



Julia Sundberg

Musiikin, brändin ja tavoitteiden merkitys artistille, Case Julie

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Muusikko (AMK)

Musiikin tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

16.5.2022

Tiivistelmä

Tekijä:	Julia Sundberg
Otsikko:	Musiikin, brändin ja tavoitteiden merkitys artistille, Case Julie
Sivumäärä:	24 sivua + 2 liitettä
Aika:	16.5.2022
Tutkinto:	Muusikko (AMK)
Tutkinto-ohjelma:	Musiikin tutkinto
Suuntautumisvaihtoehto:	Musiikin tekeminen ja tuottaminen
Ohjaaja:	Lehtori Jukka Väisänen
Arviointi:	Lehtori Susanna Mesiä

Opinnäytetyössäni pohdin musiikin, brändin ja tavoitteiden merkitystä artistille. Valitsin käsiteltäväksi kyseiset aiheet, koska olen alalla työskentelevänä huomannut näiden kokonaisuuksien vaikuttavan olennaisesti artistin menestymiseen. Reflektoin jokaista aihetta myös oman artistiprojektini, *Julien*, kannalta ja kerron prosessistani artistiuden ympärillä. Aihe on ollut minulle ajankohtainen, koska olen opinnäytetyöni työstämisen aikana suunnitellut ja toteuttanut oman artistibrändini lanseerauksen ja debyyttisinkkuni *Stuck* julkaisun itsenäisesti.

Kerron, miksi oman musiikillisen äänen löytäminen on artistille tärkeää, ja mikä vaikutus biisinkirjoittamisella siihen on. Nykyään artistilta odotetaan musiikin tekemisen lisäksi parempia viestintätaitoja ja näkemystä hänen visuaaliseen maailmaansa. Sosiaalisen median valtakautena artisti voi vaikuttaa tehokkaammin hänestä kuulijalle syntyviin mielikuviin ja toimia esimerkiksi mainoskasvona brändille. Artistin brändiin vaikuttaa musiikin lisäksi artistin tyyli, käyttäytyminen ja tämän tapa viestiä muiden ihmisten kanssa.

Oma artistipolkuni on lähtenyt puhtaasti tarpeesta ilmasta itseäni musiikillisesti. Artistiuteni kehittäminen turvallisessa ja kannustavassa ympäristössä on vaikuttanut merkittävästi oman musiikillisen ääneni löytämiseen. Tavoitteenani on ollut luoda artistina ja musiikintekijänä yhteys kuulijaan musiikin avulla ja toteuttaa luovuuttani sen eri osa-alueilla. Tavoitteiden määrittäminen ja toteuttaminen antavat artistin uralle suunnan. Kun artisti kehittää määrätietoisesti itseään ja pyrkii saavuttamaan tavoitteitaan, hänen on helpompi löytää ympärilleen yhteistyökumppaneita. Artistin työ kiteytyy artistin vision toteuttamiseen, eli hänen näkemykseensä omasta taiteestaan ja urastaan.

Toivon työni antavan tarvittavaa informaatiota artistin urasta kiinnostuneille ja innostavan ihmisiä oman taiteen pariin. Haluan omalla esimerkilläni näyttää yhden tavan suhtautua artistiuteen ja siihen liittyviin aihealueisiin. Työtä tehdessäni minulle konkretisoitui artistin oman vision ja aitouden tärkeys. Artistius vaatii uskallusta ja rohkeutta uskoa omaan taiteeseen ilman, että peittää ihmisyyttään.

Avainsanat: artisti, biisinkirjoitus, brändi, tavoitteet, visuaalisuus

Abstract

Author:	Julia Sundberg
Title:	The Importance of Music, Brand, and Goals to the Artist: A Case Study of Julie the Artist
Number of Pages:	24 pages + 2 appendices
Date:	The 16 th of May 2022
Degree:	Bachelor of Music
Degree Programme:	Music
Specialisation Option:	Music Writing and Production
Supervisor:	Jukka Väisänen, MMus
Examiner:	Susanna Mesiä, DMus

My thesis examines the importance of music, brand, and goals to the artist. I decided to focus on these three areas because when working in the music industry, I have noticed their essential impact on artists' success. I reflect on every area through my own artist project *Julie* and talk about my own process as an artist. The topic of my thesis is relevant to me because while writing my thesis I planned and executed the launch of my artist brand and released my first single *Stuck* independently.

I discuss the importance of finding the artist's own musical voice and how songwriting influences the said process. In addition to making music, artists are nowadays expected to have better communication skills and a clear vision of their visual image. During the reign of social media, the artist can influence the listeners perception of them more effectively and, for example, be the face of a brand. In addition to music, the artist's brand is affected by their style, behavior, and their way of communicating.

My own path as an artist began from the need to express myself through music. Developing my own artist identity in a safe and encouraging environment has had a significant impact on finding my own musical voice. As an artist and songwriter my goal has been to build a connection with the listener through music and to tap into my creativity in different ways. Goal definition gives a direction for the artist's career. It is easier for an artist to find collaborators for their project when they are developing themselves ambitiously and working on achieving their goals. The artist's work is based on fulfilling their artistic vision in their music and career.

With my thesis, I hope to provide essential information for those interested in being an artist and to inspire people in their artist development. I want to show an example of how to approach artistry, and everything related. Writing my thesis taught me the importance of authenticity and the artist's own vision. Being an artist is about having the courage to believe in your own art without hiding the human in you.

Keywords: artist, brand, goals, songwriting, visuality

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Artisti - määritelmä	2
2.1	Oma artistipolkuni	2
3	Musiikki	4
3.1	Oman äänen löytäminen	5
3.2	Biisinkirjoitus	6
3.2.1	Artisti, joka ei kirjoita biisejä	6
3.2.2	Artisti, joka kirjoittaa biisejä	7
3.3	Julien ääntä etsimässä	8
4	Artistin brändi	9
4.1	Brändiin vaikuttavat asiat	9
4.2	Artistin tarina	10
4.3	Julien brändi	12
5	Artistin visuaalisen maailman rakentaminen	13
5.1	Artistin visuaalinen ilme	13
5.2	Sosiaalinen media	14
5.3	Julien visuaalinen maailma	16
5.4	Julien sosiaalinen media	20
6	Artistin tavoitteet ja suunta	22
6.1	Tavoitteiden määrittäminen	22
6.2	Omia ajatuksia tavoitteiden määrittämisestä	23
7	Pohdinta	24
	Lähteet	26
	Liite 1. Kuvaluettelo	30
	Liite 2. Äänite	31

1 Johdanto

Opinnäytetyössäni pohdin musiikin, brändin ja tavoitteiden merkitystä artistille ja artistin uralle. Työssäni reflektoin omaa kokemustani artistiksi kasvamisesta ja oman artistisen vision löytämisestä. Työni sisältää yleistä pohdintaa ja subjektiivista näkökulmaa artistiuteen. Tunnistan, että artistiuteen liittyy monia muitakin ilmiöitä, mutta rajaan työni edellä mainittuihin aiheisiin, koska olen huomannut niiden vaikuttavan artistin menestymiseen huomattavasti.

Teknologian kehittymisen myötä artistin työnkuva on mahdollinen yhä useammalle, ja musiikintekeminen luonnistuu ison studiotilan sijasta myös omalla työhuoneella. Musiikin julkaiseminen on helpottunut, ja uutta musiikkia syntyy koko ajan kovemalla tahdilla. Oman musiikkinsa taloudelliset tuottajat, eli itsenäiset artistit, toimivat ilman levy-yhtiön tukea ja valloittavat hiljalleen musiikkiteollisuutta (Helsingin Sanomat 2020). Olipa artisti sitten itsenäinen tai levy-yhtiön alaisuudessa toimiva, niin artistiuden ydin pysyy kuitenkin aina samana.

Halusin tutkia artistiutta, koska työskentelen itse artistina ja biisintekijänä musiikkialalla. Olen artistiurani alussa ja opinnäytetyössäni käsittelemäni aiheet ovat minulle siksi hyvin ajankohtaisia. Julkista tietoa artistiudesta ja artistina toimimisesta on olemassa suhteellisen vähän, koska artistina toimiakseen ei tarvitse minkäänlaista koulutustaustaa tai aiempaa kokemusta. Halusin kirjoittaa opinnäytetyöni sillä tarkoituksella, että se voisi toimia tiedonlähteenä ja inspiraationa uusille- ja alalla jo toimiville artisteille.

Oman artistiprojektini *Julie*, on englanninkielistä popmusiikkia, jonka sanoituksesta ja sävellyksestä vastaan itse. Biisinkirjoittajana toimin laaja-alaisesti eri genrejen parissa englanniksi ja suomeksi. Opinnäytetyössäni hyödynnän omaa osaamistani aiheen tiimoilta ja jaan omia kokemuksiani.

