön edustaja toimii omista lähtökohdistaan käsin ja omaa uniikin ajatusmaailman, voidaan konserttitilanteissa nähdä toistuvan tietynlaisia käyttäytymismalleja, jotka ovat sosiaalisesti opittuja (Takala & Alanne, 2021; Auslander, 2010; Davidson, 2001, 237). Populaarimusiikin konserteista on tehty jonkin verran eri osapuolten käyttäytymistä ja viestintää kartoittavaa tutkimusta, mutta paljon on vielä tutkimatta ja siksi ensimmäiset kaksi tutkimuskysymystä keskittyvät esiintyjän ja yleisön viestintään. Ensimmäisessä tutkimuskysymyksessä tarkastellaan sitä, miten esiintyjä osaltaan rakentaa vuorovaikutustilannetta yleisön kanssa:

K1 Miten vuorovaikutuksessa oleminen näkyy esiintyjän viestinnässä?

Toinen tutkimuskysymys taas lähestyy vuorovaikutustilannetta yleisön viestinnän osalta:

K2 Miten vuorovaikutuksessa oleminen näkyy yleisön viestinnässä?

Vuorovaikutuksen muodostumiseen vaikuttaa olennaisesti tilanteen konteksti (Hargie, 2017, 28). Kontekstiin vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa paikka, aika, ja se, mitä tapahtuu. Aikaisempi musiikkikonsertteihin keskittyvä vuorovaikutuksen tutkimus on tapahtunut lähes kokonaan ulkomailla, joten Suomen kulttuurinormien puitteissa tehty tutkimus voi tarjota uudenlaisia näkökulmia aiheeseen. Moni aiempi aihetta käsittelevä tutkimus on myös kohtuullisen vanhaa (esim. Shield, 1980 tai Frith, 1996), jolloin kontekstiin vaikuttavalla ajallakin saattaa olla jo vaikutusta tutkimustuloksiin. Lisäksi populaarimusiikki on genrenä laaja, jolloin eri alagenrejen edustajien ja keikkojen tutkiminen voi tarjota huomattavan erilaisia näkemyksiä tutkimusaiheesta. Viimeisellä tutkimuskysymyksellä pyritään luomaan ymmärrystä siitä, millaiseksi vuorovaikutus populaarimusiikin konserteissa muodostuu ja mitkä tekijät ovat osana vuorovaikutuksen jäsentymistä. Kolmas tutkimuskysymys on:

K3 Mitkä tekijät jäsentävät vuorovaikutusta populaarimusiikin konserteissa?

Tutkimuskysymyksiin haettiin vastauksia havainnoimalla esiintyjän ja yleisön vuorovaikutuksen toteutumista musiikkikonserteissa ja haastatteleamalla populaarimusiikin artisteja heidän kokemuksistaan. Seuraavissa alaluvuissa avataan tutkimusprosessia laajemmin kertomalla aineistonkeruusta ja analyysin vaiheista.

3.2 Tutkimuksen osallistajat ja aineistonkeruu

3.2.1 Tutkimuksen osallistajat

Aineiston hankinta aloitettiin haastatteleamalla viittä populaarimusiikin artistia heidän kokemuksistaan esiintyjän ja yleisön välisestä vuorovaikutuksesta konserteissa. Tuomen ja Sarajärven (2018, 85) mukaan haastattelun etu metodina on se, että siihen voidaan valita henkilöitä,

joilla tiedetään olevan kokemusta tutkittavasta aiheesta. Tämä etu nähtiin myös tämän tutkielman tapauksessa. Haastateltavat valittiin Suomen populaarimusiikin kentältä ja heitä lähestyttiin yksityisviesteillä sosiaalisen median palvelussa, Instagramissa. Vaatimuksena haastateltaville oli, että heillä tuli olla kokemusta sekä pienille että suuremmille (>500 hlö) yleisöille esiintymisestä. Lopulta haastatteluihin osallistui neljä miestä ja yksi nainen. Viisi osallistujaa oli riittävä määrä haastatteluun, koska tutkimusaineisto koostui haastatteluiden lisäksi myös keikkahavainnoista. Lukuun ottamatta yhtä esiintyjää kaikki muut tutkimuksen osallistuneet haastateltavat ja havainnoitavat olivat eri henkilöitä. Heidän kokemuksensa populaarimusiikin esiintyvänä artisteina vaihteli kahdestatoista kahteenkymmeneen vuoteen. Kokemusvuosien keskiarvo oli 15 vuotta. Haastateltavat artistit edustivat populaarimusiikin alagenreistä pop-, r'n'b/rap-, rock- ja pop-rock -musiikkia.

Haastattelujen lisäksi tutkielman aineistonkeruuvaiheeseen kuului myös kolmen populaarimusiikin keikan havainnointi esiintyjän ja yleisön vuorovaikutuksen näkökulmasta. Havainnointi on etnografinen tutkimusmenetelmä, joka perustuu tutkijan omakohtaisiin havaintoihin ja kokemuksiin, jotka hän kerää tutkimuskohteestaan (Kinnunen & Kallinen, 2023). Havainnointi sopii Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (2004, 202) mukaan erinomaisesti vuorovaikutuksen tutkimiseen, sillä se tapahtuu luonnollisessa ympäristössä. Keikat tapahtuivat oikeassa elämässä, joten havainnointi tehtiin niin sanotusti kentällä. Havainnoidut keikat olivat alagenreiltään indie pop-, r'n'b- ja englanninkielisen pop-musiikin keikkoja. Kaikki esiintyjät puhuivat suomeksi, vaikka yhdellä keikalla musiikin esityskielenä oli englanti. Havaintoja tehtiin sekä esiintyjän että yleisön vuorovaikutuskäyttäytymisestä, joten kaikki paikalla olevat osapuolet olivat tutkimuksen osallistujia. Havainnoinnin suhteen esiintyjien ja yleisöjen ikä- ja sukupuolijakaumasta ei hankittu tietoja, sillä niillä ei nähty olevan merkitystä tutkielman tulosten kannalta.

3.2.2 Esiintyjien haastattelut

Yksilöhaastattelut toteutettiin vuoden 2022 kesällä ja syksyllä etänä Zoom-palvelua käyttäen, koska se osoittautui kaikille osapuolille kätevimmäksi tavaksi järjestää tapaaminen. Lisäksi kodin rauhassa toteutettu haastattelu mahdollisti laadukkaan äänitallenteen luomisen myöhemmä litterointivaihetta ajatellen. Haastattelut tallennettiin äänitteinä sekä videotallenteina

suoraan Zoomista. Haastatteluiden keskimääräinen kesto oli 50 minuuttia (vaihteluväli 35 minuutista 75 minuuttiin) ja niiden muoto oli keskusteleva, mikä kertoo osittain huomattavastakin vaihteluvälistä. Jokaisessa haastattelussa oli lämmin tunnelma ja moni haastateltavista kertoi kysymysten päätyttyä iloinneensa haastatteluun osallistumisesta, koska tutkielman aihe antoi myös heille mahdollisuuden analysoida omaa esiintymistään ja vuorovaikutusta yleisön kanssa.

Haastattelu toteutettiin puolistrukturoituna teemahaastatteluna. Teemahaastattelu sopi käytettäväksi tutkielmassa, koska siinä haastateltavat saavat vastata kysymyksiin omin sanoin, mutta vastaukset pysyvät silti ennalta muotoiltujen teemojen sisällä (Tuomi & Sarajärvi, 2018). Haastattelurunko muodostettiin aiemman tutkimuksen pohjalta ja sitä muokattiin hie-man tehdyn koehaastattelun perusteella. Kysymykset muotoiltiin alun perin esitettäväksi samanlaisina jokaiselle haastateltavalle, mutta haastattelujen aikana joitain kysymyksiä pyydettiin avaamaan eri sanoin, jolloin näin tehtiin. Lisäksi välillä kysyttiin tarkentavia kysymyksiä, mikä ei olisi ollut mahdollista täysin strukturoidussa haastattelussa (Frey, Botan, Kreps, 2000, 101). Haastattelun etuna voidaankin nähdä se, että kysymyksiä on mahdollista selventää ja haastateltavan vastauksiin pyytää tarkennusta, jotta molemmat osapuolet pysyvät perillä keskustelusta (Hirsjärvi & Hurme, 2022). Esitetyt kysymykset olivat muodoltaan avoimia kysymyksiä, koska ne eivät suljettujen kysymysten tapaan rajaa vastaamisen mahdollisuuksia ja tapoja (Hyvärinen, Suoninen, Vuori, 2022).

Haastattelukysymyksillä kartoitettiin esiintyjän näkemyksiä, havaintoja ja tavoitteita yleisön kanssa tapahtuvassa vuorovaikutuksessa. Esiintyjien näkemyksiä selvitettiin kysymällä, miten he määrittelevät vuorovaikutusta esiintyjän ja yleisön välillä. Kysymykset kuuluivat: ”Mitä esiintyjän ja yleisön välinen vuorovaikutus on sinun mielestäsi?” ja ”Mistä syntyy kokemus vuorovaikutuksesta?”. Lisäksi vuorovaikutukseen liittyviä näkemyksiä kartoitettiin kysymällä esiintyjiltä, miksi vuorovaikutus on merkityksellistä, mitä syitä sen epäonnistumiselle voi olla ja millaisena esiintyjä kokee vastuun vuorovaikutuksesta jakautuvan esiintyjän ja yleisön välillä. Suurin osa kysymyksistä pohjautui esiintyjän havaintoihin esiintymistilanteiden vuorovaikutuksesta. Haastateltavia pyydettiin kertomaan heidän havainnoistaan liittyen yleisön viestintään, yleisön koon vaikutuksiin, keikoilla toistuviin elementteihin, esityksen kellonajan vai-

kutuksiin ja lasten läsnäoloon yleisössä. Esiintyjien omia tavoitteita selvitettiin kysymällä, millaisilla keinoilla he pyrkivät luomaan vuorovaikutusta yleisön kanssa ja millainen viestintä sitouttaa heidän mielestään yleisöä vuorovaikutukseen. Haastattelupohja löytyy tutkielman liiteosiosta (Liite 1). Haastattelujen aikana kirjoitettiin ylös tärkeimpiä ajatuksia ja avainsanoja, joita haastateltavat nostivat esiin puheissaan. Tämä auttoi aineiston käsittelyä analyysivaiheen alussa.

3.2.3 Keikkojen havainnointi

Havainnoinnin ja muistiinpanojen tekemisen helpottamiseksi luotiin valmis pohja, jossa oli luokat esiintyjän ja yleisön sanallisen ja sanattoman viestinnän havaitsemiseksi. Näiden luokien lisäksi havainnointipohjassa oli kohdat vastavuoroisuuden havaitsemiselle ja yleisille huomioille vuorovaikutuksen muodostumisesta. Myös keikkojen perustiedoille oli oma kohtansa täytettäväksi ennen esityksen alkua. Tässä osiossa arvioitiin yleisömäärä, yleisön istumis-/seisomistilanne, keikkapaikan speksit ja joitain yleisön demografisia tietoja. Havainnointimatriisi löytyy haastattelupohjan tavoin tutkielman liiteosiosta (Liite 2). Havainnointipohja tulostettiin paperiversioksi ja kiinnitettiin kansioon niin, että sitä oli helppo käsitellä havainnoinnin aikana.

Keikat havainnoitiin yhden tutkijan voimin, joten tehdyt tulkinnat perustuvat yhden henkilön havaintoihin. Havainnoija ei osallistunut yleisön eikä esiintyjän toimintaan, vaan toimi teorian tasolla ulkopuolisena havainnoijana. Käytännössä ero ulkopuolisen havainnoijan ja osallistuvan havainnoijan välillä on kuitenkin tässä tapauksessa monimutkaisempi. Metsämuuronen (2006, 117) kiteytti havainnoijan osallistumisen neljään tasoon: täydellinen havainnointi, havainnoija osallistujana, osallistuja havainnoijana ja täydellinen osallistuja. Tämän tutkielman tapauksessa havainnointi sijoittui *täydellisen havainnoinnin* ja *havainnoija osallistujana* väliin, sillä vaikka tilanteissa pyrittiin puhtaasti havainnoimaan vuorovaikutusta ja olemaan osallistumatta yleisön toimintaan, jo pelkkä tutkijan läsnäolo yleisön seassa teki tästä osan yleisöä.

Kaikki havainnoidut keikat olivat osana Lost in music -klubifestivaalia, joka järjestettiin Tampereella vuoden 2022 syys-lokakuun vaihteessa. Havainnoidut keikat sijoittuivat arkipäiville (ke, to, pe) ja ne järjestettiin ilta-/yöaikaan (aloitus klo 22–00). Seuraavaksi havainnoinnista kerrotaan havainnoijan näkökulmasta.

Ensimmäinen havainnoitava keikka järjestettiin pienellä klubilla, jonka maksimikapasiteetti yleisölle on 250 henkilöä. Yleisöä keikalla oli noin 150 henkilöä, joten ensimmäinen keikka osoittautui pienimmäksi havainnoiduksi keikaksi. Sain tilasta istumapaikan ja roolini havainnoijana kävi myös yleisölle ilmeiseksi, sillä pidin edessäni havainnointimuistiinpanoja ja kiinnitin pöytäni pienen lukuvalon helpottaakseni niiden kirjoittamista. Tällä keikalla puolet yleisöstä täytti klubin istumapaikat ja loput seisoivat muutaman metrin päässä lavasta, mutta kuitenkin sen edessä.

Toinen havainnoitava keikka oli suuruudeltaan keskisuuri ja se järjestettiin kapasiteetiltaan 450 hengen klubilla. Arvioin yleisöä olevan noin 250 henkilön edestä, joten tämä keikka osoittautui keskisuureksi keikaksi kolmesta havainnoimastani keikasta. Tässä tilassa sijoittauduin havainnoimaan yleisön sivuun seisoen kansion kädessä, ilman apuvaloa. Tällä keikalla yleisö täytti vähät istumapaikat klubin sivuilla, mutta suurin osa yleisöstä seisoivat tanssilattialla lavan edustalla.

Kolmas havainnoitava keikka järjestettiin suuremmassa esiintymistilassa, jonka kapasiteetti on 1200 henkilöä. Sali oli puolillaan, joten arvioin yleisöä olevan noin 600 henkeä. Tämä keikka voidaan määritelmäni mukaan laskea suuren mittakaavan keikaksi (määritelmä haastatteluja varten oli >500 henkilöä). Kaikki yleisön jäsenet seisoivat, eikä istumapaikkoja ollut edes tarjolla. Sijoittauduin tilassa tiuhimman yleisömassan taakse salin puoliväliin, jossa pystyin tarkkailemaan koko yleisöä ja mahduin kirjoittamaan muistiinpanoja.

Kaikilla keikoilla havainnointi toteutui saman kaavan mukaan. Kirjoitin ylös niitä asioita, joihin huomioni kiinnittyi tilanteissa. Esimerkiksi jos esiintyjä puhui, kuuntelin tarkasti ja pyrin kirjoittamaan sanoman ylös, mutta samaan aikaan seurasin hänen sanatonta viestintäänsä ja yleisön toimintaa, kuten huudahduksia ja liikehdintää. Jos taas yleisö teki jotain huomiota herättävää, kuten villiintyi jostain, kirjoitin sen ylös. Tasaisempina hetkinä pyrin kirjoittamaan muistiin jatkuvasti tapahtuvaa viestintää, kuten katseen suuntausta tai musiikin tahtiin liikkumista. Koen, että sain tehtyä keikoilta riittävän kattavat muistiinpanot, mutta useammasta havainnoijasta olisi voinut olla myös hyötyä.

3.3 Aineiston käsittely ja analyysi

Haastattelut litteroitiin ja näin aineistoa tuli yhteensä 71 sivua fontilla Times New Roman, kirjaisinkoolla 12 ja rivivälillä 1,5. Litteroinnissa käytettiin apuna Wordin sanelu- ja litterointiaputoimintoja, mutta lopullinen muotoilu tehtiin käsin. Tekstistä poistettiin epäolennaiset täytesanat ja haastateltavien suorat tunnistetiedot, kuten bändien ja soittajien nimet. Lopuksi haastattelut tulostettiin käsittelyn helpottamiseksi. Havainnointiaineisto taas säilyi melko koskemattomana. Se kirjoitettiin puhtaaksi tietokoneelle ja tulostettiin käsittelyä varten.

Tässä tutkielmassa aineiston analyysitavaksi valittiin laadullinen sisällönanalyysi, sillä se sopii sekä haastattelu- että havainnointiaineiston analyysiin. Litteroidun haastatteluaineiston sekä puhtaaksikirjoitetun havainnointiaineiston käsittely aloitettiin kaiken materiaalin läpikäymällä. Tutkielmassa noudatettiin aineistolähtöistä analyysitapaa, joten aineistoon huolellisesti tutustuminen oli olennainen ensimmäinen vaihe prosessissa. Ensimmäisten lukukertojen jälkeen aineistosta syntyi käsitys, jonka pohjalta seuraava vaihe, koodaus, tehtiin. Laadullinen sisällönanalyysi perustuu Vuoren (2022) mukaan koodaukselle, jossa tutkija tunnistaa ja nimeää aineistostaan löytämiä sisällöllisiä elementtejä.

