



Osaamista
ja oivallusta
tulevaisuuden
tekemiseen

Pohjonen Inka

Omaehtoinen levy-yhtiö kollektiivi: EEL

Brändin rakennus ja tapahtumatuotanto

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Musiikin tutkinto

Pääaine: Musiikin tekeminen ja tuottaminen

Opinnäytetyö

3.5.2019

Tekijä(t) Otsikko	Inka Pohjonen Omaehtoinen levy-yhtiökollektiivi: EEL-brändin rakennus ja tapahtumatuotanto
Sivumäärä Aika	26 sivua 3.5.2019
Tutkinto	Muusikko (AMK)
Tutkinto-ohjelma	Musiikki
Suuntautumisvaihtoehto	Musiikin tekeminen ja tuottaminen
Ohjaaja(t)	Lehtori Jukka Väisänen Arviointi Kimmo Salonen
<p>Opinnäytetyöni käsittelee itsetehty-tyylistä (DIY) toimintatapaa musiikkibisneksessä. Tämän lisäksi työssä käydään läpi uudistusmielisiä menettelytapoja musiikin vientiin ja markkinointiin tarkoituksena tutkia ja muuttaa vanhoja tottumuksia. Työn tavoitteena on rakentaa omaa uraa yhdessä muiden artistien kanssa.</p> <p>Lähdemateriaalia löysin erilaisista internet-julkaisuista ja kirjoista. Koska tämä on toimintatutkimustyypinen innovaatioprojekti, pohjaan tekstissä vahvasti myös omiin ja muiden kollektiivin jäsenten kokemuksiin.</p> <p>Tässä työssä päästään muun muassa sellaiseen lopputulokseen, että yhteistyö on voimavara sekä heikkous. Monen kirjavat taidot eri ihmisten välillä yhdistettynä tarjoavat uudenlaisia mahdollisuuksia, toisaalta taas lisäävät delegointi-ongelmia.</p> <p>Lisäksi käy ilmi, että brändi ja imago vaikuttavat kollektiivin menestykseen sekä innovatiiviset uudet lähestymistavat saavuttavat enemmän toivottua huomiota.</p>	
Avainsanat	Kollektiivi, brändi, juhlat, tapahtumatuotanto

Author(s) Title	Inka Pohjonen DIY label collective: EEL
Number of Pages Date	26 pages 3 May 2019
Degree	Bachelor of Music
Degree Programme	Music
Specialisation option	Music Writing and Production
Instructor(s)	Jukka Väisänen, M.Mus Kimmo Salonen, M.Mus
<p>This study is about DIY (do it yourself) approach to the music business. In addition to this, the work revolves around reform-minded procedures for the export and marketing of music with the aim of studying and changing old habits. The aim of this work is to build my own career together with other artists.</p> <p>I found the source material in various books and online publications. As this is an activity research type Innovation project, the bottom line in the text is also strongly based on the experiences of its members and other members of the collective.</p> <p>The work, among other things, leads to the conclusion that cooperation is a force for strength as well as weakness. Multidisciplinary skills combined with different people offer new opportunities, however they make the delegation of tasks increasingly difficult.</p> <p>It also turns out that brand and image influence the collective's success and innovative new approaches to advertising attracts more industry attention.</p>	
Keywords	Collective, Brand, Party

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tutkimuskysymykset	1
2	Miten EEL syntyi?	2
3	Mikä on EEL?	3
4	Globaali konteksti ja maailmanlaajuinen yhteys	3
4.1	Maailmanlaajuinen yhteys ja internet	3
4.2	Paikallinen konteksti (Falmouth)	5
5	EEL – Brändäys	6
5.1	Inspiraatio muilta kokoonpanoilta	7
5.2	Imago	8
6	Brändin tuote: EEL 001: julkaisujuhlat	10
6.1	Oikean esiintymistilan löytäminen	10
6.2	Luova mainonta	11
6.3	Työryhmä	12
6.4	Julkaisujuhlat	13
7	Taloushallinto ja lainsäädännöllinen suoja	14
8	EEL 002 - Hockeysmith EP levyn julkaisujuhlat	16
9	EEL 003	19
10	Pohdinta	23
10.1	Reflektio	23
10.2	Ystävyys ja bisnes	23
	Lähteet	25
	Lähteet	26

1 Johdanto

Opinnäytetyössäni käydään läpi uuden levy-yhtiö kollektiivin syntymistä ystävien kanssa. Työn tarkoituksena on löytää DIY (engl. "Do It Yourself") eli *itsetehty*-tyylinen toimintatapa musiikkibisnekseen. Tämän lisäksi työssä käydään läpi uudistusmielisiä menettelytapoja musiikin vientiin ja markkinointiin tarkoituksena tutkia ja muuttaa vanhoja tottumuksia. Pohjaan tekstissäni vahvasti omiin sekä ystäväni kokemuksiin Etelä-Englannissa, Falmouthissa, Cornwallissa.

Tämä on toimintatutkimustyyppinen innovaatioprojekti, jonka pääpainona on käynnistää ja kehittää EEL Collective/Platform. Hanke käsittää useita ominaisuuksia: tapahtumien hallinta, markkinointi (tuotemerkin luominen, mainonta) sekä yhteistyö kollektiivin henkilöiden välillä. Kollektiivin pääjäsenet ovat Annie Hockeysmith, Inka Pohjonen ja Lukash Kucharski.

Työni on luonteeltaan toimintatutkimus koska pyrin käytännön toimintojen ja itse toimintatilanteen kehittämiseen sekä pyrin kartuttamaan yhteistä sekä omaa ymmärtämiskykyäni. Tämän lisäksi työni on tutkiva innovaatioprojekti, tarkoituksenaan kehittää uusia lähestymistapoja musiikin vientiin ja markkinoimiseen.(Cohen & Manion, 1980, 174).

