

Sirpa Reinikainen

FM, Turun yliopisto

## TRIBUUTTIESITYKSET POPULAARIMUSIIKIN ILMIÖNÄ

*Tribuuttiesitykset ovat olleet suosittuja 1970-luvulta alkaen ja tulleet varsinkin viime vuosina suosituiksi myös Suomessa. Populaarikulttuurin tutkimuksessa ne ovat kuitenkin vähän tutkittu ja väheksytytkin ilmiö. Kiinnostavaksi aiheen mielestäni tekee esityksiin sisältyvä aidon ja kopion välisen eron hämärtyminen. Medialla on tähtien, tribuuttiartistien ja faniuden kannalta suuri mutta tribuuttitutkimuksessa melko vähälle huomiolle jäänyt merkityksensä.*

Oma kiinnostukseni tribuuttiesityksiin tutkimusaiheena syntyi, kun Queenin fanina näin sen musiikkia ja tarinaa hyödyntäviä tribuuttimusikaaleja ja viimeisimpänä tribuuttikonsertin. Kyse oli One Vision -bändin ja Freddie Mercuryina esiintyneen Kimmo Blomin keikasta vapunaattona 2016 Turun Logomossa. Kimmo Blomin taidot Freddie Mercuryina tulivat tutuksi jo pari vuotta aiemmin kahdesta Tampereen musiikkiteatteri Palatsin *Show Must Go On* -musikaaliversiosta. Esityksissä Blom hallitsi Freddie Mercuryin laulutyylin ja elekielen ja oli puettu ja meikattu ulkoisesti muistuttamaan vuonna 1991 kuollutta Queen-solistia. Esityksissä oli helppo eläytyä musiikkiin muun yleisön kanssa ja kokea hetkellinen illuusio siitä, mitä olisi olla aidon Queenin konsertissa. Tällaiseen illuusioon tribuuttiesityksissä mielestäni pyritään, ja siten hämärretään originaalin ja kopion välistä eroa. Vaikka kyse on live-esityksestä, keskeinen rooli illuusion synnyssä on medialla. Harva fani on nähnyt oikean Queenin lavalla, mutta konserttitalenteiden ja musiikkivideoiden sekä dokumenttifilmien kautta on syntynyt vahva käsitys siitä, miltä Queen ja varsinkin Freddie Mercury näyttävät ja kuulostavat ja mikä on faniyleisön rooli konserteissa.

Lähtökohtani tässä artikkelissa on tarkastella tribuuttiesitystä artistin ja yleisön välisenä vuorovaikutussuhteena sekä pohtia tribuuttibändin roolia suhteessa alkuperäiseen artistiin ja faneihin. Lisäksi tuon esille median (mielestäni keskeistä) roolia sekä tähteyden, tribuuttiartistien että faniuden synnyssä. Aluksi määritellään tribuuttiesitys ja tuodaan esille ilmiön historiaa. Sitten tarkastellaan tähteyttä ja sen koproimisen mahdollisuutta sekä median roolia suhteessa tähteyteen ja tribuutti-ilmiöön. Tämän jälkeen tarkastellaan faniuden ja tribuutti-ilmiön suhdetta ja nostalgian merkitystä tribuutti-ilmiön synnylle ja suosiolle. Tribuuttiesitys on mielestäni kytköksissä postmoderniin kulttuuriin, varsinkin kun mieltii esitystä historiaa hyödyntävänä simulaationa sekä hämärtyvää alkuperäisen ja kopion välistä suhdetta. Syvempää teoreettista kytkentää postmoderniin kulttuuriin en kuitenkaan tässä artikkelissa esitä.

## Tribuutti-ilmion määritelmä ja historia

Tribuuttibändejä voidaan pitää cover-bändien alalajina. Cover-bändi tai artisti esittää musiikkia, jonka joku toinen on luonut ja tehnyt tunnetuksi, eikä heillä ole niihin tekijänoikeuksia. Cover-bändit esittävät yleensä useamman artistin musiikkia erikoistuen ehkä tietyn aikakauden tai genren musiikkiin. Tribuuttibändeistä voidaan puhua, kun bändi on erikoistunut yhden tietyn artistin tai bändin musiikkiin. (Davis 2018, 848.) Joskus esitys koostuu jopa vain artistin tietyn aikakauden musiikista (Homan 2006, 5). Tribuuttibändit eroavat muista cover-bändeistä myös siinä, että ne omaksuvat alkuperäisen artistin persoonan maskeerauksen, esiintymisasun ja efektien avulla (Davis 2018, 848). Tribuuttiesityksessä tarkkaa yhdennäköisyyttä tärkeämpää on kuitenkin se, miten hyvin esiintyjä kykenee jäljittelemään esitetyn tähtiartistin lauluääntä, lavaesiintymistä ja soittotyylä. Heiltä edellytetään kykyä toistaa uskollisesti alkuperäisiä kappaleita (Homan 2006, 5). *Tribute*-esitys on alkuperäisen artistin tarkkaa kopiointia.