Työni on luonteeltaan päiväkirjamaista itsereflektiota oman artistiprojektini kehitystä kohtaan. Analysoin omaa prosessiani *Julien* artistiuden eri osa-alueilla. Tarkastelen työssäni kysymyksiä: ”Millainen on oma artistipolkuni?”, ”Mitä kaikkea liittyy oman musiikillisen äänen löytämiseen?”, ”Mitkä asiat vaikuttavat artistin brändiin?”, ja ”Mikä on tavoitteiden merkitys artistin uran kannalta?”. Käsittelen kysymyksiä artistin ja biisintekijän näkökulmasta.

Opinnäytetyötäni varten etsin tietoa valitsemistani aihealueista ja tarkastelin tietoa oman artistiuden kehityksen kannalta. Työni aihe mahdollisti minun tutkia omaa artistiprojektiani objektiivisesti ja reflektoida omaa musiikillista polkuani tähän pisteeseen.

2 Artisti - määritelmä

Artistilla tarkoitetaan lavoilla ja äänitteillä esiintyvää taiteilijaa. Nykypäivänä artisti ei kuitenkaan vain laula ja esiinny. Pitkää uraa tavoittelevilta artisteilta vaaditaan kykyä ja halua sopeutua musiikkialan muutoksiin. Musiikin lisäksi artistin työnkuvaan voi liittyä mainoskasvona toimiminen eri brändeille tai sisällöntuotanto sosiaaliseen mediaan.

2.1 Oma artistipolkuni

Oma artistiurani alkoi vuonna 2018, kun aloin kirjoittamaan biisejä. Olin juuri valmistunut ammattimuusikoksi Oulun Konservatoriosta ja etsin uusia tapoja ilmaista itseäni musiikillisesti. Silloin tein musiikkia vain luomisen ilosta, enkä osannut tarkastella biisejäni kriittisessä valossa. Päädyin julkaisemaan

ensimmäiset tekemäni biisit omakustanteena EP¹:n muodossa. Samoilla biiseillä pääsin opiskelemaan musiikintekemistä ja -tuottamista Metropolialle.

Uuden koulun myötä opin paljon uutta biisinkirjoituksesta ja pääsin haastamaan itseäni musiikillisesti. Ensimmäiset vuodet koulussa tuntuvat näin jälkeenpäin katsottuna oman äänen etsimiseltä artistina ja musiikintekijänä. Olen saanut kehittää artistiuttani rauhassa turvallisessa ja kannustavassa ympäristössä.

Koulun edetessä aloimme työstämään biisejäni yhdessä luokkakaverini Aapo Kauppisen kanssa. Minulla ei silloin ollut muuta kuin kasa biisejä, joille lähdimme yhdessä etsimään oikeaa suuntaa. Silloin minulle oli merkittävää nähdä, mitä joku muu kuuli biiseissäni, ja mitä uutta hän pystyi niihin tuomaan. Aapo toimi minulle musiikillisena peilinä, ja haastoi minua kertomalla rehellisen mielipiteensä jokaisesta työstetystä biisistä. Omien biisien työstäminen yhdessä oli minulle todella opettavainen kokemus. Keskityimme Aapon kanssa luomaan jotain uutta ja mielenkiintoista sen sijaan, että kopioisimme jo jotain aiemmin hyväksi todettua.

Syksyllä 2021 tuli viimein aika, kun koin olevani valmis julkaisemaan uutta musiikkia. Ajan saatossa olin oppinut paljon artistiudesta ja siitä, mitä kaikkea muuta siihen musiikin lisäksi liittyy. Minulla oli vihdoinkin myös artistinimi: Julie, ja tärkein; visio siitä, mitä haluan taiteellani muille viestiä.

Julie tekee englanninkielistä vaihtoehtopopmusiikkia, jossa repiviä tunteita käsitellään kylmänviileällä asenteella. Vastakohtien muodostamat kontrastit kuuluvat musiikissa, jossa *Julien* kirkas lauluääni yhdistyy massiiviseksi kasvaviin tuotannollisiin elementteihin. Henkisestä kasvusta ja ihmissuhteista laulava *Julie* on vahva tarinankertoja, jota inspiroi ihmisen rehellisyys ja haavoittuvuus.

¹ Lyhenne sanoista Extended Play. EP on albumia pienempi kokonaisuus, joka sisältää yleensä 2–6 kappaletta. EP:n julkaiseminen on hyvä tapa esitellä uuden artistin musiikkia, ennen isomman albumikokonaisuuden tekemistä (Marshall 2019).



Kuva 1. Julien promokuva, kuvaaja Veikka Sundberg

Voit kuunnella Julien musiikkia Spotifysta:

<https://open.spotify.com/artist/6QmCnHe51QWbVenupAmqSp?si=Cw7TugMaS0Ono3pCIWviLw>

3 Musiikki

Artistin musiikki on se, millä on lopulta eniten merkitystä. Tässä luvussa käsitellään artistin oman äänen löytämistä musiikillisesti, sekä biisinkirjoitusta ja

sen vaikutusta artistiuteen. Vertailen artistia, joka tekee itse biisinsä ja artistia, joka ei osallistu biisinkirjoitusprosessiin. Lopuksi reflektoin omaa musiikillista matkaani artistina.

3.1 Oman äänen löytäminen

”Tuntuu, että uusia artisteja syntyy Suomen musiikkikentälle enemmän kuin koskaan ja todella nopealla tahdilla” kommentoi YleX:n toimittaja Anne Lainto (YleX:n verkkojulkaisu 2022). Elämme maailmassa, jossa musiikin trendit vaihtuvat koko ajan nopeampaa ja kuulijat janoavat jatkuvasti uutta. Trendien aallonharjalla pysyminen voi tuntua uuvuttavalta, kun ymmärtää kuinka pitkä prosessi yhden biisin kirjoittaminen ja julkaisu on. Trendien seuraamisen sijaan artistin on hyvä keskittyä omistamaan aikansa oman äänen löytämiselle. Mitä haluat sanoa ja miksi?

Artistin omalla äänellä tarkoitan artistin uniikkia tapaa ilmaista itseään musiikillisesti. Oman äänen löytääkseen artistin tulee olla jokin väline, jonka kautta esittää musiikkia. Olipa väline laulu, puhe tai jokin soitin, artistille kehittyä ajan ja kokemuksen myötä oma tapa käyttää tätä välinettä. Yle Puheen Nosto-ohjelmassa vieraana ollut Juha Suihko kertoo, kuinka artistin arvot ja sisäinen maailma vaikuttavat artistin musiikkiin (Suihko 2018). Artistin tavassa ilmaista itseään kuuluu hänen eletty elämä ja tapa katsoa maailmaa. Toisin sanoen, itseensä tutustuminen on osa oman äänen etsimistä.

Oman äänen löytäminen voi olla artistille pitkä prosessi, joka ei välttämättä tapahdu tietoisesti. Jotkut artistit tietävät tarkalleen, mitä haluavat tehdä, kun taas toiset etsivät omaa musiikillista suuntaansa vuosia. On paljon eri vaihtoehtoja sille, mitkä sanat kirjoitetaan lyriikkaan seuraavaksi tai miten melodian kuuluisi kertosäkeessä soida. Artistin on hyvä miettiä omaa intentiota musiikin taustalla; mitä haluat musiikillasi viestiä kuulijalle? Miksi juuri tietyt biisin aiheet resonoivat sinussa? Millaisia tunteita musiikkisi herättää sinussa? Vaihtoehtojen määrä voi hämmentää, koska kysymyksiin ei ole olemassa yhtä oikeaa vastausta. Artistin oma intuitio, rehellisyys ja rohkeus epäonnistua vievät tämän oikeiden vastausten äärelle.

3.2 Biisinkirjoitus

Tärkeintä artistille on tehdä musiikkia, jonka sanoman hän itse allekirjoittaa. Biisinkirjoitus on keino, jolla artisti pystyy välittämään oma tarinan ja sanoman kuulijalle. Biisejä tehdäkseen, artistilla tulee kuitenkin olla jotain, mitä hän haluaa sanoa. Biisejä voi tehdä yksin tai yhdessä muiden musiikintekijöiden kanssa.

3.2.1 Artisti, joka ei kirjoita biisejä

Artistin ei tarvitse osata itse kirjoittaa biisejään. Maailmassa on taitavia biisinkirjoittajia, joihin artisti voi tukeutua musiikillisesti. Artistin tulee kuitenkin ensin itse tietää, mitä hän haluaa sanoa ja miltä hän haluaa kuulostaa, jotta biisinkirjoittajat pystyvät tekemään työnsä mahdollisimman hyvin. Mistä biisinkirjoittajia sitten löytää?