Ensimmäisten kahden tutkimuskysymyksen (*Miten vuorovaikutuksessa oleminen näkyy esiintyjän / yleisön viestinnässä*) kohdalla haastatteluaineistosta eroteltiin esiintyjän ja yleisön sanalliseen ja sanattomaan viestintään viittaavia koodeja neljällä värillä. Havainnointiaineiston osalta koodaus oli tehty jo otsikoiden avulla etukäteen. Lopuksi samankaltaiset koodit yhdistettiin ja ryhmiteltiin merkityksen perusteella pienempiin luokkiin. Esiintyjän sanallisen viestinnän kategoriaan tuli haastattelu- ja havainnointiaineistojen pohjalta 19 koodia. Esiintyjien sanallisen viestinnän koodeja olivat esimerkiksi kappaleiden taustoista kertominen ja vitsailu. Koodit jaettiin kolmeen pienempään luokkaan niiden sanoman perusteella. Esiintyjän sanattoman viestinnän kategoriaan taas tuli molempien aineistojen pohjalta 30 koodia, jotka jaettiin viiteen luokkaan. Näistä koodeista esimerkkinä voidaan antaa musiikin tahdissa liikkuminen ja yleisön lauluun osallistaminen.

Yleisön sanallisen viestinnän kategoriaan saatiin haastattelu- ja havainnointiaineistojen pohjalta kuusi koodia. Esimerkiksi kannustaminen ja ihailevat huudahdukset luettiin tämän kategorian koodeiksi. Yleisön sanallisen viestinnän koodeja tuli niin vähän, ettei niitä ollut syytä jakaa pienempiin luokkiin. Sen sijaan yleisön sanattomasta viestinnästä kertyi 29 koodia. Se jaettiin sisältönsä perusteella kolmeen luokkaan. Yleisön sanattoman viestinnän koodeja olivat esimerkiksi esityksen kuvaaminen ja tanssiminen. Koodien jakaminen luokkiin toteutui kunkin kategorian kohdalla hieman eri perusteilla johtuen niiden sisällöistä ja tarjolla olevasta tiedosta. Esimerkiksi esiintyjien haastattelujen pohjalta heidän sanattomasta viestinnästään pystyttiin tekemään pidemmälle vietyjä tulkintoja, kuin yleisön sanattomasta viestinnästä, josta ei ollut saatavilla yleisön omia kommentteja.

Seuraavaksi aineistosta etsittiin vastauksia tutkielman kolmanteen tutkimuskysymykseen: *"Mitkä tekijät jäsentävät vuorovaikutusta populaarimusiikin konserteissa?"*. Ensin haastatteluaineistosta koodattiin alleviivaamalla kaikki vuorovaikutusta selittävät sitaatit ja marginaaleihin kirjattiin ylös toistuvia ilmiöitä. Sitten analyysivaihe jatkui koodien yhdistelemisellä ja johtopäätösten tekemisellä. Aineistosta pystyttiin tunnistamaan seitsemän luokkaa, jotka kuvasivat osapuolten välisen vuorovaikutuksen jäsentymistä. Nämä seitsemän luokkaa jaettiin kahteen osaan sen perusteella, kuvasivatko ne vuorovaikutuksen muodostumista vai siihen vaikuttavia tilannetekijöitä. Yleisesti vuorovaikutuksen muodostumiseen liitettiin neljä luokkaa: 1.) Skripti ja osapuolten roolit, 2.) Osapuolten vastuu vuorovaikutuksessa, 3.) Reagointi ja vastavuoroisuus sekä 4.) Osapuolten välinen yhteys. Vuorovaikutuksen muodostumiseen vaikuttaviksi tilannetekijöiksi nousi kolme luokkaa: 1.) Tekniikan toimivuus, 2.) Itsetietoisuuden tila ja 3.) Yleisön koko. Ennen tulosten raportointia aineistosta nostettiin sopivia sitaatteja, joista käytettäväksi valittiin ilmiöitä parhaiten kuvaavat yksilöt.

Tulosluvussa esitellään sekä havainnointi- että haastatteluaineistosta saadut tulokset. Tulokset esitetään tutkimuskysymysten pohjalta tutussa järjestyksessä alkaen esiintyjän viestinnästä ja siirtyen yleisön viestinnän kautta osapuolten välisen vuorovaikutukseen jäsentelyyn. Tulosluvun tarkoituksena on myös yhdistää kahden aineiston sisällöt yhtenäiseksi kokonaisuudeksi.

3.4 Eettinen pohdinta

Tutkielman aineistonkeruu toteutettiin hyvää tieteellistä käytäntöä noudattaen. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan (2019, 8) mukaan tietoon perustuva suostumus osallistua tutkimukseen on ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen keskeisin eettinen periaate. Tätä periaatetta noudatettiin ja haastattelujen tapauksessa tämä tarkoitti osallistujien informointia siitä, mitä tutkimus koskee, nauhoituslupaa ja lupautua siitä, etteivät osallistujat ole tunnistettavissa aineistosta eivätkä tutkimusraportista. Lisäksi he saivat luettavakseen tutkimuksen tietosuojalomakkeen ja allekirjoitettavaksi suostumuslomakkeen tieteellistä tutkimusta varten. Allekirjoitukset pyydettiin ennen haastattelujen alkamista, jotta voitiin varmistua siitä, että haastateltavat tiesivät, mihin olivat osallistumassa. Haastateltaville kerrottiin myös heidän oikeudestaan keskeyttää haastattelu missä tahansa vaiheessa ja perua osallistumisensa myös jälkikäteen. Kaikki edellä mainitut tutkittavien oikeudet löytyvät Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohjeesta vuodelta 2019.

Keikkojen havainnoinnissa esiintyjiltä pyydettiin suullinen suostumus tutkimukseen osallistumisesta, mutta yleisölle ei erikseen ilmoitettu havainnoinnista, koska sitä ei koettu tarpeelliseksi anonymiteetin varmuuden vuoksi. Näin toimittiin, koska keikat olivat julkisia tilaisuuksia, joihin kuka tahansa yli 18-vuotias olisi voinut osallistua. Ikäraja myös sulki havainnointitilanteista lasten tutkimiseen liittyvät eettiset kysymykset pois. Lisäksi yleisöltä ei kerätty henkilötietoja, joten anonymiteetti säilyi myös sen vuoksi. Esiintyjistä tiedettiin vain julkiseen persoonaan liittyviä asioita, kuten nimi ja ikä, mutta niitä ei hyödynnetty tutkimuksen analyysissä eikä kerrottu raportissa. Havainnoidessani olin valmistautunut siihen, että yleisön edustajat saattavat tulla kysymään, mitä teen. Näin tapahtuikin yhdellä keikalla kerran, jolloin selitin tilanteen kysyjälle auki avoimesti.

4 TULOKSET

4.1 Esiintyjän viestintä populaarimusiikin konserteissa

4.1.1 Esiintyjän sanallinen viestintä

Esiintyjän tuottama sanallinen viestintä jaettiin saatujen tulosten perusteella kolmeen luokkaan: esitykseen lisäarvoa tuovaan viestintään, vuorovaikutusta korostavaan viestintään ja käytännön viestintään. Luokat sisältöineen löytyvät alla olevasta taulukosta.

TAULUKKO 1. Esiintyjän sanallinen viestintä populaarimusiikin konserteissa. 1 = haastattelut, 2 = keikat.

Esitykseen lisäarvoa tuova viestintä	<ul style="list-style-type: none">- tarinointi (1, 2)- tunteiden sanallistaminen (1, 2)- vaikuttamaan pyrkivät puheenvuorot (2)- esitettävistä kappaleista kertominen (1, 2)- itsestä kertominen (1, 2)- henkilökohtaisista asioista avautuminen (2)- mokailun sanallistaminen (1, 2)- vitsailu (1, 2)- sanoitusten muokkaus tilanteeseen sopivaksi (1)
Käytännön viestintä	<ul style="list-style-type: none">- yleisön ohjailu (1, 2)- esityksen rytmitys (1, 2)
Vuorovaikutusta korostava viestintä	<ul style="list-style-type: none">- yleisön puhuttelu (1, 2)- yleisön kannustaminen ja kehuminen (1, 2)- yleisön kehottaminen toimintaan (1, 2)- yleisöltä kysyminen (1, 2)- yleisön kiittäminen (1, 2)- keskustelu yleisön kanssa (1)- yleisön innostaminen sanallisesti (1, 2)- yleisön huudattaminen (1)

Esitykseen lisäarvoa tuova viestintä nähtiin ensisijaisesti yksisuuntaisena viestintänä esiintyjältä yleisölle, sillä se kuului musiikin lisäksi itse esityksen sisältöön. Luokka on silti nimetty *lisäarvoa* tuottavaksi, sillä musiikki on lähtökohtaisesti konserttien pääasia. Suurin osa tämän luokan viestinnästä sisälsi jonkinlaista kerrontaa (tarinointi, tunteiden sanallistaminen, vaikuttavat puheet, musiikista kertominen, itsestä kertominen ja henkilökohtaisista asioista avautuminen). Aineiston perusteella kertovat viestit olivat kestoaltaan pidempiä kuin vuorovaikutusta korostavan luokan viestit. Viestejä yhdisti pituuden lisäksi niiden mahdollinen henkilökohtaisuus esiintyjälle. Haastateltujen esiintyjien mukaan pienemmät yleisöt ovat yleensä vastaanottavaisempia pidemmälle tarinoinnille kuin suuret yleisöt. Tämä johtui heidän mukaansa

muun muassa teknisistä tekijöistä eri kokoisissa esiintymistiloissa ja yleisön tuottamasta melusta, joka on vähäisempää, jos yleisö on pienempi.

H1: Isolla keikalla ne keinot on erilaiset. Se on sellaista ihme halonhakkuuta, kun taas pientä yleisöä pystyy – tää on hirvee sana, mutta kutittelemaan paljon helpommin.

H5: Mä oon myös semmoisista tosi intiimeistä klubijutuista nauttinut tosi paljon, koska sitten voi puhua ja kommunikoida ihmisten kanssa ihan eri tavalla.

Listan viimeiset kolme kohtaa, mokailun sanoittaminen, vitsailu ja sanoitusten muokkaaminen lennosta, olivat havaintojen mukaan edeltäviä viestejä lyhyempiä, mutta ne toivat esitykseen samalla tavalla lisäarvoa kuin muut kyseiseen luokkaan kuuluvat viestit.

Käytännön viestintään kuului yleisön sanallinen ohjailu ja esityksen rytmitys. Sekä havainnointi- että haastatteluaineistosta kävi ilmi, että yksi osa esiintyjän roolia oli toimia eräänlaisena seremoniamestarina, joka hallitsee tilannetta sekä sanallisesti että nonverbaalisesti. Keikoilla erottui selkeästi se, kuinka esiintyjät yhdistivät esitettävien kappaleiden taustoista kertomisen tilanteen rytmitykseen sanomalla esimerkiksi: ”meidän viimeinen biisi on –” tai ”seuraavaksi me esitetään jotain uutta”. Yksi haastateltavista vertasi populaarimusiikin konsertteja jopa kirkonmenoihin johtuen esiintyjän ja papin roolin yhteneväisyydestä tilanteen ohjaamisen kannalta:

H1: Se on sellainen rituaali, mihin tullaan yhdessä ja joku ohjaa sitä ja sitten lauletaan yhdessä ja pyritään voimaantumaan sen yhteen tulemisen kautta.

Myös yleisön sanallinen ohjailu voidaan lukea käytännön viestinnäksi, sillä se oli yksi esitystä ja tilannetta muodostavista tekijöistä. Yleisön sanalliseen ohjailuun luettiin esimerkiksi epäsuorat vihjeet, kuten ”Täällä edessä on tilaa” ja eri yleisön osien huomioiminen sanallisesti: ”Kaikki siellä pöydilläkin!”.

Vuorovaikutusta korostava viestintä sai alkunsa esiintyjän odotuksesta, että yleisö vastaa tämän viestiin. Vastavuoroisuus korostuikin huomattavasti tämän luokan viestinnän kohdalla. Havainnoinnin perusteella vastavuoroisuutta esiintyi huomattavasti, kun esiintyjä kehotti yleisöä toimintaan, kuten taputtamiseen, huutamiseen tai tanssimiseen. Tällöin valtaosa yleisöstä

toimi poikkeuksetta esiintyjän ehdotuksen mukaisesti. Myös haastateltavat kokivat, että toimintaan kehottaminen toimii useimmiten vastavuoroisuusperiaatteella.

H2: Harvemmin kun pyytää tai kehottaa yleisöä tekemään jotain niin että mitään ei tapahtuis

Jos yleisö ei kuitenkaan lähtenyt mukaan esiintyjän yrityksestä huolimatta, tilanteen koettiin jopa vaarantavan vuorovaikutusta, tai tekevän siitä vähintään kiusallista.

H1: Siis maailman hirvein tilanne on, jos yrittää laulattaa yleisöä ja sitten ne ei niinku laula tai sit vaan säälistä on sillee ”woo”.

Yleisön puhuttelemisen johti sekä havainnoinnin että haastatteluiden perusteella vuorovaikutukseen yleisön kanssa. Usein yleisön puhuttelu yhdistyi yleisöltä kysymiseen esimerkiksi seuraavalla tavalla: ”Ootteks te tullu pitää hauskaa?”, johon yleisö vastasi. Myös yleisön huudattaminen alkoi haastateltavien mukaan usein tällä periaatteella. Puhuttelun ja vastaamisen lisäksi haastatellut esiintyjät kertoivat, että joskus yleisön edustajien kanssa on mahdollista käydä useammankin puheenvuoron pituisia keskusteluja. Kannustaminen, kehuminen ja innostaminen taas kohotti keikoilla yleisön tunnelmaa. Se oli pääteltävissä esimerkiksi yleisön innostuneesta äännehtimisestä ja taputuksista. Myös kiittäminen sai havaintojen mukaan yleisöltä myönteisen vastaanoton.

4.1.2 Esiintyjän sanaton viestintä

Tämän tutkielman aineistosta kävi ilmi, että muusikko voi esiintyessään hyödyntää sanatonta viestintää näyttääkseen yleisölle esimerkkiä, saadakseen yleisön mukaan tunnelmaan, tehdäkseen yleisölle merkityksellisen olon, luodakseen yhteisöä ja lisätäkseen esityksen ymmärrettävyyttä. Nämä luokat on lueteltu sisältöineen alla olevassa taulukossa.

TAULUKKO 2. Esiintyjän sanaton viestintä populaarimusiikin konserteissa. 1 = haastattelut, 2 = keikkahavainnot

<p>Esimerkin näyttäminen</p>	<ul style="list-style-type: none"> - musiikin tahtiin liikkuminen, heiluminen (2) - elehtiminen (1, 2) - tanssiminen (1, 2) - pomppiminen (2) - suun aukominen (1) - vaikutelmien antaminen (iloinen, innostunut) (2) <ul style="list-style-type: none"> ○ hymyily (1,2)
<p>Tunnelman luominen</p>	<ul style="list-style-type: none"> - huudahtelut (2) - yleisön sekaan meneminen (2) - huutaminen (1) - käsiliikkeet (1, 2) - tanssiin osallistaminen (2) - lauluun osallistaminen (2)
<p>Merkityksellisen olon luominen</p>	<ul style="list-style-type: none"> - katsekontaktit ja ihmisten katsominen (1, 2) - tietylle henkilölle laulaminen (2) - yleisön tasolle laskeutuminen fyysisesti (2) - yleisön tarkastelu rauhallisesti (2) - läsnäolo (1, 2) - vaatetuksella viestiminen (myös riisuminen) (1, 2) - kumartaminen (2) - vilkuttaminen (2) - hellyydenosoitukset, kuten halit (1)
<p>Yhteisön luominen</p>	<ul style="list-style-type: none"> - lavan eri laidoilla käyminen (2) - yleisön sekaan hyppääminen ja kiertely yleisössä (2) - käsivarsien avaaminen (2) - hellyydenosoitukset, kuten halit (1) - käsimerkit (esim. sydän) (2) - muutoksien huomioiminen nonverbaalisesti (1)
<p>Ymmärrettävyyden lisääminen</p>	<ul style="list-style-type: none"> - äänenvoimakkuuden ja artikulaation säätely (1) - kappaleiden esittäminen sanatonta viestintää hyödyntäen (2) - oman olemisen korostaminen isoin liikkein (1)

Haastateltavat esiintyjät kertoivat, että populaarimusiikin konserteissa yleisö lähtee mukaan vuorovaikutukseen ja fyysiseen tunnelmointiin nousujohteisesti konsertin aikana.

H2: Lähtöpisteen ja loppupisteen välillä on aina iso ero sen suhteen, että minkä verran yleisö on ollut messissä.