Carrin ja Kemmisin (1983, 152) mukaan toimintatutkimuksella on kaksi keskeistä tavoitetta: toiminnan kehittäminen ja ongelmalliseksi koettuun toimintatilanteeseen vaikuttaminen. EEL-kollektiivin toimintaa kehitämme rakentamalla brändiämme muun muassa julkaisujuhlien, luovan mainonnan ja julkaisujen avulla. Projekteihin liittyvät ongelmat pyrimme ratkaisemaan taloudellisella läpinäkyvyydellä ja paremmilla kommunikaatiokäytännöillä.

1.1 Tutkimuskysymykset

Mikä merkitys brändäyksellä on EEL: n toiminnassa?

Mikä merkitys on julkaisujuhilla brändäyksessä?

Mikä merkitys EEL-kollektiivin toiminnassa on globaalilla ja paikallisella kontekstilla?

Mikä merkitys ystävyydellä on osana EEL:n toiminnassa?

Mikä merkitys on kommunikaatiotaidoilla EEL:n toiminnassa?

2 Miten EEL syntyi?

Olin vuoden kestävässä opiskelijavaihdossa Falmouthissa (Cornwall) ja yhden kurssin tehtävänanto oli järjestää minikiertue toisen artistin kanssa. Pariuuduin täysin tuntemattoman tytön kanssa nimeltä Annie Hockeysmith, sillä olin nähnyt hänen esiintyvän aikaisemmin ja tiesin että hän oli ainoa elektronisen musiikin tekijä itseni lisäksi luokallamme. Päädyimme siis keikkailemaan yhdessä. Yhdelle näistä keikoista tuli Aphex Twin, joka on Annien lapsuudenystävä. Tunsimme myös muita elektronisen musiikin opiskelijoita eri luokilta ja aloimme rohkaistaa heitä rakentamaan live-sovituksiaan.

Huhtikuussa 2018 järjestimme ensimmäisen kerran ilmaisen keikan Pennance Mill Farmilla, jonka Annie omistaa. Yllätysvieraana keikalla oli Aphex Twin, sillä hän on osa toista kollektiivia ja pitää meidän rakentamastamme energiasta. Tämän keikan menestys sai meidät ajattelemaan, että Falmouthissa on tarve ja tila elektroniselle musiikille. Keksimme idean muodostaa elektronisen musiikin kollektiivin nimeltä EEL, jonka tavoitteena on laajentaa Falmouthin elektronisen musiikin tilaa täällä Englannissa. Olimme inspiroituneita erilaisista tarinoista kollektiiveista Kööpenhaminassa, Varsovassa, sekä Helsingissä, sillä jäsenemme ovat eri puolilta maailmaa. Jokainen kollektiivi oli uniikki. Ne toimivat erilaisin mallein, jotka kollektiivit olivat itse kokeneet toimiviksi. Tämä ilahdutti meitä, sillä sääntöjä ei tuntunut olevan. Alkuperäinen ajatuksemme oli meille rajoitettu kollektiivi, artisteille: omoo (puolalainen Lukash Kucharski), Hockeysmith

(englantilainen Annie Hockeysmith) ja Inka Upendo (suomalainen Inka Pohjonen eli minä). Ajattelimme, että kollektiivin tuen myötä pystymme kasvamaan vahvemmiksi ja paremmiksi artisteiksi ja sitä kautta ylipuhua muita artisteja ja tuottajia keikkailemaan kanssamme. Halusimme löytää saman henkisiä muusikoita tekemään yhteistyötä kanssamme ja sitä kautta saada enemmän yleisöä, sillä fanien määrä Cornwallissa on melko rajallinen.

3 Mikä on EEL?

EEL on kollektiivisesti johdettu DIY-alusta valtavirran ulkopuoliselle, elektroniselle musiikille. Järjestämme audiovisuaalisia tapahtumia kaikenlaiselle elektroniselle musiikille sekä olemme levy-yhtiö, jonka kautta julkaisemme omatoimisesti musiikkiamme. EEL on yhdistelmä erilaisia ystäviä, jotka omaavat erilaisia taitoja, joilla tuemme ja rakennamme toimintaamme yhdessä.

4 Globaali konteksti ja maailmanlaajuinen yhteys

4.1 Maailmanlaajuinen yhteys ja internet

Viime vuosina pienet kollektiivit ja levy-yhtiöt ovat onnistuneet löytämään uuden, oman tapansa levittää musiikkia ja sanomaansa (JANUS, PC Music, Bala Club, NUXXE, Discwoman).

Internet on sallinut kaikille työkalut, joilla saavuttaa kuulijakuntansa. Pienille levy-yhtiöille, joilla ei ole varaa maksaa omaisuuksia suurissa tiedotusvälineissä, tämä on siunaus. Internet mahdollistaa myös meille uuden tavan löytää oikea fanikuntamme. Tämä tarkoittaa sitä, että artistit voivat tehdä

levytyssopimuksen levy-yhtiönsä kanssa, jossa he saavat suuremman osan voitoistaan sekä enemmän taiteellista vapautta kuin suuremmalla levy-yhtiöllä. Samaan aikaan Internetin tuoma vapaus tosin hankaloittaa artistin erottumista tuhansista muista artisteista ja levy-yhtiöistä.