Verrattuna kabaree-covereiden ja kasinoiden näköisesitysten pitkään traditioon rock- ja pop-musiikin tribuuttiesitykset ovat melko tuore imitoinnin muoto (Homan 2006, 32–33). Tribuutti-ilmion alusta on erilaisia käsityksiä, mutta usein sen kansainväliset juuret sijoitetaan 1970-luvun Australiaan, joka sijaintinsa vuoksi jäi syrjään monien tähtien kiertueista (Jones 2001, 269). Heidän poissaolonsa ja fanien halu nähdä suosikkiartistiensa esitystä livenä johti paikallisten tribuuttibändien syntyyn (emt.). Britanniassa ensimmäisiä tribuuttibändejä oli Rolling Stones -tribuuttibändi Counterfeit Stones (perustettu 1979) sekä The Bootleg Beatles (perustettu 1980) (Homan 2006, 5–6). Georgina Gregoryyn siteeraaman David Lewisin (1991) käsityksen mukaan The White, Led Zeppelinin tribuuttibändi oli ensimmäinen varsinainen tribuuttibändi, joka loi käsitteellisen sisällön tälle viihteen muodolle ja erotti sen cover-bändeistä ja kömpelömmistä imitaatioista. Led Zeppelinin tribuuttiesityksen kysyntää synnytti se, että Led Zeppelin oli vähentänyt esiintymiskierruutaan. Kolmen ensimmäisen Beatlesin tribuuttibändin, Rainin (1970-luvun puolivälissä), The Bootleg Beatlesin (1980) ja The Beatnixin (1980), perustamisen motiivi syntyi Gregoryyn mukaan Beatlesin hajottua vuonna 1970. Fanien kaipuu kuulla idoliensa musiikkia konserteissa ja nähdä idolinsa tai edes heidän kopionsa lavalla loi kysyntää tribuuttiesityksille. (Gregory 2012, 40–43.)

Ensimmäiset tribuuttibändit syntyivät ennen kaikkea halusta nauttia rock-musiikista lähietäisyydeltä, omassa kotikaupungissa, stadionia ja isoja konserttiareenoita intiimimmässä ympäristössä, sillä kun Rolling Stonesin, U2:n, Led Zeppelinin kaltaiset bändit esiintyivät massiivisille yleisöille stadionkeikoilla, ne olivat monille faneille pettymys (Gregory 2012, 40). Artistien ja yleisön suuri etäisyys, lippujen kalteus ja massatapahtuman persoonattomuus vetivät faneja tribuuttibändien keikoille pienille paikallisille klubeille ja konserttisaleille (emt.). Tribuuttiesitysten suosio kertoo esittävien bändien runsas määrä. Vuonna 2005 arvioitiin yksin Englannissa olevan yli 10 000 tribuuttibändiä (Gregory 2012, 1). Vuonna 2004 Queenin, yhden suosituimman jäljittelyn kohteen, tribuuttiesityksiä löytyi 38 kappaletta 12 maasta (Homan 2006, 7).

Esitysten suosio on viime vuosina kasvanut Suomessakin. Maassa on vierailut 2010-luvulla kansainvälisesti menestyneitä tribuuttiesityksiä (esimerkiksi Queen-tribuutit *We Will Rock You* ja *Killer Queen* -musikaali) sekä maailman parhaaksi David Bowie -tribuuttiesiintyjäksi kehitetyn David Brightonin ja Space Oddity -bändin *Ultimate David Bowie Experience* -konsertit Turussa ja Helsingissä 7.–8.11.2016. Myös suomalaisia tribuuttibändejä löytyy Kimmo Blomin ja One Vision-kokoonpanon lisäksi: esimerkiksi Black Sabbath -tribuutti Sapattivuosi ja Irwin Goodman -tribuutti Irwinin lapset. Tampereella Musiikkiteatteri Palatsi on tuonut viime vuosina estra-

dille useita nostalgisia tribuuttimusikaaleja, Queen-musikaalin lisäksi muun muassa 1980-luvun suomirockiin pohjaavan *Vuonna 85* -musikaalin.



Brittiläinen David Brighton on kansainvälisesti menestynyt David Bowie -tribuuttiartisti, joka on uransa aikana esiintynyt yhdessä myös Bowien itsensä kanssa. Kuva: David Brighton / JMG Management, [www.davidbowietribute.com](http://www.davidbowietribute.com) -sivuston luvalla.

