

Taidetta vai liiketoimintaa

Elämää yhtyeessä – case Takomo

Timo Hakala

OPINNÄYTETYÖ
Marraskuu 2020

Musiikkipedagogi (YAMK)

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Musiikkipedagogi (YAMK)

HAKALA, TIMO:
Taidetta vai liiketoimintaa
Elämää yhtyeessä – case Takomo

Opinnäytetyö 60 sivua, joista liitteitä 2 sivua
Marraskuu 2020

Opinnäytetyöni tutkii ja analysoi Takomo-yhtyeen uuden show'n, Time, tuotannon eri vaiheita ja harjoitusprosessia sekä ryhmän vuorovaikutusta ja toimintaa projektin aikana.

Opinnäytetyöni tutkii, miten tiiviisti yhdessä työskentelevän ryhmän sisäinen vuorovaikutus ja toiminta vaikuttavat sekä projektin onnistumiseen että laajemmin yhtyeen menestymiseen.

Tutkimuksessa tarkastellaan myös projektin edistymistä vaihe vaiheelta ja tutkitaan, kuinka laajaa osaamista kokonaisvaltaisen esityksen valmistamiseen tarvitaan.

Aineisto koostuu Takomo-yhtyeen jäsenille kohdistetun kyselytutkimuksen vastauksista sekä henkilökohtaisesta reflektiosta, joka perustuu ryhmän aktiiviseen, osallistuvaan havainnointiin. Kyselytutkimukset suoritettiin ennen projektia ja sen jälkeen. Tutkimus on luonteeltaan laadullista tutkimusta.

Tutkimuksen tulosten perusteella oli mahdollista esittää esimerkiksi ajankäyttöön liittyviä suosituksia ja toimenpiteitä, joilla on mahdollista tehdä tämän kaltaisten teosten harjoitusprosesseista vielä tehokkaampia.

Asiasanat: yhtye, ryhmä, vuorovaikutus, musiikki, tuotanto, markkinointi

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Master`s Degree Programme in Music

HAKALA, TIMO:
Art or Business
Life in a Band – Case Takomo

Bachelor's thesis 60 pages, appendices 2 pages
November 2020

The thesis examines and analyzes the different stages and rehearsal process of the production of Takomo`s new show, Time, as well as the group`s interaction and activities during the project.

The aim of the thesis is to study how the interaction and activities of a group working closely together affect both the success of the project and the success of the band more broadly.

The study also examines the progress of the project step by step and examines the importance of expertise in the preparation of a comprehensive show.

The material consists of the answers to a survey of the members of the Takomo band, as well as a personal reflection based on the group`s active, participatory observation. Surveys were conducted before and after the project. The research is qualitative in nature.

Based on the results of the study, it was possible to present recommendations and measures related to the use of time, which could make the rehearsal processes of these kinds of works even more efficient.

Key words: band, group, interaction, music, production, marketing

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	TAKOMO	7
	2.1 Taustatietoa tutkimuksen kohteena olevasta Takomo-yhtyeestä ...	7
	2.2 Projektin kuvaus.....	9
	2.3 Tutkimuksen kohde ja menetelmät.....	10
3	RYHMÄ.....	13
	3.1 Mikä on ryhmä?.....	13
	3.1.1 Mikä on lyömäsoitinyhtye?	15
	3.1.2 Mikä on rumpuryhmä?.....	16
	3.2 Ryhmän elinkaari	18
	3.3 Vuorovaikutus ryhmässä.....	21
	3.4 Mistä tunnistaa hyvin toimivan ryhmän?	24
4	TIME	28
	4.1 Musiikki	28
	4.2 Koreografia	30
	4.3 Käsikirjoitus.....	32
	4.4 Spoken Word	34
	4.5 Visuaaliset elementit	36
	4.6 Videon kuvaus.....	37
	4.7 Videon editointi.....	38
	4.8 Videon julkaisu	39
	4.9 Markkinointi	41
	4.10 Business-to-business-markkinointi	43
	4.11 Brändi	44
	4.12 Yhteistyökumppanuus	46
5	TULOKSET	48
6	POHDINTA	52
	LÄHTEET.....	55
	LIITTEET	59
	Liite 1. Ennen projektia toteutettu kyselytutkimus	59
	Liite 2. Projektin jälkeen suoritettu kyselytutkimus	60

1 JOHDANTO

Yhtyeenä menestyminen vaatii laaja-alaista osaamista ja useiden eri asioiden samanaikaista onnistumista. Joku tekee sävellyksen, joku videon. Kolmas ottaa kuvat ja neljäs hoitaa promootion. Yhtyeen toisten jäsenten kanssa olisi hyvä myös tulla toimeen.

Yhtyeen menestykseks pyörittäminen vaatiikin valtavan määrän työtä ja onnistumisia usealla eri rintamalla, koska työhön liittyy niin paljon muutakin kuin pelkkä musiikki ja sen esittäminen. Soittotaidon ja taiteellisen vision lisäksi yhtyeessä tarvitaan erinomaisia sosiaalisia taitoja ja useita liiketoiminnasta tuttuja toimintamalleja. Muun muassa promootio, markkinointi, palaverit, aikataulut, sosiaalisen median käyttö ja hyödyntäminen sekä kuvien ja videoiden kuvaukset ovat iso osa yhtyeen arkea ja vievät samalla valtavan osan energiasta ja ajasta.

Nykyään kuluttajan ajasta kilpaillaan myös valtavassa sisältömeressä. Viime vuosien kehityksen myötä älypuhelimet, tabletit ja tietokoneet ovat nykyään lähes aina ihmisten käsillä ja sisältöä löytyy internetistä rajattomasti. (TieKu 2020a.) Maailmanlaajuisen populaarikulttuurin ja musiikkiteollisuuden kehitys on vahvasti ollut kytkettynä teknologian kehitykseen. Ennen äänen tallentamisen ja kopioimisen mahdollisuutta musiikki oli paikallinen ilmiö, jolloin sitä kuunneltiin pääasiassa siellä, missä sitä tehtiinkin. (Saaristo & Jokinen 2004, 223.) Nykypäivänä pelkällä hyvällä musiikilla kiinnitetään kuulijan huomio yhä harvemmin. International Federation of Phonographic Industry:n (IFPI 2020) teettämän tutkimuksen mukaan jopa 47 % musiikista kuunnellaan nykyään YouTube-videoalustan kautta. (IFPI 2020.)

Yhtyeet toimivat usein myös kovan paineen alla. Esitysten täytyy onnistua täydellisesti, levyjen pitää myydä ja nykyajan ihmisten kulutustavat huomioon ottaen uutta materiaalia on tuotettava jatkuvalla syötöllä. Jos yhtyeen toiminnalla haluaa lisäksi tulla vielä toimeen, taiteellisen sisällön olisi myös oltava sellaista, jolla on mahdollista ansaita elantonsa. Oma yhtye täytyy silloin osata myös tuotteistaa ja kaupallistaa.

Opinnäytetyössäni tarkastelen, millaisia asioita tiiviisti yhdessä työskentelevä yhtye käy läpi matkan varrella ja miten tärkeässä roolissa ryhmän sisäiset sosiaaliset suhteet ovat. Työn keskiössä on selvittää, miten ryhmän sisäinen vuorovaikutus ja toiminta vaikuttavat sekä yksittäisen projektin onnistumiseen että laajemmin yhtyeen menestymiseen.

Opinnäytetyössäni tarkastelen myös, kuinka laajaa osaamista tavoitteellisena yhtyeenä toimimiseen vaaditaan nykypäivänä soittamisen lisäksi. Tavoitteena on tutkia yksityiskohtaisesti tuotannon eri vaiheita ja yhtyeen toimintaa kokonaisvaltaisesti projektin aikana, sekä esittää toimintaehdotuksia prosessin ja toiminnan tehostamiseksi.

Työ jakaantuu kuuteen eri osaan. Toisessa luvussa esittelen tutkimuksen kohteena olevan Takomo-yhtyeen ja sen jäsenet, ja kerron Takomo-yhtyeen historiasta ja taustoista. Kuvailen luvussa yleisellä tasolla myös projektin eri vaiheiden sisältöä ja niiden etenemistä, sekä kerron työssä käytetyistä tutkimustavoista ja menetelmistä.

Luvussa kolme pureudun ryhmän toiminnan kannalta oleelliseen teoreettiseen taustaan. Luvussa tarkastellaan ryhmää käsitteenä, ryhmän yleisimpiä kehitysvaiheita, vuorovaikutuksen merkitystä ihmisten välisessä kanssakäymisessä, sekä tyypillisimpiä hyvin toimivan ryhmän tunnusmerkkejä. Alaluvuissa 3.1.1 ja 3.1.2 esitellään lyhyesti myös lyömäsoitinyhtyeiden ja rumpuryhmien historiaa. Näiden osioiden tarkoitus ei ole niinkään uppoutua tämän kaltaisten ryhmien historiaan syvällisemmin, vaan auttaa lukijaa ymmärtämään tutkimuksen kohteena olevan ryhmän taustoista enemmän.

Neljäs luku keskittyy itse projektin, Time, kuvaukseen. Osiossa käydään yksityiskohtaisesti läpi kaikki tämän kaltaisen teoksen tuotantoon tarvittavat ja liittyvät vaiheet. Näiden vaiheiden teoreettisen taustan tarkastelun lisäksi osassa käydään läpi yhtyeen toimintatapoja projektin aikana vaihe vaiheelta.

Luvussa viisi esittelen tutkimuksen keskeiset saavutetut tulokset ja luvussa kuusi tarkastelen ja arvioin tulosten merkityksiä.

2 TAKOMO

2.1 Taustatietoa tutkimuksen kohteena olevasta Takomo-yhtyeestä

Takomo on vuonna 2008 perustettu neljän lyömäsoittajan ryhmä, joka on esiintynyt useiden vuosien ajan niin Suomessa kuin kansainvälisestikin, muun muassa Qatarissa pelatussa FC Barcelonan ja Al Ahli FC:n välisessä jalkapallo-ottelun avausseremoniassa sekä ison kansainvälisen yhtiön tuotelanseerauksessa Hampurissa, Saksassa. (Takomo 2020a.)

Yhtye muodostui alun perin Tampereen Konservatorion lyömäsoitinluokan jäsenistä, ja se toimi vuosia lähinnä klassista lyömäsoitinmusiikkia esittävänä lyömäsoitinyhtyeenä. Yhtye esitti paljon muun muassa John Cagen, Edgard Varèsen ja Lou Harrisonin teoksia. Esityksissä oli usein suuri määrä erilaisia instrumentteja: marimbat, ksylofonit, vibrafonit, patarummut ja lukuisat muut lyömäsoittimet olivat aina osa yhtyeen esiintymisiä. Muutamien vuosien keikkailun jälkeen ryhmän sen aikaisille jäsenille kehittyi yhteinen ajatus soittaa klassisilla lyömäsoittimilla myös jotain muuta kuin klassista musiikkia. Yhtye alkoi rohkeasti ja määrätietoisesti edetä tähän suuntaan tehden omia sovituksia ja kappaleita. Yhtye osallistui vuonna 2009 myös Talent Suomi -kilpailuun yltaen aina semifinaaleihin asti. (Takomo 2020a.)

Vuosien aikana yhtyeen kokoonpano on muovautunut useasti monista eri syistä, esimerkiksi opiskelut ja työpaikat ovat kuljettaneet yhtyeen alkuperäisiä jäseniä moniin eri suuntiin. Yhtye on lukuisista muutoksista huolimatta pysynyt kuitenkin aina toiminnassa ja kehittänyt yhtyeen alkuperäistä ajatusta eteenpäin. (Takomo 2020a.)

Yhtyeen alkuperäinen nimi, Takomo Percussion, viittasi läheisesti klassista lyömäsoitinmusiikkia esittäviin yhtyeisiin, joiden nimistä useasti löytyy percussion-jälkiliite, esimerkiksi Amadinda Percussion (Amadinda 2020) ja So Percussion (So Percussion 2020). Koska yhtye halusi karistaa klassisen lyömäsoitinyhtyeen leimaa hartioiltaan, se päätti luopua nimen loppuosasta

vuonna 2015 ja nimeksi muutettiin ytimekäs Takomo. Samoihin aikoihin nykyinen neljän hengen kokoonpano sai muotonsa. (Takomo 2020a.)

Yhtyeen muodostaa neljä klassisesti koulutettua lyömäsoittajaa, jotka vaikuttavat laajasti eri puolilla Suomen musiikkielämää.

Oskari Auramo on yhtye- ja orkesterimuusikoksi valmistunut rumpali ja lyömäsoittaja. Hän on toiminut muusikkona jo yli kymmenen vuoden ajan niin kevyen kuin klassisenkin musiikin kentällä. Vuodesta 2014 lähtien Auramon vakituinen työpaikka on ollut Tasavallan presidentin edustusorkesteri Kaartin soittokunta Helsingissä. (Auramo 2020.)

Juho Fabrin valmistui musiikkipedagogiksi (AMK) vuonna 2013 Tampereen ammattikorkeakoulusta. Fabrin toimii lyömäsoitinten soiton opettajana Valkeakosken musiikkiopistossa ja on työskennellyt muusikkona lukuisissa eri teatteri- ja sirkusproduktioissa, muun muassa Sorin Sirkuksella ja Törnävän kesäteatterissa. (Fabrin 2020.)

Timo Hakala valmistui musiikkipedagogiksi (AMK) Tampereen ammattikorkeakoulusta vuonna 2014. Hakala työskentelee lyömäsoitinten soiton opettajana Tampereen Konservatoriossa ja Pirkanmaan musiikkiopistolla. Hän on toiminut myös freelancemuusikkona jo yli kymmenen vuoden ajan kaupunginorkestereissa ympäri Suomen ja lukuisissa teatteriproduktioissa, muun muassa Tampereen Teatterin musikaaleissa Sugar ja Les Misérables. (Hakala 2020.)

Mikko Renfors on musiikkituottaja, äänittäjä ja säveltäjä. Renfors on opiskellut Tampereen ammattikorkeakoulussa pääaineenaan lyömäsoittimet sekä musiikkiteknologiaa Taideyliopiston Sibelius-Akatemiassa. Hän on toiminut musiikkituottajana lukuisissa teatteriproduktioissa, muun muassa Tampereen Työväen Teatterissa esitetyssä Tytöt 1918 -musikaalissa sekä vastannut musiikin äänityksestä ja miksauksesta uusimmissa Risto Räppääjä -elokuvissa. (Renfors 2020.)

Takomo on koko historiansa ajan toiminut hyvin laaja-alaisesti. Yhtye on tehnyt muun muassa yhteistyötä useiden nimekkäiden suomalaisartistien kanssa, keikkailut konserttisaleissa sekä tehnyt useita live-esiintymisiä televisiossa ja koulukonserttikiertueita ympäri maata. Tämän lisäksi yhtye on julkaissut lukuisia videoita, jotka ovat keränneet runsaasti katselukertoja YouTubessa. (Takomo, 2020b.)

2.2 Projektin kuvaus

Yhtyeen jäsenet tuottivat vuoden 2020 aikana uuden show'n Time ja sen rinnalla YouTube-videojulkaisun esityksen markkinointia varten (Takomo, 2020c). Videon kohdeyleisöksi oli ennalta määriteltä tapahtumatuottajat ja yritysasiakkaat. Videon tarkoituksena oli esitellä Takomo-yhtyeen uuden show'n visuaalista ilmettä ja sisältöä sekä luoda kattava markkinointimateriaali tukemaan yritysmyyntiä. Videon ensisijainen kohdeyleisö valikoitui sillä perusteella, että yhtye esiintyy suurilta osin isoissa yksityisissä yritystapahtumissa, ja erityisesti tässä ympäristössä uusiutuminen ja asiakkaiden mielenkiinnon ylläpitäminen on hyvin tärkeää ja oleellista: uutta ja kiinnostavaa materiaalia on tuotettava jatkuvasti.

Takomo on tuottanut historiansa aikana lukuisia erilaisia videojulkaisuita, muun muassa Martin Garrixin Animals cover-videon (2014), ensimmäisen oman sinkun Lights Off -musiikkivideon (2015) ja oman kapulamallin mainosvideon (2017) (Takomo, 2020a). Näiden videoiden tuottamisen kautta kertyneen kokemuksen ja osaamisen myötä Time-projekti päätettiin ja haluttiin toteuttaa pääsääntöisesti yhtyeen jäsenten omin voimin. Tämä antoi tiettyjä vapauksia muun muassa kuvauspäivän suhteen, jolloin oli mahdollista vapaammin vielä kokeilla myös hetkessä syntyviä ideoita.

Projekti sai alkunsa vuoden 2020 alussa. Ryhmän kesken käytyjen keskusteluiden ja pohdintojen perusteella kävi ilmi, että ryhmä koki tarvitsevansa uutta materiaalia yritysmyynnin lisäämiseksi. Aiemman materiaalin turvin oli jo keikkailtu vuosia ja yhtye päätti ryhtyä valmistelemaan kokonaan uudenlaista show'ta. Kokonaisuuden hahmottelu aloitettiin musiikin sävellyksellä

alkuvuodesta. Tämän raakaversioiden pohjalta teoksen yleisilmettä ja runkoa alettiin rakentaa.