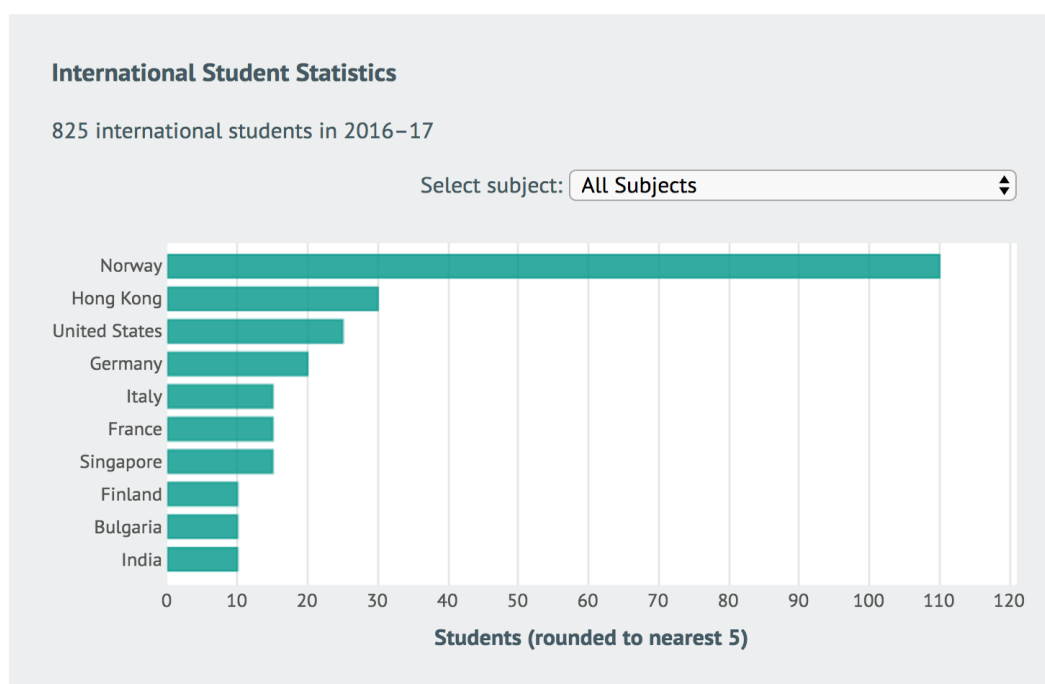
Musiikkiteollisuus on muuttunut huimasti 2000-luvulla. Uusi digitaalinen maailma on syrjäyttänyt fyysisten levyjen myymisen ja asettanut alan toimijat suurien haasteiden eteen. Musiikkiteollisuus ei enää ole niin suljettua ja hallittua, vaan se on osa isompaa lifestyle- tai tunnebisnestä. (Mattila, 2014)

Elektroninen musiikki on Internetin myötä kasvanut räjähdysmäisesti. Eikä ainoastaan levityksen helpottumisen myötä vaan siksi että Internetistä voi ladata useita erilaisia "DAW"-sovelluksia, eli tietokonemusiikin tekemiseen vaadittavia ohjelmistoja kuten Ableton Live, Pro Tools ja Logic jne. Nämä DAW-sovellukset ovat mahdollistaneet elektronisen musiikin vallankumouksen, sillä nykyään sitä tehdään kotona, omassa makuuhuoneessa ja keittiössä. Näin ne ovat myös osittain syrjäyttäneet perinteisten studioiden tarpeellisuuden musiikin tekemisessä ja nauhoittamisessa. Kuka tahansa voi ostaa tai "krätkätä" eli laittomasti ladata DAW-ohjelmiston, jolla voi aloittaa oman musiikillisen polkunsä. Elektronisen musiikin tekijöillä on tämän takia myös ns. "parempi asenne" musiikin tekemiseen. Tässä maailmassa ei ole salaisuuksia ja kaikkiin kysymyksiin voi löytää vastauksen netistä. Internet on täynnä tutorial- eli opetusvideoita kaikenlaisiin pulmiin ja kysymyksiin. Ei ole olemassa ns. "ammattisalaisuuksia". Elektroninen musiikki syntyi kokeellisena ja sitä kautta se on ikuisesti vapaa muun musiikin säännöistä. Tästä ovat kaikki elektronisen musiikin tekijät jollain tasolla yhteisymmärryksessä ja jakavat tietoa ja taitojaan, samplejään ja soundejaan netissä. Tämä on tärkeää jotta kaikilla olisi yhtä suuri mahdollisuus vapauttaa musiikillinen energiansa, varsinkin jos on syntynyt perheeseen, jolla ei ole varaa kustantaa soittotunteja. En ole kohdannut samantyylistä vapautta ja sääntöjen olemassa olemattomuutta muissa musiikin lajeissa ja siksi teen opinnäytetyötäni tästä aiheesta. Tämä sama vapaus toi minut ja ystäväni yhteen ja tämä on fundamentaalinen taso, jonka takia perustimme EEL-kollektiivimme.

4.2 Paikallinen konteksti (Falmouth)

Falmouthin live-musiikkia dominoi laulu- ja kitaramusiikki. Laulaja-lauluntekijät ja bändit, joilla on rajallinen äänipaletti hallitsevat Falmouthin livemusiikkikeneä. Biletyskeneä hallitsevat DJ:t ja elektroninen ”jumputus”-tanssimusiikki joka on kovin homogeenista sekä rajojen sisällä pysyvää toimintaa. Tämä ei tietenkään tule yllätyksenä, kitaramusiikki on ollut osa Englannin kulttuuria iät ja ajat. Onneksi Falmouth Yliopiston opiskelijoiden kansainvälisyys monipuolistaa sen musiikillista tarjontaa.

Taulukko 1. Kansainvälisten opiskelijoiden tilasto Falmouth Yliopisto 2016-17



Vuonna 2018 Falmouth Yliopistossa opiskeli yli 300 opiskelijaa 53:sta eri maasta. Kansainvälisyys on siis huomattavaa. Falmouthissa on paljon lahjakkaita elektronisen musiikin tuottajia, jotka eivät julkaise materiaaliaan kysynnän puutteen vuoksi, sillä aikaisemmin täällä ei ole ollut elektronisen musiikin kulisia. He eivät koe minkäänlaista tukea visiolleen tai projekteilleen, sillä edes yliopisto ei tarjoa juuri minkäänlaisia keikkamahdollisuuksia. Suurin osa tapahtumapaikoista on täyteen buukattu bändeillä ja laulaja-lauluntekijä-artisteilla, jotka eivät vedä niinkään paljon ihmisiä, sillä niitä Falmouthissa riittää.

