



Taiteilijan mainosmateriaali

YAMK (musiikki)
Muusikko
Opinnäytetyö
19.5.2009

Mervi Tsygankov

TIIVISTELMÄSIVU

Koulutusohjelma Musiikin koulutusohjelma		Suuntautumisvaihtoehto Muusikko
Tekijä Mervi Tsygankov		
Työn nimi Taiteilijan mainosmateriaali		
Työn ohjaaja/ohjaajat Leena Unkari-Virtanen		
Työn laji Opinnäytetyö	Aika toukokuu 2009	Numeroidut sivut + liitteiden sivut 24+3
<p>TIIVISTELMÄ</p> <p>Olen YAMK-opintojeni pääsisältönä kehittänyt viulistin ammatillisen osaamiseni pääomasta markkinoinnin tarpeisiin soveltuvan aineistokokonaisuuden eli tuotekonseptin. Lyhyesti, olen luonut esiintyvän viulutaiteilijan mainosmateriaalin, joka koostuu erilaisista audio- ja visuaalisista elementeistä. Se on luotu huutavaan tarpeeseen, pääasiallisina motiiveinani toimeentulon hankkiminen ja ammatillisen osaamiseni todentaminen. Olen lähtenyt liikkeelle musiikillisen monialaisuuteni (klassinen, etno, pop, improvisointi) viitekehyksestä, hakien itselleni eri tyyllilajien esittämisen kautta toisaalta tyyliä ja toisaalta yhdistelemisen kautta syntyvää profiilia. Taustalla on ollut halu kokeilla erilaisia ilmaisukanavia ja sitä kautta löytää uusia käyttötarkoituksia esiintymistaidolleni, ja karsia tyylien kirjosta minulle istuva artistiprofiili ja parhaiten toimeentuloa tuottava musiikkigenre. Olen halunnut orientoitua minulle uuteen markkinoinnin näkökulmaan, minkä vuoksi olenkin tutustunut markkinoinnin käsitteisiin ja toimintamalleihin, kuten tuotteistus, brändäys, kohdeasiakkaan määrittely jne. Olen sitten pyrkinyt käyttämään näitä työkaluja projektini eri vaiheissa. Projektini soivan materiaalin olen työstänyt seuraavalla metodilla: materiaalin harjoittelu, esittäminen, analysointi, jalostaminen, nauhoittaminen, nauhojen editointi ja nauhojen esittely. Metodi osoittautui perinpohjaiseksi ja tehokkaaksi. Musiikkimateriaalin jalostaminen oli suuri ja haasteellinen tehtävä, jota tein säännöllisesti pitkin projektia harjoitellen, esiintyen ja viulutunneilla käyden.</p> <p>Edellä mainitun metodin tuloksena syntyneet nauhoitukset – jotka myöhemmin editoitiin demoiksi - muodostavat opinnäytetyöni pääasiallisen materiaalisällön. Olen kuitenkin tämän ohella luonut musiikkimateriaalille myös viitekehyksen, joka käsittää taiteilijakuvat, käyntikortit, logon, www-sivut ja yrityksen nimen. Mittavan materiaalin luomisessa yhteistyökumppaneina ovat toimineet läheiset, kollegat ja tutut ammattilaiset. Mainosmateriaalin menestys on toistaiseksi ollut helposti tulkittavissa demojen ja taiteilijakuvien esittelyjen palautteesta. Palautteita olen kerännyt niin kollegoilta, opettajilta kuin musiikkikentän toimijoiltakin, kuten esimerkiksi ohjelma-toimistojen johtajilta. Kuitenkin olen vasta alussa palautteiden vastaanottamisprosessissa, ja vasta myöhemmin ilmenee mainosmateriaalin toimivuus ja se, mikä vaihtoehtoisista ohjelmistoistani on käyttökelpoisin. Luomani mainosmateriaali voi mielestäni toimia ohjeena, vertailukohtana tai inspiraationa muille muusikoille. Se voisi rohkaista heitä huomaamaan, että hyvin ideoidulla materiaalilla voi kilpailla niidenkin muusikoiden kanssa, joilla on kenties kilpailuetuina tunnettavuutta tai kilpailuvoittoa. Minulle materiaalin merkitys tuskin kaipaakaan selvennystä, olen kiilannut itseni sen avulla haastavan musiikkimaailman toimijoiden tietoisuuteen, osaamiseni konkretisoitumisen ensimmäisenä etappina. Seuraava etappi on saavutetun huomion hyväksikäyttäminen; arvostuksen lunastaminen työtilaisuuksien kautta ja uran jatkuvuudesta huolehtiminen. Pyrin suoriutumaan tästä tehtävästä mahdollisimman pienellä myynti- ja managerointikoneistolla, oman toimeentuloni ja hyvinvointini maksimoimiseksi.</p>		
Teos/Esitys/Produktio Mainosmateriaali		
Säilytyspaikka Metropolia Ammattikorkeakoulu / Ruoholahden kirjasto		
Avainsanat muusikko, markkinointi, mainos, artistiprofiili		

Master's Degree Programme in Music		Specialisation Music performance
Author Mervi Tsygankov		
Title Advertising Material for an Artist		
Tutor(s) Leena Unkari-Virtanen		
Type of Work Master's Thesis	Date May 2009	Number of pages + appendices 24 + 3
<p>As the main content of my Master's degree studies I have developed a product concept for marketing a performing artist. The concrete outcome is an advertising material for a performing violinist, consisting of a variety of visual and audio material. The material was created out of serious need, the main motives being finding a way to earn a living and documenting my professional competence. The project is based on my versatility as a musician (classical, ethnic, pop music, improvisation etc.). One of the objectives was to find a specialization amongst the variety of styles, or optionally to find a style that combines several of them. As a hidden motive I have had the ultimate curiosity for experimenting on different styles in violin playing as well as finding new performing orientations. Also, I desired to define an artistic profile for myself, and to search for the musical genre which would generate the best income.</p> <p>The business and marketing approach of my thesis is a new one for myself. In the course of the study, I learned about the concepts and modes of operation in marketing, such as branding and specifying client target group. I have done my best to apply this new knowledge in practise while working on different stages of my project. The musical material of my project was created through preparing/practising, performing, analysing, refining, recording, editing the recordings and presenting the recordings. This method proved to be comprehensive and efficient. Refining the musical repertoire has been a big effort, requiring regular practising, violin lessons and performances (2008-09) alongside the project.</p> <p>The resulting recordings were edited into the form of demo tapes. They form the most significant material content of my project. However, along the side, I have also created a framework for the musical material, which consists of artist profile photos, business cards, logo, web pages and a corporate name. I made this large scale set of material in cooperation with friends, colleagues and professionals I personally know. The advertising material has so far been evaluated on the basis of the feedback for the demo tapes and artist profile photos. Feedback has been collected from my colleagues and teachers as well as people working in the commercial field of music, for example, booking agents. Still, the process of receiving clearly indicative feedback material has just begun, and it remains to be seen how effective the material will be and what would be the most fruitful specialization of this selection variety.</p> <p>As for general use of my advertising material, I could think of it as providing advice, a point of comparison or inspiration for other musicians. It could encourage musicians to realize that with well executed promotional material one can challenge the hardest competitors in the field who have the advantage of media publicity or even award winning merits.</p> <p>For me the significance of the material is already evident, with its substantial help I have entered the challenging professional world of music. This has clearly been the first big step in my performer's career. The next stage will be benefiting from the attention achieved; gaining appreciation through the emerging job opportunities and taking care of ongoing career development.</p>		
Work / Performance / Project Advertising Material		
Place of Storage Metropolia University of Applied Sciences / Ruoholahti Library		
Keywords demo tapes, advertising material, competence		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	2
2	LÄHDEMATERIAALI	3
2.1	Muusikkouteni taustaa.....	3
2.2	Lähdeohjelmisto – mitä se käsittää?.....	3
2.3	Lähdeohjelmiston valmistamisesta	4
2.4	Lähdeohjelmiston testaaminen.....	4
2.5	Testitilanteet.....	5
2.6	Testin yhteenveto	5
3	KOHTI KOHDEMATERIAALIA	7
3.1	Harjoittelun ja testaamisen myötä tapahtunut ohjelmistojen jalostuminen.....	7
3.2	Ohjelmistojen muokkaaminen markkinoinnin vaatimin ottein	7
4	ÄÄNITTEEN TUOTEIMAGO.....	9
4.1	Taustaa.....	9
4.1.1	Soololevyjen alalajit	
4.1.2	Yhteenveto.....	
5	ARTISTIPROFIILIN BRÄNDÄYS.....	11
5.1	Paljonko on paljon?.....	11
5.2	Tuotteen ilmiäsuun ideointia	12
5.2.1	Henkilökohtaisuus.....	
5.2.2	Tulkinnanvapaus	
5.3	Liikeidea kohti: asiakas ja asiakkaan ongelma	12
6	TUOTTEEN MÄÄRITELMÄ	14
6.1	Millainen on artistiprofiilini sisältö?.....	14
6.1.1	Keveys, fantasia, hymy	
6.2	Erottuminen valituilla sisältöseikoilla.....	14
6.3	Miten tarjoamani musiikki peilaa sisältöseikkoja.....	15
7	TUOTE - FANTASIAVIULU	16
7.1	Miksi tällainen nimi?.....	16
7.2	Tuotteen tiivistelmä: asiakkaan ongelman ratkaisu	16
7.3	Fantasiaviulun ”hakukone” eli koodivalikko.....	17
7.3.1	Katsaus ohjelmistokoodien sisälle	
8	KUVIEN JA DEMOJEN VALMISTUSPROSESSEISTA	19
8.1	Kuvien käytön ideologia.....	19
8.2	Kuvien luonne ja laatu.....	19
8.3	Kuvaussuunnitelma	20
8.4	Nauhoitukset ja musiikin työstö.....	20
8.5	Nauhojen käytön ideologia.....	21
8.6	Nauhoitussuunnitelma	21
9	TUOTTAMISESTA	22
10	POHDINTA	23
	LÄHTEET	24
	LIITTEET.....	24

1 JOHDANTO

Miltäköhän on tuntunut olla Anja Ignatius tai Heimo Haitto 30-luvun Suomen musiikkielämässä ylhäisessä yksinäisyydessään? Tänä päivänä vaatii itsekunnoniitusta lähteä kentälle, jossa lukuisat kotimaiset ja ulkomaiset soittajasisaret ja -veljet (mieluummin kuin kilpailijat!) taistelevat samoista työpaikoista ja kirivät toinen toistaan uskomattomampiin suorituksiin, ja nuoria koulutetaan yhä paremmin ja paremmin tehtäviin ja kilpailuihin, joissa ikärajat hipoivat jo hiuksia tai ovat ohitetut aikapäiviä sitten.

