

Taiteen olemus, paikka ja sosiaalinen media: Tapahtumakontekstista yhteisölliseen mediaan

Inka Holck | Lapin yliopisto, taiteiden tiedekunta

Kun taide on kytkettynä teemallisella sen paikkaan – kuten tapahtumaan, jossa se esitetään – käy se vuoropuhelua ympäristön ja yhteisön välillä. Kuitenkin, jos taiteen olemus otetaan irti sen alkuperäisestä kontekstista ja siirretään sosiaaliseen mediaan, muuttuu taiteen esittämisen tapa ja sen myötä merkitys synnyttäen samalla uudenlaista vuoropuhelua laajentuvan yleisön kanssa.



Sosiaalinen media viestinnän työkaluna

Sosiaalisella medialla on tänä päivänä merkittävä rooli globaalien arjen lisäksi taiteen kaikissa muodoissa; julkaisemisessa, jakamisessa ja kuluttamisessa. Myös Arcta Fast -koulutusmallin hankkeessa hyödynnettiin sen tuomia mahdollisuuksia. Hankkeen sosiaalisen median käyttö perustui hankkeen pilottien eri vaiheiden ja valmiiden teosten esittelyyn sekä teosten laajentamiseen ja tapahtumista tiedottamiseen. Hankkeen käytössä oli Lapin yliopiston nettisivuille rakennetun sivuston lisäksi kuvien ja videoiden julkaisuun keskittyvä Instagram sekä yhteisöpalvelu Facebook. Näillä kanavilla oli hankkeessa sama rooli ja käyttötarkoitus: pyrkimys tavoittaa suurempi yleisö piloteissa toteutetulle taiteelle. Toteutukset olivat tapahtumiin integroituneita paikkasidonnaisia projekteja, joten ilman sosiaalista mediaa teokset olisivat jääneet ainoastaan tapahtumakävijöiden nähtäväksi ja koettavaksi.

Myös hankkeen mentoritaiteilijoille suunnatussa kyselyssä nousi esiin teosten jakaminen sosiaalisen median kanavissa (Instagram, YouTube, Vimeo ja podcast-alustat) ja nettisivuilla osana taiteilijan työtä ja arkea. Taiteilijat mainitsivat vastauksissaan sosiaalisessa mediassa jakamisen syiksi muun muassa laajemman yleisön saavuttamisen, alustojen tarjoaman tallentamismahdollisuuden sekä teemojen ja yleisö- ja osallistujasuhteen syventymisen.

Monet taiteilijat hyödyntävät sosiaalista mediaa ikään kuin digitaalisena portfolionaan, johon usein saa liitettyä ketterän tavan matalamman kynnyksen vuorovaiku-

tukseen yleisön kanssa verrattuna nettisivustoille rakennettuihin portfolioihin, joita yleisö yleensä vain katselee. Sosiaalinen media onkin mahdollistanut nopean jakamisen ja julkaisemisen avulla ketterän taiteen kehityksen. Koska sosiaalisen median eri kanavia käytetään maailmanlaajuisesti, niiden kautta voi lisäksi tavoittaa paljon laajempia kansainvälisiä yleisöjä kuin perinteisillä paikallisilla medioilla.

Sosiaalisen median tavoittavuus, ja sitä kautta laajempi yleisö, perustuu muun muassa asia- ja aiheutunnisteisiin eli tageihin, julkaisuihin merkittyihin paikkatietoihin sekä käyttäjien väliseen vuorovaikutukseen kuten tykkäykseen, kommentointiin ja jakoihin. Toisin sanoen, sosiaalisen median vuorovaikutus tarkoittaa yleisimmin sitä, että käyttäjillä on mahdollisuus vaikuttaa valinnoillaan sosiaalisen median toimintaan (Erkkola, 2008). Edellä mainituista syistä johtuen sosiaalista mediaa käytetään myös tehokkaana tiedottamisen ja markkinoinnin välineenä. Siksi onkin perusteltua käyttää sosiaalista mediaa hankkeissa.