Me näimme ja koimme omien keikkojemme kautta kuinka paljon yhteinen tukiverkko auttaa artisteja kasvamaan. Tuon puuttuvan tuen kautta päätimme kehittää ryhmän meille sekä potentiaalisille muille artisteille tulevaisuudessa. Huomasimme pian, että kun tarjoamme tapahtumapaikalle koko illan ohjelmiston, meidät otetaan avokäsin vastaan. Voimavaramme oli artistien erilaisuus ja musiikin tanssittavuus. Pystyimme rakentamaan kokonaisen illan ja yön viihteen klo 21-03 aloittamalla live-esiintymisillä ja lopettamaan omilla DJ:lämme, jotka olivat juuri niitä artisteja, jotka aikaisemmin esiintyivät. Näin pystyimme kontrolloimaan illan draaman kaarta ja pitämään sen dynaamisena. Ihmiset haluavat olla yhdessä, tanssia pimeyden ja räikeyden välimaastossa, sekä kokea live-esiintymisien synnyttämän latauksen. Me yhdistämme nämä kaikki esittelemällä audiovisuaalisen elämyksen EEL. Falmouthin pienuus on hyvin kätevä, koska sana levisi ja leviää yhä, sillä olemme ainoita, jotka yhdistävät interaktiiviset visuaalit ja elektronisen musiikin live-esiintymisten energian tanssilattian huumaan.

5 EEL – Brändäys

Visiona hallita URL (engl. online space) ja IRL (engl. in real life) -tilaa julkaisemalla kunnianhimoista elektronista musiikkia sekä järjestämällä vaikuttavia visuaalisesti miellyttäviä tapahtumia Falmouthissa. Visuaalisuus onkin ollut yksi kulmakiviämme. Tapasin heti vaihtoni alussa italialaisen Luca Salvagnon ja meistä tuli heti parhaita ystävyksiä. Näin paljastuikin, että hän teki visuaaleja. Pian hän olikin tekemässä niitä keikoillani ja myöhemmin EEL-kollektiivin syntyessä, kaikilla keikoillamme. Tämä lisäsi arvoamme keikkailumaailmassa, sillä annoimme faneillemme nyt audiovisuaalisen elämyksen mitä ei Falmouthissa ollut ennen nähty.

Arvomaailmanamme toimivat ainutlaatuisuus, mysteerisyys, itsenäisyys, DIY sekä progressiivisuus. Missiomme oli selkeä: Rakentaa monivivahteisten tapahtumien sekä uskaliaiden julkaisujen kautta vahva brändi, jota tultaisiin

kunnioittamaan. Me tähtäämme kansainväliseen maineeseen ryhmänä, joka tarjoaa transformatiivisen elämyksen maailmassa, jota hallitsee raha.

5.1 Inspiraatio muilta kokoonpanoilta

Bala Club on Lontoossa sijaitseva elektronisen musiikin maanalainen kollektiivi, joka syntyi veljesten Kamixlo, Uli K ja heidän parhaan ystävänsä Endgamen kanssa. Heidän toimintansa on ”vahva, omalaatuinen vastalause Lontoon perinteiselle tanssimusiikille” (Wheeler, 2016)

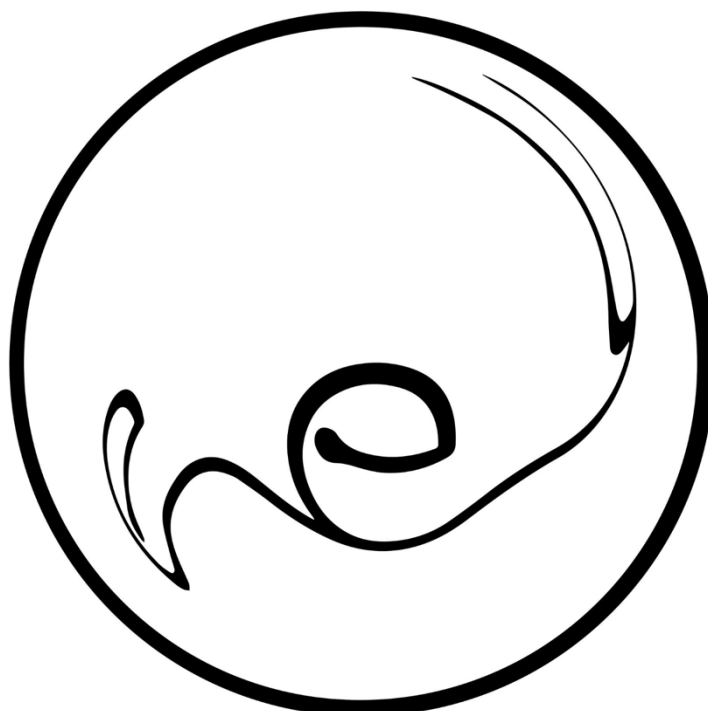
Kuten viittasin aikaisemmassa luvussa 2, Englannin konservatiivinen tapa johdattaa maataan vaikuttaa tällä hetkellä vahvasti myös taiteessa ja ihmisten mielissä. EEL-kollektiivin aatteena ovat samat periaatteet. Ahdasmielisyys Englannissa on aiheuttanut vastaliikkeitä ympäri maata ja nuoret ovat saaneet tarpeeseen. Haluamme taistella normeja ja jähmettyneitä tapoja vastaan.

Bala Clubiin oli helppo samaistua, sillä moni meistä inhoaa oman musiikkinsa leimaamista jonkinlaiseksi. Ensimmäinen vilkaisu heidän menoon ja meininkiinsä kiteyttää kaiken sen saman mitä halusimme edustaa omassa kollektiivisammekin.

“By the time we were 12 we’d already been through everything from N*Sync to Limp Bizkit to Dr Dre, and we were listening to avant-garde shit like Frank Zappa. Even now, I want to create something new. Things already feel quite stale and the whole idea with Bala Club is to never become formulated, never become stuck.” (Endgame, 2017)

Tämä toisenlainen ajattelu muodosti trion Bala Club. He alkoivat luomaan tapahtumia ja levy-yhtiön, tarkoituksenaan raivata tilaa, missä he viihtyvät.