Saadakseen yleisön mukaan esiintyjä voi näyttää heille esimerkkiä toivotusta toiminnasta. Ensimmäinen esiintyjän sanattoman viestinnän luokka onkin *esimerkin näyttäminen*. Yksi haastateltavista luonnehti esiintyjän asemaa eräänlaisen esitanssijan roolina:

H1: Esiintyjähän on se, joka ottaa häpeänluodin itselleen ja ottaa vastaan sen, että ”näähän voi ajatella musta mitä vaan, mutta mä vedän tässä ja sitten muut pääsee siihen mukaan”

Havainnot osoittivat, että esiintyjä voi näyttää yleisölle esimerkkiä liikkumalla musiikin tahtiin esimerkiksi tanssien tai pomppien. Esiintyjä saattoi myös (kasvon)eleillä ja kehonliikkeillä välittää yleisölle vaikutelmaa positiivisista tunteista tilannetta ja yleisöä kohtaan. Etenkin hymyily ilmeni havainnoinnin perusteella esiintyjälle tärkeänä sanattomana viestintänä.

Tunnelman luominen oli esiintyjän sanattoman viestinnän luokista lähimpänä esityksen sisällön luomista. Tähän luokkaan kuuluvat tekijät korostivat yhdessä tekemistä ja useimmat sen viestit osallistavat yleisöä mukaan tekemiseen. *Esimerkin näyttäminen* ja *tunnelman luominen* olivatkin lähekkäin toisiaan sisältöjensä suhteen. Havaintojen perusteella esiintyjä saattoi näyttää käsiliikkeillä esimerkiksi taputtamista tai heilutusliikettä, jolloin yleisö tiesi – opittujen käyttäytymismallien ansiosta – että heidän odotettiin yhtyvän tekemiseen mukaan. Lisäksi esiintyjä sai osallistettua yleisöä sanattomalla viestinnällään tanssiin ja lauluun. Lauluun osallistaminen tapahtui havaintojen perusteella osoittamalla mikrofonilla yleisöä kohti. Tällöin yleisö ymmärsi, että oli heidän vuoronsa jatkaa laulua. Haastateltavat kertoivat, että myös mikrofonin huudahteleminen ja huutaminen ovat osa esiintyjän sanattomaa viestintää (H1, H2).

Kolmas esiintyjän sanattoman viestinnän luokka oli *Merkityksellisen olon luominen*. Esiintyjä voi viestiä yleisölle merkityksellistä yhteyden tunnetta korostamalla läsnäoloaan nonverbaalisin keinoin. Yksi esiintyjistä kertoi merkityksellisyydestä läsnäolon kautta seuraavasti:

H3: Läsnäolo on kaiken A ja O. Et oikeastaan sillä esiintymisen laadulla ei ole niin paljon merkitystä, tai sillä, kuinka hyvin laulaa tai soittaa, vaan sillä, että sä oot asennoitunut siihen, että sä oot niitä ihmisiä varten siellä sen reilun tunnin, mitä sä siellä lavalla oot ja kohtelet heitä sillee, että he ovat se syy, miksi sä oot siellä ylipäätään, päässyt kiipeemään sinne lavalle.

Haastateltavat kuvasivat, että yksittäisten yleisön edustajien huomioiminen esimerkiksi katsekontaktin tai vilkuttamisen kautta luo yhteyttä esiintyjän ja yleisön välille:

H5: Mä katson tosi paljon ihmisiä. Mä vedän aina ihmisille ja pyrin ottamaan katsekontaktia ja kun joku vastaa siihen, niin se on mun mielestä aika rohkea ja isokin osoitus siitä, että meillä on joku yhteys.

Myös esiintyjän vaatetuksella viestimisen tärkeys nousi esiin aineistosta. Haastateltavat kertoivat esiintymisasun viestivän yleisölle tilanteen erityislaatuisuudesta ja korostavan esiintyjän roolia erillisenä yleisön roolista.

H3: Mulle on tosi tärkeätä, et mä en näyttädy missään olosuhteissa keikkavaatteessa, kun vast sitten, kun mä meen lavalle. Että mulla on semmoinen camouflage-juttu, et jotkut pieruverkkarit kun mä teen tsekkiä. Ja sit se on eri asia, kun se esiintyjä on siellä lavalla.

Yhteisöllisyyden luomista tapahtui aineiston perusteella silloin, kun esiintyjä viesti halukkuutta ottaa kaikki mukaan tilanteeseen. Keikkahavaintojen pohjalta tämä onnistui, kun esiintyjä otti eri puolilla lavaa olevan yleisö huomioon käymällä lavan eri laidoilla tai jopa yleisön seassa. Myös käsivarsien avaaminen, hellyydenosoitukset ja positiiviset käsimerkit voitiin lukea yhteisöllisyyden luomiseksi, sillä niiden voitiin tulkita viestivän esiintyjän kunnioituksesta ja positiivisista tunteista yleisöä kohtaan. Kategorian viimeinen kohta, muutoksien huomioiminen non-verbaalisesti, viittaa siihen, kuinka esiintyjä voi eleillään ja ilmeillään viestiä yleisölle, että myös hän on huomionnut mahdolliset muutokset esiintymistilanteessa. Se loi yhteisöä asettamalla kaikki tilanteessa olijat samalle puolelle.

Ymmärrettävyyden lisääminen viittaa nimensä mukaisesti sellaiseen sanattomaan viestintään, jolla esiintyjä korosti sanomaansa. Haastateltavat korostivat suurieleisyyden tärkeyttä viestin voimistamisessa.

H1: Isot liikkeet. Pieni liike ei näy muuta kuin elokuvakamerassa, mutta iso liike ja iso ääni näkyy.

Liikkeen lisäksi äänenvoimakkuuden ja artikulaation säätely toistuivat usean haastateltavan puheenvuoroissa.

H2: Jos on puhunut nopeasti, niin silloin se on mennyt ihan ohi porukalta.

Havainnoiduilla keikoilla myös esitettävien kappaleiden sanomaa korostettiin sanattomasti, esimerkiksi käsillä esittäen.

4.2 Yleisön viestintä populaarimusiikin konserteissa

4.2.1 Yleisön sanallinen viestintä

Verrattuna esiintyjän sanalliseen viestintään, yleisön sanallinen viestintä populaarimusiikin konserteissa oli kerätyn aineiston mukaan vähäistä. Vain yhdeltä havainnoitavalta keikalta saatiin materiaalia yleisön sanallisesta viestinnästä. Yleisö viesti esiintyjälle kannustamisen ja satunnaisten huutelujen muodossa. Käytännössä huuteluihin lukeutuivat esimerkiksi ihailevat huudot, kuten: ”Mä rakastan sua, [artistin nimi]!” ja kehut, kuten: ”Kiva paita!”. Myös yksi negatiivissävytteinen kommentti kirjattiin ylös satunnaisten huuteluiden joukkoon. Huuteluihin voitiin sekä haastattelujen että havainnoinnin pohjalta lukea kaikenlainen kommentointi, joka on kohdistettu esiintyjälle ja tiivistetty kohtuullisen lyhyeksi sanomaksi, jotta se on ymmärrettävissä lavalle saakka.

Esiintyjät raportoivat yleisön viestivän heille huutelun lisäksi biisitoiveiden, vitsailun, puhuttelun sekä keskustelun muodossa. Eräs haastateltavista tiivistä yleisön sanallista viestintää seuraavasti:

H5: Jengi saattaa puhutella mua, tai joku saattaa huutaa mulle jotain. Sit jos mä kysyn jotain niin jengi saattaa kollektiivisesti vastata. Eli ehkä tavallaan samantaisia kommunikatiivisia keinoja, mitä meillä vaikka nyt on [viittaa haastattelutilanteeseen].

Keikkahavainnoista päätellen yleisön yleisin tapa vastata esiintyjän viesteihin oli kuitenkin tappaminen ja ulvominen. Yleisön sanallinen viestintä alkoikin useimmiten heidän omasta aloitteestaan ja tarpeestaan ilmaista esiintyjälle jotain.

4.2.2 Yleisön sanaton viestintä

Yleisön viestintä populaarimusiikin konserteissa painottui tutkielman aineiston perusteella sa-
nattomaan viestintään. Havaittu ja haastatteluista ilmennyt yleisön sanaton viestintä voidaan
jakaa kahteen luokkaan: Yleisön aloitteesta lähtevään viestintään ja esiintyjän toimintaan rea-
goivaan viestintään. Alla olevassa taulukossa on lueteltuna viestit, jotka kuuluvat edellä mai-
nittuihin luokkiin sekä viimeisenä molempiin luokkiin sopivat viestit.

TAULUKKO 3. Yleisön sanaton viestintä. 1 = haastattelut, 2 = keikkahavainnot.

Esiintyjään reagointi	<ul style="list-style-type: none">- Esiintyjän kehotusten toteuttaminen (1, 2)- Aplodit esiintyjän tarinoinnin lomassa (2)- Esiintyjälle vastaaminen (esim. ulvoen) (1, 2)- Nauraminen (1, 2)
Yleisön aloitteesta lähtöisin olevat viestit	<p>1.) Fyysinen liike:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tilassa liikkuminen (1, 2)- Istuminen/seisominen (1, 2)- Hytkyminen (1, 2)- Moshpit (1)- Liikehtiminen (1, 2)- Pomppiminen (2) <p>2.) Arvostuksen osoittaminen esiintyjälle:</p> <ul style="list-style-type: none">- Kiljuminen (1, 2)- Esityksen kuvaaminen (2)- Lavan suuntaan katsominen (1, 2)- Hymyily (1, 2)- Läsnäolo (1, 2) <p>3.) Kontaktin ottaminen esiintyjään:</p> <ul style="list-style-type: none">- Lavalle luvatta meneminen (1)- Esiintyjän koskettaminen (1)- Huomion herättäminen huitomalla (1)- Katsekontaktin ottaminen (1, 2)

Molempiin luokkiin sopivat viestit	<p>Ääni:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ulvominen (1, 2) - Huutaminen (1) - Mukana laulaminen (1, 2) <p>Liike:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pään nyökyttely (2) - Ilmehdintä (1, 2) - Aplodit (1, 2) - Taputtaminen (1, 2) - Käsien heiluttaminen (1, 2) - Tanssiminen (1, 2) - Esiintyjän lähelle tuleminen (1, 2)
------------------------------------	---

Ensimmäiseen luokkaan kuuluvat kolme sanatonta viestiä toimivat *yleisön reaktioina esiintyjän toimintaan*. Selkein merkki reagoinnista ja vastavuoroisuudesta oli etenkin havainnoinnin perusteella esiintyjän kehotusten toteuttaminen. Esiintyjä saattoi esimerkiksi kehottaa yleisöä nostamaan kädet ilmaan, johon yleisö vastasi toteuttamalla esiintyjän toiveen. Toinen reagoinnin merkki olivat aplodit esiintyjän kerronnan lomassa. Tämä ilmiö toistui jokaisella havainnoidulla keikalla. Usein yleisö myös ulvoi aplodien sekaan korostaakseen tukeaan esiintyjää kohtaan. Taputtamista ja ulvomista ilmeni myös yleisön vastatessa esiintyjän kysymyksiin. Yleisö saattoi myös naurahdella tai nauraa esiintyjän jutuille ja mokailuille, jolloin myös nauraminen voidaan nähdä yleisön sanattomana reagoitina.

Yleisön aloitteesta lähtevä sanaton viestintä sisälsi 1.) fyysistä liikehdintää, 2.) kontaktin ottamista esiintyjään ja 3.) arvostuksen osoittamista esiintyjää kohtaan. Yleisön liikehdintä voidaan erotella tilassa ja paikallaan liikkumiseen. Havainnoiduilla keikoilla huomiota kiinnitti se, oliko konsertti istuma- vai seisomatilaisuus. Tällä oli paljon vaikutusta yleisön sanattomaan viestintään, sillä esimerkiksi tuoilta nouseminen voidaan nähdä vaikuttavampana viestinä, kuin yleisömeren läpi pujotteleminen seisomakeikalla. Haastatteluissa mainittiin myös moshpitiit yhdeksi tilassa liikkumisen muodoksi. Paikallaan liikkumiseksi taas voitiin lukea yleisen liikehtiminen, musiikin tahtiin hytkyminen ja pomppiminen. Liikehdintä sanattomana viestintänä korostui havainnoiduilla keikoilla, sillä jokaisella keikalla yleisö pysyi vähintään pienessä liikkeessä jatkuvasti. Lisäksi nopeatempoisten kappaleiden aikana oli havaittavissa, että liikkuminen tehostui ja hytkyminen vaihtui vähintään osassa yleisöä tanssimiseksi.

Toinen yleisön aloitteesta lähtevä sanattoman viestinnän alaluokka oli kontaktin ottaminen esiintyjään. Tähän luokkaan sisältyy sekä luvallisia että luvattomia toimia. Luvallista kontaktin ottamista yleisö voi haastateltujen mukaan harjoittaa esimerkiksi huitomalla saadakseen esiintyjän huomion ja ottamalla katsekontaktia tähän. Lisäsi haastateltavat kertoivat siitä, kuinka yleisö saattaa pyrkiä vuorovaikutukseen myös kosketuksen kautta.

H2: Voi olla, että lavan ja ensimmäisten ihmisten välillä ei ole yhtään mitään. Ihmiset on ihan fyysisesti kiinni lavassa, jolloin ne sitten koskettelee ja tekee ties mitä.

Esiintyjän koskettaminen voi olla joko luvallista tai luvatonta riippuen tilanteesta. Viimeisenä kontaktin ottamisen keinona yleisön edustajat voivat haastateltavien mukaan nousta esiintymislavalle luvatta:

H4: Sitten vois olla, että jos joku tulis sinne lavalle. Sekin on tavallaan sellainen sopimus, että sinne ei kukaan muu tule, vaikka sinnehän pääsee, jos haluaa.

Kolmas alaluokka, *arvostuksen osoittaminen*, sisälsi eräänlaista ihailun ilmaisua sanattomasti. Kiljuminen voidaan erottaa ulvomisesta ja huutamisesta fanituksen merkinä, jolloin se sopii parhaiten tähän luokkaan. Toiseksi keikoilta tehdyksi havainnoksi osoittautui esiintyjän ja esityksen kuvaaminen, jota tekemällä yleisö saattoi viestittää esimerkiksi, että esitys on tallentamisen arvoista. Haastattelujen perusteella yhdeksi tärkeäksi yleisön sanattomaksi viestiksi osoittautui läsnäolo. Jo se, että yleisö tulee paikalle ja viettää tilassa esityksen ajan, viestitti haastateltavien mukaan arvostusta esiintyjää kohtaan. Samaan sarjaan voidaan lukea yleisön katseen suuntaaminen lavaa kohti. Tämä näkyi selvästi havainnoiduilla keikoilla. Jopa tilan taikosassa rintamasuunta pidettiin aktiivisesti lavalle päin. Viimeisenä yleisön aloitteesta lähtevänä sanattomana viestinä on hymyily, joka voidaan nähdä kannustavana eleenä esiintyjää kohtaan.

Osa yleisön sanattomasta viestinnästä sopi tilanteesta riippuen *sekä esiintyjään reagoivaan että yleisön aloitteesta lähtevään viestintään*. Nämä viestit voitiin jakaa äänenkäyttöön ja liikkeeseen. Yleisö voi tulosten mukaan käyttää ääntään esimerkiksi ulvomalla, huutamalla tai laulamalla mukana. Jokainen näistä sanattomista viesteistä voi olla yleisön oma-aloitteista toimintaa tai esiintyjän kehotuksesta, vihjeestä tai reaktiota kaipaavasta tilanteesta lähtevää.

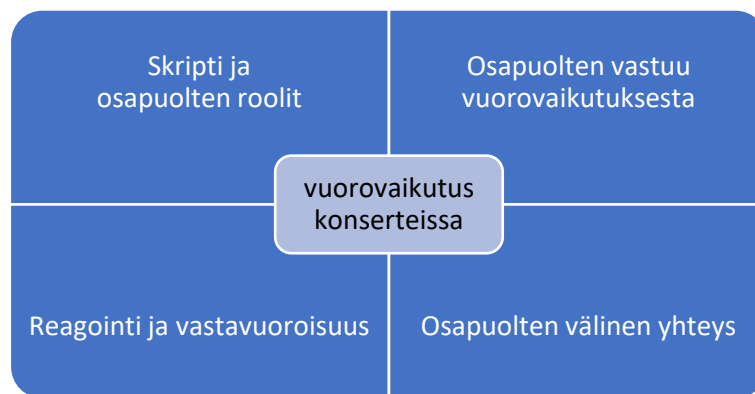
Laulaminen luokiteltiin sanallisuudesta huolimatta sanattomaksi viestinnäksi, koska sillä ei tutkijan tulkinnan mukaan pyritty ensisijaisesti välittämään kappaleen sanomaa, vaan pikemminkin sitä, että henkilö muisti sanat ulkoa ja tahtoi laulamalla viestiä kunnioitusta lauluntekijää ja/tai esittäjää kohtaan. Liikettä hyödyntävistä viesteistä pään nyökyttelyä ja ilmehdintää tapahtui havaintojen perusteella muun muassa esiintyjän kerrontaa kuunnellessa sekä musiikkiin uppoutuessa. Vaikka aplodit ja taputtaminen olivat toimintana samanlaista – käsien lyömistä yhteen – voidaan ne erottaa toisistaan niiden merkityksen perusteella. Siinä missä aplodeilla kiitettiin esiintyjää, taputtaminen saattoi merkitä esimerkiksi esiintyjän kannustamista. Aplodit ja muut taputukset osoittautuivat tärkeäksi osaksi yleisön sanatonta viestintää populaarimusiikin konserteissa. Havainnoinnista tehtyjen tulkintojen perusteella käsien heiluttaminen ja tanssiminen musiikin tahtiin oli osoitus siitä, että musiikki aiheuttaa reaktioita, kuten tunteita tai tarvetta tanssia. Käsien heiluttamisella tarkoitetaan yhtenäistä edestakaista liikettä sivulta toiselle. Tätä tapahtui havaintojen mukaan useammin esiintyjän esimerkistä kuin oma-aloitteisesti. Esiintyjän lähelle tulemisella viitataan siihen, kuinka yleisö saattoi lähestyä esiintyjää esimerkiksi pujottelemalla eturiviin tai tulemalla siihen esiintyjän toiveesta, kuten yhdellä havainnoidulla keikalla tapahtui.