### Tribuuttikonsepti kulttuurisena ilmiönä

Tribuuttiesityksen tarkoitus on tehdä kunniaa ja osoittaa kiitosta imitoinnin kohteena olevalle, ainutkertaisena tähdenä pidetylle artistille. Richard Dyerin mukaan tähteyteen liitettyjä määritelmiä ovat taianomaisuus, voima, tärkeys, kiehtovuus ja aura (1982, 132). Faniien kirjoituksissa tähdistä toistuvat usein adjektiivit "aito", "todellinen" ja "ainutlaatuinen". Kaikki nämä kuvaukset voidaan liittää yleiseen autenttisuuden käsitykseen. Autenttisuus on välttämätöntä tähti-ilmiölle ja se takaa myös ne arvot ja ominaisuudet, joita tähti edustaa (Dyer 1982, 133). John Izodin mukaan valovoimainen pop- tai rock-artisti omaa faniensa silmissä auran ja musikaaliset kyvyt, joiden ei pitäisi olla kopioitavissa ja muiden hyödynnettävissä (2001, 80).

Faniien on koettava jotakin taianomaista sankareissaan, jotta heidät voidaan tunnistaa tähdiksi. Faneille tähden liitettyt konnotatiiviset merkitykset ovat usein alitajuisesti muodostuneita, eivät täysin tiedostettuja. Kun fanit huomaavat, etteivät voi tarkasti analysoida mitä tähti merkitsee, he vetoavat tämän karismaan ja maagiseen auraan, joka ympäröi tähteä. Silloin voi olla vaikea kertoa analyttisesti tähden

merkityksestä itselle. Osin tämä johtuu siitä, että nuo ominaisuudet välittyvät yhtä lailla toiminnan, ulkonäön, vaatetuksen, hiustyylin, meikin, eleiden ja persoonallisen äänenkäytön välityksellä (Izod 2001, 80).

Mediatutkija Georgina Gregoryn (2012) mukaan doppelganger-myytit ehdottavat, että ihmisen kopiointi on mahdollista, ja kaksoisolento uhkaa syvälle juurtuneita käsityksiämme yksilön ainutlaatuisuudesta. Esimerkiksi jos joku voi kävellä, puhua, soittaa kitaraa ja laulaa kuten John Lennon, mitä se kertoo Lennonin lahjakkuudesta ja ainutlaatuisuudesta artistina? Osoittamalla, että jollakulla toisella on mahdollista esittää hänen kappaleitaan kuten hän itse, on tribuuttibändin kaksoisolennolla Gregoryn mukaan valta riisua alkuperäisen artistin myyttinen status (2012, 109).

Tulkintani mukaan Gregory siis väittää myyttisen statuksen menettämällä, että ainutlaatuisuutta ei pitäisi voida kopioida, ja siinä onnistuminen mitätöi kohteensa ainutlaatuisuuden ja lahjakkuuden. Jos näin ei ole käynyt esimerkiksi väärennettyjen taidemaalauksen kohdalla, ei onnistunutkaan tribuuttiartisti vastaavasti mielestäni kykene korvaamaan esittämäänsä tähteä tätä kopioimalla. Kopioidut musiikin ja ulkoisen olemuksen tunnuspiirteet tunnistetaan aina tähtiartistille kuuluviksi. Tribuuttiartisti voi vain lainata tähden ulkoista olemusta ja tunnusmerkkejä hetkeksi.

Tutkija John Izod (2001) näkee rock- ja pop-tähdet populaareina ikoneina, tähti-persoonina, jotka omaavat kulttuurisena pääomanaan oman olemuksensa, joka on myytävissä oleva hyödyke. Tähdet kontrolloivat ja hyödyntävät olemustaan agenttien, managerien ja tiedottajien avulla. Semioottiselta kannalta he myyvät merkkiä ja toimivat merkkeinä. Heidät on enemmän tai vähemmän tarkoituksella rakennettu edustamaan tiettyjä merkityksiä. Ehkäpä tämän merkkiluonteen ansiosta tähtien ja heidän merkitystensä ulkoinen jäljittely on mahdollista. Tribuuttiesittäjät hyödyntävät tähden ulkoista olemusta ja musiikkia esityksissään. Se, että näin tapahtuu, aiheuttaa ristiriitoja suhteessa alkuperäisiin artisteihin, jotka Izodin mukaan saavat harvoin korvausta persoonansa ja musiikkinsa taloudellisesta hyödyntämisestä tribuuttiesityksissä. (Izod 2001, 79, passim.)