Voi olla, että vaikka hyvien soittajien ylitarjonta on ilmeinen, olisi silti mahdollisuus erottua jollain keinolla - miksi ei markkinoinnin aseina? Nämä ovat niitä juttuja, joita artisti ei osaa, kuuluu tuttu klisee. Vaan jos ei ole mahdollisuutta 10-henkiseen promootiotiimiin? Tarkoitukseni on ollut luoda itsestäni taiteilijana edustava markkinointikonsepti ja -materiaali. Ammatillisena kannustimena projektissani ovat olleet tähänastisen pedagogisen työkentän tuomat tulokset, sekä tietoisuus oman artisti-instrumentti-yhdistelmän ainutkertaisuudesta.

Markkinointiprojektini alussa olin hyvin ohjelmisto- ja teoslähtöinen, minkä vuoksi suunnittelin opintojeni pääprojektiksi pelkän äänitteen. Tätä varten tein äänitteiden tarjonnan tutkimusta oman levykonseptini ideoinnin tueksi, mitä esittelen luvussa 4. Sittemmin - YAMK-opintojeni asiantuntijaohjauksen kautta - tulin laajentaneeksi projektiani mainosmateriaalin tuottamiseen kaikessa laajuudessaan - lopputavoitteena käyntikortit, web-sivut, demonauhat ja artistivalokuvat. Äänitetarjonnan tutkimus osoittautui tähänkin erittäin hyödylliseksi, kiteytyyhän siihen tuotteena kaikki artistiprofilista ohjelmistoon ja ideologiaan saakka.

Tarkennetuksi tavoitteekseni muodostui siis kokonaisvaltainen projekti. Sen tarkoituksena on monivaiheisen työprosessin kautta löytää kokonaisosaamisestani kirkkaimmat ja yleisölle mielenkiintoisimmat osa-alueet sekä markkinoida ja paketoita ne hyvin. Prosessin vaiheet pitivät sisällään muunmuassa harjoittelua, esiintymisiä, live- sekä studionauhoituksia, visuaalisen materiaalin luomista, www-sivuston suunnittelua ja valmistusta, imagon määrittelyä ja pohdiskelua, asiakas- ja yhteistyökohderyhmien kartoittamista, ympäristön, trendivirtausten ja ajankohtaislehtien seuraamista, tuotteistamisprosessiin tutustumista, markkinoinnin alkeisiin perehtymistä, logon ja tuotenimen suunnittelua ja valmistamista ja nauhoitusten editoimista.

Lisäksi olen tutustunut tuottamiseen käsitetasolla, tavoitteenani olla orientoitunut siinä tapauksessa, että tulisin olemaan tuottajan kanssa tekemisissä lähitulevaisuudessa. On hyvä tietää mitkä ovat tuottajan vastualueet ja tavoitteet, ennenkuin on vuorovaikutuksessa hänen kanssaan. On myös hyvä valmiiksi kartoittaa, millaisiin ehdoin haluaisi omaa osaamistaan markkinoida, ja miten paljon niissä on joustoa tai liikkumavaraa.

2 LÄHDEMATERIAALI

2.1 *Muusikkouteni taustaa*

Tähän astisella urallani viulistina olen hahmottanut itseni kameleontiksi. Klassisen musiikin koulutustaustaani vasten pystyn muuntautumaan helposti ja soittamaan vähäisellä orientaatiolla lähes minkälaista musiikkia hyvänsä. Ilmiöllä on kolikon toinen puoli: on vaikea erikoistua mihinkään erityisesti, jos kiinnostus on hajaantunut useille tahoille. Olen kuitenkin onnistunut pääasiallisesti pysymään klassisen ohjelmiston parissa, ja sen teknisen hallinnan kautta myös muunlaisen musiikin kokeilu on tullut mahdolliseksi.

Tiivistääkseni kokemuksen pähkinänkuoreen, olen tähän mennessä soittanut ja esittänyt klassis-romanttista repertuaaria, joitakin sonaatteja ja isoja konserttoja, venäläistä mustalaismusiikkia, jonkin verran argentiinalaisia tangoja sekä hieman improvisatorista jazzahtavaa musiikkia. Olen myös satunnaisesti kokeillut flamencoä. Tätä monipuolisuutta muusikkoudessani pidän opinnäytetyöni alkupääomana, josta ammennan materiaalia projektiani varten.

2.2 *Lähdeohjelmisto – mitä se käsittää?*

Lähdeohjelmistosta puhuessani tarkoitan tämän opinnäytetyöprojektini kaikkia ohjelmistotyyppisiä yhteensä. Sen kirjo kuluneen opintovuoden aikana oli laaja. Tyylikategorioita on ollut viisi: klassinen, pop/jazz, tsaarinaikaiset venäläis- ja mustalaisromanssit, argentiinalainen tango ja suomalainen ja venäläinen tango. Näiden ohjelmistojen kappaleet olen työstänyt tämän opinnäyteprojektin kuluessa, yhtä lukuunottamatta: tsaarinaikaiset venäläis- ja mustalaisromanssit on edellisen vuoden konsertista, mutta sekin kokonaisuus editoitu ja "paketoitu" vasta tässä opinnäytetyöprojektissa.

Olen lähtenyt työskentelemään sillä pyrkimyksellä, että löytäisin mainostettavan materiaalin eli kohdeohjelmiston lähdeohjelmistostani. Tähän prosessiin olen valinnut orientaatioksi markkinoinnin näkökulman, joka on minulle uusi aluevaltaus. Markkinoinnin erään osa-alueen - tuotteistuksen - näkökulmasta ennen kohdeohjelmiston määrittämistä pitäisi hakea asiakassegmentti, jolle musiikki lopulta markkinoidaan. " Yrityksen tulisi systemaattisesti hakea asiakassegmenttejä, joiden tarpeita se ymmärtää mahdollisimman hyvin ja joille se siten voi kohdistaa segmentin tarpeita vastaavia tuotteita" (Mikkola.T, et al., 1998, 72) Sovelsin tätä lähestymistapaa kääntäen, ja pohdin, mille ohjelmistotyypeistäni voisin kuvitella asiakassegmentin. Tätä pohtiessani lähdin kuitenkin työstämään lähdeohjelmistoani koko laajuudessaan, sillä se palvelee muita tavoitteitani, kuten erilaisten tekniikoiden ja ilmaisutapojen oppimista ja eksperimentointia yleensä. Jos asiakassegmentti sitten lopulta tarkentuu, on oltava valmius esittää sen vaatimaa ohjelmistotyyppiä. En halua myöskään uskoa ajatukseen markkinoista määräämässä täysin kohdeohjelmistoa, sillä lopulta voinee myyntiä tukeva tekijä olla sisältöön nähden ulkokohtainen seikka, kuten esimerkiksi artistiprofiili eli tuoteimago.

2.3 Lähdeohjelmiston valmistamisesta

Olen koonnut ja harjoitellut eri ohjelmistoja vuoden aikana kausittain ja eri kokoonpanoissa. Vakiotyötapoina ovat koko ajan olleet klassisen harjoittelurutiinin ylläpitäminen ja kaikkien esitysten taltiointi.

Valmistamisessa ovat ohjelmistokausittain korostuneet erilaiset seikat. Soittimenkäyttöön liittyvät tehokeinot ovat joka ohjelmistossa vähän tai suuresti erilaiset. Ohjelmistosta riippuu myös se, kuinka paljon voi ottaa vapauksia omassa tulkinnessaan, ilman että vaarantaa kokonaisuuden säilymistä. On ollut mielekästä työskennellä vuoroin kurinalaista käsittelyä vaativan klassisen musiikin, vuoroin improvisointia ja vapaampaa liikkumista sallivan pop/jazz- tai mustalaisromanssi-ohjelmiston parissa. Välillä pääpaino on ollut ohjelmarungon ja mielekkään materiaalin löytämisessä, välillä taas ohjelmarunko on syntynyt kuin itsestään, mutta sen työstäminen on vaatinut suurempia ponnistuksia. Lavaesiintyminen jokaisessa ohjelmistossa on vaatinut erilaisen otteen. Myös improvisaatio on vaatinut harjoittelua kuulostaakseen hyvältä esityksessä. Sen harjoitteluun olen saanut lisää eväitä uusilta kollegoilta sekä YAMK-opintojen imrolaboratoriosta.

Eri "asiantuntijaryhmissä" eli kokoonpanoissa työskentely on pitänyt musikaalisesti valppaana. Etnisen musisointikulttuurin piiristä – venäläis- ja mustalaisromanssien esittäj kollegoilta – saadut työskentelykokemukset ovat olleet minulle suuri henkilökohtainen meriitti. Esimerkiksi kappaleiden ulkoa omaksumisen tahti on ollut vaativa, ja improvisoinnin on pitänyt olla paitsi sujuvaa, myös karakterisesti selväpiirteistä ja puhuttelevaa. Pop/jazz-ohjelmiston suurimmat haasteet olivat rytmikäsittelyn tarkkuudessa, kun taas klassisessa ohjelmistossa korostuivat jo vanhastaan tutut intonaation ja teknisen virtuositeetin hallinta. Kehittävää on ollut se, että opittuja asioita ja kvaliteetteja on monesti voinut soveltaa myös yli ohjelmistorajojen, ja jonkinlainen "poukkoilu" erilaisissa musiikkimaailmoissa on tuonut varmuutta esiintyjänä ja orastavaa näkemystä tulevaisuuden valintoihin musiikin kentällä.