4.3 Vuorovaikutuksen jäsentyminen populaarimusiikin konserteissa

Tämän tutkielman pohjalta vuorovaikutuksen voidaan todeta olevan olennainen asia populaarimusiikin konserteissa. Kaikki haastateltavat painottivat sitä, kuinka vuorovaikutus on tärkeä syy siihen, miksi livemusiikkia mennään katsomaan. Monet haastateltavista myös kuvailivat tapahtuvaa vuorovaikutusta taianomaiseksi asiaksi, jota on vaikeaa selittää. Aineistosta voidaan kuitenkin tunnistaa seitsemän vuorovaikutusta jäsentävää tekijää, joita tämä alaluku käsittelee. Vuorovaikutuksen jäsentyminen on jaettu vuorovaikutuksen muodostumiseen ja siihen vaikuttaviin tilannetekijöihin.

4.3.1 Vuorovaikutuksen muodostuminen populaarimusiikin konserteissa

Populaarimusiikin konserteissa ilmenevä vuorovaikutus muodostui tutkielman tulosten perusteella neljästä osasta: *skripti ja osapuolten roolit*, *osapuolten vastuu vuorovaikutuksesta*, *reagointi ja vastavuoroisuus* sekä *osapuolten välinen yhteys*. Nämä neljä tekijää on kuvattu alla olevassa kuviossa.



KUVIO 1. Vuorovaikutuksen muodostuminen populaarimusiikin konserteissa

Skripti ja osapuolten roolit. Vuorovaikutuksen muodostumisen pohjalla voidaan nähdä tilanteessa vallitsevien, sosiaalisesti opittujen käyttäytymismallien, eli skriptin, vaikutus. Tämän tutkielman haastateltavat painottivat ennestään tunnettujen, jopa itsestään selvinä pidettävien käyttäytymismallien osuutta konserttien vuorovaikutuksessa, sillä ne selkeyttävät heidän mukaansa vuorovaikutusta yleisön kanssa. Yksi haastateltava vertasi konsertin skriptiä leikkiin seuraavasti:

H4: Siinä on tietyllä tavalla vähän niinku sellanen leikki jota leikitään -- me menään teatteriin ja keikoille sillee, et meillä on joku mielikuva siitä et miten siellä käyttäydytään. Mut jos meil ei olis mitään mielikuvaa siitä niin sehän olis ihan kaaos. Tai ei siitä tulis yhtään mitään.

Esiintyjän osalta populaarimusiikin konserttien skriptiin kuului haastateltujen esiintyjien mukaan ainakin lavalle saapuminen, musiikin esittäminen ja yleisön puhuttelu. Lisäksi havaintojen perusteella konserttien skriptiin kuuluivat myös välispiikit ja lavalta poistuminen. Esiintyjän rooli oli olla aktiivinen sisällöntuottaja, johon huomio kohdistuu. Silti sopivissa olosuhteissa myös esiintyjän oli mahdollista tarkkailla yleisöä, jolloin tilanne näyttäytyy tasapuolimpana.

H1: Pikkuklubilla se yleisö on vähän niinku kuoro, joka esiintyisi mulle ja mulla on se koko keikka aikaa katsoa kaikkia ihan niin paljon kun mua huvittaa ja se ei tunnu oudolta, koska mä esiinnyn.

Siinä missä esiintyjän tehtävänä oli tuottaa yleisölle katsottavaa ja kuunneltavaa, yleisön osalta konserttien käyttäytymismallit ohjasivat heitä heijastamaan esiintyjän toimintaa tälle takaisin. Yksi tärkeimmistä skriptin mukaisista tehtävistä yleisölle oli sekä haastattelujen että havainnointiaineiston perusteella esiintyjän kuuntelu sekä musisoinnin että spiikkien aikana. Kuuntelua ei kuitenkaan populaarimusiikkonserteissa tarvinnut toteuttaa kaikessa hiljaisuudessa, vaan sitä voitiin osoittaa esimerkiksi tanssimalla musiikin tahtiin.

H5: Mun mielestä populaarikeikalla ihanaa on se, että sun ei tarvitse olla niinku kirjastossa. Että jengi voi huutaa, ne voi puhua sulle jotain, ne voi tanssia. Ja mä koen että mä kyllä näen näitä kaikkia, että ne on kyllä toistuvana osana sitä vuorovaikutusta.

Kuuntelemisen lisäksi yleisön rooliin kuului tulosten perusteella esiintyjän kannustaminen esimerkiksi aplodien ja ulvomisen muodossa. Aplodien roolia tarkoituksenmukaisen viestinnän keinona jopa kyseenalaistettiin, sillä ne kuuluvat niin vahvasti musiikkikonserttien skriptiin:

H5: Nyt kun mä rupean pohtimaan tätä aplodiasiaa niin se aika paljonkin semmoinen performatiivinen juttu. Että jos joku taputtaa biisin jälkeen, niin se ei välttämättä kerro ihan hirveästi mitään, koska se on niin semmoinen vakiintunut toimintamalli siitä, että miten vaikka esityksessä ollaan.

Kuuntelun ja kannustamisen lisäksi havainnoinnin pohjalta voidaan sanoa, että toistuvia elementtejä yleisön osalta oli myös tanssiminen, mukana laulaminen sekä lavan suuntaan katsominen.

Yhteisesti tunnistetun skriptin pystyi havaitsemaan keikoilla siitä, että yleisö toimi yhtenäisesti ilman epäselvyyttä siitä, mitä tilanteessa tapahtui. Esimerkiksi esityksen jälkeiset aplodit aloitettiin kuin yhteisestä sopimuksesta samanaikaisesti ja hidastempoisten kappaleiden kohdalla

tanssiminen lakkasi, vaikka se olisi ollut teoriassa mahdollista. Esiintyjien kohdalla skriptin tuntemus voidaan nähdä myös osana ammattitaitoa, mikä selittää sitä, miksi haastattelemani ja havainnoimani kokeneet esiintyjät kertoivat ja toteuttivat sitä niin samanlaisena.

Osapuolten vastuu vuorovaikutuksesta. Kysyttäessä esiintyjiltä, miten he kokivat vastuun vuorovaikutustilanteen etenemisestä jakautuvan, valtaosa haastateltavasta sanoi, että tärkein vastuu tilanteesta on heillä itsellään. Moni heistä perusteli vastaustaan sillä, että yleisö on tullut katsomaan heidän esitystään ja mahdollisesti maksanut siitä, jolloin vastuu tilanteen sujumisesta oli suurimmaksi osaksi esiintyjällä. Silti myös yleisön vastuu vuorovaikutustilanteen osapuolena tunnistettiin. Kaikki haastateltavat näkivät, että yleisön tärkein vastuu oli olla paikalla, jotta vuorovaikutus olisi mahdollista. Yksi haastateltavista näki vastuun – ja vallan – tasaisesti molemmille osapuolille kuuluvana, mikä tuntui hänestä vapauttavalta:

H4: Mä aattelen, et se on semmonen molemminpuoleinen. Se on tavallaan vapauttavaakin, että se valta on siinä niinku molemmilla. Että voi ajatella, että sillä esiintyjällä on kauheesti valtaa, niinku sillä onkin, et se voi tehdä siellä ihan mitä vaan tai sanoo mitä vaan, mut sitten sen voi kääntää myös toisinpäin, että sillä kokijalla on myös hirveesti valtaa ja se helpottaa myös mun oloa esiintyjänä, koska sit mä oon että: ”Aa, niil on tosi paljon valtaa ja tätä ei tapahtuis ilman heidän suostumustaan tai halua olla siinä”.

Haastateltavat kokivat myös, että molemmilla osapuolilla oli tärkeä vastuu antaa kaikkien paikalla olijoiden nauttia konsertista. Yleisön osalta tämä tarkoitti esimerkiksi sitä, että annetaan muiden paikallaolijoiden olla rauhassa eikä häiriköidä esitystä. Yhdellä havainnoituista keikoista eräs yleisön edustaja huuteli esiintyjälle useampaan otteeseen, että tämän tulisi esittää vanhaa tuotantoaan, sillä se oli hänen mielestään parempaa. Esiintyjä ei huomionnut yleisön edustajan huuteluita, mutta muutama muu yleisön edustaja osoitti huutelijaa kohtaan paheksuvia katseita. Havainto kertoo siitä, että negatiivissävytteistä, esiintyjää häiritsevää viestintää ei katsota hyvällä, mikä taas vahvistaa haastateltavien pohdintoja aiheesta.

Esiintyjän osalta vastuu vuorovaikutuksesta näkyi esimerkiksi siinä, ettei ennen esitystä tai sen aikana käytetä liikaa päihkeitä, sillä vaarana on, että esiintyminen ja vuorovaikutus häiriintyisi

sen seurauksena. Lisäyksenä tähän sääntöön tutkielman ainut naispuolinen vastaaja muistutti, että siinä missä miehet voivat esiintyä päihtyneenäkin, naisartisteille on tiukemmat säännöt:

”Naisartisteilla on vähän eri. Tai että se on vähän niinku double standards, että mä en esimerkiksi voisi olla humalassa tai jossain kokkeleissa, mutta joku mies taas voisi olla.”

Sama haastateltava kertoi myös toisesta vastuuseen yhdistettävästä sukupuolittuneesta ilmiöstä. Hänen mukaansa naisartistit kokevat usein keikan alussa torjuvaakin viestintää yleisön suunnasta, jolloin esiintyjän on yritettävä ”voittaa” yleisö puolelleen. Haastateltava kertoi, että tällaisissa tilanteissa ”tietyn pisteen jälkeen oma reaktio on ignorata se toiminta täysin”, jolloin vastuu tilanteesta siirtyy yleisön edustajalle.

Reagointi ja vastavuoroisuus. Yhtenä päätekijänä esiintyjän ja yleisön välisessä vuorovaikutuksessa oli osapuolten reagointi toisiinsa. Vastavuoroisuuden ilmiö näkyi selkeästi sekä haastateluissa että havainnointiaineistossa. Kysyttäessä haastateltavilta, mistä vuorovaikutuksen kokemus syntyy, suurin osa haastateltavista mainitsi osapuolten reagoinnin toisiinsa yhtenä tärkeänä tekijänä. Yksi haastateltava myös kuvasi reaktioita – sekä myönteisiä että kielteisiä sellaisia – välttämättömänä osana vuorovaikutusta:

H1: Ärsytykskin on reaktio, ärsytys on jonkinlainen yhteys itse asiassa, mutta välinpitämättömyys on todellinen vaara (– –) Välinpitämättömyys on vuorovaikutuksen vastakohta.

Yleisö reagoi esiintyjään havaintojen perusteella lähinnä nonverbaalisesti sekä esitystilanteen skriptille sopivissa kohdissa että spontaanisti muissa tilanteissa. Toistuvia vastavuoroisuuden sekvenssejä olivat esimerkiksi esiintyjän musiikkiesitystä tai sanallista kiitosta seuraavat aplodit, esiintyjän yleisölle osoitettuja kysymyksiä seuraavat taputukset ja ulvomiset sekä esiintyjän kehotusten totteleminen. Spontaaneja reagoiteja saattoi syntyä esimerkiksi esiintyjän tarinoidessa yleisölle. Spontaaneihin reaktioihin voidaan lukea esimerkiksi nauraminen ja yksittäisten yleisön edustajien kommentit esiintyjälle. Yleisin yleisön reagoinnin muoto oli havaintojen perusteella taputtaminen ja ulvominen.

Esimerkkinä esiintyjän reagoinnista yleisöön moni haastateltava puhui siitä, kuinka he tarkkailivat yleisön jäseniä ja yrittävät muokata omaa esiintymistään sen mukaan, mitä he uskovat yleisön kaipaavan kyseisessä hetkessä. Lisäksi yleisön sanaton viestintä saattoi aiheuttaa esiintyjässä jännitteitä ja itsetietoisien olon, kuten seuraavasta haastateltavan lauseesta käy ilmi:

H4: Että miksi toi liikkui noin ja mitäköhän toi nyt ajattelee ja meneeks tää läpi tai tykkääköhän toi nyt.

Yleisön sanalliseen viestintään, kuten biisitoiveiden huuteluun haastatellut esiintyjät kertoivat vastaavansa parhaansa mukaan. Vaikka yleisön sanallinen viestintä osoittautui vähäiseksi havainnoiduilla keikoilla, kaikkiin huuteluihin oli havaittavissa reaktio joko esiintyjän tai muun yleisön toimesta. Jos esiintyjä ei osannut tai tahtonut vastata yleisön huuteluihin sanallisesti, reaktion pystyi tunnistamaan esimerkiksi katseen suuntauksesta äänen suuntaan tai ilmeistä, kuten hymystä.

Osapuolten välinen yhteys oli neljäs elementti konserttien vuorovaikutuksen muodostumisessa (kuvio 1). Haastatteluissa viitattiin useampaan otteeseen siihen, että yhteys yleisöön on laadukkaan vuorovaikutuksen ehto ja vuorovaikutus yleisön kanssa vuorostaan lisää yhteyden tunnetta. Yhteys nähtiin siis tavoiteltavana asiana.

H2: Yritetään saada mahdollisimman vahva yhteys, mitä nyt yhden ihmisen ja 5500 ihmisen välillä voi saada.

Yhteyteen viitattaessa haastateltavat puhuivat usein vuorovaikutuksen vastavuoroisuudesta. Yksi haastateltavista tiivistä tämän ajatuksen vastakohtaan avulla CMC-viestinnän näkökulmasta:

H1: Että nyt korona-aikanahan oli paljon striimikeikkoja, missä se oli katkaistu se yhteys ja sit jotain yritettiin et jengi voi laittaa kommenttii, mutta ei. Että se on vähän samanlainen ku Whatsapp-ääniviestin lähettäminen, että sä oot yhteydessä mutta se toinen ei niinku sano mitään, että siinä on hyvät puolensa, että toinen ei niinku häiritse, mutta jossain vaiheessa kun on puhunut 15 minuuttia ni miettii, että kumpi toinen sanoisi jotain.

Yhteyden tunteeseen voitiin haastattelujen ja havaintojen pohjalta liittää myös energia, joka oli aistittavissa esiintymistilassa esiintyjän ja yleisön välillä. Yksi haastateltava (H5) kuvasi vuorovaikutuksessa väreilevää energiaa yhteisen tilan, kasvokkaisuuden ja yhteisesti kuultavien asioiden summana. Lisäksi liike ja ääni yhdistettiin vahvasti energian kokemukseen. Myös keikoilla tehdyt havainnot vahvistavat edellä mainittujen tekijöiden linkkiä yhteyden ja energian kokemukseen.

