



Osaamista
ja oivallusta
tulevaisuuden
tekemiseen

Katrin Vaskelainen

Koreografi – kokonaisuuden tuottaja ja vision toteuttaja

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Kulttuurituottaja AMK

Kulttuurituotannon koulutusohjelma

Opinnäytetyö

29.05.2018

Tekijä(t) Otsikko	Katrin Vaskelainen Koreografi – Kokonaisuuden tuottaja ja vision toteuttaja
Sivumäärä Aika	36 sivua + 4 liitettä 29.05.2018
Tutkinto	Kulttuurituottaja AMK
Tutkinto-ohjelma	Kulttuurituotannon koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	
Ohjaaja(t)	Kulttuurituotannon opettaja Niina Torkko
<p>Tämä opinnäytetyö on tutkimuksellinen kehittämistyö, joka syntyi kiinnostuksesta tutkia koreografien tarjoamia palveluja musiikkiviihteen alalla. Tutkimuksessa tarkastellaan, millaisia vaikutuksia koreografien tarjoamilla palveluilla on artistille. Näitä aiheita tarkastellaan kolmesta eri näkökulmasta: koreografien, artistien ja välittäjäportaan edustajien. Työn tilaajana toimii Universal Music Group.</p> <p>Opinnäytetyössä koreografien työ rinnastuu kulttuurituottajan työhön. Tavoitteena on selvittää miten koreografi voi työllään helpottaa artistin tai välittäjäportaan työtä. Lisäksi millainen koreografien palvelu on hyödyllinen kolmen eri osallistujaryhmän näkökulmasta yhteistyöstä. Näiden lisäksi tavoitteena on löytää olemassa olevia palvelupolkuja toimijoiden välillä ja tutkia koreografien palveluiden arvon muodostumista. Tutkimus toteutetaan palvelumuotoiluun ja henkilöbrändäyksen teorioiden viitekehyksissä, haastattelemalla kolmen eri osallistujaryhmän edustajia, toteuttamalla pilottiprojektin sekä workshopin.</p> <p>Tutkimuksessa selviää, että koreografien palveluiden monipuolisuutta ei täysin tiedosteta ja tästä syystä kynnys palvelun ostamiseen on vielä suuri. Haastateltavat kuitenkin näkevät koreografien hyödyt ja avut ja ennustavat näiden palveluiden käytön yleistymisen. Tuloksissa yllätti eniten, että kaikkien kolmen osapuolen (koreografit, artistit, välittäjäportaan edustajat) työskentelyn ydin on sama; musiikki. Jokainen myös haluaa toimivan kokonaisuuden ja viihdyttävän lopputuloksen, joka keskittyy ensisijaisesti artistiin.</p> <p>Kehitysehdotukset painottuvat pääosin koreografien mukaan ottamista suunnitteluvaiheeseen sekä yhteistyötahojen väliseen viestintään. Nämä ovat ensisijaisen tärkeitä toivotun vision toteutumiselle. Koko tiimi on istutettava samaan suunnittelupöytäan ja keskusteltava läpi artistin ja esityksen tavoitteet sekä visuaaliset toiveet.</p>	
Avainsanat	Palvelumuotoilu, viihdemusiikki, koreografi

Author(s) Title	Katrin Vaskelainen Choreographer – Producer of The Whole and Visual Implementer
Number of Pages Date	36 pages + 4 appendices 29th May 2018
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Cultural Management
Specialisation option	
Instructor(s)	Niina Torkko, Lecturer in Cultural Management
<p>This thesis was a research development was conducted by the author's personal interest towards choreographer's work and services in the music industry. The research concentrates on finding the services that choreographers are providing to the artists and their representatives. Also, what are the experiences of cooperation between these three parts and benefits from the choreographer's services. The subscriber for this thesis was the Universal Music Group Finland.</p> <p>The choreographer's work is related to cultural management. The theoretical framework of this thesis was service design and person branding theories. The research was done with interviews, one pilot project and workshop. These were the tools to gain first hand information about the situation in the industry since it has not been researched before.</p> <p>The results indicate that versatility of the choreographer's services are yet unknown and from that reason carry many suspicions about cooperation. In the result of interviews all applicants see the potential and benefits of choreographer's services. Most valuable finding of the research was that these three parts (choreographers, artists, representatives) think alike about the importance of visual entity and there for predict the growth of their cooperation in the future of music industry.</p> <p>As a result of the interviews, main recommendations are to concern the choreographer as a cultural manager who handles the whole picture and learning the communication between cooperation parts.</p>	
Keywords	Service design, popular music, choreographer

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Teoreettinen viitekehys	3
2.1	Palvelumuotoilu	3
2.1.1	Asiakaskokemus keskiössä	3
2.1.2	Arvon muodostuminen	4
2.1.3	Palvelupolku	5
2.2	Palvelumuotoilu kohtaa brändin	6
2.3	Koreografi	8
3	Kehittämiskohteen kuvaus	10
3.1	Universal Music Group	10
3.2	Koreografit musiikin viihdemaailmassa	11
4	Tutkimuskysymykset	12
5	Tutkimuksellisen kehittämistyön menetelmät	12
5.1	Tutkimuksellinen kehittämishanke	13
5.2	Puolistrukturoidut teemahaastattelut	13
5.3	Brainstorming workshop	14
5.4	Pilottihanke	14
6	Tutkimuksen toteutus ja tulokset	15
6.1	Koreografista apua viestin välittämiseen ja ilmaisukeinojen löytämiseen	15
6.2	Hyöty irti	19
6.3	Kohti koreografia	21
6.4	Workshop: Koreografian asiakkaita	23
6.5	Pilottiprojekti: Club for Five Casino Royale	25
7	Kehittämisehdotukset	29
8	Pohdinta	31
	Lähteet	35
	Liitteet	
	Liite 1. Haastattelurunko	
	Liite 2. Pilottiprojekti: Club for Five Casino Royale	
	Liite 3. Haastatteluvastausten purku ja teemoittaminen	
	Liite 4. Workshop: 8 x 8 -menetelmän tulokset	

1 Johdanto

Opinnäytetyön tavoitteena on tarkastella Suomen musiikkiviihteen alalla toimivien koreografien tarjoamia palveluita ja siihen, millaisia vaikutuksia näillä palveluilla on artisteihin. Lisäksi tässä työssä tutkitaan näiden palveluiden hyötyjä sekä mahdollisuuksia suhteessa välittäjäportaaseen: managereihin, keikkamyymiin, A&R:ään, agentteihin ja artisteihin.

Työn tilaajaksi innostui Universal Music Group, joka on yksi isoimpia levy-yhtiöitä ja toimii roolissaan artistien välittäjänä markkinoille. Tutkimuksen tiedon hakukanaviksi valikoituivat teemahaastattelut, workshop sekä pilottiprojekti. Tällaista asiaa ei olla aiemmin tutkittu ja paras tieto on saatavilla alalla toimivilta tahoilta. Halusin kerätä tietoa aiheeseen laaja-alaisesti ja tämän vuoksi tavoitteenani oli haastatella mahdollisimman monipuolisesti kolmea osallistujaryhmää: koreografit, välittäjäportaan edustajat ja artistit.

Ajatus opinnäytetyön aiheesta on syntynyt henkilökohtaisesta kiinnostuksesta koreografian monipuolista työtä kohtaan, sillä minulla on itselläni kokemusta kyseisestä roolista työskenneltyäni erilaisten artistien kanssa ja esimerkiksi The Voice of Finland -TV-ohjelman koreografina. Oli mielenkiintoista lähteä tutkimaan, kuinka koreografi ja hänen työkuvansa nähdään musiikkialalla sekä selvittää mahdollisuuksia palvelupolkujen rakentamiseen välittäjäportaan ja artistien suuntaan. Tässä opinnäytetyössä välittäjäportalla tarkoitetaan musiikkialalla toimivia managereita, agentteja, keikkamyymiä ym. artistien välittäjiä, ja artistit ovat alalla toimivia ja alalle nousevia laulajia eri musiikkigenreistä.

Koreografian työ nähdään melko yksiselitteisenä, sillä työskenneltyäni alalla olen huomannut, kuinka käsitys koreografiasta on melko perinteinen ja kliseinen eli tanssiaskel-sarjojen tekeminen. Erilaisten musiikkiohjelmien ja artistien kautta tarkkasilmäisimmät voivat havaita, että kaikki mitä esiintyjällä tapahtuu lavalla, on koreografiaa. Eleet, liikkuminen tilassa ja musiikillisten iskujen aksentoiminen muodostavat toistuvia tapahtumaketjuja, joita voidaan kutsua koreografiaksi. Tällaista esityksen rakennetta tai draaman kaarta on toteutettu läpi vuosikymmenten välillä näkyvästi ja toisinaan huomaamattomana tehokeinona.

Auditiivisen kokemuksen lisäksi yleisö on kasvanut vaativammaksi viihteen tasolla. Artistit itse pyrkivät tuomaan keikoilleen visuaalisesti näyttävämpää ja viihdyttävämpää kokonaisuutta. Artistin oleminen lavalla herättää tietynlaisen aistimuksen ja hänelle ominaiset tavat esiintyessään luovat hänestä persoonallisen eli tunnistettavan brändin. Artistilähtöinen kokonaisuuden suunnittelu on tiimityötä, jolla tavoitellaan yhteisiä visioita ja päämääriä.

Työn tavoitteina on selvittää, millaisina koreografin palvelut nähdään välittäjäportaan ja artistin suunnasta sekä millaisia hyötyjä näistä on saatu. Lisäksi työssä tarkastellaan ajankohtaisesti alalla toimivien koreografien näkökulmia yhteistyöstä, etsitään palvelupolkuja ja kehitetään niitä sujuvimmiksi. Tärkeä henkilökohtainen motivaatio tutkimukselle on selvittää epäkohtia, jotka voitaisiin korjata, jotta työkenttä koreografien kanssa laajenisi ja yleistyisi ja vältettäisiin koreografin palveluiden jääminen vain yhdeksi ohimeväksi trendiksi.

Tutkimuksessa nousee esiin koreografilta vaativia ominaisuuksia, jotka kohtaavat kulttuurituotannon kanssa. Koreografin on löydettävä itselleen sopiva toimintamalli ja kyettävä myymään aineetonta palvelua taiteellisen puolen lisäksi myös taloudellisesti kannattavasti. Kulttuurituottajan opintojen aikana on painotettu jatkuvasti, miten tuottajan rooli on näkymätön. Tämä sama nousee helposti esiin myös koreografin työstä tämän tutkimuksen aikana. Lisäksi kokonaisuuden hallinta yhdistää sekä koreografin että kulttuurituottajan rooleja. Molemmissa rooleissa on hallittava useita eri osa-alueita ja varmistettava toimiva lopputulos asiakkaalleen.

Koreografin työ on monelta osin samanlaista kuin kulttuurituottajan, esimerkiksi kokonaisuuksien hallinta, kyky kommunikoida eri alan toimijoiden kanssa sekä omien taitojensa markkinointi ovat läsnä kummassakin ammatissa. Työkokemus sekä tuottajana että koreografina antaa omanlaisensa edut ja avut projekteihin. Molemmilta löytyy esimerkiksi työkaluja toteuttaa visiota, luovaa ratkaisukykyä ja kyky löytää sopivat henkilöt toteuttamaan toiveita.

2 Teoreettinen viitekehys

Tässä luvussa esitellään palvelumuotoilun teoriaa sekä kerrotaan mitä on koreografi ja koreografian työ. Palvelumuotoilu toimii teoreettisena viitekehysenä tälle opinnäytetyölle ja tähän keskitytään tutkimuksessa asiakaslähtöiseltä kannalta.

2.1 Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilu on osaamisala, jossa muotoilusta tutut toimintatavat tuodaan avuksi palveluiden kehittämiseen ja yhdistetään perinteisiin palvelun kehityksen menetelmiin. Palvelumuotoilu ei ole uusi innovaatio vaan pikemminkin taito yhdistää vanhoja asioita uudella tavalla. (Tuulaniemi 2011, 24.) Sitä käytetään sekä julkisen sektorin että yritysten kehittämistyössä, ja se on kasvattanut nopeasti suosiotaan, sillä organisaatiot siirtyvät yhä enemmän asiakaslähtöiseen arvoajatteluun. Palvelumuotoilu tarjoaa selkeät toimintamallit ja työkalut, joilla pystytään tehokkaasti konkretisoimaan ja arvioimaan aineettomia palvelukonsepteja. (Ojasalo 2015, 71.) Asiakas on palvelumuotoilun keskiössä, sillä se on aina mukana kehittämässä palvelua.

Palvelumuotoilun tavoitteena on eri osa-alueiden vahvuuksia yhdistämällä kehittää sopiva toimintamalli palvelemaan käyttäjää. Palvelumuotoilu on osaamisala, jolla on vahva merkitys toiminnan onnistumiselle ja jatkuvuudelle, mutta ennen kaikkea se on kokemus vuorovaikutuksesta, tapahtumasta tai teosta.

Voidaan ajatella, että mikään tuote tai palvelu ei ole koskaan täysin valmis. Tämän vuoksi palvelumuotoilulla on merkitystä: sen avulla palvelua pystytään kehittämään sen koko elinkaaren ajan. Tämän päivän palvelukeskeinen liiketoimintalogiikka korostaa, että kaikki liiketoiminta on palvelua ja asiakaslähtöistä. (Ojasalo 2015, 72.) Palvelumuotoilu on parhaimmillaan proaktiivista, jonka avulla pyritään kohtaamaan asiakkaan tarpeet ja myös piilevät toiveet, ennen kuin asiakas on entinen asiakas.