2.4 Lähdeohjelmiston testaaminen

Projektini aikana olen esittänyt aktiivisesti lähdeohjelmistoni kaikkia eri ohjelmistotyyppisiä hahmottaakseni sen, mikä niistä parhaiten ilmentäisi minua taiteilijapersoonana ja toisi esille tulevaa artistiprofiiliani. Tästä puhuin hieman eri termein jo luvussani 2.2, mainitessani tavoitteekseni löytää kohdeohjelmisto lähdeohjelmistostani. Esiintymiset toimivat mielestäni oivallisena testinä antaen vastauksia tähän pääkysymykseeni. Muita asioita, joita halusin selvittää ohjelmiston testaamisella olivat tyylikohtaiset valmiuteni, ohjelmistojen valmistamisaikataulut, ohjelmistojen taloudellinen tuottavuus, yleisön suhtautuminen ohjelmistoon ja myös eri taiteilijakokoonpanojen toimivuus, joka on tärkeä edellytys työskentelylle ja sen vuoksi potentiaalinen piilovaikutin kohdeohjelmiston valinnalle.

Luvussa 2.5 esittelen otsikolla "Testitilanteet" ne konsertit ja tapahtumat, joissa esitin ohjelmistojani. Asetin näille "testikeikoilleni" tiettyjä kriteereitä, jotta pystyisin arvioimaan ohjelmistojen toimivuutta suurinpiirtein samankaltaisista lähtökohdista käsin. Kriteerit ovat seuraavat.

-ohjelmistovaatimus kullekin keikalle >15 minuuttia, jotta ohjelmiston käsittely ei jäisi pintaraapaisuksi

- ohjelmisto kullekin keikalle yhtenäinen, eli soveltaen yhtä ohjelmistotyyppiä kerrallaan, arvioinnin ja kokonaiskäsityksen selkeyttämiseksi
- oma osuus kullakin keikalla solistinen tai runsaasti solistisia osuuksia sisältävä

2.5 Testitilanteet

- A "Kirjavaa musiikkia"-konsertti Turussa 17.11.2007, järj. SONDIP
Vitali Studilov & seurue Nuorten taide- ja toimintatalo Vimmassa
tsaarinaikaiset venäläis- ja mustalaisromanssit
ohjelman kesto 2 x 45 min
- B Maailmantango-festivaali Tampereella 19.-27.9.2008
Duo Hehku 27.9 Gastropub Nordicissa
suomalainen ja venäläinen tango
ohjelman kesto 2 x 45 min
- C Satakunnan Soitannollinen Seura ry:n konserttisarja syksyllä 2008
kamarikonsertit Huittisten Musiikkiopisto 7.9. ja Rauman kulttuuritalo Poselli 3.10.09
klassinen, Josef Sukin sarja viululle ja pianolle Op. 17
ohjelman kesto 15 min
- D Bang & Olufsen liikkeenavajaiset
Helsinki, Töölö, Museokatu 6.11.2008
pop/jazz, Vivaldi, Brahms, sovitukset S. Korhonen
ohjelman kesto 30 min
- E Sooloresitaali WAM-konserttisarjassa Turussa 25.11.2008
klassinen, Sibelius Op. 81 - otteita, Ravel Tsigane, Sarasaten ja Kreislerin kappaleita,
Ponce-Heifetz, Scott-Kreisler, Josef Suk jne
ohjelman kesto 2 x 45 min
- F Budoseura Genbu-kai ry:n tutustumisilta Helsingissä 27.11.2008
klassinen, Scott-Kreisler-Nakai, Ponce-Heifetz
ohjelman kesto 15 min
- G Tuuli Hamarilan opinnäytetyökonsertti Pop-jazz-konservatorion Arabia-salissa 8.4.2009
argentiinalainen tango, Astor Piazzolla
ohjelman kesto 50 min

2.6 Testin yhteenveto

Testin karkeana yhteenvetona tein muunmuassa seuraavia johtopäätöksiä: Jätin kokonaan pois venäläisen ja suomalaisen tangon ohjelmiston, sillä työskentelytiimi ei toiminut. Päätin panostaa pop/jazz-ohjelmistoon ja laajentaa sitä, sillä sen soittaminen oli mielekästä ja helpohkoa ja sen taloudellinen tulos oli erinomainen suhteessa muihin ohjelmistoihin. Klassista ohjelmistoa päätin jalosta laadullisesti eteenpäin. Argentiinalaisen tangon sekä venäläis- ja mustalaisromanssien ohjelmistoista pidin erittäin paljon (kuten aikaisemminkin niitä soittaessani), ja totesin niiden sopivan muusikkouteeni, mutta pelkään niiden käytettävyyden olevan hieman heikon. Näiden alustavien päätelmien pohjalta ryhdyin työskentelemään edelleen, nyt askeleen lähempänä kohdeohjelmistoa. Lähdeohjelmiston laajuus takasi monipuolisen valikoiman säilymisen alustavan

karsinnankin jälkeen, ja huolimatta ajoittaisista aikeistani keskittyä vain yhteen ohjelmistotyyppiin, alkoi mielessäni orastaa ajatus parhaiten profiloitavien ohjelmistojen yhdistämisestä jollakin mielenkiintoisella tavalla.

3 KOHTI KOHDEMATERIAALIA

3.1 *Harjoittelun ja testaamisen myötä tapahtunut ohjelmistojen jalostuminen*

Tärkeänä työskentelymetodinä eri ohjelmistojen testauksessa on ollut yleisön asemaan eläytyminen esitystä valmistellessa tai sen tuloksia reflektoidessa. Henkilökohtaisesti tärkeiden teosten esitysten arvioinnissa on aivan erityiset kompastuskivensä, sillä niihin on vaikea suhtautua objektiivisesti tai kuvitella kuulijan niihin liittämä viitekehys. Tällöin myös negatiivinen palaute tuntuu pahalta, jollei muista analysoida esitystä, pilkkoa sitä osiin ja eritellä, mikä nimenomaisesti ei onnistunut kyseisen kappaleen kohdalla. On ollut tärkeää välttää yksinkertaistavia kuittauksia, kuten "tämä ei ollut heidän makuunsa" tai "tämä on liian korkealentoinen teos, jota muut eivät voi ymmärtää" ja niin edelleen. Sorruin yksinkertaistavaan reflektioon klassisen teoksen esityksen arvioinnissa näin:

Esitin eteerisen ja eksoottisen teoksen Lotus Land testikeikalla F.

Vaisun palautteen perusteella halusin ajatella, että yleisöllä ei olisi ollut edellytyksiä kiinnostua kappaleesta. Myöhemmän kypsemmän analysoinnin myötä listasin seuraavat johtopäätökset:

- teos oli sijoitettu sellaiseen kohtaan muuta iltaohjelmaa, että sen funktiolla (rauhottamisella ja hiljentymisellä) ei ollut onnistumisen edellytyksiä; syy oli siis huonossa kappalevalinnassa illan kokonaisuuteen nähden
- tekninen hapuilu esityksen alussa herpaannutti yleisöä ja vähensi keskittymistä
- valaistus ja atmosfääri ei tukenut yleisön orientoitumista meditaationomaiseen kappaleeseen

Vastaavasti on ollut mielenkiintoista saada positiivista palautetta silloin, kun kokonaisuus on omasta näkökulmasta tuntunut hajoavan esityshetkellä ja suhde ohjelmiston sisältöön on ollut hatara. Silloinkin on ollut hedelmällistä arvioida ohjelmiston suosioon johtaneet avut ja eritellä heikommat tekijät, joita kehittämällä voi kokonaisuutta parantaa entisestään. Tästä esimerkki testikeikalta D, jossa esitin modernin sovituksen Vivaldin Talvesta ja Brahmsin Unkarilaisesta tanssista nro 5. Uskoin sovituksen rumpukomppikäsittelyn olevan rajoittava ja naiivi. Esityksen saaneen suuren suosion perusteella pohdin myöhemmin seuraavaa:

- rumpukomppikäsittely ei rajoittanut, vaan avasi uusia mahdollisuuksia tutun kappaleen muunteluun ja tulkitsemiseen
- rumpukomppi toimi myös hyvänä kontrastiparina sovituksen improvisaatio-osuuksille, antaen yleisölle virkistävää vaihtelua
- esitys sopi erinomaisesti tilaisuuden luonteeseen ja palveli ajoituksineen ja visuaalisine tehosteineen (asut, tausta, värit) iltaohjelman dynamiikkaa

3.2 *Ohjelmistojen muokkaaminen markkinoinnin vaatimin ottein*

Luvun 3.1 esimerkianalyysit osoittavat sen, miten tärkeää on välttää subjektiivisuutta arviointia tehtäessä. Myös opinnäytetyön orientaatioksi valitsemani markkinoinnin näkökulma edellyttää objektiivista näkökulmaa materiaalin työstämiseen. Jälkimmäisessä esimerkianalyysissä sovelsin opinnäytetyöni asiantuntijaohjauksessa esiin tullutta ohjetta

"kill your darlings" , jolla tarkoitetaan oman prioriteetin hylkäämistä yleisön kuvitellun intressin hyväksi. Suostuin siis joustamaan bravuurinumeroni Brahmsin Unkarilaisen tanssin nro 5 muuntamiseen alkuperäisestä lähestymistavastani täysin erilaiseksi. Ydinajatuksena oli kartoittaa, mikä yleisöä kiinnostaa sen sijaan että ajateltaisiin mitä artisti haluaa esittää. Lopputulos oli kuitenkin kaikkia osapuolia tyydyttävä, joten rohkaistuin käyttämään jatkossakin tätä ajatusmallia.

Sain siis hieman esimakua siitä, millaisten asioiden kanssa saattaa joutua tekemisiin markkinointiprosessissa kohti myyntitehokkaita konsepteja. Vaarana tässä ajatusmallissa on mielestäni vain sen liiallinen soveltaminen, taiteilijan omien intressien ja henkilökohtaisen musiikkisuhteen väheksyminen ja unohtaminen. Jos työn mielekkyys ei säily, huomaa yleisö senkin, ja kokonaisuus ei ole silloin tasapainossa. Tämä dilemma vallitsee varmasti musiikin markkinoinnin monella tasolla aina artistiprofiilista ohjelmistoon ja sen esittämistapoihin asti. Toistaiseksi olen itse seuraavanlaisen kompromissiajattelun kannalla: Kahta tärkeää kriteeriä, taiteilijan taipumuksia ja erityisominaisuuksia ja myynnin vaatimia elementtejä tulisi käyttää suurinpiirtein tasa-arvoisessa suhteessa toisiinsa nähden. Silloin voitaneen säilyttää taiteilijan suurin voimavara eli inspiraatio.