Yleisö kuitenkin pitää esityksistä, joissa kopioidaan myös alkuperäisen artistin ulkonäkö, elekieli, instrumentin käyttö, vaatetus, laulutyyli, puhetapa ja niin edelleen (Gregory 2012, 110). Suosituimmat tribuuttiesitysten kohteet Britanniassa vuonna 2004 olivat Elvis Presley, Abba, Robbie Williams, Neil Diamond, Queen/Freddie Mercury, Frank Sinatra, The Beatles, Meat Loaf, Rod Stewart ja The Blues Brothers (Gregory 2012, 48). Yleinen tunnuspiirre useimmille eniten jäljitellyille artisteille on vahva ja heti tunnistettava visuaalinen identiteetti. Esimerkiksi Elviksen valkoinen haalari, pitkät pulisongit ja huivi riittävät konnotoimaan "elvismäisyyttä" (Gregory 2012, 53). Yleensä toistetaan tietty rajattu setti visuaalisia merkitysijöitä, jolloin assosioimme ne alkuperäisen ydinominaisuuksiksi (Gregory 2012, 55). Tietyn visuaalisen tunnuspiirteiden oleellisuutta yli identtisyyden tuo esille se, että tribuuttiesiintyjien joukossa on myös transsukupuolisia kokoonpanoja, kuten naismuusikoiden tribuuttibändejä miesten rock- ja heavy metal -bändeille, esimerkiksi amerikkalaiset tribuuttibändit AC/She ja Hell's Belles (AC/DC-tribuutit) sekä the Iron Maidens (Iron Maidenin tribuutti) (Gregory 2012, 65–66). Naisia esittäviä miespuolisia tribuuttiartisteja on vähemmän (Gregory 2012, 70).

Onnistuneinkaan tribuuttikopio ei fanien mielissä korvaa alkuperäistä tähteä. Tähän tribuuttibändit eivät pyrikään, vaan esiintyjät muistuttavat hetkittäin yleisöään, usein huumorin avulla siitä, etteivät he ole aito asia (Bennett 2006, 13). Parhaimmillaan tribuuttiesiintyjä onnistuu kuitenkin hetkeksi ja yleisönsä suostumuksella hävittämään eron alkuperäisen artistin ja kopion väliltä. Tribuuttiesityksissä mielenkiintoisinta mielestäni on tämän illuusion syntyminen. Siinä bändi lainaa hetkeksi tähtiartistin myyttistä statusta yleisön luvalla.



## Median rooli tribuuttiesitysten esiin nostamisessa

Sekä tähteyden luomisessa, faniudessa että myös tribuuttiesitysten rakentamisessa medialla on oleellinen merkityksensä. Tutkija John Paul Meyersin mukaan on hyödyllistä miettiä yleisön tai fanin kokemaa vuorovaikutusta ”live”-esityksen (konsertit) ja tähtiartistiin liittyvien mediaesitysten (tv-ohjelmat, elokuvat, sanomalehtiartikkelit, kirjat) välillä (2011, 127).

Populaarimusiikkitähteyden rakentuu medialle suunnatun julkisen toiminnan kautta, oli paikka kyseessä tähti tai hänen yleisönsä. Tutkija Kimi Kärki (2014) on tuonut esille, miten tähtikuvat, eli kaikki mitä julkisesti tiedetään tähdistä, ovat eri medioiden kautta välittyviä monimutkaisia, verkostomaisia merkityskokoontumisia. Media välittää ja muokkaa tähden imagoa, ja toimii siten tähteyttä hyödyntäen. Mediat voivat kuitenkin muodostaa myös vaihtoehtoisia tapoja ymmärtää tähtiä ja tähteyttä. Tapoja, joita tähdet tai heidän taustaorganisaationa eivät voi kontrolloida. (Kärki 2014, 38.)

Media kuitenkin luo esitettävälle musiikille jakelukanavat ja artistille julkisuudessa tietyn imagon ja tunnuspiirteet, joista artisti tunnetaan. Tietyt median (musiikkivideot, haastattelut kuvineen, keikkatallenteet ym.) kautta faneille tunnetuksi tulleet piirteet tähtiartistissa korostuvat havaintojeni mukaan myös tribuuttiesityksissä. Esimerkiksi Freddie Mercuryin tribuuttiesityksissä nähdään aina esiintymisasu, joka muistuttaa hänen esiintymisasuaan laajalti televisioidusta Live Aid -konsertista heinäkuussa 1985. Mielestäni mediaesitysten merkitys on suuri sekä faneille että tribuuttiesityksille, varsinkin jos omakohtainen kokemus esitettävän artistin live-esityksistä puuttuu. Tällöin tähtiartistiin ja hänen olemukseensa perehtyminen tapahtuu pääasiassa median välityksellä, kuuntelemalla musiikkitalenteita, katsomalla keikkatallenteita, musiikkidokumentteja ja haastatteluja, lukemalla elämäkertoja, lehtiartikkeleita sekä bändin kotisivuja ja netin fanisivustoja. Kuva artistista ja se minkälaiseksi tribuuttiaartistin tulkinta hänestä muovautuu, on siten paljolti kiinni median kautta saadusta kuvasta. Imitoinnissa korostuvat median kautta faneille tutuksi tulleet ulkoiset piirteet ja maneerit. Mediaa hyödynnetään myös osana tribuuttiesityksiä (esim. lavalla suurelle näytölle heijastettu kuva alkuperäisartistista, hänen lauluaan toistettuna videolla jne.) tuomaan alkuperäinen artisti vahvemmin osaksi konserttitilannetta.