Sosiaalinen media toimii verkostoitumisalustana monelle musiikintekijälle. Eri alustoilla tekijät voivat esimerkiksi näyttää omaa osaamistaan musiikin parissa, tai kertoa, minkä projektien parissa ovat viime aikoina työskennelleet. Monet yhteistyöt sovitaan sosiaalisen median kautta. Kun löytää ihmisen, kenen kanssa haluaisi työskennellä, voi hänen kiinnostustaan yhteistyöhön tiedustella esimerkiksi yksityisviestin kautta. Luonnollisesti on hyvä lähestyä tekijöitä, kenen työstä itse pitää, ja jotka mahdollisesti voisivat pitää sinun projektistasi. Ennen yhteydenottoa eri tekijöihin, on hyvä muistaa, että mielekkään yhteistyön perusta on molemminpuolinen kunnioitus ja tasavertaisuus.

Artistin potentiaalinen yhteistyökumppani voi löytyä myös kustannusyhtiöstä. Kustannusyhtiöiden tehtävä on levittää, markkinoida ja hallinnoida biisejä kaikilla mahdollisilla tavoilla, sekä etsiä yhteistyökumppaneita, jotka alkavat käyttämään heidän hallinnoimiaan biisejä (Flinkkilä 2015). Kustantajan tarkoituksena on siis löytää tekijöiden tekemille biiseille oikeat esittäjät.

Kustannusyhtiöt pyrkivät luomaan yhteyden musiikintekijän ja artistin välille esimerkiksi järjestämällä biisileirejä. Jos kustannusyhtiölle kiinnitetty musiikintekijä on ollut tekemässä artistin julkaisuun päätyvää biisiä, kustannusyhtiö on oikeutettu tiettyyn prosenttiin julkaisun tekijänoikeustulosta.

Artisti, joka ei itse kirjoita biisejään on siis riippuvainen muista musiikintekijöistä. Vaikka oman äänen löytäminen artistina voi tällöin olla hitaampi prosessi, muiden kanssa musiikin tekeminen voi olla todella opettavainen prosessi. Biisintekijät auttavat artistia haastamaan tämän ideoita, ja heiltä saa välitöntä palautetta siitä, mikä artistin tekemisessä resonoi ja mikä ei. Muiden kanssa työskennellessään artisti tutustuu alan ihmisiin nopeammin, kuin artisti, joka tekee biisinsä yksin.

3.2.2 Artisti, joka kirjoittaa biisejä

Musiikin tekemiseen tarkoitettu laitteisto on nykyään helpommin saatavilla kenelle tahansa. Täysin julkaisuvalmiin debyyttilevyn voi tehdä omassa makuuhuoneessa Billie Eilishin ja Finneas O'Connelin jalanjälkiä seuraten (Harvey 2020). Kynnyksen madalluttua moni artisti on päätenyt kirjoittamaan biisejä yksin. Artistilla, joka kirjoittaa itse omat biisinsä on lähtökohtaisesti jotain sanottavaa, ja mahdollisesti näkemys siitä, miltä hän haluaa kuulostaa. Tämän vuoksi biisejä kirjoittavalla artistilla voi olla paremmat lähtökohdat oman musiikillisen äänen löytämiseen.

Yleensä ihmiset päätyvät biisinkirjoituksen pariin, koska haluavat ilmaista tunteitaan ja purkaa ajatuksiaan musiikin avulla. Tästä johtuen yksin tehdyt biisit ovat yleensä jo alun perin omakohtaisia ja rehellisiä. Mitä avoimempi biisi, sitä samaistuttavampi se kuulijalle on. Kun artisti kirjoittaa biisinsä yksin, hän ei kuitenkaan saa palautetta työstään yhtä nopeasti, kuin artisti, joka tekee yhteistyötä muiden biisinkirjoittajien kanssa. Yksin kirjoittaessa artistin ideoita ei haasteta, kun vasta varsinaisen luomisprosessin jälkeen. Artistin oma sisäinen kriitikko toki haastaa ja antaa biisiseistä palautetta, mutta objektiivista näkemystä ei luomisprosessin aikana saa samalla tavalla, kuin muiden kanssa

biisejä tehdessä. Yksin biisejä tekevän artistin onkin hyvä kysyä palautetta omista biiseistä siinä vaiheessa, kun hän kokee olevansa itse kykeneväinen tarkastelemaan biisejään objektiivisesti, tai kun hän kokee olevansa jumissa biisiensä kanssa.

3.3 Julien ääntä etsimässä

Kirjoitan ja sävellän *Julien* biisit yksin. Ensimmäisiä biisejä tehdessäni en ollut kovin kärsivällinen, vaan ajattelin, että hyvän biisin tulee syntyä yhdeltä istumalta. Näin jälkeempäin ajattelen, että minulla oli silloin vain todella kova kiire päästä näyttämään muille, mitä olin saanut aikaiseksi. Ajattelen, että tämä on todella luonnollista ihmiselle, joka on juuri oppinut uuden taidon ja on siitä kovin innoissaan. Tekemäni biisit alkoivat kehittyä *Julien* biiseiksi vasta silloin, kun ymmärsin kärsivällisyyden merkityksen luovan prosessin kannalta.

Oman äänen löytäminen artistina merkitsi minulle sitä, että uskalsin katsoa omia pelkojani silmiin ja kirjoittaa niistä biisejä. Ymmärsin, kuinka ihailtavan rohkeaa on olla oma itsensä ja uskaltaa sanoa ääneen, miltä oikeasti tuntuu. Annoin itseni rauhassa etsiä omaa paikkaani musiikillisesti, ja murskasin ennakkoluulojani siitä, miltä ”hyvä” musiikki mielestäni kuulostaa. Löysin turvallisen ympäristön, missä sain epäonnistua ja kompuroida rauhassa. Oman äänen etsiminen oli minulle suurilta osin uskallusta kokeilla uutta, ja luottamusta siihen, että lopulta löydän oikean suunnan. Ennen kaikkea, oman äänen etsiminen oli minulle arvostusta ja kunnioitusta omaa taidettani kohtaan: hiljaa hyvä tulee.

Rakkauteni biisinkirjoitukseen on syntynyt puhtaasti omasta tarpeestani ilmaista itseäni ja siitä, että kyllästyin tulkitsemaan muiden tekemiä biisejä. Pikkuhiljaa siitä kehittyi itselleni ammatti ja työkalu auttaa myös muita artisteja ilmaisemaan tunteitaan. Tein pitkään biisejä vain yksin, kunnes pääsin koulussa kokeilemaan biisinkirjoitusta muiden kanssa. Co-writing, eli kirjoittaminen ryhmässä on työtapaa, jolla on pitkä historia musiikkimaailmassa, mutta jonka varsinkin

suosio etenkin Suomen musiikkibisneksessä on kasvanut räjähdysmäisesti vasta viime vuosien aikana (Heino 2018). Rakastan co-writessa sitä, että inspiroidun joka kerta uudelleen, kun näen, miten muut biisintekijät työskentelevät musiikin parissa. Biisinkirjoittajana tehtäväni on toimia väylänä luovuudelle ja palvella parhaani mukaan biisiä ja sen syntyprosessia.

4 Artistin brändi

Artistin brändi muodostuu artistista itsestään, tämän tekemästä musiikista, sekä mielikuvasta, joka näistä välittyy (Ahonen 2020). Brändi on eräänlainen artistin identiteetin yhteenveto, jota pyritään vahvistamaan hänen yksilöllisiä ominaisuuksiansa korostamalla. Tässä luvussa tarkastelen artistin brändiin vaikuttavia asioita ja kerron, miten suunnittelin oman artistibrändini lanseerauksen *Julien* debyyttijulkaisun yhteydessä.

4.1 Brändiin vaikuttavat asiat

Jos artisti ei itse tietoisesti brändää itseään, kuulijoiden mielikuvien ohjaaminen tiettyyn suuntaan tapahtuu jonkun muun toimesta. Anni Mattilan (2014) artikkelissa *Brändi on artistin arvokkain pääoma* Mattila kirjoittaa, että artisti ja brändi ovat erottamattomia.

- - brändi sisältää kaiken, mitä artisti tekee: musiikin, haastattelut, kuvat, sosiaalisen median, tiedotteet ja myös sen, miten juttelee tuntemattomalle, joka pysäyttää kadulla. Näistä teoista muodostuu hiljalleen myös artistin maine: toisin sanoen se, mitä ihmiset puhuvat, kun artisti ei ole itse paikalla.” Mattila toteaa (2014).

Henkilöbrändin tarkoituksena on kirkastaa omaa sielunmaisemaa muille ymmärrettävään ja mielenkiintoiseen muotoon (Tolppanen 2019).