4 ÄÄNITTEEN TUOTEIMAGO

4.1 Taustaa

Opinnäytetyöni alkuperäisen suunnitelman – äänitteen tekemisen – pohjatyöksi halusin tehdä perusteellisen taustatyön oman artistiprofiilini määrittämiseksi, jotta äänilevystä ei tulisi irrallisen tuntuinen. Sittemmin tarkennettuani projektini lopputavoitetta mainosmateriaaliin luomiseen laajemmassa mittakaavassa, on tämä pohjatyö laajentunut paljon, pitäen samalla kertaa sisällään laajan kirjon nauhoituksia. Luvun 4.1.1 analyttinen pohdinta markkinoilla olevien äänitteiden piirteistä palvelee sekä alkuperäistä että päivitettyä tavoitettani.

Äänilevyn luominen vaatii oman spesialiteetin ja vahvuuksien tiedostamista ja selkeää näkemystä siitä, mitä haluaa kuluttajalle tarjota. Olen tutkinut uusimpia sekä suhteellisen uusia (alk. 2000-) viulisten soololevyjä, ulkomaisia ja kotimaisia. Olen hieman luokitellut levytyyppejä, saadakseni jonkinlaista taustaa ja otetta omaan sisällönetsintääni.

4.1.1 Soololevyjen alalajit

Klassinen tyyppi. Tällaisessa levyssä esitellään suurta, yleisön jo tuntemaa viulista massiivisten teosten puitteissa, esim kaksi viulukonserttoa huippuorkesterin ja kapellimestarin ryydittämänä. Levyn profiili on arvokas ja kuva on sen mukainen, viulisti esitetään iltapukuisena tai muuten monumentaalisenä, sanalla sanoen tähtenä.

- 2009 Alba: Joseph Haydnin viulukonsertot G-duuri, A-duuri ja C-duuri
Elina Vähälä ja Virtuosi di Kuhmo

Semiklassinen tyyppi. Tällaisessakin levyssä voi olla kokonaisia teoksia, mutta sen lisäksi kenties esitellään jotain tuntemattomampaa tai pienimuotoista. Voi myös olla, että levy on nimetty teeman mukaan. Visuaalinen profiili on nyt tuorein ideoin toteutettu. Kuvat hakevat liikettä. Vähemmän monumentaalisuutta, enemmänkin toimintaa ja särmikkyyttä.

- 2008 Sony Classical:
Beethoven Violin Concerto & Tsintsadze 6 Miniatures
Lisa Batiashvili
- 2001 wint: PASSIONATA
Daishin Kashimoto, viulu & I tamar Golan, piano

Potrettityyppi. Tällainen levy on luullakseni esittäjän omavalintainen kokoelma kappaleita tai teosten osia, joiden ainoa oleellinen yhteys on henkilökohtaisuus; merkityksellisyys artistille. Kokonaisuus esittäytyy ikäänkuin emotionaalisesti johdonmukaisena kollaasina, artistin mielenmaisemana. Teosten genre saattaa vaihdella suuresti. Potrettilevytyypissä voi usein olla artistille omistettu teos.

- 2005 Universal Classics & Jazz: NICOLA BENEDETTI
Nicola Benedetti, viulu ja LSO joht. Daniel Harding

- 2003 VictorEntertainment: VOICEMAIL
Marisa Kosugi, viulu

Aihepiirityyppi. Tällainen levy koostuu kappaleista, jotka keskenään muodostavat kiinteän temaattisen kokonaisuuden. Tematiikka voi tietenkin palvella myös potrettilevyn tarkoitusta, eli artistin erityisyyden esiintuomista (esim. Vanessa Mae: China Girl, EMI Angel 1997).

- 2003 RCA: BRAVO! virtuoso and romantic encores for violin
Nikolaj Znaider, viulu
- 2006 Zebralution: Dances
Laurent Korcia, violin

4.1.2 Yhteenveto

Tämä analysoiva pohdinta antoi minulle inspiroivia esimerkkejä siitä, miten eri genrejä voitaisiin yhdistellä samalla levyllä, ja toisaalta siitä, miten voidaan pysyä ajan hermolla perinteikkäälläkin sisältökonseptilla. Mielenkiintoista on myös huomata, miten laajan tyylivalikoiman viulu instrumenttina tarjoaa, ja miten monipuolisesti klassisen soiton koulutusta voi hyödyntää aina eri esitystapojen soveltamisesta klassikkojen uudenlaisten sovitusten luomiseen asti (esimerkiksi Roby Lakatos: LAKATOS, Deutsche Grammophon 1998).

Voisin tulevaisuudessa kuvitella tekeväni ensimmäisen soololevyni joko potrettityypin tai aihepiirityypin muotoon. Hyvän dialogin yhdellä levyllä voisivat muodostaa esimerkiksi pienimuotoinen klassis-romanttinen viulu-piano-kamarimusiikki ja etniseltä puolelta venäläiset ja mustalaisromanssit sekä mustalaislaulut. Toisaalta monipuolista musikaalisuuttaan voi tuoda esille yhtä hyvin tarjoamalla perinteisen yhdenmukaisen teosvalikoiman mahdollisimman tuoreesti ja ennakkoluulottomasti tulkiten, erilaisia viuluteknisiä lähestymistapoja soveltaen (esimerkiksi Pekka Kuusisto & Virtuosi di Kuhmo: Vivaldi Four Seasons, ONDINE 1997).

5 ARTISTIPROFIILIN BRÄNDÄYS

5.1 *Paljonko on paljon?*

Huomasin soololevyjen tyypittelyssäni (luku 4.1.1) niiden erääksi muuttujaksi sen, kuinka paljon taiteilijapersoonan henkilökohtaisia piirteitä avataan kuluttajalle, ja millä tavoin. Tätä voitaisiin ajatella osana brändäyksen problematiikkaa. Brändäys on ala, jota Suomessa ei olla toistaiseksi totuttu pitämään olennaisena osana muusikon urakehitystä. Mielestäni hyvin koulutettujen muusikoiden runsaslukuisuus Suomessa vaatisi brändäyksen käyttöönottoa jo opiskeluvaiheessa, jotta erottuminen artistina olisi myöhemmin helpompaa. Viittaan F&L Management Services Ltd.:n tutkimukseen ”Yrittäjyys musiikkiteollisuudessa”, jonka luvussa 4.2 suomalaisten levy-yhtiöiden SWOT-analyysissä todetaan brändin rakentamisen puutteellisuus sekä kykenemättömyys nähdä artistia/levyä kokonaistuotteena, jossa myös ulkomusiikilliset asiat ovat tärkeitä. Erottuvan taiteilijabrändin luominen voidaan nähdä myös sopeutumisenä suurempaan maailmanlaajuiseen ilmiöön:

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

Omakehtainen kappalekollaasi (potrettityyppi) on mielestäni suhteellisen henkilökohtainen levytyyppi, se kertoo kenties enemmän taiteilijapersoonasta henkilönä kuin jonkin tunnetun viulukonsertton taltiointi. Mielestäni pienimuotoisissa teoksissa henkilökohtaiset äänenpainot erottuvat selkeämmin, ja teosten kirjo raottaa useampaa väriä taiteilijan persoonallisuuden spektristä. Levyn kansikuvaan käytetty valokuva on toinen tekijä, jolla voidaan luoda etäisyyttä taiteilijaan, tai haluttaessa päästää katsojaa lähemmäs häntä esimerkiksi intiimi-ilmeisillä kuvilla.

Sama mahdollisuus kertoa tai jättää kertomatta on kaikissa nykyään yleistyneissä medioissa. Aika selkeä tendenssi lienee yksityisyyden julkistaminen, mistä esimerkkeinä ovat tosi-tv-ohjelmat ja Facebook. Artistin kannalta lisääntyneet mediakanavat - eritoten edulliset tai ilmaiset sellaiset - ovat hyvä asia. Esilletulo tai läpimurto voi olla nopeaa esimerkiksi youtuben tai myspace-sivuston avulla. Toisaalta nettikanavien dominanssi myös velvoittaa: omat nettisivut ovat muuttumassa välttämättömyydeksi, törmäsin siihen seikkaan projektini aikana yhteydenottoissani musiikin kentän toimijoihin.

Tätä taustaa vasten yksi suurimmista kysymyksistä artistin mainosmateriaalin kehittälyssä on ollut kohdallani pohtia, miten paljon henkilökohtaisuutta olisi sopivaa tuoda esille – ja millä tavoin, jotta se synnyttäisi uteliaisuutta ja houkuttelisi perehtymään itse tuotteeseen, eli musiikkiesitykseen tai -tallenteeseen. Pohdin tätä problematiikkaa työkenttänäni web-sivut, jotka ovat mainosmateriaalini keskeinen ja kaikki mediat kokoava muoto.

5.2 Tuotteeni ilmiasun ideointia

5.2.1 Henkilökohtaisuus

Henkilökohtaisuus korvaa seriöösien ja cv-keskeisen professionalismin. Asiantuntemus välittyy musiikkilinkkien kautta niin selkeästi ja kokonaisvaltaisesti kuin mahdollista. Yleisimago voi taas olla viihdyttävä ja kiehtova, jotta vierailija pysyisi sivuilla mahdollisimman pitkään. Haluan yhdistää materiaalissani asiallisen ja laadukkaan havainnollistavan materiaalin viihdyttävään referenssiympäristöön. Henkilökohtaisuus sivuilla ilmenee mukavina ja sympaattisina kuvina, katkelmina ja anekdootteina taiteilijan ammatti- ja siviilielämästä, kuitenkin menemättä liian yksityiskohtaiseen no-limits-tyyppiseen kerrontaan.