2.1.1 Asiakaskokemus keskiössä

Ihminen on palvelumuotoilun keskiössä, sillä palvelua ei ole olemassa ilman sen tarjoajaa ja sen kuluttajaa. Asiakasymmärrys tarkoittaa palvelun tarjoajan erinomaista käsitystä kohderyhmänsä elin- sekä toimintatavoista ja tarpeista. Tästä seuraa myös arvomuodostuksen ymmärtäminen. (Tuulaniemi 2011, 71.) Palvelutapahtumassa asiakkaan

kokemus on tärkein. Palvelukokemusta ei voida suoranaisesti suunnitella, koska kokemus on tunnepohjainen ja subjektiivinen. (Tuulaniemi 2011, 26)

Palvelumuotoilu on jatkuvaa, sillä sen on pysyttävä ajan tasalla asiakkaiden toiveiden muuttuessa yhteiskunnallisten ja ympäristötekijöiden muutosten virrassa. Samanaikaisesti on ajateltava tulevaa ja pyrittävä tarjoamaan uutta. Tuulaniemen (2011) mukaan tämä on mahdollista, kun ei unohdeta keskittyä asiakaskokemuksen kriittisimpiin pisteisiin, joita ovat muun muassa työtavat, tilat, vuorovaikutus sekä häiriötekijöiden poistaminen. (Tuulaniemi 2011, 26)

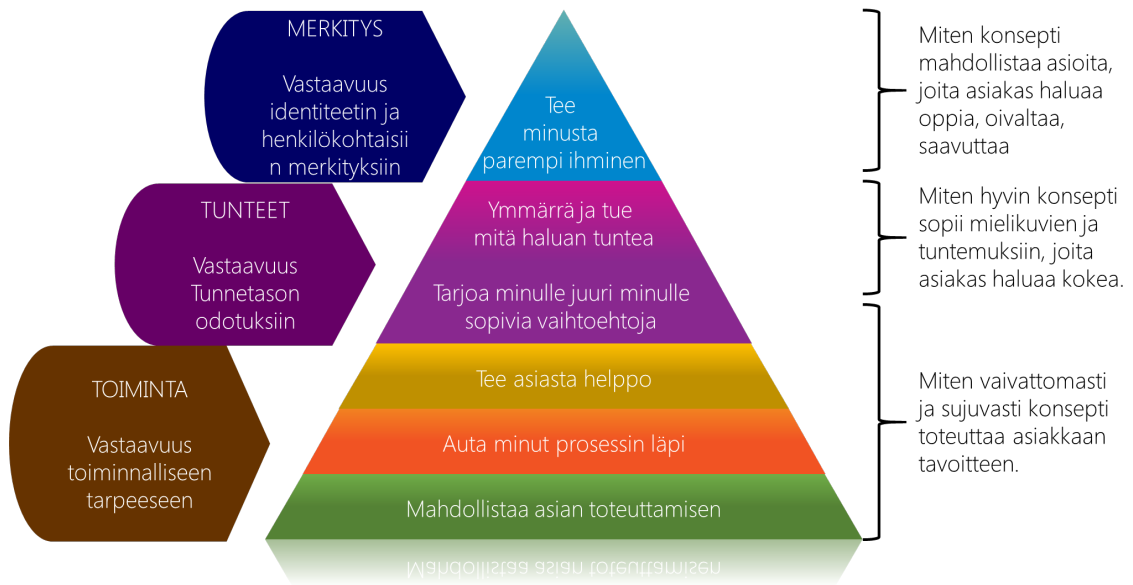
“Ihmiset eivät enää etsi ja osta perinteiseen tyyliin joko tavaroita tai palveluita vaan elämänsä helpottavia ratkaisuja. Yksittäisten tavaroiden tai palveluiden merkitys tuleekin vähenemään huomattavasti. Yritysten on ryhdyttävä tarjoamaan kokonaisratkaisuja ihmisten tarpeisiin, entistä enemmän.” (Tuulaniemi 2011, 18.) Tärkeintä on varmistaa, että tarjottava palvelu toimii ja asiakaskokemus on onnistunut – tästä seuraa asiakastytyväisyys, joka on yrityksen paras kilpailuetuna toimikentällään.

2.1.2 Arvon muodostuminen

Palvelumuotoilun syvin ydin on arvo ja sen muodostuminen. Asiakas on valmis maksamaan hänelle luodusta arvosta eli hyödyn ja hinnan välisestä suhteesta. (Tuulaniemi 2011, 30.) Tästä esimerkkinä voi olla erikoistuotteen hankinta, joka vaatii enemmän vaihua, mutta luo vastineeksi esimerkiksi onnistumisen ja erityisyyden tunnetta. Tuulaniemi (2011) selventää, ettei hinta aina määrittele arvoa, vaan arvo on sidottu myös asiakassegmentin tarpeisiin ja kiinnostuksen kohteisiin, sekä tämän myötä myös erilaisiin uhrauksiin, joita asiakas on valmis tekemään hankinnan eteen. Arvo on sidosryhmän kokemana hyödyllisyys, joka on sidottu aiempiin kokemuksiin ja siihen mitä henkilö arvostaa. Asialla on tietty arvo vain, jos joku kokee sen tietyn arvoiseksi. (Tuulaniemi 2011, 30 – 31.)

Tuulaniemi (2011) avaa pyramidilla (kuvio 1.) arvon muodostumista asiakaskokemuksessa kolmeen tasoon toiminta, tunteet ja merkitys. Toiminnan taso on ns. hygieniataso, joka on kaiken perusta ja jonka on oltava olemassa, jotta palvelu pääsee edes markkinoille. Tällä tasolla täytyvät asiakkaan perustarpeet, kuten selkeys, saavutettavuus tai tehokkuus. Tunnetasolla asiakkaassa pyritään synnyttämään välittömiä tunteita ais-

tikokemuksia. Ylin taso eli merkitys muodostuu asiakkaan henkilökohtaisista kokemuksista suhteessa esimerkiksi omaan kulttuuriin, identiteettiin, unelmiin tai mielikuviiin. (Tuulaniemi 2011, 74)

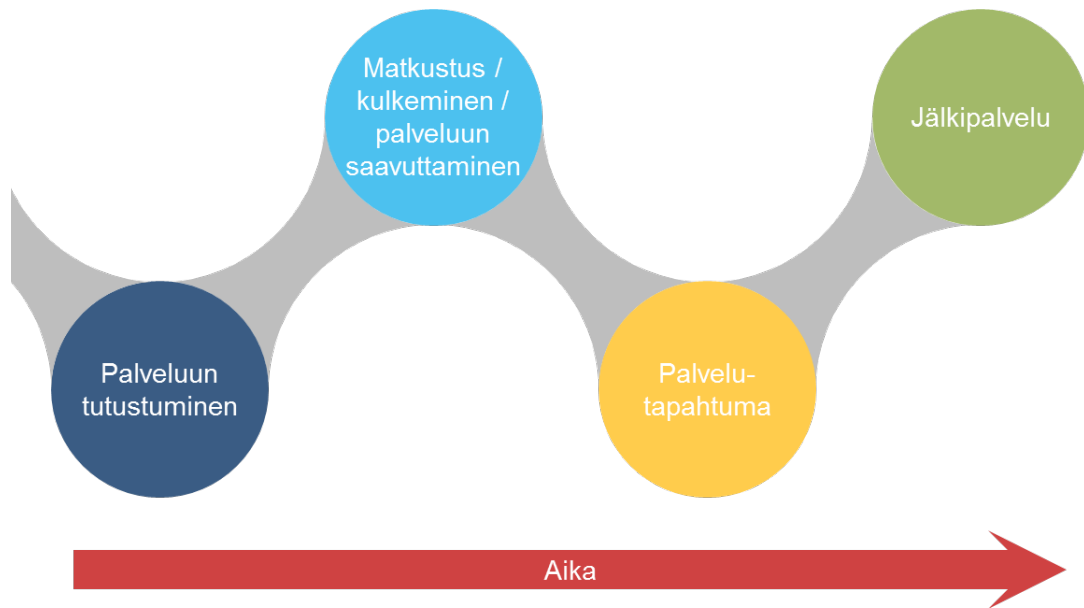


Kuvio 1. Arvon muodostumisen pyramidi (Tuulaniemi 2011, 75)

2.1.3 Palvelupolku

Palvelupolulla tarkoitetaan asiakkaan palvelumuotoilun puitteissa läpikäymää prosessia. Se kuvaa kaikki asiakkaan kokemat palvelun vaiheet alusta loppuun. Palvelupolku kattaa asiakkaan sekä rationaaliset että emotionaaliset tarpeet ja tunteet palveluun liittyen. Jokaisessa palvelupolun vaiheessa on palvelutuokio ja kontaktpiste, joka voi olla muun muassa palveluympäristö, esineet tai ihmiset. (Ojasalo 2015, 74.)

Tuulaniemi (2011) painottaa, että jokaisessa palvelutuokiossa on loputon määrä kontaktpisteitä, joissa asiakas on kontaktissa aisteillaan. Kuviossa 2 palvelutuokiot (palveluun tutustuminen, palvelun saavuttaminen, palvelutapahtuma ja jälkipalvelu) on esitetty aikajanelle sijoitettuna.



Kuvio 2. Palvelutuokiot palvelupolulla (Mukaillen Tuulaniemi 2011, 79)

Kyseisessä kuvassa mallinnus on esitetty yhteisistä kohtaamishetkidä. Lähestymistapa voi vaihdella asiakkaan tai palvelun tarjoajan näkökulmasta, jolloin eri vaiheiden painotus muuttuu ja erilaiset lisävaiheet vaikuttavat kulkuun.

2.2 Palvelumuotoilu kohtaa brändin

Brändi on käsitteenä maailmanlaajuisesti tuttu, mutta sen merkitystä ei välttämättä aina täysin tiedosteta. Isohookana (2007, 24) sekä Grönroos (2001, 376) käyttävät AMA:n (American Marketing Association) määritelmää: ”Brändi on nimi, termi, muoto, symboli tai mikä tahansa ominaisuus, joka erottaa myyjän tuotteen tai palvelun muiden myyjien tuotteista tai palveluista”. Hedman (2016 mukaillen Wheeler 2013, 2) nostaa esiin myös toisen näkökulman: brändi on keino vaikuttaa kuluttajien tunteisiin ja sitä kautta pystytään luomaan korvaamaton brändi, jolla erotetaan kilpailijoista. Isohookana (2007, 24) huomioi, että brändi syntyy, kun asiakas antaa tuotteelle tai palvelulle brändin arvon.

Grönroos (2001, 361) huomasi AMA:n määritelmästä puuttuvan erään tärkeän aspektin, palvelun. Palvelu on olennainen osa brändin kokonaiskuvaa, sillä myös se ohjaa osaltaan asiakkaan brändikäsityksen muodostumista. Huomautettakoon, että AMA:n määritelmästä puuttuu myös asiakkaan näkökulma, mutta tämän voi nähdä johtuvan siitä, että määritelmä viittaa fyysisten tuotteiden markkinointiviestintään.

Puhuttaessa brändin identiteetistä tarkoitetaan kaikkia mielleyhtymiä, joita tuotteeseen tai palveluun toivotaan liitettävän ja ylläpidettävän. Isohookana (2007) toteaa, että ”identiteetin avulla on mahdollista luoda brändin ja sen käyttäjän välille oma erityinen suhde.” (Isohookana 2007, 25) Tätä voidaan tarkastella jälleen palvelumuotoilun näkökulmasta, jolloin myös Grönroosin huomio osoittautuu tärkeäksi. Palvelumuotoilun ja brändin yhdistävin tekijä onkin abstraktisuus ja aineettomuuden tarjoaminen asiakkaalle. (Grönroos 2001, 361)

Brändi muodostuu selkeästä ja luotettavasta viestistä. Se erottuu kanssakilpailijoistaan ja elää pitkään. Brändi on arvokas yritykselle, sillä se on aineetonta pääomaa. (Isohookana 2007, 25) ”Brändi käsitteenä on aina mielikuva” (Grönroos 2001, 378).

Jos brändillä tarkoitetaan tuotteen tai palvelun identiteettiä, joka kuluttajien mieliin halutaan luoda, brändi-imagolla puolestaan tarkoitetaan kuluttajan mielessä muodostuvia assosiaatioita tuotteesta tai palvelusta. Asiakkaat siis saavat jatkuvasti virikkeitä kehitettävistä brändeistä ja pääsevät vertailemaan brändiviesteihin, joista muodostavat mielessään brändi-imagon tai brändin. (Grönroos 2001, 377)

Leskinen (2017, 7, mukaillen Kortesuota 2011, 9 – 10) tiivistää maineen ja imagon olevan heijastuksia tai kuvia brändistä. Nämä syntyvät eri tavoin, sillä mielikuva maineesta muodostetaan tietoisemmin kuin mielikuva imagosta. ”Maine voi herättää tunteita, muttei itsessään muodostu tunteiden kautta. Imago taas syntyy aina tunteen tai mielipiteen kautta” Leskinen (2017).

Imagon luomiseen vaikuttavat monet tekijät ja välittämättä sen kohteesta tai taustatiimistä on tärkeää muistaa ympäristö, jossa toimitaan. Imagon väkinäinen rakentaminen ei vie pitkälle, mutta kestävyys takaa jatkuva hiominen ja ominaisuuksien vahvistaminen. Tämä on keskeisessä roolissa etenkin luotaessa henkilöbrändiä, jolloin rakennetaan peilikuvaa itse henkilöstä ja hänen heikkouksistaan ja vahvuuksistaan. (Leskinen 2017, 7, mukaillen Halosta & Lassilaa 2000 30-32, Smalea 2015) Henkilön, kuten palvelunkin, on kyettävä luomaan positiivinen ja muistettava asiakaskokemus. Sen avulla kyetään sitouttamaan asiakas.

2.3 Koreografi

”Koreografi Taidetanssien suunnittelija ja ohjaaja.”

(Kielitoimiston sanakirja 2006)

”Koreografi: Tanssien ja tanssijoiden liikkeiden suunnittelu ja ohjaus”

(Nyky-suomen keskeinen sanasto 2004)

Koreografi on käsitteenä peräisin baletin maailmasta. Tässä opinnäytetyössä käsitellään viihdealalla työskentelevien koreografien työnkuvaa. Aihetta tutkitaan sekä artistien ja välittäjäportaan että koreografien näkökulmista.

Kirjassa *”Tanssintekijät – 35 näkökulmaa koreografian työhön”* (2005) yksi kirjan työryhmän vastaavista, Tiina Suhonen, avaa mainiosti koreografian ja koreografian käsitteitä. Ranskankielinen sana *chorégraphie*, koreografia, muodostuu kreikan kielen sanoista *khoreià* (kuorotanssia) ja *graphiá* (kirjoittamista). 1700-luvulla sanalla siis tarkoitettiin kirjoitettua tanssia. Vuosisadan lopulle tultaessa alkoi muodostua käsite tätä työtä tekevästä henkilöstä eli koreografista. Hän paitsi kirjasi, nuotteihin tai partituurin verrattavalla tavalla, myös sommitteli tansseja. Vielä kahden vuosisadan ajan puhuttiin kuitenkin koreografian sijaan balettimestarista, jonka vastuulla oli yhdistellä tanssillisia ja toiminnallisia tilanteita. Häneltä edellytettiin näytelmäkirjailijan, teatteriohjaajan ja tanssinopettajan taitoa. (Jyrkkä ym. 2005, 12 – 14)

1900-luvun lopulla alkoivat yleistyä käsitteet koreografia ja koreografi. Suhosen (2005) mukaan koreografian työmaa on laaja, sillä hän voi toimia niin teatteriyhteisöissä, tanssiteoksien parissa, yhteisötansseissa kuin vaikkapa uuden sirkuksen alalla. Viime vuosikymmeninä työmahdollisuudet ovat laajentuneet myös tanssielokuvan, videotanssin ja virtuaalisen tanssin maailmoihin. (Jyrkkä ym. 2005, 12 – 14) Nyt 2000-luvulla koreografian käyttö on voimistunut vahvasti etenkin musiikkiviihdemaailmassa ja televisiotuotannoissa. Musiikkialan artistit, viihdeentekijät ja viihdeohjelmat hyödyntävät koreografian ja tanssin moniulotteisuutta apunaan.

