

Ryoji Ikeda
soolonäituse avamine ja kontsert
Eesti Rahva Muuseumis

Situatsioonikirjeldus

- **Ryoji Ikeda** on oma töid eksponeerinud maailmakuulsates metropolides: Pariisis, Londonis, New Yorgis jne.
- Esimest korda esines kunstnik Eestis **Kumus 2016. aastal**, mil ilmus kümmekond meediaartiklit. Vahepealsel ajal on Eestis Ikeda mainitud mõnes nišiväljaandes.
- Ikeda on rahvusvahelisel kunstiareenil tuntud, kuid **Eesti üldsus teda ei teadnud**.
- Samas oli teadmine, et eestlased hindavad kultuuri: 2023. aastal oli **2,5 miljonit muuseumikülastust** (iga eestlase kohta keskmiselt 1,79), mis lõi hea eelduse kutsuda külastajaid ka Ikeda näitusele.



Kommunikatsioonis ootasid ees väljakutsed

- Kunstniku sõnul on **tema isik** loomingu kõrval ebaoluline.
- Ikeda ei anna intervjuusid, olles 30 aastat keeldunud The New York Timesi jt soovidest.
- **Kunstnikku ei tohi pildistada-filmida.** Tähelepanu vältimiseks kunstnik enamasti enda näituste avamisel ei osale.
- **Tema teosed põhinevad teadusandmetel** ja on kontseptuaalsed, millest on keeruline lihtsalt rääkida.
- Kunstnik on **Eestis vähe tuntud.**



Artist Talk'i kandsime videos üle, kuid kunstnik kunagi pildile ei jäänud.

Kommunikatsiooni eesmärgid

- Avamise ajaks teavad võimalikult paljud, **kes on Ryoji Ikeda** ning et tema isikunäitus on ERM-is külastamiseks avatud.
- Kokku **20 000 näituse külastajat**. Võrdluseks, 2023. aastal oli ERM-is kõikide näituste külastajaid aasta lõikes ligi 100 000.
- **Müüa välja** Ryoji Ikeda ja Eesti Filharmoonia Kammerkoori kontserdi **712 kohta**.



Aplaus helilooja Ryoji Ikedale ja dirigent Tõnu Kaljustele.