5.2.2 Tulkinnanvapaus

Asiakkaan puolesta ei saa ajatella liian pitkälle. Hänelle tulisi jättää ilmaa ja tulkinnanvapautta musiikin/esityksen yhdistämiseen omiin tarkoituksiinsa. Mielestäni perhejuhlien tai vastaanottotilaisuuksien listaaminen web-sivuilla poistaa artistilta/tuotteelta hohdon ja tekee tuotteesta valmiiksi pureskellun tuntuinen. Jos kaikki on valmiiksi määritelty, ehdoteltu, hinnoiteltu ja ohjeistettu, tulee artistista hieman liian selväpiirteisen tuntuinen ja tietty lumous vapaine assosiaatioineen häviää kuluttajan ja web-sivujen vuorovaikutuksesta. Mielestäni, kun konsepti (myös valokuvat!) esitellään vihjauksenomaisesti, saavutetaan toivottu uteliaisuus, mikä saa kuluttajan lähtemään liikkeelle. Kuitenkin sivusto on helppokäyttöinen ja kynnystä yhteydenottoon ei muodostu.

5.3 Liikeidea kohti: asiakas ja asiakkaan ongelma

Olen perehtynyt Jari Parantaisen teokseen "Tuotteistaminen". Sen luvussa "Hittipalvelun tuottaminen"(Parantainen 2008, 133) ymmärretään asiakkaan ongelma osana hittipalvelun tuottamisen vaiheistusta. Vaiheistuksessa on kaksi päävaihetta, lupausvaihe ja lunastusvaihe. Ensimmäisessä niistä on ajatuksena on tunnistaa todellisen kuluttajaryhmän polttava ongelma ja antaa lupaus sen ratkaisemisesta provosoivasti, siis niin, että asiakas jää kärsimättömästi odottamaan ongelman ratkaisevaa tuotetta.

Kohdeasiakkaan ja hänen ongelmansa määrittäminen on siis tuotteistusprosessin keskeisimpiä teemoja. Olen pyrkinyt käsittämään projektini yhdeksi intressiksi yrityksen ratkaista musiikin kuluttajan asiakasongelma, ja esittelenkin nyt oman tuotteeni potentiaalisen kohdeasiakkaan ongelmineen 5:nneen lukuni lopuksi. Se on alkusysäys orastavalle liikeidean hahmottamiselle.

Olen koettanut mieltää viihdyttävän mutta kultivoituneen musiikkiohjelman nimeämisen ja tilaamisen kohdeasiakkaani ongelmaksi. Hän voi olla yksityishenkilö tai yrittäjä, 30+ suomalainen mies tai nainen. Hän on potentiaalinen elävän musiikin – ja klassisenkin elävän musiikin - kuluttaja, mutta ei pysty lähtökohdistaan määrittämään, millaista musiikkia hän tarkalleen haluaisi, millaisia ohjelmistokokonaisuuksia on olemassa, eikä hän ymmärrä esimerkiksi klassisen musiikin ohjelmistollista laajuutta saatika sen

käyttömahdollisuuksia ja yhdistelykelpoisuutta muunlaiseen ohjelmaan/musiikkiohjelmaan. Tämän vuoksi hänen ongelmansa saattaa kärjistyä niin, että hän ei tilaa elävää musiikkia lainkaan. Hänen ongelmansa praktinen puoli on sopivien artistien löytäminen ilman välikäsiä, jos hän kuitenkin lähtee yrittämään. Kulttuurinen aspekti asiakasongelman taustalla on suomalaisten verrattain vähäinen elävän musiikin käyttö. Asiakkaani intressi on päästä aitiopaikalle seuraamaan korkeakulttuurista musisointia, mutta hän haluaisi samalla viihtyä ja nauttia esityksestä esimerkiksi vieraidensa tai asiakkaidensa kanssa. Hän haluaisi myös vaikuttaa esityksen sisältöön ja tuntea itsensä tärkeäksi ja ainutlaatuiseksi tilaajaksi.

6 TUOTTEEN MÄÄRITELMÄ

6.1 Millainen on artistiprofiilini sisältö?

Opinnäytetyöprojektini seuraava tärkeä pohdintakohta asiakasongelman määrittelyn jälkeen on ollut tuotteen piirteiden huolellinen määrittely. Ajattelin tehtävän olevan helpohko, ja lähdin ideoimaan, mutta adjektiiveja ja määreitä tuli mieleen loputtomasti. Karsin valitsemiani määreitä niin kauan, kunnes sisältöseikkojen lukumääräksi jäi kolme, soveltaen Wally Olinsin brändäysoppaan ohjeistusta: -"Can you explain what your company does and what makes it different from its competitors in a couple of sentences?"(Olins 2008, 30) Lisäksi olen koettanut välttää liian itsestäänselviä määreitä, kuten esimerkiksi laadukkuus, ilo tai monipuolisuus, jotta ominaispiirteeni olisivat spesifit eivätkä yleisluontoiset ja siten vaikeasti toteutettavat. Tukeudun Parantaisen ohjeisiin sisältöseikkojen valitsemisesta: "...myönteisten laatusanojen informaatioarvo on nolla. Ne ovat itsestäänselvyyksiä, joita ei ole mitään järkeä edes erikseen mainita"(Parantainen 2007, 40-41). Esittelen luvussa 6.1.1 valitsemani sisältöseikat ja niiden sovellukset.

6.1.1 Keveys, fantasia, hymy

Keveys liikkeenä artistikuvissa. Promolevyn kansikuva, käyntikortin kuva ja web-sivuston profiilikuvat. Logossa myös liikkeen tuntua.

Keveys soinnin kvaliteetissa, äänenmuodostuksen helppous. Imagon ja figuurin keveys ja sulavuus.

Fantasia tuotteen nimessä. Fantasia kaikkien ohjelmistojen yhteisenä kontekstina. Teoksia, jotka tempaavat mukaansa tai kietovat meditaatioon ja ruokkivat mielikuvitusta.

Hymy vastakohtana monien suomalaisartistien kovapintaiselle profiilille. Lämpimiä, tasapainoisia ja mielihyväkeskeisiä kuvia särmän ja shokeerauksen sijaan.

Hymy kokonaisvaltaisuutena, myös taiteilijan omana habituksena, ei pelkkänä päälleliimattuna mainostuksen tehokeinona.

6.2 Erottuminen valituilla sisältöseikoilla

Erottuminen sisältöseikoilla on mielestäni ympäristösidonnaista, ja siksi valitsemani kolme tunnistetta ovat relevantteja nimenomaan Suomessa.

Keveys on mielestäni harvinainen ja epätavanomainen kvaliteetti suomalaisten artistihahmojen valikoimassa. Fantasia niinkään on täällä uutta, siitä kertoo esimerkiksi hiljattain muodikkaaksi tullut "cosplay", Japanista peräisin oleva urbaani katumuoti joka perustuu fantasiahahmojen jäljittelyyn. Tällainen näkyvä kaupunkikulttuurin osa-alue on mielestäni vielä vahvempi osoitus fantasiahakuisuudesta kuin jo kauan sisäpiireissä harrastetut roolipelit.

Hymy on kaikkein räikein antiteesi suomalaiselle kulttuuri-ilmastolle. Suomessa ei ole pakko hymyillä, kuten monissa muissa kulttuureissa. (Japani, USA, jne) Täällä sitä ei myöskään harrasteta turhaan. Täällä arvostusta ja uskottavuutta pyritään ilmentämään vakavuudella ja asiallisuudella. Monissa tutuiksi tulleissa taiteilijoiden artistiprofiileissa imago on jopa ärtynyt, pippurinen, "edgy". Jos kuitenkin hymyillään, niin se ei saa olla

suloista ja viehättävää, vaan mieluiten liioitellun räväkkää naurua, ilonpitoa, johon sisältyy hiomattomuutta ja särmikkyyttä. Tai sitten hymy on osana ilmettä, joka kuitenkin viestii jotain muuta: itsevarmuutta (viesti pätevyydestä) tai salaperäisyyttä (sisäänpäinkääntyneisyys). Kokonaan erilainen olisi itseisarvoinen hymy, joka yksin riittää asiasällöksi, eikä tarkenna tai höystä jotain muuta piirrettä. Se yhdistäisi omassa taiteilijaprofiilissani laadun sulokkuuteen. Haen artistiprofiiliini kiehtovaa ilmettä, joka viestii elämänhalusta ja musiikin lumovoimasta.

6.3 Miten tarjoamani musiikki peilaa sisältöseikkoja

Ajatus yhden ainoan ohjelmiston dominanssista tuotteessani olisi hieman fantasia-sisältöseikan vastaista. Fantasia-sana mielestäni sisällyttää itseensä jonkinlaisen runsaudensarven, valikoiman, oman mielihalun toteuttamisen ajatuksen. Tämän seikan ja toisaalta musiikillisen muuntautumishaluni vuoksi lähdin suunnittelemaan useamman ohjelmiston esittelyä tuotteessani, ja pohtimaan, löytyykö niistä kaikista yhtymäkohtaa sisältöseikkoihini. Fantasia määrittää siis muunmuassa ohjelmistojeni runsautta ja valikoimaa.

Klassisesta ohjelmistostani löytyy kosolti klassis-romanttisen ja romanttisen kauden musiikkia, joka pienimuotoisuudessaan (omassa valikoimassani!) tuntuu kevyeltä ja viehättävältä (hymy). Kuitenkin ohjelmistoista löytyy myös maanläheisempää ja verevämpää materiaalia, esimerkiksi mustalaismusiikki ja/tai tango, mikä toimii vastapoolina klassis-romanttisen ohjelmiston siloitellulle kauneudelle, ja korostaa sen herkkää hienostuneisuutta. Keveys määrittää myös kevyen musiikin olemassaoloa ohjelmistovalikoimassani.