Liz Lerman kertoo kirjassaan *Hiking the Horizontal: Field Notes from a Choreographer* (2011), että koreografi useimmiten aluksi kuvittelee, suunnittelee ja pyörittelee päässään

useita variaatioita liikkeistä ja liikesarjoista, sekä miltä nämä näyttävät parhaimmillaan liikkeen tuottajan toteuttamina ja tilassa. Lerman toteaa, että koreografian tehtävä on saada liikkujasta irti parasta mahdollista ulosantia paitsi fyysisesti myös tulkinnallisesti. (Lerman 2011, 60) Koreografian työtä voisi verrata esimerkiksi teatteriohjaajaan tai luis-telupalmentajan työhön.

Koreografian työ on taiteen tekemistä, kuitenkin kokonaisuuden hallitsemisen rajoissa. Jorma Uotinen kirjoittaa Jyrkän *Tanssintekijät* kirjassa runollisesti: ”*Luomistyö edellyttää huomioiden tekemistä, vertaamista ja erojen havaitsemista. Se vaatii suurta herkkyyttä, älyä ja rohkeutta. Pelkkä halu tanssia, laulaa, kirjoittaa ei riitä. On oltava voimia koulut-tautua ja sivistää itseään, jotta tulisi kulloisenkin ajan välittäjäksi. Taiteilijaksi.*” (Jyrkkä ym. 2005, 65)

Hannele Jyrkän toimittamassa *Tanssintekijät*-kirjassa (2005) sekä sen jatko-osassa *Ny-kykoreografian jalanjäljissä* (2011) enemmistö koreografeista kertoo, että koreografian luominen lähtee joko liikkeestä tai musiikista. Lisäksi taustalla on aina teema tai idea, jonka koreografi haluaa toteuttaa, tai ajankohtainen aihe, jonka keskusteluun haluaa liit-tyä omalla tavallaan. Moni käyttää tanssista sanaa ”kieli”, joka liittyy omaan liikkeeseen, tarinaan tai viestiin.

2000-luvulla koreografien odotetaan hallitsevan taiteellisen työnsä ohella myös tuotan-nolliset osa-alueet. Ammattikuvaan kuuluvat vahvasti markkinointi, viestintä ja taloushal-linto. On tärkeä taito osata pukea asiat sanoiksi ja jäsentää ne numeroiksi. (Jyrkkä, Nii-ranen & Suhonen 2011, 12 – 14) Tässä opinnäytetyössä kuitenkin tarkastellaan tämän hetkistä tilannetta koreografian taiteellisen työn palveluista ja niiden hyödyistä viihdemaa-ilmassa.

3 Kehittämiskohteen kuvaus

Opinnäytetyön tilaajana, ja yhtenä välittäjäportaan edustajana, toimii Universal Music Groupin (UMG) tytäryhtiö Universal Music Finland Oy. UMG on yksi maailman johtavista musiikkialan yhtiöistä, jonka listoilla on ympäri maailman menestyksekkäitä suuria artisteja. Sekä uusien artistien musiikillisen uran herättäminen että vanhojen pinnalla pitäminen vaatii laaja-alaista panostusta, jotta yleisölle on tarjota monipuolista musiikkia ja sen esittäjää.

Suomessa koreografien käyttö musiikkiviihteen maailmassa on yleistynyt viime vuosina. Siitä millaisia toimintatapoja ja työkaluja koreografeilla on käytössään ja mitä niillä voidaan tuoda esitykseen, ei ole kuitenkaan vielä tutkittu. Juuri tästä tämä tutkimus onkin saanut kimmokkeensa. Tässä opinnäytetyössä tutkitaan, miten koreografit toimivat viihdealalla ja millaisia hyötyjä koreografin palvelusta on artisteille ja välittäjäportaalalle. Lisäksi tarkastellaan, millaiset asiat vaikuttavat onnistuneeseen esitykseen, ja kuinka koreografi voi auttaa artistia tässä tavoitteessa.

Aihetta käsitellään alalla työskentelevien toimijoiden avulla, sillä asiasta ei ole tehty aiempaa tutkimusta. Alalla toimivat ovat kokeneita ammattilaisia, mutta yhteistyö on tois- taiseksi vähäistä ja sen toteutuessa se jää osin vajaaksi. Tämän tutkimuksen tavoitteena on myös avata uusia näkökulmia tai ovia koreografeille tulevissa show-tuotannoissa.

3.1 Universal Music Group

Kun MCA Music Entertainment Group yhdistyi vuonna 1998 Universal Pictures -eloku- vastudion kanssa, uusi yritys sai nimekseen Universal Music Group. UMG:n pääliiketoiminta keskittyy äänitteiden tuotantoon ja musiikin kustannustoimintaan. Tällä hetkellä se on yksi kolmesta suurimmasta äänitetuotannon yrityksestä, ja sen markkinaosuus Suomessa on 30 %. Ranskalaisen Vivendin omistama UMG omistaa myös yhden suurimista musiikkikustantamoista Universal Music Publishing Groupin. (Universal Music Group Finland 2018)

3.2 Koreografit musiikin viihdemaailmassa

Visuaalisuus sekä kehollinen viestintä karisman rinnalla vaikuttavat vahvasti artistien esiintymiseen. Monet ovatkin turvautuneet koreografeihin edesauttaakseen kehittymistä tällä saralla.

Perinteisesti koreografi on henkilö, joka liikemateriaalin laatimisen ohella sommittelee teatteriohjaajan tavoin esiintyjä lavalla sekä kokoaa tarinallisesti draaman kulkua esityksessä. (Jyrkkä 2005, 12 – 14) 1900-luvun puolessa välissä tanssin käyttö estraditaiteessa yleistyi, kun erilaiset musiikki- ja tanssi-tv-ohjelmat saivat jalansijaa. Näissä artistit ja yhtyeet pääsivät esittämään uusia kappaleitaan tanssivan joukon sekaan. Ohjelman ohjaaja sommitteli ihmisjoukkoja ja manageri huolehti artistinsa esiintymisestä. Managerit myös ohjailivat artistiensa liikehdintää pyytämällä heitä liikkumaan lavalla joko vaatimalla enemmän tai vähemmän. Big Bandien solistit kiinnittivät usein koko orkesterin toimintaan ja show'n kokonaisilmeeseen: esimerkiksi Paul Anka huolehti aikanaan vaativasti jokaisen soittajan ja taustalaulajan liikkeiden suunnista, rytmillisyydestä ja osumisesta oikeisiin musiikin iskuihin. (Norres 2017)

1990-luvun alkupuoliskolla koreografiaa käytettiin mainostamaan musiikkia lyhytelokuvissa tai musiikkielokuvissa. Näissä tanssijat toimivat itse koreografeina itselleen. Kun koreografi ja koreografia käsitteinä alkoivat tulla tutuiksi 1990-luvun lopulla, olivat musiikkivideot jo kehittyneet voimakkaiksi vaikuttajiksi artistien uralla. Vähitellen koreografeille alkoi löytyä työkenttää viihdeteollisuudessa musiikkialalla. (Jyrkkä ym. 2005, 12 - 14)

4 Tutkimuskysymykset

Tämän opinnäytetyön aiheena on tutkia musiikkiviihdealalla toimivien koreografien tarjoamia palveluita ja näiden hyötyjä artistille ja välittäjäportaalle. Tavoitteena on selvittää tämänhetkistä tilannetta alalla toimivien koreografien näkökulmasta sekä palvelun tilaajien kokemuksista koreografien tarjoamista palveluista, joita voivat olla esimerkiksi koreografian tuottaminen, esiintymisvalmennus, kiertuekokonaisuuden suunnittelua tai tietyn musiikki genreen sopivan liikekielen opettamista. Päättökysymys kulkee punaisena lankana koko tutkimuksen läpi, ja vastaukset alakysymyksiin selvitetään haastattelujen, pilottihankkeen ja workshop-työskentelyn avulla.

Päättökysymys:

Millaisia vaikutuksia koreografian tarjoamilla palveluilla on artistille ja välittäjäportaalle?

Päättökysymykseen haettu vastauksia alakysymysten avulla, jotka ovat:

Miten koreografi voi työllään helpottaa artistin tai välittäjäportaan työskentelyä?

Millainen koreografian palvelu olisi hyödyllinen artistille tai levy-yhtiölle?

5 Tutkimuksellisen kehittämistyön menetelmät

Tutkimuksen lähestymistapa on tutkimuksellinen kehittämishanke ja tutkimusmenetelmänä on käytetty puolistukturoidut teemahaastatteluja, workshop-työskentelyä sekä pilottiprojektia. Näistä saatujen tulosten sekä omien alan työkokemuksesta muodostuneiden havaintojen pohjalta voidaan tarkastella tämänhetkistä tilannetta kentällä, esitellä aihetta konkreettisemmin ja rakentaa vahva perusta kehitysehdotuksille. Tutkimuksen pääasiallisena tiedonkeruumenetelmänä toimivat haastattelut, joita tehtiin yhteensä 22 kappaletta, joiden avulla mahdollistui tutustuminen tutkittavaan aiheeseen. Tämä siksi, että kyseisestä aiheesta ei löydy kirjallista tietoa vaan se on ennemminkin ajankohtainen ja kehittyvä osa-alue.

5.1 Tutkimuksellinen kehittämishanke

Kehittämiseen liitetään usein tutkimus, sillä ne liittyvät nykyään vahvasti yhteen. Tutkimuksellinen kehittämistyö voi alkaa erilaisista lähtökohdista. Lähtökohtana voi olla halu kehittää olemassa olevaa kohdetta tai tuottaa muutosta. Tässä ei kuitenkaan vain kuvailla ja selitetä asioita, vaan pyritään määrätietoisesti saamaan aikaan uudistusta, muutosta. (Ojasalo 2015, 17,19)

Tutkimuksessa on keskeistä tuottaa uutta tietoa myös tekstimuodossa, jotta se olisi saatavissa käytännön kokemuksen lisäksi. Tutkimuksellisessa kehittämistyössä aiheen tietämisen lisäksi on tarve osata projektityöskentelyä, kehittämistä sekä suunnitelmallisuutta. Tutkimuksellinen kehittämistyö voidaan katsoa alkavan ideoinnista ja päättyä sen toteutukseen ja myös arviointiin useiden ideoiden kehittelyvaiheiden kautta. (Ojasalo 2015, 20)

Tutkimuksellista kehittämistyötä voidaan kutsua myös muutostyön prosessiksi, joka jakautuu kolmeen osaan: suunnittelu, toteutus, arviointi. Prosessin osat on luotu helpottamaan tutkimuksen etenemistä vaihe kerrallaan, sillä kehittäminen ja tutkiminen vie aikaa. Ensimmäiseksi tunnistetaan kehittämiskohde ja siihen liittyvät tekijät. Perehdytään ja ymmärretään kehitystyön toiveet ja tavoitteet. Nämä asiat tapahtuvat suunnitteluvaiheessa. Tämän jälkeen siirrytään toteutusvaiheeseen, jossa kerätään tiedot ja kootaan merkityksellinen tietoperusta suhteessa kyseiseen kehittämishankkeeseen. Tähän vaiheeseen kuuluu myös lopulta tulosten julkistaminen ja jakaminen. Viimeisessä eli arviointivaiheessa tarkastellaan onnistumisia ja mahdollisesti aloitetaan jo suunnittelemaan saatujen tulosten perusteella uutta kehitystyötä. Arviointivaiheessa kohdistetaan huomiota niin koko prosessiin kuin tuloksiinkin. (Ojasalo 2015, 22 – 26)

5.2 Puolistrukturoidut teemahaastattelut

Teemahaastattelussa suunnitellaan haastatteluteemat huolellisesti etukäteen. Haastattelutilanteessa kysymysten järjestys ja sanamuodot voivat vaihdella haastattelujen sisällä. Teemahaastattelussa on sallittua muokata haastattelua edellisten perusteella, mikäli näissä on ilmennyt mielenkiintoisia asioita, joita ei osattu etukäteen huomioida. (Ojasalo 2015, 41)

Tutkimukseen haastateltiin kolmen eri ammattiryhmän edustajia: koreografeja, artisteja ja välittäjäporrasta. Haastattelujen rakenne vaihteli hieman eri ammattiryhmien välillä, jotta vastauksia päästiin kuulemaan kolmesta näkökulmasta mahdollisimman monipuolisesti. Haastattelukysymykset ovat opinnäytetyön liitteenä 1.

5.3 Brainstorming workshop

Aivoriihityöskentely eli brainstorming on tunnetuin kehittämistyön yhteisöllisistä ideointimenetelmistä. Näille on tyypillistä, että tietty ihmisryhmä luo uusia näkökulmia luovuutta tukevilla menetelmillä. (Ojasalo 2015, 44) Brainstorming antaa mahdollisuuden luovaan ongelmanratkaisuun, minkä vuoksi *esivaihetta* seuraavalla *lämmittelyvaiheella* pyritään vapautumaan ennakkoluuloista, rajoitteista ja mielen häiriötekijöistä. Esivaiheessa osallistujille asetetaan ja rajataan workshopin tavoitteet, jotka kerrataan lämmittelyvaiheen lopuksi. Näitä seuraa *ideointivaihe*, jonka aikana osallistujat ideoivat vapaasti ilman perusteluja tai arviointeja. Ojasalo (2015) esittelee useita erilaisia aivoriihityöskentelymalloja, muun muassa *ideakävelymenetelmän*, jossa voidaan tilassa kierrellen tarkastella muiden aikaansaannoksia ja täydentää näistä tulevia omia ideoita, tai *8 x 8 -menetelmän*, jossa aloitetaan tarkastelu yhdestä aiheesta tai otsikosta, ja tämä kirjataan kaiken keskelle. Tästä keskiöstä aloitetaan keskustelun avulla muodostamaan kahdeksan uutta sanaa, josta jokaisen ympärille jälleen kahdeksan sanaa ja niin edelleen. Tavoitteena on syventyksen etsiä uusia suuntia ja näkökulmia alkuperäiselle sanalle. (Ojasalo 2015, 160 – 174). Tätä 8 x 8 -menetelmää käytetään myös tässä opinnäytetyössä.

5.4 Pilottihanke

Palvelut ja tuotteet ovat jatkuvassa kehityksessä, sillä mikään ei ole koskaan valmis. Näitä on vietävä rohkeasti kuluttajien testattavaksi ja huolehdittava tulosten mittaamisesta. Pilotoinnin mittausmenetelmiä ovat esimerkiksi haastattelut, havainnointi, arviointi tai esimerkiksi mysteerishoppaus. (Tuulaniemi 2011, 230 – 231) Pilotoinnilla testataan tuotteen tai palvelun toimivuutta ja sujuvuutta, jotta tätä voitaisiin kehittää mahdollisimman hyväksi asiakkaille.