Myös tutkija Shane Homan (2006) korostaa, että usein esitykset laaditaan nähtyjen mediaesitysten, kuten musiikkivideoiden pohjalta. Tribuuttiesitykset ovat faneille jälleen yksi *medium*, jonka kautta nauttia lempimusiikistaan. Yleisö tiedostaa, ettei tribuuttiesitys ole ”aito asia”, mutta sen taustalla olevat levyt, nauhoitukset ja videot edustavat heille alkuperäistä. (Homan 2006, 21–22.) Live-konserteissa merkityksellistä on autenttisuus, läsnäolo ja vuorovaikutus, joka syntyy esiintyjien ja fanien välille (Kärki 2014, 13). Vaikka live-konsertit ovat pitkälti mediakonstruktio, haluamme elävän konsertin ”autenttisuuteen”, mahdollisuutta jakaa sama tila kaikkien tunteen tähden kanssa ja hengittää samaa ilmaan ”ainutkertaisessa” esitystilanteessa (emt.). Kärki (2014, 13) siteeraa Andrew Goodwinia (1990, 269), jonka mukaan ihmiset tulevat konsertteihin juuri tämän takia. Sama pätee tribuuttikonserttien yleisöön. Kun pääsy alkuperäisen tähtiartistin live-esityksiin on mahdoton, tribuuttiesitykset toimivat korvikkeena tälle autenttiselle ja vuorovaikuttavalle elämykselle.

## Tribuutti ja fanit

Tähdeksi voi sanoa henkilöä, jolla on suuri ja omistautunut ihailijajoukko, fanit. Faniudessa on kyse tunteenomaisesta suhtautumisesta johonkin populaarikulttuurin tekstiin tai ilmiöön. Laajemmassa mielessä fanius viittaa kulttuuriseen käytäntöön,

joka operoi ja jota tuotetaan kulttuuriteollisuuden, julkisuuden ja yleisöjen välisessä vuorovaikutuksessa. (Mäkelä 2007, 214.) Tässä artikkelissa faniuden määritelmä on löyhä, sillä tribuuttiyleisökin koostuu käsittääkseni erilaisista ja suurelta osalta aikuisista faneista, joille intensiivisin ja aktiivisin faniuden aika on jäänyt taakse. Tarkoitukseen sopii määritelmä, jonka mukaan faniuden käsite tarkoittaa kokijasta riippuen eriasteista tunnepohjaista suhdetta tiettyyn artistiin ja tämän musiikkiin (Nikunen 2009, 75–76). Faniuden osoittaminen muille ja faniksi tunnustautuminen ovat faniuden keskeisiä piirteitä (emt.). Tribuuttikonsertit ovat aikuiselle faniyleisölle tapa tuoda esille faniuttaan ja jakaa se muiden kanssa. Kyseessä voi olla nostalgisoi-va halu palata oman nuoruuden fanituksen kohteeseen liittyvään innostukseen ja elämykseen, joka tribuuttiesityksen myötä halutaan kokea uudelleen. Tribuuttiesityksissä kyse on ennen kaikkea faniudesta, sillä sekä tribuuttiesiintyjät että heidän yleisönsä jakavat tähtiesiintyjien ”fanittamisen” ja esitys toimii yhteisenä kunnianosoituksena esitetylle tähtiartistille. Konserttijärjestäjien taholta tribuuttiesitykset tarjoavat mahdollisuuden koota tällaiset fanit konserttitilanteessa yhteen.

Faneille bändin näkeminen ja musiikin kuuleminen on tärkein, mutta D. Hesmondhalghin (2002) mukaan ei ainoa syy käydä bändin keikoilla. Myös halu kommunikoida muiden fanien kanssa ja tuntea yhteisöllisyyttä samanmielisten fanien kanssa on tärkeää. Live-konserteissa fani-identiteetti jaetaan ympärillä olevan faniyleisön ja tribuuttikonsertissa myös tribuuttiartistin kanssa. (Hesmondhalgh 2002, 144.)

Tribuuttikonsertin faneille tarkan kopion näkeminen esiintymislavalla on kiehtova kokemus, mikä houkuttelee heidät uskomaan esittäjään ja esitykseen ja hämärtämään eron tribuuttiesityksen ja alkuperäisen artistin välillä hetkellisesti (Gregory 2012, 110). Tutkija Mark Jonesin mukaan tämä vaatii yleisöltä tietoista rakentamista siten, että yleisön on kuviteltava esitystilanne ja itsensä toiseksi, etuoikeutetuksi yleisöksi jossain toisessa ajassa ja paikassa (2001, 273). Sekä tribuuttibändi että yleisö



David Brightonin show *Space Oddity – The Ultimate David Bowie Experience* on live-esitys ja multimediaspektaakkeli, jolla Brighton bändeineen vie musiikilliselle matkalle ajassa taaksepäin läpi rock-musiikin uudistajan uran. Kuva: David Brighton / JMG Management, [www.davidbowietribute.com](http://www.davidbowietribute.com) -sivuston luvalla.

näyttelevät kuvitteelliset roolinsa rock-tähtinä ja näiden yleisönä, ja tribuuttiesityksissä yleisöstä tulee siten merkittävä osallistuja konsertissa (Jones 2001, 274–275). Tribuuttiesityksessä ”live”-kokemuksesta tulee jonkin toisen, poissaolevan ”live”-esityksen simulaatio (Jones 2001, 276).