5.2 Imago



Kuvio 1. EEL:n logo. Suunnittelija Davy Evans.

Maine muodostuu ikään kuin varjona brändistä. Se on kuva, jonka ulkopuoliset välillisesti rakentavat, kun taas imago muodostuu suoraan omista ajatuksista. Siihen vaikuttavat brändin ominaisuudet sekä imagon muodostajan henkilökohtaiset kokemukset. Maine liittyy siihen, mistä kyseinen brändi tunnetaan ja imago siihen, mitä mieltä joku on siitä brändistä. Imago luodaan omien tunteiden ja mielipiteiden kautta, kun taas maine toimii enemmän yleisellä tasolla. (Kortesuo, 2011)

"Identity in its various manifestations has grabbed our hearts and minds, because we are desperate to express our need to belong but also overtly to differentiate ourselves and our aspirations from those around us. If identity is the idea that marks the twenty-first century, then branding operates at its point of delivery". (Olins 2008, 18.)

Meille on hyvin tärkeää, että imagomme kuvaa meitä omina itsenämme eikä median muokkaamina tuotteina. Promokuvaamme (ks. Kuvio 2) laitoimme omat vaatteemme päälle ja kuvan otti norjalainen ystävämmme Nicholas Kristianssen, joka opiskelee täällä Falmouth Yliopistolla muotivalokuvausta.

Logon suunnitteli Davy Evans (ks. Kuvio 1), joka on Annie Hockeysmithin ystävä sekä kollaboraattori. Evans on suunnitellut muun muassa Aphex Twinin levykannen kuvituksen, joten tiesimme hänen ymmärtävän imagomme ja sen mitä haluamme edustaa.



Kuvio 2. Nicholas Kristianssen

6 Brändin tuote: EEL 001: julkaisujuhlat

Tässä luvussa esittelen oikean esiintymistilan löytämistä julkaisujuhlille, luovan mainonnan syntymisen prosessin, työryhmän sekä mitä julkaisujuhlissa tapahtui.

6.1 Oikean esiintymistilan löytäminen



Kuvio 3. Esiintymispaikka: 5 Below, Falmouth, UK. Kuvaaja: Eirik Gustavsen

Julkaisujuhlien teema oli selkeä: audiovisuaalinen elämys, joka esittelee EEL-artistit ja brändin. Venuen piti siis sopia teemaan. Pubeja Falmouthissa riittää, mutta niillä on tietty tunnelmansa, joka ei sopisi brändimme estetiikkaan eikä olisi tarpeeksi pimeä, jotta visuaalimme näkyisivät. Oikean venueen löytäminen olikin odotettua hankalampaa. Aluksi ajattelimme, että pidämme juhlit samalla

venuella kuin Aphex Twin keikkakin, mutta Pennance Mill Farmi on automatkan päässä Falmouthissa; ihmiset eivät halua ajaa keikalle, jossa aikovat juoda alkoholia. Seuraavaksi ajattelimme Rebel Brewery nimistä tapahtumapaikkaa, jonka kanssa teimmekin jo alustavan sopimuksen, kunnes meille ilmoitettiin, että Falmouth University on ostanut tilat ja aikoo repiä tilan alas rakentaakseen lisää opiskelija-asuntoja. Ihanaa. Siispä otimme yhteyttä tuttavaan, joka omistaa Kiwi Warehouse -tilan, mutta lupauksistaan huolimatta hän ei lopulta vastannut yhteydenottoihin ja päätimme jatkaa etsintää muualta. Neljäntenä yrityksenä kävimme Fish Factory tapahtumapaikkaa, mutta heidän pitäisi lopettaa ilta jo klo 23.00 minkä koimme liian aikaiseksi. Viidentenä yritimme Falmouth Rugby Club -tilaa, mutta se oli liian kallis. Kuudes kerta toden sanoo ja onnistuimme löytämään venueen julkaisujuhlimme nimeltä 5 below (ks. kuvio 3). Se täytti kaikki vaatimuksemme ja saimme sen jopa ilmaiseksi käyttöömme.

6.2 Luova mainonta



Kuvio 4. Kuvitus: Dougal Verinder Gedgen

Koska Falmouth on pieni kyläkaupunki, toimii siellä sosiaalisen median lisäksi perinteinen mainostaminen. Koreat flaijerit ja julisteet (ks. Kuvio 4) vetävät suuria määriä juhlijoita puoleensa pääkadulla ja kampuksilla. EEL-brändi on audiovisuaalinen elämys ja siksi oikeanlaisen julisteen tekeminen on meille hyvin tärkeää. Falmouthissa on paljon taiteellista väkeä ja päätimme käyttää tätä hyväksimme. Haluamme tukea paikallista taidetta, joka tukee visiotamme vapaasta taiteesta. Tapasimme Dougal Verinder Gedgen, graafisen suunnittelun opiskelijan yksissä useista "kotibileistä", joita Falmouth yliopiston opiskelijat viikoittain järjestävät. Löysimme toisistamme sielunveljet puhuessamme orgaanisten elementtien tärkeydestä elektronisessa musiikissa. Dougal oli ollut aikaisemmin keikoillamme ja kuvaili musiikkiamme orgaanisuuden ohella modulaariseksi taiteeksi. Hän halusi tuoda tätä ajatusmaailmaa esiin omassa taiteessaan käyttäen neliöitä ja sen muita eri muotoja. Keskustelimme yhteisestä visiosta joka pohjautuisi tähän ideologiaan ja lopulta päättyisi ihmisten mieliin EEL-brändinä. Teimme useita teasereita ja videoita sosiaalista mediaa varten käyttäen hyväksi omia videonkäsittelytaitojamme. Teimme juhlista facebook-eventin, jossa julkaisimme tasaisin väliajoin linkkejä toistemme musiikkiin ja artistisivuille.