Palvelutuotteiden elinkaari vaihtelee paljon riippuen tuotteen tai palvelun konseptista. Toiset uudistuvat säännöllisin aikavälein, kun taas toisten varmistettua paikkansa toimikentällään, muutokset ovat enemmänkin uudistuksia tai kehityksiä. (Tuulaniemi 2011,

230 – 231) Tällaisesta esimerkkinä voi olla Apple, joka uudistuu ja kehittää jo olemassa olevaa asemaansa, tai ravintolat, jotka uudistavat ruokalistaansa tai teemailtojaan.

Tässä opinnäytetyössä pilottihankkeen tavoitteena on tarkastella koreografin palveluiden vaikutuksia artistiin ja tarkastella erilaisia keinoja artistilähtöiseen toimintaan.

6 Tutkimuksen toteutus ja tulokset

Tässä luvussa esittelen tutkimustulokset, jotka on saatu tutkimustyön haastatteluista, workshopista sekä pilottihankkeesta. Haastateltavia oli kaiken kaikkiaan 22 henkilöä; 6 välittäjäportaan edustajaa, 7 koreografia ja 9 eri musiikkigenren artistia. Jokaisella välittäjäportaan edustajalla on mittava työkokemus erilaisten artistien sekä bändien kanssa työskentelystä. Koreografit ovat toimineet monipuolisesti niin artistien keikkasuunnittelussa, TV-esiintymisissä kuin musiikkivideoiden parissa. Artisteja on sekä alalle nousevia että alalla jopa vuosikymmeniä toimineita, ja heillä on takanaan paljon kokemusta studio työskentelyistä, erilaisista keikkalavoista ja televisioesiintymisistä.

Suurin osa haastatteluista toteutettiin kasvotusten nauhurin kanssa. Ainoastaan yhtä välittäjäportaan edustajaa sekä artistia haastattelin puhelimitse, ja yksi koreografi ja yksi artisti vastasivat sähköpostitse. Haastattelutilanteissa kirjattiin ylös aikakoodeja, jotka helpottivat myöhemmin haastattelujen purkua. Kyseiset tutkimusmenetelmät valikoituivat niillä perusteilla, ettei kyseistä aihetta ole aiemmin tutkittu, joten konkreettista tietoa löytyy toistaiseksi vain alalla toimijoilta. Kolmen eri ryhmän mielipiteiden ja näkökulmien selvittäminen oli paitsi antoisaa myös mielenkiintoista.

6.1 Koreografista apua viestin välittämiseen ja ilmaisukeinojen löytämiseen

Koreografi Reija Wäre (20.12.2017) kuvaili, että koreografista on apua erityisesti sellaiselle artistille, joka on valmis ilmaisemaan itseään liikkeellisesti, olemaan vuorovaikutuksessa yleisön kanssa tai kokeilemaan uusia ilmaisukeinoja. Agentti Jukka Varmo (8.12.2017) näki, että esiintymiseen kuuluu paljon muutakin kuin laulaminen tai soittaminen. Siinä halutaan viestittää jotakin, koskettaa jotenkin, liikuttaa jotakuta tai ilmaista jollekin. Jotkut laulajat voivat olla koskettavia esiintyessään luonnostaan, toiset yllättävät tai shokeeraavat katsojat. *"Kyllä me helpommin muistetaan, mitä ollaan nähty kuin*

kuultu”, tiivistä haastattelussa manageri Lasse Norres (14.11.2017). Artistin esitys muodostuu monesta tekijästä, joista ensisijaisin on musiikki. Kuitenkin esiintyminen tulee heti toisena, sillä se jää auditiivisen kokemuksen lisäksi visuaalisena muistiin.

Liikkuminen tai tanssiminen esityksen aikana haastaa laulajaa uudella tavalla, sillä mukaan kuvioihin astuu paitsi fyysinen kunto myös henkinen taistelutahto astua epämuakvuusalueelle, toteaa manageri Iiro Lahdenranta (6.11.2017). Moni artisti, esimerkiksi Krista Siegfriids, Antti Tuisku tai Saara Aalto ovat halunneet tuoda tanssin osaksi esityksiään omasta tahdostaan, sillä he ovat jo aiemmin joko harrastaneet tanssia tai muutoin nauttineet siitä. (Mahmoud 8.1.2017, Wäre 20.12.2017) Toiset taas kuten Benjamin ja Elias Kaskinen, ovat innostuneet tanssista vasta oman artistiudensa myötä. (Hassani 10.3.2018) Kaikki haastateltavat koreografit kokevat, ettei tausta liikunnallisuudesta vaikuta, vaan tahto ja näkemys tavoitteistaan. Koreografit ovat pystyneet haastamaan jokaista omalla tavallaan ottaen huomion heidän lähtökohtansa.

Luonnollinen esiintyminen ei tule helposti tai läheskään kaikilta. Usein kuulee sanottavan, että artistin liikkuminen on ”päälle liimattua” tai ”väkinäistä”. Tällöin esityksessä on katsojan silmissä epäonnistuttu näyttämään artistia parhaat puolet tai ilmentämään sopivaa tyyliä. (Hautala 8.11.2017) Artistit ja koreografit, jotka haluavat pysytellä nimettöminä kriittistä palautetta antaessaan entisistä kokemuksistaan, harmittelivat haastatelussa ajan puutetta, joka johtuu paitsi aikatauluista, myös rahasta. Usein suunnitelma on isompi kuin mihin aika riittää, jolloin liikkuminen voi näyttää kiusalliselta tai tuntua artistista epämuakavalta. Seurauksena on että se alkaa vaikuttamaan laulamiseen ja esiintymiseen, jolloin kaikki liikkuminen tai koreografia jätetään mieluiten pois. Luonnollisuutta täytyy ammentaa artistista ja hänen omasta brändistään. On paneuduttava tarinaan ja asetettava artisti ensisijaiseksi taiteellisen ja tuotannollisen tiimin yhteistyössä. (Halonen 20.12.2017)

Esiintymisen on täydennettävä artistin brändiä, joka ilmentää hänen edustamiaan asioita. Jokainen artisti ja bändi on erilainen ja heillä on kaikilla omat arvot, kohderyhmät sekä musiikilliset suuntauksensa. (Lahdenranta 6.11.2017) Koreografin avulla artisti voi löytää uusia tapoja ilmentää musiikkiaan ja tarinaansa sekä tuoda vahvemmin esiin omaa persoonansa ja tyyliään. Artisti Laura Voutilainen (2.11.2017) kokee tärkeäksi koreografin avun vahvistamaan artistin olemusta, habitusta ja esiintymistä sekä keskittä-

mään ilmaisun niihin asioihin, joita artisti haluaa edustaa. Koreografi voi näin toimia ulkopuolisena katsojana, joka antaa artistille tai välittäjäportaan edustajalle kannustavaa vahvistusta.

Moni artisti myös muuttaa musiikillista suuntaansa uransa aikana ja suunnanmuutoksessa tarvitaan joskus radikaalejakin muutoksia. Visuaalisuus ulkonäössä ja auditiivinen muutos voivat olla riittäviä, mutta liikekieli voi jäädä edelliseen vaiheeseen tai se voi muuttua väärään suuntaan. Ei saa unohtaa, että artistit myös kasvavat paitsi iällisesti myös ihmisinä ja heidän arvonsa ja näkemyksensä muuttuvat samalla. Näiden ilmentäminen musiikin ja esiintymisen kautta on tärkeää. (Wäre 20.12.2017)

Manageri Lasse Norres tuli haastatteluun hymyssä suin, sillä hän oli tehnyt havainnon haastattelun aihetta miettiessään, että koreografiaa on ollut ja on kaikkialla: *”Kaikki perustuu siihen miltä näyttää ja mitä tekee lavalla, eli kaikki on koreografiaa.”* (14.11.2017) The Beatlesin Ringo Starrin kapulan heitto tai pyörittely, The Shadowsin askeleet, AC/DC:n basistin ja kitaristin eteen kävely ja peruutus, Elviksen ”syntinen” lantioleike ja James Brownin jalkakikkailu, ovat vain murto-osa esimerkkejä koreografisista hetkistä. Moni näistä on muodostunut useiden kymmenien, ellei satojen keikkojen saatossa, kun ollaan todettu, että yleisö villiintyy tietystä asiasta tai bändikaverit ovat todenneet, että jokin näyttää ”mageelta”. Kuitenkin paljon asioita on suunnitellusti päätetty joko tietyn biisin kohtaan tai jopa kamerakulmaa varten. Kerrottakoon asia, josta myös Norres muistutti, että 50-luvulla bändit esiintyivät televisiossa tanssi-ohjelmissa, joissa heidät ns. upotettiin tanssivien ihmisten joukkoon. Menestyksekkäs esiintyminen televisio-ohjelmassa nosti heidän suosiotaan. (Norres 14.11.2017)

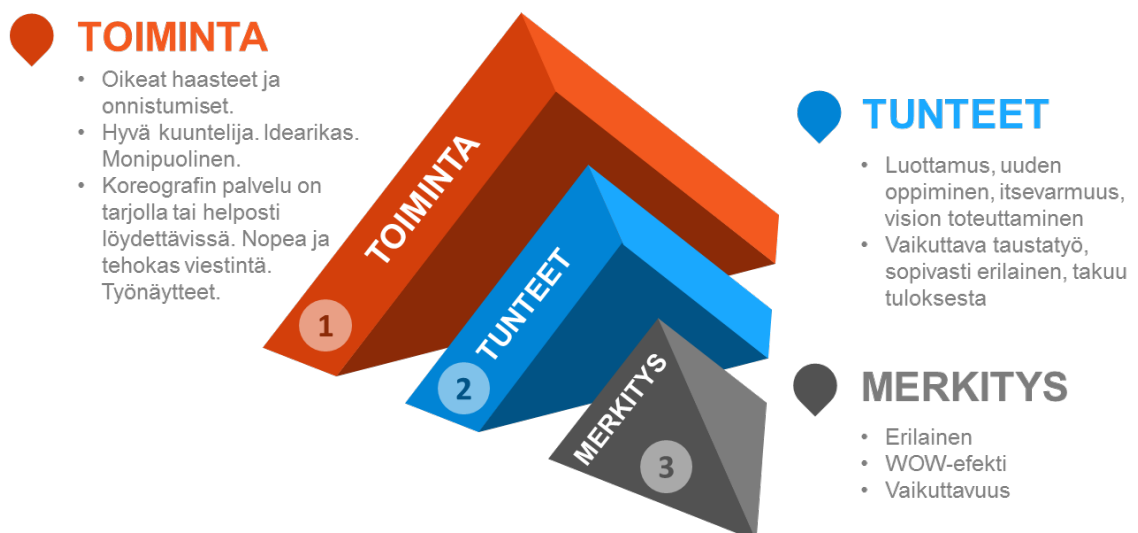
Musiikki voidaan jakaa eri genreihin. Tanssit ovat muodostuneet tietyn musiikkityylin mukaan yhteisöissä. Koreografien on vaikea keksiä enää täysin uusia tanssityylejä, joita on nyt jo kymmeniä, mutta he ovat joko erikoistuneita tiettyihin tanssilajeihin tai osaavat yhdistellä ja sekoittaa näitä. (Hassani 10.3.2017) Heistä voi siis olla iso apu paitsi tutustumaan tietyn genren liikkumistapaan ja laajentamaan sitä tai jopa rikkomaan tyylikkäästi rajoja – aivan kuin tämän päivän musiikissakin tehdään.

Monet liikkeet ja tietynlainen musiikkityylin mukainen olemus ovat aina opittua, jopa matkittua. *”Mä oon kattonu silloin joskus Yo MTV Rapsejä ja että kättä pitää heiluttaa näin ja matkinu”*, kertoo artisti Redrama (20.11.2017). Tietyt eleet ja maneerit tarttuvat suosikkiartisteilta, jolloin saatetaan kohdata ongelma oman persoonallisuuden puutteesta.

”Oman olemisen tavan löytäminen voisi olla hyödynnettävä asia koreografilta”, pohtii artisti Toni Wirtanen (6.4.2018) ja ehdottaa että koreografi voi tällaisessa tapauksessa auttaa artistia löytämään oman tapansa olla. Helposti lähdetään matkimaan paitsi esiintymistapoja myös koko ulkomuotoa, sillä etenkin nuoret haluavat niin vahvasti olla kuten tietty artisti tai bändi. (Wirtanen 6.4.2018)

Välittäjäportaan edustajat, agentit Sami Siilin ja Jukka Varmo, nostivat esille ilmiön, että näin ”halli aikakautena” yleisö on vaativampi, mutta myös artistit itse vaativat itseltään enemmän ja isompaa. Jopa kesäfestivaalien järjestäjät ovat kertoneet joutuneensa tekemään haastavia järjestelyjä, kun isoa tuotantoa ei tuo mukanaan enää vain yksi pääesiintyjä, vaan useampi viikonlopun artisteista. (Siilin 10.11.2017, Varmo 8.12.2017) Tästä päästään näkökulmaan, jossa voidaan todeta, että artisteille ei tänä päivänä enää riitä vain musiikki, vaan mukaan tulevat myös muut ns. show-efektit. Tämä ei tietenkään tarkoita, että kaikilla on mukana tanssijoita, vaan keikka pyritään suunnittelemaan vaikuttavaksi ja viihdyttäväksi kokonaisuudeksi. ”Musiikki tulee aina ensin, mutta kyllä sinne keikalle mennään nykyään viihtymään”, lausui Agentti Jukka Varmo Live Nationilta (8.12.2017).

Kuviossa 3 tarkastellaan Tuulaniemen (2011, 75) palvelumuotoilun arvon muodostumisen pyramidia koreografin palvelun arvon muodostumisen näkökulmasta pohjautuen haastatteluista saatuihin vastauksiin.



Kuvio 3. Koreografin palvelun arvon muodostumisen pyramidi (mukaillen Tuulaniemi 2011, 75)

Toimintatasolla on vastattava asiakkaan, tässä tapauksessa artistin tai välittäjäportaan edustajan, perustarpeisiin. Saaduista tuloksista voidaan keskittyä siihen, että toimintatasolla keskustellaan ensisijaisesti koreografin palvelun helposta ja kiinnostavasta saatavuudesta. Koreografin on kyettävä tarjoamaan aineetonta palvelua mahdollisimman kuvaillen ja mukaillen asiakkaalle sopivaksi, ottaen huomioon artistin edustamat arvot ja segmentit. Verrattuna kulttuurituottajan työhön palvelun suuntaaminen oikeanlaisena ja oikeaan kohteeseen painottuvat jokaisessa projektissa ja onkin tärkeää tehdä työstään mahdollisimman helposti ymmärrettävä ja saatava palvelu. Oikeanlaisilla työnäytteillä ja monipuolisella sanavarastolla on mahdollista herättää kiinnostusta palvelua kohti sekä tarjota aineetonta lopputulosta. Kulttuurituottaja samoin kuin koreografi tiedostaa paremmin, mitä hän voi tarjota ja minkälainen palvelu on hyödyllinen kyseiselle asiakkaalleen.