Hesmondhalghin mukaan yksi tärkeimmistä ja nautittavimmista puolista tribuuttiskenessä on fanit huomioiva ja fanivetoinen eetos (2002, 138). Traditionaalinen jako esiintyjien ja yleisön välillä sumenee, koska sekä tribuuttibändi että yleisö voidaan nähdä faneina alkuperäiselle bändille (emt.). John-Paul Meyersin (2011) mukaan fanien suhde tribuuttibändeihin on monimutkainen. Siihen vaikuttavat fanien historialliset ja nykyiset suhteet bändiin, joka on kunnianosoituksen kohteena. Tribuuttikonsertissa vaikuttavat lavalla oleva bändi sekä yleisön aiemmat kokemukset tribuuttibändeistä ja myös median kautta syntyneet ennako-odotukset. (Meyers 2011, 135.)

Tribuuttiesityksen voi mielestäni nähdä muistuttavan rakenteen ja tunnelman osalta uskonnollisia tilaisuuksia. Niissä pappi tai saarnaaja toimii yhteisöllistä kokemusta vahvistavana välittäjähahmona seurakunnan ja näkymättömän, tavoittamattomissa olevan Jumalan välillä. Kimi Kärki on esittänyt rock-spektaakkeliin liittyen samankaltaisia, uskonnolliseen seremoniaan vertautuvia tulkintoja (2014, 42). Rock-spektaakkelin teatraaliset keinot on hänen mukaansa helppo rinnastaa uskonnollisiin rituaaleihin. Tribuuttiesityksissä tämä uskonnollisen rituaalin kaltaisuus on kuitenkin erityisen vahva tribuuttiartistin välittäjäroolin kautta.

Mediatutkija David Hesmondhalghin (2002) mukaan tribuuttibändeille kontakti yleisöön on tärkeä, ja sosiaalinen media on yleisin tapa pitää yllä yhteyttä faneihin. Olemalla faneille saavutettavissa some-yhteyden kautta tribuuttibändit hyödyntävät sitä seikkaa, että alkuperäiset artistit ovat yleensä kaukaisia ja tavoittamattomissa. Tribuuttiartistin tähtiasema on kuitenkin epävakaata, sillä se on olemassa vain koska faniyhteisö antaa heille luvan omaksua tähden roolin. Esityksen onnistuminen vaatii, että yleisö ja artisti uskovat lavalla esitettävään identiteettiin. Konsertin jälkeen muusikoiden suhde faneihin voi olla vaikea heidän jättäessään lavaroolinsa ja omaksuessaan jälleen oman identiteettinsä. (Hesmondhalgh 2002, 147–150.)

### **Nostalgia tribuutin käyttövoimana**

Tribuuttiesitysten viehätyksen ja tarpeen taustalla on ennen kaikkea musiikkia ja sen alkuperäistä esittäjää kohtaan tunnettu nostalgia. Nykykäsitteenä sitä ei Michael D. Dwyerin mukaan kytketä enää vain yksilöllisiin tunteisiin vaan myös kollektiiviseen kaipuuseen onnellisempia, huolettomampia ja viattomampia aikoja kohtaan (2015, 10). 1900-luvun jälkipuoliskolta alkaen nostalgia on liittynyt yhä enemmän populaarikulttuuriin. Se on ilmennyt Simon Reynoldsin mukaan mm. vanhojen bändien ja musiikkityylien uusina tulemisina ja tulkintoina (2011, x–xi). Kun nostalgia liitetään populaarimusiikin kulutukseen, käyttökelpoisena käsitteenä tutkimuksessa voi pitää Michael D. Dwyerin luonnehtimaa pop-nostalgiaa. Pop-nostalgia tarkoittaa kulttuurisen tekstin vastaanottajassa aiheuttamaa tietoista tai osin tai kokonaan tiedostamatonta intensiivistä kokemusta, joka tuottaa merkityksiä menneisyydelle ja nykyisyydelle (Dwyer 2015, 4). Dwyerin mukaan pop-nostalgia affektiivisena kulttuurisena käsitteenä laajentaa huomiomme teksteistä tai yleisön elämänhistorioista kohti niitä historiallisia, kulttuurisia ja poliittisia oloja, jotka muovaavat tapaa, jolla kollektiivisesti ”tunneimme” menneisyyden (emt.).