6.3 Työryhmä

Miksaajat: Matt Jarvis ja Sanket Sarayia

Juliste: Dougal Verinder Gedgen

Visuaalit: Luca Slavagno

Kuvaaja: Eirik Gustavsen

Promoottori: Exist Project Promotion

Artistit: Kollektiivi kolmikko ja Ben Wood (Oh Mr James)

Työryhmä koostui ihmisistä, joiden kanssa kollektiivimme oli työskennellyt ennenkin. Koska debyyttini voi tehdä vain kerran, meille oli hyvin tärkeää, että pystyimme luottamaan ihmisiin, keiden kanssa työskentelimme. Oh Mr. Jamesin kanssa emme olleet aikaisemmin keikkailleet, mutta kävimme katsomassa hänen aikaisemman keikkansa varmistukseksi, että hänen musiikillinen

makunsa sopisi EEL-imagoomme. Joihinkin töihin jouduimme kuitenkin palkkaamaan uusia ihmisiä kuten promoottorin ja kuvaajan työhön. Pyysimme ehdokkailta portfoliota heidän töistään, jotta pystyisimme tarkastamaan heidän työnsä laadun sekä varmistamaan julkaisujuhlien kehityksen. Valitettavasti portfolioden läpikäyminen ei ollut tarpeeksi kattava tapa valita uusia työntekijöitä. Palkkaamamme kuvaaja ilmoitti päivää ennen juhlia, ettei pääsekään paikan päälle. Promoottori ei tuonut hurjia määriä ihmisiä esiintymispaikalle eikä pyytänyt kaikilta lippumaksua. Tästä opimme, että tulevaisuuden tilaisuuksiin teemme uusien työntekijöiden kanssa sähköpostin välityksellä lainsäädännöllisesti sitovan sopimuksen, joka kattaa työnkuvan sekä vaatimukset.

6.4 Julkaisujuhlat

Julkaisujuhlissa esiintyivät itseni lisäksi Annie Hockeysmith, Lukash Kucharski ja kollektiivin ulkopuolinen artisti Ben Wood aka Oh Mr. James (ks. Kuvio 5). Visuaalit loihti ystävämme italialainen Luca Salvagno ja kuvat norjalainen Eirik Gustavsen. Heistä tulisi myöhemmin osa kollektiivia. Äänimiehinä toimivat ystävämme Matt Jarvis ja Sanket Sarayia. Vuokrasimme yliopistolta omat äänentoistovälineet, sillä tiesimme aikaisemmilta keikoilta vuenen omien olevat huonot. Esiintymiset menivät loistavasti ja tupa oli täynnä. Neljän esiintymisen lisäksi omat artistimme soittivat levyjä yömyöhään ja tanssilattia oli täynnä iloisia juhlijoita.

Teimme kyselylomakelaatikon juhliin, joka sijaitsi baarissa ja sisälsi yhden kysymyksen: "Osallistuisitko uudestaan EEL-juhliin kokemasi perusteella?" Saimme 40 vastausta, joista kaikki olivat: kyllä.

Opimme, että esiintymispaikat ovat enemmän kuin tyytyväisiä siitä, että tarjomme koko illan ohjelman, sillä heidän ei tarvinnut tehdä eventin eteen muuta kuin avata ovet. Vähensimme siis heiltä työmäärää ja tarjosimme asiakkailamme hyvät baaritulot. Oli selvää, että tuotteestamme sekä asenteestamme pidettiin. Julkaisujuhlien jälkeen kättelimme omistajan kanssa heti kättä päälle seuraavan live keikan järjestämisestä.



The Event

Kuvio 5. Kuvakollaasi EEL julkaisujuhlista. Esintymispaikka: 5 Below, Falmouth, UK. Kuvaaja: Eirik Gustavsen

7 Taloushallinto ja lainsäädännöllinen suoja

Ennen julkaisujuhlia, meidän piti laatia budjetti. Minä, Lukash ja Annie kaikki sijoitimme kaikki 50 puntaa yhteensä, eli vaivaiset 150 puntaa oli meidän lähtökassamme. Emme itse ottaneet rahaa keikoiltamme vaan sijoitimme sen EEL-

kollektiiviin. Pyysimme artistin nimeltä Oh Mr James mukaan esiintymään, sillä pidimme hänen musiikistaan ja ajattelimme hänen mahdollisesti sopivan kollektiiviimme tulevaisuudessa. Maksoimme hänelle 25 puntaa esiintymisestä. Käytimme 20 puntaa kuvaajaan, sillä tarvitsimme promo-materiaalia keikan jälkeiseen toimintaan. Kollektiivin ulkopuoliset ystävämme toimivat live-miksaajina ja saivat 20 puntaa. Visuaalien tekijä Luca Salvagno ja videon kuvaaja saivat 15 puntaa. Eventin mainostamiseen käytimme Facebook mainoksia 15 punnan verran ja mainosjulisteiden printtaamiseen 13.1 puntaa. Itse julisteen suunnitteluun meni 10 puntaa. Maksoimme 30 puntaa Exist Project promottorille, joka lupasi mainostaa juhliamme, tuoda vieraita sekä toimia ovimiehenä.

Taulukko 2. Julkaisujuhlien budjettitoteuma

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1										
2			Income		Tickets Income			Personal Investment		
3		Investment	150		Capacity	100		Inka	50	
4		Tickets	210		Expected Percent	70%		Annabel	50	
5		Total	360		Expected Number	70		Lukasz	50	
6					Ticket Price	3		Invested	150	
7					Ticket Income	210				
8										
9										
10		GIG SPENDING			TOTAL					
11		Expenses	Spending			Money Left	166.9			
12		Printing	13.1			Profit	16.9			
13		Stage Setup	30							
14		Poster Design	10							
15		Film	15							
16		Photography	20							
17		Oh Mr James	25							
18		Sound Person	20							
19		Visual Artist	15							
20		Facebook Advert	15							
21		Exist project prom	30							
22		Total Expenses	193.1							
23										
24										
25										

Päätimme pyytää lipuista hieman enemmän sillä 002 juhlat ovat myös EP julkaisujuhlat, joissa esiintyy enemmän artisteja kuin yleensä sekä esiintymispaikalla olisi myöhempi sulkemisajankohta.