Brändiä kirkastaessa on hyvä määritellä artistin arvot ja rajata, mitä artistissa halutaan korostaa ja olla korostamatta. Jokainen teko ja tekemättä jättäminen vaikuttaa artistin brändiin ja siihen mielikuvaan, mitä kuulijoille artistista jää. Artisti ei ole uskottava kuulijan silmissä, jos artistin musiikki ei ole samassa linjassa artistin sanoman ja arvojen kanssa. Usein helpointa on olla oma itsensä, eikä keksiä roolia, jonka taakse piiloutua, mutta on kuitenkin olemassa monia artisteja, jotka ovat tehneet päätöksen piiloutua osin tai täysin roolihahmon taakse. Artistit kuten Sia, Lordi ja Marshmello ovat valinneet esiintyä yleisölle naamion takaa. Helsingin Sanomien artikkelissa Sia kertoo, kuinka peruukit mahdollistavat artistin yksityisyyden säilymisen, kun ihmiset eivät tiedä, miltä näytät. Samalla itsensä piilottaminen kääntää median huomion artistin ulkonäön sijasta hänen musiikkiinsa (Sarhimaa 2016).

Artistin brändin muodostuessa hänelle määräytyy kohdeyleisö. Kohdeyleisö on yksilöiden muodostama ryhmä, jonka artisti haluaa tavoittaa. Tavoittaakseen oman kohdeyleisön, artistin tulee segmentoida hänen yleisönsä. Segmentointi tarkoittaa oman yleisön jakamista ryhmiin, jonka kautta artisti voi tunnistaa hänelle potentiaalisimman yleisön ja heidän mieltymyksensä (Taloustutkimus 2020). Jos artisti pyrkii miellyttämään kaikkia, hän voi päätyä tilanteeseen, jossa kukaan ei ole hänestä tarpeeksi kiinnostunut. Artistin kohdeyleisö määrittää mahdollisimman tarkkaan iästä ja paikkakunnasta lähtien, jotta artistin musiikki kantautuisi oikeille korville. Kun artistin kohdeyleisö on määritelty, artistia ja hänen musiikkiaan voi markkinoida suoraan kohdeyleisölle, eikä resursseja kulu niiden ryhmien tavoitteluun, jotka eivät välttämättä kiinnostuisi artistista.

4.2 Artistin tarina

Kun mietitään artistin brändiä, keskiössä on hänen tarinansa. Mitkä ovat ne asiat, mitä halutaan, että kuulijalle jää artistista mieleen? Artisti ei ole vain musiikkinsa, vaan jostain tähän pisteeseen tullut ja jonkun asian vuoksi musiikin äärelle päätenyt. Artisti on tarinankertoja, joka antaa biisille kasvot.

Artistista tulee kuulijalle mielenkiintoinen, kun hänellä on tarina. Artistin tarina kertoo kuulijalle, miksi hänen tulisi kuunnella hänen biisejään, ja toimii informaation välineenä artistista. Rytmi-instituutin artikkelissa *Tarina ja Imago* Fullsteamin omistaja Juha Kyyrö kommentoi:

”Nykyisin tarjontaa on niin paljon, että kynnys tutustua uuteen musiikkiin on korkea. Jos kertoo vain, että bändi on hyvä, se ei riitä siihen, että joku innostuu tsekkaamaan sen tai varsinkaan kertomaan siitä eteenpäin. Siksi mekin mietimme yhä enemmän, miten me kerromme uusista artisteista ja julkaisuista” (Flinkkilä 2014).

Hyvällä tarinalla artisti erottuu saman genren muista artisteista ja onnistuu jäämään kuulijan mieleen.

Kuulija arvostaa nykypäivän artisteissa aitoutta. YleX:n artikkelissa *Ellinoora ja aitouden vaatimus: miksi suhtaudumme artistien aitouteen niin pakkomielteisesti?* (Gullichsen 2019) toimittaja Anni Gullichsen kertoo aitouden olevan jotakin, mihin pyritään ja jotakin, mikä erottaa rahan- ja maineenhimoiset teeskentelijät todellisista taiteilijoista. Aitouden määrittäminen on kuitenkin hankalaa. Toiselle artistin aitous voi tarkoittaa sitä, että artisti kirjoittaa itse biisinsä, toiselle sitä, että artisti uskaltaa näyttää kipeät hetkensä sosiaalisessa mediassa. Samaisessa artikkelissa artisti Ellinoora kommentoi ”Kysymyshän artistiudessa ei ole, että kuka laulaa parhaiten tai korkeimmalle tai kuka on paras, vaan että kuka on eniten hän itse.” Artistin tarinan ja uran jatkumon kannalta artistin on oleellista olla rehellinen kuulijalle omista kokemuksistaan.

Rytmi-instituutin artikkelissa *Artistin tarina* todetaan, ettei uskottavaa tarinaa voi luoda tyhjästä vaan se syntyy eletystä elämästä.

”Tarina myös tarjoaa faneille samastumispintaa. Sen kautta he voivat kuvitella, kertovatko artistin kappaleet hänen omasta elämästään, mistä laulujen tunteet kumpuavat ja mitä musiikin takana piilee. Sitä kautta vahva tarina lujittaa artistin ja fanin vuorovaikutussuhdetta.” Flinkkilä kirjoittaa (päiväämätön verkkojulkaisu).

Kuulijalla on suurempi kynnys tutustua uuteen artistiin, kuin kuunnella jotain jo valmiiksi tuntemaansa artistia. Kun on kyse uuden artistin esittelemisestä kuulijoille, artistin on hyvä miettiä, mitä hän haluaa kuulijan hänestä muistavan. Uran alussa artistin on tärkeä tehdä omat rajat sille, mitä hän kertoo itsestään ja mitä ei. Toisin sanoen artistin tarinaan sisällytetään ne asiat, mitä artistista halutaan muistettavan. Tarinan tarkoituksena on tehdä artistista ja hänen musiikistaan helpommin lähestyttävää kuulijalle.

4.3 Julien brändi

Omaa artistibrändiäni kirkastaessa mietin, mitä halusin itsestäni tuoda esille. *Julie* ei ole minulle rooli vaan yksi osa minusta, jota olen päättänyt korostaa. Brändiäni kirkastaessa pohdin paljon sitä, miksi kirjoitan biisejä ja miksi niitä haluan julkaista. Miksi ylipäättään haluan olla artisti? Päädyin aina lopulta samaan vastaukseen: en tiedä miten muuten ilmaisisin haastavia tunteitani tai selvittäisin pääni solmut. Hyvän biisin kirjoitettuani koen olevani voittamaton. Kuka nyt ei haluaisi tehdä asioita, missä kokee olevansa hyvä? Kerran minulle myös sanottiin, että minusta näkee, että minun on vaan pakko kirjoittaa biisejä. Mielestäni se kuvaa hienosti *Julien* tarinaa, ja sitä, missä olen artistina ja musiikintekijänä nyt.

Hienointa oman musiikin julkaisemisessa on se, että voin kokea yhteenkuuluvuuden tunnetta muiden ihmisten kanssa. Tiedän, etten ole koskaan yksin ajatusteni tai kokemuksieni kanssa. Artistibrändiäni miettiessä ymmärsin, että minulle oli tärkeää olla artistina avoin, ja uskaltaa laulaa myös niistä hankalista asioista. Tästä lähti lohdullinen ajatus siitä, että saan jokaisesta rumasta kokemuksesta tehtyä jotain kaunista.

Omassa tarinassani haluan korostaa, että olen musiikin ammattilainen. Haluan omalla esimerkilläni vaikuttaa alan tulevaisuuteen ja siihen, että myös naiset ja muunsukupuoliset näkevät musiikintekijän ja artistin ammatit heille mahdolliseksi. YleX:n artikkelissa *Neljä naista istui alas puhumaan musiikkiteollisuuden epätasa-arvosta ja siitä, miksi keikoilla on raskasta olla*

”hyvä jätkä” (Gullichen 2019) musiikintekijä Minna Koivisto kommentoi, että esikuvien puute on syy alan räikeästi miesvoittoiseen sukupuolijakaumaan. ”Työkulttuuri on muotoutunut miehille sopivaksi, jolloin siihen voi olla ulkopuolelta hyvin vaikeaa pyrkiä sisälle” Koivisto kertoo. Esikuvien ja esimerkkien puutteella on suuri vaikutus sille, mitä ihmiset kokevat pystyvänsä tekemään ja saavuttamaan.