Yhteydellä muihin tilassa oleviin ihmisiin koettiin olevan yhteisöllisyyttä luova voima. Yksi haastateltavista kertoi kokemuksestaan sekä esiintyjänä että yleisön edustajana:

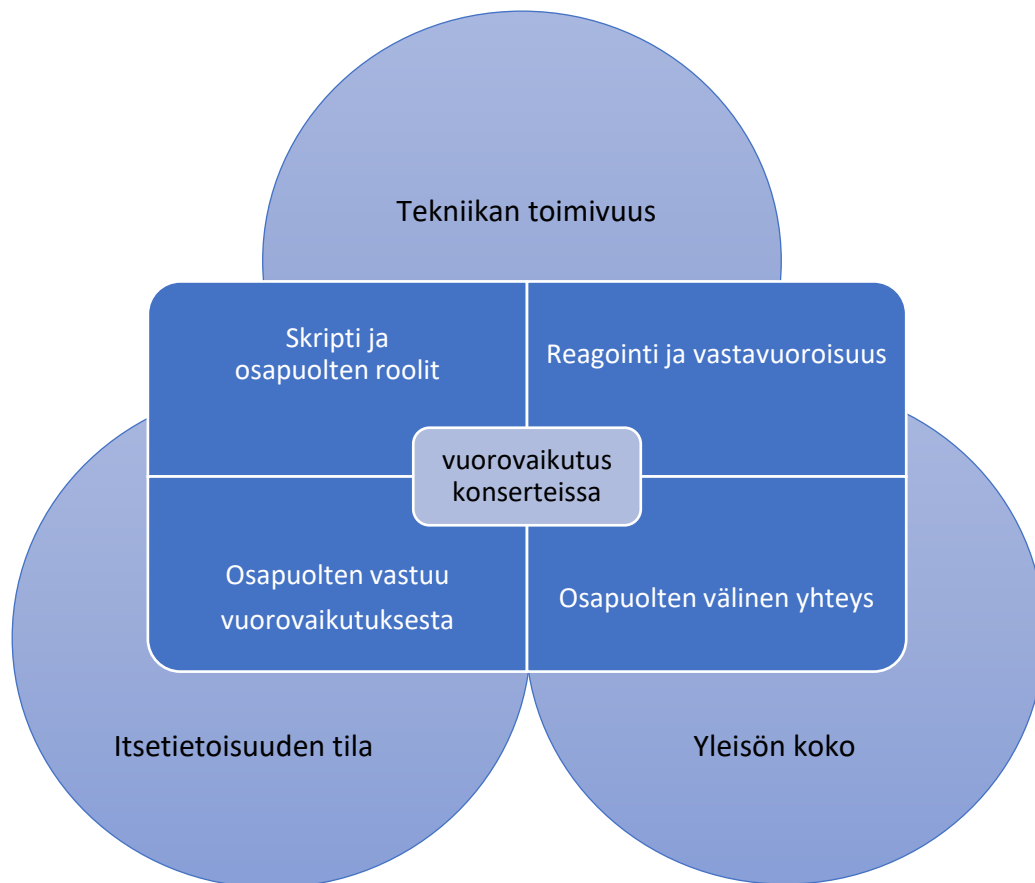
H4: Siinä kokee jotain tosi yhteisöllistä ja mä koen että se, jos puhuu keikoista, niin sit se tuntuu samaan aikaan tosi yksityiseltä ja henkilökohtaselta mut samaan aikaan tosi yhteisölliseltä. Et tää on just mua varten ja samaan aikaan mieltii sitä, et vitsi, et me kaikki ihmiset ollaan täällä näin just nyt ja et me ollaan tääl planeetalla samaan aikaan ja täällä. Ja sit koetaan jotain tällasta, eikä tehä jotain maailmaa tuhoovaa paskaa, vaan tehään just nyt tätä näin ja tää tuntuu ihanalta. Vitsi on hienoo olla elossa ja vitsi mä rakastan mun läheisiä ja kaikkii tällasii ajatuksii tulee mieleen ja sit siinä saattaa mennä ihan ihmeellisiin tiloihin, että muistelee omaa elämäänsä ja kaikkia kipeitä asioita ja ilosia asioita. Et onhan se ihan mieletön se voima, mikä siinä on.

Yhdessä osapuolten välinen yhteys, heidän roolinsa ja vastuunsa, sekä vuorovaikutuksen vastavuoroisuus ja opitut käyttäytymismallit muodostavat tulosten mukaan pohjan populaarimusiikin konserteissa tapahtuvalle vuorovaikutukselle. Seuraavaksi käydään läpi tilannetekijöitä, jotka vaikuttavat tämän tutkielman tulosten mukaan konserteissa muodostuvaan vuorovaikutukseen.

4.3.2 Vuorovaikutuksen tilannetekijät

Vuorovaikutusta jäsentämässä olivat tutkielman tulosten mukaan myös kolme tekijää, jotka ovat yhteydessä vuorovaikutuksen toteutumiseen. Niitä olivat tekniikan toimivuus, itsetietoi-

suuden tila ja yleisön koko. Alla olevassa kuviossa on havainnollistettu näiden tekijöiden yhteyttä vuorovaikutuksen muodostumiseen. Tässä alaluvussa esiteltävät tekijät eroavat edellä kuvatuista neljästä vuorovaikutuksen rakennuspalikasta siten, että niiden vaikutus vaihteli tilannekohtaisesti.



KUVIO 2. Vuorovaikutuksen muodostumiseen vaikuttavat tilannetekijät

Tekniikan toimivuus. Kysyttäessä haastateltavilta, mitkä tekijät vaikuttavat vuorovaikutuksen onnistumiseen ja epäonnistumiseen, moni mainitsi tekniikan toimimisen ja sen roolin vuorovaikutuksen mahdollistamisessa. Yleisön kannalta tekniikka mahdollisti muun muassa äänentoiston, jonka avulla he voivat kuulla esityksen. Toisaalta liian kovalla oleva musiikki saattoi jopa häiritä keikkakokemusta ja vaikuttaa vuorovaikutukseen negatiivisesti. Ääneen yhdistettiin myös esiintyjien käyttämien korvamonitoreiden osuus kuulemisessa sekä esiintymistilan ominaisuudet. Osa haastateltavista mainitsi, että ääntä eristävät korvamonitorit estävät heitä kuulemasta yleisöä ja tästä syystä yleisön sanallinen viestintä voi jäädä huomioimatta. Tilan

suhteen tärkeimmäksi tekijäksi muodostui se, ollaanko sisä- vai ulkotilassa, sillä ”ulkotila hävittää äänen” (H5). Myös se, miltä oma soitto kuulostaa, vaikutti haastateltavien mukaan esiintyjän mielentilaan ja täten myös mahdollisesti vuorovaikutuksen laatuun. Yksi haastateltavista tiivistä äänen(toiston) merkityksen seuraavasti:

H1: Onko hyvä soundi, saako laulusta selvää, kuulostaako hyvältä, onko liian kovalla tai hiljaisella (– –) Sitten esiintyjälle on se, että onko sulla hyvät monitorit, onko sun kamat sillee, että sun on kiva soittaa ja kuulostaako se sulle itselle hyvältä.

Toinen tärkeä tekninen asia, jolla oli haastateltavien mukaan vaikutusta esiintyjän ja yleisön väliseen vuorovaikutukseen oli valaistus. Valaistuksella oli haastateltavien mukaan vaikutusta muun muassa siihen, miten hyvin esiintyjä pystyi ottamaan katsekontaktia yleisöön tai näkikö tämä yleisöä alkuunkaan.

H3: Konserttitalit on ihan mahottomia, kun sä et näe yleisöä, se on pelkkää mus-taa, se on sama ku soittais keikan jossain vaatekaapissa.

Myös yleisölle osoitetulla tilalla oli tärkeä tekninen vaikutus vuorovaikutuksen muodostumiseen. Esiintyjien mukaan oli merkityksellistä, istuuko vai seisooko yleisö:

H5: Jos ihmiset vaikka istuu, niin pelkästään se jo muuttaa sitä vuorovaikutusta, että mä vaikka keskityn siihen, että mä kerron mieluummin vaikka jonkun jutun jostain biisistä, kun oon silleen, että ”hei nyt mä haluan että kaikki vaikka laulaa” tai niin että kyllä siinä on tosi iso ero.

Viimeisenä huomiona haastatteluissa nousivat esiin lavan ja yleisön välillä olevat aidat. Vaikka niiden tarkoituksena on erottaa lava muusta alueesta ja turvata esiintyjän tila, niillä voi olla myös vuorovaikutusta hankaloittava vaikutus, koska ne pidentävät esiintyjän ja yleisön välillä olevaa välimatkaa.

Itsetietoisuuden tila. Liiallinen itsetietoisuuden tila vaikutti tämän tutkielman tulosten mukaan esiintyjän ja yleisön väliseen vuorovaikutukseen sitä heikentävästi. Haastateltavien esiintyjien mukaan liiallista itsetietoisuuden tunnetta esiintyy sekä esiintyjillä että yleisön edustajilla. Yleisön osalta itseensä keskittymisellä ja mahdollisella omasta olemisesta nolostumisella voi

olla vaikutuksia siihen, miten rennosti he uskaltavat nauttia esityksestä ja olla mukana tekemisessä (esimerkiksi tanssimisessa tai mukana laulamissa). Osa esiintyjistä koki, että yleisö rentoutuu keikan mittaan niin huomattavasti, että tilaisuuden alku- ja lopputilanteissa on selkeä ero. Myös yleisön koolla oli haastateltavien kokemuksen mukaan merkitystä siihen, kuinka paljon yleisö keskittyy omaan olemiseensa.

H5: Hävetään itseämme ja toisiamme -- mitä enempi porukkaa -- niin sitä helpompi on päästää irti ja olla enemmän mukana ja miettimättä sitä, mitä kukaan muu ajattelee.

Esiintyjän liiallinen itsetietoisuuden tunne voi vaikuttaa sekä esiintymiseen – esimerkiksi esiintymisjännityksen muodossa – että muuhun olemiseen. Esiintyjien mukaan heidän roolinsa tilanteen keskipisteenä vaikuttaa ilmiön muodostumiseen merkittävästi.

H4: Se asetelma on aika kummallinen, että tässä mä nyt olen tässä teidän edessä ja te katsotte minua.

Esiintyjät kertoivat, että yleisön tunnelma vaikuttaa olennaisesti esiintyjän mahdollisuuksiin nauttia esiintymistilanteesta. Yleisön staattisuus ja hiljaisuus mainittiin kahtena tärkeänä tekijänä liittyen itsetietoisuuden tunteen vahvistumiseen. Tällöin yleisön päinvastainen toiminta; äänenpitäminen ja liikehdintä, voidaan nähdä esiintyjän oloa helpottavina tekijöinä. Hetkessä eläminen ja huomion suuntaaminen muihin ihmisiin voidaan nähdä itsetietoisuuden vähentäjänä ja samalla vuorovaikutuksen parantajana.

H1: Just että sulla on semmoinen merkityksellinen olo: mä oon siellä missä mun kuuluu olla, mä en ajattele menneitä, mä en ajattele tulevaa ja ehkä ennen kaikkea se, että mä en ajattele itseäni.

Myös alkoholinkäytön ja vuorokauden ajan nähtiin vaikuttavan itsetietoisuuden tunteeseen. Jokainen haastateltava mainitsi alkoholinkäytön vaikutuksen keikkojen ja vuorovaikutuksen sujumiseen. Estoja vähentävä alkoholi vaikuttaa itsetietoisuuden tunteeseen ja sen vähentymiseen. Silti liikaa nautittuna sillä oli tulosten perusteella myös kielteisiä vaikutuksia konserttien sujumiseen esimerkiksi häiriköinnin muodossa. Esiintyjät liittivät alkoholinkäytön myös

ilta- ja yöaikaan, jolloin suurin osa populaarimusiikin konserteista järjestetään. Päiväkeikkoihin taas liitettiin esiintyjien toimesta ”tietynlaista jäykkyyttä” (H3), koska ihmiset eivät välttämättä ole täysin vapaalla, vaan miettivät mahdollisesti muita asioita, kuin konserttia.

Lasten läsnäololla oli haastateltujen esiintyjien mukaan positiivinen vaikutus itsetietoisuuden vähentymiseen. Esiintyjät puhuivat siitä, kuinka lapsille ei ole vielä kehittynyt niin selkeää käyttäytymismallia keikoilla olemiseen, mikä heijastuu heidän toimintaansa vilpittömyytenä. Lisäksi lapset ovat luontaisesti estottomampia kuin aikuiset, joten heidän itsetietoisuutensa taso on matalampi. Esiintyjät kokivat, että lasten energia tarttuu myös keikalla oleviin aikuisiin, mikä saa heidätkin vapautumaan estoistaan helpommin.

Yleisön koko. Tämän tutkielman tulosten perusteella yleisön koolla oli merkitystä vuorovaikutuksen muodostumiseen. Sen lisäksi, että jokainen haastateltava esiintyjä oli tätä mieltä, myös keikoilta saatu havainnointiaineisto vahvisti saatua tulosta. Tärkeimpinä ilmiöinä voitiin nähdä yleisön koon vaikutus konsertin intiimiyteen ja esiintyjän valintoihin oman viestintänsä suhteen.

Pieniin yleisömääriin liitettiin haastateltavien esiintyjien puolesta ilmiöitä, kuten vuorovaikutustilanteen intiimiyden ja yhteyden saavuttaminen. Pienten yleisöjen kohdalla esiintyjän oli helpompaa pitää vuorovaikutusyhteyttä yllä ja kertoa mahdollisesti pidempiäkin tarinoita, kun taas suuren yleisön kanssa haastateltavat raportoivat viestivänsä lyhyempiä pätkiä.

H3: Siinä [suurelle yleisölle viestiessä] riittää se, et kysyy: ”Onks teil kivaa?” ja sit ne vastaa: ”Joo”. Versus se, että kertoo jonkun tarinan: ”Soitin kappaleen anoppilleni ja...”, ei kukaan jaksa sellasii siellä kuunnella. Ne on tavallaan sellasia täsmäiskuja, ihan muutaman lauseen mittasia.

Suurimmalla havainnoidulla keikalla (n. 600 henkilöä yleisössä) esiintyjä piti pidemmän vaikuttamaan pyrkivän puheenvuoron ja oli huomattavissa, ettei yleisö pysynyt puheen aikana hiljaa. Sen sijaan pienimmällä havainnoidulla klubikeikalla yleisö kuunteli esiintyjän spiikit tarkasti. Myös haastateltavat korostivat pienten klubikeikkojen intiimiyttä ja arvostivat muun muassa sitä, miten niissä ”vuorovaikutussfääri ylettää perälle asti” (H2). Tämän tutkielman

tulokset viittaavat siihen, että suurempien yleisöjen kohdalla esiintyjän on mahdollista muodostaa vahvempi yhteys lavan edessä olevaan yleisöön, kuin tilan keski- tai takaosissa oleviin ihmisiin.

H4: Ja mä huomaan, et mitä isompi yleisö, niin sitä vaikeempi sinne taakse on saada kontaktia. Et sit se on enemmän sellasta et ”voitteko tehdä siellä jonkun jutun että olette siellä”. Tai vaikee sille hahmottaa, et ollaanko siellä messissä vai ei.

Suurten yleisöjen koettiin muuttuvan massaksi, jolloin niille viestimiseen tarvittiin erityistä tehokkuutta. Kaksi haastateltavaa esiintyjää kertoi muokkaavansa omaa nonverbaalista viestintäänsä ”suuremmaksi” ja lisäävänsä äänenvoimakkuutta fyysisesti, jotta suuri yleisö ymmärtäisi viestin mahdollisimman hyvin.

H5: – äänekkäämpi, mutta myös vähän painokkaampi tai semmoinen, että mä koen, että mun täytyy olla enemmän, olla vähän jotain enemmän, jotta mä saan sen viestin perille.

Yleisön ollessa monilukuinen myös siitä saatu energia koettiin moninkertaiseksi verrattuna pieneen yleisöön. Esiintyjät raportoivat, että suurten yleisöjen kohdalla vastuu tilanteesta jakautui tasaisemmin molemmille osapuolille, kun taas pienen yleisön kohdalla esiintyjän rooli tilanteessa oli vaikuttavampi.

Seuraavassa luvussa esiteltyjä tuloksia tarkastellaan kriittisesti ja niiden pohjalta tehdään johtopäätöksiä. Myös jatkotutkimuksen paikkoja tarjotaan.

5 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

5.1 Tulosten tarkastelu ja jatkotutkimusehdotukset

Tässä tutkielmassa yleisön ja esiintyjän keskinäistä vuorovaikutusta ja sen jäsentymistä tarkasteltiin kokonaisuutena ja tulosten perusteella voidaan sanoa, että populaarimusiikin konserteissa esiintyjän ja yleisön välinen vuorovaikutus muodostuu yhteistyössä dynaamisesti ja vastavuoroisesti molempien osapuolten toimesta. Aikaisempi esiintymisaiheinen viestinnän tutkimus on keskittynyt esiintyjän toiminnan tarkasteluun, jolloin yleisö on jäänyt passiivisen reagoijan rooliin (Gerlander & Uitto, 2021). Näkökulmaa on kuitenkin tahdottu muuttaa ja yleisön huomioimiseen on tarjottu jatkotutkimuksen paikkaa useammassakin aikaisemmassa tutkimuksessa (esim. Bull, 2016; Groce & Lynxwire, 2008, 105; Breemen, 2017). Tämän tutkielman tulokset kertovat siitä, että esitystilanteita olisi hyvä tarkastella vuorovaikutustilanteina yksipuolisen esiintyjältä yleisölle -viestinnän sijaan.

Käsitys esiintyjästä tilanteen ”johtajana” ja yleisöstä esiintyjään reagoivana osapuolena ei silti täysin kumoutunut, sillä myös tähän viittaavia tuloksia saatiin. Esimerkiksi haastateltavien esiintyjien ajatukset vastuun jakautumisesta ja omasta roolista viittasivat siihen, että yleisön tärkein tehtävä on olla paikalla ja nauttia esityksestä. Lisäksi yleisön viestintää tarkastellessa esiintyjään reagoiva viestintä muodostui yhdeksi luokaksi. Huomion arvoista on kuitenkin se, että nämä tulokset olivat vain osa totuutta ja esimerkiksi yleisön viestinnästä yli puolet oli tulosten mukaan heidän omasta aloitteestaan lähtevää pelkän reagoivan viestinnän sijaan.