Esiintyjät tälle keikalle olivat kieltämättä erikoisia, sillä kollektiivin jäsenten lisäksi saimme paikan päälle soittamaan Norah Lorwayn, joka on musiikin lehtori Falmouth Universityllä ja tekee teknoa koodaten. Esiintyjiin kuului Norahin ja Hockeysmithin lisäksi Omoo, Penryn Space Agency, Context ja Hallion.

Nämä juhlat olivat loppuunmyyty ennen klo 23.00, eivätkä kaikki halukkaat päässeet sisään. Tästä opimme, että voimme nostaa vieläkin enemmän lippujemme hintaa seuraavaan tilaisuuteemme. Ymmärsimme myös, että myöhäisempi sulkemisajankohta kasvatti juhlijoiden humalatasoa. Siksi päätimme tulevaisuudessa palkata viimeisen ovimiehen vuoroon fyysisemmän henkilön, joka pystyisi kontrolloimaan päihtynyttä ihmistulvaa paremmin.



Kuvio 6. Esiintymispaikka: 5 Below, Falmouth, UK. Kuvaaja: Joe Allison



Kuvio 7. Esiintymispaikka: 5 Below, Falmouth, UK. Kuvaaja: Joe Allison

Julisteen luomiseen käytimme taas Dougal Gedgeä (ks. Kuvio 8) sillä pidimme hänen aikaisemmasta työstään ja visiostaan. Tämän julisteen tausta on 3D printterin skannaus näyttelystä Lontoossa, jossa hän oli mukana. Hän ilmentää työssään EEL artisti Omooon live hetken, yhdistäen digitaalisen olemuksemme julisteeseen, käyttäen modulaarisia neliöitä kolmiulotteisella kosketuksella.



Kuvio 8. Juliste Dougal Gedge

9 EEL 003

EEL 003 tilaisuus 1.3 oli viimeinen, jonka aiomme tehdä 5s venuella. Olemme pitäneet siellä jo useita tapahtumia erittäin hyvällä menestyksellä. Emme kuitenkaan halua jämähtää paikoillemme vaan kasvaa ja haastaa itseämme sekä tapahtumiamme.

Julisteen tekemiseen pyysimme Dougal Verinder Gedge uudelleen sillä hän ymmärsi visiomme edellisellä keikalla. Esiintymässä tällä kerralla itseni lisäksi Omoo (dj set), Armenez (Jago Coleman), Angel Baby (Andrew Kimble) ja Terry Bliss (Barnaby Fryer) (ks. Kuvio 10).

Viime keikasta opimme, että voimme nostaa lippujen hintoja, mutta viime juhlat olivatkin suuret sillä ne olivat Hockeysmith EP julkaisujuhlat. Halusimme että ihmiset saapuisivat paikan päälle aikaisemmin joten päätimme lippujen hinnaksi 3 puntaa ennen klo 22 ja 4 puntaa sen jälkeen. Näin saimme ihmisiä aikaisemmin venueelle kuulemaan kaikkien artistien setit. Tämä toimi yllättävän hyvin ja jo klo 21.00 tupa oli puoliksi täynnä. EEL 002 juhlista opimme myös, ettemme voi luottaa samaan promoottoriin ja ovimieheen, joten päätimme kokeilla tätä itse. Jokainen artisti oli ovimiehenä 90 minuuttia jossain kohti iltaa. Näin onnistuimme säästämään kuluissa ja varmistimme että lipuista maksettiin.

Koska EEL julisteet 001 ja 002 olivat mustavalkoisia, tulimme siihen tulokseen, että nyt olisi oikein räikeiden värien aika (ks. Kuvio 9)



Kuvio 9. Juliste Dougal Gedge

Printtasimme useilla voimakkailla väreillä erilaisia versioita julisteesta ja veimme niitä taas ympäri yliopistoa ja kaupunkia (ks. Kuvio 9). Sosiaalista mediaa varten loimme GIFF-videoita julisteiden eri väreissä.

Jo kolmannen kerran meillä töissä oleva Dougal Gedge on jo integroitunut osaksi kollektiiviamme ja kuvaa julistetta seuraavasti:

“The poster - it's very stark and black and white, and uses more image than text, and for once, the modular system for type was broken to encapsulate more of a flowing aesthetic, as to me, the essence of EEL right now is to really consolidate a feeling or moment in time than anything else” (Gedge, 2019)

Tämän lisäksi jokainen artisti teki kymmenen sekunnin videon, jolla mainosti omaa keikkaansa juhlissa. Näiden avulla teimme lähtölaskennan keikkaa varten sosiaalisessa mediassa.





Kuvio 10. Kuvakollaasi EEL 003 juhlista. Esiintymispaikka: 5 Below, Falmouth, UK. Kuvaaja: Joe Allison

10 Pohdinta

10.1 Reflektio

On hämmästyttävää, kuinka paljon erilaista taitoa ympärilläni täällä Falmouthissa on. Koko ajatus kollektiivista syntyi täysin tästä kokemuksesta. Oli hyvin kummallista, kuinka vähän rahaa loppujen lopuksi EEL- kollektiiviin laitoimme, 150 punttaa oli lähtökassa. Esiintymispaikat keikoille saimme kontaktiemme kautta ilmaiseksi, ystävämme kuvasivat promomateriaalit, tekivät visuaalit keikoille ja suunnittelivat keikkajulisteet, yliopisto tarjosi joogatilan, kamerat, ääntövälineet, studiot...Yliopisto todellakin tarjosi alustan ja välineet. Ainoa mitä meiltä tarvittiin, oli visio ja aloitekyky.