Artistina en voi täysin vaikuttaa siihen, millainen mielikuva kuulijalle jää *Juliesta* mieleen. Kuulijan mielikuvaan vaikuttaa hänen omat mieltymyksensä ja kokemukset; asiat, mitkä ovat omasta mielestäni tärkeitä voivat olla toiselle täysin merkityksettömiä. Omilla teoilla ja valinnoilla pyrin kuitenkin saavuttamaan omaa kohdeyleisöäni mahdollisimman tehokkaasti. Haluan, että kuulijalle jää *Juliesta* positiivinen ja luotettava mielikuva. *Julie* on vahva biisinkirjoittaja ja osallistuu biisinteko- ja tuotantoprosessiin alusta lähtien. Musiikin lisäksi *Julie* toteuttaa luovuuttaan visuaalisten konseptien parissa.

5 Artistin visuaalisen maailman rakentaminen

Selkeä visuaalinen ilme auttaa artistia erottumaan muiden artistien joukosta. Tässä luvussa kerron, artistin visuaalisen ilmeen merkityksestä ja käsittelen sosiaalisen median vaikutusta artistin uraan. Lopuksi näytän, miten rakensin *Julien* visuaalisen maailman debyyttijulkaisua varten, ja esitän omia ajatuksiani sosiaalisesta mediasta.

5.1 Artistin visuaalinen ilme

Kun musiikin rinnalle luo visuaalisen maailman, ohjaa se kuulijaa tehokkaammin artistin tarinan äärelle. Visuaalisuudella välitetään informaatiota, erotutaan sekä vahvistetaan identiteettiä ja viestejä (Murtomäki 2017). Visuaalinen ilme tukee artistin musiikkia ja avaa kuulijalle oven hänen sisäiseen maailmaansa. Valokuvien ja videoiden lisäksi visuaalisuus koostuu artistin ulkonäöstä ja pukeutumistyylistä.

Ihminen on visuaalisesti havaittavissa oleva kohde, joka luo aina jonkinlaisen mielikuvan katsojan silmissä (Ahonen 2021). Artistin on hyvä tiedostaa, että hän voi valinnoillaan vaikuttaa kuulijalle syntyvään mielikuvaan itsestään.

Inspiraatiota visuaaliseen maailmaan voi etsiä esimerkiksi verkkosivustoilta, sosiaalisesta mediasta, tv-sarjoista ja muista ihmisistä. Artistin visuaalista ilmettä voi hahmottaa miellekartan (kuva 3) avulla, joihin lisätään artistia inspiroivia kuvia ja sanoja. Miellekartta on visuaalinen esitysmuoto, joka auttaa ideoiden ja asioiden jäsentämistä (Peda.net, päiväämätön verkkojulkaisu).

Artistin visuaalista maailmaa hahmottaessa on muistettava, mitä sanomaa artisti haluaa yleisölle viestiä. Millainen kuva kuulijalle syntyy päähän, kun hän kuuntelee artistin musiikkia?

Johdonmukainen visuaalinen ilme luo mielikuvan laadun tasaisuudesta (Kanava.to, verkkojulkaisu). Kuulija voi alkaa epäillä artistin sanomaa, jos tämän visuaalisen ilmeen laatu ja sisältö vaihtelee paljon. Ajan saatossa visuaalisen ilmeen tulisi päivittyä artistin mukana, jotta se pysyy samassa linjassa artistin musiikin kanssa (Ahonen 2021). Visuaaliseen ilmeeseen tehtävät muutokset kannattaa tehdä harkitusti, jotta kuulijan mielikuva artistista ei muutu negatiivisesti.

5.2 Sosiaalinen media

Sosiaalinen media toimii tärkeänä alustana artistin ja kuulijan väliselle viestinnälle. Sosiaalinen media mahdollistaa jokaiselle käyttäjälle oman uutisalustan, jossa itseään voi ilmaista haluamallaan tavalla. Artistina sosiaalinen media mahdollistaa artistin tarinan ja brändin esittelemisen kuulijalle hänen omilla ehdoillaan.

YleX:n artikkelissa *Artisteista tuli sisällöntuottajia ja työtä tehdään usein ilmaiseksi – “On alituinen pohdinta siitä, onko tämä hetki, joka pitäisi somettaa”* (Porvari 2022) pohditaan, voiko artisti olla enää ilman sosiaalista mediaa. Porvari kertoo, että kotimaisista levy-yhtiöistä löytyi vain kolme artistia, jotka eivät käytä sosiaalista mediaa. Väitöskirjatutkija Hanna Reinikainen mainitsee

artikkelissa, kuinka kuulijalla syntyy henkinen kytkös artistiin tämän musiikin kautta, joten on luontevaa, että kuulija haluaa tietää artistista musiikin lisäksi muitakin.

Sosiaalisessa mediassa sisällöntuottajan ja kuluttajan välille syntyy parasosiaalinen suhde. Reinikainen määrittelee parasosiaalisen suhteen olevan illuusio ystävyuden kaltaisesta suhteesta seuraajan ja seurattavan välillä (Porvari 2022). Ajan kuluessa seuraaja alkaa kokea, että hän tuntee artistin ja hänen käyttäytymistapansa. Kun artisti voi puhutella suoraan omia seuraajiaan, ei hän ole enää samalla tavalla riippuvainen perinteisestä mediasta. Vapauden myötä tulee toki vastuu siitä, mitä päättää sanoa ja mitä jättää sanomatta.

Opinnäytetyössään *Itsenäisen artistin musiikin jakelu ja markkinointi internetissä* (Naakka 2021) Joel Naakka siteeraa kirjailija- muusikon Bob Bakerin strategiaa, jossa yhtenä kohtana painotetaan, että artistin aktiivinen panostus vuorovaikutukseen omien seuraajien kanssa madaltaa seuraajien kynnystä tukea artistia ja hänen taidettaan. Sosiaalisen median tarkoituksena on luoda henkilökohtainen side artistin ja hänen seuraajiensa välille.

Artistin ja kuulijan välisen viestinnän lisäksi sosiaalinen media mahdollistaa artistille erilaisen tavan tulonmuodostukseen. Artisti voi saada musiikin ja keikkojen lisäksi palkkaa erilaisista brändiyhteistöistä tai artistin perustaman ulkomusiikillisen yrityksen tuotoista. Artistibrändin ympärille yrityksiä ovat perustaneet mm. Ariana Grande (r.e.m. beauty), Antti Tuisku (Antti Tapani) ja Justin Bieber (drew house). Erilaisia brändiyhteistöitä ovat tehneet mm. Anna Puu (Huawei Mobile Suomi), Doja Cat (JBL) ja Pyhimys (Hesburger). Tuotteiden puolesta puhuminen rahaa vastaan on tuonut nykypäivän artistin työn lähemmäs sisällöntuottajan ja vaikuttajan työtä.

Sosiaalinen media vaikuttaa myös musiikintekemiseen. Teoston artikkelissa *Millaisia ovat musiikkialan trendit Suomessa 2021?* (Brink 2021) Live Nationin toimitusjohtaja Tomi Saarinen kertoo, miten sosiaalisen median alusta Tiktok vaikuttaa musiikin muotoon ja sisältöön:

”-- nyt haetaan nopeasti mieleen jäävää, tanssittavaa, lyhytkestoista formaattia. Kappaleet lyhenevät myös algoritmien seurauksena, jotka palkitsevat musiikintekijää sen mukaan, kuinka pitkälle heidän biisejään on kuunneltu.” Saarinen toteaa.

Levy-yhtiöt testaavat artistien biisejä Tiktokissa, ja määrittelevät sen suosion mukaan artistin seuraavaksi julkaistavan biisin. Levy-yhtiöt palkkaavat Tiktok-vaikuttajia käyttämään artistin biisiä videoissaan, jotta alustan algoritmi alkaisi suosimaan biisiä. Vaikuttajien lisäksi tavallisilla käyttäjillä on valtaa vaikuttaa siihen, mikä biisi saa suosiota sovelluksessa seuraavaksi. Jos biisi menestyy Tiktokissa, se todennäköisesti saa hyvin suosiota myös muualla (Hirvonen 2022).

5.3 Julien visuaalinen maailma

Oman artistibrändini visuaalisten elementtien rakentaminen lähti oman tarinan ja sanoman terävöittämisestä. Mitä haluan musiikillani kuulijalle viestiä? Oma tyylini on aika minimaalinen; pukeudun mustaan ja pidän maskuliinisista vaatteista. Naisena haluan, että kehoni sijaan kuulija kiinnittää huomionsi siihen, mitä sanon.