Tuulaniemen (2011) mukaan tunnetasolla asiakas toivoo, että juuri häntä ymmärretään ja autetaan. Palvelun tarjoajan, eli koreografin, on vastattava näihin tuntemuksiin ja mielikuviin. Omaan taustatyöhön panostaminen on merkittävää, sillä artisteja on monenlaisia, jolloin on erityisen tärkeää kohdistaa juuri oikeanlainen palvelu oikeaan paikkaan. Asiakas on saatava myös näkemään mahdollisuus oppia uutta ja vastineet, jotka hän panostuksestaan saa yhteistyön kautta. Koreografin oma työkokemus ja työnäytteet kiinnostavat. Moni onkin todennut, että nähtyään jonkun toisen esityksen, on innostunut päästä kokeilemaan itse jotain samanlaista.

Merkityksen tasolla on huomioitava kokemuksen suhde asiakkaan visioihin ja unelmiin; se, kuinka hän näkee koko prosessin henkilökohtaisella tasolla tärkeäksi ja merkittäväksi itselleen. (Tuulaniemi 2011, 75) Koreografi voi herättää esimerkiksi mielikuvia siitä millainen artisti haluaisi olla ja miltä se tuntuu, miten se vaikuttaa hänen yleisöönsä tai helpottaa hänen omaa työtään esiintyessään. Tällä tasolla on tärkeää löytää yhteinen näkemys, jota tavoitellaan. Tämän myötä lopputuloksena muodostuu aineeton ja kenties sanoin kuvaamaton merkitys yhteistyöstä. Siitä tulee arvo, jota ei voida määritellä.

6.2 Hyöty irti

Tämän tutkimuksen jokainen haastateltava koki, että koreografin palvelu voisi olla tavalla tai toisella hyödyksi ja avuksi. Artistit näkevät, että ulkopuolisesta silmästä ja koreografin taidon sekä esiintymisen ammattilaisesta on heille apua esityksen rakentamisessa ja yksityiskohtien varmistamisessa. Lisäksi heidän mielestään koreografi auttaa heitä to-

teuttamaan visioitaan ja välittämään viestejään liikekielellä. *“Koreografi antaa selkeämmän kommunikaation yleisön kanssa”*, toteaa Reija Wäre (20.12.2017), yksi Suomen menestyneimmistä koreografeista.

Artisti Laura Voutilainen (2.11.2017) kertoo, kuinka hän oppi aikoinaan lavatyöskentelyä esiintymisen kautta ja seuraamalla koreografien toimintaa ja tämän kautta esimerkiksi plaseeraamaan itseään lavalla sekä huomioimaan ja miettimään mihin itse pitäisi liikkeellisesti tähdätä suhteessa ympärillä tapahtuviin asioihin. Moni muukin artisti on huomannut, että yhteistyö on antanut heille työkaluja esimerkiksi hahmottamaan kokonaisuutta ja kehoaan tai huomata yksityiskohtien tärkeyden.

Haastatteluihin vastanneet koreografit näkevät, että yhteistyö on palkitsevaa, sillä he ovat kokeneet auttavansa artistin löytämään omia vahvuuksiaan ja antaneet sitä kautta itsevarmuutta artistille. Myös erilaisten artistien kanssa toimiminen on palkitsevaa, sillä oppimisprosessi on molemminpuolinen ja usein avaa uusia näkökulmia suuntaan ja toiseen. Artisti Laura Voutilainen on uransa aikana kokeillut useita eri koreografeja, ja yleensä muutos on tapahtunut, kun halu löytää erilaista ja uutta on saavuttanut hetkensä. (2.11.2017) Koreografi Reija Wäre kertoi artistien ottavan yhteyttä koreografiin, kun haluavat esimerkiksi vaihtaa suuntaa artistiudessaan. Tällöin on tärkeää käydä keskustelu uudesta suunnasta, näkemyksistä ja tavoitteista. (Wäre 20.12.2017)

Koreografi on myös se oikea henkilö näkemään ja löytämään oikeanlaiset tanssijat tai muut esiintyjät artistin tueksi, mikäli sellaiseen päädytään. Hänellä on yleensä paitsi kontaktit, myös kokemusta siitä, kuinka tanssijat toimivat ja mihin he kykenevät. Koreografi voi löytämillään tanssijoilla täydentää artistin kokonaisuutta lavalla ja ilmentää lisää musiikkityylin edustusta. (Wäre 20.12.2017) *”Tanssijat ovat enemmänkin tehokeino, jolla on merkityksensä ja oma tärkeä paikkansa, joka on tarkasti mietitty”*, on artisti Laura Voutilaisen näkemys asiaan. (2.11.2017)

Musiikkialan vaatimukset ovat kovat, eikä artisti voi tehdä kaikkea itse. (Geitel 10.11.2017) Tietyillä asioilla saadaan kuitenkin luotua artistille lisäarvoa. Eräs tärkeä seikka itse musiikin lisäksi on se, miten artisti kantaa itsensä ja esittää asiansa, olipa kyseessä sitten haastattelutilanne tai esiintyminen. (Keränen 6.11.2017) Manageri tai PR-vastaava voi auttaa näissä paljon, mutta koreografista voi olla apua yleisesti itsensä kantamisessa ja jopa edustavien asentojen löytämisessä. Tällaiset yksityiskohtat huomioimalla artisti saa lisää itsevarmuutta ja tukea brändilleen.

6.3 Kohti koreografia

Seuraavassa kuvassa (kuvio 4) esitellään kahden eri näkökulman palvelupolku-teoriaan pohjautuvaa mallia yhteistyöstä koreografian kanssa haastattelujen perusteella. Jokaisen haastatellun välittäjäportaan edustajan ja artistin kohdalla yhteistyö on alkanut aina ottamalla yhteyttä suoraan koreografiin: joko tiettyä koreografiaa on suositellut joku tuttava, tai haastateltu itse on nähnyt koreografian työn ja sen myötä kiinnostunut tästä. Myös kulttuurituottajan työ on useimmiten projektiluontoista ja suositusten kautta saatua. Samaa kulttuurituottajaa, samoin kuin koreografiakin, työllistetään herkemmin kun työn jälki on mieleenpainuvaa. Kukin palvelupolku on kuvailtu etenemissuunnan mukaisesti, jotta näemme miten yhteistyö on haastattelutulosten mukaan muodostunut.



Kuvio 4. Palvelupolkujen muodostuminen artistin ja välittäjäportaan näkökulmasta (mukaillen Tuulaniemi 2011, 79)

Palvelupolku kuvastaa sitä reittiä, jonka asiakas kulkee palvelun parissa. Se jaetaan eri palvelutuokioihin ja kontaktipisteisiin. (Tuulaniemi 2001, 78) Kuviosta 4 nähdään, miten artistin ja välittäjäportaan näkökulmat koreografin palvelun lähestymiseen poikkeavat toisistaan. Artisti yleensä esittää itse toiveensa työskennellä koreografin kanssa, kun taas välittäjäportaan edustaja joko kokee tarpeelliseksi hankkia kyseistä apua tai antaa artistilleen idean koreografin käytöstä. Artisti Krista Siegrids (30.10.2017) kertoi haastattelussa, että hän pyysi itse Reija Wärettä koreografiksi Euroviisut-kilpailuun. Siegrids antaa myös vapaat kädet koreografeille. Hän kertoo tiedostavansa, että vaikka on itsekin tanssinut paljon, hän ei ole kuitenkaan koreografi. Hän myös haluaisi aina kokea jotain uutta ja haastaa itseään esiintyjänä. *”Mä luotan, että koreografi keksii jotain, mikä sopii mulle ja poistaa jos jokin ei näytä hyvältä”*, Siegrids naurahtaa.

On myös sellaisia tapauksia, kun välittäjäportaan edustaja on ideoinut koreografin palvelua artistilleen, mutta se on jäänyt hieman puolitiehen artistin osalta. (Ahmad 10.11.2017) Myös omien havaintojeni mukaan tällaista tapahtuu, että välittäjäportaan edustajan aloitteesta ostetaan koreografin palvelu, mutta tiimin yhteinen toiminta jää viestinnän osalta vajaaksi, jolloin itse esityspaikassa aiheutuu ristiriitaisia tilanteita. Kohtaaminen juuri ennen lavaharjoitusta tai jopa hetkiä ennen esiintymistä luovat kireyttä ja epävarmuutta jokaiselle. Tällaisesta voi jäädä epäilyksiä tai harmitusta suuntaan, jos toiseen, joka nostaa yhteistyönkynnystä entisestään. Kuviosta 4 voidaan nähdä välittäjäportaan vaiheet palvelupolussa, siitä käy ilmi kuinka irrallisina artisti ja koreografi saattavat kulkea. Yhteistyö tapahtuu, mutta siinä ei ole kontaktipisteitä polun kulussa ennen varsinaista kohtaamista, eli yhteistyötä lavalla, tai sen jälkeen. Tällaisia tapauksia haastatteluissakin nousi vain yksittäisiä ja osapuolet ovat toivoneet pysyvänsä asian tiimoilta nimettöminä.

Seuraavassa on koottu taulukoksi (taulukko 1) haastatteluista (22 kpl) nousseet aihealueet selkeyttämään tuloksia. Kaikissa 22 haastattelussa nousi esiin kahdeksan samaa teemaa, joista jokaiseen on kirjoitettu ilmeisimmät toiveet eri toimintaryhmien näkökulmista koskien esityksen koreografian suunnittelua. Esityksen koolla ei ole merkitystä, sillä jokainen teema toteutuu tavalla tai toisella artistin, esityspaikan tai -ajan puitteissa.

Tulokset purettiin ensin värikoodeilla jokaisen haastattelu ryhmän vastauksista, jonka jälkeen ne lajiteltiin teemoittain. Näistä teemoista muodostuivat otsikot, joiden alle on haettu yhdellä tai kahdella sanalla keskeinen ajatus. (Ks. Liite 3)

Ristiriitoja teemojen sisällä löytyi eri osapuolten välillä, esimerkiksi koreografi ja artistit toivoivat selvästi enemmän aikaa yhteistyöhön, kun taas välittäjäportaan edustajat eivät näe ajanpuutetta vaan taloudelliset haasteet tai palvelun puutteet. Lisäksi esimerkiksi välittäjäportaan epävarmuus koreografian palveluiden tarpeesta eroaa koreografien toiveista palveluiden käytön kehittymisestä ja pysyvyydestä tai artistien halu oppia uutta antautumatta täysin uuden kokeilulle.

Taulukko 1. Esityksen koreografian suunnittelun toivelista

AIHEET	ARTISTI	VÄLITTÄJÄPORRAS	KOREOGRAFI
KOREOGRAFIN KÄYTÖN TRENDI	VAIHTUVA	EPÄVARMUUS TARPEESTA	TOIVOTAAN PYSYVYYTTÄ / MONIPUOLISUUDEN YMMÄRTÄMINEN
VISUAALISUUS	OHJAUKSEN TARVE	YLEISÖN VAATIMUKSET	MUKAAN SUUNNITTELUUN
KOKEILUT	UUDEN OPPIMINEN	ARTISTIVETOINEN	LUOTTAMUKSEN TARVE
AIKA	RIITTÄVÄSTI AIKAA	MAHDOLLISIMMAN NOPEASTI	LISÄÄ AIKAA
ESIINTYMISTAPA	PERSOONALLISUUS	LUONNOLLISUUS, AITOUS	ARTISTILÄHTÖINEN
KOREOGRAFIN PALVELUT	KORKEA AMMATTITAITO	HELPPOUS, SELKEYS	MONIPUOLISUUS
KOKONAISUUS	HYVÄ FIILIS	TOIMIVA LOPPUTULOS	ARTISTI NRO 1
MUSIIKKI	GENREN EHDOKSILLA	AITOUS	LÄHTÖKOHTA

6.4 Workshop: Koreografian asiakkaita

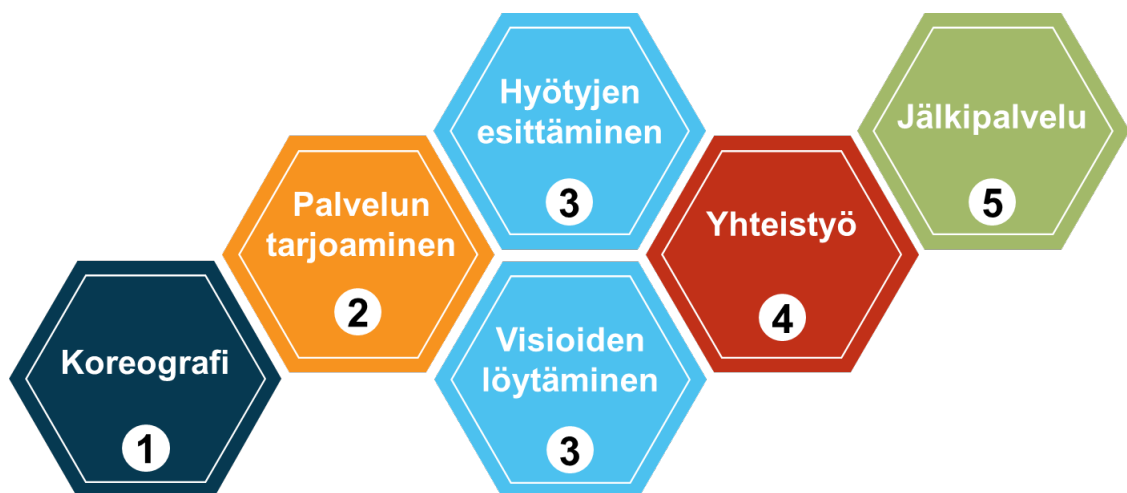
Tähän opinnäytetyöhön liittyvän workshopin järjestettiin vapaaehtoisille koreografeille rennossa ilmapiirissä 25.3.2018 Helsingissä kotioloissa. Vaihtoehtoina oli kokoontua joko jossakin helsinkiläisessä ravintolassa tai jonkun osallistujan kotona – tämä siksi, että halusin viedä osallistujat tutuista tanssisalin tiloista, jossa useimmiten on tarve ja paine luoda erilaista ja uutta muille sekä muiden arvioitavaksi. Päädyimme kokoontua

yhden osallistujan kotona. Workshopiin osallistui itseni lisäksi kolme henkilöä. He ovat tanssialalla toimivia tanssijoita ja koreografeja.