Oivaltavalla valikoimalla ohjelmistoja saavutan mielestäni versatiilin ja kiehtovan artistiprofiilin. Kuitenkin huomionarvoista on myös etenkin se, miten esittää, ei se mitä esittää. En tarjoa mielivaltaista eri tyyllilajien sotkemista toisiinsa, vaan kultivoidusti suunniteltua valikoimaa mielekkäitä ohjelmistoja, joille löytyy kuitenkin artistiprofiilistani esillekäyviä yhteisiä nimittäjiä. Tuotteeni lupaa että yksi taiteilija pystyy sulavasti siirtymään ohjelmistosta toiseen (keveys), hävittämättä silti tunnistettavuuttaan ja karakteriaan.

7 TUOTE - FANTASIAVIULU

7.1 Miksi tällainen nimi?

Se avaa nopeasti tuotteen sisältöä heti esittelyvaiheessa. Se voi tuntua helpolta ja liian ilmeiseltä nimeltä (vrt.pizza fantasia), mutta ohjelmistojeni ulottuvuudet kompensoivat tätä näennäistä helppoutta. Ja tavoitteenanihan onkin keventää viitekehystä pikemminkin kuin materiaalia. Klassisen musiikkikoulutuksen saaneelle fantasia-etuliite voi viestiä päinvastaisesti; antaa raskauden ja pursuilevan materiaalin vaikutelmaa (barokkifantasia). Kohdeasiakkaani ei kuitenkaan ole klassisen koulutuksen saanut muusikko, joten tämä mahdollinen ambivalenssi nimessä ei mielestäni häiritse.

Haluan tarjota ohjelmistojeni kautta eksotiikkaa, fantasiaa ja keveyttä. Suomessa monet menestyneet artistit ovat visuaalisesti ja musiikkinsakin suhteen raskaita, jalat maassa, rehtejä ja suoralinjaisia. Suomalainen yleisö kokee heidät mielekkäiksi, koska heihin voi samaistua ja he ovat kotoisan tuntuisia. Heitä on sujuvaa kuunnella ja katsella. Kuitenkin uskon, että monet haluaisivat myös kokea jotain mystisempää ja itselleen vieraampaa: illuusiota, sadunhohtoa, glamouria, eksotiikkaa...Haluaisinkin osoittaa tämän olettamukseni todeksi yrittämällä tarjota jotakin tällaista. Koen ohjelmistosisällöissäni olevan kapasiteettia siihen, ja sen vuoksi pyrin kursailematta houkuttelemaan asiakasta tuotenimen kautta hakemaan valikoimastani omaa musiikillista unelmaansa.

7.2 Tuotteen tiivistelmä: asiakkaan ongelman ratkaisu

Fantasiaviulun liikeideaan sisältyy seuraavanlaisten käsitteiden yhtälö:

VIULISTI (artisti): korkealentoinen

Mielletään korkeakulttuurisemmaksi kuin esimerkiksi tanssija tai hieroja, vaikka nekin edustavat korkeakulttuuria. Tämä vetoaa kohdeasiakkaani piilevään elitismiin.

ETNINEN, TANSSIMUSIIKILLINEN TAI POP (ohjelmistossa): kansanomaisen

Maadoittava tekijä, jossa yhtymäkohta kohdeasiakkaan kokemusmaailmaan. Tämä vakuuttaa hänet siitä, että konsepti on turvallinen ja mielenkiintoinen.

EKSOTIIKKA JA SADUNOMAISUUS (artistiprofiilissa): yllätysmomentti, arvoitus

Saa asiakkaan uteliaaksi ja kiinnostuneeksi tuotteen sisällöstä. Elementti, joka viittaa myös viihteellisyyteen.

Liikeidea siis syntyy, kun keksitään ratkaisu asiakkaan ongelmaan. Oheinen yhtälö avaa ideani tuotteen henkisistä ominaisuuksista, ja sen lisäksi tiivistän nyt konkretian tasolla ratkaisuni luvussa 5.3 esittelemääni kohdeasiakkaan ongelmaan. Tämä ongelmanratkaisu on nähtävä toisena päävaiheena tuotteistamisprosessin kokonaisuudessa: "Lunastusvaihe on asiakkaan ongelman ratkaisevan palvelun vaatimusmäärittely." (Parantainen 2008, 134.)

Olen web-sivuillani paketoinut eri ohjelmistotyyppini nasevien ja ymmärrettävien koodien yhteyteen. Koodit toimivat asiakkaalleni ohjauksena musiikkiin tutustumisessa tai tilauksen määrittelyssä; niitä klikkaamalla hän kuulee soivan näytteen tyyllilajista ja näkee esittäjien valokuvan. Tämä auttaa häntä toivemusiikkinsa nimeämisongelmassa: kuullessaan mieleistään musiikkia hän osaa antaa sille yleisnimen, ja tehdä halutessaan tilauksen. Ohjelmistokohtainen valokuva orientoi häntä lisää musiikin olemukseen, ja näin

hän pystyy myös kuvittelemaan, miltä esitys näyttäisi, ilman aikaavievää videon tilaamista taiteilijalta. Web-sivujen kuva- ja referenssimateriaalin kautta asiakas saa tutustua soittajaan, kuten kehen tahansa kiinnostavaan julkiseen henkilöön, ja taiteilijan myynti hieman katoaa ja voi hävittää ns. hienon musiikin pelkoa. Toisaalta kuvien ja anekdoottien kautta voi antaa kuluttajalle myös lupauksen illuusiosta ja fantasiasta, joka sisältyy asiakkaan intressiin.

Asiakkaani haluaa viihteen ja korkeakulttuurin yhdistelmää, high-class-entertainmentia, jota Suomessa on tarjolla suhteellisen vähän. Fantasiaviulu pyrkii tarjoamaan sitä yhdistämällä statuksen, laadun ja viihteen tyylikkääseen artistikonseptiin. Tuotteeni paketoi taide- ja viihdemusiikkia selkein ja ymmärrettävin koodein ilman sisällön yksinkertaistamista.

Fantasiaviulu tarkoittaa mahdollisuutta musiikkiesitykseen, jonka luonteen ja käyttötarkoituksen Sinä päätät. Seikkaile Fantasiaviulun koodivalikossa ja löydä unelmasi! Find your Favourite! Touch my Fantasy....

7.3 Fantasiaviulun ”hakukone” eli koodivalikko

Ohjelmistokoodit Fantasiaviulun web-sivuilla ovat classic, gypsy, tango ja fantasia. Nämä nimikkeet on luotu niille ohjelmistoille, jotka luvun 2.6 yhteenvedon tuloksena jäivät Fantasiaviulun kartalle. Nimikkeet ovat aiemmin käytettyjen ammatillisesti validien termien sijaiskoodeja, esim. pop-jazz on koodattu Fantasiaksi ja tsaarinaikaiset venäläis- ja mustalaisromanssit Gypsyksi. Tämä yksinkertaistaminen palvelee tuotteen brändäystä kohdeasiakkaalleni. Koodi avaa siis soivan näytteen eli demon, valokuvan ja mahdollisesti kappalekohtaiset tiedot liukuvana palkkina valokuvan alla. Sivustollani jätän luultavasti selittämättä ohjelmistokoodin, jotta esittely olisi mahdollisimman kompakti, ja jotta musiikin kuuntelijalle jäisi enemmän tilaa musiikkiin eläytymiselle. Seuraava luku avaa ohjelmistokoodit ja selventää sisältöä kappale-esimerkein.

7.3.1 Katsaus ohjelmistokoodien sisälle

CLASSIC

Josef Suk	Quasi Ballata Op. 17/1 Burleska Op. 17/4
Jean Sibelius	Mazurka Op. 81/1 Rondino Op. 81/2
Maurice Ravel	”Tsigane” , Rhapsodie de concert
Manuel Ponce-Heifetz	Estrellita, Mexican serenade

Classic viittaa koodina klassiseen musiikkiin yleensä, ei klassismiin taidemusiikissa. Se on riittävä viitekehys asiakkaalleni, ja mielestäni kuvailee ohjelmiston sisältöä. Olen lyhentänyt sanan classical muotoon classic ytimekkyyden takia. Suora käänös lyhennyksestä olisi ”klassikko”, joka ei mielestäni myöskään johda harhaan tämän ohjelmiston määreenä, onhan se kategorioista ilmeisimmin viulunsoittoon liittyvä suomalaisessa kulttuuriympäristössä. Olen hakenut siihen viehättäviä ja pienimuotoisia kappaleita romanttiselta ja klassis-romanttiselta aikakaudelta, ja halunnut esitellä myös tuntemattomampia säveltäjiä. Jos musiikkinäyte ohjautuu hyvin asiakkaan kuunneltavaksi,

ei kappaleen tai säveltäjän tunnistettavuus ole mielestäni enää välttämätön prioriteetti, etenkin, jos musiikki on soitettu mielenkiintoisesti ja hyvällä kvaliteetilla. Yksinkertaisten kauniiden kappaleiden ohella on myös virtuoosikappaleita (Ravel) sekä ilmaisullisesti laajemman skaalan teoksia (Suk). Kokoonpanona on viulu-piano.

GYPSY

trad./arr.Vitali Studilov	Smelka
trad./arr.Vitali Studilov	Ja vseгда za toboj
trad./arr.Sergei Gennadievitch	Pollyanna

Gypsy on koodina perusteltu. Se viestii ohjelmistoni yleisnimen, ja tarkennus sitä tarvitsevalle aukeaa demon kuuntelun ja kappale tietojen kautta. Useimmalle jo mustalaismusiikki sinänsä on vieras käsite, joten en ole halunnut monimutkaistaa koodia lisäämällä etuliitettä RUSSIAN GIPSY.

Gypsy on kategoria, johon olen poiminut kappaleita vanhoista venäläisistä ja mustalaisromansseista. Ne ovat tsaarinaikaista musiikkia, jotka ovat säilyneet perimätietona tai eläneet venäläisissä kansansävelmissä halki vuosikymmenien. Musiikki on usein vokaalisolistivetoista, mutta viululla on tärkeä solistiluontoinen ja värittävä osuus. Ohjelmisto on karakteriltaan verevää ja kaihoisaa. Settiin on mahdollista tarvittaessa lisätä mustalaisaiheisia kappaleita classic-ohjelmistosta. Kokoonpano on mies- ja naisvokalisti, kaksi kitaraa ja viulu.