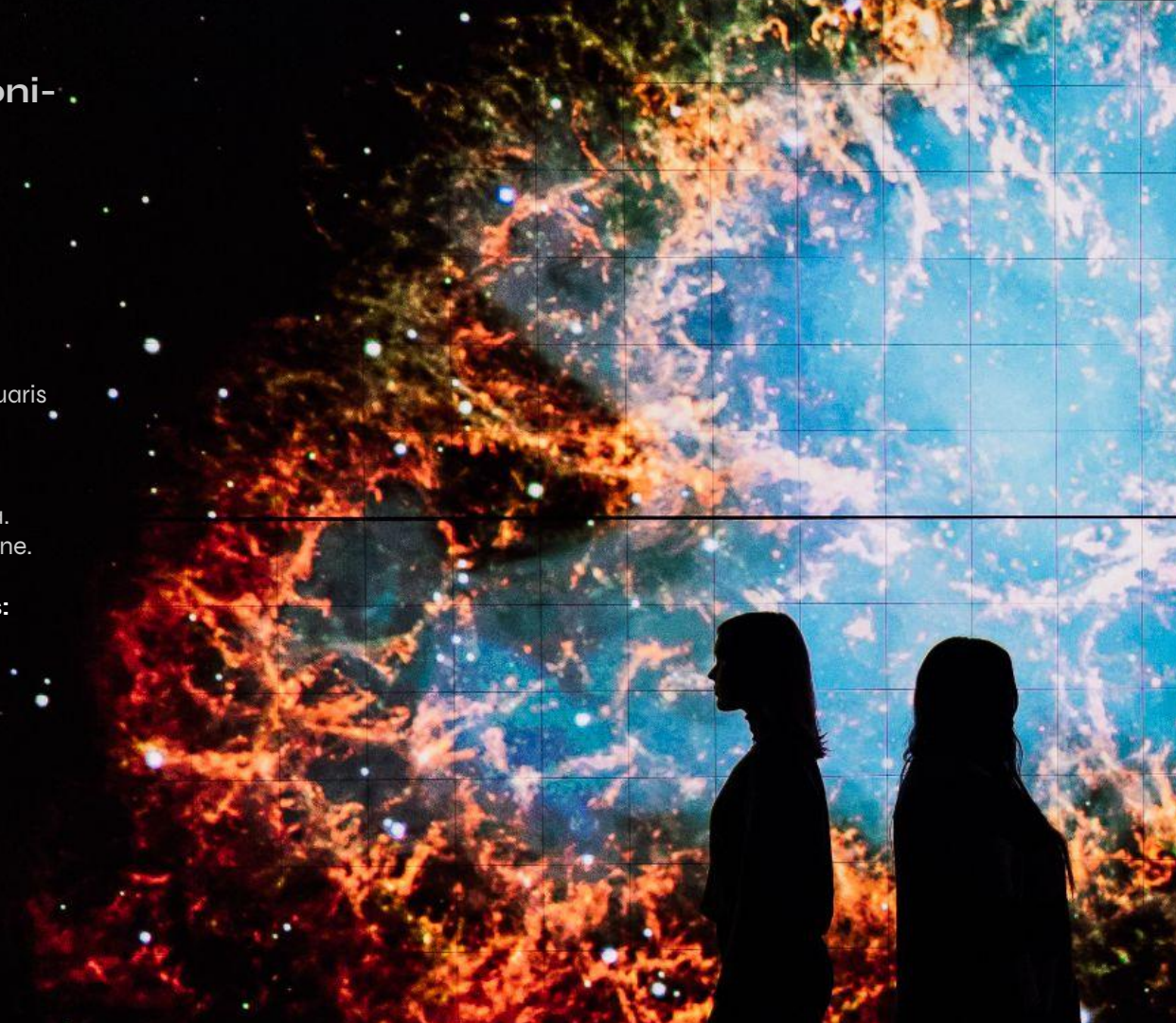
Sihtrühmad

- Otsustasime panna fookuse **keskmisele muuseumikülatajale** (persoon KulMin uuringu näitel) ning lisaks kõnetada IT- ja tehnoloogiahuvilisi.
- **Kunstiringkonnad.**
- **Arvamusliidrid:**
kunsti- ja teadusvaldkonna hea sõna levitajad.
- **Kohalik ja üleriiklik Eesti meedia.**
- **Rahvusvahelised kunstiväljaanded,**
et kasvatada Tartu ja ERM-i tuntust.



Sõnumi- ja kommunikatsiooni- strateegia kolm etappi

- **1) Esmase teadmise loomine**
ja sumina tekitamine (jaanuar–juuni).
- **Sõnum (1): sumin**, et maailmakuulus
kunstnik ja tema kunst tuleb Tartusse.
- **Esimese avaliku teavituse** tegime jaanuaris
Tartu 2024 avamise pressisündmusel
(100 akrediteeritud eesti ja välisajakirjanikku).
- **Partnerlussuhete loomine** Ikeda tiimiga.
Taustatöö, meediaplaani ja materjalide loomine.
- Alustasime läbirääkimisi esialgu **võimatuks:**
teha Ikedaga **telesaade** ning **Artist Talk**
(kokkulepped sündisid suveks).
- **Pressikutsung**
rahvusvahelistele kunstiväljaannetele.



Sõnumi- ja kommunikatsiooni- strateegia kolm etappi

- **2) Proaktiivne näituse avamise ja kontserdieelne** kommunikatsioon (august–november).
- **Sõnum (2):** maailmakuulus jaapanlane lõi **kaks uut ruumispetsiifilist teost** ja käsitleb **eestlaste DNA**-d, kutsusime inimesi oma „geeniandmeid” vaatama.
- **Sõnum (3):** eesti keele omapärast inspireeritud, kunstniku esimene **inimhäälele loodud kooriteos**, mis jõuab lavale Eesti Filharmoonia Kammerkoori esituses, dirigent on Tõnu Kaljuste.
- Paikasime müüki **kontserdipiletid** ning alustasime **väli- ja digikampaaniatega**, kui oli juba piisavalt (audio)visuaalset materjali.
- **ETV erisaate, raadioülekande ja sneak-peak** lugude planeerimine koos ajakirjanikega.



Sõnumi- ja kommunikatsiooni- strateegia kolm etappi

→ 3) Avamise kommunikatsioon

ning *call to action*: näitus on avatud; kutsungid publikuprogrammi sündmustele (november–veebruar).

→ Ikeda nägu ei tohi jääda ühessegi kaamerasse,

seetõttu olid akrediteeritud vaid kirjutajad-arvustajad. Lasime meedia fotograafidel näitust näha enne avamist. Sündmustelt jagasime kokkuleppel toimetustega ise kvaliteetset pildi- ja videomaterjali.

→ Näituse avamist võimendasime **vox-populi**

küllastajate videointervjuudega, et jagada emotsioone.

→ Korraldasime välisajakirjanikele mitteametliku

programmi, mille raames liitus Ryoji Ikeda – see oli haruldane, sest ta **ei kohtu tavaliselt ajakirjanikega**.



Artist Talk'i juhtis ajakirjanik Neeme Raud. Paremal kunstnik Ryoji Ikeda.

Täitsime püstitatud eesmärgid

→ Muuseumikülastus lõi rekordeid: **35 000 külastust.**

→ **Kontsert toimus täismajale – 712 kohta.**

Lisaks paigaldasime mõned lisakohad piletitist
ilmajäänutele, kuid kes siiski kohale uudistama tulid.

→ Oma kohalolekuga austas kunstnikku
**Eesti president, kultuuriminister,
Jaapani suursaadik** jpt, kes
muutusi ka ise sõnumi kandjateks.

→ Pärast kontserti võttis ühendust
Pariisi Filharmoonia:
Kokkulepped on tehtud, kontsert
jõuab sügisel Pariisi lavale.



Ryoji Ikeda andis ainukordse intervjuu Neeme Rauale.

Näitus oli nähtav ja kuuldav

- ETVs läks eetrisse Neeme Rauda juhtimisel erisaade „Ikeda universum” (60 000+ vaatajat). Saate eelutvustus „Ringvaates”, „AK”-s, „Terevisioonis” ja „Telehommikus”.
- Kontserdist tegi otse-ülekande Klassikaraadio, millest sai üks **aasta kuulatuim Klassikaraadio saade**.
- **50+ Eesti meedia ning 30 välismeedia kajastust** rahvusvahelistes kunstiväljaannetes.
- **2+ mln sotsiaalmeedia impression'i**t (peamiselt Eesti, Soome, Läti, Leedu), millest makstud levik oli 40% (peamiselt FB ja IG).