Muuntuvat taiteen esittämisen tavat

Seamonin ja Sowersin (2008) mukaan käsitteen *paikan henki* (*a phenomenology of place*) teki tunnetuksi Edward Relph vuonna 1976 ilmestyneessä teoksessaan *Place and placelessness*. Coates ja Seamon (1984) sanoivat, että *paikan henki* on kokonaisvaltainen. Heidän mielestään siinä luonto ja fyysinen ympäristö yhdistyvät ihmisyyteen ja yhteisöön kielten siitä, että luonnollisen maailman ulottuvuudet tukevat ja heijastavat ihmisten psykologisten, sosiaalisten, kulttuuristen ja henkisten maailmojen ulottuvuuksia. Myös hankkeen aikana toteutuneessa toiminnassa tämä mainittu yhteys oli keskiössä tapah-

Edellisellä sivulla: Solekko juhlan teoksia iltavalaistuksessa. Kuva: Inka Holck, 2022.



Kuva 1. Jään pinta. Kuva: Inka Holck, 2022

*“Kuvasta tulee julkaisu,
jota jaetaan muille, mikä taas
synnyttää teoksen katsojille
uuden kokemuksen ja
parhaassa tapauksessa vuoro-
vaikutuksellisen keskustelun.”*

tumakontekstin kehyksessä. Pilottitapahtumissa luotu taide oli vahvasti kytköksissä paikkaan, ja toimi paikan hengen mukaisesti peilinä yhteisön, kulttuurin ja paikan välillä.

Tapahtuma- ja festivaalialueet luovat tilan erilaisille aktiviteeteille luoden yksilöllisiä ja sosiaalisia arvoja arkisten kohtaamisten kautta ja tuottaen osallistujille identiteetin (Kvidal-Røvik & Jæger, 2019). Arcta Fast -hanketta pilotoitiin eri puolilla Lappia tapahtumissa, joiden teemat liittyivät muun muassa kansanperinteeseen, ilmastokriisiin, kotiseutuun ja paikalliskulttuuriin. Pääasiassa kaikki piloteissa toteutettu taide oli vahvasti sidoksissa kyseessä olleeseen tapahtumaan, yhteisöön, sen identiteettiin sekä tapahtuman lokaatioon ja ympäristöön. Hankkeessa kuitenkin haluttiin, että toteutetut teokset ja hanke kokonaisuudessaan saisivat tapahtumakontekstin ulkopuolelle ulottuvaa näkyvyyttä. Tavoittamalla muun muassa laajemman opiskelijayhteisön sekä alueen yrittäjiä ja tapahtumatuottajia pystyttäisiin hankkeessa viestimään kehitettävän koulutusmallin ja opintotarjonnan mahdollisuuksista. Tästä syntyi ajatus ottaa digitaaliset esittämisen ja viestinnän tavat, kuten nettisivut ja sosiaalinen media, käyttöön.

“Verkko ja sosiaalinen media ovat muuttaneet mediasisältöjen tuotantoon, jakeluun ja kuluttamiseen liittyviä asetelmia. Yleisön roolina ei ole olla pelkkä vastaanottaja, vaan se voi myös osallistua mediasisältöjen tuotantoon ja jakeluun.” (Matikainen & Villi, 2015, s. 147.) Sosiaalinen media toimi hankkeessa esimerkiksi mukana olleiden opiskelijoiden ja mentoritaiteilijoiden apuvälineenä teosten jakamisessa omille yhteisöilleen, mikä mahdollisti merkityksellisen vuorovaikutuksen kautta myös uusien yleisöjen aktivoimisen ja osallistumisen. Tapahtuman aikana toteutunut arvo voi laajentua tapahtuman ulkopuolelle, jos se perustuu ulottuvuuksiin, jotka keskittyvät yksilöllisiin arvoihin (Kvidal-Røvik & Jæger, 2019).

Myös Nikulan (2012) mukaan *paikan henki* muodostuu merkityssuhteena paikan ja sen kokijan välillä. Hän sanoo, että kokemuksella on monia laatuja: ensimmäinen on välitön kokemus paikassa. Tätä seuraa kokemuksen jälkeinen tulkinta, jota Nikula nimittää reflektoiduksi kokemukseksi. Hankkeessa teosten dokumentoiminen digitaaliseen mediaan ja sieltä niiden jälkikäteen kuluttaminen ja jakaminen toimi reflektoinnin kokemuksena tapahtumien

ulkopuolella. Kun katsoja ottaa tapahtumassa valokuvan teoksesta ja julkaisee sen sosiaalisessa mediassa, kuvasta tulee julkaisu, jota jaetaan muille. Tämä taas luo teoksen katsojille uuden kokemuksen ja parhaassa tapauksessa keskustelun taiteen, taiteilijan ja yleisön välille.