Oma-aloitteisen viestinnän ansiosta yleisö takasi roolinsa aktiivisena osapuolena vuorovaikutuksessa esiintyjän kanssa. Etenkin yleisön sanallinen viestintä korostui heidän omasta aloitteestaan lähteväksi. Vaikka yleisön sanallisesta viestinnästä saatiin vain vähän dataa, se oli yhteneväistä aikaisemman populaarimusiikin konsertteihin sijoittuvan tutkimuksen kanssa. Heritagen ja Claymanin (2010) mukaan yleisö voi viestiä sanallisesti esimerkiksi kannustushuutojen ja muiden huudahdusten muodossa. Tämän tutkielman tulokset vahvistavat Heritagen ja Claymanin löydöksen. Yksittäisten yleisön edustajien huudahdukset voidaan tulkita keinoksi herättää esiintyjän huomio. Tätä päätelmää tukee muun muassa se, että viestien sisältö kohdistui joko esiintyjään tai musiikkiin, jota tämä esitti. Lisäksi huutelua seurasi usein huomio esiintyjältä, minkä voidaan nähdä vahvistavan yleisön odotusta huutelun seurauksista.

Tutkielman tuloksissa nousi esiin sanattoman viestinnän huomattava rooli vuorovaikutuksen muodostumisessa. Sekä esiintyjän että yleisön osalta sanattoman viestinnän koodeja kertyi sanallista viestintää enemmän. Burgoonin ja Bacuen (2003) mukaan ihminen kiinnittää enemmän huomiota visuaalisiin kuin ääneen perustuviin viesteihin. Onkin merkittävää, kuinka paljon esiintyjä ja yleisö viestivät toisilleen sanattomasti ja tällä tavoin muovasivat keskinäistä vuorovaikutustaan.

Siinä missä yleisön sanallinen viestintä nosti esiin yksittäisiä yleisön edustajia, sanattoman viestinnän osalta yleisön voidaan nähdä viestivän pääosin kollektiivisesti. Kollektiivinen viestintä näkyi yleisön yhtyessä toistensa toimintaan kuin yhteisestä sopimuksesta. Gerlanderin ja Uiton (2021) näkemys yleisöstä yksilöistä koostuvana monikollisena joukkona pätee siis tämänkin tutkielman kohdalla ja yleisöä voidaan tulosten perusteella tutkia jatkossakin vuorovaikutuksen yhtenä osapuolena monen erillisen yksilön sijaan. On silti huomioitava, että yleisö koostuu yksilöistä ja siksi myös ristiriitaisuuksia esiintyy. Yksi selkeimmistä yleisön kollektiivisista viesteistä olivat aplodit. Myös aikaisempi tutkimus on tunnistanut aplodien roolin yleisön sanattomassa viestinnässä (esim. Bradby, 2017; Clayman, 1993). Tämän tutkielman haastatteluissa kävi ilmi, että aplodit nähdään usein jopa niin vakiintuneena osana esityksiä, ettei niitä pidetä kovin tarkoituksenmukaisena viestintänä yleisön osalta, vaan enemmän rituaalin tapaisena osana vuorovaikutustilannetta.

Ahon (2007) mukaan populaarimusiikin konserteissa ihmisten liikehdintä perustuu musiikin rytmisyyteen esimerkiksi tanssin muodossa. Tässä tutkielmassa tehtyjen havaintojen perusteella tanssiminen ja muu musiikin rytmisessä liikkuminen oli tärkeä osa yleisön (ja esiintyjän) sanatonta viestintää, mutta ei läheskään kaiken liikkeen lähtökohta. Vaikka nopealla katsauksella konsertit koostuvat musiikista ja siihen reagoimisesta esimerkiksi tanssin muodossa, viestinnän merkityksellisyyden näkökulmasta musiikkiin reagoiminen oli tämän tutkielman tulosten perusteella vain osa sanattoman viestinnän laajaa kokonaisuutta.

Viimeinen johtopäätös yleisön sanattomasta viestinnästä voidaan vetää suoraan Fonarow'n (2006) aluejakoon, jonka hän loi indie-musiikin konsertteja havainnoimalla. Fonarow jakoi lavedusta-alueen kolmeen alueeseen (*zone 1,2,3*) joista lähinnä lavaa olevalla alueella yleisö liikkuu ja tanssi eniten ja taaemmas mentäessä liikehdintä muuttui staattisemmaksi. Tämä jako

piti täydellisesti paikkansa myös tämän tutkielman kohdalla. Koska yleisön edustajia ei haastateltu tähän tutkielmaan, ei voida tietää, mitä he tarkalleen ottaen tahtoivat viestittää tilaan sijoittumisellaan, mutta tulosten perusteella voidaan väittää, että proksemiikalla on osansa myös populaarimusiikin konserttiyleisön sanattomassa viestinnässä.

Myös esiintyjän kohdalla sanaton viestintä korostui, vaikka yleisöön verrattuna ero sanallisen viestinnän määrään ei ollut yhtä merkittävä. Koska tutkielman haastatteluaineisto avasi oven esiintyjien ajatuksiin, pystyttiin heidän sanatonta viestintäänsä tulkitsemaan syvemmällä tasolla kuin yleisön sanatonta viestintää. Esiintyjät kertoivat esimerkiksi korostavansa sano- maansa suurilla eleillä ja volyymin sekä artikulaation säätelyllä. Näiden kineettisten ja paralingvististen keinojen käyttö on tunnistettu myös aikaisemmassa viestinnän esiintymistutkimuksessa. Muun muassa Isotalus (1995, 86) mainitsi nonverbaalisen viestinnän hallinnan yhtenä olennaisena esiintymisen taitona. Vaikka esiintyjien viestinnästä on tehty paljon tutkimusta, musiikkikonserttien kontekstissa tietyt lainalaisuudet ovat erilaisia ja siksi jatkotutkimuksen paikkoja on vielä runsaasti. Esimerkiksi esiintyjän tilannekohtainen viestinnän mukauttaminen voisi olla mielenkiintoinen jatkotutkimuksen aihe.

Viestinnän korostamisen ja mukauttamisen lisäksi esiintyjät kertoivat tarkoituksistaan esiintymisasun käytön suhteen. Aikaisempi tutkimus on tunnistanut esiintyjän pukeutumisen vaikuttavan muun muassa yleisön käsityksiin esiintyjän taidoista (mm. Griffiths, 2008; Urbaniak & Mitchell, 2022). Tässä tutkielmassa esiintyjät kertoivat pukeutumisen olevan osa tarkoituksenmukaista viestintää, jolla he tahtovat viestiä omaa rooliaan esiintyjänä. Hargien (2017) mukaan vuorovaikutuksen muodostumiseen vaikuttavat olennaisesti osapuolten roolit ja siksi niitä on tärkeää ymmärtää. Esiintymisasun käytöllä voidaan nähdä olevan tarkoituksenmukainen viestinnällinen merkitys esiintyjän ja yleisön roolien erottamisen suhteen. Myös Auslanderin (2010) teoria esiintyjän kolmesta päällekkäisestä roolista sopii tähän päätelmään *esiintyvän henkilön (performance person)* roolinäkökulmasta. Esiintymisasun viestinnällistä merkitystä voitaisiinkin jatkossa tutkia myös roolinäkökulmasta.

Esiintyjän sanattomasta viestinnästä pystytään tämän tutkielman tulosten perusteella kertomaan myös, että se perustuu pitkälti yleisön huomioimiseen ja suhteutui tässä mielessä monelta osin aikaisempaan aiheen tutkimukseen. Usein aikaisemmassa tutkimuksessa hyödyn-

netty Ekmanin ja Friesenin (1981) kategorisointi esiintyjän sanattomasta viestinnästä sopii sällöltään myös tämän tutkielman tuloksiin. Ohjaavia liikkeitä (*regulators*) voitiin tunnistaa esiintyjän näyttäessä esimerkkiä yleisölle, tunteiden ilmaisua (*affect display*) kuten hymyilyä esiintyjä hyödynsi tehdäkseen yleisölle merkityksellisen olon, yhteisön luomisessa esiintyjät hyödynsivät *embleemejä*, kuten käsimerkkejä ja havainnollistavat liikkeet (*illustrators*) tekivät esiintyjän sanomasta ymmärrettävämpää esimerkiksi laulun lomassa.

Burgoon ja Bacue (2003) taas kertoivat kinesiikan suhteesta valta-asemaan esimerkiksi katsekontaktin pitämisen ja suurieleisyyden suhteen. Tässä tutkielmassa katsekontakti yhdistettiin valta-aseman sijaan merkityksellisen olon luomiseen ja suurieleisyys ymmärrettävyyden lisäämiseen. Voi olla, että esiintyjillä oli päällekkäisiäkin motiiveja sanattoman viestintänsä suhteen, mutta sen selvittäminen vaatisi lisää tutkimusta. Kaiken kaikkiaan tämä tutkielma tarjosi paljon uusia näkökulmia sekä esiintyjän että yleisön sanattoman viestinnän tarkasteluun. Esiintyjän viestinnän osalta huomion arvoista oli muun muassa se, miten he aineiston perusteella hyödynsivät sanatonta viestintää luodakseen yleisön edustajille merkityksellisen olon ja yhteisöllisyyttä. Yleisön sanattomasta viestinnästä uutta tietoa saatiin muun muassa kontaktin ottamisesta esiintyjään ja näiden toimien luvallisuudesta ja luvattomuudesta.

Tutkielman tulosten mukaan populaarimusiikin konserteissa esiintyjän sanallisessa viestinnässä yhdistyi yleisöpuhe ja tuore puhe (*fresh talk*). Nämä pitkälti samanlaisena ilmenevät sanallisen viestinnän muodot eroavat siten, että tuore puhe syntyy reaaliajassa, mutta yleisöpuhetta on voitu harjoitella etukäteen (Takala & Alanne, 2021, 123). Lisäksi yleisöpuheen on tarkoitus näyttäytyä yleisölle mahdollisimman luonnollisena puhumisena. (Isotalus, 1995.) Havaintojen perusteella esiintyjien sanallinen viestintä vaikutti luonnolliselta ja tilanteessa muodostuvalta. Bradby (2017, 92) kuitenkin muistuttaa siitä, että esiintyjät toistavat samoja spikkejä esityksestä toiseen, eikä puhe muodostu välttämättä ”tuoreeltaan”, vaikka se saattaisi kuulostaa siltä. Olisikin mielenkiintoista, jos aiheesta tehtävässä jatkotutkimuksessa selvitetäisiin tuoreen puheen ja suunnitellun yleisöpuheen suhdetta artistien sanallisessa viestinnässä.

Esiintyjien viestinnän tarkoituksenmukaisuus ja suunnitelmallisuus herätti pohdintaa myös Schreiberin ym. (2012) muodostamien taitavan puhe-esiintymisen kriteerien osalta. Schreiber ja muut yhdistivät taitavaan puhe-esiintymiseen muun muassa kohdeyleisön huomioimisen ja

paralingvistiset keinot. Tässä tutkimuksessa haastateltavat esiintyjät kertoivat esimerkiksi viestivänsä eri kokoisille yleisöille eri tavoin, mikä viittaa kohdeyleisön huomioimiseen ja tässä tapauksessa myös paralingvistisien keinojen tarkoituksenmukaiseen käyttöön. Esiintyjän sanallisesta viestinnästä voidaan tämän tutkielman perusteella sanoa, että sen avulla luodaan esitystä ja vuorovaikutusta.

Tutkielman kolmannella tutkimuskysymyksellä pyrittiin saamaan tietoa vuorovaikutuksen jäsentymisestä populaarimusiikin konserteissa. Kysymykseen vastattiin seitsemällä vuorovaikutusta jäsentävällä tekijällä, joista kolme vaikuttivat vuorovaikutuksen muodostumiseen tilannekohtaisesti. Yksi tämän tutkimuksen merkittävimmistä tuloksista on itsetietoisuuden rooli vuorovaikutuksen jäsentymisessä. Itsetietoisuus on yksi löydetyistä tilannetekijöistä. Tuloksista käy ilmi, että liiallinen itsetietoisuuden tunne vaikuttaa sekä esiintyjään että yleisöön vuorovaikutuksen laatua heikentäen. Haastateltavien mukaan parhaat vuorovaikutustilanteet yleisön kanssa syntyvät, kun kaikki osapuolet elävät hetkessä eivätkä mieti itseään. Tätä tulosta voidaan verrata Csikszentmihalyin (1990) flow-ilmioon, joka on liitetty usein myös musiikin tutkimukseen (ks. Tan & Sin, 2021). Flow-tilassa ihminen keskittyy vain käsillä olevaan hetkeen tai tehtävään ja ajantaju katoaa (Csikszentmihalyi, 2008, 71). Geeves ym. (2016) löysivät samankaltaisen tuloksen tutkiessaan esiintyjän ja yleisön välille muodostuvaa yhteyttä. Heidän mukaansa esiintyjällä ilmenevä flow'n tunne voi edistää yhteyden muodostumista yleisön kanssa. (Geeves, McIlwain, Sutton, 2016, 195.) Samassa tutkimuksessa haastatellut muusikot kertoivat, että he arvioivat omaa onnistumistaan yhteyden muodostamisessa tarkkailemalla yleisön toimintaa. Tässä tutkielmassa haastateltavat kertoivat samasta ilmiöstä itsetietoisuuden ja vuorovaikutuksen näkökulmasta. Ilmiö vaatii ehdottomasti lisää tutkimusta, mutta alustavasti voidaan sanoa, että itsetietoisuus ja flow sekä yhteys ja vuorovaikutuksen laatu vaikuttavat olevan yhteydessä toisiinsa.

Esiintyjän ja yleisön välille muodostuva yhteys luettiin myös yhdeksi vuorovaikutuksen elementiksi. Geeves ym. (2016) haastattelivat muusikoita yhteyden muodostumisesta konserteissa ja tunnistivat haastateltavien puheista kaksi ajatusmallia: Esiintyjät kokivat, että saavuttaakseen yhteyden, tulee yleisön 1.) huomioida esitys (*attentiveness*) ja/tai 2.) olla samalla aallonpituudella esiintyjän kanssa (*attunement*). Tässä tutkimuksessa yhteyteen liitettiin osapuolten välillä väreilevä energia, mikä viittaa samalla aallonpituudella olemiseen. Toisaalta yleisön on tärkeää myös huomioida esiintyjä, jotta yhteys on mahdollista muodostaa. Kuten

Geevesin ym. (2016) tutkimuksessa, myös tässä tutkielmassa haastatellut esiintyjät pitivät osapuolten välille muodostuvaa yhteyttä tärkeänä ja hauraana asiana.

Itsetietoisuuden lisäksi tutkielman aineistosta tunnistettuja tilannetekijöitä olivat tekniikka ja yleisön koko. Kuten Clark ym. (2014) totesivat, esitykset eivät tapahdu suljetuissa ympäristöissä, vaan niissä on paljon liikkuvia osia, joihin vaikuttaminen voi olla mahdotontakin. Kontekstin muuttuessa esiintyjien tulee mukautua muutoksiin. (Clark, Lisboa, Williamon, 2014, 20–21.) Tässä tutkielmassa yksi haastateltu esiintyjä (H5) kertoi esimerkiksi tilanteesta, jossa tekniikka petti kesken esityksen ja hänen piti ylläpitää vuorovaikutustilannetta suuren yleisön kanssa ilman äänentoistoa. Tämän kaltaiset tarinat kertovat tilannetekijöiden merkityksestä esityksen kulkuun. Tulosten pohjalta voidaankin sanoa, että tilannetekijöillä on vaikutusta sekä esiintyjän että yleisön viestintään ja tätä kautta osapuolten väliseen vuorovaikutukseen.

Tämän tutkielman tulokset ovat olleet monelta osin linjassa aikaisemman populaarimusiikin konsertteja koskevan esiintymisen tutkimuksen kanssa. Vaikka uuttakin tietoa saatiin paljon, etenkin esiintyjän ja yleisön viestintää koskevia havaintoja pystyttiin vahvistamaan aikaisemman tutkimuksen pohjalta. Yksi mahdollinen syy aiemman tutkimuksen yhteensopivuudelle voidaan löytää skriptistä, jota populaarimusiikin konserteissa tulosten mukaan noudatetaan. Myös aikaisemmassa tutkimuksessa on todettu, että käyttäytymismallit muodostuvat genre-pohjaisesti (Auslander, 2013; Kawase, 2014; Tsioulakis & Hytönen-Ng, 2017; Frith 1996). Huomion arvoista on myös se, että vaikka tämä tutkimus suoritettiin Suomessa ja aikaisempi populaarimusiikin tutkimus esiintymisestä on keskittynyt ulkomaille, tulokset eivät olleet huomattavan erilaisia. Voidaan siis ajatella, että populaarimusiikin konserteissa on melko vakiintuneet peruspilarit, joihin yleisö ja esiintyjä viestinnässään nojaavat. Silti eroavaisuuksiakin löytyy ja vakiintuneetkin käytänteet muuttuvat ajansaatossa (Inglis, 2006). On myös huomiotava, että yhteisesti tunnistetuista käyttäytymismalleista ja muista viestinnällisistä yhteneväisyyksistä huolimatta vuorovaikutus muodostuu ainutlaatuisiksi jokaisella keikalla. Vaikka esitystilanteista voidaan tunnistaa toistuvia elementtejä, ne kaikki eivät toteudu jokaisessa esityksessä eikä sama esitys samalla esiintyjällä eikä edes samalla yleisöllä ole silti samanlainen kokemus kaikille. Tässä tutkielmassa keskityttiin yhteneviin havaintoihin ja kokemuksiin, mutta jatkossa olisi kiinnostavaa ymmärtää myös eroavia kokemuksia vuorovaikutuksen muodostumisesta.