Julien visuaalisen ilmeen selkeyttämiseksi tein miellekartan minusta artistina. Etsin kuvia, joista pidin ja listasin ylös sanoja, mitkä kuvaavat biisejäni. *Julien* musiikki on täynnä kontrasteja; herkkyyttä ja voimaa, pimeyttä ja valoa, rumaa ja kaunista. Halusin tuoda nämä asiat mukaan *Julien* visuaaliseen ilmeeseen, ja korostaa omaa ammattitaitoani muusikkona ja biisinkirjoittajana. Miellekarttaa tehdessäni huomasin, kuinka paljon sanavalinnat vaikuttavat siihen, millainen mielikuva artistista syntyy.



Kuva 2. Ote Julien miellekartasta, kuvat Pinterest



Kuva 3. Ote Julien miellekartasta, kuvat Pinterest

Julien visuaalisen ilmeen korostamiseksi teetin artistiprojektilleni logon. Paju Kaitajärven suunnittelema logo kuvaa mielestäni täydellisesti *Julien* mielenmaisemaa. Logo on samassa linjassa musiikkini kanssa ja kiteyttää

visuaalisen ilmeeni artistina. Logo antaa ammattimaisen ja mielenkiintoisen kuvan *Juliestä*.



Kuva 4. Julie-logo, suunnitellut Paju Kaitajärvi

Julkaisin debyyttisinkkuni *Stuck* marraskuussa 2021. Ennen sitä päädyin poistamaan aiemmat julkaisemani biisit digitaalisista suoratoistopalveluista, koska halusin aloittaa artistiurani puhtaalta pöydältä. *Stuck*-biisin visuaalista ilmettä ideoidessani mietin, millaisella tarinalla ja tyylillä haluan aloittaa urani. *Stuck* on biisi rikkinäisestä minäkuvasta ja siitä hetkestä, kun on henkisesti jumissa itsensä kanssa.

Biisin kansikuvaa suunnitellessani sain idean rikkinäisestä peilistä. Mieleeni piirtyi kuva, jossa seisoin pimeässä huoneessa kohdevalaisimen valaisemana. Kädessäni puristin pesäpallomailaa ja katseeni kohdistui lattialla lepäävään peiliin. Olin vahvasti sitä mieltä, että siltä biisin kansikuvan tulisi näyttää. Päädyin toteuttamaan kuvaukset yhdessä veljeni Veikka Sundbergin kanssa. Näin jälkeinpäin en voisi olla tyytyväisempi lopputulokseen. Pesäpallomaila jäi toteutuksesta pois, koska mielestäni kuva toimi paremmin ilman sitä. Kansikuvan editointivaiheessa lisäsimme kuvan päälle Pajun suunnitteleman

upean logon. Kuvauksia varten hoidin itse itseni stailauksen ja meikkauksen. Kuvauksissa kuvausassistenttina toimi Riku Kovalainen.



Kuva 5. *Stuck*-kansi, kuva Veikka Sundberg

Otimme kansikuvausten yhteydessä *Julielle* myös promokuvat. Promokuvat ovat valmiiksi käsiteltyjä valokuvia artistista, joita esimerkiksi lehdistö voi käyttää kyseiseen artistiin liittyvissä artikkeleissa kuvamateriaalina (Ahonen 2021). Aiemmin kuvauksissa rikottu peili lepäsi lattialla ja Veikka otti kuvat peilin heijastuksesta. Rikottu lasi loi kuviin todella hienon efektin, ja jatkoi kansikuvan aloittamaa tarinaa.



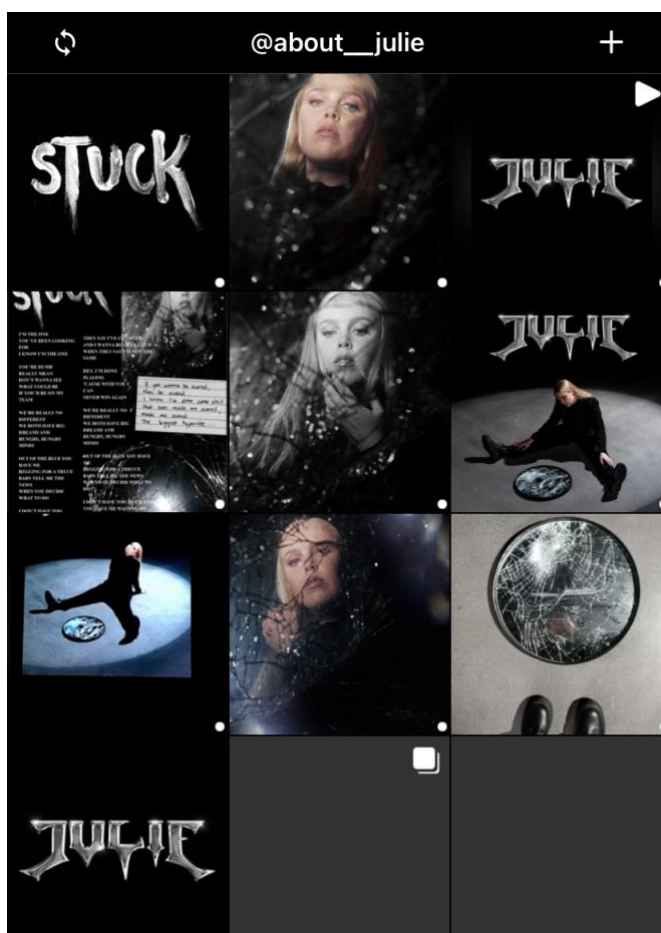
Kuva 6. Julie promokuva, kuva Veikka Sundberg

5.4 Julien sosiaalinen media

Debyyttisinkun julkaisun yhteydessä halusin oppia lisää markkinoinnista ja brändäyksestä sosiaalisessa mediassa. Tein julkaisuni ympärille julkaisuaikataulun ja sisältösuunnitelman, sekä asetin tavoitteeni markkinoinnin suhteen. Uutena artistina päätavoitteeni oli lanseerata projektini niin, että

haluamani asiat jäisivät kuulijan mieleen ja että artistibrändini herättäisi mielenkiinnon eri medioissa. Kirjoitin ylös, mitkä olivat ne kolme asiaa, mitä halusin kuulijan minusta muistavan julkaisun jälkeen; biisintekijyys, ammattimaisuus ja herkkyyks.

Sosiaalisessa mediassa arvostetaan aitoutta, ja ihmiset seuraavat artisteja päästäkseen tämän elämää edes vähän lähemmäs. Tämän vuoksi halusin haastaa itseäni kertomaan enemmän itsestäni, mutta samalla koin tärkeäksi määrittää rajat sille, mitä en halua itsestäni tuoda julkisuuteen. Sosiaaliseen mediaan on helppo lisätä materiaalia, mutta sitä on lähes mahdotonta saada sieltä pois. Rajojen määrittämisen jälkeen minulle on ollut helpompi ymmärtää, mitä haluan omilla alustoillani itsestäni kertoa ja korostaa.



Kuva 7. Kuvakaappaus Julien suunnitellusta Instagram-sivusta

6 Artistin tavoitteet ja suunta

Tässä luvussa käsittelen tavoitteiden merkitystä artistin uran kannalta ja kerron, miten itse suhtaudun tavoitteiden asettamiseen ja suunnitteluun artistina.

Tavoitteet ovat osa artistin visiota, ja ne määrittävät suunnan artistin uralle.

6.1 Tavoitteiden määrittäminen

Jotta oman musiikillisen uran toteuttaminen helpottuisi, artistin tulee määrittää uralleen tavoitteet eli suunta, mitä kohti mennä. Kun artisti tietää mitä haluaa, hänen on helpompi saada ympärilleen ihmisiä, jotka uskovat hänen visioonsa ja haluavat tehdä yhdessä töitä sen toteuttamiseksi. Tavoitteet motivoivat artistia kehittymään, ja saavat artistin suhtautumaan omaan uraan ammatillisemmin.

Artistin uraa suunnitellessa on hyvä asettaa sekä lyhyen, että pitkän aikavälin tavoitteita, sekä konkreettisia askelia sille, miten tavoitteisiin päästään. Monesti artistin menestyksen esteenä on suunnitelmallisuuden puute. Selkeät suunnitelmat ja tavoitteet edesauttavat menestymistä ja halutun lopputuloksen saavuttamista (Hynynen 2019).

Välillä liian suuret tavoitteet saattavat johtaa artistin kuormittavaan kierteeseen, jossa hän vaatii itseltään koko ajan liikaa, eikä osaa iloita matkasta (Arponen 2022). Lyhyenkin aikavälin tavoite voi vaatia paljon aikaa ja toimia, jonka ymmärrettyään artisti voi lannistua. Lannistumista seuraa tilanne, jossa artisti ei välttämättä saa tehdyksi niitä asioita, mitkä ovat hänelle uran kannalta tärkeitä. Nämä asiat tiedostaen artistin kannattaa asettaa itselleen tavoitteita omat voimavarat mielessä pitäen. Mikä tavoite inspiroi, mutta ei lannista koolla?