TANGO

Astor Piazzolla	Violetas populares Ciudades
-----------------	--------------------------------

Osvaldo Ruggiero	Bordoneo y 900
------------------	----------------

Tango-koodi avaa suosituksen argentiinalaisen tangon ohjelmiston. En halua tarkentaa koodia siksi, että sen yhteyteen voi kenties myöhemmin lisätä muitakin kuin argentiinalaisia tangoja. Tangon liikkumavara maakohtaisine korostuksineen on tietysti suuri, mutta luultavasti esimerkiksi suomalaista tangoa hakeva asiakas kuuntelee mielellään myös tyylinäytteen argentiinalaisesta, ja pyytää tilauksen yhteydessä erikseen tarkennettua toiveohjelmistoaan. Toistaiseksi tämä koodi esittelee sekä instrumentaaleja että laulettuja tangoja. Lauletuissakin tangoissa viulu on mukana välillä solistisesti, välillä säestävänä elementtinä. Kokoonpano on kappalekohtaisesti vaihteleva.

FANTASIA

Antonio Vivaldi	konseritto f-molli "Talvi" /arr. Seppo Korhonen
-----------------	---

Johannes Brahms	Unkarilainen tanssi nro 5 /arr. Seppo Korhonen
-----------------	--

Fantasia-koodilla löytyy musiikkia, joka on jotain muuta kuin edellisissä selvästi rajatuissa ohjelmistoissa. Jätän koodin tarkoituksella auki odottamaan, millaisia sisältöjä löydän sinne uusien kokoonpanojen ja ideointien kautta. Koodi sallii avoimuuden, ja toimii eräänlaisena jokerina valikossani. Samalla se toimii Fantasiaviulun nimikkokoodina. Toistaiseksi Fantasia pitää sisällään potpureja klassisista sävellyksistä uudelleen sovitetuina. Sovitukset ovat lähinnä pop-jazz-tyylisiä, sisältäen improvisatorisia osuuksia. Kokoonpano on sähköisesti vahvistettu viulu ja piano.

8 KUVIEN JA DEMOJEN VALMISTUSPROSESSEISTA

8.1 Kuvien käytön ideologia

Projektini aikana syntyneen taiteilijakuvamateriaalin toimivuus tuli ilmi jo ensimmäisten artistikuvien esittelyjen yhteydessä: kuvaportfolion esittäminen asiakkaalle osoittautui vielä paremmaksi promootioksi kuin pelkkä tapaaminen hänen kanssaan. Kuvamateriaali jää asiakkaan tarkasteltavaksi, ja hän perustaa sen pohjalle käsityksensä artistin tasosta, uskottavuudesta ja edustuskelpoisuudesta; monista sellaisista kvaliteeteista, joita ei voi kirjoittaa taiteilijabiografiaan. Siksi on tärkeää, että kuvamateriaali on valmisteltu ja suunniteltu hyvin, ja että se kuvastaa totuudenmukaisesti artistin toimintaa. "Artistia/levyä ei useinkaan nähdä kokonaisuutena, jossa myös ulkomusiikillisilla tekijöillä on oma arvonsa. Kuvat, levynkannet, julisteet, videot jne. ovat tärkeitä ja niihin tulisi panostaa." (Mikkola, T. et al. 1998, 107)

Koin tarpeelliseksi tehdä kuvia monenlaisin eri ilmein, jotta ne voisivat tarvittaessa toimia johdantona Fantasiaviulun eri ohjelmistoille. Valokuvautin siis itseni eri ohjelmistoille sopivissa asusteissa, myös sähköviululla sekä akustisella viululla erikseen. Käyntikorttiinikin olen painattanut kuvani sen mainosarvon maksimoimiseksi. Muuta käyttöä kuville löytyy demolevyn kansissa, mahdollisissa oheistuotteissa ja tietenkin www-sivuilla.

Web-sivuillani tulen toimimaan laadullisen ja funktionaalisen, en määrällisen kuvankäyttöajatuksen pohjalta. En halua suuria albumeita tai gallerioita poseerauskuvineen, vaan kuvien käyttö tulee palvelemaan sivuston rakennetta ja toimimaan informaationa eri aihepiirilenkeissä. Näin haluan välttää kuvamateriaalin irrallisuutta sivustokokonaisuudesta. En halua esitellä liikaa artistikuvia senkään vuoksi, ettei artistihahmoni kulu ja jotta uteliaisuus ja kiinnostus asiakkaalla säilyy.

8.2 Kuvien luonne ja laatu

Kuvien yleisilmettä lähdin hahmottelemaan muunmuassa luvuissa 5.1-5.2 ja 6.1-6.2 esittämiäni ajatusten pohjalta. Halusin tavoitella ambivalenttia vaikutelmaa, jossa vastapoleina ovat välitön elämäniloisuus ja toisaalta jonkinlainen lumous. Keveys – yksi Fantasiaviulun sisältöominaisuuksista - ilmenee valmiissa kuvissa liikkeenä tai liikkuvanoloisissa asennoissa (vrt. istumaposeeraus), ja viestii samalla välittömyyttä ja elämäniloisuutta.

Hakemani lumouksen tuntu syntyi mielestäni oikealla valaistuksella, tarkoin valituilla taustoilla sekä ilmeillä – tämä on ehkä se ansio, joka eniten oli riippuvainen valokuvaajan taidoista ja keinovaroista. Omasta näkökulmastani fantasiamaisten yleisilmeen sai aikaan myös sillä, että vältin johdonmukaisesti turhaa materiaa kuvissani, esim. tuolia, pylvästä, liian asetelmallisia tai yksityiskohtaisia koristeita jne.

Vaikutelman henkilökohtaisuudesta valokuvissa sain aikaan poseeraamalla omana itsenäni, en viulistina tai ammattilaisena. Halusin myös, että figuurini kuvissa eivät olisi kokonaisia, vaan että kuvien lopullinen rajaus ja editointi jättäisi jotain pois, vähemmän- enemmän-periaatteella.

Kuvien laadullisesta tasosta en olisi missään nimessä tinkinyt, ja tämä panostus osoittautuikin viisaaksi ja hyväksi sijoitukseksi. On paljon artistien esittelysivustoja, joissa kuvamateriaali on laadultaan häiritsevän huonoa tai kuvat on liitetty sivustoon kömpelästi ja päälle liimatun oloisesti. Huonot kuvat voivat kuitenkin olla turn-off asiakkaalle, jonka huomiointi esittelyvaiheessa pitäisi olla ohjelmistoaan myyvän esiintyvän taiteilijan ensimmäinen prioriteetti. Tasokkaat kuvat voivat myös nopeuttaa taiteilijan rekrytointia asiakkaan palvelukseen, olettaen että asiakas haluaa mainostaa tai kampanjoida esiintyjäänsä valmiilla kuvilla.

8.3 Kuvaussuunnitelma

Valitsin kuvauspaikaksi Wiikin Gardenian Helsingissä, trooppisen kasvihuonepuutarhan, jossa on paljon luonnon elementtejä ja tilaa liikkua. Ohessa luonnos kuvaussuunnitelmasta.

Gardenia, Koetilantie 1, 10.3. klo 12.30-15.00

Trooppiset kasvit, lämmin yleistunnelma. Keveys luonnollisista elementeistä, kuten oksista, kukista, liikkuvista lehdistä.

ASU 1	vihreä iltapuku, nyöräkengät, akustinen viulu	koodi: classic
ASU 2	hopeinen glittermekko, hopeiset sukat ja kengät, valkoiset saapikkaat, sähköviulu	koodi: fantasia
ASU 3	nahkahousut, tilkkutoppi, sandaletit, sähköviulu/akustinen	koodi: gypsy
ASU 4	cocktailmekko, hopeiset sandaalit, sulkakoru	ei koodia

8.4 Nauhoitukset ja musiikin työ

Demonauhani- samat jotka web-sivuillani toimivat ohjelmistokoodien soivina esimerkkeinä – ovat suurimman työmäärän vaatineen projektiosan tulos. Classic-ohjelmisto on nauhoitettu Ruoholahden konserttisalissa, gypsy-ohjelmisto konserttitilanteessa, Fantasia kotistudiossa ja pääosa Tango-ohjelmistosta Pop-jazz-konservatorion Arabia-salissa. Nauhoitusvaraukset ja niihin valmistautuminen olivat opinnäytetyöni parhaiten suunnittelemani työvaiheet, sillä halusin varmistua siitä, että YAMK-opintojeni turvin käytössäni olleet nauhoitustilat, -soittimet ja -tekniikka eivät jäisi hyödyntämättä.

Nauhoitukset olivat yksi osa kokonaismetodista, jota käytin opinnäytetyössäni musiikkimateriaalin valmistamiseksi. Metodini, joka on oikeastaan työvaihesarja, on seuraava: Materiaalin harjoittelu – esittäminen – analysointi - hienosäätö – nauhoittaminen – nauhojen editointi ja nauhojen esittäminen. Tällä kaavalla pääsin lopputulokseen, joka antoi riittävästi laadukasta demomateriaalia kaikista niistä ohjelmistoista, joita halusin Fantasiaviulussa esitellä. Tein classic- ja tango-ohjelmistoja työstäessäni metodin harjoitteluvaiheessa ja esityksissäkin nauhoituksia, joiden avulla analysointi ja siten myös hienosäätö tuli mahdolliseksi. Nämä nauhoitukset tein itse kannettavalla SANYO ICR-PS 1000M-taskunauhurillani.