5.2 Tulosten merkitys ja soveltaminen

Tässä tutkielmassa esityksiä tarkasteltiin aiemmin vallalla olleen esiintyjäorientaation sijaan sekä esiintyjän että yleisön näkökulmasta. Lisäksi suositut taitoon ja puheeseen keskittyvät tutkimuksen kehukset saivat tehdä tilaa vuorovaikutuksen tarkastelulle. Saadut tulokset loivat ymmärrystä vuorovaikutuksen tärkeydestä populaarimusiikin konserteissa. Tulosten perusteella voidaan myös sanoa, että populaarimusiikin konserteissa vuorovaikutusta rakennetaan aktiivisesti molempien osapuolten toimesta. Tämä oli merkityksellinen tulos, sillä aikaisemmassa viestinnän tutkimuksessa ja opetuksessa yleisö on nähty ensisijaisesti esiintyjään reagoivana osapuolena (McGarrity & Grosby 2012; Young & Potter 2018, Gerlanderin ja Uiton 2021 mukaan). Lisäksi vuorovaikutusta rakentavan viestinnän koodeja ja merkitysluokkia löydettiin aineiston pohjalta huomattavasti aiempaa tutkimusta enemmän. Saadut tulokset rakentavat monipuolista kuvaa populaarimusiikin konserteista vuorovaikutuksen paikkoina.

Tutkielma keskittyi populaarimusiikin konsertteihin, joissa on myös aiemman tutkimuksen perusteella omat tavat ja käyttäytymismallit. Koska konteksti rajattiin tässä tutkimuksessa populaarimusiikin esityksiin, sen tuloksia ei voida suoraan hyödyntää muihin esityskonteksteihin. Tutkielma tarjoaa kuitenkin arvokasta tietoa esimerkiksi esiintyville muusikoille ja musiikin opiskelijoille. Lisäksi tutkielma toimii avauksena yleisön roolin huomioivaan viestinnän tutkimukseen esiintymisestä. Olisi myös tärkeää, että esiintyjän ja yleisön välistä vuorovaikutusta tutkittaisiin laajemmin muissakin esiintymisen konteksteissa, jotta esityksiä voitaisiin ymmärtää kokonaisvaltaisemmin viestinnän näkökulmasta.

Tutkielmassa ei otettu suuremmin kantaa siihen, millainen viestintä rakentaa myönteisiä vuorovaikutuksen kokemuksia ja millainen taas kielteisiä kokemuksia. Toiset teot aiheuttavat tietenkin automaattisesti arvottavampia konnotaatioita kuin toiset. Esimerkiksi kannustamisen ja luvattoman koskettamisen voidaan nähdä muodostavan huomattavan erilaisia seurauksia vuorovaikutuksen kannalta. Tämän tutkielman pohjalta voidaankin lähteä selvittämään, mihin suuntaan esiintyjän ja yleisön erilaiset viestit ohjaavat vuorovaikutusta.

6 TUTKIMUKSEN ARVIOINTI

Tämän laadullisen tutkimuksen aineisto kerättiin puolistrukturoidun teemahaastattelun ja havainnoinnin metodeilla ja sitä analysoitiin laadullisen sisällönanalyysin menetelmää hyödyntäen. Koska kyseessä on laadullinen tutkimus, on huomioitava, että jokaiseen aineistonkeruun ja -analyysin vaiheeseen yhdistyy tutkijan oma tulkinta (Eskola & Suoranta, 1998). Tulkintaan taas voidaan nähdä vaikuttavan tutkijan esiymmärrys tutkittavasta aiheesta ja siksi on tärkeää, että tutkija tunnistaa ja sanoittaa omaa subjektiivisuuttaan (Puusa, Juuti, Aaltio, 2020, 178–181). Tämän tutkielman kohdalla voidaan nähdä, että tutkijan esiymmärrys oli huomattavaa, sillä tutkijalla oli kokemusta sekä esiintymisestä että yleisön edustajana olemisesta populaarimusiikin konserteissa. Tässä luvussa kerrotaan tehdyistä valinnoista ja arvioidaan tutkimuksen tuloksia niiden valossa.

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta voidaan tarkastella muun muassa käytettyjen menetelmien pohjalta (Puusa ym., 2020, 178). Tämän tutkielman tapauksessa tutkittavan ilmiön kokonaisuutta pystyttiin hahmottamaan tarkemmin käyttämällä metodista triangulaatiota (Denzin joko 1978, Tuomen ja Sarajärven 2018 mukaan). Triangulaatio tarkoittaa erilaisten metodien, tutkijoiden, tiedonlähteiden tai teorioiden yhdistämistä tutkimuksessa. Pyrkimyksenä triangulaatiossa on mahdollisimman tarkan ”totuuden” löytäminen tai tutkittavan ilmiön kokonaisuuden hahmottaminen. (Tuomi & Sarajärvi.) Useamman metodin käyttö samassa tutkimuksessa nostaa Denzin (1978) triangulaatioteorian mukaan tulosten luotettavuutta. Tässä tutkielmassa metodinen triangulaatio tapahtui hyödyntämällä kahta eri metodia, haastattelua ja havainnointia, jolloin saatu aineisto ei nojannut pelkkään kokemukseen tai havaintoihin, vaan molempiin.

Puusan ym. (2020, 181) mukaan tutkimuksen uskottavuus hahmottuu muun muassa tutkimusprosessin kuvauksessa, perusteluissa ja analyysissa. Prosessin tärkeimmät vaiheet olivat tässä tutkielmassa aineistonkeruu ja analyysi. Siinä missä aineiston analyysi onnistui suhteellisen suoraviivaisesti, aineistonkeruuseen liittyi muutamia valintoja, joiden erilainen ratkaisu olisi voinut tuottaa lisää tai erilaisiakin tuloksia.

Aineistonkeruu aloitettiin esiintyjien haastatteluilla. Kahdentoista kysymyksen haastattelu-runko osoittautui tutkittavaa ilmiötä kattavasti käsitteleväksi ja saaduissa vastauksissa oli paljon samankaltaisuutta toisiinsa verrattuna, mikä helpotti tulosten yhdistelyä ja analyysia. Jos jatkokysymyksiä ja tarkennuksia olisi tehty enemmän, tutkittavasta ilmiöstä olisi voitu saada vielä monipuolisempi kuva, mutta aineisto oli riittävän laaja saaduillakin vastauksilla. Jatkotutkimusta ajatellen esimerkiksi esiintymistilojen luonteen (esim. festivaalilava vs. konserttitalo) ja vuorovaikutuksen suhteesta olisi mielenkiintoista saada lisää tutkimustietoa.

Haastatteluaineiston laajuutta voidaan pohtia myös haastateltavien määrän osalta. Viisi haastateltavaa on melko vähän pro gradun kokoiseen tutkielmaan, mutta toisaalta tämän tutkielman tapauksessa mukana oli myös havainnointiaineisto. Yksi haastateltavista oli myös sama henkilö, kuin havainnoitavan keikan esiintyjä, mikä on merkittävä asia tämän kokoisessa aineistossa. Voi olla, että eri artistin haastattelu tai havainnointi olisi tarjonnut tutkimukseen erilaista näkökulmaa, mutta tätä ei voida tietää. Haastatteluja ei päädytty tekemään enempää, koska viidennen haastattelun jälkeen ilmiöstä oli saatu riittävän selkeä kuva analyysin aloittamista varten.

Syksyllä aineistonkeruuta jatkettiin keikkahavaintojen osalta ja yleisellä tasolla voidaan sanoa, että havainnointi onnistui hyvin ollakseen tutkijan ensimmäinen kerta tutkimushavainnoijana kentällä. Tulostetut havainnointipohjat toimivat muistiinpanojen tekemiseen kohtalaisen hyvin. Pieneksi ongelmaksi osoittautui esiintymistilojen hämärä valaistus, joka vaikeutti muistiinpanojen kirjoittamista. Havainnointipaikat jouduttiinkin valitsemaan pitkälti valo edellä. Useammasta havainnoijasta olisi myös ollut hyötyä, sillä havaintoja tuli jatkuvalla syötöllä ja osa niistä saattoi jäädä kirjaamatta unohduksen takia. Toisaalta useamman havainnoijan kohdalla haasteeksi olisi saattanut muodostua erilaiset tulkinnat havainnoitavasta tilanteesta. Jatkotutkimusta ajatellen useamman havainnoijan kokoonpanoa kannattaa silti hyödyntää, sillä esitykset ovat tapahtumarikkaita tilanteita, joissa havaintoja syntyy enemmän kuin yksi ihminen ehtii kirjaamaan ylös. Myös esityksen tallentaminen asiaankuuluvalla välineistöllä olisi yksi tapa saada enemmän irti havainnoinnin kohteena olevista tilanteista. Tämän tutkielman kohdalla välineistön haltuun saanti ei ollut mahdollista ja ilman tallennesisältöä aineiston käsitteilyyn käytettävä aika pysyi sopivissa rajoissa.

Tutkielman aineisto oli monipuolista ja laadukasta, mutta tutkimusaiheen ollessa laaja, aineistoa olisi voitu kerätä vielä lisääkin. Jatkotutkimuksen kannalta olisi merkittävää selvittää myös yleisön kokemuksia ja näkemyksiä vuorovaikutuksesta konserteissa. Tiedonpuute yleisön näkökulmasta esti analyysin ja tulkintojen viemistä yhtä pitkälle, kuin esiintyjän viestintää koskevissa osioissa. Tästä esimerkkinä voidaan nähdä yleisön sanattoman viestinnän koodien luokittelu esiintyjään reagoiviin ja yleisön omasta aloitteesta lähtevään viestintään, kun esiintyjän sanattomasta viestinnästä pystyttiin tekemään haastattelujen ansiosta syvällisempiä tulkin- toja ja jako viiteen merkitysluokkaan. Pro gradun kokoisessa tutkimuksessa aineiston määrä oli kuitenkin rajattava johonkin ja siksi haastattelut päädyttiin tekemään keikkailusta paljon kokemusta keränneille ammattimuusikoille. Heillä uskottiin olevan myös kokemusta yleisön edustajina olemisesta, joten erään lailla yleisön näkökulmaa saatiin myös tehdyillä esiintyjä- haastatteluilla.

Jatkossa yleisön kokemusten tutkimisen lisäksi olisi tärkeää, että myös sukupuolten moni- naisuus näkyisi populaarimusiikin esityksiä käsittelevän tutkimusten aineistossa. Tässä tutkiel- massa haastateltu nainen toi esiin useampia seikkoja, jotka liittyvät sukupuolten epätasa- arvoiseen kohteluun esityksissä ja ylipäätään musiikkialalla. Myös tuore tutkimus suomalaisen musiikkialan sukupuolijakaumasta ja sen syistä paljastaa, että eri sukupuolten edustajilla voi olla huomattavan poikkeavia kokemuksia alan käytänteistä ja tilanteesta (Tutkimustoimisto Vastakaiku, 2023). Olisikin tärkeää, että jatkotutkimuksessa kuultaisiin tasaisemmin kaikkien sukupuolten edustajia. On myönnettävä, että tässä tutkielmassa sukupuolijakauma oli epätasapainossa.

Laadullisen tutkimuksen tärkein tavoite on Puusan ym. (2020, 195) mukaan saavuttaa mah- dollisimman rikas ja syvälinen käsitys tutkimuksen kohteena olevasta ilmiöstä. Tehty tutkimus vastasi kaikkiin asetettuihin tutkimuskysymyksiin ja kertoi täten tutkittavasta ilmiöstä odotus- ten mukaisesti. Vuorovaikutuksen jäsentymistä käsittelevä kolmas tutkimuskysymys sai vas- taukukseen erityisen moniulotteisen joukon tekijöitä. Tutkijana jäin pohtimaan, olisiko siihen voitu löytää vieläkin enemmän ulottuvuuksia, jos kunkin havainnoidun keikan jälkeen olisi jääty kirjoittamaan tuoreet muistikuvat vuorovaikutuksen muodostumisesta kertomuksen muodossa. Nyt vuorovaikutuksen jäsentelyluku pohjautuu pitkälti haastateltavien kokemuk-

siin. Havainnoinnit taas koostuivat valmiin havainnointipohjan tarjoamista tilaisuuksista kuvailla esiintyjän ja yleisön viestintää omina kokonaisuuksinaan. Tässäkin voidaan nähdä hedelmällinen jatkotutkimuksen paikka.

Laadullisen tutkimuksen arvioinnissa käytetään myös tulosten siirrettävyyden kriteeriä. Sillä viitataan tutkimustulosten toimivuuteen valitun kontekstin ulkopuolella. (Puusa ym. 2020, 181.) Tässä tutkielmassa tutkittava vuorovaikutus tapahtui populaarimusiikin konserteissa. Genrenä populaarimusiikki voidaan nähdä yhdistelmänä rajatumppia genrejä, kuten pop, rap ja heavy metal. Genren laajuudesta huolimatta analyysin tekeminen osoittautui kohtuullisen helpoksi ja saadut tulokset olivat monelta osin linjassa aikaisemman tutkimuksen kanssa. On siis mahdollista sanoa, että tuloksia voidaan pitkälti hyödyntää populaarimusiikin alagenrejen kesken luotettavasti. Silti populaarimusiikin alagenrejä tuntevana tutkijana on mainittava, että vaikka pääpiirteet näyttävät samanlaisina, on genrejen välillä huomattaviakin eroja ja siksi tulevaisuudessa tutkimusta olla hyvä kohdistaa myös populaarimusiikin spesifeihin alagenreihin. Genren sisäinen vaihtelu voisi tarjota tutkimukselle mielenkiintoisia vertailun paikkoja ja laajentaa käsitystä populaarimusiikin esityskulttuurista.

Tulosten siirrettävyyttä voidaan pohtia myös esiintymisen tutkimuksen näkökulmasta. Kuten tuloksista käy ilmi, populaarimusiikin konserteissa musiikki on vain osa esityksen sisältöä ja siksi musiikkikonteksti ei tässä tapauksessa rajaa tulosten siirrettävyyttä liikaa. Esimerkiksi välispiikkejä ja yleisön musiikkiin liittymätöntä viestintää (kuten aplodeja ja kannustushuutoja) voidaan nähdä myös muissa esiintymisen konteksteissa. Silti varmuudella ei voida sanoa, kuinka hyvin tulokset ovat sovellettavissa muihin esiintymisen konteksteihin, sillä se vaatisi lisää tutkimusta. Tutkielma toimii kuitenkin yhtenä avauksena esiintyjän ja yleisön tarkasteluun aktiivisina vuorovaikutuksen rakentajina ja on täten tärkeä lisäys viestinnän tutkimukseen.

KIRJALLISUUS

Aho, M. (2007). Populaarimusiikki ja kehon nautinnot. Teoksessa M. Aho & A-V. Kärjä (toim.) *Populaarimusiikin tutkimus* (s. 242–267). Vastapaino.

Aho, M & Kärjä, A-V (2007). *Populaarimusiikin tutkimus*. Vastapaino.

Arlander, A., Erkkilä, H., Saarikivi, T., Saarikoski, H. (2015). *Esitystutkimus*. Helsinki: Patruuna

Auslander, P. (2006). Musical personae. *Drama review*, 50(1), 100–119. DOI: 10.1162/dram.2006.50.1.100

Auslander, P. (2010). Musical persona: The physical performance of popular music. Teoksessa D. Scott (toim.), *The Ashgate research companion to popular musicology*. Farnham: Ashgate. Sivut 301–315

Barkhuus, L. & Jørgensen, T. (2008). Engaging the crowd – studies of audience-performer interaction. *CHI Extended Abstracts on human factors in computing systems*, 4/2008, 2925–2930. DOI: 10.1145/1358628.1358785

Baym, N. K. (2012). Fans or friends? Seeing social media audiences as musicians do. *Participations – Journal of audience and reception studies*, 9(2), 286–316, Microsoft Research.

Botstein, L. (1999). The Audience. *The Musical Quarterly*, 83(4), 479–486. DOI: 10.1093/mq/83.4.479

Bradby, B. (2017). Performer-audience interaction in live concerts – ritual or conversation? Teoksessa I. Tsioulakis & E. Hytönen-Ng (toim.), *Musicians and their audiences: Performance, speech and mediation* (s. 102–120). Routledge.

Brand, G., Sloboda, J., Saul, B., Hathaway, M. (2012). The reciprocal relationship between jazz musicians and audiences in live performances: A pilot qualitative study. *Psychology of Music* 40(5), 634–651, SAGE Journals. DOI: 10.1177/0305735612448509

Breemen, A. (2017). Performance Philosophy: audience participation and responsibility. *Performance Philosophy* 2(2), 299–309. DOI: 10.21476/PP.2017.2267

Brown, S. C. & Knox, D. (2017). Why go to pop concerts? *Musicae Scientiae*, 21(3), 233-249. SAGE Journals. DOI: 10.1177/1029864916650719

Burgoon, J. K., Bacue, A. E. (2003). Nonverbal communication skills. Teoksessa J. Greene & B. Burleson (toim.), *Handbook of communication and social interaction skills* (s. 179–219). Mahwah, N.J. : L. Erlbaum Associates.