Tavoitteiden määrittäminen on erityisen tärkeää silloin, jos artisti haluaa saada levy-yhtiön kiinnostumaan hänen projektistaan, eli solmia levytyssopimuksen. Rahallista voittoa tavoittelevat levy-yhtiöt ovat yrityksiä, jotka panostavat

artisteihin, joiden he uskovat menestyvän taloudellisesti. Artistin kiinnittäminen on levy-yhtiölle sijoittamista. Artikkelissaan *Kuinka lähestyä levy-yhtiöitä – vinkit artisteille ja brändeille* (Musiikin urapolku 2019) Jaakko Innanen haastattelee The Fried Musicin entistä toimitusjohtajaa Niko Tähtistä.

.” On hyvä tiedostaa, että levy-yhtiöt sijoittavat rahaa valitsemiinsa artisteihin ja bändeihin - usein jopa satoja tuhansia euroja. Tästä syystä artistin tai bändin on kyettävä vakuuttamaan levy-yhtiön päättäjät siitä, että he ovat investoinnin arvoisia.” Tähtinen (2019) kertoo.

Samaisessa artikkelissa Tähtinen mainitsee, että on päivänselvää, ettei Suomen musiikkimarkkinan johtava levy-yhtiö kiinnostu artistista, jollei hänellä ole kovat tavoitteet. Artistin on helpompi löytää oikeat yhteistyökumppanit mukaan projektiinsa, kun hän tietää, mitä haluaa urallaan saavuttaa.

6.2 Omia ajatuksia tavoitteiden määrittämisestä

Tavoitteiden määrittäminen herättää minussa ristiriitaisia tunteita. Artistina suurin tavoitteeni on aina ollut se, että saan ilmaista itseäni musiikillisesti ja että pystyisin taiteellani koskettamaan muita ihmisiä. Ajan myötä yhdeksi tavoitteekseni on muodostunut myös se, että voisin joskus elättää itseni musiikilla. Olisi mahtavaa jokin päivä esiintyä festivaalin päälavalla, mutta merkittävämpää minulle olisi kuulla, miten yleisö laulaa kirjoittamieni biisien mukana.

Mitä sitten tapahtuu, jos en koskaan saavuta tavoitteitani? Tavoitteiden määrittäminen vaatii toivoa tulevasta ja rohkeutta, joita taloudellisesti epävarmalla alalla on välillä hankala ylläpitää. Usko omaan tekemiseen ja taiteeseen on lopulta se syy, miksi työskentelen omien tavoitteiden eteen. Minulle on ollut todella tärkeää löytää ympärilläni ihmisiä, joiden kanssa jaan samalaiset arvot, ja jotka käyvät läpi samoja ajatuksia artistiudesta.

Omakustanneartistina unelmointiin ja tavoitteiden asettamiseen vaikuttaa väistämättä oma budjetti, koska levy-yhtiön sijaan toimin itse oman projektini

taloudellisena tuottajana. Teoston määritelmän mukaan taloudellinen tuottaja vastaa äänitteen tekemisestä ja laadusta, sekä maksaa tekemisestä aiheutuvat kustannukset (Rytmimanuaali 2021). Minun on siis mietittävä tarkkaan, mihin haluan jokaisen julkaisun kohdalla panostaa rahallisesti, ja mistä pystyn taloudellisesti joustamaan.

Omalla kohdallani tavoitteet eivät siis ole meriittejä, joita lisätä niiden saavuttamisen jälkeen ansioluetteloon, vaan käytännön askelia kohti suurempaa merkitystä. Tiedän kuitenkin, että vaikka en koskaan esiintyisi festarin päälavalla, tavoitteeni täytyisivät ainakin osaksi. Se tuo minulle lohtua ja arvostusta omaa taidettani kohtaan.

7 Pohdinta

Opinnäytetyöni tavoitteena oli käsitellä artistiuteen liittyviä keskeisiä aiheita ja reflektoida omaa artistiuttani kyseisiin aiheisiin. Työssäni pohdin musiikin, brändin ja tavoitteiden merkitystä artistille. Musiikkialan ammattilaisena olen huomannut, että ilman yhtäkin edellä mainittua aihetta, on hankala tehdä uraa artistina. Tavoitteenani oli myös tarkastella omaa *Julie*-artistiprojektiani aiheiden tiimoilta ja löytää sen kehityskohtia. Työlläni haluan näyttää, mitä kaikkea liittyy artistiksi kasvamiseen ja lisätä informaatiota artistiudesta.

Oman artistiprojektini analysoiminen opinnäytetyössäni tuntui luontevalta tavalta ilmentää käsittelemiäni aiheita käytännössä. Työtä kirjoittaessani opin paljon uutta valitsemistani aiheista, ja minulle kirkastui, mistä kaikesta artistiuteni koostuu. Halusin opinnäytetyöni kautta näyttää, mitä kaikkea kävin läpi, ennen kuin olin valmis julkaisemaan debyyttisinkkuni.

Omaa toimintaa tarkastellessani olen joutunut pohtimaan, miten tarkkaan kerron ajatuksistani oman artistiprojektini äärellä. Opinnäytetyöni subjektiivinen luonne paljastaa minusta asioita yksityishenkilönä, ja olen työtäni varten tehnyt rajat sille, kuinka laajasti kerron omista kokemuksistani työn julkaisuuden vuoksi. Mielestäni onnistuin kertomaan työssäni kaikista oleellisimmat asiat *Julien*

matkasta, ja toivon että henkilö, kuka ei ole koskaan *Juliesta* kuullut on helppo paneutua lukemaan tarinaani.

Omakustanneartistina olen itse vastuussa *Julien* musiikista, brändistä ja uran suunnittelusta. Opinnäytetyön tekeminen selvensi minulle, kuinka suuri vastuu ja urakka on tehdä tämä kaikki itsenäisesti. Rakastan suunnitella ja toteuttaa visiotani artistina yksin, mutta tulevaisuudessa haluan tuoda projektiini mukaan yhteistyökumppaneita. Olisi mielenkiintoista nähdä, mihin suuntaan taiteeni kehittyisi, jos voisin artistina rauhassa keskittyä vain musiikin tekemiseen ja visuaalisten konseptien suunnitteluun.

Työni perustuu paljolti omalle pohdinnalle ja tietämykselle musiikkialasta ja artistiudesta. Luin työtäni varten paljon muiden tekemiä opinnäytetöitä ja etsin netistä erilaisia artikkeleita työni lähteiksi. Näin jälkeempäin koen, että työtäni olisi mahdollisesti parantanut se, että olisin haastatellut alalla toimivia artisteja, ja siteerannut heidän kokemuksiansa valitsemistani aiheista. Työn tekeminen tuntui välillä yksinäiseltä, koska tarkastelin työssä vain omaa artistiprojektiani.

Koen, että sain opinnäytetyöhöni hyvin tiivistettyä artistiuden kulmakivet. Työtä tehdessäni huomasin, että jokaisesta valitsemastani aiheesta olisi varmasti saanut kirjoitettua myös oman erillisen opinnäytetyön. Tämän vuoksi koen työni olevan ”pintaraapaisu” siihen, mitä kaikkea artistiuteen kuuluu. Mielestäni oli kuitenkin tärkeää kirjoittaa jokaisesta aiheesta, koska ne antoivat minulle hyviä työkaluja reflektoida omaa matkaani artistina. Työni on kompakti kokonaisuus artistiudesta esimerkin kera.

Uskon, että opinnäytetyöni voi auttaa alalle hakeutuvaa tai alalla toimivaa artistia. Artistin ammatti on siitä erikoinen, ettei siihen tarvitse kouluttautua, joten on selvää, ettei opinnäytetyössäni pohtimiini asioihin ole oikeaa tai väärää vastausta. Toivon, että opinnäytetyöni tarjoaa uutta tietoa artisteille, joiden tehtävä on yleensä opetella kaikki itse. Pohtivan sävyn ansiosta työ voi mahdollisesti avata uusia näkökulmia jokaiselle alalla työskentelevälle.