Rummuilla soitettavan materiaalin sävellys sekä koreografioiden valmistelu aloitettiin toukokuussa 2020. Rytmikuviot ja liikkeet luotiin sekä yhdessä että erikseen ideoiden ja soittaen. Tätä työtä ja ideoiden heittäilyä jatkettiin kesän aikana, jonka jälkeen järjestettiin harjoitusviikonloppu Helsingissä. Tämä sessio kuvattiin myöhempää tarkastelua varten ja nuotinnettiin. Kun yhteinen runko ja hahmotelma kokonaisuudesta oli luotu, oli aikaa itsenäisen harjoittelun jaksolle. Tämän jälkeen siirryttiin yhteisharjoitteluun, jolloin tehtiin myös viimeisiä tarvittavia korjauksia sekä soitettaviin asioihin että liikesarjoihin.

Harjoitusjaksojen jälkeen video kuvattiin syyskuussa Tampere-talon Maestrosalissa yhden tiiviin kuvauspäivän aikana. Materiaalia kuvattiin mahdollisimman kattavasti ja sen editointi tapahtui syys-lokakuussa. Video julkaistiin marraskuussa 2020 yhtyeen omalla YouTube-kanavalla (Takomo, 2020b).

2.3 Tutkimuksen kohde ja menetelmät

Tutkimuksen kohteena on Takomo-yhtyeen uuden show'n, Time, tuotanto, harjoitusprosessi, videon kuvaus, julkaisu ja markkinointi, sekä ryhmän vuorovaikutus ja toiminta projektin aikana. Toimin itse soittajana ja ryhmän jäsenenä tässä produktiossa. Projektissa olivat mukana kaikki yhtyeen neljä jäsentä.

Tutkimuksessa käsitellään tuotannon eri vaiheita ja yhtyeen jäsenten kokemuksia projektista. Tavoitteena on ymmärtää ryhmän sisäisten sosiaalisten suhteiden merkitystä toivotun lopputuloksen saavuttamisen kannalta sekä esittää toimintaehdotuksia harjoitus- ja tuotantoprosessin tehostamiseksi. Tavoitteen saavuttamiseksi esittelen luvussa kolme teoreettista taustaa ryhmässä työskentelyyn liittyen, luvussa neljä teoreettista taustaa tuotannon eri vaiheista sekä ryhmän toimintatapoja vaihteittain ja luvussa viisi tutkimuksen keskeiset tulokset.

Tutkimuksen keskeiset kysymykset ovat:

- Miten tärkeitä ryhmän sisäiset sosiaaliset suhteet ovat sekä projektin onnistumisen että laajemmin yhtyeen menestymisen kannalta?
- Miten laajaa osaamista tarvitaan tuotannon eri vaiheisiin ja miten tuotantoprosessia voitaisiin tehostaa?

Tutkimus on luonteeltaan laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus. Lähestymistapana on tapaustutkimus, jolle ominaista on, että tutkimuksen kohteeksi otetaan yksi henkilö, ryhmä tai tapahtuma ja valittuun tapaukseen syvennyttään monesta eri näkökulmasta ja sitä tutkitaan kokonaisvaltaisesti. (Helkama, Myllyniemi & Liebkind 2013, 41.)

Tutkimuksen aineisto koostuu Takomo-yhtyeen jäsenille kohdistetun kyselytutkimuksen vastauksista sekä henkilökohtaisesta reflektiosta, joka perustuu ryhmän aktiiviseen, osallistuvaan havainnointiin. Kyselytutkimukset suoritettiin ennen projektia (liite 1) ja sen jälkeen (liite 2). Kysymyksien avulla haluttiin selvittää jäsenten ennako-odotuksia projektin suhteen, miten odotukset toteutuivat, mahdollisia haasteita projektin aikana sekä yksilön kokemuksia roolijaosta, motivaatiosta ja ryhmän jäsenenä toimimisesta.

Kyselytutkimukset toteutettiin verkkokyselynä koska kyseessä on pieni ryhmä. Tällöin jokaisella ryhmän jäsenellä oli mahdollisuus vastata kysymyksiin anonyymisti ja tätä kautta myös mahdollisimman avoimesti ja rehellisesti. Kyselytutkimuksen vastauksia analysoitiin selittämiseen ja ymmärtämiseen pyrkivällä lähestymistavalla (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 219.) sekä induktiivisella päättelyllä, jolle keskeistä on aineistolähteisyys. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 136.)

Tutkimuksessa noudatettiin Arene ry:n (Arene 2020) eettisiä suosituksia ja siten Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohjeita (TENK 2020). Tutkimukseen osallistuneilta ei kerätty henkilötietoja ja heidän antamiaan vastauksia sekä tietoja käsiteltiin luottamuksellisesti ja anonyymisti. Koska kyseessä on pieni ryhmä, vastaukset jätettiin tutkimuksessa erottelematta. Ryhmän jäsenille kerrottiin tutkimuksen tavoite ennen kuin he antoivat suostumuksensa osallistua tutkimukseen. Jäsenillä oli myös mahdollisuus vetäytyä tutkimusprosessista.

3 RYHMÄ

3.1 Mikä on ryhmä?

Joukko ihmisiä muodostaa ryhmän, kun sen jäsenillä on yhteinen tavoite, keskinäistä vuorovaikutusta ja ymmärrys siitä, keitä ryhmään kuuluu (Kopakkala 2005, 36–38). Ryhmä on kuin järjestelmä, jonka osat ovat keskinäisissä suhteissa toisiinsa (Gahagan 1977, 98).

Yleisesti ryhmän kooksi mielletään 2–20 henkeä. Tärkeimpiä ryhmän tunnusmerkkejä ovat koon lisäksi muun muassa ryhmän tarkoitus, säännöt, vuorovaikutus, työnjako ja roolitus. (Kuusela 2007, 68–73.)

Ryhmiä tarvitaan sellaisten tehtävien suorittamiseen, joista yksi ihminen ei suoriudu yksin, vaan vaaditaan yhteistyötä. Ryhmä voi saada aikaan jotain sellaista, mikä olisi yhdelle yksilölle mahdotonta. (Helkama, Myllyniemi & Liebkind 2013, 256–259.) Yksilö voi myös saavuttaa henkilökohtaisia tavoitteitaan ryhmän myötävaikutuksella (Gahagan 1977, 98).

Ryhmän toimintatapoihin vaikuttavat sekä ryhmän rakenteen ominaispiirteet että perustavoitteet. Esimerkiksi ryhmä, jossa ei ole selkeää johtajaa toimii hyvin eri tavalla kuin ryhmä, joka toimii johtajan alaisuudessa. Myöskin sellainen ryhmä, jossa pyritään tavoitteelliseen toimintaan ja tuloksen tekemiseen, on hyvin erilainen kuin pelkkään hauskanpitoon keskittyvä ryhmä. Erilaiset ryhmät tuottavat myös hyvin erilaisia tuloksia. (Gahagan 1977, 98–99.)

Tavoitteellisia ryhmiä perustetaan koska halutaan saavuttaa jokin yhteinen asetettu päämäärä. Tavoitteelliset ryhmät voivat syntyä yhteisen kiinnostuksen ympärille tai ne voidaan perustaa tiettyä tarkoitusta varten. (Jauhiainen & Eskola 1994, 49.) Tavoitteellisessa ryhmässä jäsenten välinen vuorovaikutus ja työnjako ovat äärimmäisen tärkeitä ominaisuuksia (Charpentier 1981, 7).

Ryhmän tavoitteista voidaan puhua silloin, kun yksilöiden ja ryhmän tavoitteet ovat yhteneväisiä. Erilaisilla ryhmillä on lukematon määrä erilaisia tavoitteita.

Esimerkiksi työelämässä tavoitteet voivat olla tuotannon määrään liittyviä, kun taas urheilujoukkueen tavoite on voittaminen. Taiteen aloilla tavoitteella saatetaan tarkoittaa vaikkapa uusien ideoiden luomista. Tavoitteilla on myös ryhmän jäsenten tehtävien organisointiin liittyvä vaikutus. Jos ryhmän tavoite on esimerkiksi tuottaa jotain tuotetta tietty määrä tietyssä ajanjaksossa, on jäsenten työn organisointi välttämätöntä menestyksen kannalta. Jos taas tällaisia aikarajoja ei ole, on toiminnan ohjaus vähemmän tärkeää. (Gahagan 1977, 98–99.) Tavoitteellisesti toimivassa ryhmässä mahdollisimman suuri määrä jäsenten toimintaenergiasta on pyrittävä suuntaamaan yhteistyöhön (Jauhiainen & Eskola 1994, 50).

Ryhmän jäsenille kehittyy sosiaalisessa vuorovaikutuksessa toisten käyttäytymiseen liittyviä odotuksia. Roolit ryhmän sisällä muodostuvat näiden odotusten ja jäsenten käyttäytymisen perusteella. Roolit voivat olla epävirallisia tai virallisia. (Helkama ym. 2013, 266–269.) Ryhmissä ja organisaatioissa eri tehtäviä hoitavilla on erilaiset roolit. Esimerkiksi koulumaailmassa rooleja voivat olla muun muassa opettaja, oppilas, rehtori tai keittäjä. Henkilön roolista riippuen, häneltä odotetaan erilaisia asioita. Rehtorin ei lähtökohtaisesti odoteta tekevän siivousta tai oppilaan ei odoteta opettavan. Organisaatioissa roolijako on yleensä virallisempaa, kun taas pienemmissä ryhmissä roolijako saattaa tapahtua usein kuin itsestään. Erilaisiin rooleihin liittyy myös erilainen määrä vastuuta. Mitä vastuullisempia ja merkittävämpiä ryhmän toiminnan kannalta tehtävät ovat, sitä enemmän niiden suorittamista usein myös arvostetaan. (Lahikainen & Pirttilä-Backman 2000, 163–165.) Yksilöiden roolien kautta ryhmään syntyy aina myös jonkinlainen roolirakenne. Tuloksellista yhteistyötä on mahdollista tehdä vain silloin, kun roolirakenne on toimiva. (Helkama ym. 2013, 266–269.)

Koska ryhmän muodostavat yksilöt omalla toiminnallaan, sen toiminnan laatu ja olemassaolo riippuu hyvin vahvasti yksilöiden henkilökohtaisista toimintapanoksista. Ympäristö, yksilön toiminta ja ryhmäkokonaisuuden toiminta ovat riippuvuussuhteessa toisiinsa. Yksilölle on ominaista tarve liittyä ja kuulua johonkin ryhmään sekä tulla hyväksytyksi osaksi ryhmää. Ryhmän kokonaisenergia muodostuu jäsenten yksilöllisten energioiden summasta. (Jauhiainen & Eskola 1994, 14–15.)

Ryhmässä toimiminen laajentaa ihmisen tietoisuutta omasta itsestään ja kehittää kykyä pohtia omaa toimintaansa ja sen syitä ja seurauksia. Parhaimmillaan toiminen ryhmässä auttaakin yksilöä löytämään omimman itsensä. (Jauhiainen & Eskola 1994, 16.) Ihmisille ryhmässä toimiminen on luonnollista ja tuttua. Haluamme kokoontua yhteen ja jakaa ilomme, murheemme ja ongelmamme muiden kanssa. Kuulumme elämämme aikana lukuisiin eri ryhmiin. (Kaukkila & Lehtonen, 2007, 12–16.)

3.1.1 Mikä on lyömäsoitinyhtye?

Lyömäsoitinyhtye on ryhmä, jossa soittaa joukko lyömäsoittajia. Perinteisesti lyömäsoitinyhtye mielletään klassisesti koulutettujen lyömäsoittajien yhtyeeksi. (Blades 1975, 412.)

Klassisten lyömäsoitinyhtyeiden juuret juontavat aina 1900-luvun alkuun saakka, jolloin säveltäjät alkoivat käyttää lyömäsoitinsektiota yhä merkittävämmässä roolissa orkesteriteoksissaan. Esimerkiksi Igor Stravinskyn *Petruska* (1911) ja *Kevätuhri* (1913), Alexander Tcherepninin *Toinen Sinfonia* (1927) ja Amadeo Roldanin *Ritmicas* (1930) olivat kaikki hyvin merkittäviä teoksia lyömäsoitinten näkökulmasta. Muun muassa Roldanin *Ritmicas* no. 5:ta ja *Ritmicas* no. 6:ta kuulee vielä nykyäänkin laajalti esitettynä myös erillisinä esityksinä lyömäsoitinyhtyeiden konserteissa. (Blades 1975, 412–436.)

Ensimmäisenä merkittävänä varsinaisena lyömäsoitinyhtyeelle sävellettyinä teoksena pidetään George Antheilin (1900–1959) *Ballet Mécaniqueta*, joka on sävelletty vuonna 1925. Tästä vain muutamaa vuotta myöhemmin Edgar Varése (1883–1965) sävelsi teoksen *Ionisation* (1931), joka on varmastikin yksi kuuluisimmista lyömäsoitinyhtyeelle kirjoitetuista sävellyksistä. Varése sävelsi teoksen vuosina 1929–1931 Pariisissa. Teoksessa on 34 erilaista lyömäsoitinta, jotka on jaettu soitettavaksi kolmelletoista lyömäsoittajalle. (Blades 1970, 432–434.)

Muita merkittäviä teoksia lyömäsoitinyhtyemusiikin historiassa ovat muun muassa William Russellin (1905–1992) säveltämä *Fugue for Eight Percussion*

Instruments (1933), Henry Cowellin (1897–1965) teos *Ostinato Pianissimo* (1934), John Cagen (1912–1992) *First Construction in Metal* (1939), Carlos Chavéz`n (1899–1978) *Toccata for Percussion Instruments* (1942), sekä Lou Harrisonin (1917–2003) *Suite for Percussion* (1942). (Blades 1975, 431–434.)

Nykypäivänä lyömäsoitinyhtyeitä on lukemattomat määrät ympäri maailmaa. Merkittävimpiä aikamme lyömäsoitinyhtyeitä ovat muun muassa Nexus, (Nexus 2020) Amadinda Percussion, (Amadinda 2020) ja So Percussion (So Percussion 2020).

3.1.2 Mikä on rumpuryhmä?

Rumpuryhmän muodostaa joukko rumpaleita, jotka soittavat yhdessä muun muassa pikkurumpuja, bassorumpuja, timp tomeja ja symbaaleita. Rumpuryhmä voi toimia omana erillisenä ryhmänään tai olla osana isompaa kokoonpanoa. (Mazur 2005, 1–3.)

Rumpuryhmien historia on vahvasti sidoksissa sotilaalliseen käyttöön. Rummuilla on annettu joukoille käskyjä esimerkiksi ampumiseen tai liikkumiseen liittyen. (Mazur 2005, 2–5). Eri käyttötarkoituksiin luotiin rummuilla soitettavia rytmikuvioita tietävästi jo yli 400 vuotta sitten. Rumpuryhmän instrumenteissa pikkurummut voidaan ajatella sopraanoäänenä, timp tomit tenoriäänenä ja bassorumpu bassoäänenä. (Blades & Dean 1985, 12.)

Pikkurumpuina entisaikojen rumpuryhmillä oli yleisesti käytössään isot ja syvät marssirummut, joita kannettiin hihnojen avulla. Rummut ja vanteet oli tehty puusta, ja kalvot valmistettiin useimmiten vasikan nahasta. Nämä materiaalit olivat ulkoilmassa hyvin haasteellisia virityksen kannalta. (Blades & Dean 1985, 12.)

Rumpuryhmien käyttämien bassorumpujen historia ulottuu aina yli neljän tuhannen vuoden taakse. Mesopotamiassa on käytetty tietävästi

temppekirumpuja, jotka ovat olleet lähes yhtä korkeita kuin soittajansa. Ajan myötä rumpujen koko on pienentynyt, ja entisaikojen turkkilaiset rummut olivatkin lähestulkoon jo saman kokoisia kuin nykypäivänä käytössä olevat bassorummut. (Blades & Dean 1985, 16.)

Timp tomit ovat kuin tom tom- rumpuja, joissa on ainoastaan yksi kalvo. Yhdellä soittajalla on yleensä näitä 6–16 tuumaisia rumpuja soittajan etupuolella kannettavanaan kolme, neljä tai viisi kappaletta. Timp tomeja käytetään yleensä efektiivisessä ja visuaalisessa tarkoituksessa ja näitä rumpuja soitetaan nahka- tai puupäisillä nuijilla. (Blades & Dean 1985, 22–23.)

Symbaaleilla on pitkä historia ympäri maailmaa. Kiinalaiset valmistivat symbaaleita jo yli 5000 vuotta sitten. Antiikin kreikkalaiset ja roomalaiset käyttivät symbaaleita antaakseen tempoa muun muassa tanssiesityksille. Symbaaleiden valmistajat olivat hyvin tarkkoja salaisista resepteistään, joilla soittimet valmistettiin, eivätkä paljastaneet niitä kuin harvoille. Nykypäivänä käytettävät symbaalit ovat saaneet alkunsa Turkista. Symbaaleita käytetään useimmiten pareittain, jolloin soittaja lyö niitä yhteen, tai telineeseen kiinnitettynä, jolloin yhtä symbaalia lyödään erilaisilla kapuloilla tai nuijilla. (Blades & Dean 1985, 23.)