Kollektiivisesti koettu menneisyys on myös se, mikä yhdistää usein tribuuttikonserttien yleisöä. Tribuuttiesitysten kysyntä ja tarve syntyy usein nuoruuden suosikibändiin liittyvästä nostalgiaasta. Suurten ikäluokkien keski-ikäistyminen liekin yksi

syy tribuuttiesitystenkin kasvaneeseen suosioon. Pop-nostalgia ei kiehdo kuitenkaan vain nuoruusaikojaan kaipaavia. John-Paul Meyersin (2011, 1) mukaan menneiden vuosikymmenten ikoninen rock-musiikki on suosittua myös nuorten sukupolvien keskuudessa, joille Led Zeppelinin, Deep Purplen ja Pink Floydin kaltaiset suuruudet ovat tuttuja median, klassikkoalbumien ja tribuuttiesitysten välityksellä. Tribuutit esittelevät 1960–1980-lukujen populaarimusiikkia uusille sukupolville ja alueille ympäri maailmaa (emt.).

Erityisesti näkötribuutit voivat Gregoryn mukaan luoda kollektiivisen menneisyytemme näköisen ja kuulaisen esityksen (2012, 9). Tribuutti-ilmiön kulttuurisena taustana demografiset muutokset, postmoderni innostus nostalgiaa ja parodiaa kohtaan sekä kasvava kiinnostus rock- ja pop-musiikin perintöä kohtaan ovat vaikuttaneet ilmiön kehittymiseen. Paradoksaalisesti musiikin helppo saatavuus digitaalitalenteiden ja latausten kautta on kasvattanut intoa ja kunnioitusta elävää musiikkia ja live-esityksiä kohtaan. (Gregory 2012, 7.)

Populaarikulttuurin osana ja ilmiönä tribuuttiesitykset ovat olleet viime vuosina vahvasti esillä osana nostalgiabuumia. Andy Bennett (2009) korostaa, että tribuuttiesitykset ovat olleet jo 1960-luvulta alkaen ja yhä laajemmin populaarimusiikkiin ja -kulttuuriin kuuluva ilmiö, joka on vaikuttanut perinne-rockin projektiin ja rock-kaanoniin. Ne ovat olleet merkittävästi vaikuttamassa tiettyjen rock-artistien ja heidän musiikkinsa retrospektiiviseen juhlintaan (Bennett 2009, 479). Tribuuttiesitykset ovat kuitenkin populaarikulttuurissa ja sen tutkimuksessa vähälle huomiolle jäänyt ilmiö. Esimerkiksi Suomessa sitä ei tietääkseni ole tutkittu. Tämä liittyy käsittääkseni tribuuttiesitykseen liitettyyn autenttisuuden puutteeseen. Tribuuttiesiintyjä on imitoiva viihdyttäjä, kun taas alkuperäiseen artistiin voidaan liittää myös taiteilijaan ja luovuuteen liittyviä autenttisuuden ja auran määritelmiä.

Yleisön keskuudessa tribuuttiesitykset, kuten myös muunlaiset imitaatiot, ovat kuitenkin suosittuja. Kulttuurisesti tribuutti-ilmiö voidaan liittää ”postmoderniin käänteeseen”, jonka myötä kopio on viihdekulttuurissa tullut hyväksytyimmäksi samalla kun tekijän merkitys on vähentynyt (Gregory 2012, 14). Postmodernismin teoriaa kehitelleen Jean Baudrillardin (1983) mukaan keskeinen luonnehdinta postmodernille aikakaudelle on simulaatioiden hallitsevuus (ks. myös Bennett 2006, 19). Tribuuttibändin tavoitteena on tuottaa täydellinen simulaatio esittämästään artistista ja musiikista (Bennett 2006, 20). Esitykset myös rakentuvat pikemmin mediasta tuttujen representaatioiden kuin todellisten henkilöiden jäljittelylle. Tribuuttiesityksiin liittyy kuitenkin live-esiintymisen myötä autenttisuutta. Andy Bennett kertoo autenttisuuden syntyvän stadioneja intiimimmän esiintymispaikan mahdollistaessa henkilökohtaisen kommunikaation yleisön ja bändin kesken (2006, 20). Tribuuttiesitykset ovat siten ristiriitainen sekoitus kopiota ja aitoutta.

## Lopuksi

Tribuuttiesitys perustuu toisen artistin ja tämän musiikin tarkalle kopioimiselle esiintyjän ulkoista olemusta myöten. Imitaatio pohjaa usein tietyille näkyville piirteille tähtiartistin ulkoisessa olemuksessa ja esiintymisessä, ja mediaesityksillä on tärkeä roolinsa imitaatioesityksen luomisessa ja vastaanotossa. Oleellista tietyn artistin tribuuttiesityksille on alkuperäisen artistin jonkinlainen poissaolo ja saavuttamattomuus, joka luo kysyntää korvikkeena toimiville tribuuttiartisteille. Onnistunut tribuuttiesitys perustuu hetkelliseen illuusioon tähtiartistin läsnäolosta. Se luodaan yhdessä fanien kanssa. Fanien ja bändin fanittaessa yhdessä tähtiartistia syntyy parhaimmillaan myös vahvaa yhteisöllisyyden tuntua.