Lähteet

Arponen, E. 2022. Vastuullinen valmennus -Instagram-verkkosivu. Liian suuret tavoitteet voivat lamaannuttaa. Luettu 13.4.2022.

https://www.instagram.com/p/CcSc7jzNrvv/?utm_source=ig_web_copy_link

Ahonen, J. 2020. Miten brändään itseni tai yhtyeeni? Rytmimanuaalin artikkeli. Luettu 10.3.2022. <https://rytmimanuaali.fi/miten-brandaan-itseni-tai-yhtyeeni/>

Ahonen, J. 2021. Rytmimanuaalin artikkeli. Artistin visuaalinen ilme. Luettu 4.4.2022. <https://rytmimanuaali.fi/artistin-visuaalinen-ilme/>

Brink, P. 2021. Teoston artikkeli. Millaisia ovat musiikkialan trendit Suomessa 2021? Luettu 14.4.2022. <https://www.teosto.fi/teostory/millaisia-ovat-musiikkialan-trendit-suomessa-2021/>

Flinkkilä, J. 2015. Mikä on kustannussopimus? Rytmimanuaalin artikkeli. Luettu 22.2.2022. <https://rytmimanuaali.fi/mika-on-kustannussopimus/>

Flinkkilä, J. Päiväämätön. Rytmimanuaalin artikkeli. Artistin tarina. Luettu 12.3.2022. <https://rytmimanuaali.fi/artistin-tarina/>

Flinkkilä J. 2014. Rytmimanuaalin artikkeli. Artistin tarina ja imago. Luettu 15.5.2022. <https://rytmimanuaali.fi/artistin-tarina-ja-imago/>

Gullichsen, A. 2019. YleX:n verkkojulkaisu. Ellinoora ja aitouden vaatimus: miksi suhtaudumme artistien aitouteen niin pakkomielleisesti? Luettu 12.3.2022. <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2019/09/02/ellinoora-ja-aitouden-vaatimus-miksi-suhtaudumme-artistien-aitouteen-niin>

Gullichsen, A. 2019. YleX:n verkkojulkaisu. Neljä naista istui alas puhumaan musiikkiteollisuuden epätasa-arvosta ja siitä, miksi keikoilla on raskasta olla "hyvä jätkä". Luettu 1.4.2022. <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2019/03/08/nelja-naista-istui-alas-puhumaan-musiikkiteollisuuden-epatasa-arvosta-ja-siita>

Harvey, S. 2022. Finneas on Producing Billie Eilish's Hit Album in his Bedroom. Verkkojulkaisu. Luettu 20.2.2022. <https://www.mixonline.com/recording/finneas-on-producing-billie-eilishs-number-one-album-in-his-bedroom>

Heino, K. 2018. Mitä co-writing ja muille sanoittaminen vaatii? Rytmimanuaalin artikkeli. Luettu 20.2.2022. <https://rytmimanuaali.fi/co-writing-ja-muille-sanoittaminen/>

Helsingin Sanomat. 2020. verkkojulkaisu. Itsenäiset artistit ovat nyt musiikkialan nopeimmin kasvava osa-alue, ja tähän havahduttiin myös Suomessa – Uusi palvelu maailman ”DIY-artisteille” haluaa haastaa perinteiset levy-yhtiöt. Luettu 15.5.2022. <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000006499361.html>

Hirvonen, I. 2022. Helsingin Sanomien artikkeli. Muutamassa tunnissa poptähdeksi – Pehmoainon maailma mullistui, kun hänen kappaleensa alkoi levitä Tiktokissa. Luettu 15.5.2022. <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000008754421.html>

Hynynen, J. 2019. Musiikin urapolku- blogiteksti. 10 tärkeää kysymystä aloittavalle artistille. Luettu 11.3.2022. <https://www.musiikinurapolku.fi/post/10-tarkeaa-kysymysta-artistille>

Innanen, J. 2019. Musiikin urapolku- blogiteksti. Kuinka lähestyä levy-yhtiötä? - Vinkit artisteille ja bändeille. Luettu 16.4.2022. <https://www.musiikinurapolku.fi/post/kuinka-lahestya-levy-yhtiota>

Kanava.to verkkojulkaisu. Päiväämätön. Mikä merkitys on johdonmukaisella visuaalisella ilmeellä? Luettu 21.4.2022. <https://kanava.to/mika-merkitys-on-johdonmukaisella-visuaalisella-ilmeella/>

Krause M. ja Puukangas S. 2018. Yle Puhe Nosto-ohjelma. Artistille tärkeintä on selvittää oma identiteetti. Kuunneltu 15.5.2022. <https://areena.yle.fi/audio/1-4323213>

Kähkönen, M. 2019. Artistin brändin kehitysprosessi. Opinnäytetyö AMK. Metropolian Ammattikorkeakoulu, musiikin tutkinto-ohjelma, musiikin tekeminen ja tuottaminen. Luettu 24.3.2022. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/215473/Kähkönen_Minna.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Lainto, Anne. 2022. Mitä on pop vuosimallia 2022? Mervi Vuorelan toimittama artikkeli. Teosto. Luettu 13.2.2022. <https://www.teosto.fi/teostory/mita-on-pop-vuosimallia-2022/>

Marshall. 2019. verkkojulkaisu. EP's, LP's, Albums and Mixtapes. Luettu 15.5.2022. <https://marshall.com/live-for-music/moving-on-up/eps-lps-albums-and-mixtapes>

Mattila, A. 2014. Teoston artikkeli. Brändi on artistin arvokkain pääoma. Luettu 24.3.2022. <https://www.teosto.fi/teostory/brandi-on-artistin-arvokkain-paaoma/>

Murtomäki, M. 2017. Näkemystehtaan blogiteksti. Visuaalisuus – strategisen viestinnän ohituskaista. Luettu 21.4.2022. <https://mbe.fi/blogi/visuaalisuus-strategisen-viestinnan-ohituskaista/>

Naakka, J. 2021. Opinnäytetyö. Itsenäisen artistin musiikin jakelu ja markkinointi internetissä. Luettu 20.3.2022. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/501207/Naakka%20Joel.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Peda.net. Päiväämätön verkkojulkaisu. Käsite- ja miellekartat. Luettu 15.5.2022. <https://peda.net/p/antti.vahalummukka/Pilvipalvelut/materiaali/th/mjk>

Porvari, P. 2022. YleX:n artikkeli. Artisteista tuli sisällöntuottajia ja työtä tehdään usein ilmaiseksi – “On alituinen pohdinta siitä, onko tämä hetki, joka pitäisi somettaa”. Luettu 20.3.2022. <https://yle.fi/aihe/a/20-10002216>

Porvari, P 2021. YleX:n artikkeli. Kuka saa laulaa ja millä tavalla? – Mulla ei ole velvoitetta olla laulaessa aito oma itseni, sanoo Handshaking-nimellä musiikkia tekevä Fedja Kamari. Luettu 12.3.2022.
<https://yle.fi/aihe/artikkeli/2021/07/27/kuka-saa-laulaa-ja-milla-tavalla-mulla-ei-ole-velvoitetta-olla-laulaessa-aito>

Rautio, S 2016. Musiikin tekeminen on helpompaa kuin koskaan – kuudesosaa nykyartisteista et ollut kuullut ennen vuotta 2015. YleX:n artikkeli. Luettu 20.2.2022. <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/01/01/musiikin-tekeminen-on-helpompaa-kuin-koskaan-kuudesosaa-nykyartisteista-et>

Rytmimanuaali. 2021. verkkojulkaisu. Omakustanneäänitteen julkaiseminen. Luettu 13.3.2022. <https://rytmimanuaali.fi/omakustanneaanitteen-julkaiseminen/>

Sarhimaa, J. 2016. Helsingin Sanomien artikkeli. Sunnuntaina Suomessa: Sia on yhden naisen hittitehdas, joka peittää kasvonsa – koska vain musiikilla pitäisi olla väliä. Luettu 15.5.2022. <https://www.hs.fi/nyt/art-2000002915325.html>

Taloustutkimus. 2020. Uutinen. Mitä segmentointi tarkoittaa ja mitä sillä tekee. Luettu 15.5.2022. <https://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutisia/mita-segmentointi-tarkoittaa-ja-mita-silla-tekee.html>

Tolppanen, M. 2021. Opinnäytetyö. Erottuva artistibrändi, mistä se koostuu? Tutkimuskohteena Billie Eilish, Megan Thee Stallion ja SZA. Luettu 22.3.2022. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/512831/Tolppanen_Mira.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Liite 1. Kuvaluettelo

Kuva 8. Julie promokuva, kuvaaja Veikka Sundberg

Kuva 9. Ote Julien miellekartasta, kuvat Pinterest

Kuva 10. Ote Julien miellekartasta, kuvat Pinterest

Kuva 11. Julie-logo, suunnitellut Paju Kaitajärvi

Kuva 12. *Stuck*-kansi, kuva Veikka Sundberg

Kuva 13. Julie promokuva, kuva Veikka Sundberg

Kuva 14. Kuvakaappaus Julien suunnitellusta Instagram-sivusta

Liite 2. Äänite

Spotify-linkki *Julien* musiikkiin:

<https://open.spotify.com/artist/6QmCnHe51QWbVenupAmqSp?si=Cw7TugMaS0Ono3pCIWv>