Käytimme menetelmää nimeltä 8 x 8, jossa kaikki pääsivät työskentelemään ryhmässä ja pohtimaan yhdessä vaihtoehtoja. Alkuun kerroin menetelmästä ja tämän workshopin tavoitteista, jotka olivat löytää erilaisia yhteistyötahoja ja nähdä uusia lähestymistapoja näitä kohti. Kerroin myös, että aikaa käytetään yhteensä 30 min, jonka jälkeen katsotaan mihin saakka olemme päässeet. (Liite 4)

Alkuun kirjasimme ylös isoimmat yhteistyökumppanit, joita tiedämme tai joiden kanssa olemme työskennelleet. Tästä kukin nostettiin omaksi otsikoksi ja ryhmä alkoi etsimään näille mahdollisia väyliä, kontakteja ja tarjottavia palveluita. Minä itse toimin kirjurina. Workshopin aikana täysin uusia yhteistyökumppaneita ei löytynyt, mutta tärkein havainto oli, että jokainen ihminen, jonka koreografi on tavannut, jonka hän tuntee tällä hetkellä tai jonka hän tulee tapaamaan on potentiaalinen suosittelija tai asiakas.

Seuraavassa kuviossa (kuvio 5) kuvaillaan palvelumuotoilun palvelupolun teoriaa (Tuulaniemi 2011, 79) mukaileva koreografian palvelupolku, joka rakentuu tämän workshopin sekä haastattelujen pohjalta. Tavoitteena on kuvittaa koreografian mahdollista reittiä yhteistyöhön asiakkaan kanssa, joka on tässä tutkimuksessa artisti tai välittäjäportaan edustaja.



Kuvio 5. Koreografian palvelupolku. (mukaillen Tuulaniemi 2011, 79)

Koreografin on mahdollista tarjota omia palvelujaan herättämällä alkuun kiinnostusta mahdolliselle asiakkaalle sekä ilmoittautumalla itse potentiaalisesti yhteistyökumppaniksi. Koreografin, kuten kulttuurituottajankin, on markkinoitava itseään ja osaamistaan. Workshopissa pohdittiin, että itsensä tarjoaminen yhteistyöhön on helpompaa jos voi esitellä omat taitonsa työnäytteillä ja sanallisilla taidoillaan, avata kyvykkyyttään ja toiveitaan. Koreografin palveluihin voi lukeutua, kuten luvussa 6.2. on kuvattu, esimerkiksi esiintymisopetus, tanssijoiden hankkiminen ja koordinoiminen tai koko esityksen visuaalinen tuottaminen yhdessä taiteellisen tiimin kanssa.

Workshopin aikana keskustelua nousi myös, kuinka tärkeää on jo ennen yhteistyön alkua selvittää asiakkaalle yhteistyön hyödyt, etsiä yhteisiä visioita, joita lähdetään toteuttamaan, sekä keskustella tavoitteista ja toiveista. Osallistujat myös kokivat, että yhteistyön aikana on hyvä pitää yllä yhteydenpitoa esimerkiksi välittäjäportaana edustajaan, mikäli yhteistyökuvio on alkanut sieltä päästä. Se luo luottamusta työn sujuvuuteen ja sallii toisen osapuolen irtautumisen koreografille kuuluvasta vastuusta. Lisäksi tämä edesauttaa mahdollisia tulevia työnsaantimahdollisuuksia.

Tuulaniemen (2011) mukaan palveluissa on enemmän asiakkaiden ja brändin konkreettisia kohtaamispisteitä kuin tavaroissa. Täten aineettomissa palveluissa, jollaisia myös koreografin palvelut ovat, on tärkeää ylläpitää ja syventää suhdetta asiakkaaseen. Kuten missä tahansa asiakaspalvelussa jälkipalvelu on erittäin tärkeää säilyttämään kontakti asiakkaaseen. Tulosten lisäksi asiakkaan palveleminen koko prosessin läpi voi tuoda merkityksellistä kilpailuetua, näin myös koreografille. Tuulaniemi (2011) kirjoittaa, että palveluosaaminen liittyy tekemisen kulttuuriin. Yleensä kulttuuri tarkoittaa yhteisön henkisten ja aineellisten saavutusten kokonaisuutta. Tästä syystä sitä on vaikea kopioida, vaan jokaisen on luotava ja rakennettava tämä itse. (Tuulaniemi 2011, 55.) Jokaisella koreografilla on oma tapansa toimia sekä omat vahvuudet ja liikekieli, jotka ovat koreografin oma brändi. Tämän vuoksi puskaradio-tyyppinen mainonta on tehokasta etenkin tällaisella suppealla toimikentällä, ja kuten edellisessä luvussa (6.3.) esitettiin, koreografiin otetaan aina suoraan yhteyttä. Tämä tapahtuu joka kerta suosituksen kautta.

6.5 Pilottiprojekti: Club for Five Casino Royale

Pilottiprojekti tuli mukaan tavoitteesta tarkastella käytännön tasolla tutkimuskysymyksiä. Tälle osui sopiva projekti, jossa toimin itse koreografina ja pääsin tämän kautta testaa-

maan koreografian palvelun vaikutuksia artistiin. Tämän pilottiprojektin tavoitteena oli löytää keinoja artistilähtöiseen toimintaan ja tarkastella samalla, millaisia palveluja mahdollisesti voidaan tarjota. Tässä projektissa palveluina toimivat koreografia, ohjaus, esiintymisvalmennus, tanssijoiden valinta ja kokonaisuuden hallinta. Kuten kulttuurituottaja koreografikin ovat vastuussa monesta osa-alueesta. Ennen kaikkea molempien työnkuvaan kuuluu usein kokonaisuuden hallinta.

Pilottiprojekti sai alkunsa marraskuussa 2017, kun minuun otettiin yhteyttä sekä Club For Five -yhtyeen yhden laulajan ja heidän managerinsa toimesta. He kertoivat, että keväälle 2018 on tulossa Helsingin Casinolle kahden kuukauden Bond-teemainen show and dinner -esityskokonaisuus. Meillä on aikaisemmin ollut yhteistyötä, mutten ole ollut tässä roolissa ennen. Tällä kertaa minuun otettiin suoraan yhteyttä ja kutsuttiin koreografiksi tulevaan tuotantoon.

Club For Five on suomalainen a cappella -laulu-yhtye, joka on perustettu vuonna 2000. Yhtyeen ura sai lähtölaukauksensa, kun se voitti Tampereen Sävel -yhtyelaulukilpailun vuonna 2001. Tämä ainutlaatuinen viisihenkinen kokoonpano rikkoo musiikkimaailman mielikuvia siitä, mitä kaikkea ihmisäänellä voi tehdä. Yhtye yhdistelee jazz-, pop-, rock- ja klassista musiikkia omalaatuisella tyylillään. (Club for Five 2018.)

Show and dinner sisältää neljä lyhyttä esityskokonaisuutta, jotka tapahtuvat yleisön ruokailun yhteydessä. Tilanne on hyvin erilainen esiintyjälle kuin tavallisesti, sillä yleisön esityksestä nauttimiseen vaikuttaa myös tarjoilut. Tällaisessa ympäristössä huomion kiinnittäminen ja pitäminen artistiin on haaste.

Esitykseen liittyen pidettiin yhteensä neljä suunnittelupalaveria marras – helmikuun välillä. Näissä lyötiin lukkoon aikataulut, settilistat, tanssijoiden käyttö sekä ohjaukselliset rakenteet. Projekti eteni vauhdikkaasti ja moni asia eteni suunnitelmien mukaan. Deadlineista pidettiin kiinni ja minua pidettiin hyvin ajan tasalla kaikissa asioissa. Vaikka tässä tuotannossa toimin koreografina, minulle annettiin paljon vastuuta myös esityksen kokonaisuudesta.

Palavereiden välissä pidimme tiivistä yhteyttä niin yhtyeen, puvustajan kuin valosuunnittelijan kanssa yleisen ideoimisen, lavastuksen ja puvustuksen tiimoilta. Kokosin harjoitusaikataulua sekä yhtyeen laulajille että tanssijoille ja suunnittelin koreografioita. Laadin

omat koreografiat sekä tanssijoille että yhtyeelle ja lisäksi molemmille myös yhteisiä koreografioita. Yhtyeelle koreografioiminen keskittyi tilassa liikkumiseen, kuvioiden ja asetelmien suunnitteluun sekä esiintymiseen. Tavoitteeni oli pitää esityksen kokonaisuus koossa niin, että yhtenäinen tarina kulkee koko illan läpi. Olin tietoinen yhtyeen liikunnallisista kyvyistä ja esiintymistavoista. Yhtyeen olemassa oleva lavapreesens sopii laulutapaansa lisäksi kohdeyleisölleen. He ilmoittivat haluavansa liikkua enemmän ja oppia jotain uutta omissa rajoissa. Koreografioiden suunnitteluvaiheessa otin huomioon nämä toiveet.

Ensisijaisesti halusin haastaa artisteja liikkumaan laulamisen aikana. Se on usein laulajalle vaikeaa, mutta pääosin asia johtuu kokemattomuudesta asian kanssa. Toinen asia johon halusin puuttua, oli tiettyjen tapojen ja maneerien vähentäminen yhteiskuvan rauhoittamiseksi. Jokaiselle yhtyeen laulajalle on muodostunut vuosien varrella tietyt omat tavat toimia lavalla ja keskittyessä. Kun nämä tavat alkavat ajan myötä korostua yhä vahvemmin, ne hajottavat esityksen yhtenäisyyttä ja vaikeuttavat fokuksen ohjaamista katsojalle.

Harjoitusjakso kesti kaiken kaikkiaan kolme viikkoa. Harjoitukset aloitettiin harjoituslistalla, joka vuokrattiin tanssiharjoituksia varten. Jokaiselle harjoituspäivälle valitsin kappaleet, jotka harjoitellaan. Valinnat tein sen perusteella, että aloitettiin haastavimmista, jotta laulajat ehtivät omaksua liikkeet sekä totutella laulamaan mukana. Harjoitusten edetessä myös kertailtiin aiemmin opittuja koreografioita. (Ks. liitteissä kuvat 1 – 3.) Vähitellen kokonaisuuksia vietiin ja harjoiteltiin esityspaikassa, Helsinki Casinolla Fennia salongissa. Esityspaikassa menee aina aluksi paljon aikaa siihen, että esiintyjät asetellaan tilaan. Lisäksi tarkastellaan valosuunnitelmia ja muita laulajiin liittyviä teknisiä asioita.

Tällaisessa a cappella -yhtyeen esityksessä ensisijaista oli saada äänen toistoon liittyvät asiat kuntoon. Laulajilla oli käytössä mikrofonien lisäksi erilaisia tehostepedaleja ja näihin piuhallisia mikrofoneja. Kun teknillinen puoli oli selvä, aloitettiin kävelemään paikkoja läpi kappale kerrallaan. Kun siirtymät oli saatu selvitettyä, voitiin aloittaa harjoittelemisen kappale kerrallaan laulun kanssa. Vähitellen siirryttiin isompien kokonaisuuksien harjoittelemiseen. Väleissä tarkasteltiin valosuunnittelua yksittäinen paikka kerralla tai eri tilanteiden vaihtumisen kestoja. (Ks. liitteissä kuvat 4 – 5.) Lopulta esitys nivoutui yhteen ja voitiin aloittaa ns. läpimenot, jotka tarkoittavat esityksen tekemistä läpi alusta loppuun keskeytyksettä, aluksi ilman esiintymisvaatteita ja sitten vaatteilla, jotta nähdään toimiiko

kokonaisuus (vaatteet, valot, esiintyminen, liikkeet). (Ks. liitteissä kuvat 6 – 7.) Muutoksia voidaan ja useimmiten tehdäänkin vielä viime metreillä, mutta harvoin ne ovat radikaaleja. Tässä projektissa muutokset koskivat enemmän valotilanteita, puvustusta ja tanssijoiden koreografiaa sekä pieniä paikanvaihtoja.

Kaiken kaikkiaan esityskokonaisuudessa Club for Five -yhtyeelle oli kolme kappaletta, joissa he tanssivat paljon. Muut kappaleet koostuivat pääosin paikanvaihtoista, eleistä, olemuksesta, fokuksesta sekä esiintymisestä. Alla on avattu parilla lauseella, mitä milläkin asialla on kyseisessä projektissa tarkoitettu.

Paikanvaihdot: Siirrytään tilassa, paitsi lavalla myös koko esitystilassa. Millä hetkellä siirtyminen alkaa ja on valmis.

Eleet: Biiseissä on eri tunnelma, lisäksi puvustus vaikuttaa visuaalisuuteen. Millä eleillä voidaan rakentaa lisää tunnelmaa, välittää laulun sanomaa ja korostaa esimerkiksi musiikillisia iskuja.

Olemus: Oma habitus, oleminen lavalla paitsi laulaessa, myös muuna aikana esimerkiksi toisten spiikkien aikana tai toisen soolon aikana.

Fokus: Mihin ja milloin katsotaan ja miksi. Laulajan omalla fokuksella on tärkeä rooli siinä, miten yleisöä ohjataan katsomaan tiettyyn paikkaan tietyllä hetkellä. Solistille tilan luomista katseella ja omalla kehonkielellä. Suora katsekontakti yleisöstä valikoidulle henkilölle tietyn laulun tai lauseen laulamissa.

Esiintyminen: Edellisten asioiden sitominen yhteen ja nauttiminen esiintymisestä yleisölle. Kunkin osion tunnelman ylläpitäminen ja tarinallisemman kohtauksen mielikuvat sekä omista lähtökohdista tunnetilan ammentaminen.

Itse opin projektin aikana entistä enemmän kohderyhmän tärkeydestä esitystä luodessa. Oli myös mielenkiintoista huomata kuinka pienet eleet, fokuksen muutos ja jopa liikkumattomuus voivat muodostua merkittäviksi tunnelman luojaiksi. Tietysti opettavaisinta oli työskennellä yhteen kanssa, joka on erinomainen ja vaikuttava laulussaan, mutta epävarma liikkumisessaan. Tähän suurimmalta osin vaikuttaa laulajien ikä, koreografian kokemattomuus sekä vuosien keikkailutottumuksista muodostuneet tavat. Parasta oli nähdä heidän ilmeensä ja ahaa-elämyksensä heidän huomatessaan, kuinka paljon he

kykenivät muuttumaan liikkujina ja esiintyjinä, kun mukana oli ulkopuolinen ihminen kertomassa, opettamassa, korjaamassa ja auttamassa. He ovat aikaisemmin tehneet pitkälti kaiken itse. Oli hienoa myös todistaa laulajien helpotusta, kun he saivat luovuttaa esityskokonaisuuden rakentamisen ulkopuoliselle tekijälle ja saattoivat näin keskittyä omaan pääasiaansa, eli laulujen harjoitteluun ja laulamiseen.

Esitys on ollut onnistunut, sillä palaute yleisöstä on ollut vaikuttava. Lisäksi tuottaja ja tilaaja ovat olleet tyytyväisiä lopputulokseen. Näistä paras osoitus on, että Turun Logomon Teatron johtaja kävi katsomassa esityksen ja tilasi heille marraskuulle useamman illan. Esitykset jatkuvat huhtikuun loppuun loppuunmyytyinä Helsinki Casinolla ja marraskuussa käydään vierailulla myös Turussa.