Tribuuttiesitykset ovat nostalgian luoma ilmiö, jonka suosio on viime vuosina kasvanut myös Suomessa. Populaarimusiikin historiassa ja tutkimuksessa tribuutti on jäänyt marginaaliseksi ilmiöksi (Gregory 2012, 1). Tutkimusaiheena ilmiötä puoltaa kuitenkin mm. John Meyers, jonka mukaan tribuuttiesitykset ovat avainasemassa populaarimusiikkiin ”historiallisen tietoisuuden” kehittymisessä, eli sen tiedostamisessa, että menneisyyden populaarimusiikki on vakavasti otettava, muistamisen ja juhlimisen arvoinen osa populaarikulttuuria (2011, 1). Tribuutti-ilmiön tutkimuksessa voidaan valaista monia kiinnostavia tutkimuskysymyksiä, kuten live-esitysten ja levytysten välinen suhde, kaikkialla esillä olevat kopiot ja cover-esitykset sekä alkuperäisen ja imitaation väliset suhteet (emt.). Myös suhde postmoderniin kulttuuriin sekä median rooli esitysten rakentamisessa voisi tarjota kiinnostavia näkökulmia aiheeseen.

## Lähteet

- Baudrillard, Jean (1983) *Simulations*. New York: Semiotexte.
- Bennett, Andy (2006) Even better than the real thing? Understanding the tribute band phenomenon. Teoksessa Shane Homan (toim.) *Access all Eras: Tribute Bands and Global Pop Culture*. Lontoo: Open University Press.
- Bennett, Andy (2009) “Heritage rock”: Rock music, representation and heritage discourse. *Poetics* 37, 474–489. Saatavilla: <<https://www.sciencedirect.com>> (Linkki tarkistettu 1.11.2016)
- Davis, Brent Giles (2006) Identity Theft: Tribute Bands, Grand Rights, and Dramatico-Musical Performances. – *Cardozo Arts & Entertainment* Vol 24:845. Saatavilla: <<http://cardozoaelj.com/wp-content/uploads/Journal%20Issues/Volume%2024/Issue%202/Davis.pdf>> (Linkki tarkistettu 29.6.2018)
- Dyer, Richard (1982) *Stars*. Lontoo: British Film Institute.
- Dwyer, Michael D. (2015) *Back to the Fifties. Nostalgia, Hollywood Films, and Popular Music of the Seventies and Eighties*. Oxford: Oxford University Press.
- Gregory, Georgina (2012) *Send in the Clones. A Cultural Study of the Tribute Band*. Equinox Publishing Ltd, UK.
- Goodwin, Andrew (1993) *Dancing in the Distraction Factory. Music Television and Popular Culture*. London: Routledge.
- Hesmondhalgh, David (2002) *Popular music audience and everyday life*. London: Arnold.
- Homan, Shane (2006) *Access All Eras: Tribute Bands and Global Pop Culture*. London: Open University Press.
- Izod, John (2001) *Myth, mind and the screen. Understanding the heroes of our times*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jones, Mark (2001) Going Through the Motions: The Tribute Band Phenomenon. *Genre: Forms of Discourse and Culture*, Volume 34 (3–4), 265–278.
- Kärki, Kimi (2014) Rakennettu areenatahteys. Rock-konsertti globalisoituvana mediaspektaakkelina 1965–2013. Väitöskirja. Saatavilla: <<https://www.utupub.fi/handle/10024/102083>> (linkki tarkistettu 15.6.2019)
- Lewis, David (1991) *Led Zeppelin: A Celebration*. London: Omnibus.
- Meyers, John Paul (2011) “Rock and roll never forgets”: Memory, history and performance in the tribute band scene. University of Pennsylvania, ProQuest Dissertations Publishing, 2011, 3497958. Saatavilla: <<http://search.proquest.com/docview/923280804>> (linkki tarkistettu 16.3.2016)
- Mäkelä, Janne (2007) Erytysuhteita: populaarimusiikin fanit ja fanius. Teoksessa Marko Aho & Antti-Ville Kärjä (toim.) *Populaarimusiikin tutkimus*. Tampere: Vastapaino, 242–267.
- Nikunen, Kaarina (2009) Fanisuhde: Yhteisöjä ja yhteisiä puheenaiheita. Teoksessa Sirkku Kotilainen (toim.) *Suhteissa mediaan*. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuita 99. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 75–93.
- Reynolds, Simon (2011) *Retromania: Pop culture’s addiction to its own past*. London & New York: Faber & Faber.