Kun tarkastellaan taiteen olemuksen muutosta paikkasidonnaisesta tapahtumaan toteutetusta teoksesta irralliseksi, digitaalliseksi julkaisuksi sosiaalisessa mediassa, voidaan pohtia, millä tavalla teoksen luonne ja merkitykset välittyvät yleisön ja kontekstin vaihtuessa. Tapahtumat edesauttavat paikkasidonnaisten tarinoiden kehitystä, sillä tapahtumien aktiviteetteja ja ohjelmaa viestitään television ja internetin välityksellä tapahtuman aikana tai säännöllisesti vuoden ympäri sosiaalisessa mediassa (Jæger & Kvidal-Røvik, 2015).

Vastaavasti tarinoiden lisäksi myös paikkasidonnainen taide kehittyy siirtyessään tapahtumasta media-alustoille. Esimerkiksi sääolojen armoilla oleva jääveistos

muuttuu valokuvan välityksellä pysyväksi (kuva1) tai hetkellinen performanssiesitys saa uuden elämän videotallenteena. Ehkä jonkin teoksen luomisprosessista kuvataan video, joka editoidaan omaksi itsenäiseksi teokseen uuteen kontekstiin. Toisin sanoen, paikan hengen voi pyrkiä välittämään sosiaalisessa mediassa ulkopuoliselle yleisölle visuaalisin keinoin. Kontekstin vaihtuessa teoksen sisältö kehittyy väistämättä alkuperäisestä, mutta on kuitenkin hyvä pohtia, muuttuuko teos tai sen tekijä, kun esittämisen tapa ja alusta muuttuu.



Inka Holck (TaM) on Arcta Fast-koulutusmallin hankkeen suunnittelija ja luovan median ammattilainen. Hänen kokemustaan modernin median ja taiteen yhdistämisestä tukevat audiovisuaalisen mediakulttuurin opinnot ja mediatieteen maisterintutkinto sekä työ alalla.

Lähteet

- Erkkola, J. (2008). *Sosiaalisen median käsitteestä* [pro gradu -työ, Aalto-yliopisto]. Aaltodoc Aalto-yliopiston julkaisuarkisto. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:aalto-201312108081>
- Coates, G. J. & Seamon, D. (1984). Toward a Phenomenology of Place and Place Making: Interpreting Landscape, Lifeworld and Aesthetics. Teoksessa *Oz: Vol. 6*. <https://doi.org/10.4148/2378-5853.1074>
- Kvidal-Røvik, T. & Jæger, K. (2019). Cultural sites of tension in the Iditarod of Alaska. Teoksessa N. Wise, & J. Harris (toim.), *Events, Places and Societies* (s. 143–155). Routledge.
- Jæger, K. & Kvidal-Røvik, T. (2015). "Du får som fortjent": Destinasjonsmarkedsføring, eventer og sosiale medier ["Saat mitä ansaitset": Matkakohteen markkinointi, tapahtumat ja sosiaalinen media]. Teoksessa K. A. Ellingsen & T. Blindheim (toim.), *Regional merkevar- ebygging* (s. 135–150). Fagbokforlaget.
- Matikainen, J. & Villi, M. (2015). Aktiivinen yleisö? Tutkimus yleisön asenteista sisällön tuottamista ja jakelua sekä verkossa osallistumista kohtaan. Teoksessa *Media & viestintä: kulttuurin ja yhteiskunnan tutkimuksen lehti*, 38(3). <https://doi.org/10.23983/mv.62088>
- Nikula, S. (2012). *Paikan henki: matkailijan mielikuvasta graafiseksi kuvaksi* (Acta electronica Universitatis Lapponiensis). (Väitöskirja). Lapin yliopisto. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-484-629-5>
- Seamon, D. & Sowers, J. (2008). *Place and placelessness* (1976): Edward Relph. Teoksessa P. Hubbard, R. Kitchin & G. Valentine, (toim.), *Key Texts in Human Geography* (s. 43–51). Sage.