7 Kehittämissuhteet

Tässä luvussa esitellään kehittämissuhteet, jotka pohjautuvat tutkimustuloksien tietoihin. Opinnäytetyön tilaajana toimi Universal Music Group, joten nämä ehdotukset on suunnattu sille ja yleisesti välittäjäportaalle edustajille. Näitä kehityssuhteita on mahdollista tarkastella myös suoraan artistille.

Koreografia on ilmaisukeinona ennen kaikkea visuaalinen. Erityisesti uuden artistin avuksi koreografin palvelu voisi toimia erinomaisena tukena etsittäessä persoonallista esiintymistapaa, johon liittyy halutun viestin välittäminen yleisölle fyysisesti. Lisäksi on otettava huomioon, että jokainen esiintyminen voi olla erilainen riippuen tilanteista ja tilaisuuksista. On mietittävä, mitä halutaan esityksellä tuoda esiin ja kenelle esitystä tehdään. Gaalassa, kesäfestivaalilla tai TV:ssä esiintymiset ovat hyvin erilaisia keskenään. Näissä on otettava huomioon erilaiset yksityiskohdat. Samanlaisen esityksen istuttaminen sopimaan erilaisiin ympäristöihin ja myös tapahtumiin on helposti koreografin heiniä. Hänellä voi olla näkemys jo tilaan astuessa, kuinka asioita muokataan tai hän voi jo harjoitusvaiheessa rakentaa esitykseen helposti muokattavaa materiaalia ja draaman kaarta, jota artisti kykenee toteuttamaan tilasta riippumatta.

”Koreografia ja liikkuminen on aina ollut tärkeää artistin uran, imagon ja menestymisen kannalta”, täsmensi manageri Lasse Norres (14.11.2017). Tulevat ja muuttuvat trendit

vaikuttavat vahvasti musiikkimaailmaan ja tämän myötä kaikkeen mitä sen ympärillä tapahtuu. Isompien showkokonaisuuksien rakentaminen on tänä päivänä suosittua, mutta niiden tuottaminen haastavaa. Esiintyminen, liikkuminen, eleet, olemus lavalla – kaikki tämä on koreografiaa, ja jokaiseen osa-alueeseen on löydettävissä työkaluja toteuttamaan ne mahdollisimman luonnollisesti ja hyvin.

Koreografia on myös osa visuaalista kokonaisuutta, jonka tiimi yhdessä rakentaa tukemaan artistia. Intohimo ja halu olla parempi kuin muut luovat hyvää kilpa-ajattelua alalle. Myös visuaalisen tiimin, kunnianhimonsa rajoissa, on kyettävä toimimaan yhteishyvän eteen, jolloin kokonaisuus on yhtenäinen. Tällaiset onnistumiset tuovat kaivattua lisäarvoa, jota voidaan nähdä erilaisten muun muassa ehdokkuuksien ja palkintojen saavuttamisella. Näistä mainittakoon esimerkiksi Antti Tuisku Vuoden live-Emma 2016, Emma-gaalan musiikkivideoehdokkaat 2017; Robin ”Hula Hula”, Tuure Boelius ”Eikö sua hävetä”, Antti Tuisku (fear.Boyat) ”Hanuri”. (emmagaala.fi)

Vaativan yleisön miellyttämiseksi osapuolten on toimittava tiiminä, mikä tarkoittaa, että koreografi on otettava mukaan jo suunnitteluvaiheessa. Halutun vision toteuttamiseen ja sen vaalimiseen tarvitaan ulkopuolinen silmä ja ohjausta sen välittämiseen. Yhteistyö koreografian kanssa vaatii luottamuksen osoittamista juuri suunnitteluun mukaan ottamisella tai perusteellisella perehdyttämällä jo ideoituun esitykseen. Ajan riittäminen koetaan usein haasteeksi, mutta todellisuudessa tämä ei vie osapuolilta enempää aikaa. Päinvastoin aikaa saattaa jopa säästyä, kun väärinymmärrysten myötä aiheutavalta lisätyöltä vältytään. Olisi tärkeää ymmärtää ajan tarve myös uuden opettelussa. Mikään ei tapahdu hetkessä, etenkin jos asiaa ei ole aiemmin tehty tai kokeiltu. Luonnollisen esiintymisen ja liikkumisen opettelu vie kaikilla eri verran aikaa, ja mikäli sitä ei käytä kokonaan, vastaan otettu haaste ja visioitu toive jäävät helposti toteuttamatta.

Kynnystä yhteistyöhön voidaan madaltaa, kun kaikki puhuvat samaa kieltä. Aktiivinen ja rohkea viestintä sekä kommunikaatio helpottavat jokaisen osapuolen toimintaa. Mielikuvat muodostuvat helposti erilaisina jokaiselle, joten tähän voi toimia apuna erilaiset mallikuvat ja -videot. Muusikon tai artistiksi pyrkivän on luonnollista hakeutua studioäänittäjän tai miksaajan apuun, mutta koreografia kohtaan kynnys on vielä suuri. Tietenkin kaikki on musiikkilähtöistä, kun puhutaan artisteista tai bändeistä. *”Mutta keikkoihin vaikuttaa hitosti kaikki muu”*, totesi artisti Toni Wirtanen (6.4.2018). Tämä voi olla esimerkiksi juuri visuaalinen kokemus. Koreografian toimintaa pitäisi siis tuoda lähemmäksi maailmaa, jossa artistit toimivat ja nostaa tämä samalle tasolle musiikin kanssa.

Kaiken kaikkiaan elämyksellisyys, viihde sekä visuaalinen kokemus auditiivisen lisäksi ovat asioita, joihin tänä päivänä pyritään. Yhteistyöt eri tahojen kanssa edistävät artistin uraa ja luovat tämän myötä isompia kokonaisuuksia. Artisti tarvitsee varmuutta ja luottoa tiimiinsä, jossa kaikki pyrkivät tekemään parhaansa juuri hänen vuokseen. Näiden vuoksi kaikki tarvittava on otettava huomioon jo suunnitteluvaiheessa ja rakennettava tämän kautta luotettavaa suhdetta toimijoiden välillä. Tällä päästään palvelumuotoilun arvomuodostuspyramidin ytimeen.

Kaikki edellä mainitut osa-alueet on mahdollista yhdistää livetuoannossa, jolloin koreografista tulee kokonaisuuden tuottaja ja vision toteuttaja. Hän suunnittelee yhdessä artistin ja tuotannon kanssa joko yhden biisin esityksen tai kokonaisen keikan. Kummasakin projektissa on mahdollista syventyä vahvasti artistin ilmentämiin puoliin ja toiveisiin sekä kehittää häntä esiintyjänä, tanssijana tai viestin välittäjänä. Kulttuurituottajan työhön verrattuna koreografian työ on hyvin samanlaista. Kulttuurituottaja on osa tuotantoa ja tiimiä, joka toteuttaa projektin tavoitteita. Live-esiintymisen kokonaisuuteen kuuluu myös selkeä rakenne tai draaman kaari, joka kulkee koko esityksen läpi. Tässä asiassa koreografi voi toimia teatteriohjaajan tavoin tarinan luojana ja rakentajana. Hän voi myös jättää liikekielen ja eleiden avulla katsojalle asioita oman mielikuvituksen varaan tai alleviivata tiettyä sanomaa.

Koreografiin on mahdollista suhtautua samoin kuin tuottajaan esimerkiksi kulttuurituottajan työ on monelta osin samanlaista. Kumpikin henkilö hallitsee kokonaisuuksia, kykenee kommunikoimaan eri alan toimijoiden kanssa sekä on erikoistunut tiettyihin vahvuuksiin omassa työssään. Heiltä löytyy työkaluja toteuttaa visiota ja apuja löytämään sopivat henkilöt käytännön toteutukseen. Tutkimustulosten mukaan koreografi on monipuolinen apu ja hyöty niin artistille kuin välittäjäportaallekin. Tämän myötä on mahdollista todeta, että tämän palvelun käyttäminen paremman lopputuloksen saavuttamiseksi on toivottua tai jopa välttämätöntä.

8 Pohdinta

Tutkimuksen tuloksena syntyi selkeitä asiakohtia, jotka nousivat esiin kunkin osapuolen, eli artistin, välittäjäportaan ja koreografian, näkökulmasta. Kolmesta eri suunnasta aihetta

lähestyvät tahot ilmaisivat haastatteluissa tavoittelevansa samoja asioita. Kaikkien päämääränä oli vahvempi ja näyttävämpi esitys, ja kaikki painottivat kokonaisuuden tärkeyttä. Erona oli että toiset näkevät potentiaalin panostaa koreografian palveluun ja toiset eivät koe sitä ajankohtaiseksi tai tarpeelliseksi. Mielenkiintoista oli että jokainen toivoisi artistin kuitenkin olevan luonnollinen ja sanan omassa merkityksessään vaikuttava esiintyjä.

Tutkimuksesta nousseet asiat olivat suurimmalta osin odotettavissa. Eniten yllätti jokaisen osapuolen samankaltainen lähtökohta työhönsä. Jokaisella haastateltavalla musiikki on se, josta kaikki lähtee ja johon kaikki liittyy. Sen eri genret ja lainalaisuudet vaihtelevat sekä näiden sisällä tapahtuvat trendit saattavat elää. Tutustuminen näihin ideologioihin tai lainalaisuuksiin sekä mahdollisiin idoleihin helpottaa etenkin koreografien palvelun tarjoamista.

Palvelumuotoilun ja brändin yhdistävin tekijä on abstraktisuus ja aineettomuuden tarjoaminen asiakkaalle. Koreografian palvelu on aineetonta, joten se on pystyttävä myymään pelkkien mielikuvien avulla. Haastatteluissa ilmentyneet toiveet välittäjäportaalle ja artistien suunnalta koreografian palveluille olivat hyvä todennus ja apu tulevaisuudelle yhteistyöhön hakeutuville. Heidän on löydettävä oikeanlainen kommunikaatio ja sanavarasto kunkin asiakkaan kohdalla. Koreografian palvelun pitäisi olla vahvasti räätälöityä kullekin asiakkaalleen ja mahdollisesti tarjottavissa erilaisin paketein. Asiakkaan on nähtävä se visio mitä on tulossa tai asiakkaan tilaama visio on nähtävä yhdessä samassa maailmassa.

Monet artistit ja välittäjäportaalle edustajat ovat ilmaisseet arvostuksensa niitä kohtaan, jotka jaksavat satsata ja heittäytyä uusiin haasteisiin omassa esityksessään. Uuden oppiminen tai tyyllisuunnan muuttaminen vaativat aikaa, joka on usein kortilla tai rohkeus käyttää sitä jää uupumaan. Suurin syy tähän on varmasti aina taloudellinen tilanne, mutta myös saavutettavan arvon ymmärtäminen pidemmällä tähtäimellä uupuu. Uusi, vaikuttava ja mieleenpainuva nähdään hienona ja innostavana asiana; kuitenkin rohkeus tarttua toimeen vielä hieman uupuu, vaikka mahdollisuuksia olisi tarjolla.

Muutos suhtautumisessa koreografian käyttöön on ollut ajan saatossa suuri. On ollut aika, kun koreografiaa kaivattiin avuksi ja toisinaan se on koettu liian häiritseväksi tai ns. päälle liimatuksi. Tyyllilajit ja niiden mukaan esiintyminen muodostavat kuitenkin tapansa, joista syntyvä toistuva ketju luo koreografian, vaikkakin huomaamatta. Suositut Drag

Queen -esiintyjät ovat hyvä esimerkki taitavan imitoimisen voimasta. He matkivat valitsemiensa artistien ominaisia liikkeitä ja käyttäytymistä lavalla. Eleet ovat hyvin tunnistettavia, ja ne voidaan yhdistää suoraan tiettyihin artisteihin. Tällä voidaan todeta, että oma, persoonallinen tapa esiintyä ja olla lavalla on jokaiselle artistille yhtä tärkeä käyntikortti kuin muu visuaalinen ilme tai musiikilliset elementit.

Koska artistit pyrkivät tällä hetkellä toteuttamaan esityksistään isompia, erikoisempia ja hienompia kuin muut, se luo hyvää ja tervettä kilpailua tekijöiden välille. Tällaisella asenteella päästään myös Suomessa kuromaan nopeammin muiden maiden showtuotantojen laatua, sillä tekijöitä kyllä Suomessa varmasti on. Valosuunnittelijat, pyrotekniikka ja stylistit ovat jo melkein itsestään selvä välttämättömyys. Kuinka koreografit saadaan nostettua samaan pöytään suunnittelutiimin kanssa? Koreografien on itse paitsi ymmärrettävä heidän tarjoamansa hyödyt myös osattava pukea tämä sanoiksi sekä kontaktoida oikeat henkilöt oikeaan aikaan. Haastavinta asiassa on se, että keikkojen julkaisuvaiheessa yleensä kaikki on jo lyöty lukkoon. Jos koreografi taas tarjoaa palveluaan liian aikaisin se voi kadota muiden asioiden sekaan

Eriytyisen tärkeää on ollut huomata, kuinka jokaisen ryhmän jäsen kokee asiat pohjimmiltaan samalla tavoin. Koreografia ja hänen apuaan tarvitaan Suomen musiikkialalla. Yhteistyöt ovat määrällisesti selkeästi kasvaneet ja haastateltavien mukaan tulevat myös yleistymään jatkossa. Kukaan haastateltavista ei myöskään kokenut, että koreografien käyttäminen olisi vain ohimenevä trendi, vaan lähitulevaisuudessa näiden ammattilaisten monipuolisuudesta ja hyödyllisyydestä voidaan oppia alalla yhä enemmän.

Jos työ tehtäisiin uudestaan voisi miettiä tutkimusta suppeammin, esimerkiksi vain yhden osapuolen näkökulmasta. Toteutetussa tutkimuksessa osoittautui kuitenkin mielenkiintoiseksi kuulla kolmen eri tekijän äänet ja heidän kokemuksensa sekä näkemyksensä aiheesta. Mikäli tehtäisiin jatkotutkimus olisi mielenkiintoista käyttää tiettyä artistiryhmää, jonka jakaa kahteen: työskentelyä koreografien kanssa ja ei työskentelyä. Näistä saataisiin varmasti selkeämpää eroa ja konkreettista faktaa kokemuksista. Toinen tutkimus olisi kiinnostava tehdä kävijäkyselyinä tai artistien faneille. Tässä voitaisiin keskittyä analysoimaan ennako-odotuksista keikkaa kohtaan ja kokemuksia keikan jälkeen. Samassa tutkimuksessa voisi selvittää huomataanko eroa kokonaisuudessa ja ollaanko valmiita esimerkiksi maksamaan enemmän lipun hinnasta?

Tutkimuksen aikana on ollut hienoa havaita, kuinka merkittävää kulttuurituottajan koulutus on ollut ja tulee olemaan itselle koreografin työssä. Työkokemuksen myötä kehitin organisointikykyä ja budjetointitajua, vaikka itse en ajatellut vielä silloin sen olevan hyödyllistä kulttuurituottajan työssä. Tutkimuksen tekeminen osoitti paljon hyödyllisiä taitoja puolin ja toisin, mutta erityisesti kuinka selkeämmän ja ammattimaisemman kuvan taiteilija voi itsestään rakentaa kulttuurituottajan koulutuksen avulla.

Tutkimuksen tärkein saavutus on ollut mahdollisuus avata välittäjäportaana silmiä koreografin työn monipuolisuudesta ja herättää kiinnostusta koreografin tarjoamiin erilaisiin palveluihin. Tämän myötä yhteistyön kynnys toivottavasti pienenee ja koreografeja uskalletaan hyödyntää mahdollisimman paljon artistien uralla. Lisäksi on ollut mielenkiintoista kuulla millaisia toiveita välittäjäportaalla tai artistilla on koreografin palveluiden suhteen. Näitä harvoin suoraan esitetään. Tämän avulla uskon löytyvän väyliä yhteistöihin ja myös avaavan vähitellen ovia erilaisille koreografeille. Artisteja on paljon ja todella erilaisia ja uskon Suomesta löytyvän myös erilaisia koreografeja heille avuksi. Tietynlainen ammattilaisuus sekä sen kehittyminen koreografin työssä edellyttää tiettyjä ominaisuuksia, mutta työmahdollisuuksien laajentuessa toivon jokaisen löytävän itselleen sopivan paikan, mikäli alalle haluaa.

Lähteet

Club for Five 2018. [Verkkosivut] www.clubforfive.fi (luettu 15.3.2017)

Emma Gaala 2018. [Verkkosivut] www.emmagaala.fi (luettu 20.3.2017)

Grönroos C. 2001. *Palvelujen johtaminen ja markkinointi*. Helsinki: WSOY.

Grönros E.-R., 2006. *Kielitoimiston sanakirja* 1. painos. Helsinki: Kotimaisten kielten keskus.

Hedman R., Salmikunnas S. 2016. *Brändi-identiteetti brändin luomisen perustaksi, Case: Perttulan tila*. Opinnäytetyö. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Isohookana H. 2007. *Yrityksen markkinointiviestintä*. Helsinki: WSOY pro.

Jyrkkä H. toim. 2005. *Tanssintekijät. Tanssintekijät – 35 näkökulmaa koreografian työhön*. Helsinki: Like.

Jyrkkä H. toim. 2011. *Nykykoreografian jalanjäljissä – 37 tapaa tehdä tanssia*. Helsinki: Like.

Lerman L. 2014. *Hiking the Horizontal: Field Notes from a Choreographer*. Middletown CT: Wesleyan University Press.

Leskinen J. 2017. *Vientiartistin brändääminen*. Opinnäytetyö. Helsinki: Metropolia AMK.

Nurmi T., 2004. *Nyky-suomen keskeinen sanasto*. Helsinki: Gummerrus Kustannus Oy

Ojasalo K., Moilanen T., Ritalahti J. 2015. *Kehittämistyön menetelmät*. Helsinki: Sanoma Pro.

Tuulaniemi, Juha 2011. *Palvelumuotoilu*. Helsinki: Talentum Media Oy.

Universal Music Group Finland 2018. [Verkkosivut] www.universalmusic.fi (luettu 28.2.2017)

Haastattelut:

Hautala Jussi, Manager, Result Entertainment Management, Helsinki. Haastattelu. 8.11.2017.

Ahmad Roza Coco, Koreografi, Helsinki. Haastattelu 10.11.2017.

Halonen Olli, A&R Manager, Sony Music, Helsinki. Puhelinhaastattelu 20.12.2017.

Hassani Sanaz, Koreografi, Helsinki. Haastattelu 10.3.2018.

Ike, Artisti. Helsinki. Haastattelu 29.11.2017.

Ilari Hämäläinen, Artisti, Helsinki. Haastattelu 15.11.2017.

Jannika B, Artististi, Helsinki. Sähköpostihaastattelu 1.3.2017.

Jon-Jon Geitel, Artisti, Helsinki. Haastattelu 10.11.2017.

Keränen Marko, Koreografi, Helsinki. Haastattelu 6.11.2017.

Krista Siegfriids, Artisti, Helsinki. Haastattelu 30.10.2017.

Lahdenranta Iiro, Manager, Result Entertainment Management, Helsinki. Haastattelu 6.11.2017.

Laura Voutilainen, Artisti, Helsinki. Haastattelu 2.11.2017.

Mahmoud Nora, Koreografi, Helsinki. Haastattelu 8.1.2018.

Norres Lasse, Manager, Tikkurila. Haastattelu 14.11.2017.

Redrama, Artisti, Helsinki. Haastattelu 20.11.2017.

Siilin Sami, Agent, Full Steam, Helsinki. Haastattelu 10.11.2017.

Titta, Artisti, Helsinki. Puhelinhaastattelu 14.11.2017.

Toni Wirtanen, Artisti, Turku. Haastattelu 6.4.2018.

Varmo Jukka, Agent, Live Nation, Helsinki. Haastattelu 8.12.2017.

Visa Sebastian, Koreografi, Helsinki. Sähköpostihaastattelu 2.4.2018.

Vuorio Venla, Koreografi, Helsinki. Haastattelu 29.11.2017.

Wäre Reija, Koreografi, Helsinki. Haastattelu 20.12.2017.

Haastattelurunko

Koreografi:

- Kuka olet ja mitä tehnyt? Miksi sinä olet koreografi?
- Mitä kaikkea työn kuvaasi kuuluu?
- Mitä koreografi mielestäsi tekee artistille?
 - Onko kyseessä vain lavashow/ liikkeet/ jotain muuta?
- Mikä auttaa työssäsi?
- Haasteet?
- Saatko vapaat kädet?
- Mistä aloitat?
- Mikä innostaa/ innosti/ muu?
- Onko pitkä suunnitelma vai kertaluontoinen?
- Tyytyväinen lopputulokseen? Aina? Silloin tällöin?
- Mitä tarjottavaa sinulla on? Miksi olet tarpeellinen?
- Näetkö että koreografi on hyödyllinen artistille?
- Mihin kategoriaan luokittelisit koreografian budjetissa?

Artisti:

- Oletko työskennellyt koreografian kanssa?
 - Kenen ja mitä varten?
- Kertaluontoisesti? Isompi kokonaisuus?
- Millaista se on ollut?
- Mitä se on antanut? Opettanut?
- Onko siitä hyötyä vai haittaa?
- Jos saisit valita, tekisitkö uudestaan töitä koreografian kanssa?
 - Miksi? Kuinka paljon?
- Rakentaako se sinusta tietynlaista?
- Pelkäätkö leimautuvasi joksikin?
- Tuoko se lisäarvoa sinulle artistina? Millä tavoin?

Välittäjäportaan edustajat:

- Oletko käyttänyt koreografiaa jollekin artisteistasi?
- Millaiseen käyttötarkoitukseen?
- Onko pitkä suunnitelma vai kertaluontoinen?
- Tyytyväinen lopputulokseen?
- Onko yhteistyö tuonut lisäarvoa artistille?
- Koetko että koreografi on hyödyllinen teille?
- Näetkö että koreografi on hyödyllinen artistille?
- Mihin kategoriaan luokittelisit koreografian budjetissa?
- Vaikuttaako artistin brändiin?
- Mistä artisti muistetaan?
- Vaikuttaako myyntiin?

Pilottiprojekti: Club for Five Casino Royale



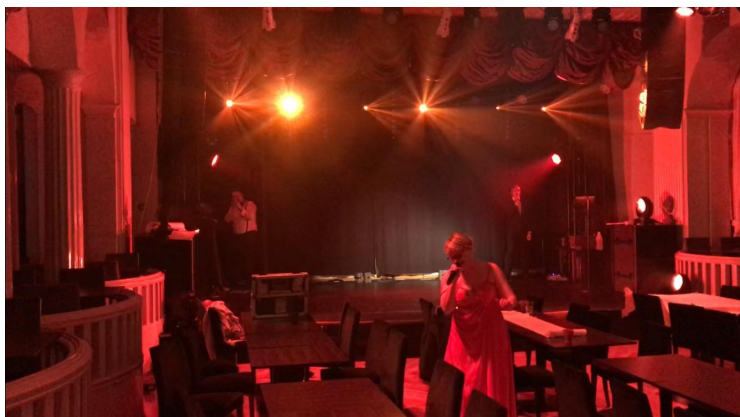
Kuva 1. Harjoitukset salissa.



Kuva 2. Harjoitukset salissa.



Kuva 3. Harjoitukset esityspaikassa.



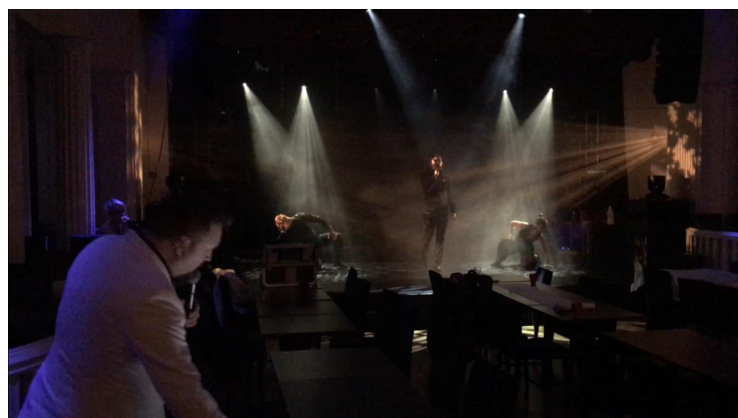
Kuva 4. Tilassa liikkuminen ja valotilanteiden tarkistus.



Kuva 5. Valotilanteiden rakentaminen.

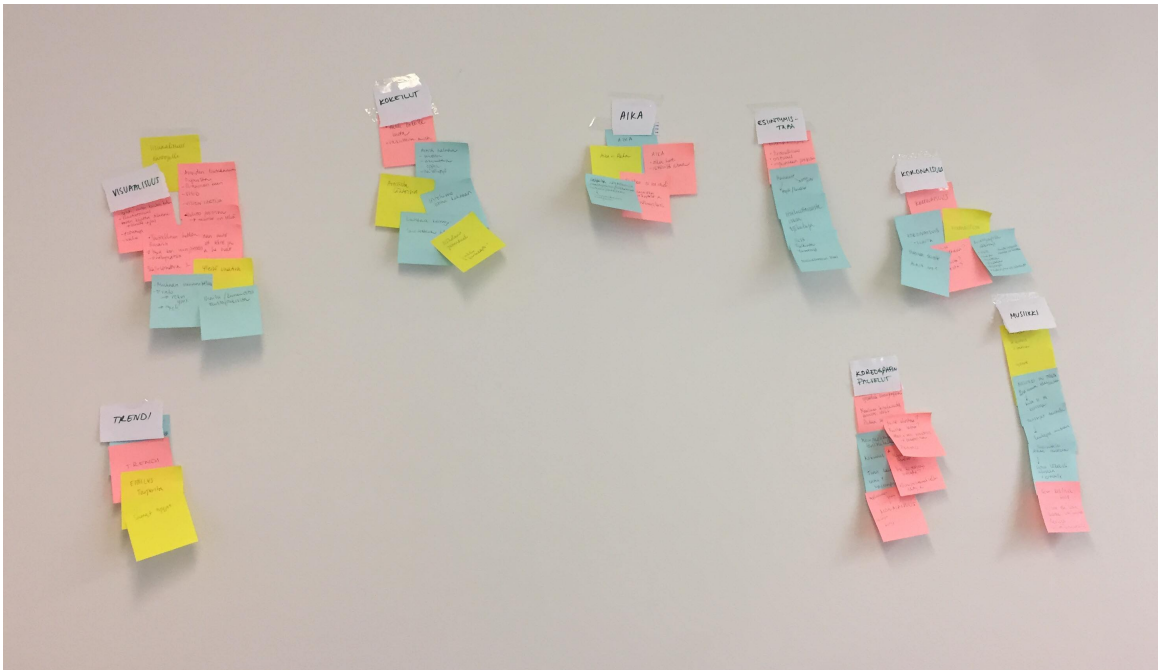


Kuva 6. Läpimeno.



Kuva 7. Läpimeno.

Haastatteluvastausten purku ja teemoittaminen



Kuva 4 Vaihe 1. Vastaukset värikoodeiksi ja otsikoiden alle. Keltaiset – välittäjäporras, pinkki – koreografit, sininen – artistit.

ESITYKSEN KOREOGRAFIAN SUUNNITTELUUN TOIVELISTA

	ARTISTIT	VÄLIT.	KOREOGK.
TRENDI	VAIHTUVA	YLEISÖN EPÄILYS	PYSYVYYS
VISUAALIS.	OHJAUS	YLEISÖN VAATIMUKSET	MUKAAN SUUNNITTELUUN
KOKEILUT	UUDEN OPPIMINEN	ARTISTI-VETINEN	LUOTTAMUKSEN TARVE
AIKA	RIITTÄVÄSTI AIKAA	MAHD. MAHD. NOPEASTI	LISÄÄ AIKAA
ESIIINTYMISTAPA	PERSOONALLISUUS	—	KINNOSTAVA SHOW
OR PALVELUT	KORKEA AMMATTITAITO	OSTAJA	KUTSU-VIERAS
OKONAISUUS	FIILIS	LOPPU- LOPPU-TULOS	KORKEA ARTISTI NRO 1
SIIKKI	GENREN EHDOLLWA	AITOUS	LÄHTÖ-KONTA

Kuva 5 Vaihe 2. Purku taulukkomuotoon.

Workshop: 8 x 8 -menetelmän tulokset

mainos- kaivot	mainokset TV	mainokset netti/ lehti		teemaböiden järjestäminen	tanssiyhtymät	musandeot	kuikat	esiintyminen
brändit	MAINOSTOIMISTOT	promo		LAIVAT	istely-/ vähdepaallit	TV-esiintymiset	ARTISTIT	kokonaissuuren suunnittelu
	virkuimpvat				matkustajien tanssiyhtymien	liikunnalli- suus	Promokuvat	Itsevarmuus
	taide-elokuvat	tanssielokuvat	Mainostoimistot	laivat	ARTISTIT	tapakunnan suatit	esitysten suunnittelu	tunneksen luominen
	ELOKUVA	ohjaajan apu	elokuvia	*KOREOGRAFI	* Tapakunta- tuottajat		TAPAHTUMA- TUOTTAJAT	kontaktit
		massojen asemominen, luottaminen	TV	Yksityiset	Managerit			FlashMob
musiikki- ohjelmat	rock tanssiohjelmat	kipailuohjelmat		enluset juhlat	koat	artistien esiintyminen	kaikan suunnittelu	kierteen, suunnittelu
uutiset	TV	videoit esitykset		YKSITYISET	polttant	yhteisto (tanssijoiden) bookkaus	MANAGERIT	ideaattia
virkuimpvat					Firmit			