Jos voisin palata ajassa takaisinpäin, niin keskittäisin paljon enemmän energiaa ihmisten työnkuvien nimittämiseen. Epämääräisyys siitä kuka tekee mitä ja milloin, vei meitä kehnon kommunikaation tielle, joka lopulta söi minua henkilökohtaisesti niin paljon, että melkein lopetin EEL-jäsenyyteni. Päätin jäädä pois ydinjäsenyydestä, koska en kestänyt tiedottomuuden tilaa. Lensin pari kertaa Englantiin jopa tilattua keikkaa varten, jota ei loppujen lopuksi tapahtunutkaan, mutta minua ei informoitu asiasta tarpeeksi ajoissa. Oli useita tilanteita, joissa viesteihini Suomesta ei vastattu, joka luonnollisesti aiheutti minussa turhautumista ja energiatasoni kollektiivin eteenpäin viemiseen laski. Kollektiivi, joka on rakennettu ystävien taidoilla ja rakkaudella elättää itseään hyvillä suhteilla. Palkkio on yhdessä elettyt hyvät ajat, ei taloudellinen hyöty. Jos kollektiivin jäsenet kokevat itsensä hyväksikäytetyiksi, kollektiivin perusta alkaa rappeutua.

10.2 Ystävyys ja bisnes

Huomasin että kaikki kollektiivimme jäsenet eivät ymmärtäneet, että ystävyys ja bisnes eivät ole sama asia. Kuvaajamme ja visual artistimme alkoivat tuntemaan, että vietämme heidän kanssaan ainoastaan aikaa, kun puhumme töistä ja tulevista suunnitelmista. Olin omassa innostuksessani unohtanut, että

ystävyyden, joka aloitti kollektiivin ei elä ilman omaa tilaansa. Piti siis opetella jättämään työt välillä pois mielestä ja käydä yksinkertaisesti oluella puhumassa muista asioista. Onneksi ymmärsin tämän ajoissa eivätkä suhteeni tulehtuneet.

Jos kukaan lukee opinnäytetyötä ajatuksena järjestää oma kollektiivi, niin haluaisin korostaa seuraavaa pointtia: kollektiivi syntyy ystävyyden nimissä, siis ystävyyden pitäisi aina olla korkeammassa asemassa kuin bisnespuolen. Muuten kollektiivin sydän kuihtuu ja lopulta jäljelle ei jää mitään. Kuten yhteiskunnassa, yhteisössä on erilaisia toimijoita ja yksilöiden valinnat vaikuttavat yhteisön toimintaan.

Falmouth University ei ehkä opetussisällöltään ja metodeiltaan ole yhtä vakuuttava kuin Metropolia, mutta yhden asian se tekee paremmin. Se tarjoaa eri opintoalojen diversiteetin, joka toimii alustana opintojen lisäksi myös ihmissuhteiden syntymiseen, sillä yliopisto järjestää yllättäen kovan luokan bileitä. Tässä luonnollisessa ympäristössään opiskelija pystyy luomaan paremmin uusia ystävyys-suhteita, joiden kautta taas puolestaan syntyvät opiskelijälähtöiset ideat yhteisprojekteista, joissa vaikuttaa sisäinen motivaatio ja oma luovuus. Tämä tarkoittaa sitä, että kiinnostus koulun ulkopuoliseen opiskelemiseen kasvaa eksponentiaalisesti. Tämä on niin sanottua orgaanista kasvua. Kaiken lisäksi Falmouth University tukee eri kurssien välisiä kollaboraatioita. Eri alojen välinen yhteistyö on korvaamatonta toimintaa, jota oma kurssi ei välttämättä tarjoa. Välillä saattaa myös tuntua siltä, että omien kurssilaisten kanssa kilpaillaan. Opiskelijan henkilökohtainen kasvu tapahtuu työskentelemällä eri työtaidon omaavien opiskelijoiden kanssa omien ammattitaitojen käyttämisellä yhteisen hyvän vuoksi kilpailun sijaan.

Lähteet

Gedge, D. (a) (2019). [Facebook keskustelu, ei julkista pääsyä]. [Viitattu 22.2.2019].

Gedge, D. (b) (2019). [Facebook keskustelu, ei julkista pääsyä]. [Viitattu 22.2.2019].

Haidari, N. (2017). *Aesthetic: Bala Club*. [internet] Crack Magazine. Saatavissa: <https://crackmagazine.net/article/long-reads/aesthetic-bala-club/> [Viitattu 2.12.2018].

Kortesuo, K. (2011). *TEE ITSESTÄSI BRÄNDI - ASIANTUNTIJAVIESTINTÄ LIVENÄ JA VERKOSSA*. Helsinki: Docendo Oy, sivut 9-10. [Viitattu 22.2.2019].

Mattila, A. (2014). CD-levybisnes on kuollut – musiikkibisnes voi hyvin. Teostory. Teosto. 9.12.2014. [internet] Saatavissa: <https://www.teosto.fi/teostory/anni-mattila-cd-levybisnes-kuollut—musiikkibisnes-voi-hyvin> [Viitattu 15.7.2018]

Olins, W. (2008). *The brand handbook*. London: Thames & Hudson. [Viitattu 22.2.2019].

Suojanen, U. (n.d.). *Ulla Suojanen: Toimintatutkimus ammatillisen kehittymisen välineenä*. [internet] METODIX. Saatavissa: <https://methodix.fi/2014/05/19/suojanen-toimintatutkimus/> [Viitattu 12.7.2018].

Thecompleteuniversityguide.co.uk. (2019). *International Students - Falmouth University*. [internet] Saatavissa: <https://www.thecompleteuniversityguide.co.uk/falmouth-university/international> [Viitattu 20.1.2019].

Wheeler, S. (2016). *Meet Bala Club, the young collective who refuse to play by the rules*. [internet] Mixmag. Saatavissa: <https://mixmag.net/feature/meet-bala-club-the-young-collective> [Viitattu 2.8.2018].