Vielä ensimmäisessä maailmansodassa rumpuryhmiä käytettiin joukkojen hallintaan. Tämän jälkeen rumpujen käyttö taistelukentillä käytännössä lakkasi kokonaan ja joukko-osastot alkoivat lähinnä kilpailla keskenään rumpujen soiton laadukkuudesta. Soiton yhtenäisyys ja tarkkuus olivat tärkeimpiä arvostelun kohteita. (Mazur 2005, 5–14.)

Nykypäivänä rumpuryhmien traditio elää edelleen hyvin vahvasti erityisesti Yhdysvalloissa, jossa eri kouluasteilla lähestulkoon jokaisella koululla on oma rumpuryhmänsä (Blades 1975, 435). Ryhmät kilpailevat keskenään erikseen järjestetyissä tapahtumissa, joita järjestetään jatkuvasti ympäri maata. Nykyaikaisessa rumpuryhmien välisessä kilpailussa korostetaan näyttävän show`n merkitystä, teknistä taidokkuutta, kapuloilla tehtäviä heittoja ja temppuja, asennetta, esiintymistä ja ilmaisua. (DrumLineBattle 2020.)

Aikamme kuuluisimpia rumpuryhmiä ovat muun muassa Top Secret Drum Groups (TSDG 2020), Blue Devils (Blue Devils 2020) ja Bluecoats (Bluecoats 2020).

3.2 Ryhmän elinkaari

Ryhmä aloittaa toimintansa, etenee oman aikansa ja jossain vaiheessa ryhmä yleensä hajoaa. Näitä ajallisia vaiheita kutsutaan ryhmän kehitysvaiheiksi. (Kaukkila & Lehtonen 2007, 24–26.) Näitä vaiheita on tutkittu laajalti ja varsin yleisesti hyväksytyksi perustaksi ryhmätarkasteluille on muodostunut Bruce Wayne Tuckmanin (1938–) teoria ryhmän kehitysvaiheista (Kopakkala 2005, 48–53). B.W. Tuckman tunnetaan parhaiten lyhyestä artikkelistaan *Developmental sequence in small groups*, joka on julkaistu vuonna 1965. Alkuperäisessä artikkelissaan Tuckman jakoi ryhmän kehitysvaiheet neljään eri vaiheeseen:

1. Muodostumisvaihe
2. Kuohuntavaihe
3. Yhdenmukaisuusvaihe
4. Kypsän toiminnan vaihe

Vuonna 1977 Tuckman, yhteistyössä Mary Ann Jensenin kanssa, lisäsi teoriaan vielä viidennen vaiheen: Lopetus. (Smith 2005.)

Muodostumisvaiheessa ryhmä luo perussääntöjä ja on keskittynyt yhteisen tehtävän suorittamiseen. Jäsenet luovat suhteita johtajiin ja toisiinsa. (Bonebright 2010, 111–120.) Jäsenet etsivät vielä omaa paikkaansa ryhmässä (Smith 2005). Ryhmän jäsenten käytös on muodollista ja varovaista, ja konflikteja vältetään (Kopakkala 2005, 48–53).

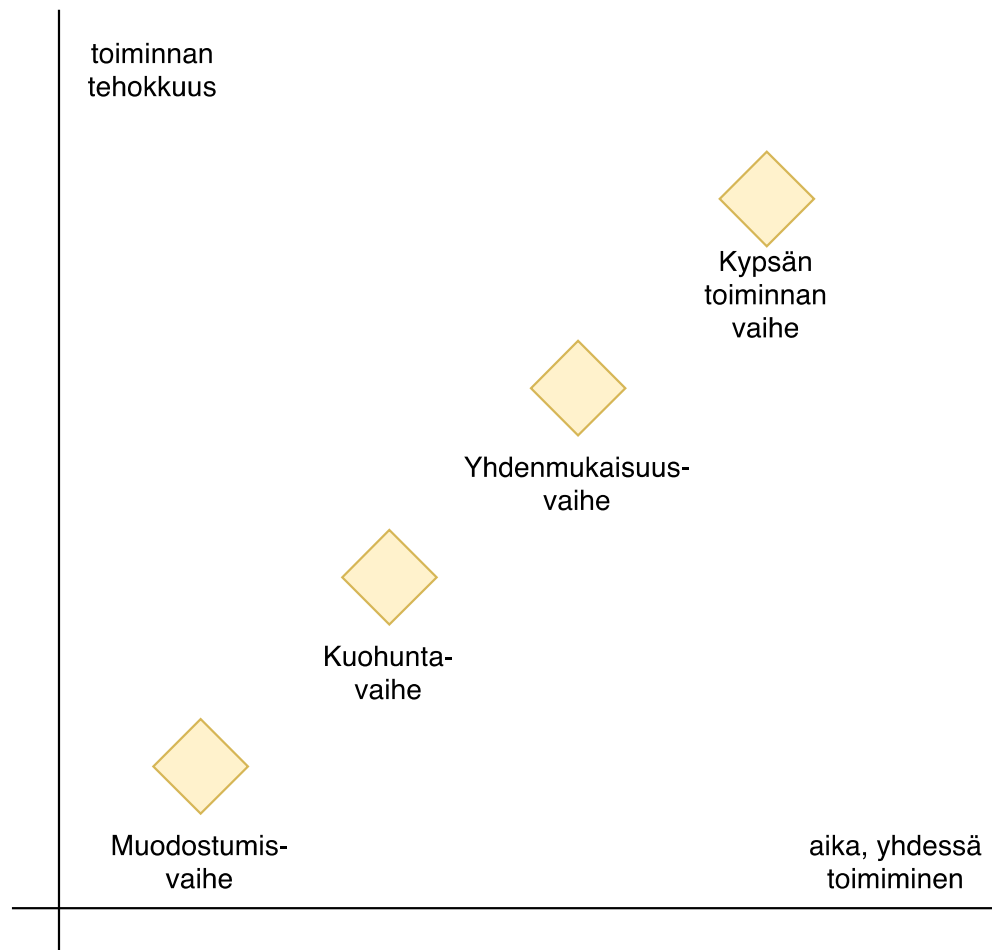
Kuohuntavaiheessa ryhmän sisälle syntyy konflikteja. Vaiheelle on ominaista yhtenäisyyden puute ja jäsenten väliset ristiriidat. (Bonebright 2010.) Ryhmän jäsenet uskaltavat esittää enemmän omia mielipiteitään ja tarttuvat toisten

jäsenten esittämiin ideoihin (Kopakkala 2005, 48–53). Jäsenet testaavat toisiaan ja ohjaajaa, sekä esittävät kannanottoja rohkeammin, vaikka se saattaisikin johtaa konflikteihin (Jauhiainen & Eskola 1994, 93).

Yhdenmukaisuusvaiheessa ryhmä alkaa tuntemaan yhteenkuuluvuuden tunnetta. Ryhmän jäsenet hyväksyvät toistensa ominaispiirteet ja ilmaisevat henkilökohtaisia mielipiteitään. Ryhmän sisäiset normit ja roolit alkavat muodostua. (Bonebright 2010.) Ryhmän pelisäännöt alkavat olla selvillä ja se pyrkii yhteistyöhön sekä välttämään konflikteja (Kopakkala 2005, 48–53). Ryhmän jäsenet alkavat asettamaan ryhmälle yhteisiä tavoitteita (Jauhiainen & Eskola 1994, 93).

Kypsän toiminnan vaiheessa eli Tuckmanin (1965) alkuperäisen mallin viimeisessä vaiheessa jäsenten rooleista tulee joustavia ja toimivia. Ryhmä kykenee tehokkaaseen ongelmanratkaisuun ja tehtävien suorittamiseen. (Bonebright 2010.) Ryhmä on samanaikaisesti tuottava, tehokas ja luova. Olemassa olevia resursseja osataan hyödyntää tarkoituksenmukaisesti ja tehokkaasti. Ihmissuhdeongelmat ja työnjakoon liittyvät kysymykset on ratkaistu ja ryhmä voi paneutua tehtävänsä loppuunsaattamiseen ja tehokkaaseen ongelmanratkaisuun. (Kopakkala 2005, 48–53.)

Ryhmän hajoaminen lisättiin malliin myöhemmin viimeiseksi vaiheeksi. Suorituskeskeisyys on kadonnut ja ryhmä päättää toimintansa. Vaihe saattaa sisältää voimakkaitakin tunteita aina helpotuksesta masennukseen. (Kopakkala 2005, 48–53.) Ryhmästä riippuen toiminnan loppuminen saattaa olla hyvinkin iso ja tärkeä prosessi, joka vaatii erityistä huomiota (kuvio 1) (Jauhiainen & Eskola 1994, 95).



KUVIO 1. Ryhmän kehitysvaiheet. (Lähde: Rasila & Pitkonen 2009, muokattu)

Ryhmän kehityksellä tarkoitetaan sitä, että ryhmä muodostuu sellaiseksi, että se voi saavuttaa toimintansa tarkoituksen ja ryhmän jäsenet löytävät oman paikkansa kokonaisuudessa. Eri vaiheet eivät välttämättä aina tapahdu kaavamaisesti vaihe vaiheelta, vaan ne vaihtelevat tapauskohtaisesti. Jokainen ryhmä on ainutlaatuinen ja luo oman polkunsä. Ryhmän kehitysvaiheet muodostumisvaiheessa olevasta ryhmästä hyvin toimivaksi ryhmäksi on helpompi huomata tavoitteellisesti toimivasta ryhmästä, sillä ryhmän kehittymistä ja toimintaa voidaan parhaiten arvioida saavutettujen päämäärien kautta. (Jauhiainen & Eskola 1994, 84–91.) Ryhmää voidaan myös arvioida viihtyvyyden kautta, jonka mittareita ovat yleensä jäsenten pysyvyys ja viihtyvyys ryhmässä (Lahikainen & Pirttilä-Backman 2000, 156–157).

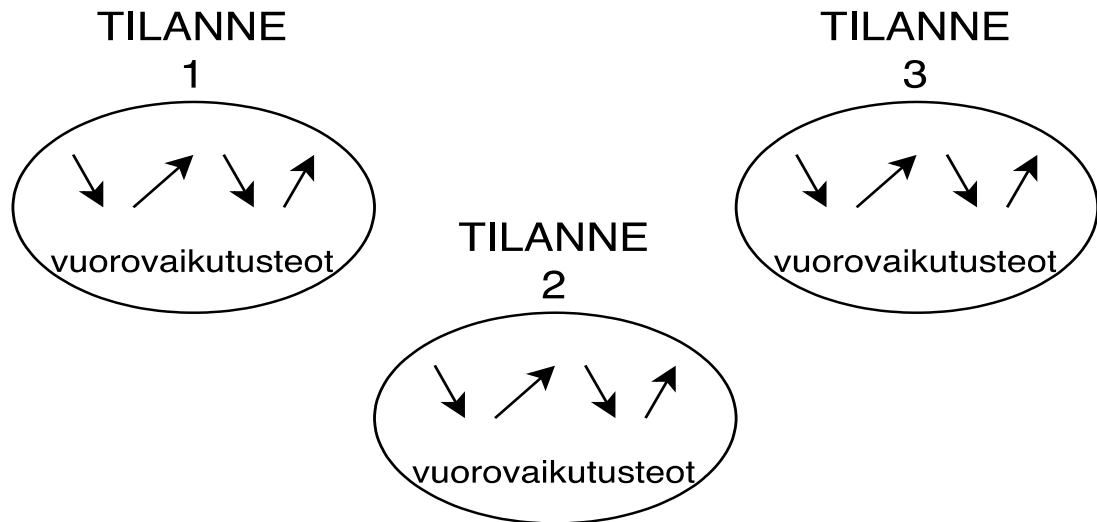
3.3 Vuorovaikutus ryhmässä

Vuorovaikutus on viestintää kahden tai useamman henkilön välillä (Kaukkila & Lehtonen 2007, 31). Se voidaan määritellä sosiaalisesti vaihdoksi, jossa vuorovaikutuksen osapuolet vaihtavat esimerkiksi ajatuksia, mielipiteitä tai arvoja. Tavallisin ihmisten välinen vuorovaikutuksen muoto on keskustelu. (Charpentier 1981, 31.)

Vuorovaikutus koostuu ryhmän jäsenten vuorovaikutusteoista. Vuorovaikutusteot voivat olla sanallisia tai sanattomia tekoja. Ne voivat olla esimerkiksi eleitä, ilmeitä, liikkeitä tai sanallisia ilmaisuja. Niiden avulla ilmaisemme esimerkiksi hyväksyntää, tunnelatauksia ja torjuntaa. Myös hiljaisuus on vahva ilmaisukeino ja suuri osa ihmisten välisestä vuorovaikutuksesta onkin juuri sanatonta ilmaisua. Ryhmätilanteissa sanattomalla vuorovaikutuksella on iso merkitys. (Jauhiainen & Eskola 1994, 72–73.)

Vuorovaikutus on myös tilannesidonnaista. Ryhmän jäsenet säätelevät toimintaansa tilanteessa tekemiensä tulkintojen mukaan. Vuorovaikutustilanteet ovat kaikki yksilöllisiä tapahtumia ja niitä ei voida samanlaisina toistaa. Vuorovaikutustilanteista ja -teoista rakentuu yhdessä isompia tapahtumakokonaisuuksia, joita kutsutaan episodeiksi (kuvio 2). (Jauhiainen & Eskola 1994, 52, 70–71.)

EPISODI

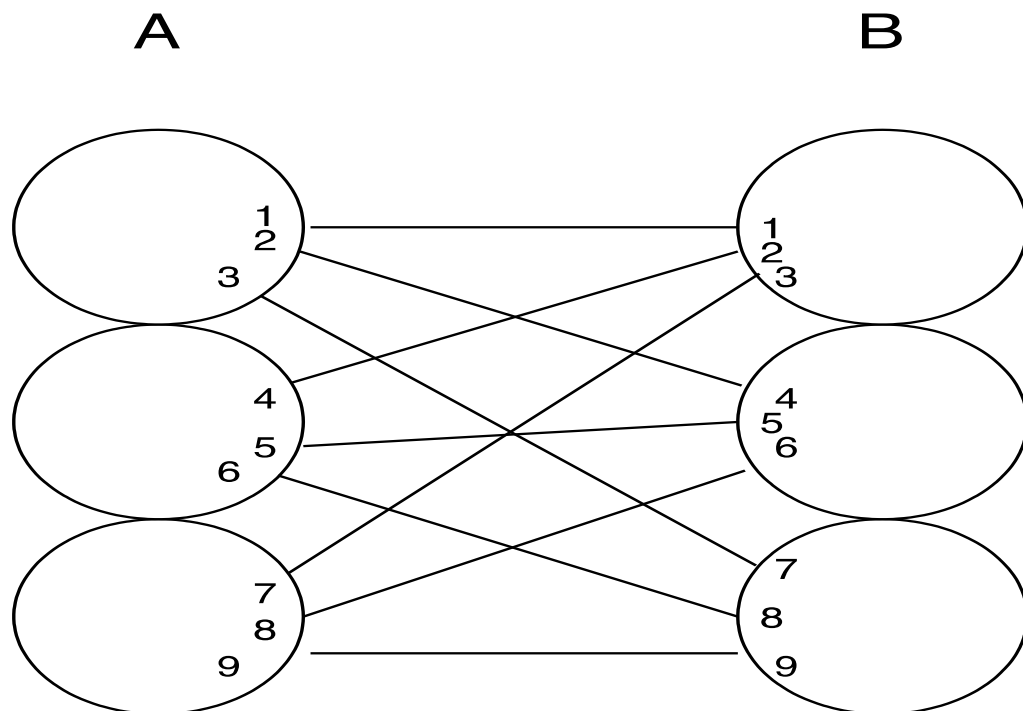


KUVIO 2. Ryhmän vuorovaikutusprosessin elementit. (Lähde: Jauhiainen & Eskola 1994, muokattu)

Ryhmän toiminnan tarkoitus sitoo ryhmän jäseniä yhteen. Kun esimerkiksi ryhmän johtaja ottaa jäsenet mukaan tämän tarkoituksen ja tavoitteiden saavuttamisen pohdintaan, hän virittää samalla vuorovaikutusta. Samalla hän lisää yhtenäisyyden tunnetta ja yksilöiden motivaatiota oman työpanoksensa antamiseen. Ryhmän toiminnan tarkoitus määrittää myös, mitä vuorovaikutuksen aluetta korostetaan. Esimerkiksi tavoitteellisesti toimivassa ryhmässä vuorovaikutus ohjautuu yleensä yhteisestä tavoitteesta. Tavoitteellisesti toimivassa ryhmässä joudutaan usein rajoittamaan ryhmän jäsenten henkilökohtaisten tarpeiden ilmauksia, sillä ryhmä keskittyy lähinnä tavoitteeseensa liittyviin kannanottoihin. (Jauhiainen & Eskola 1994, 52.) Silti, vaikka ryhmä toimisikin tavoitteellisesti, ryhmässä työskentely ei ole koskaan pelkkää mekaanista suorittamista (Lahikainen & Pirttilä-Backman 2000, 159).

Keskeisin ryhmädynamiikkaan vaikuttava tekijä on usean ihmisen keskinäinen vuorovaikutus, sillä se muovaa ryhmän sisäisiä suhteita. Hyvät ryhmän sisäiset ihmissuhteet luovat yhtenäisyyden tunnetta ja antavat yksilölle rohkeutta ja uskallusta antaa oma panoksensa ryhmälle. Tästä syystä erityisesti tavoitteellisesti toimivassa ryhmässä sisäisen vuorovaikutuksen onkin oltava jatkuvaa. Tavoitteellinen toiminta edellyttää myös tilanteessa tapahtuvien asioiden erittelyä ja sen yhteistä tulkintaa sekä sopimista yhteisistä toimintaratkaisuksista. (Jauhiainen & Eskola 1994, 52, 70–71.)

Ryhmässä jäsenten keskinäinen vuorovaikutus on aina kaksisuuntaista. Jäsen A vaikuttaa B:hen ja tämä taas takaisin A:han (kuvio 3). (Charpentier 1981, 31.)



KUVIO 3. Vuorovaikutussuhdekaavio. (Lähde: Charpentier 1981)

Hyvä havainnointikyky on yksi tärkeimmistä ryhmän vuorovaikutukseen osallistuvan yksilön taidoista (Jauhiainen & Eskola 1994, 74). Omaan toimintaamme vaikuttaa ratkaisevasti, miten havainnoimme ja tulkitsemme toisten henkilöiden viestit (Kopakkala 2005, 21–27). Emme välttämättä aina reagoi suoranaisesti toistemme tekoihin vaan teolle itse antamaamme merkitykseen (Niemistö 1998, 18).

Havainnointiin vaikuttavat muun muassa kohteen ja havaittajan kiinnostus ja tarpeet, tunnetila ja aiemmat kokemukset. Ryhmätilanteissa on runsaasti virikkeitä, jotka kuormittavat havainnoitsijaa. Yksilön oma asema ryhmässä vaikuttaa hänen tekemiinsä havaintoihin. Myös ryhmäpaine saattaa osaltaan vaikuttaa ja yhdenmukaistaa jäsenten tekemiä havaintoja. (Jauhiainen & Eskola 1994, 70–75).

Hyviä vuorovaikutustaitoja tarvitaan erityisesti haasteellisissa tilanteissa, esimerkiksi silloin, kun ollaan asioista eri mieltä, kun tilanteeseen liittyy paljon tunteita tai kun on päätettävä yhteisistä asioista (Talvio & Klemola 2017, 7–14). Jotkut meistä ovat synnynnäisesti parempia vuorovaikutustilanteissa, mutta kaikilla meillä on mahdollisuus kehittyä siinä paremmiksi omia tapoja ja asenteita reflektoimalla ja harjoittelemalla (Kasslin-Pottier 2012, 67).

Onnistunut vuorovaikutus on prosessi, jossa sanalliset ja sanattomat viestit yhdistyvät. Hyvässä vuorovaikutustilanteessa annamme tilaa toisille ihmisille ja osoitamme kunnioitusta toista ihmistä ja asiaa kohtaan. (Kaukkila & Lehtonen 2007, 31–33.) Vuorovaikutus on kaikkien ihmisten välisten suhteiden rakennusaine, ja se onkin ensimmäinen merkki ryhmän muodostumisesta (Jauhiainen & Eskola 1994, 72).

3.4 Mistä tunnistaa hyvin toimivan ryhmän?

Hyvin toimivassa ryhmässä kaikki jäsenet tiedostavat ryhmän olemassaolon perimmäisen tarkoituksen. Ryhmän jäsenet osaavat kuunnella toisiaan ja ilmaista erilaisia tunteita. Rakentavaa kritiikkiä osataan antaa ja vastaanottaa. Ryhmän ilmapiiri on avoin ja yksilöllisyyttä arvostava, jokaisella on hyvä olla ryhmän jäsenenä. (Kaukkila & Lehtonen 2007, 12–13.)

Hyvin toimivassa ryhmässä jokainen jäsen tietää oman roolinsa ja tehtävänsä ryhmässä, ja kantaa vastuun sen suorittamisesta (Rasila & Pitkonen 2009, 13). Ryhmän jäsenet tuntevat vastuuta toisistaan ja jäsenten välillä vallitsee keskinäinen luottamus. Hyvin toimivassa ryhmässä jäsenet osaavat antaa toisilleen myös tukea. Jos ristiriitoja syntyy, ne kohdataan ja käydään läpi yhdessä. Päätöksentekotavat ovat kaikille selvät ja jäsenillä olevat voimavarat osataan käyttää hyödyksi. (Kaukkila & Lehtonen 2007, 12–13.)

Hyvin toimiva ryhmä on jäsenilleen turvallinen. Omia tunteita, ideoita ja ajatuksia on helpompi jakaa, kun ryhmän jäsenet tuntevat olonsa turvalliseksi. Jäsenet voivat luottaa siihen, että jokainen jäsen toimii ryhmän ja toistensa edun mukaisesti. Hyvin toimivassa ryhmässä luottamusta ja turvallisuutta edistetään esimerkiksi keskinäisellä avunannolla. Jäsenet saavat ja tarvittaessa osaavat myös pyytää apua toisiltaan. (Rasila & Pitkonen 2009, 15–16.)

Hyvin toimivassa ryhmässä on myönteinen ilmapiiri. Myönteisesti ajattelevat ryhmän jäsenet näkevät toisensa voimavaroja tuovina, kyvykkäinä toimijoina. Kun ongelmia kohdataan, myönteisesti ajattelevat jäsenet miettivät mitä parannusta asiaan voisi tehdä ja minkälaisia toimenpiteitä siihen tarvitaan. Myönteinen ryhmä huomioi asiat positiivisen kautta, esimerkiksi mitä on saatu tehtyä, missä on onnistuttu ja mikä on ollut erityisen mukavaa. Jotkut ihmiset ovat luonnostaan positiivisempia kuin toiset, mutta pohjimmiltaan on kuitenkin kysymys toiminta- ja ajattelutavoista, jotka meistä jokainen voi valita itse. (Rasila & Pitkonen 2009, 13–22.)

Konfliktitilanteissa hyvin toimiva ryhmä selvittää erilaiset näkökannat ja löytää parhaan mahdollisen ratkaisun. Eteen tulleita ongelmia ei lakaista maton alle vaan niihin puututaan ja ne selvitetään. Ryhmän jäsenet osaavat asettua toistensa asemiin ja pyrkivät näkemään asian siten myös toisesta näkökulmasta. Jäsenet myös kunnioittavat toisiaan, vaikka eivät olisikaan kaikista asioista samaa mieltä. Hyvin toimivassa ryhmässä osataan antaa myös anteeksi. (Rasila & Pitkonen 2009, 17–19.)

Hyvin toimivan ryhmän tunnusmerkkejä ovat:

- Ryhmän olemassaololle on selkeä tarkoitus, jonka ryhmän jäsenet tietävät ja hyväksyvät.
- Ryhmä saa päättää toiminnastaan ja toimintatavoistaan tavoitteiden saavuttamiseksi.
- Ryhmän jäsenillä on yhteinen vastuu työn tuloksista sekä oman toimintansa parantamisesta.
- Jäsenet ovat keskenään tasavertaisia.
- Kaikkia ryhmän jäseniä kuunnellaan ja rohkaistaan toimintaan.
- Kaikki ryhmän jäsenet uskaltavat tuoda julki omia ajatuksia ja ideoitaan.
- Ryhmän jäsenet tiedostavat ja ottavat huomioon, että kaikki ryhmän yksilöt ovat erilaisia ja kunnioittavat tätä.
- Ryhmän jäsenet pystyvät hyvään vuorovaikutukseen toistensa kanssa sekä kykenevät tekemään tarvittavia päätöksiä yhdessä.
- Jäsenet pystyvät ratkaisemaan ongelmia ja ristiriitoja.
- Ryhmän jäsenet oppivat koko ajan uutta ja kehittävät ryhmän toimintaa.
- Ilmapiiiri on vapautunut, motivoitunut ja turvallinen. (Rasila & Pitkonen 2009, 6-7.)

Hyvin toimivassa ryhmässä jäsenet ajattelevat ryhmän etua ennen omaansa. Kun tavoitteita saavutetaan ja työn tulokset näkyvät, ryhmän jäsenet ovat motivoituneita ja he viihtyvät entistä paremmin ryhmässä. Hyvin toimiva ryhmä saadaan aikaan, kun jokainen ryhmän jäsen tekee parhaansa ryhmän toiminnan onnistumisen eteen. Hyvin toimivassa ryhmässä jäsenet arvostavat sekä toisiaan että itseään ja hyväksyvät itsensä sellaisena kuin ovat. (Rasila & Pitkonen 2009, 2, 13, 20–27.)

Tavoitteellisessa ryhmässä tavoite luo usein suorituspainetta ryhmän sisälle. Ryhmän jäsenten huomio kohdistetaan tavoitteellisessa ryhmässä tehtävään asiaan ja tavoitteeseen, jolloin tunnetaso jää helposti vähemmälle huomiolle. Kuitenkin tehtävään asiaan saattaa usein sisältyä suuriakin tunteita, jotka hyvin toimivassa ryhmässä osataan huomioida yhtä tärkeänä osana prosessia ja

kokonaisuutta. (Jauhiainen & Eskola 1994, 92-93.) Ryhmän toimiessa hyvin yhteen, ryhmästä tulee enemmän kuin osiensa summa. (Rasila & Pitkonen 2009, 2.)

4 TIME

4.1 Musiikki

Sana ´musiikki´ tulee antiikin kreikan kielestä ja tarkoittaa muusien taidetta. Musiikkia luodaan soitettavaksi, laulettavaksi, tanssittavaksi, kuunneltavaksi ja herättämään elämyksiä. Musiikki vaikuttaa sisimpäämme, ohjaa ajatuksiamme, vaikuttaa tunne-elämäämme ja mielentilaamme. Jokainen ihminen on ainutlaatuinen ja reagoi musiikkiin eri tavalla. (Nordström 1997, 5–8.)

Maailmassa ei ole koskaan ollut niin paljon musiikkia kuin nyt. Koskaan aiemmin ei myöskään yhtä monella ihmisellä ole ollut mahdollisuutta kuunnella sitä kaikkea musiikkia, jota on ollut ja on ympäri maailman. (Nordström 1997, 9–15.)

Musiikin kulutustottumukset ovat viime vuosina muuttuneet hyvin paljon. Teoston ja Musiikkituottajien teettämän tutkimuksen mukaan älypuhelimella kuunnellaan musiikkia yhä kasvavassa määrin (taulukko 1). (Teosto ja Musiikkituottajat, 2020.)

TAULUKKO 1. Tutkimus musiikin kulutustottumuksista Suomessa vuonna 2020. (Lähde: Teosto & Musiikkituottajat 2020, muokattu)

Mistä laitteista olet kuunnellut musiikkia viimeisen vuorokauden aikana?

	Kaikki	13–18	19–35	36–55	56–65	66–75
Radosoitin autossa	64 %	54 %	58 %	72 %	64 %	62 %
Puhelin	45 %	85 %	69 %	44 %	23 %	14 %
Erillinen radiolaite	28 %	7 %	17 %	26 %	40 %	50 %
Tietokone	27 %	47 %	39 %	13 %	5 %	2 %
Streaming autossa	18 %	38 %	39 %	13 %	5 %	2 %
CD-soitin autossa	11 %	6 %	10 %	13 %	10 %	10 %
Tabletti	9 %	11 %	6 %	9 %	13 %	9 %
CD-soitin kotona	6 %	4 %	4 %	8 %	7 %	6 %

Tutkimuksen kohteena olevassa Time-teoksessa kuultavalla musiikilla haluttiin luoda show´hun erilaisia tunnetiloja ja sävyjä. Teoksen musiikin on säveltänyt ja tuottanut kokonaisuudessaan yhtyeemme jäsen Mikko Renfors.

Teos alkaa kaukaisuudesta kuuluvalla kellon tikityksellä, joka valmistaa yleisöä kohta alkavaan show`hun ja virittää tilaan oikeanlaista tunnelmaa. Show`n alun lähestyessä kellon tikitys hitaasti kiihtyy ja juuri ennen nollaan päätymistä kello dramaattisesti rikkoutuu ja pysähtyy. Lyhyen hiljaisuuden jälkeen show räjähtää täysin tyhjältä käyntiin suurella voimalla ja energialla. Teoksen ensimmäisessä osassa kuullaan hyvin mahtipontista äänimaisemaa ja rytmikkäästi pauhaavia rumpuja, jonka avulla on tarkoitus herättää tapahtumayleisö mahdollisimman tehokkaasti.

Ensimmäisestä osasta siirrytään pistemäisten iskujen avulla kohti seuraavaa, täysin erityyppistä äänimaailmaa. Teoksen toinen osa laskeutuu utuiseen ja rauhalliseen maailmaan, jossa kuullaan toistuvia rytmikuvioita ja minimalistisempaa materiaalia. Musiikki luo tunnelmaa taustalle ja antaa tilaa osassa kuultavalle puhutulle tekstille. Tämän kontrastin avulla myös yleisön tunnetilaa pyritään hetkellisesti rauhoittamaan. Tämä mahdollistaa osaltaan myös katsojan ja kuulijan paremman keskittymisen tekstiin, sen sisältöihin ja syvällisempiin merkityksiin.

‘Everything goes, needless to oppose, from a figure to the next the passing is done.

Everything is run with the cost of one, as determinated plan, the history of man had begun´

(Niemelä 2020)

Kolmannessa osassa pysytään vielä rauhallisemmassa, paikoitellen jopa hartaassa tunnelmassa. Tästä tematiikasta siirrytään vähitellen rumpujen kiihtyvällä ja rytmikkäällä nostatuksella kohti eepistä finaalia. Viimeisessä osassa musiikki on jälleen todella mahtipontista ja isoa orkestraalista äänimaisemaa. Teoksen loppu huipentuu isoon, räjähdysnomaiseen iskuun, jota seuraa välitön hiljaisuus ja pimeys näyttämöllä (Takomo 2020c).

4.2 Koreografia

Koreografia tarkoittaa kirjoitettua tanssia. Alkusysäyksenä tanssin syntymiselle voi toimia esimerkiksi musiikki, liike, kuvaamataiteet tai runous. (Jyrkkä 2005, 8–20.) Esimerkiksi jalkojen ja käsien liikkeiden sekä jäsenten linjojen avulla voidaan rajata tilaa synnyttäen samalla erilaisia kuvioita ja muodostelmia (Hammond 2006, 160–168). Hyvässä koreografiassa jokainen liike on loppuun asti harkittu. Laadukkaan lopputuloksen saavuttamiseksi on tiedettävä muun muassa mistä liike alkaa ja mihin se päättyy, miten pitkään liike kestää ja milloin se suoritetaan. (Hento & Hento 2016, 13–22.)

Koreografiaa harjoitellaan vaiheittain. Ensin opetellaan itse liike, jonka jälkeen siihen lisätään teknistä tietoa ja yksityiskohtia. Oikeat liikeradat ovat harjoittelun keskiössä. Tieto muuttuu taidoksi siinä vaiheessa, kun oikeat liikeradat pystytään toistamaan useasti peräkkäin. Hyvät fyysiset ominaisuudet ovat tärkeitä liikkeiden onnistumisen kannalta. (Hento & Hento 2016, 25–27.) Koreografioiden taltioimiseen voidaan käyttää apuvälineenä videointia ja liikenotaatiota. Näiden tallenteiden avulla harjoitusprosessia voidaan myös tietyissä tilanteissa nopeuttaa. (Hammond 2006, 160–168.)

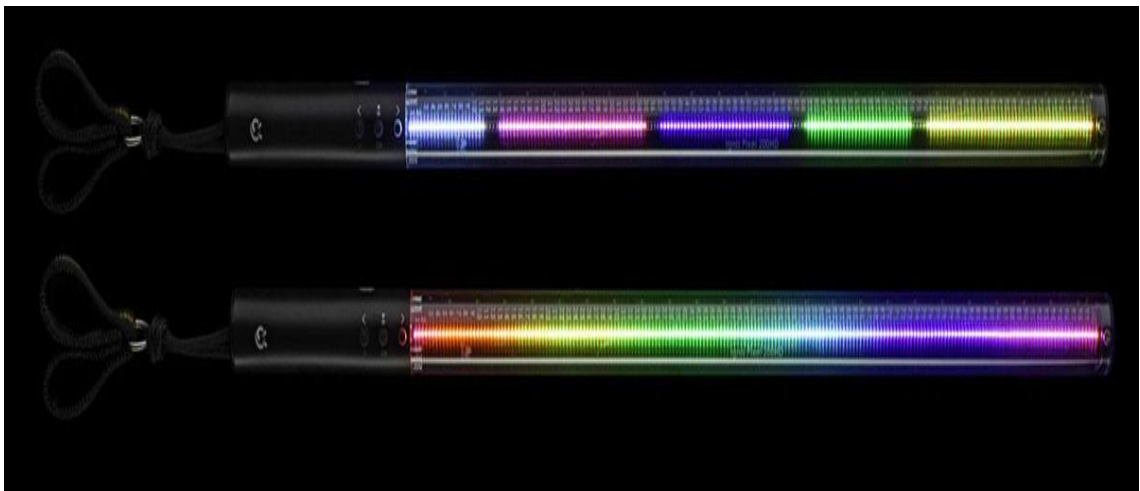
Musiikin ja liikkeen yhdistäminen mahdollistaa voimakkaan tunneilmaisun. Musiikin luonnetta ja sen herättämiä tunteita voidaan ilmaista esimerkiksi liikkeillä, eleillä ja ilmeillä. Musiikin luonne vaikuttaa myös liikkeen luonteeseen. Sama liike voi tuntua täysin erilaiselta ilman musiikkia. (Hento & Hento 2016, 16–18.)

Time-teoksen koreografiat suunniteltiin koko yhtyeen voimin. Koreografian luomisen lähtöajatuksena oli linkittää musiikki, teksti ja soitannollinen tekeminen saumattomaksi kokonaisuudeksi, jossa mikään osa-alue ei tuntuisi päälle liimatulta. Luomisprosessi aloitettiin kuuntelemalla jo olemassa ollutta versiota musiikista ja analysoimalla käsikirjoitetun tekstin sisältöä tarkasti. Tekstin synnyttämien mielleyhtymien perusteella aloimme luoda yksittäisiä liikkeitä ja liikesarjoja, jotka kuvastaisivat tekstin sanomaa mahdollisimman tarkasti ja ymmärrettävästi.

Koreografiaa luotiin ja harjoiteltiin tilassa, jossa käytössämme oli peilit. Peilit mahdollistivat jopa videointia paremmin erilaisten kulmien tarkkailun ja säätämisen reaaliajassa.

Teoksessa nähtävät alun ja finaalin isot ja näyttävät liikkeet korostavat energiaa ja rumpujen pauhaamista, kun taas rauhallisempiin osioihin loimme maalailevat, lähes tanssinomaiset liikesarjat. Pyörivillä liikkeillä tuotiin esiin teoksen tekstissä olevia viittauksia muun muassa kellotauluun ja maapalloon. Myöhemmässä osassa neliömäisillä, suorilla ja muuttuvilla liikesarjoilla kuvailtiin digitaalista kelloa. Ajan pysähtymistä symboloimaan tehtiin dramaattinen hidastus sekä musiikissa että liikkeissä.

Koreografioiden lisäksi käytimme show`ssa paljon hyödyksi myös valolla luotavia kuvioita ja valon liikkumista pimeydessä soittajasta toiseen. Värimaailmat ja erilaiset efektit ohjelmoitiin toimimaan synkronoidusti musiikin ja esityksissämme käytössä olevien, isoilla näytöillä näytettävän materiaalin kanssa.



KUVA 1. Pixel poi -välineet. (Lähde: Ignis 2020)

Teoksessa on käytössä pixel poi -välineet (kuva 1). Näiden välineiden tekniset ominaisuudet mahdollistavat soittamisen lisäksi myös erilaisten tekstien ja kuvioiden piirtämisen ilmaan sekä takaavat suuren valotehon 400 korkearesoluutioisen led-valon avulla. Poin sisällä olevat ledit myös muuttavat väriään ja kirkkauttaan, ja niitä voidaan kontrolloida ja ohjelmoida erillisen, laitevalmistajan oman tietokone -ohjelman avulla. Välineet kiinnitetään sormien ympärille alun perin kiipeilyyn tarkoitetuilla remmeillä, joiden avulla muun muassa teoksessa nähtävät erilaiset pyörykset ilmassa ovat mahdollisia. Näitä kaikkia välineiden ominaisuuksia pyrittiin tuomaan korostetusti esille show'ssa (Ignis 2020).

4.3 Käsikirjoitus

Käsikirjoittajan tehtävä on kirjoittaa hyvä tarina. Tarinaksi nimitetään tapahtumien ja suhteiden ketjua, jossa nämä ovat syy-seuraussuhteessa toisiinsa. Tarinan tulkinta on heijastus tarinan kertojan ja vastaanottajan omasta maailmankuvasta. Se, miten tarina katsojalle esitetään, on vähintään yhtä tärkeä kuin sen sisältämä suhteiden ja tapahtumien verkko. (Hirvonen 2003, 7–10.)

Käsikirjoittaja voi tuottaa tekstiä hyvin monenlaiseen eri tarkoitukseen. Kysymys voi viihteen ja taiteen käsikirjoittamisen lisäksi olla myös esimerkiksi markkinoinnista, tiedottamisesta tai mainonnasta. Käsikirjoituksen tilaajat ovat myös hyvin vaihtelevia. Tilaajana voi olla muun muassa yritys, TV-yhtiö, yksityinen henkilö tai julkinen taho. Tilaaja myös yleensä määrittelee käsikirjoituksen sisällön reunaehdot. (Aaltonen 2018, 9.)

Käsikirjoituksen avulla hahmotetaan kokonaisuutta. Sen avulla saadaan esiin käsiteltävän aiheen keskeinen sisältö ja muoto. Kirjoitusprosessin aikana epäoleellinen materiaali karsiutuu pois ja aiheen rakenne selkiytyy. Käsikirjoituksen avulla pystytään usein näkemään myös oletetun lopputuotoksen toimivuus jo etukäteen, ja tekemään mahdolliset muutokset ja tarvittavat ratkaisut tämän perusteella. (Aaltonen 2018, 14.)

Kun kyseessä on audiovisuaalinen teos, hyvä käsikirjoittaja hallitsee sen kerronnan periaatteet eli osaa kertoa sekä kuvilla että äänillä. Hyvällä käsikirjoittajalla on myös näkemystä ja persoonallinen näkökulma kulloinkin kyseessä olevaan aihealueeseen. Käsikirjoittajalla tulee olla journalistisia perusvalmiuksia, kuten esimerkiksi hyvä yleissivistys, kyky hahmottaa erilaisia aiheita ja hyvät ominaisuudet uusien asioiden omaksumiseen. Käsikirjoittajan on pystyttävä myös ilmaisemaan ajatuksensa kirjallisessa muodossa erinomaisesti ja hänen on osattava hankkia uutta tietoa alati vaihtelevista aihealueista. (Aaltonen 2018, 12–13.)

Ohjelman tai elokuvan käsikirjoittaminen voidaan jakaa kolmeen eri vaiheeseen. Aluksi käsikirjoitus kirjoitetaan jonkun lähtökohdan, idean tai vision perusteella. Sen jälkeen kuvausvaiheessa se pilkotaan yksittäisiksi ja irrallisiksi kuviksi. Leikkausvaiheessa nämä yksittäiset kuvat laitetaan taas takaisin yhteen ja niistä muodostetaan toimiva kokonaisuus. (Aaltonen 2018, 15.)

Lähestyimme koko Time-teosta jo lähtökohtaisesti pohtimalla, mikä olisi kokonaisuuden yhteen nitova teema. Kävimme yhdessä läpi monenlaisia eri teemoja ja visioita. Useiden erilaisten ideoiden ja pohdintojen kautta päädyimme käsittelemään aihetta aika. Aihealue kiehtoi meitä suunnattomasti, koska aikaa voi käsitellä ja sitä voi lähestyä niin monista eri näkökulmista esimerkiksi ajanlaskun, ajan mittaamisen tai vaikkapa ajantajun kautta. Teimme tekstin sisällöstä ensin itse luonnostelevaa käsikirjoitusta, mutta melko nopeasti ymmärsimme, että tarvitsemme ulkopuolisen käsikirjoittajan tähän hyvin haastavaan tehtävään.

Halusimme saada käsikirjoittajaksi jonkun, joka ammattimaisen kirjoittamisen lisäksi osaisi mielellään käsitellä valitsemaamme aihealuetta myös tieteen näkökulmasta. Pienen taustatutkimuksen jälkeen löysimme tehtävään täydellisen henkilön, Riku Niemelän. Niemelä juontaa muun muassa suosittua *Katse Kaikkeuteen* -YouTube-kanavaa, jonka videoilla pohditaan tietoisuuden tutkimista, rinnakkaisten universumien mahdollisuutta sekä aika-avaruuden konseptia. Niemelä on myös hyvin taitava käsikirjoittaja (Katse Kaikkeuteen 2020).

Esitys päädyttiin kirjoittamaan englanninkieliseksi, koska esiinnyimme valtaosin kansainvälisissä yritystapahtumissa. Niemelän kirjoittama käsikirjoitus käsittelee aluksi ajan muodostumista ja kehittymistä, johtaa aikaa aistivien ihmisten syntyyn ja päättyy lopulta siihen, minkälaisen käsityksen ja elämänfilosofian ihmiset ajankulusta oman olemassaolonsa näkökulmasta muodostavat.

*‘Stick, stone, foundational rock,
every thing and living being.
Not in time, but out of,
all that is, was and will be,
has meaning’*

(Niemelä 2020)

4.4 Spoken Word

Lavarunous on kirjallista ja suullista ilmaisua esityksen muodossa. Tekstien aiheet ja esitystapa ovat vapaat, mutta tyypillisiä piirteitä ovat muun muassa omakohtaisuus, ajankohtaisuus, tarinallisuus, teatraalisuus ja rytmikkyys. Lavarunous on myös suoraviivaista lyriikkaa, joka pyrkii tavoittamaan kuulijan välittömästi. (Hertell 2017, 5–12.)

Lavarunoutta esitetään useimmiten live-tilanteessa, mutta sitä käytetään myös tallenteilla, joissa runoja saatetaan esittää musiikin tai äänimaiseman kanssa. Artisteja, jotka esiintyvät musiikin kanssa, kutsutaan usein spoken word -artisteiksi. Spoken word on puhe-esitys, joka sisältää kirjallisia ja teatraalisia elementtejä. Se on yleensä muodoltaan runoutta tai tarinankerrontaa. Lavarunoudessa yhdistyy myös artistin monipuolinen äänen- ja kehonkäyttö sekä monet ulkorunolliset seikat, kuten esimerkiksi pukeutuminen, esitystekniikka ja rekvisiitta. (Hertell 2017, 5–17.)

Suomeen lavarunouskulttuuri on rantautunut tietävästi 1960-luvulla, mutta huomattavin kotimainen kehitys on tapahtunut vasta 1990-luvun puolella. Tämä oli erityisesti Turun runoliikkeen ansiota. Myös internetin vaikutus lavarunouskulttuurin kasvuun Suomessa on ollut merkittävä, sillä nykyisin ulkomaisiin tekijöihin ja suuntauksiin on helppo tutustua. (Hertell 2017, 10.)

Lavarunon esitystavat voivat olla hyvin eri kaltaisia. Esityksissä voidaan käyttää perinteistä runonlausuntaa enemmän esimerkiksi kehonkieltä tai paikoin hyvin eläytyvää äänenkäyttöä. Toisaalta, jotkut esitykset saattavat taas perustua hyvinkin monotooniselle tai hypnoottiselle lausuntatavalle. Myös pukeutumiselle ja muille ulkoisille tekijöille annetaan performansseissa perinteistä lausuntaa isompaa merkitystä. (Hertell 2017, 10-11.)

Time teokseen haluttiin hakea hieman erilaista lähestymistapaa kuin mitä olimme aiemmissa esitysnumeroissamme käyttäneet. Jotain uutta, merkityksellistä ja inspiroivaa. Halusimme kertoa samalla jonkinlaisen tarinan ja saada esitykseen sitä kautta lisää syvyyttä tekstin muodossa. Emme kuitenkaan halunneet käyttää teoksessa tavanomaista laulua, joten päädyimme pohtimaan spoken word -tyyppistä lähestymistapaa. Ajattelimme, että tällä tavoin teoksessa voisi olla merkityksellinen lausuttu teksti ja tarina, mutta katsojan ja kuulijan huomio ei kuitenkaan liiaksi keskittyisi ainoastaan siihen.

Päätöksen synnyttyä, aloimme pohtia, millainen ääni tämän kaltaiseen show`hun ja esitystapaan soveltuisi parhaiten. Keskustelussamme nousi välittömästi yksi nimi esiin ja päädyimme kysymään artistiksi Tuukka Haapaniemeä. Tuukka on tuttu muun muassa Club For Five -yhtyeestä, jonka kanssa olemme tehneet yhteistyötä jo aiempina vuosina. Onneksemme Haapaniemi lähti innokkaasti mukaan yhteistyöhön ja hänen jyrkät bassoäänensä soveltuukin teoksen äänimaisemaan erinomaisesti. Toimiva teksti ja sen karismaattinen ja syvälinen tulkinta lisäsivät merkittävästi koko esityksen vaikuttavuutta.

4.5 Visuaaliset elementit

Näkemisen merkityksellisyyteen ja katsomistapahtumaan liittyvät kaikki aistit. Visuaalisuus ei ole ainoastaan kuvia vaan tekstin, äänen, toiminnan, kuvien ja tilan vuorovaikutusta. Visuaalisuuden ajatellaan usein ohittavan tietoisin ajattelun ja siten pystyvän herättämään ja voimistamaan tunteita. Moniaistisuus onkin vahvasti läsnä nykytaiteen teoksissa: esimerkiksi tuoksuinstallaatioissa, ruumiillisuutta kuvastavissa valokuvissa sekä ääni- ja tilateoksissa. (Granö, Keskitalo & Ronkainen 2013, 7–43.)

Värimaailman valinta on yksi olennainen osa esityksien visuaalista ilmettä. Erilaiset värit vaikuttavat voimakkaasti ihmiseen. Värimaailmaa valittaessa on osattava ottaa huomioon muun muassa esityksen sisältö, esiintyjän itsensä edustama ryhmä sekä kohdeyleisö. Väri ohjaa katsetta ja sen avulla voidaankin korostaa tai erotella haluttuja asioita esityksessä. Esimerkiksi punainen väri kiinnittää erityisen tehokkaasti huomion. (Lammi 2009, 66–69.)

Time-videojulkaisun visuaalista ilmettä lähdettiin miettimään ja rakentamaan tilan valitsemisen kautta. Koska halusimme korostaa välineiden, liikkeiden ja valojen merkitystä kokonaisuudessa, tilaksi haluttiin täysin pimeä tila. Tilan vaatimukseen kuului oleellisesti myös riittävän suuri lavakoko, jotta kuvan rajaukset saataisiin tehtyä onnistuneesti soittimien määrää karsimatta. Vaatimusten mukainen tila löytyi Tampere-talosta, jonka Maestro-salissa kuvasimme koko videojulkaisun materiaalin. Salin monipuolisten ominaisuuksien vuoksi tilasta oli mahdollista rakentaa täysin pimeä.

Teoksessa käytettävät välineet ja valot synkronoitiin aikakoodiin toimimaan yhdessä musiikin kanssa. Uusimmalla pikselitekniikalla varustetut välineemme (Ignis 2020) pystyvät heijastamaan halutut kuviot ja tekstit ilmaan, ja tätä ominaisuutta käytimmekin julkaisussa runsaasti. Välineiden avulla pystyimme rakentamaan haluttua värimaailmaa ja luomaan hyvin erilaisia tunnelmia. Koreografialla toimimme esiin näyttävää yhtenäistä liikehdintää ja korostimme osin

tekstin teemoja. Läpinäkyvät rummut ja niihin kohdistetut valot taasen heijastavat ja korostavat laajaa visuaalista kokonaisuutta.

4.6 Videon kuvaus

Video syntyy kuvien kautta. Kuvaustilanteessa tapahtumat ja kuvasisältö kirjautuvat muistikortille juuri sellaisina kuin ne ovat. Kuvatuotannossa onnistuneeseen lopputulokseen vaikuttaa suuri määrä asioita, muun muassa kuvausryhmä ja kuvauskalusto, rekvisiitta, puvustus, maskeeraus sekä mahdolliset lavasteet. (Sorkio 2019, 129).

Elokuvallisessa kerronnassa on tärkeää, että katsojan mielenkiinto saadaan pidettyä yllä. Tästä syystä kuvaotoksilla pitääkin pyrkiä vaihtelevuuteen. Sen sijaan että otettaisiin yksi pitkä otos, on parempi ottaa useampi erilainen kuvakulma. (Leponiemi 2010, 80–81.) Jotta leikkaukset kuvien välillä saadaan sulaviksi, tarvitaan kuvituskuvia. Videon kuvituskuvina voidaan käyttää esimerkiksi lähikuvia yksityiskohdista ja yleiskuvia kuvauspaikalta. (Sorkio 2019, 130–131.)

Dramaturgia tarkoittaa tämän kuvatun materiaalin järjestämistä esitykseksi ja teokseksi. Teoksen dramaturginen rakenne on suurin sen lopputulokseen vaikuttava yksittäinen tekijä. Suljetulla dramaturgialla tarkoitetaan jäsenneltyä draamaa, jossa teoksen juoni muodostaa yhtenäisen kaaren aloituksen, keskiosan ja loppuratkaisunsa avulla. Avoin dramaturgia taas on nimensä mukaisesti muodoltaan vapaampaa. (Pirilä & Kivi 2010, 26–27.)

Teoksen ennalta sovittu kuvauspäivä aloitettiin soitinten siirtämisellä kuvaustilaan. Tämän jälkeen alkoi kuvauspaikan rakentaminen. Instrumentteina käytössämme oli lukuisia isoja tom tom -rumpuja ja sähköisiä rumpuja, jotka kasasimme pyörillä kulkeviin räkkeihin. Tämä helpotti kuvausasetelmien muokkaamista ja vaihtelua huomattavasti. Tämän lisäksi asetimme yhden ison bassorummun hyvin korkealle ryhmän taakse erikoisvalmisteiselle telineelle, jonka avulla saimme lisättyä soittimien muodon visuaalista näyttävyyttä. Soitinten valmistelun jälkeen teimme tilaan tarvittavia toimenpiteitä, kuten esimerkiksi kaikkien valonlähteiden peittämistä ja teippaamista sekä savukoneen käyttöön

liittyviä tarkistuksia. Rakentamisvaiheen tultua valmiiksi, aloimme siirtyä itse kuvaukseen.

Kuvauksen aluksi otimme lukuisia testiottoja, joiden avulla asettelimme soittimia ja soittajia optimaalisiin kohtiin kuvakulmien kannalta, sekä saimme kameroiden asetukset säädettyä optimaalisiksi. Varsinaisessa kuvauksessa kuvasimme ottoja teoksen neljästä erityyppisestä osasta erillisinä pätkinä. Lyhyemmät otot olivat järkevämpiä, sillä välineiden ja valojen ohjelmoinnit täytyi vielä tässä vaiheessa toteuttaa jokaiseen osaan erikseen. Toimintatapa oli tilanteessa paras myös ajankäytön tehokkuuden ja materiaalin editoinnin kannalta. Pyrimme myös jo kuvaustilanteessa karsimaan mahdollisimman paljon epäonnistuneita ottoja pois.

Kuvasimme materiaalia lukuisista eri kuvakulmista ja asetelmista. Taltioimme sisätiloissa tarvittavaa materiaalia tauotta koko päivän, ja illan hämärtyessä siirryimme vielä kattokuvauksiin. Katolta kuvasimme haluamaamme kuvituskuvaa dronella. Otimme ilmakuvaa pääosin pelkistä henkilöistä pixel-pöytävälineiden kanssa, mutta myös jonkin verran soittokuvaa. Samanaikaisesti käytimme ajan ja paikan hyödyksemme ottamalla myös still-kuvia tulevaisuuden promootiota varten.

Kuvauksessa käytettiin sekä omaa että vuokrattua kalustoa, ja apuna toimi lisäksi yksi ulkopuolinen kuvaaja. Kuvauskalustona käytössämme olivat Sony a7 II -järjestelmäkamera (Sony 2020) ja Dji Mavic Pro (DJI 2020) drone, jolla kuvattiin materiaalia sekä sisätiloissa että ulkona.

4.7 Videon editointi

Editoinnissa kuvattu materiaali yhdistetään kokonaiseksi teokseksi. Se on kuin kirjan kasaamista yksittäisistä kappaleista ja virkkeistä. Kuvat muodostavat jatkumon, jossa edellinen määrittää seuraavaa. Musiikkivideomaisissa kokonaisuuksissa tärkeitä elementtejä ovat varsinaisen viestin lisäksi myös rytmi ja visuaaliset ideat. (Sorkio 2019, 136–137.)

Videon jälkituotantoprosessi pitää sisällään hyvin monia eri työvaiheita. Se sisältää muun muassa leikkaamista, värinmäärittelyä, visuaalisten efektien luomista, äänen loppumiksausta ja lopputuotteen oikeaan esitysformaattiin pakkaamista. (Pirilä & Kivi 2010, 95.)

Videosta editoitiin kaksi erilaista versiota yhtyeen omien jäsenten toimesta: YouTubessa julkisena nähtävä lyhyempi, trailerimainen julkaisu sekä teoksen kokopitkä versio, joka löytyy samalta alustalta yksityisenä linkkinä (Takomo 2020c).

Lyhyempää versiota tehtiin ja lähestyttiin mainosvideon keinoin ja sen editoinnista vastasi Mikko Renfors. Video on suunnattu markkinointimielessä suoraan tapahtumatuottajille. Videoon sisällytettiin kaikki se informaatio, joka show`n mahdollista ostajaa kiinnostaa ja mikä saisi hänet ostamaan tuotteen. Videolla nähtävien tekstiplanssien avulla kerrotaan muun muassa mitä show sisältää, miten se on muokattavissa yksilöllisesti eri tapahtumiin sekä mitä lisäominaisuuksia teokseen on mahdollista lisätä. Kokopitkän videon editoivat yhteistyössä Oskari Auramo ja Juho Fabrin. Pidempään versioon sisällytettiin editointivaiheessa myös taustavisuaaleja ja show`ssa näkyviä screen-materiaaleja, ja sen on tarkoitus antaa katsojalleen kokonaisvaltainen ja todellinen käsitys esityksen koko sisällöstä. (Takomo 2020c.)

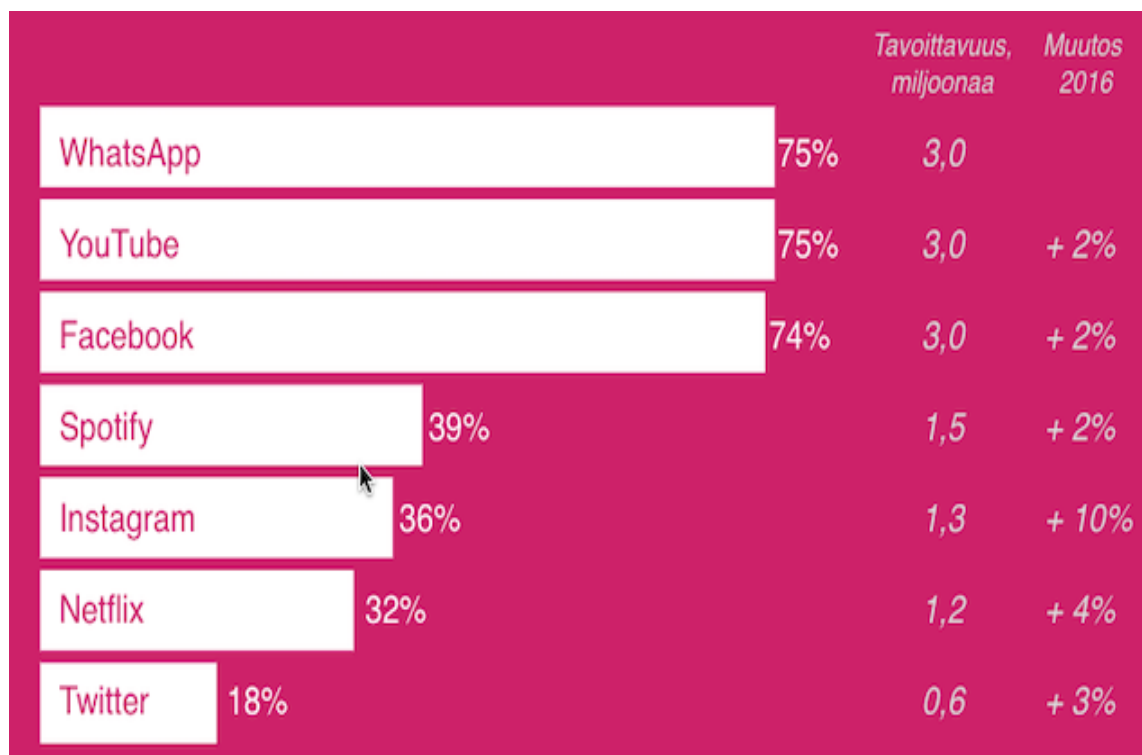
4.8 Videon julkaisu

YouTube on maailman suosituin videoalusta. Se on käyttäjälleen täysin ilmainen kanava videoiden säilytykseen ja jakamiseen. YouTube sisältää valtavan määrän ihmisten tuottamaa kiinnostavaa sisältöä ja paljon myös tuotteiden myynnin edistämiseen tehtyä kaupallista sisältöä. Kanava tarjoaa myös ansaintamallin, joka perustuu mainosten näyttämiseen käyttäjien videoiden yhteydessä. (Sorkio 2019, 153–163.)

IFPI:n (International Federation of Phonographic Industry) vuonna 2018 teettämän tutkimuksen mukaan musiikkia kuunnellaan keskimäärin 17,8 tuntia viikossa. Raportin mukaan 75 % kaikista kuluttajista kuuntelee musiikkia älypuhelimien kautta. Nuoremmilla, 16–24 vuotiailla lukema on tätäkin korkeampi, 94 %. (IFPI 2020.)

Tutkimuksesta käy ilmi, että jopa 47 % musiikin kuuntelusta tapahtuu YouTube-sivuston kautta. Pääsyy sille, miksi kuluttajat eivät käytä maksullisia palveluita musiikin kuunteluun, on raportin mukaan se, että kaikki mitä kuluttajat haluavat kuunnella löytyy heidän kokemuksensa mukaan YouTubesta. (IFPI 2020.)

YouTube myös tavoittaa ihmiset. Teoston ja Musiikkituottajien teettämä tutkimus arvioi, että alusta tavoittaa noin kolme miljoonaa 16–65 vuotiasta suomalaista joka viikko (kuvio 4). (Teosto & Musiikkituottajat 2020.)



KUVIO 4. Arvioita sosiaalisen median palveluiden viikkotavoitettavuudesta Suomessa. (Lähde: Teosto & Musiikkituottajat 2020)

Time-teos julkaistiin yhtyeen omalla YouTube-kanavalla marraskuun 2. päivänä. Julkaisukanava valikoitui, koska kyseisen alustan kautta on mahdollisuus tavoittaa kaikki potentiaaliset katsojat ympäri maailmaa helposti ja kustannustehokkaasti. YouTuben videolinkkiä on myös helppo jakaa muihin sosiaalisen median kanaviin. Käytimme julkaisun jakamisessa laajasti hyödyksi myös yhteistyökumppaneitamme, joihin olimme etukäteen yhteydessä julkaisun ajankohdan ja mainostekstien suhteen. (Takomo 2020c.)

4.9 Markkinointi

Markkinointi on keskeinen osa mitä tahansa liiketoimintaa. Sen avulla viestitään omista tuotteista ja erotutaan kilpailijoista. Markkinointi perustuu asiakkaiden ostokäyttäytymisen tuntemiseen ja asiakastarpeiden tyydyttämiseen. Menestyvä markkinoija tarvitsee laaja-alaista osaamista onnistuakseen pitkäaikaisten ja kannattavien asiakassuhteiden luomisessa. (Bergström & Leppänen 2001, 10–19.)

Markkinointi alkaa jo ennen varsinaisen tuotteen syntymistä, sillä siihen kuuluvat myös kaikki ne toimenpiteet, joita tehdään ennen tuotteen markkinoille tuloa. Kohderyhmän valinta, tuotekehitys ja testaus ovat olennaisia markkinoinnin osia. Hyvä markkinointi jatkuu koko tuotteen elinkaaren ajan. Tuotteelle pyritään löytämään uusia asiakkaita, ja sen houkuttelevuutta ja ominaisuuksia pyritään parantamaan jatkuvasti. (Korkeamäki ym. 2002, 11–32.)

Markkinoinnin lähtökohtana on mainonnalle asetettu tavoite. Tavoitteita voivat olla esimerkiksi kävijöiden houkuttelu yrityksen varsinaisille kotisivuille, uuden tuotteen tunnetuksi tekeminen tai brändin tukeminen ja ylläpito. Markkinoinnissa on myös tärkeää tietää, kenelle halutaan markkinoida ja milloin, että se voidaan kohdistaa melko tarkasti oikealle kohderyhmälle. (Bergström & Leppänen 2001, 145–149.)

Yhtenäisiä kohderyhmiä löytääkseen, hyvä markkinoija pyrkii markkinointiohjelmaa suunnitellessaan arvioimaan muun muassa kuluttajan ostokäyttäytymistä, tuloja, ostopäätöksen tekoa ja muita tämän kaltaisia seikkoja. Tätä kutsutaan segmentoinniksi. Segmentointia pidetään asiakaslähtöisenä tapana toimia ja se on yksi markkinointisuunnittelun perustyövälineistä. Näkökulman valinta markkinoinnille taas muodostuu sen ympärille, miten parhaiten voi palvella tätä kohderyhmää. (Anttila & Iltanen 1993, 19.)

Markkinoinnin neljä peruskilpailukeinoa ovat:

1. Tuote
2. Hinta
3. Jakelu
4. Viestintä (Anttila & Iltanen 1993, 20.)

Tuote voi olla esimerkiksi palvelua, tavaraa, toimintaa, tai näiden yhdistelmää. Hinnalla tarkoitetaan luonnollisesti sitä hintaa, joilla yritys näitä tuotteita tai palveluita tarjoaa. Jakelu on sitä, miten näiden tuotteiden saatavuus on järjestetty. Viestintä taas kertoo sen, miten kuluttajia tiedotetaan näistä palveluista ja tuotteista. (Anttila & Iltanen 1993, 20-21.)

Time-teoksen markkinointia mietittiin hyvin kokonaisvaltaisesti jo ennen projektiin ryhtymistä. Mitä tehdään, kenelle tehdään ja miksi tehdään. Kohderyhmä valikoitiin ensin ja sen jälkeen pohdittiin millainen show juuri heitä mahdollisesti kiinnostaisi. Syykin tekemiselle oli ilmeinen, valmistaa uusi ja näyttävä teos, joka lisäisi yhtyeen esiintymisten kiinnostavuutta ja kysyntää.

Ensisijaisena julkaisukanavana toimi YouTube ja Time-julkaisua mainostettiin pääosin sosiaalisen median kautta. Yhtyeen omat Facebook- ja Instagram-sivut tarjoavat seuraajakunnan, joiden avulla videon on mahdollista jakaantua myös isommalle määrälle ihmisiä. Julkaisu on mahdollista löytää näiltä alustoilta myös erilaisten hakusanojen ja tunnisteiden kautta. Sivustot tarjoavat myös mahdollisuuksia kohdennettuun, maksulliseen markkinointiin.

Teoksesta tehtiin erillinen paketti mainontaa varten, joka sisältää esittelytekstin lisäksi kuvia ja erimittaisia videoita. Monipuolinen paketti onkin markkinoinnissa tärkeä työkalu, koska käyttötarkoitukset ja julkaisualustat vaihtelevat. Näitä materiaaleja hyödynnettiin itse julkaisun yhteydessä, mutta ennen kaikkea ajoittamalla eri materiaalien julkistamista eri ajankohtiin. Tällä tavoin hyvää vuorovaikutusta potentiaalisten katsojien kanssa saatiin luotua huomattavasti pidemmälle ajanjaksolle.

Mainonnassa toteutettiin myös ennalta suunnitellut ja sovitut teoksen videon ja siihen liittyvien mainoskuvien jaot yhdessä yhteistyökumppaneiden kanssa. Saumaton yhteistyö useampien toimijoiden kanssa auttaa kasvattamaan tavoitettavaa katsojakuntaa eksponentiaalisesti ja tällä tavoin saimmekin jaettua julkaisua mahdollisimman laajalle yleisölle.

Sosiaalisen median ylläpitäminen on nykypäivänä aikaa vievää mutta välttämätöntä. Kestäviä tuloksia ja uskottavaa tekemistä sosiaalisessa mediassa saa aikaiseksi vain siten, että asennoituu sen vaatimiin toimenpiteisiin jatkuvana työnä ja resursseja vaativana prosessin osana. (Siniaalto 2014, 11).

4.10 Business-to-business-markkinointi

Business-To-Business- eli yritysmarkkinointi tarkoittaa organisaatioiden välistä kaupankäyntiä sekä siihen liittyvää viestintää ja muuta toimintaa. Se edellyttää hieman erilaista otetta ja toisenlaisia keinoja kuin esimerkiksi tavaroiden markkinointi kuluttajille. (Hertzen von 2006, 15–19.) Yritysmarkkinoinnissa verkostoituminen ja yksilöllinen markkinointi ovat usein keskeisiä toimintatapoja. Yritykselle ominaisen ostokäyttäytymisen havaitseminen on ratkaisevan tärkeää, jotta kullekin asiakkaalle voidaan tarjota toimivin ratkaisu. (Bergström & Leppänen 2001, 145–149.)

Time-julkaisun yritysmarkkinointi tapahtui pääosin välikäsien kautta. Yhteistyökumppanimme uutiskirjeiden, julkaisujen ja suorien sähköpostien avulla

tavoitamme merkittävimmät tuotantoyhtiöt ja tapahtumatuottajat tehokkaasti. Nämä tahot taas tarjoavat edelleen esitystämme ohjelmanumeroksi suoraan erilaisiin yritystapahtumiin. Ohjaamme omissa sosiaalisen median kanavissamme kävijäliikennettä myös kotisivuillemme, joiden sisältö on rakennettu vahvasti yritystapahtumia silmällä pitäen. Tätä kautta yritykset saavat suoraan tarvitsemaansa tietoa muun muassa esityksestä ja esiintyjistä, sekä muista heitä kiinnostavista palveluista.

4.11 Brändi

Brändi tarkoittaa tuotteen, yrityksen, palvelun, henkilöryhmän tai yksittäisen henkilön nimeä, joka tunnetaan ja johon liitetään ominaisuuksia, jotka ovat kohderyhmälle tärkeitä ja erottuvat kilpailijoista (Korkeamäki ym. 2002, 110–122). Brändäystä on tehty läpi ihmiskunnan historian: tilallinen merkitsi poltinmerkillä oman karjansa ja savenvalaja laitto peukalonmerkin ruukkunsa pohjalle (Hertzen von, 2006, 15–16). Brändi syntyy vasta markkinoilla eli ostajan mielessä. Se on kaiken sen tiedon, kokemusten ja mielikuvien summa, joita kuluttajalla on tuotteesta ja joita ostaja pitää olennaisina tuotetta valitessaan. (Bergström & Leppänen 2001, 243–256.)

Brändi rakennetaan yhdessä asiakkaiden kanssa siitä todellisesta arvosta, johon yrityksen kilpailuvoima perustuu. Brändin ja vahvan brändin erona on usein se, että vahva brändi merkitsee asiakkaille jotain hyvin ainutlaatuista ja sisältää selkeän lupauksen laadusta (taulukko 2). (Pulkkinen 2003, 111–112.)

TAULUKKO 2. Nimen, brändin ja vahvan brändin erot. (Lähde: Pulkkinen, 2003)

Perushyödykkeet	Tunnettu nimi	Brändi	Vahva brändi
- ei eroja kilpaileviin tuotteisiin paitsi hinta	- tunnistetaan nimi - ei muita eroja ominaisuuksissa	- liitetään omaleimaisia, erilaisia ja tunnistettavia mielikuvia - persoonallisuus	- brändi merkitsee asiakkaille jotain ainutlaatuista - selkeä lupaus - erottuu - luottamus - asiakasuskollisuus

Vahvan brändin tunnusmerkkejä ovat pitkäikäisyys, korkea laatumielikuva ja monistettavuus eri markkinoille (Bergström & Leppänen 2011, 243–256). Se rakentuu huolellisesti rakennetusta laaja-alaisesta konseptista, jonka tuloksena syntyy ehjä ja kestävä kokonaisuus. Tuotetta, saatavuutta, hintaa ja viestintää kehitetään jatkuvasti hengen ja ajan vaatimusten mukaisesti, mutta kuitenkin selkeä linja ja perusarvot säilyttäen. (Korkeamäki ym. 2002, 110–122.)

Yhtyeeseemme liitetään ominaisuuksia, jotka erottavat meidät tavanomaisesta musiikkiyhtyeestä. Keikan tilaaja yleensä tietää jo etukäteen, että esiintymisemme perustuvat siihen, että yhdistelemme elektronista musiikkia, lyömäsoitinten soittoa ja visuaalisia show-elementtejä hyvin omalaatuisella tavalla. Show onkin maassamme ainutlaatuinen, sillä täysin vastaavaa ryhmää ei Suomessa ole.

Esitystä ja kaikkea siihen liittyvää toimintaa kehitetään jatkuvasti suurella intohimolla. Olemme myös lähtökohtaisesti aina pyrkineet asiakaslähtöisyyteen. Esitysten sisältö on täysin muokattavissa ja räätälöitävissä jokaisen asiakkaan tarpeiden mukaan.

Oleellisena osana esityksiämme ovat myös asiakkaalle täysin kustomoidut videomateriaalit ja muut visuaaliset elementit, jotka suunnitellaan ja luodaan

hyvin usein yhteistyössä asiakkaan kanssa. Asiakkaiden on mahdollista saada esimerkiksi oman yrityksensä logo pyörimään välineisiimme teoksen loppuhuipennuksen ajaksi tai halutessaan olla jopa itse osana show`ta esimerkiksi yhtenä rumpalina joukossamme. Näillä keinoilla onkin saatu luotua hyvin vahvoja ja unohtumattomiakin elämyksiä yhdessä asiakkaidemme kanssa.

Yhtyeen ja lukuisten tilaajien välille onkin muodostunut vankka ja molemminpuolinen luottamussuhde kaikkien asioiden laadukkaasta hoitamisesta puolin ja toisin. Alan piireissä yhtyeen nimi jo tunnustetaan, ja siihen liitetään yksilöllisiä ja tunnistettavia mielikuvia. Vuosien kokemuksen ja saavutetun aseman ansiosta yhtyeemme esiintymisiin onkin muodostunut korkea laatuvaatimus.

4.12 Yhteistyökumppanuus

Kulttuuritoimijoiden ja elinkeinoelämän kiinnostus yhteistyökumppanuuden suomia mahdollisuuksia kohtaan on kasvanut. Yritykset ovat huomanneet uudenlaisen tavan erilaisten kohderyhmien saavuttamisessa ja kulttuuriala tarjoaa kiinnostavia mahdollisuuksia yrityksen tunnettavuuden ja imagoprofiilin kohottamisessa. Yhteistyökumppanuuksia hyödyntävät nykyään myös pienet ja keskisuuret yritykset, sitä ei enää pidetä ainoastaan suuryrityksille sopivana.

Yhteistyökumppanuus rinnastetaan usein yritysten tekemiin rahallisiin lahjoituksiin. Nykyisin kuitenkin sopimukset perustuvat usein ennemminkin molemminpuoliseen yhteistyöhön. Elinkeinoelämän ja kulttuurin yhteistyökumppanuuksien sekä kulttuuriin liittyvien elämysten kysynnän ennustetaan tulevaisuudessa lisääntyvän entisestään. (Oesch 2002, 5–10.)

Takomolla on hyvin laaja yhteistyökumppaneiden verkosto. Yhtyeellä on yhteistyösopimukset muun muassa akustisten rumpujen, telineiden, tarvikkeiden, kapuloiden ja sähköisten instrumenttien osalta. Sopimukset on tehty myös keikkamyyntiin ja markkinointiin liittyen. Time-projektia varten solmimme myös pienempiä yhteistyökumppanuuksia, jotka olivat teoksen valmistumisen kannalta

tärkeitä. Tässä työssä ei esitellä näitä yhteistyökumppanuuksia tarkemmin salassapitovelvollisuuteen liittyvistä syistä.

5 TULOKSET

Tutkimuksen ensimmäisenä keskeisenä kysymyksenä oli selvittää, miten ryhmän sisäiset sosiaaliset suhteet vaikuttavat sekä yksittäisen projektin onnistumiseen, että laajemmin yhtyeen menestymiseen.

Ennen projektia suoritetun kyselytutkimuksen perusteella yhtyeen jäsenten ennako-odotukset projektia kohtaan olivat melko yhteneväisiä ja samansuuntaisia. Iso osa ryhmäläisistä kertoi vastauksissaan odottavansa eniten sitä, että ryhmä saa uuden laadukkaan videon valmiiksi, joka lisää keikkojen myyntiä yrityssectorilla. Projektin jälkeen suoritetun kyselyn perusteella jäsenet myös kokivat, että nämä ennako-odotukset toteutuivatkin hyvin tai melko hyvin.

*‘Saimme mielestäni toteutettua kiinteän kokonaisuuden, joka esittelee hyvin kaikkea sitä osaamista ja mahdollisuuksia mitä meillä on nykypäivänä asiakkaille tarjota. Uskoisin, että tämä materiaali lisää myyntiä ja palvelee meitä vuosia eteenpäin’
(Yhtyeen jäsen 2020)*

Tutkimuksessa paljastui, että kaikki yhtyeen jäsenistä kokivat jossain määrin ajan riittävyden projektin onnistumisen kannalta haasteellisimmaksi asiaksi. Kaikki kyselyyn vastanneista toivat jollain tavalla vastauksessaan esiin juuri aikaan liittyviä kommentteja. Toisaalta tutkimuksen myötä kävi ilmi, että yhteiset vuodet ovat kuitenkin opettaneet yhtyeen jäseniä myös ajankäytöllisesti erottamaan paremmin oleelliset asiat ei niin tärkeistä asioista. Kaikki ryhmän jäsenet kokivat myös, että jäsenten välillä vallitsee luottamus siihen, että asiat hoidetaan kuitenkin aina kunnolla, vaikkakin joskus viimeisellä hetkellä, mutta ne hoidetaan. Myös projektin valmistumisen jälkeen saadut vastaukset tukevat tätä tulkintaa.

‘Välillä tuntui, että aikataulu on niin tiukka kaiken muun työn ohella, että selviydytäänköhän tästä kunnialla. Mutta sitten kun tehtiin vaan eikä mietitty liikaa niin tuntui kyllä hyvältä siinä vaiheessa, kun julkaisu tuli ulos’

(Yhtyeen jäsen 2020)

Suurin osa vastaajista piti omaa rooliaan projektissa mielekkäänä tai melko mielekkäänä. Kokoonpanon jäsenet kokivat myös oman roolinsa ja tehtävänsä ryhmässä keskimäärin melko selkeäksi. Projektin aikana tai sen jälkeen tähän ei tullut havaittavaa muutosta.

Projektin jälkeen suoritettu kyselytutkimus osoitti, että jäsenten motivaatio oli projektin myötä entisestään kasvanut. Onnistunut projektin läpivieminen oli selkeästi tuonut ryhmähenkeen positiivista muutosta. Kyselystä selvisi myös, että suuri osa jäsenistä piti yhteisiä tavoitteita projektin suhteen kohtalaisen selkeinä. Ryhmän yhteisen toiminnan tarkoitus koettiin jopa todella selväksi, ja ryhmän jäsenet kokevat myös saavansa henkilökohtaista arvostusta omasta työstään ryhmän sisällä.

Hyvän ja jatkuvan vuorovaikutuksen merkitystä pidettiin ryhmän sisällä myös hyvin tärkeässä roolissa. Yhtyeessä on myös asiaan kiinnitetty erityistä huomiota. Ryhmässä on neljä hyvin erilaista persoonaa, joten erityisesti alkuaikoina haasteellisiakin tilanteita on syntynyt. Nykypäivänä jäsenten työskennelyä tiiviissä ryhmässä jo pidempään, ryhmän jäsenet kokivat, että ovat oppineet tulkitsemaan toistensa sanomisia ja viestejä jo hieman paremmin kuin alkuaikoina.

E erityisen haastavaksi ryhmä on puolestaan kokenut sähköisen viestinnän, jossa toisten tarkoittamat viestit voidaan helposti ymmärtää eri tavoin, koska eleet ja ilmeet jäävät välittymättä.

Yhtye on käynyt läpi perustamisvuodesta 2008 lähtien paljon erilaisia vaiheita ja muutoksia. Yhtyeen jäsenistöä on jäänyt eri syistä pois ryhmästä tai tullut uusina sisään. Ryhmä onkin kokenut, että nämä muutokset jäsenistössä ovat muuttaneet joka kerralla hieman ryhmädynamiikkaa johonkin suuntaan ja tavallaan aloittaneet ryhmän muodostumisen ja kehittymisen aina uudestaan alusta.

Nykyinen, vuodesta 2015 asti muuttumattomana pysynyt kokoonpano onkin alkanut hitsaantua hyvin eri tavalla yhteen, kun muutoksia kokoonpanoon ei ole enää tullut. Aluksi kukin jäsen haki hetken omaa paikkaansa ja tehtävänsä uudessa kokoonpanossa, mutta sen jälkeen ryhmä on löytänyt yhteisiä tapoja toimia ja suorittaa tehtäviä.

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että sosiaalisten suhteiden vaikutus on merkittävä. Ryhmä piti toimivaa ryhmädynamiikkaa ja yksilöiden välisiä hyviä suhteita selkeästi ratkaisevimpana ja tärkeimpänä yksittäisenä tekijänä projektin onnistumisen ja sitä kautta yhtyeen menestymisen taustalla.

Toinen tutkimuksen keskeisistä kysymyksistä oli selvittää, miten laajaa osaamista tuotannon eri vaiheisiin tarvitaan, ja miten prosessia voitaisiin tehostaa. Tutkimuksessa tarkasteltiin prosessissa tarvittavia eri osa-alueita kokonaisvaltaisesti ja vaiheittain läpi.

Ryhmän sisältä löytyi osaamista hyvin monilta eri osa-alueilta. Muun muassa musiikin sävellys, äänitys ja tuotanto tapahtui täysin ryhmän omin voimin. Ryhmästä löytyi myös laajaa osaamista esimerkiksi koreografian tekemiseen ja videon kuvaukseen, sekä editointiin ja julkaisuun tarvittaviin toimenpiteisiin. Myös markkinointiin liittyvät tehtävät ja kontaktoinnit laajan yhteistyökumppaneiden verkoston kanssa suoritettiin ryhmän omin voimin.

Sellaiset tehtävät, joihin ryhmän ulkopuolista apua projektissa tarvittiin, osattiin organisoida ja niihin osattiin etsiä oikeanlaisia tekijöitä. Muun muassa teoksen käsikirjoittamisen suhteen osattiin tehdä oikea-aikaisia ja rohkeita ratkaisuja ulkoistamisen suhteen, joka osaltaan edesauttoi ja mahdollisti projektin päämäärän saavuttamisen ajallaan, sekä ryhmän sisäisen työmäärän pitämisen maltillisempänä. Prosessin tehostamiseksi tämänkaltaisia ratkaisuja ja niiden mahdollisia hyötyjä on hyvä pohtia tarpeen mukaan myös muiden osa-alueitten kohdalla.

Tutkimuksen kohteena olleen projektin kaltaisissa teoksissa työmäärä on merkittävä ja tarvitaan niin laaja-alaista osaamista, että prosessin tehostamiseksi on myös äärimmäisen hyödyllistä miettiä hyvin tarkat roolijaot ja vastualueet eri tehtäville. Tällä tavoin isoa kuormaa on mahdollista jakaa useammalle ryhmän jäsenelle tasaisesti. Myös tarkalla etukäteen tehdyllä suunnittelulla ja aikataulutuksella on tämän kaltaisissa projekteissa mahdollista saavuttaa merkittävää hyötyä ajankäytön tehokkuuden kannalta.

Projektin lopputuloksena yhtye pystyi saavuttamaan asettamansa tavoitteet, luoden näyttävän show-kokonaisuuden, josta on hyötyä vuosiksi eteenpäin. Ryhmä pystyi myös suorittamaan projektin eri vaiheet itse asettamiensa aikataulujen mukaisesti. Markkinoinnin tueksi julkaistusta videosta tuli visuaalisesti näyttävä ja ehjä kokonaisuus, joka tuo onnistuneesti esiin show`n keskeisen sisällön ja asiakkaan yksilölliset mahdollisuudet vaikuttaa tähän sisältöön. Kohdeyleisön tarkka valikointi etukäteen auttoi merkittävästi tämän tavoitteen saavuttamisessa.

Ryhmän ja tuotannon eri vaiheiden kokonaisvaltaisen tutkimisen ja tarkastelun jälkeen voidaan todeta, että tavoitteellisen yhtyeen toiminnan pyörittäminen vaatii yhtyeen jäseniltään soittotaidon lisäksi erinomaisia sosiaalisia taitoja, valtavaa työmäärää ja hyvin laajaa osaamista eri osa-alueilla. Menestystä janoavien yhtyeiden onkin syytä kiinnittää näihin osa-alueisiin erityisen suurta huomiota.

6 POHDINTA

Sosiaaliset suhteet nousevat merkittävään asemaan ryhmissä, jotka työskentelevät toistensa kanssa tiiviisti yhdessä vuodesta toiseen. Yhtyeessä toimiminen on usein soittajilleen myös kasvukokemus sekä muusikkona että ihmisenä. Bändin mukana kasvetaan, eletään ja koetaan elämän eri vaiheita. Vuosien aikana Takomo-ryhmästä onkin kasvanut jäsenilleen hyvin paljon enemmän kuin pelkkä yhtye. Nykyinen kokoonpano kokeekin, että yhtye on jo jäsenilleen kuin toinen perhe.

Tutkimus auttoi ymmärtämään, miten laajasti ryhmän sisäiset sosiaaliset suhteet todella vaikuttavat ryhmän toiminnassa. Oli kyseessä sitten musiikkiyhtye tai mikä tahansa muu ryhmä. Sosiaaliin suhteisiin ja sujuvaan vuorovaikutukseen on kiinnitetty yhtyeessämme jo aiemminkin paljon huomiota, ja tätä toimintatapaa on tärkeää ja hyödyllistä jatkaa myös tulevaisuudessa. Usein toiminnan ammattimaistuminen ja vakavoituminen saattaa osaltaan vaikuttaa myös bändin sisäisiin sosiaaliin suhteisiin (Jauhiainen & Eskola 1994, 92–93), sillä se tuo mukanaan painetta suorittamiseen. Myös tämän projektin aikana oli välillä selkeästi havaittavissa ilmapiirissä muutoksia, kun aikaa oli rajallisesti ja tuloksia oli pakko saada aikaan siitä huolimatta. Näistä tilanteista selviämiseen ryhmää auttoi selvästi kokemukset yhteisistä, aikaisemmin suoritetuista projekteista ja toisten jäsenten hyvä tuntemus. Useissa tilanteissa myös ryhmän sisälle kehittynyt hyvin omalaatuinen huumori auttoi jaksamaan eteenpäin.

Lukuisat yhteiset kokemukset ja esiintymiset ovat kehittäneet yhtyeestä hyvin toimivan ryhmän. Yhtyeen jäsenet tuntevat jo todella hyvin toistensa tarpeet ja tavat myös tällaisen ison projektin aiheuttaman stressin alla ja osaavat reagoida niihin entistä paremmin. Ryhmän jäsenet ovat vuosien aikana oppineet myös kuuntelemaan ja ymmärtämään toisiaan paremmin ja pystyvät nykyään aiempaa rakentavampaan keskusteluun. Hankalatkin asiat osataan aina selvittää puhumalla. Ryhmän sisältä löytyy aina myös toisille ymmärrystä ja tukea, jos jokin asia vaivaa tai on huonosti.

Tutkimuksen avulla hahmottui myös tämän kaltaisen projektin todellinen laajuus. Tarkka eri vaiheiden erottelu ja pohtiminen auttoi ymmärtämään ja hahmottamaan, miten paljon erilaista osaamista tarvitaan ja miten aikaa vievä projekti tämän kaltaisen kokonaisvaltaisen show'n valmistaminen, harjoittelu, julkaiseminen ja markkinointi todellisuudessa onkaan. Työmäärä tuntui ryhmästä välillä hyvin kuormittavalta ja usko projektin valmistumiseen ja onnistuneeseen lopputuotokseen oli aika ajoin koetuksella. Näissä tilanteissa auttoi suunnattomasti muun muassa se, että ryhmällä oli selkeä maali, jota kohti edettiin. Tämän selkeän tavoitteen avulla jatkettiin aina eteenpäin, vaikka väkisin. Tulevaisuutta ajatellen, ryhmän yhteisiä lyhyen ja pitkän ajan tavoitteita olisi tarvittaessa hyvä aina aika ajoin myös kirkastaa (Gahagan 1977, 98), sillä omat henkilökohtaiset ja ryhmän yhteiset tavoitteet ovat saattaneet muuttua vuosien varrella.

Kokonaisvaltaisen show'n harjoitus- ja tuotantoprosessin tehostamiseksi olisi hyödyllistä pohtia suunnitelmallisuuden, tarkan aikataulutuksen ja sen noudattamisen tärkeyttä. Näistä voisi jatkossa olla ryhmälle merkittävää hyötyä. Tulevaisuudessa esimerkiksi juuri aikataulutusta voisi olla helpompi hahmottaa ja rakentaa tutkimuksen esittämään tuotantoprosessiin peilaten. Kokemukset tästä projektista auttavat ensinnäkin hahmottamaan, miten paljon eri vaiheita prosessiin ylipäätään sisältyy, mutta myös lisäävät ymmärrystä, mitkä asiat vievät vie aikaa ja mihin projektin kohtiin ei välttämättä tarvitse varata niin paljon aikaa. Olisikin äärimmäisen mielenkiintoista tutkia vielä toinen samankaltainen projekti esimerkiksi muutaman vuoden päästä, verrata nyt tutkimuksessa saatuja tuloksia siihen, ja analysoida mahdollisesti saavutettuja hyötyjä.

Tämä projekti antoi hyvin paljon ajattelemisen aihetta monestakin eri näkökulmasta. Oli mielenkiintoista tutkia, mistä elementeistä hyvin toimivat tavoitteelliset ryhmät yleensä rakentuvat, miten niiden roolijaot jakaantuvat, ja mitkä kaikki asiat mahdollisesti vaikuttavat sen kehityskulkuihin. Ryhmän sisäisten sosiaalisten suhteiden tutkiminen niin sanotusti sisältäpäin eli yhtenä ryhmän jäsenistä osoittautui hyvin haasteelliseksi. Analyysiin tulee mukaan väistämättä myös sellaisia omia tulkintoja tilanteista ja toimintatavoista, jotka todennäköisesti näyttäytyvät muille ryhmän jäsenille jokaiselle hyvin eri tavoin.

Tutkimusta olisi voinut myös mahdollisesti rajata tiukemmin, jolloin johonkin projektin yhteen osa-alueeseen olisi ollut mahdollista syventyä tarkemmin. Esimerkiksi esityksen markkinointiin ja sen vaikutuksiin olisi ollut mielenkiintoista uppoutua vielä syvemmin. Tosin tämä lähestymistapa olisi jättänyt kokonaiskuvan projektista antamatta, ja sen tarjoama tietopohja projektin vaatimista osaamisalueista olisi jäänyt siten hyvin paljon suppeammaksi.

Kokonaisuutena oli kuitenkin erittäin antoisaa analysoida tämän kaltainen mittava, noin vuoden mittainen projekti hyvin tarkasti vaihe vaiheelta läpi. Teoreettisen taustan tutkiminen ja laajaan kirjallisuuteen tutustuminen jokaisesta lopputulokseen vaikuttavasta eri osa-alueesta laajensi omaa ymmärrystä ja tietoutta projektin eri vaiheista huomattavasti, ja tarjoaa varmasti hyödyllisiä näkökulmia tulevaisuutta silmällä pitäen.

LÄHTEET

Aaltonen, J. 2018. Käsikirjoittajan työkalut. 4. painos. Tampere: Juvenes Print – Suomen Yliopistopaino Oy.

Amadinda 2020. Verkkosivusto. Päivitetty 1.1.2018. Luettu 26.10.2020.
www.amadinda.com

Anttila, M. & Iltanen, K. 1993. Markkinointi. 5.painos. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Arene ry, 2020. Verkkosivusto. Päivitetty 9.1.2020. Luettu 28.9.2020.
<http://www.arene.fi/julkaisut/raportit/opinnaytetoiden-eettiset-suositukset/>

Auramo, O. 2020. Curriculum Vitae. Sähköpostiviesti. Luettu 1.9.2020.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2001. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 4.– 6. painos. Helsinki: OY Edita Ab.

Blades, J. 1975. Percussion instruments and their history. 2. painos Wesport: The Bold Summer LTD.

Bluecoats 2020. Verkkosivusto. Luettu 29.10.2020. <https://bluecoats.com/>

Blue Devils 2020. Verkkosivusto. Luettu 29.10.2020. <https://www.bluedevils.org/>

Bonebright, D. A. 2010. 40 years of storming: a historical review of Tuckman's model of small group development, Human Resource Development International, 13:1,111–120, DOI: 10.1080/13678861003589099

Charpentier, P. 1981. Ryhmätyön perusteet. 4.painos. Kuusamo: Koillissanomat Oy

DJI, 2020. Verkkosivusto. Luettu 3.11.2020. <https://www.dji.com/fi/mavic>

DrumLineBattle 2020. Verkkosivusto. Luettu 29.10.2020.
<http://www.drumlinebattle.com/>

Fabrin, J. 2020. Curriculum Vitae. Sähköpostiviesti. Luettu 1.9.2020.

Gahagan, J. 1977. Vuorovaikutus, ryhmä ja joukko. 1. painos. Espoo. Amer-yhtymä Oy.

Granö, P. Keskitalo, A. & Ronkainen, S. 2013. Visuaalisen kokemus. 1. painos. Vantaa: Hansaprint Oy.

Hakala, T. 2020. Curriculum Vitae. Sähköpostiviesti. Luettu 1.9.2020.

Hammond, S. 2006. Baletin piruetti perusteet. 1.painos. Helsinki: Art House Oy.

Helkama, K. Myllyniemi, R. Liebkind, K. 2013, Johdatus sosiaalipsykologiaan. 1.painos. Porvoo: Bookwell Oy.

- Hertell, H. 2017. Lavaruno-opas. 1. painos. Turku–Tallinna. Kustannusosakeyhtiö Savukeidas.
- Hertzen von, P. 2006. Brändi yritysmarkkinoinnissa. 1. painos. Hämeenlinna: Karisto Oy.
- Hirsjärvi, S. Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S. Remes, P. Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kirjayhtymä Oy.
- Hirvonen, E. 2003. Käsikirjoittaminen. 1. Painos. Juva: WS Bookwell Oy.
- IFPI, 2020. Music consumer insight report. Verkkosivusto. Luettu 31.10.2020. https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/07/091018_Music-Consumer-Insight-Report-2018.pdf
- Ignis, 2020. Verkkosivusto. Luettu 28.10.2020. <https://ignispixel.com>
- Jauhiainen, R. Eskola, M. 1994. Ryhmäilmiö. 1. painos. Porvoo–Helsinki–Juva: WSOY.
- Jyrkkä, H. 2005. Tanssintekijät. 1.painos. Jyväskylä. Gummerus Oy.
- Kasslin-Pottier, H. 2012. Näyttämöllä työyhteisö. 2.painos. Helsinki. Infor Oy.
- Katse Kaikkeuteen, 2020. Verkkosivusto. Luettu 1.11.2020. <https://www.youtube.com/c/KatseKaikkeuteen/featured>
- Kaukkila, V. & Lehtonen, E. 2007, Ryhmästä enemmän. Käsikirja ryhmänohjaajan taitoja tarvitsevalle. Helsinki: SMS-Tuotanto Oy.
- Kopakkala, A. 2005. Porukka, jengi, tiimi. Ryhmädynamiikka ja siihen vaikuttaminen. 1. painos. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Korkeamäki, A. Lindström, P. Ryhänen, T. Saukkonen, M. & Selinheimo, R. 2002. Asiakasmarkkinointi. 1. painos. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Kuusela, P. 2007. Sosiaalipsykologia. Yksilöstä yhteiskuntaan. 1. painos Helsinki: UNIPress Ab.
- Lammi, O. 2009. Vaikuta visuaalisesti. 1.painos. Jyväskylä: WSOYpro Oy.
- Leponiemi, K. 2009. Videokuvaus. 1. painos. Jyväskylä: WSOYpro Oy
- Mazur, K. 2005. The Perfectionist – The History of Rudimental Snare Drumming from Military Code to Field Competitions. Indianapolis: Percussive Notes.
- Nexus 2020. Verkkosivusto. Luettu 29.10.2020. www.nexuspercussion.com
- Niemelä, R. 2020. Käsikirjoittaja. Sähköpostiviesti. Luettu 30.9.2020.

Niemistö, R. 1998. Ryhmän luovuus ja kehitysehdot. 1. painos. Helsinki: Gaudeamus Oy.

Nordström, S. 1997. Kaikki Musiikista. 1. painos. Porvoo: WSOY

Oesch, P. 2002. Kulttuurin sponsorointi ja yritysysteistyö. 1. painos. Helsinki: Nykypaino Oy.

Pirilä, K. & Kivi, E. Teos – Elävä Kuva – Elävä Ääni. 1.painos. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy

Pulkkinen, S. 2003. Mielipaikka markkinoilla. 1. painos. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Rasila, M. Pitkonen, M. 2009. Hyvä ryhmä, toimiva tiimi. Helsinki: Heuristica Oy.

Renfors, M. 2020. Curriculum Vitae. Sähköpostiviesti. Luettu 1.9.2020.

Saaristo, K. Jokinen, K. 2004. Sosiologia. 1.painos. Helsinki: WSOY.

Siniaalto, M. 2014. Sosiaalisen median menestysreseptit. 1. painos. Tallinna: Meedia Zone Oy.

Smith, M. K. 2005. Bruce W. Tuckman – forming, storming, norming and performing in groups, The encyclopedia of pedagogy and informal education. Luettu 5.6.2020. <http://infed.org/mobi/bruce-w-tuckman-forming-storming-norming-and-performing-in-groups/>

Sony, 2020. Verkkosivusto. Luettu 3.11.2020.
<https://www.sony.fi/electronics/jarjestelmakamerat/ilce-7m2-body-kit>

So Percussion, 2020. Verkkosivusto. Päivitetty 1.1.2018. Luettu 26.10.2020.
<https://sopercussion.com/>

Sorkio, S. 2019. Vaikuta videolla. 1.painos. Tallinna: Joon Oy.

Takomo, 2020a. Verkkosivusto. Päivitetty 3.4.2020. Luettu 5.6.2020.
www.takomo.net

Takomo, 2020b. YouTube -kanava. Päivitetty 27.9.2020. Luettu 27.10.2020.
<https://www.youtube.com/takomoofficial>

Takomo, 2020c. YouTube -video. Päivitetty 31.10.2020. Luettu 31.10.2020.
<https://youtu.be/tb8wCgllS2E>

Talvio, M. & Klemola, U. 2017. Toimiva vuorovaikutus. 1. painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

TENK, 2020. Tutkimuseettinen neuvottelukunta. Verkkosivusto. Päivitetty 18.9.2020. Luettu 26.10.2020. <https://tenk.fi/fi/ohjeet-ja-aineistot>

Teosto & Musiikkituottajat 2020. Tutkimusraportti. Julkaistu 6.10.2017. Luettu 31.10.2020. <https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2018/05/Musiikin-kulutustutkimus-2017.pdf>

TieKu, 2020a. Tieteen Kuvalehti. Verkkosivusto. Julkaistu 21.11.2019. Luettu 29.10.2020. <https://tieku.fi/ihminen/aivot/tutkijat-monen-tunnin-paivittainen-ruutu aika-voi-haitata-aivojen-kehitysta>

TSDG 2020. Verkkosivusto. Luettu 29.10.2020. <https://www.topsecretdrumcorps.com/>

Tuckman, B. W. 1965. Development sequence in small groups. Psychological Bulletin, vol.63, nro.6, s.384-399.

LIITTEET

Liite 1. Ennen projektia toteutettu kyselytutkimus

ARVOISA KYSELYTUTKIMUKSEEN OSALLISTUJA

Tutkimuksen tavoitteena on kuvata ja arvioida Takomo -yhtyeen lokakuussa 2020 julkaistavan YouTube-videon tuotannon eri vaiheita ja ryhmän toimintaa projektin aikana.

Pyydän Sinua ystävällisesti osallistumaan musiikkipedagogi (ylempi AMK) – tutkintoon liittyvän opinnäytetyöni tutkimukseen vastaamalla kyselyyn 5.7.2020 mennessä. Kyselyyn vastaaminen vie aikaa n. 5-10 minuuttia. Kesken jääneen kyselyn tiedot eivät tallennu, jolloin kyselyä ei voi jatkaa myöhemmin eikä näin kesken jääneitä vastauksia voida käyttää tutkimukseen. Kyselyn lopuksi paina Lähetä -painiketta, jotta kyselyvastauksesi tallentuvat.

Tutkimuksessa ei kerätä henkilötietoja ja antamiasi tietoja sekä vastauksia käsitellään luottamuksellisesti ja anonyymisti. Kyselyssä noudatetaan Arene Ry:n eettisiä suosituksia.

1. Millaiset ennakko-odotukset sinulla on projektin suhteen?
2. Mitkä ovat mielestäsi projektin onnistumisen kannalta tärkeimmät tekijät?
3. Mitkä asiat koet haasteellisiksi projektissa?
4. Koetko oman roolisi projektissa mielekkääksi?
5. Miten arvioisit omaa motivaatiotasi projektia kohtaan?
6. Koetko että ryhmällä on selkeät yhteiset tavoitteet projektin onnistumiseksi?
7. Koetko että ryhmän jäsenten tehtävät ja roolit ovat selkeät?
8. Koetko että sinua arvostetaan ryhmän jäsenenä?
9. Vapaa sana

Liite 2. Projektin jälkeen suoritettu kyselytutkimus

ARVOISA KYSELYTUTKIMUKSEEN OSALLISTUJA

Tutkimuksen tavoitteena on kuvata ja arvioida Takomo -yhtyeen lokakuussa 2020 julkaistavan YouTube-videon tuotannon eri vaiheita ja ryhmän toimintaa projektin aikana.

Pyydän Sinua ystävällisesti osallistumaan musiikkipedagogi (ylempi AMK) – tutkintoon liittyvän opinnäytetyöni tutkimukseen vastaamalla kyselyyn 31.10.2020 mennessä. Kyselyyn vastaaminen vie aikaa n. 5-10 minuuttia. Kesken jääneen kyselyn tiedot eivät tallennu, jolloin kyselyä ei voi jatkaa myöhemmin eikä näin kesken jääneitä vastauksia voida käyttää tutkimukseen. Kyselyn lopuksi paina Lähetä -painiketta, jotta kyselyvastauksesi tallentuvat.

Tutkimuksessa ei kerätä henkilötietoja ja antamiasi tietoja sekä vastauksia käsitellään luottamuksellisesti ja anonymisti. Kyselyssä noudatetaan Arene Ry:n eettisiä suosituksia.

1. Miten omat ennakko-odotuksesi projektin suhteen toteutuivat?
2. Mitkä olivat mielestäsi projektin onnistumisen kannalta tärkeitä tekijöitä?
3. Mitkä asiat olivat haasteellisimpia projektin aikana?
4. Koitko oman roolisi projektissa mielekkääksi?
5. Miten arvioisit omaa motivaatiotasi projektin aikana?
6. Koitko että ryhmällä oli selkeät yhteiset tavoitteet projektin onnistumiseksi?
7. Koitko että ryhmän jäsenten tehtävät ja roolit olivat selkeät?
8. Koitko että sinua arvostettiin ryhmän jäsenenä?
9. Vapaa sana