8.5 Nauhojen käytön ideologia

Halusin luoda demonauhat havainnollistukseksi sekä yleisesti soittoni kvaliteettiin että ohjelmistojeni sisältöihin. Editoin ne palvelemaan asiakkaan tutustumista Fantasiaviuluun niin, että ne nopeasti vievät hänet olennaisen äärelle, pitävät otteessaan ja houkuttelevat kuuntelemaan/tilaamaan lisää musiikkia. Muotoilin nauhat seuraavasti: taltioin kappaleen kokonaisuuden demonauhalle vain siinä tapauksessa, että kappale oli tarpeeksi lyhyt. Pidempien teosten kohdalla pyrkimyksenäni oli kohdentaa kuuntelijan huomio herkullisimpiin kohtiin kappaleessa, ei niin että jokainen esimerkkikappale ominaispiirteistään huolimatta alkaa alusta. Esimerkkinä classic-ohjelmistosta Josef Sukin sarjan Quasi Ballata: osa alkaa vaimealla ja sisäänpäin kääntyneellä melodialla, joka huomattavan temaattisen toiston kautta kääntyy B-osan dynaamisempaan ilmaisuun. Editoin demon alkamaan kuohuvasta B-osasta, joka tempaa kärsimättömänkin kuulijan mukaansa ja vie sitä myöden sujuvasti myös A-osan teeman kertaukseen jälkipuoliskolla. Toisena esimerkkinä samasta ohjelmistosta Ravelin Tsigane, jonka esittelydemo alkaa loppuvaiheen briljeeraavasta ja veikeästä kamarimusisoinnista sen sijaan, että edellyttäisi asiakkaan kuuntelevan alun seitsemän minuutin mittaisen viulun soolokadenssin.

8.6 Nauhoitussuunnitelma

Classic-ohjelmiston nauhoittaminen oli pitkäjänteisin kaikista nauhoitussessioista, muiden ohjelmistojen nauhoitukset tehtiinkin konserttitilanteessa (gypsy ja tango) ja kotistudiossa (fantasia). Ohessa luonnos classic-nauhoitussuunnitelmasta.

Helsingin konservatorio, Ruoholahden konserttisali

22.1.09 klo 9-12 Scott-Kreisler, Ponce, Kreisler

9.2.09 klo 12-15 Ravelin Tsigane (ei kadenssia)

11.2.09 klo 12-15 Ravelin Tsiganen kadenssi

16.2.09 klo 9-12 Sukin sarjan osat 1 ja 4; Sibeliuksen Mazurka, Rondino ja Valssi

Työskentelin oheisen materiaalin nauhoituksissa yhteensä 12 tuntia, mistä saldona editointikelpoista materiaalia kertyi noin 40 minuuttia.

Opinnäytetyöprojektini puitteissa resurssit huolelliseen äänittämiseen ovat olleet runsaat, ja oppina tästä nauhoitusten ja valmiin materiaalin suhdeluvusta totean, että ammattimaisessa levy-yhtiön toimesta nauhoittamisessa tuskin saa käyttää näin paljon aikaa materiaalin ottoihin. Minulle tähän asti kokemattomana levyttäjänä aikataulun vapaus ja runsaus oli ehdoton edellytys laadukkaasti materiaalin aikaansaamiseksi. Pystyin kehittämään rutiineja, tottumaan nauhoitukseen työprosessina sekä käyttämään aikalaisia rentoutusta ja keskittymistäkin varten.

9 TUOTTAMISESTA

Halusin selvittää itselleni tuottamisen määritteen erotukseksi sanana samankaltaiseen tuotteistamiseen. Olen tutustunut siihen aineistonani F&L Management Services Ltd:n tutkimus "Yrittäjyys musiikkiteollisuudessa". (Mikkola, T. 1998) Tavoitteenani oli myös sisäistää tuottamisen yleisimpiä periaatteita ja alkeellinen valmius ymmärtää tuottajan motiiveja mahdollisessa kanssakäymisessä hänen kanssaan. Haluaisin myös kyetä reagoimaan nopeasti ja huolehtimaan eduistani diskurssissa taiteilijan ja markkinakoneiston välillä.

Tuottaja on siis artistia palveleva taho, joka valjastaa hänen luovuutensa markkinakäyttöön. Siihen sisältyy taiteilijan ja hänen osaamisensa/repertuaarinsa tuotteistaminen.

Tuottaminen kokonaisuudessaan käsittää seuraavia tehtäväalueita: juridinen sisällönhallinta, teknologinen sisällönhallinta, tuotantoprosessin hallinta, markkinan hallinta sekä liiketoiminnan hallinta.

Tuotteistaminen, jota käsittelen seikkaperäisemmin opinnäytetyössäni, taas on tuottamisessa käytetty työkalu, jossa otetaan huomioon ulkomusiikillisia seikkoja, ja pyritään rajaamaan artistille tuottoisa yleisötyyppi/kohderyhmä. Sen tulisi korostaa taiteilijan omaperäisimpiä piirteitä, niitä, jotka muodostavat hänen kilpailuetunsa ja toisaalta soveltuvat markkinan tarpeisiin.

Tänäpäivänä tehdään paljon imagonmuokkausta ja markkinointityötä henkilöille, joiden taiteilijasubstanssi on heikko tai lähes olematon. Käänsin tämän ilmiön toisinpäin, ja löysin itseni ja käänteisen paradoksin, joka toimi alkusysäyksenä projektilleni. Jos minulla siis sattuu olemaan tietotaitoa ja taiteellista substanssia, eikö ole hassua jos sitä ei tuoda esille ja valjasteta tuottavaan käyttöön? Olen pyrkinyt tekemään projektini puitteissa kaiken sen alustavan taustatyön, joka tarvitaan ammattimaisen tuottamisprosessin motivoimiseksi. Tehtyäni tämän työn omista lähtökohdistani käsin, omilla ja oppilaitoksen resursseilla, on mielenkiintoista havainnoida, tyydyttääkö tulos markkinoivia tahoja, ja ostetaanko osaamiseni käyttöön.

10 POHDINTA

Olen saavuttanut itselle asettamani tavoitteet opinnäytetyössäni. Olen pystynyt jaksottamaan, hallitsemaan ja suorittamaan monivaiheisen ja -tasoisen työni, ja jopa ehtinyt valjastamaan osan mainosmateriaalistani jo käyttöön, tarkasteltavaksi ja tutustuttavaksi muunmuassa ohjelmatoimistoihin. Web-sivujen, logon ja käyntikorttien suunnittelu ollut hauskaa ja haastavaa, sekä rytmittänyt sopivasti harjoittelua, esiintymisiä ja nauhoitusten tekoa. Projektin monivaiheisuus on antanut luottamusta ja näkemystä yleisesti, sekä vaatinut harjoittelun tehostamista ja keskittymisen maksimointia soitto-osuuksissa.

Internetin moninainen maailma houkuttelee mukavasti etsimään mitä erilaisempia ilmaisukeinoja, ja nykyään voikin ohjelmistollisesti samankaltaisilla taiteilijoilla olla hyvin erilaiset ilmeiset. Runsaudenpula oli ilmeinen siinä vaiheessa, kun lähdin hahmottelemaan esimerkiksi soittamiseksi liitettävää visuaalista maailmaa. Kun kaikki faktatieto kiteytyy nauhoihin, jotka konkretiassa kertovat tarkalleen, millaisesta soittajasta on kysymys, sain vapauden muotoilla viitekehyksen vailla painetta siitä, mitä laadullisia seikkoja se kertoo minusta viulistina. Kuitenkin nauhan kuuntelu on vain klikkauksen päässä etusivun katselusta, joten otin riskin luoda ehkä hämmentävänkin kuvamaailman, luottaen viimekädessä web-katselijan uteliaisuuteen kuin ennakkoluuloihin.

Persoonallinen mainosmateriaali toimii arkistona tehdystä työstä. Materiaali myös rauhoittaa konkretiallaan taiteilijaa, jonka työn tulokset ovat usein niin herkkiä kulumaan, menemään pois sormista, vanhentumaan - haihtumaan ilmaan. Ilman demonauhoja ja oman työn kuuntelemiseen keskittymistä saattaa näkemys oman soiton tasosta olla liian veteen piirretty, altis mielialojen heilahteluille ja liialliselle subjektiivisuudelle. On myös huomattavasti yksinkertaisempaa lyödä demonauha ja web-osoite käteen kuin ryhtyä kyllästyttämään ihmisiä jaarittelemalla omasta musikaalisuudesta, ohjelmiston monipuolisuudesta tai instrumentin ylivertaisuudesta.

Jos tuottamani materiaali on onnistunut, se toivottavasti toimii laukaisualustana esiintyvän viulistin työtilaisuuksien ja toimeentulon luoja. Haluan myös rohkaista muita musikoita olemaan kriittisiä, luovia ja ennakkoluulottomia oman uransa luomisessa ja panostamaan itse ideoidun mainosmateriaalin suunnitteluun tähtäimenään kilpailukyky musiikin kentän markkinoilla huolimatta oman meriittilistan näennäisestä pienuudesta, koulutettujen muusikoiden massaan hukkumisesta tai Helsinki-keskeisen musiikkimaailman asettamista esteistä.

LÄHTEET

Mikkola, T., Ashorn, T., Hiilamo, H., Mannonen, M., Pekkarinen, H., Tervanen, K. 1998. Yrittäjyys musiikkiteollisuudessa, Suomalaisen musiikkiteollisuuden kilpailukyvyä kehittäminen. F&L Management Services Ltd.

Olins, W. 2008. The Brand Handbook. Lontoo: Thames & Hudson.

Parantainen, J. 2004-2008. Formaatin voima. Espoo: Noste Oy.

Parantainen, J. 2004-2008. Tuotteistajan pikaopas 3.0. Espoo: Noste Oy.

Parantainen, J. 2007. Tuotteistaminen. Talentum Media Oy.

Muut lähteet: Rope, T. Tuotteistamisen ja hinnoittelun apulomakkeisto. Rope-Yhtiöt.

LIITTEET

Liite 1: Taiteilijakuvat ja käyntikortti. (Kuvat: Micarte)

Liite 2: Demonauhan sisällysluettelo.

Liite 3: Demonauha.









Liite 3

CLASSIC

- 1 F. Kreisler Gitana
- 2 M. Ponce ”Estrellita”, Mexican serenade
- 3 J. Sibelius Mazurka, op. 17/1

FANTASIA

- 4 A. Vivaldi, Talvi I-II - J. Brahms, Unkarilainen Tanssi Nro 5
sov. Seppo Korhonen

GYPSY

- 5 Smelka (trad.)
- 6 ”Ja vseгда za toboi ”

muut esittäjät:

- 1,2 Valeria Resjan
- 3 Piia Eskola
- 4 Seppo Korhonen
- 5,6 Vitalij Studilov, Sergei Pazolski