Burleson (2010) The nature of interpersonal communication – A message centered approach. Teoksessa C. R. Berger, M. E. Roloff, D. R. Roskos-Ewoldsen (toim.) *The handbook of communication science* (s.145–163). SAGE.

Cartwright, P. (2022). *Musical performance: In pursuit of a collective definition*. ResearchGate.

Clayman, S. (1993). Booing: The anatomy of a disaffiliative response. *American sociological review*, 58(1), 110–130. DOI: 10.2307/2096221

Clark, T., Lisboa, T., & Williamon, A. (2014). An investigation into musicians' thoughts and perceptions during performance. *Research Studies in Music Education*, 36(1), 19–37. DOI: 10.1177/1321103X14523531

Corcoran, P. (1994). Presidential concession speeches: The rhetoric of defeat. *Political communication*, 11(2), 109–131. <https://doi.org/10.1080/10584609.1994.9963019>

Csikszentmihalyi, M. (2008). *Flow: the psychology of optimal experience*. Harper Perennial.

Davidson, J. D. (2001). The Role of the Body in the Production and Perception of Solo Vocal Performance: A Case Study of Annie Lennox. *Musicae Scientiae* 5(2), 235–256. SAGE Journals. DOI: 10.1177/102986490100500206

Donovan, J. & Avery, R. (2014). *Speaker, Leader, Champion*. McGraw-Hill.

Duffet, M. (2017). I scream therefore I fan? - Music audiences and affective citizenship. Teoksessa J. Gray, C. L. Harrington, C. Sandvoss (toim.), *Fandom: Identities and communities in a mediated world* (s.143–156). New York University Press.

Duodecim & Suomen Akatemia (2020). Konsensus 2020: Aivot ja mieli – terveyden ja hyvinvoinnin edistäminen. <https://www.duodecim.fi/wp-content/uploads/sites/9/2020/03/Konsensuslausuma-1.7.pdf>

Ekman P. & Friesen, W. V. (1981). The repertoire of nonverbal behaviour. Teoksessa A. Kendon (toim.), *Nonverbal communication, interaction and gesture* (s. 57–106). Mouton.

Eskola, J. & Suoranta, J. (1998). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Vastapaino.

Finn, A., Sawyer, C., Behnke, R. (2003). Audience-perceived anxiety patterns of public speakers. *Communication quarterly*, 51(4), 470–481. DOI: 10.1080/01463370309370168

Fiske, J. (1992). *Merkkien kieli – Johdatus viestinnän tutkimiseen* (suom. V. Pietilä). Vastapaino.

Fonarow, W. (2006). *Empire of Dirt : The Aesthetics and Rituals of British Indie Music*. Wesleyan University Press

Frey, L., Botan, C., Kreps, G. (2000). *Inverstigating communication: An introduction to research methods* (2. painos). Boston Mass: Allyn and Bacon.

Frith, S. (1996). *Performing rites: on the value of popular music*. Oxford University Press.

Geeves, A. M., McIlwain, D., Sutton, J. (2016). Seeing yellow: ‘Connection’ and routine in professional musicians’ experience of music performance. *Psychology of music*, 44(2), 183–201. <https://doi-org.libproxy.tuni.fi/10.1177/0305735614560841>

Gerlander, M. & Uitto, K. (2021). Esiintyjän ja yleisön suhde yleisöpuheessa. Teoksessa S. Poutiainen (toim.), *Yleisö ja puhe: Kymmenen näkökulmaa esiintymiseen* (s. 32–60). Patruuna.

Giles, D., C. (2018). *Twenty-First century celebrity: Fame in digital culture*. Emerald Publishing.

Griffiths, N. K. (2008). The effects of concert dress and physical appearance on perceptions of female solo performers. *Musicae Scientiae*, 12(2), 273-290.

<https://doi.org/10.1177/102986490801200205>

Groce, S. & Lynxwire, J. (2008). The silent performance: Audience perceptions of musicians' nonverbal behavior. *Popular music and society*, 18(1), 105–121. DOI: 10.1080/03007769408591547

Hargie, O. (2017). *Skilled interpersonal communication: research, theory and practice* (6. painos). Routledge.

Harper, T. (2015). Aura, iteration and action: Digital technology and the jouissance of live music. Teoksessa A. Creswell Jones & R. J. Bennet (toim.) *The digital evolution of live music* (s. 17–27). Chandos Publishing.

Heritage, J. (2011). Conversation Analysis: Practices and methods. Teoksessa D. Silverman (toim.) *Qualitative research* (3. painos, s. 208–230). SAGE.

Heritage, J. & Clayman, S. (2010). *Talk in action: Interactions, identities and institutions*. Chichester: Wiley-Blackwell.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. (2022). *Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö* (2. painos). Gaudeamus.

Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. (2004). *Tutki ja kirjoita*. Tammi.

Hytönen-Ng, E. (2017). Contemporary British jazz musicians' relationship with the audience. Teoksessa I. Tsioulakis & E. Hytönen-Ng (toim.) *Musicians and their audiences: Performance, speech and mediation* (s. 85–101). Routledge.

Hyvärinen, M., Suoninen, E. Vuori, J. (2022). Haastattelut. Teoksessa J. Vuori (toim.) *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto (Tietoaarkisto). Viitattu 1.2.2023. Verko-osoite: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/laadullisen-tutkimuksen-aineistot/haastattelut/>

Inglis, I. (2006). *Performance and Popular Music: History, Place and Time*. Taylor & Francis Group.

Isotalus, P. (1995). Mitä esiintymistaito on? : puhetaiteen, yleisöpuheen ja mediaesiintymisen yhteisiä piirteitä etsimässä. Teoksessa M. Valo (toim.) *Haasteita puheviestinnän opetukseen* (s. 83–98). Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen julkaisuja.

Kallinen, T. & Kinnunen, T. (2022) Etnografinen havainnointiaineisto. Teoksessa J. Vuori (toim.) *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto (Tietoaarkisto). Viitattu 1.3.2023. Verkkosoite: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/laadullisen-tutkimuksen-aineistot/etnografinen-havainnointiaineisto/>

Kawase, S. (2014). Importance of communication cues in music performance according to performers and audience. *International journal of psychological studies*, 6(2), 49–64. Canadian Center of Science and Education. DOI: 10.5539/ijps.v6n2p49

Kurosawa, K. & Davidson, J. (2005). Nonverbal behaviours in popular music performance: A case study of The Corrs. *Musicae scientiae*, vol. 9 (1), 111–136. DOI: 10.1177/102986490500900104

Leppänen, T. (2002). Hiljaiset kohteet ja korvaton tutkija. Kuunteleminen musiikkitieteellisesti orientoituneen musiikintutkijan metodina. *Etnomusikologian vuosikirja*, 14, 7–20. DOI: 10.23985/evk.101129

Leppänen, T. (2007). Populaarimusiikin yleisöjen identiteettejä kartoittamassa. Teoksessa M. Aho & A-V. Kärjä (toim.) *Populaarimusiikin tutkimus* (s. 268–290). Vastapaino.

Littlejohn, S. W. & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of communication theory*. SAGE.

Littlejohn, S. W., Foss, K. A., Oetzel, J. G. (2021). *Theories of human communication* (12. painos). Waveland Press, Inc.

McGowan, B. & Bowman, A. (2015). *Esiinny eduksesi: Oikeat sanat, oikeaan aikaan, oikeassa paikassa* (suom. E. Lehman). Kauppakamari.

Metsämuuronen, J. (2006). *Laadullisen tutkimuksen käsikirja*. International Methelp.

Miller, G. R. & Steinberg, M. (1975). *Between People: A New Analysis of Interpersonal Communication*. Science Research Associates.

Mitchell, R. & Leigh, N. (2007). Don't drink and speak: The relationship among alcohol use, practice, motivation, anxiety and speech performance. *Communication research reports*, 24(2), 139–148. DOI: 10.1080/08824090701304865

Mustakallio, A. (2014). *Vaikuttavan puhumisen taito: Matkaopas esiintyjille*. Management Institute of Finland.

Pedely, M. (2016). *A song to save the Salish sea: Musical performance as environmental activism*. Indiana University Press.

Pelias, R. & Shaffer, T. (2007). *Performance studies: The interpretation of aesthetic texts* (2. painos). Kendal Hunt Publishing.

Poutiainen, S. (2021). *Yleisö ja puhe: Kymmenen näkökulmaa esiintymiseen*. Patruuna.

Poutiainen, S. & Smeds, S. (2015). Esitystutkimus, puheviestintä ja esiintyminen. Teoksessa A. Arlander, H. Erkkilä, T. Saarikivi, H. Saarikoski (toim.), *Esitystutkimus* (s. 339–353). Patruuna.

Poutiainen, S. & Smeds, S. (2021) Esitys viestinnän tutkimusnäkökulmana ja -menetelmänä. Teoksessa S. Poutiainen (toim.), *Yleisö ja puhe: Kymmenen näkökulmaa esiintymiseen* (s. 144–167). Patruuna.

Puusa, A., Juuti, P., Aaltio, I. (2020). *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät*. Gaudeamus.

Pöyhönen, M. O. (2011). *Musiikin tietämisen tavat: moniälykyys, hiljainen tieto ja musiikin esittämisen taito korkeakoulun instrumenttituntien näkökulmasta*. Jyväskylä studies in humanities. Jyväskylän yliopisto.

Rendell, J. (2021). Staying in, rocking out: Online live music portal shows during the coronavirus pandemic. *Convergence*, 27(4), 1092–1111. DOI: 10.1177/1354856520976451

Roach, J. (2002). Theatre studies / cultural studies / performance studies – The three unities. Teoksessa N. Stucky & C. Wimmer (toim.) *Teaching performance studies* (s. 33–40). Southern Illinois University Press.

Samanna-Spagnoli, M. (2007). A rhetorical analysis of president George W. Bush's discourse. Conference papers – National Communication Association, 1–26.

Schechner, R. (2016). *Johdatus esitystutkimukseen* (toim. Brady, S., suom. Silvonen, S.). Helsinki: Taideyliopiston Teatterikorkeakoulu.

Schreiber, L., Paul, G., Shibley, L. (2012). The Development and Test of the Public Speaking Competence Rubric. *Communication Education*, 61(3), 205–233. DOI: 10.1080/03634523.2012.670709

Schutz, A. (1976). *Collected papers 2, Studies in social theory* (toim. Brodersen, A.). Hague: Nijhoff.

Shafer, J. (2014). Performance capture: A new definition of "live". *Journal of Technologies & Human Usability*, 10(1), 1–7. DOI: 10.18848/2381-9227/cgp/v10i01/56442

Shield, R. R. (1980). Country corn: Performance in context. *The Ethnography of musical performance*, 105–22. Norwood editions.

Smith, T. & Frymier, A. (2006). Get real: Does practicing speeches before an audience improve performance? *Communication quarterly*, 54(4), 111–125. DOI: 10.1080/01463370500270538

Sosiaali- ja terveysministeriö (2015). *Taiteesta ja kulttuurista hyvinvointia. Toimintaohjelman 2010–2014 loppuraportti*. Sosiaali- ja terveysministeriön raportteja ja muistioita 17/2015. [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/70355/URN ISBN 978-952-00-3578-5.pdf](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/70355/URN_ISBN_978-952-00-3578-5.pdf)

Takala, E. & Alanne, A. (2021). Rutinoitunutta esiintymistä vai tuoretta puhetta – Luennoitsijan esiintyminen Goffmanin analyysin kohteena. Teoksessa S. Poutiainen (toim.), *Yleisö ja puhe: Kymmenen näkökulmaa esiintymiseen* (s. 116–141). Patruuna.

Tan, L. & Sin, H. X. (2021). Flow research in music context: A systematic literature review. *Musicae Scientiae*, 25(4), 399–428. DOI: 10.1177/1029864919877564

Thompson, J., B. (2018). Mediated interaction in the digital age. *Theory, culture & society*, 37(1), 3–28. DOI: 10.1177/0263276418808592

Tsioulakis, I. & Hytönen-Ng, E. (2017). *Musicians and their audiences: Performance, speech and mediation*. Routledge.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Tammi.

Tutkimuseettinen neuvottelukunta (2019). Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakoarviointi Suomessa. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan julkaisuja 2019/3. https://tenk.fi/sites/default/files/2021-01/Ihmistieteiden_eettisen_ennakoarvioinnin_ohje_2020.pdf

Tutkimustoimisto Vastakaiku (2023). Tasapuolisempi sukupuolijakauma musiikkialalle -selvitys. Yhteenvetoraportti maaliskuu 2023. https://www.teosto.fi/app/uploads/2023/03/08095520/tasapuolisempi-sukupuolijakauma-musiikkialalle-suomessa_yhteenvetoraportti_2023.pdf

Urbaniak, O. & Mitchell, H. F. (2022). How to dress to impress: The effect of concert dress type on perceptions of female classical pianists. *Psychology of music*, 50(2), 422–438. SAGE Journals. DOI: 10.1177/03057356211001120

Virtanen, I. (2021). Lausunta kokemuksellisenä ja viestinnällisenä esitystaiteena. Teoksessa S. Poutiainen (toim.), *Yleisö ja puhe: Kymmenen näkökulmaa esiintymiseen* (s. 169–194). Patruuna.

Virtanen, M. (2016). Kamarimusiikki, vuorovaikutus ja yhteisöllisyys vuoden 2015 Meidän Festivaaleilla. *Musiikki*, 48(2–3), 64–85. <https://musiikki.journal.fi/article/view/97148>

Vuori, (2022). Tutkimusetiikka ihmistieteissä. Teoksessa J. Vuori (toim.) Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 1.2.2023. Verkkosoite: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/tutkimusetiikka/tutkimusetiikka-ihmistieteissa/>

Witt, P., Behnke, R. (2006). Anticipatory speech anxiety as a function of public speaking assignment type. *Communication education*, 55(2), 167–177. DOI: 10.1080/03634520600566074

LIITTEET

LIITE 1 Haastattelurunko

1. Kuinka paljon kokemusta sinulla on esiintyjänä populaarimusiikin parissa?
2. Mitä esiintyjän ja yleisön välinen vuorovaikutus on sinun mielestäsi?
3. Mistä syntyy kokemus vuorovaikutuksesta yleisön kanssa?
4. Millaisia toistuvia elementtejä jokaisella keikalla on vuorovaikutuksen suhteen?
5. Millaisilla keinoilla pyrit esiintyjänä luomaan vuorovaikutusta yleisön kanssa?
 - Millainen viestintä sitouttaa yleisöä vuorovaikutukseen?
6. Mistä voi tunnistaa, että yleisö pyrkii vuorovaikutukseen esiintyjän kanssa?

7. Onko vuorovaikutus erilaista eri kokoisten yleisöjen kanssa?
 - o Miten yleisön koko vaikuttaa viestintääsi?
 - o Miten yleisön koko vaikuttaa yleisön käyttäytymiseen?
8. Vaikuttaako vuorokauden aika vuorovaikutukseen yleisön kanssa? Miten?
9. Vaikuttaako lasten läsnäolo yleisössä vuorovaikutukseen? Miten?

10. Millaisena koet yleisön vastuun vuorovaikutustilanteen etenemisestä?
11. Mitä syitä esiintyjän ja yleisön välisen vuorovaikutuksen epäonnistumiselle voi olla?
12. Miksi esiintyjän ja yleisön välinen vuorovaikutus on merkityksellistä?

LIITE 2 Havainnointimatriisi

Puitteet

Onko keikka sisätiloissa vai ulkona?

Kuinka paljon yleisöä (suurin piirtein)?

Onko istumapaikat vai seisotaanko?

Missä keikka järjestetään?

Yleisön demografiaa:

Minkä tyyllilajin musiikkia esitetään?

Esiintyjän sanallinen viestintä

Huomioita yleisön puhuttelusta:

Huomioita musiikista kertomisesta:

Huomioita muusta tarinoinnista:

Huomioita musiikin esittämisen aikana tapahtuvasta sanallisesta viestinnästä:

Muita huomioita:

Esiintyjän nonverbaalinen viestintä:

Huomioita esiintyjän kehonkielestä ja ilmeistä:

Huomioita yleisön osallistamisesta:

Muita huomioita:

Yleisön sanallinen viestintä:

Huomioita yleisön sanallisesta viestinnästä:

Yleisön nonverbaalinen viestintä:

Huomioita aplodien antamisesta:

Aplodit:

Musiikkiesityksen jälkeen:

Muissa tilanteissa:

millaisissa muissa tilanteissa?

Huomioita huutamisesta/kiljumisesta:

Muita huomioita yleisön nonverbaalisesta viestinnästä:

Responsiivisuus:

Huomioita sekvensseistä:

Muita huomioita vastavuoroisuudesta:

Yleisiä huomioita esiintyjän ja yleisön välisestä vuorovaikutuksesta: