



RAKKAUSROCK

Ideasta tuotteeksi

Lars Carlson

Opinnäytetyö
Huhtikuu 2011
Viestinnän koulutusohjelma
Digitaalisen äänen ja kaupallisen
musiikin suuntatumisvaihtoehto
Tampereen ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Viestinnän koulutusohjelma
Digitaalisen äänen ja kaupallisen musiikin suuntautumisvaihtoehto

LARS CARLSON
Rakkausrock- Ideasta tuotteeksi

Opinnäytetyö 57 s., Liitteet 7 s.
Huhtikuu 2011

Tämän näyttötyön tarkoituksena on tuoda esiin ajatuksia ja esitellä lainalaisuuksia liittyen yhteen musiikintuotantoprojektiin, sen eri osa-alueisiin ja työvaiheisiin kun pyritään ideasta tuotteeksi. Teemana on musiikillisen idean tuotteistaminen yrityksen näkökulmasta. Tämä näyttötyö on selvitys työvaiheista, joita kävin läpi tuottaessani yritykseni kanssa Mustalintu-yhtyeen albumin ja luodessani sen ympärille visuaalisen ja temaattisen imagon. Ohessa kerron sekä idean kehittämisestä että yhteistyökumppanien merkityksestä tuotteistamisprosessissa. Työn edetessä käyn läpi musiikillista ja teknistä termistöä jota studioympäristössä joutuu yhteistyötilanteissa käyttämään.

Pohdin opinnäytetyössäni audioteknistä tuotantoprosessia tuotteistamisen ja kulutushyödykkeen näkökulmasta ideasta aina valmiiseen myytävään tuotteeseen asti. Olennaista on, että harjaantunut tekninen toteutuskyky ja ammattitaito ovat olemassa laitteiston ja työkalujen maksimaalisen ymmärtämisen ja hyödyn saavuttamiseksi. Työssäni esittelen kaikki tuotannon vaiheet, joita Rakkausrock konseptin luomisessa on käyty läpi tuotekehittelyn ohessa. Liitteenä on kolmen julkaisun audiotallenteet ja grafiikat sekä linkit yrityksen nettisivuihin ja promovideoon, jotka ovat osana tätä tuotekehittelyä.

Asiasanat: esituotanto, tuottaminen, imago, tuotekehittely, markkinointi, yrittäminen

ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Media
Digital Sound and Commercial Music

LARS CARLSON:

Loverock- From an Idea to the Finished Product
Bachelor's thesis 57 pages, appendices 7 pages
April 2011

As my graduation project I produced a full-length album and the visual image for the concept Loverock. The main focus is on its product, the band called Mustalintu. In this thesis I explain the different stages of the production work, the creation of a commercial and competitive product for the modern music industry market, from the company's point of view. The production process consists of pre-production, recording, mixing and mastering of an album, and goes through the website and visual image design to the marketing and sales of the final product. For this thesis I chose 3 songs from the audio production, a music video and the company website with promotional graphics in order to introduce the visual output.

My objective was to create a concept of technically well-produced music product with both commercial and quality values. In my thesis I explain the different stages, from pre-production to the marketing and sales of the final product. The subject has been divided into various distinct topics in order to give a wider view of the production process. During this process I worked as a production manager and played the role of a present-day music producer, from both the technical and the artistic point of view. During the process I was responsible for the creative material, as for the publishing and the production.

Key words: Pre-production, image, music production, marketing, entrepreneurship

SISÄLLYSLUETTELO

| | |
|--|----|
| JOHDANTO..... | 5 |
| 2 VIITEKEHYS..... | 6 |
| 2.1 Rakkausrock..... | 7 |
| 2.2 Mustalintu-yhtye..... | 8 |
| 2.3 Musiikkimaku- studio..... | 9 |
| 3 ÄÄNITTEEN ESITUOTANTO..... | 10 |
| 3.1 Työnjako ja vastuualueet..... | 11 |
| 3.2 Esituotanto..... | 12 |
| 3.2.1 Lauluntekeminen..... | 12 |
| 3.2.2 Sävellys..... | 13 |
| 3.2.3 Sanoitus..... | 17 |
| 3.2.4 Sovitus..... | 19 |
| 3.3 Audiotekninen tuotantoprosessi..... | 20 |
| 3.3.1 Äänittäminen..... | 20 |
| 3.3.2 Miksaaminen..... | 23 |
| 3.3.3 Masterointi..... | 25 |
| 4 IMAGON LUOMINEN..... | 27 |
| 4.1 Imagon merkitys..... | 27 |
| 4.2 Singlejulkaisut..... | 28 |
| 4.3 Valokuvat..... | 29 |
| 4.4 Graafinen ilme ja logo..... | 30 |
| 4.5 On Tää Rakkautta Nyt- musiikkivideo..... | 31 |
| 4.6 Internet..... | 33 |
| 4.6.1 Rakkausrock.fi..... | 34 |
| 4.6.2 Sopusointu.fi..... | 34 |
| 5 MARKKINOINTI JA KAUPALLINEN HYÖDYNTÄMINEN..... | 36 |
| 5.1 Liiketoimintasuunnitelma..... | 36 |
| 5.2 Markkinointisuunnitelma..... | 37 |
| 5.3 Yhteistyökumppanit..... | 38 |
| 5.4 Markkinointitoimenpiteet..... | 39 |
| 5.5 Tekijänoikeuskorvaukset..... | 41 |
| 5.5.1 Teosto..... | 42 |
| 5.5.2 Gramex..... | 42 |
| 5.6 Tekijänoikeudet ja sopimukset..... | 43 |
| 5.7 Yhteistuotantosopimus..... | 43 |
| 6 YHTEENVETO..... | 45 |
| LÄHTEET..... | 47 |
| LIITTEET..... | 49 |

1 JOHDANTO

Ideasta tuotteeksi on selvitys niistä toimenpiteistä ja realiteeteista, joita olen tuotantoprosessissani ottanut huomioon. Kyseisen tuotteen suunnittelu sisällöntuotannon puolesta on alkanut jo useita vuosia sitten. Työskentelin päivittäin oppisopimuksella äänittäjänä ja opiskelin Stadiassa Helsingin AMK:ssa vuosina 2002-2006. Toimiminen alalla vuosien ajan sekä tuotantopuolella että esiintyvänä artistina, on avannut ovia ymmärtämään bisneksessä olevia realiteetteja. Perusteellinen pohjatyö harjoittelun myötä ja kouluttautuminen valtavan tiedonjanon sammuttamiseksi ovat olleet perustana nyt toimivalle yritykselle ja sen jatkuvalla tuotekehitykselle.

Tässä työssä ei perehdytä pelkästään teknisiin yksityiskohtiin tai analysoida biisinkirjoittamista kaikista mahdollisista näkökulmista. Tämä ei ole syväluotaava analyysi äänittämisen saloista tai ekvalisaattorin toimintaperiaatteista. Oletuksena on, että audiostudiotekniikka ja sen työkalut eivät ole vieraita. Lopputyöni tarkoitus on valaista kuinka yksi yritys, suomenkielinen yhtye ja muusikko on rakentanut toimeentulonsa äärimmäisen kovasti kilpaillussa muuttuvassa musiikkibisnesmaailmassa.

Työni tarkoitus on avustaa kokonaiskuvan hahmottamisessa ja auttaa näkemään tuotannon eri osa-alueet itsenäisinä, erillisinä palapelin osina, jotka ovat välttämättömiä askelia kohti päämäärää. On tärkeää huomata yhden tuotantovaiheen pienuus ja merkittävyys samassa kontekstissa. Kaupallisessa musiikintuotannossa tulee pyrkiä valmiiseen, myytävään tuotepakettiin. Musiikintuottajana olen pyrkinyt luomaan tarjontaa ja annan yleisön luoda lisää kysyntää tarjoamalla sisältöä heille.

Tässä päättötyössä käydään läpi erilaisia osa-alueita, joita olen joutunut ottamaan huomioon kaupallista ideaa ja työtä toteuttaessani. Tämä projektityö kertoo erään musiikintuotantoprojektin tarinan. Tämä on analyysi yhden idean tuotteistamisesta.

2 VIITEKEHYS

2.1 Rakkausrock

Kaupallinen idea vaatii konkretian. Konkretia syntyy sisällöstä. Sisällöllä on oltava muoto ja muodon luo tekijä. Tekijällä on nimi ja yritys tarvitsee nimen. Yritys tarvitsee tuotteen ja tuote merkin. Tässä tapauksessa tuotetta ja sen sisältöä kuvaa parhaiten yrityksen nimi “Rakkausrock”. Rakkausrock- sisällöntuotannon osa-alueita ovat äänitetuotanto, imagonrakennus ja ohjelmamyynti sekä valmiiden tuotteiden myyminen erilaisiin käyttöyhteyksiin.

Rakkausrock-konsepti syntyi ideasta tuotteistaa suomenkielinen, pop-musiikkia esittävä yhtye ja sen sisällöntuotanto. Konseptina Rakkausrock on iskelmä-, pop- ja rock-musiikin sulatusuuni, jonka kohdeyleisönä on pääosin aikuisväestö. Kohderyhmäajattelu on koko yritystoiminnan markkinoinnin peruskäsitteitä. Tällä tarkoitetaan tiettyä ydinryhmää, jolle tuotetta tarjotaan ja jonka ympärille alkaa kehittyä laajempi kuuntelija- ja asiakaskunta.

Sama nimi toimii myös kaupallisen toiminnan tuotemerkinä, nettisivujen osoitteena ja oheistuotteiden symbolina. Sen pääasiallinen funktio on tuottaa viihdesisältöä asiakkaille, joita ovat toiset viihdealan yritykset ja aikuiset musiikinkuluttajat. Sen on tarkoitus kuvata yrityksen toimialaa ja olla sen tuotemerkki. Tuotemerkin tehtävä on luoda positiivinen vaikutus vastaanottajaan. Tuotemerkin tulisi iskostua mieleen kun sen näkee tai kuulee. Parhaimmillaan se on konkreettinen osa tuotetta. Tuote on mielikuva ja mielikuva tässä tapauksessa on tuotteen kaikkien osa-alueiden luoma illuusio.

Sanoissa RAKKAUS ja ROCK on molemmissa vahva symbolinen lataus. Rakkaus-sana mielletään varsin voimakkaasti myönteiseksi, äärimmäiseksi tavoitteeksi. Tavoitteeksi, johon lähes kaikki ihmiset pyrkivät toiminnallaan tavalla tai toisella. Rock-sana taas edustaa laajaa kirjoa mielikuvien maailmassa. Siihen liitetään usein mielikuvia vaarasta ja äärimmäisestä elämäntyylistä. ROCK-sana viestii vastaanottajalleen sisällön olevan sidoksissa musiikkiin ja erilaisiin tarinoihin sen värikkästä historiasta. Se asettaa tuotteen samaan lähtötilanteeseen laajassa skaalassa olemassaolevia ilmiöitä ja

tarinoita. Se myös luo odotuksia ja rajaa imagon ja sisällöntuotannon tietyn genren ääripäihin. On vaikea määritellä etukäteen, onko sana hyvä vai huono mielikuvamarkkinoinnin kannalta. Tärkeää on, että se on sidoksissa saumattomasti tuotteen. Sen laajimmat merkitykset ovat tehokkuus mielikuvana ja yhteensopivuus liikeidean tarjoamaan sisältöön.

RAKKAUS on tuotemerkissä symboli hyvästä ja ROCK taas mielletään symbolisoimaan elämäntapaa, tuntematonta tai vaaraa ja uhkaa. Nimessä voidaan nähdä kahden eri sanan luoma vastakohtaisuus. Nämä sanat yhdessä muodostavat uuden dualistisen merkityksen, RAKKAUSROCK.

”Rekisteröinti kaupparekisteriin on helpoin tapa saada yksinoikeus toiminimeen. Kahta samanlaista nimeä ei rekisteröidä. Ei myöskään nimiä, jotka toimivat samankaltaisella alalla, ja jotka ovat niin samanlaiset, että ne ovat sekoitettavissa toisiinsa. Yksinoikeus tarkoittaa, ettei toinen elinkeinonharjoittaja saa Suomessa käyttää rekisteröityyn toiminimeen sekoitettavissa olevaa toiminimeä, ellei näytetä, ettei tästä aiheudu vahinkoa. Kaupparekisteriin merkityn ja asianmukaisesti kuulutetun seikan katsotaan olevan yleisessä tiedossa.” (Patentti- ja rekisterihallitus 2011.) Rakkausrock on kaupparekisteriin rekisteröity yrityksen nimi.

”Ennen rekisteröintiä Patentti- ja rekisterihallitus (PRH) tutkii ehdotetun nimen rekisteröitävyyden. Toiminimilain mukaan yrityksen nimen on oltava yksilöivä ja erottauduttava aikaisemmista nimistä. Yrityksen nimi ei saa olla sekoitettavissa aiemmin rekisteröityyn tai vireille tulleeseen toiminimeen tai tavaramerkkiin. Rekisteröivyyttä tutkittaessa otetaan huomioon nimen kirjoitusasu, ääntäminen ja yrityksen toimiala.” (Patentti- ja rekisterihallitus 2011.)

2.2 Mustalintu- yhtye

Jotta Rakkausrock- konsepti saataisiin toimimaan maksimaalisesti, siihen piti liittää esittäjä. Tässä tapauksessa Mustalintu-yhtye. Yhtye toimii sosiaalisessa vuorovaikutuksessa ihmisten parissa ja antaa ilmiölle kasvot. Yhtye tai esittäjä on se se osa-alue tuotteesta, joka menee henkilön luo ja konkretisoi mielikuvan.



Kuva 1. Mustalintu-yhtye

Mustalintu-yhtye on toiminut aktiivisesti keikkailevana ja esiintyvänä yhtyeenä jo kymmenen vuotta. Voidaankin ajatella, että Mustalintu-yhtyeen kaupallinen hyödyntäminen on seurausta jo paikallisesti menestyneestä ja kysyntää herättäneestä toiminnasta. Ensimmäiset myydyt esiintymiset on tehty vuonna 2002. Alkuaikojen toiminta vuosina 2002-2009 on ollut esitys- ja ohjelmamyynä painottuvaa ja sen näkyvyys ja kuuluvuus ovat olleet paikallisia eikä yhtyettä ole aikaisemmin markkinoitu sähköisesti. Elinkeinon ja sen muodon, musiikintuotannon, näkökulmasta toiminnan oli siirryttävä seuraavalle tasolle jatkuvuuden varmistamiseksi.

2.3 Musiikkimaku- studio

Kaikki tuotannon audiomateriaali on äänitetty Musiikkimaku-yhtiön tiloissa. Käytössä on modernia äänitystekniikkaa Pro Tools ohjelmistolla ja laaja kirjo erilaisia mikrofoneja ja soittimia. (LIITE 6)

Studion omistaja Mikko Poijärvi on itse suunnitellut ja rakentanut studion akustoinnin. Äänitystilassa on neljä erillistä huonetta, joista yksi toimii laulukoppina ja kaksi muuta soittotiloina sekä neljäs tarkkaamona. Studion sijainti Paimiossa, noin puolentoista tunnin ajomatkan päässä Helsingistä, on rajannut studion käyttöä projektissamme niin, että tuotantosessiot ovat edenneet vaihteittain pienissä ajanjaksoissa kerrallaan. Mustalintu toimii aktiivisesti pääkaupunkiseudulla ja tästä syystä tuotannon suunnittelussa on otettu tehokas ajankäyttö mahdollisimman hyvin huomioon. Tyypillinen tuotantosessio tässä projektissa on ollut noin kolmen päivän mittainen jakso, jossa yleensä äänitetään uusi kappale ja miksataan aikaisempia tuotoksia.



Kuva 2. Musiikkimaku Tuotanto- tarkkaamo

3 ÄÄNITTEEN ESITUOTANTO

Tallenneteollisuus on teknologian kehityksen vuoksi käynyt melkoisen murroksen (Karhumaa- Lehtman- Nikula 2010, 47). Vaikka musiikkia pystytäänkin tänä päivänä pakkaamaan aikaisempaa useampiin formaatteihin, on aihetta silti lähestyttävä perinteisen äänilevyn (CD:n) tuotannon näkökulmasta. Tallenneteollisuudessa on kuitenkin aina kysymys samoista lainalaisuuksista. Hyödyntämismahdollisuuksien kasvussakin on lopuksi kysymys kantatallenteen eli masternauhan käyttämisestä. (Karhumaa ym. 2010, 47.)

Silja Suntolan (2004, 37) sanoin tuotantoprojektin suunnittelu ja toteuttaminen on pitkä prosessi, jonka lopputulos on lukemattomien pienempien ja isompien asioiden summa. Itse äänitysprosessi on vain yksi pieni osa tätä kokonaisuutta ja lopputulos on aina vain niin hyvä kuin sen heikoin yksittäinen linkki (Suntola 2004, 37).

Kun tallentamista varten luodut teokset on käsikirjoitettu eli sävelletty ja sanoitettu, tulee viimeistään aika hankkia äänityöpaja. Tässä tapauksessa yhteistyökumppaniksi tarvittiin äänitysstudio. Tämä löytyi Paimiosta: musiikintuotantoyhtiö Musiikkimaku. Työnjako muodostui nopeasti varsin selkeäksi. Koko tuotantoprosessia silmälläpitäen projektin eteneminen noudattaa käytännössä yhteistoimintasopimusmallia.

“Yhteistoimintasopimuksessa toisena osapuolena on artistin oma yhtiö. Yksityishenkilöiden välillä tällaisia sopimuksia ei solmita. Ideana on se, että osapuolet sijoittavat hankkeeseen sopimuksessa määrätyn summan, eli tässä tilanteessa osallistuvat äänitteen tuotanto-, markkinointi- ja jakelukustannuksiin. Erona mastersopimukseen on se, että yhteistoimintasopimuksessa artisti osallistuu yleensä myös promootio- ja markkinointikustannuksiin. Tyypillistä on myös se, että masternauhat ja muut fyysiset tuotteet ovat osapuolten yhteisomistuksessa. Vastuut ja osuudet määräytyvät yleensä sen pääluvun mukaan, millä osapuolet ovat hankkeessa mukana.” (Karhumaa ym. 2010, 50.)

3.1 Työnjako ja vastuualueet

Työnjako etenee seuraavasti: Musiikkimaku hoitaa yhteistuotannossa mekanisoinnin ja kustannusyhtiöni hoitaa teosten sävelet ja sanat. Lisäksi soitan pääosin kaikki instrumentit ja jaan lauluosuuksia yhtyeen toisen osapuolen kanssa, jonka teososuuksia mekanisoitiin levyille myös. Musiikkimaku tuotantoyhtiönä hoitaa päävastuun tallenteen miksauksesta yhteistyössä yritykseni kanssa. Valmiiksi tuotettujen teosten sovitusosuudet jaetaan kolmeen osaan, esityskorvaukset taas Gramexin jakosäännön mukaan. Rakkausrock-yrityksen rooli projektissa on siis pääosin taiteellinen ja tekninen että taloudellinen tuottaminen. Tallennetuotantoa kannattaa tarkastella sekä tuotannollisena että liiketoiminnallisena ilmiönä.

Karhumaa ym. (2010, 51) kirjoittaa, että prosessi käynnistyy tallenteen taiteellisen tuottajan valinnalla tilanteessa, jossa teosvalinnat ovat selvillä tai ainakin lähestulkoon selvillä. Yleensä taiteellisen tuottajan vastuulla on äänityksissä tarvittavan henkilöstön rekrytointi. Taiteellinen tuottaja puolestaan on vastuussa toimistaan tallenteen taloudelliselle tuottajalle tuotantobudjetin asettamissa rajoissa. Liiketoiminnallisesti ja vastuullisesti prosessi käynnistyy tallenteen taloudellisesta toteutuksesta vastaavan tuottajan aloitteesta. Taloudellinen tuottaja vastaa taiteellisen tuottajan, studion sekä tuotantohenkilökunnan palkkioista ja muista sovituista ja lakimääräisistä kustannuksista, kuten mekanisointikorvauksista. Taloudellinen ja taiteellinen tuottaja voi olla sama henkilö tai taho. Jaottelu on esitystekninen. (Karhumaa ym. 2010, 51.)

Nykypäivän musiikkituottajalta vaaditaan monien eri osa-alueiden hallintaa. Silja Suntolan mielestä tuottajan roolia levytyksessä voisikin luonnehtia musiikillisena ohjaamisena, johon kuuluu sekä teknisen toteutuksen, että taiteellisen sisällön hahmottaminen kokonaisuudessa (Suntola 2004, 37). Joonas Kuisma pohtii tuottajan roolia niin, että tuottajan ei kuitenkaan tulisi olla pelkkä ammattimuusikko, sillä menestyäkseen hänellä täytyy olla vankka ymmärrys musiikin tuotteistamisesta, kaupallisuutta ja ylipäänsä bisnespuolta kohtaan. Tuottajan täytyy tietää, ”mikä myy”, mutta se ei saa täysin latistaa hänen tai asiakkaiden musiikillisia ideoita ja pyrkimyksiä. (Kuisma 2007, 42.)

Mustalinnun audiotuotannossa on pyritty ottamaan huomioon sisällön kilpailukykyisyys muiden nykyaikaisten populaarimusiikkituotantojen kanssa. Ensiksi tähän vaaditaan laadukas äänitystila, laitteisto ja ennen kaikkea ammattitaitoinen työryhmä. Ennenkuin on materiaalia mitä äänittää, tarvitaan teoksia. Teos on koko alan ydinehto ja liikkeelle sysäävä voima, jonka ympärille koko toiminta perustuu. Äänitteen tekeminen alkaa esituotannosta.

3.2 Esituotanto

“Esituotanto on työvaihe, joka nimensä mukaisesti tapahtuu ennen varsinaista tuotantoa. Siihen kuuluu mm. taltioitavien teosten valitseminen, niihin perehtyminen ja niiden työstäminen lopulliseen muotoonsa (sävellysten, sanoitusten ja varsinkin sovitusten hiominen), mahdollisten esituotantodemojen/sessiopohjien tekeminen sekä tietysti artistien harjoittaminen. Lyhyesti sanottuna esituotanto on valmistautumista studiotyöskentelyä varten.” (Ahokas, Frisk, Hyvönen, Jaakonmaa, Nieminen, Nikula & Pesonen 2004, 187.)

Suurta osaa Mustalintu-yhtyeen äänitetuotannon kappaleista on tehty vuosien ajan. Esimerkiksi valtakunnalliseen radiosoittoon päätyneen ”Jääsydän” biisin ensimmäiset versiot ovat vuodelta 2004. Toki tapoja tehdä lauluja on niin monta kuin on tekijöitä, mutta on tärkeä ymmärtää, miten yhtä ideaa voidaan taivuttaa useampaan eri formaattiin. Alunperin duurivoittoinen ja vieraskielinen biisi, voi olla tuotantoprosessin jälkeen täysin erilainen kokonaisuus. Musiikintuottajan tärkeimpiä tehtäviä onkin hahmottaa isompaa kuvaa ja pyrkiä luomaan sisältöä tilanteeseen sopivaan muotoon, formaattiin. Alla on havaintoja ja ajatuksia siitä, miten itse hahmotan biisinkirjoittamista ja mitä otan huomioon teoksia tehdessäni.

3.2.1 Laulun tekeminen

Laulun tekeminen on varsin yksilöllistä työtä. Työtapoja on varmasti niin monia kuin on tekijöitäkin, mutta joitakin yleistyksiä voidaan kuitenkin tuoda esille. Biisi voi olla kuin laulettu runo tai se voi olla pelkkä sävellys. Yhtä hyvin se voi olla monimutkainen eri-

laisten osien muodostama kokonaisuus, eikä siinä ei välttämättä tarvitse olla selkeää rakennetta.

“Yleensä musiikiksi kutsutaan monimutkaista äänten suhdetta, josta voidaan erottaa rytmi, melodia ja harmonia. Musiikki eli säveltaide on ihmisen kulttuurille ominainen ääneen perustuva taiteen ja viestinnän muoto. Se koostuu äänistä, jotka tuottavat kuulijalleen miellyttävän kokemuksen. Lisäksi ihmisäänellä tuotetulla musiikilla, laululla, voi olla muitakin tarkoituspäisiä kuin taiteellisuus tai miellyttäminen. Musiikki rakentuu kahdesta peruselementistä, äänestä ja rytmistä. Näiden ohella musiikillisessa taideteoksessa tärkeimmin vaikuttavat dynamiikka ja rakenne.” (Wikipedia 2011, Musiikki.)

Populaarimusiikin tutkimuksessa voidaan tunnistaa monia kappaleelle tyypillisiä piirteitä. Länsimaisessa musiikissa viestintätekniikan leviämisen ja yleistymisen myötä siihen on sekoittunut aineksia kaikkialta maailmasta. Varsinainen kansanmusiikki taas on paikallista ja hyvin kulttuurisidonnaista, perustuen perinteisiin soittimiin ja kansanhistoriansa muovaamiin tapoihin käsittää musiikkia.

On siis olemassa elementtejä, joita sisällöstä tulee löytyä, jotta se kiehtoo kuuntelijaa. Nykyään kuluttajan mielenkiinto herätetään esimerkiksi korkealaatuisella teknisellä toteutuksella. Lauluntekeminen alkaa usein sävellyksestä.

3.2.2 Sävellykset

On hyvin vaikea sanoa mikä on hyvä sävellys ja mitä siinä tulee ottaa huomioon. Yksi populaarimusiikin keskeisiä asioita on kuitenkin iskeytyminen. Mitä se sitten tarkoittaa on hyvin yksilöllistä. Sana iskelmä tuleekin sanasta iskusävel (Peda 2011). Yksi perusajatuksista iskeytydessä on se, että kappale jää mieleen ja on omailemisen sekä tunnistettava. Salmenhaaran (1976, 119) mielestä säveltäminen on valitsemista. On valittava sävel, sen pituus intervalli, ääniala, rytmi, sointu, soitin, muoto, tyyli ja nimi – kaikki! Mahdollisuudet ovat äärettömiä ja niistä on valittava ne, jotka aidoimmin vastaavat omia tunteita ja tunnelmia, ajatuksia ja näkemyksiä. (Salmenhaara 1976, 119.) Hyvä pop-kappale tulisi olla soitettavissa pianonkoskettimilla tai kitaralla varsin

vaivattomasti ja sitä voi hyräillä matkalla töihin. Lyhimmillään biisi on yleensä pariminuuttinen ja pisimmillään sen kesto ei ylitä kovin pitkälle neljää minuuttia. Usein biisissä on vain muutama sointu ja yleensä hittibiisissä on yksinkertainen melodia tai siinä on tanssittava rytmi tai molemmat.

Kun ajattelemme musiikkia, olemme tottuneet sen kuulostavan tietynlaiselta. Perinteinen musiikin historian tutkimus on yleensä tutkinut musiikkia musiikinteorian lähtökohdista (Wikipedia 2011, Musiikki). Länsimaisen musiikin historiaan kuuluu populaarimusiikin historia, jonka alku voidaan ilmiönä ajoittaa 1800-luvun puoliväliin. Sittemmin on myös pyritty ottamaan huomioon musiikin tekemiseen, vastaanottamiseen ja siitä puhumiseen liittyvät sosiaaliset ja inhimilliset ulottuvuudet. (Wikipedia 2011, Länsimaisen musiikin historia.)

Länsimainen musiikki on musiikkia, jota perinteisesti soitetaan ja kuunnellaan erityisesti Euroopassa ja Pohjois-Amerikassa. Sen vaikutus on kuitenkin nähtävissä koko maailman nykyaikaisessa populaarimusiikissa. Lajityypit vaihtelevat rock-musiikista taidemusiikkiin ja populaarimusiikkiin. Nykyajan länsimaisen musiikin eräitä määrittäviä piirteitä ovat radio- sekä albumipainotteisuus. (Wikipedia 2011, Länsimainen musiikki.) Välillä saattaa kuulla jonkun kaukaisen kulttuurin kansanmusiikkia ja todeta sen kuulostavan vieraalta. Tähän löytyy syy tavoistamme sisäistää musiikkia.

Wikipedia kertoo, että länsimaisessa musiikissa on olemassa sille ominainen viityssstandardi. Länsimainen taidemusiikki on noudattanut johdonmukaisesti sääntöjä musiikin harmonisuudesta barokista aina romantiikan aikakauden loppupuolelle asti. Näiden sääntöjen mukaan tiettyjen sointujen ja intervallien käyttö oli musiikissa sallittua. Tätä harmonian perinnettä nimitetään yleisesti tonaalisuudeksi. (Wikipedia 2011, Harmonia.)

Eri puolella maapalloa erilaiset kansat ja kulttuurit ovat kautta historian kehittäneet lukemattomia soittimia ja esineitä, joita on käytetty äänilähteinä. Länsimaisessa musiikkiperinteessä kaikki instrumentit pyritään säätämään niin keskenään, että ne eivät muodosta puolisävelaskelta pienempiä intervaleja keskenään. Intervalli taas on kahden erikorkuisen äänen välinen suhde (Musiikin teoria, 2011). Toisin sanoen pienin mahdollinen sävelkorkeuden muutos on pianosta havaittava, vierekkäisten koskettimien, mus-

tan tai valkoisen synnyttämä eroavaisuus. Sitä pienemmän eron olemme tottuneet kuulemaan epävireytenä tai vierastamme sen kuuloista musiikkia. Tällöin kiristetty kieli voi värähdellä ja soida käytännössä millä taajudella eli sävelkorkeudella tahansa ja kieltä ki- ristämällä ja löysentämällä voidaan saada länsimäisen tonaliteetin ulkopuolelle jääviä intervaleja. Esimerkiksi yhden arabialaisen perinnesävelasteikon kolmas sävel on molli- ja duuri-asteiden väliin jäävä ääni. Tällaista intervallia ei länsimaisessa musiikissa tunneta ja juuri duurin ja mollin välinen ero on pop-musiikin keskeisimpiä käsitteitä. Tähän ilmiöön perustuu musiikin taipumus vaikuttaa tunteisiin kuten iloon ja suruun. Toisiinsa verrattuna duurisointu on ylävireinen, kun taas mollisointu on alavireinen (Musiikin teoria, 2011).

Sointu on kahden tai useamman samanaikaisesti soivan äänen muodostama harmonia. Jos siis skaalan soittaa tarpeeksi nopeasti se muodostaa soinnun, sillä sen äänet eivät erotu itsenäisinä vaan vahvistavat toisiaan. Toki voidaan soittaa mikä tahansa soinnun äänistä samaan aikaan. Perussoinnut, kuten kolmisoinnut rakennetaan niin, että soitetaan samanaikaisesti skaalan joka toinen ääni. Musiikin teorian mukaan kolmisoinnut voidaan hahmottaa niin, että kunkin kolmisoinnun sävelet edustavat tiettyä astetta sävel- lajissa. Toonikasoinnussa ovat mukana 1., 3. ja 5. aste, jotka asteina ovat vakaimmat. (Musiikin teoria, 2011.) Matalin ääni dominoi suurempi energisenä taajuutena ja sen mukaan sointu nimensä saakin. Tällöin sointunimi saa yleensä nimeksi numeron kirjai- men lisäksi kuten esim. C9 tai Am6 ja puhutaan neli- tai sitä laajemmista soinnuista. (Musiikin teoria, 2011.)

Populaarimusiikissa miellyttäväksi koettuja melodiakulkuja ja harmonioita on olemassa rajallinen määrä. Kaksitoista erinimiseksi merkittyä sävelkorkeutta muodostavat harmo- niapohjat eli sävellajit, joille melodia rakentuu. Wikipedian mukaan melodia eli sävelmä on useista sävelistä muodostuva sävelkulku ja niiden muodostama jatkumo, toisin kuin yksittäinen kerran soitettava sävel. Melodiaan kuuluu myös vaihtelu sävelissä ja tempossa. (Wikipedia 2011, Melodia.) Melodia on rytmitetty skaala ja skaalaksi kutsutaan tässä tapauksessa säveljonoa, joka etenee tietyssä matemaattisessa suhteessa. Skaalan äänet ovat siis erikokoisten intervallien päässä toisistaan.

Edellämainitun perusteella puhuttaessa musiikista, puhutaan siis myös harmoniasta. Harmonia taas perustuu ylä- ja alasävelsarjaan, jotka ovat esimerkiksi hyvänkuuloisen,

musikaalisen miksauksen peruskäsitteitä. Tällöin taajuuskorjaimella korostetaan ja leikataan soittimen tallennetun signaalin taajuuksia alueilta, joissa sen ominaiset harmoniset kerrannaiset sijaitsevat. Mitch Gallagher toteaaakin miksaajan käyttävän kuuloaistimme ominaisuuksia hyväksi työssään. Kuulemme ilman värähtelyä ääninä 20Hz:n taajuuksilta aina 20,000Hz:iin saakka ja osaamme erotella oleellisella puhekorkeudella olevat äänet paremmin kuin matalammat äänet. Erittäin matalille äänille emme oikeastaan osaa edes määritellä suuntaa. (Gallagher 2006, 118, 178.)

Biisejä voidaan säveltää millä instrumentilla tahansa. Viimeisen neljänkymmenen vuoden aikana sähköisten työkalujen kuten, syntetisaattoreiden ja tietokoneiden avulla tehdyt teokset ovat vuosi vuodelta yleistyneet. Digitaalisen tuotantotekniikan yleistyttyä, laadukas laitekanta on helpompaa ja halvempaa hankkia esimerkiksi mallinnosten muodossa. Jon Chappel kertoo, että mallinnoksella tarkoitetaan esimerkiksi analogisen laitteen digitaalista versiota, joka on tarkkojen mittaustulosten perusteella koodattu ohjelmaksi alkuperäisten teknisten ominaisuuksien perusteella (Chappel 2004, 119).

Nykyään ei juuri ole kaupallisessa äänivirrassa kappaleita, joiden sävellys- tai tuotantoprosessissa koneita ei ole käytetty. Soittimen ja koneen käsitys on hämärtynyt. Siksi on tärkeää, että biisintekijällä on riittävän hyvät ja monipuoliset tuotantotyökalut käytössään, niin soittimet kuin tekniset laitteetkin. Sirpa Kauppinen sanoo nettisivuillaan, että uuden mediataiteen vuorovaikutteisuus ja vuorovaikutteisuuden aikasidonaisuus luovat taiteelle uutta ainutkertaisuutta. Näitä voidaan sitoa erilaisiin taiteen tuottamisen muotoihin, kuten esimerkiksi musiikkiin. (Kauppinen Sirpa, 2011.)

Hienoinkaan tekniikka ja toteutus ei kuitenkaan riitä, jos biisin idea ei ole kiinnostava. Hyvää biisiä ei tarvitse säveltää kalleimmalla tai maailman hienoimmalla kitaralla tai audioohjelmalla, mikrofoneilla ja etuasteilla. Ydinajatus on biisin idea. Joskus kuulee hyvinkin kehnosti tallennetun idean kovan suhinan ja häiriöäänien kera, mutta haluaa kuulla tuotoksen uudestaan ja uudestaan. Musiikin tuottamisessa onkin kyse idean maksimaalisesta esilletuonnista (Suntola 2004, 37).

Vaikka vaihtoehtoja hyvän sävellyksen luomiseen onkin olemassa lukemattomia, kulttuuriin sidotun musiikkivirran kappaleet muistuttavat toisiaan yleisten toteuttamismenetelmien ja kulutustottumusten myötä. Toisin sanoen on löydettävissä

huomattava määrä yhtäläisyyksiä erinimisten teosten kesken. Kuuntelutottumuksiimme vaikuttavat niin kulttuuriimme iskostuneet instrumentit, kuin myös tekniikka jolla musiikki esitetään. Yhtä tärkeää on musiikkihistoriallinen perintömme, joka on muovannut käsitystämme harmoniasta.

3.2.3 Sanoitukset

Populaarimusiikin tärkeimpiä työkaluja ovat sanat. On tärkeää on, että sanat tuodaan esille oikealla tavalla. Popissa on usein ajankohtainen aihe ja lyriikka, tai yhtä hyvin se voi kertoa ajattomasti mistä vaan, kunhan se on tarpeeksi omaperäisesti esitetty ja kirjoitettu. Laura Ahosen mukaan sanoittamisen voisi lukea artistille tärkeäksi osaksi työnkuvaa, sillä hänet identifioidaan tekemäänsä musiikkiin, varsinkin singer-songwriter-tyyppisillä kirjoittajilla yleisö näkee lyriikoissa usein yhteyden kirjoittajan omaan elämään (Ahonen 2007, 42). Myös musiikkitieteilijä David Brackettin mukaan yhtyeen esittämä musiikki, laulunkirjoittajan asemasta välittämättä, identifioituu musiikin lähimpään esittäjään, joka useimmiten on kappaleen laulaja (Brackett 2000, 2, 14). Ratkaisevaa on miten ja kuka biisin laulaa tai esittää. Jokaisen laulajan tulkinta asettaa tekstin eri valoon.

Sanojen kirjoittaminen on haastavaa ja vaativaa puuhaa. Voi tuntua usein siltä, että kaikki on jo sanottu ja mitään tekstiä ei synny. Ensimmäinen virhe voi olla se, että saatamme verrata itseämme kuuluisiin kirjoittajamestareihin ja ammattisanoittajiin tai kirjailijoihin, tietämättä heistä ja heidän työtavoistaan saati taustoistaan yhtään mitään. Toinen virhe on se, että pidämme itseämme loistavina sanoittajina ennenkuin olemme kirjoittaneet vielä yhtään mitään. Hyvä tapa on kerätä sanat ja lauseet yhteen paikkaan ja esimerkiksi tietokone on varsin käytännöllinen työkalu tekstien säilyttämiseen.

Mistä sitten aiheet ja teemat biiseihin? Tapoja on niin monta kuin on tekijöitäkin, mutta yksi vastaus on, että ympäröivästä maailmasta, omista kokemuksista, henkilökohtaisesta ja muiden ihmisten elämästä. Inspiraation puutteessa voi lukea kirjoja, katsoa elokuvia, tutkia sarjakuvia tai selailla nettiä. Yhtä hyvin voi lukea biisien tekstejä CD- ja LP-levyjen kansista tai selailla tietosanakirjoja. Hyvä tapa oppia biisintekittäjäksi on koittaa suomentaa jo olemassa olevia vieraskielisiä lauluja.

Yksinkertaisuus tai asioiden pelkistäminen on hyvä lähtökohta ytimekkään lauluntekstin kirjoittamisessa. Sanoittaja lukee paljon ja on kiinnostunut sanoista. Tärkeätä on, että lauluntekijä löytää persoonallisen tavan ilmaista itseään.

Heikki Salo kertoo, että liian aikainen kriittisyys omaa sanoitustyötä kohtaan saattaa johtaa jumitustilaan jolloin sanoitusta ei synny (Salo 2006, 32). On turhaa suhtautua liian vakavasti tekstiin, joka ei ole vielä edes valmistunut. Liika kriittisyys ehkäisee luovuuden virtaa. Ennen kuin on tekstiä mitä analysoida, ei kannata kritisoida sitä.

David Gibson toteaa, että yksi tärkeimmistä huomioitavista seikoista on se, että sanoitukset ovat rytmisesti oikein (Gibson 1997, 3). On hyvä tutustua sanoitustekniikkaan, riimehin, rytmitykseen ja itse kieleen jota kirjoittaa. Sanoittamisessa on ensisijaisesti kyse äidinkielestä, mutta laulettu sellaisesta eikä sanojen ei tule olla liian hankalia lausuttaviksi. On eroa tehdä teksti laulun ehdoilla, kuin laulu tekstiin. Kun puhumme lauluntekemisestä, luonnollisempi vaihtoehto on ensin mainittu.

Ammattimaisessa musiikkituotannossa törmätään sellaisiin tilanteisiin, että biisi tehdään yhteistyössä vähintään kahden eri tekijän kanssa. Tällöin biisintekemisestä voi tulla teknisempää ja haastavaa ja sävellystyö voidaan tehdä yhtä hyvin valmiiseen tekstiin. Edu Kettunen sanookin olevan reilumpaa niin, että yhden tekstittäjän kanssa viilattaisiin niin kauan, kunnes kaikki ovat tyytyväisiä. Valitettavan usein on tapana, että tilataan teksti viideltä tai kuudelta tekijältä ja valitaan niistä yksi. Jos ei ole valmis viilaamaan, niin sitten ei pitäisi aloittaa koko projektia. (Elvis r.y, 2006.) Kannattaa kirjoittaa paljon, sillä tekstiaihiosta voi olla vielä valtavan pitkä matka valmiiseen monistettavaan tallenteeseen.

3.2.4 Sovitus

Jos sävellystyö luo sanoille jännitettä, niin sovitustyön tavoitteena on saada kokonaisuus esille parhaalla mahdollisella tavalla. Tähän voidaan vaikuttaa instrumenttivalinnoilla ja teknisillä ratkaisuilla. Soittosuoritusten merkitys taas on häilyvämpi, sillä tyylinmukaisuus on aina yksilöllistä ja genresidonnaista. Kaupallisen äänitteen teknisen

toteutuksen tulee olla sellainen, että se on kilpailukykyinen ja ajan standardien mukainen.

Sovitus on teoksen, eli sävellyksen ja sanoituksen esilletuomista valituilla instrumenteilla ja soitto- ja laulusuorituksilla. Sovitusratkaisuilla vaikutetaan muunmuassa kappaleen sävellajiin ja harmoniaan, instrumentaatioon, kestoon ja tyyllilajiin. Äänenkäsittelyllä ja sen teknisellä toteutuksella, sekä editointiratkaisuilla että kappaleen pituuteen vaikuttavilla päätöksillä on sovitusstyössä ratkaiseva rooli. Musiikkiteokset toimivat itsenäisinä mainoksina yhtyeestä itsestään. On tärkeätä suunnitella etukäteen mitä ne edustavat ja millä tavoin idea tuodaan parhaiten esiin. Tällöin sovittaminen nousee keskeiseen asemaan. Rikky Rooksbyn (2007, 7) mielestä sovittaminen on apukeino kappaleen kuuloasun räätälöimiselle ja mahdollisuuksia kappaleen sovittamiseen on rajattomasti. Lopputulos on yleensä aina itsensä näköinen, joka kuitenkin kunnioittaa kappaleen melodiaa, sanoja, rytmiä (tahtiosoitus ja tempomerkintä) ja harmoniaa. Näitä yhdistelmiä voidaan käyttää monin eri tavoin. (Rooksby 2007, 7.)

Jos kappaleen soitinvalinnat tai erilaisten äänilähteiden keskinäinen suhde on harkitsemaan, teos tuskin täyttää musiikin peruskuluttajan tarpeita. Se on lähes fyysinen mahdottomuus, sillä silloin kun sovituksessa on liikaa eri elementtejä, mikään ei erotu toisistaan. Tukos bassotaajuksilla saa kaiuttimen äänentoistodynamiikan kaventumaan eli sähkötekniisesti kaiutin ei pysty reagoimaan kaikkeen informaatioon ja se ei toimi parhaalla mahdollisella tavalla. Psykoakustiikan kannalta ajateltuna ihminen ei tiedä mitä ääntä pitäisi seurata, sillä liian monen äänen sijoittaminen sovitukseen tukkii keskialueen, jolle korva on kaikkein herkin. Juuri keskialueella tapahtuva, liian usean samanaikaisesti soivan äänen päällekkäisyys koetaan rasittavana. Hyvänä käytännön esimerkkinä voidaan pitää keskustelutilannetta, jossa puhutaan kovaan ääneen toisten päälle (Gallagher, 2006).

Musiikin ja äänikuvan tekemisessä vähemmän on todellakin enemmän varsinkin, jos puhutaan erottelevuudesta. Musiikin keskivertokuluttaja ei osaa analysoida äänikuvan yksityiskohtia, ei ainakaan samassa mittasuhteessa, kuin sitä tuottanut ääniteknikko. Varmaa kuitenkin on, että jos siinä on vikaa, se tulee huomatuksi. Kuuntelija ei välttämättä osaa nimetä mikä äänitteessä on vikana, mutta saattaa mainita biisin olevan

huono, tai vaihtaa vain toiseen kappaleeseen tai radiokanavaan. Mikään tekijä ei siis saa häiritä kuuntelukokemusta. Karrikoiden voidaan sanoa, että tärkein elementti pop-sovituksessa on laulu ja häiriöttömyys. Sanojen tulee erottua ja laulajan äänen pitää sopia kokonaisuuteen. Kaikki muu ääniaines tuodaan yleensä laulutulkinnan ympärille.

3.3 Audiotekninen tuotantoprosessi

Audioteknisellä tuotantoprosessilla tarkoitetaan tässä tapauksessa kolmea eri työvaihetta: äänitystä, miksausta ja masterointia. Ensimmäinen vaihe on äänitys. Koska se on ensimmäinen työjälkeen vaikuttava tekijä, on erittäin tärkeää tallentaa suoritukset mahdollisimman hyvin, tarkasti ja laajalla dynamiikalla. Toisin sanoen huonosti äänitettyä materiaalia ei saa ääniprosessoreilla jälkikäsitellyssä merkittävästi parannettua. Äänitetty materiaali on se aines, jonka varassa koko tuotantoprosessi etenee (Laaksonen 2006, 230).

3.3.1 Äänittäminen

Suunnitelma siitä mitä äänitetään ja miten, on hyvä tehdä jo ennen äänityksen alkamista. On hyvä miettiä millaista tekniikkaa, mitä soittimia käytetään ja ketkä henkilöt prosessiin voivat osallistua, ja millaisen aikataulun puitteissa. Hyvin suunniteltu on jo puoleksi tehty. On tuottajan tehtävä kartoittaa olosuhteet ja asettaa realistiset aikamääreet valmistuvalle projektille. Tärkeää on myös mitä äänitetään ja millainen näkemys äänityksestä vastaavilla henkilöillä on kokonaisuudesta. Laadukkaat soittimet ja soittosuoritukset ovat olennaisia, mutta myös tyylisidonnaisia. Kun tuotetaan punk-albumia, lähtökohdat ovat aivan erilaiset kuin esimerkiksi dance-musiikin tuotannossa.

Äänittämisen perustyökaluina käytetään mikrofoneja, joiden tarkoitus on muuntaa ääntä, eli ilmanpaineen vaihteluja, sähköjännitteeksi. Mikrofonivalintoihin kannattaa satsata aikaa ja rahaa, sillä ne ovat ensimmäisiä äänitysjälkeen vaikuttavia ratkaisuja. Valittavana on laaja valikoima teknisesti erilaisia mikkejä, kuten dynaamisia ja kondensaattorimikrofoneja. Jukka Laaksonen (2006, 230) kirjoittaakin, että hyvä mikrofoni on onnistuneen akustisen äänityksen kaikkein tärkein perusedellytys. Mikrofonin

oikea valinta, säätö ja sijoittelu on äänitekniiikan kulmakivi, jota ei voi korvata millään myöhemmällä prosessoinnilla. (Laaksonen 2006, 230.) Perehtyminen äänitystekniikan kirjallisuuteen on hyvä keino opiskella niiden käyttöä.

Hyvälaatuiset mikrofonietausteet vahvistavat signaalia ja siirtävät sen esimerkiksi A/D muuntimelle ja sitä kautta tietokoneelle, jossa audio on muokattavissa digitaalisesti. Mäkelän ja Larmolan mukaan (2009, 56) digitaalinen tallennus lähtee omille teilleen mikrofonesivahvistimen jälkeen. Analogi/digitaalimuuntimessa (A/D-muuntimessa) äänisignaali ikään kuin viipaloidaan tiheisiin siivuihin, joiden kohdalla mitataan kul-loinenkin hetkellinen äänenvoimakkuus ja muutetaan se numeroarvoksi. Nämä numero-koodit tallennetaan nauhalle, levyille tai muistikortille. Tässä tapauksessa nauhakohina ei pääse vaikuttamaan – nauhaltahan ei lueta hienovaraisia magneettikentän muutoksia, vaan sarjaa binäärilukuja, jotka on koodattu selvästi erottuviksi magneettisuuden muu-toksiksi. Nämä on helppo lukea nauhalta ja muuttaa sitten digitaali-/analo-gimuuntimessa (D/A-muunnin) takaisin analogisiksi jännitteenmuutoksiksi ja sitten kaiuttimissa ääniaalloiksi. (Mäkelä & Larmola 2009, 56.) Tietokoneavusteinen audio-tuotanto on nykyään kaikkein yleisin tapa tehdä äänitteitä.

Monipuolisen sekä audioteknisesti rikkaan äänikuvan kannalta hyvällä äänitysjäljellä ja huoneakustiikalla on ratkaiseva merkitys. Yhtä tärkeää että äänityksen hoitaa ammatti-taitoinen henkilö, ovat äänitystilan olosuhteet. Sen akustiset ominaisuudet ovat suoraan verrannollisia äänitteen tekniseen laatuun. Rakennusmateriaali, huoneen muoto ja sen heijastavat pinnat määrittävät sen, onko huoneessa mahdollista äänittää.

Diffuusorit ovat akustisia esteitä jotka epätasaisen pintansa ansiosta heijastavat ääntä takaisin erikulmissa, jolloin heijastuksen äänenpaine jakautuu erisuuntiin ja häiritsee kuuntelua vähemmän (Huber & Runstein 1997, 75). Kannattaa valita työpajaksi siis it-setarkoitukseen rakennettu tila.

Huone- tai kuunteluakustiikka eli kuunteluympäristön rakentaminen sellaiseksi, että se on mahdollisimman häiriötön ja tarkka siellä heijastuvien taajuuksien eli äänentoiston kannalta, on matemaattisen tarkkaa. Kuullaksemme sähköisen tai akustisen äänentoiston parhaalla mahdollisella tavalla, tulee huoneen jossa ääni soi olla vaimennettu. Tällä tarkoitetaan kovien, heijastavien pintojen pehmentämistä kankailla tai eristeratkaisuilla.

Tällöin ääniaallot absorboituvat eli osittain imeytyvät kangas- ja eristemateriaaliin. Eristeen paksuus vaimentaa ainakin oman paksuutensa mitalla värähdysaaltoa sen osuessa siihen ja läpäistessään sen. Huber ja Runstein (1997, 77-81) toteavat kirjassaan, että eri materiaaleilla on erilainen ominaiskyky vaimentaa ääntä. Tämä tarkoittaa sitä, että ääni menettää osan energiastaan osuessaan absorboivaan materiaaliin jonka johdosta heijastuksen voimakkuus on pienempi. Korkeiden taajuuksien absorboitumiseen käytetään huokoisia materiaaleja kuten kangas ja lasivilla. (Huber & Runstein 1997, 77-81.)

On hyvä, jos huone on varta vasten suunniteltu äänentoistoa varten. Silloin huoneen seinät rakennetaan paksuiksi ja vuorataan esimerkiksi eristevillalla jopa puolen metrin paksuudelta. Tarkkaamo, eli äänentarkkailutila, on usein rakennettu kelluvaksi eli huoneen sisälle on rakennettu toinen huone ja niiden välissä on eristys. Tämä siksi, että rakenteissa liikkuvat matalat, suuritaajuuksiset värähtelyt eivät resonoisi sinne ja häirit-sisi kuuntelua kumoamalla tai vääristämällä taajuuksia (Huber & Runstein 1997, 77-81).

Kotistudio-olosuhteissa kattoon kannattaa ripustaa pehmeitä materiaaleja, lattialle mattoja ja seinille kankaita ja ikkunoihin paksut verhot. Esimerkiksi verhojen taakse jäävä ilmatila toimii myös eristeenä äänen jäädessä verhon ja seinän tai ikkunan väliin. Huoneessa voi olla myös ääniaaltoja rikkovia diffuusoreita, jotka ovat rakenteeltaan epätasaisia pintoja. Nämä vähentävät huoneessa tapahtuvia heijastumia. On hyvä jos huone ei ole suorakaiteen muotoinen. Kahden samansuuntaisen seinän väliin muodostuu seisovia aaltoja, jotka estävät tietyn taajuuden toistumisen huoneessa. On siis hyvä jos katto tai seinä on viisto tai että huone ei ole symmetrinen.

Kaiuttimet tulee sijoittaa tarpeeksi kauas seinistä, ainakin puolesta metrillä metriin. Muuten bassontoisto häirintyy seinästä kimpoavan heijastusaallon myötä. Missään tapauksessa kaiuttimia ei tule sijoittaa kiinni huoneen kulmiin, sillä tilan suorakulmat vahvistavat ja näin vääristävät äänentoistoa bassotaajuuksilla. Paul White toteaa, että jos pituuserot kaiuttimesta lähimpään kahteen seinään, lattiaan ja kattoon saadaan eripituisiksi muodostuvat myös heijastukset enemmän satunnaisesti ja näin ollen hyvälaatusimmiksi heijastuksiksi (White 1997, 141). Kaiuttimien tulee olla laadukkaat ja äänentoiston puolesta koko taajuusvasteen kattavat. On myös hyvä, jos huoneessa on sen tilavuuteen nähden suurehko pehmyt esine, huonekalu, tyyny tai eristepaali, johon

osa taajuksista absorboituu. Hyvässä äänitysstudiossa nämä ja monet muut asiat on otettu huomioon ja sen rakenteelliset ratkaisut on tehty tarkkoja mittaustuloksia hyväksikäyttäen.

3.3.2 Miksaaminen

Miksauksella eli äänen jälkikäsittelyllä tarkoitetaan erilaisten tallennettujen äänisignaalien yhdistämistä tasapainoiseksi kokonaisuudeksi. Sähköiseksi signaaliksi muutettua ääntä kutsutaan audioksi. Perustyökaluina miksaajalla on erilaisia audiotyökaluja kuten ekvalisaattori, kompressorit, tarkkailumonitorit, kaiku ja joko analoginen tai digitaalinen mikseri, jonka kautta signaalit reititetään. Audioraitoja käsitellään yksittäisinä ja niiden dynaamiikkaa tasoitetaan signaalin ominaisuuksia muuttamalla. Näin voidaan vaikuttaa signaalin taajuusvasteeseen eli ns. äänenväriin.

Kaikki audiolle tehtävä prosessointi vaikuttaa signaaliin taajuusvasteen muutoksena. Miksauksessa on kyse äänen suhteesta toiseen ääneen tai vastaavasti hiljaisuuden suhteesta ääneen. Miksauksen tarkoituksena on parantaa yksittäisen audioraidan ominaisuuksia, äänen keskinäistä suhdetta toisiinsa, poistaa häiriöääniä, leikata ja editoida erinäisten signaaliainesten kestoja ja sijaintia kokonaisuudessa. Mäkelä ja Larmola toteavat kirjassaan editoinnin tarkoittavan musiikin tuottamisessa ja äänitteen jälkituotannossa nykyään äänitysten läpikäyntiä, parhaiden ottojen valitsemista, äänitteiden leikkaamista, erottamista, yhdistämistä, kohinan sekä ei-toivottujen äänien poistoa ja turhan hiljaisuuden poistoa (Mäkelä & Larmola 2009, 252).

Miksauksen laadulla herätetään kuuntelijan mielenkiinto ja vaikutetaan vastaanottajan alitajuntaan niin, että hän ei edes välttämättä huomaa sitä. Äänenjälkikäsittely on monimutkainen prosessi, johon tuottajan tulee perehtyä tarkasti teorian ja käytännön kautta.

Äänen jälkikäsittelyssä kokonaisuus viritetään ja rytmitetään. Sen ominaisuuksia tasoitetaan ja tuodaan olennaiset osat esille helpommin kuultaviksi. Erottelevuus on miksauksen keskeisimpiä tavoitteita. Tähän päästään esimerkiksi sijoittamalla ääniraidat stereokuvassa eri paikkoihin panoroimalla eli siirtämällä yksittäistä audio-raitaa kerrallaan vasemman ja oikean kaiuttimen välillä. Jos koko ääniaine tulee yh-

destä paikasta, mitään syvyysvaikutelmaa ei helposti synny. Mäkelä ja Larmola toteaa , että molempiin korviin voidaan kyllä toistaa samaakin ääntä niin, että ne ovat sijoitettui-
na oikeaan ja vasempaan kanavaan. Tällöin syntyy stereoefekti, jolloin kuuntelijan on
vaikea paikallistaa mistä ääni tarkalleen ottaen kuuluu. Tämä on juuri äänentoiston
syvyysvaikutelman luomisen perustymetodeja. (Mäkelä & Larmola 2009, 213.)

Mäkelän ja Larmolan (2009, 213) mukaan äänien sijoittuminen ja niiden keskinäiset
suhteet kaiuttimissa tai kuulokkeissa luovat kuulijalle vaikutelman, että iso osa äänistä
tulee kaiuttimien välistä ja joskus jopa niiden ympäriltä. Miksaaminen perustuu tämän
psykoakustisen ilmiön hyödyntämiseen. Hyvin onnistunut miksaus on usein kolmiulot-
teinen. (Mäkelä & Larmola 2009, 213.)

Ekvalisointi on miksausksen erottelevuuden kannalta merkittävä työvaihe. Mäkelä ja
Larmola (2009, 204) toteavat vielä, että yksi päätarkoitus ekvalisaattorien käyttämiseen
miksauksessa on jaotella eri instrumentit kappaleen taajuuskaistalle siten, että kaikki
erottuvat toisistaan ja käyttävät hyväkseen eri taajuuksia hyvän kokonaisbalanssin
saavuttamiseksi. Miksaus ei toimi, elleivät raidat ole toisilleen kohteliaita, anna
toisilleen tilaa hengittää ja tue toisiaan kilpailemisen sijaan (Mäkelä & Larmola 2009,
204).

Laaksonen (2006, 360-361) kertoo, että miksausksessa yhtenä äänen-
muokkaustyökaluryhmänä on erilaiset efektit eli tehosteet. Efektilaitteisiin voidaan
laskea kaiut (engl. reverb), viiveet (engl. delay), flangerit, chorukset, stereokuvan laa-
jentajat, vokooderit, pitch correction (audion automaattinen sävelkorkeuden korjaus)
sekä pitch shifterit (taajussiirto). Tehosteet lisätään yleensä olemassa olevan äänen
päälle tai sekaan. (Laaksonen J. 2006, 360-361.)

Äänenvoimakkuus vaikuttaa kuunteluun siten, että hiljaiset signaalit kuullaan ikäänkuin
kaukaa tuleviksi ja ne siirtyvät äänikuvassa syvyysuunnassa etäämmälle. Lujat äänen-
voimakkuudet taas koetaan läheltä tulevaksi ja dominoivimmiksi. Lujat ja hiljaiset äänet
vahvistavat toisiaan synnyttämällä keskenään dynaamiseen suhteen. Miksaamalla
luodaan ja tasoitetaan dynamiikkaa sekä luodaan sävyjä ja erottelevuutta.

3.3.3 Masterointi

Masterointi on audioteknisen tuotantoprosessin viimeinen vaihe. Tässä tuotannossa se ulkoistettiin Chartmakers Oy firmalle, jonka ohjaimissa Svante Forsbäck on. Ulkopuolinen masteroija tarjoaa projektille tuoreet, puolueettomat korvat tarkassa kuunteluympäristössä. Masteroija auttaa eheän kokonaisuuden rakentamisessa, ja saa musiikin kuulostamaan vaihtelevissa kuunteluympäristöissä aina yhtä hyvältä, avoimelta ja tasapainoiselta.

Masteroinnissa kappaleet asetellaan oikeaan järjestykseen ja mahdolliset kappaleiden väliset häiritsevät tasoerot korjataan. Jos kappaleiden sointia muokataan, se tehdään kappale kerrallaan, mutta kokonaisuus mielessä pitäen. Kun kappaleet on käsitelty, niiden alut ja loput siistitään, tehdään mahdollisesti fadeja ja rakennetaan tauotus kohdilleen. Lopulta saatetaan vielä tehdä pientä digitaalista prosessointia, kuten yleisen tason nostoa.

J. Pekka Mäkelän (2002, 206-207) mukaan masteroija tulee yleensä mukaan täysin ulkopuolisena ja ns. tuoreilla korvilla. Näin hän pystyy suhtautumaan teokseen samalla tavalla, kuin esim. radionkuuntelija siihen suhtautuu. Masteroijan hienosäätöjen tarkoituksena on saada biisi erottumaan edukseen muiden joukossa ja varmistaa, että taajuusvasteeseen ei ole jäänyt mitään kummallisia piikkejä tai kuoppia, jotka eri laitteistolla kuunneltaessa häiritsisivät kuuntelunautintoa. Masteroija huolehtii myös siitä, että koko levyn kappaleiden yleisäänenvoimakkuudet ovat linjassa keskenään. (Mäkelä 2002, 206-207.)

Bob Katzin mukaan masterointi on viimeinen luova askel äänituotantoprosessissa, silta miksausken ja tallenteen välissä, viimeinen mahdollisuus parantaa ääntä tai korjata ongelmia akustisesti suunnitellussa huoneessa (Katz 2002, 11).

Kun audio on käsitelty siihen lisätään vielä ISRC-tunniste. ISRC-tallennekoodi on kansainvälinen äänitteiden ja musiikkivideoiden "urakohtainen" tunnistenumero. Sen tarkoitus on helpottaa äänitteiden tunnistamista ja tekijänoikeuksiin perustuvien esityskäyttöjen korvauksien hallinnointia. (LIITE 1)



Kuva 3. Mustalintu-yhtyeen CD-singlen kansi

4 IMAGON LUOMINEN

Ollakseen kilpailukykyinen, tuottava ja tunnettu yksikkö, yhtye tarvitsee nimeä ja tunnistettavuutta ja sen imagon on luotava mielikuva vastaanottajan mielessä. ”Imago tarkoittaa ulkomaailman muodostamaa mielikuvaa artistista. Siihen vaikuttavat mm. artistin visuaalinen ilme, eli levyn kannet, www-sivut, musiikkivideot, promootiokuvat, asusteet, sekä esiintyminen henkilönä, eli puheet, haastattelut ja kenties eniten artistin asenne. Kostiainen ja Takalo toteavat, että yleisön samaistumisen aikaansaamiseksi, imagon on syytä olla riittävän selkeä. Hyvin toteutettu imago nitoo yhteen artistin ympärillä tapahtuvat asiat tarinaksi.” (Kostiainen & Takalo 2004, 115.)

Tärkeimpiä imagoon vaikuttavia asioita ovat siis esiintyminen, musiikillinen sisältö, graafiset ja visuaaliset viestit sekä tapa kirjoittaa ja kertoa yhtyeestä. Kaikenlainen näkyvyys ja kuuluvuus julkisuudessa ja mediassa on imagon ja mielikuvan kannalta tärkeää. Imago syntyy ja sitä luodaan musiikin ympärille, jotta musiikin kera syntyvät mielikuvat vahvistuvat ja saavat muodon ja värit. Parhaimmillaan mielikuvat luovat kuluttajalle elämyksiä ja ne sitovat ihmisen tunteella tuotteeseen. Imagon luomiseen käytetään muunmuassa valokuvia ja erilaisia sanoja ja iskulauseita. Nämä kertovat mm. väreillä ja muodoilla sisällöstä, sanoilla ja lauseilla tuotteen edustamasta ideologiasta ja maailmasta. Rakkausrock-tematiikka on yhtyeen nimen oheen liitetty imagon symbolinen vahvistus.

4.1 Imagon merkitys

Tuulikki Haaranen käsittelee Sibelius-akatemian maisterintyössään ”It’s All About The Song” artistibrändäystä suomalaisessa musiikkiteollisuudessa. Hänen tutkimuksensa mukaan suomalaiset musiikkiteollisuuden edustajat pitävät artistin imagoa välittömänä henkisenä mielikuvana, joka syntyy artistin visuaalisesta ulkoasusta, käyttäytymisestä ja puhetyylistä tietyssä tilanteessa. Artistin brändi puolestaan sisältää imagon lisäksi levy-yhtiön markkinointiviestinnälliset toimet (mainonta, tiedotteet, promootio) sekä artistin musiikkiin, levynkansiin ja visuaaliseen ilmeeseen liitetyt kehitystoimet kuten styling, graafinen suunnittelu ja musiikkivideot. (Haaranen, 2005, 105.)

Haarasan tutkimus kertoo lisäksi, että suomalaisen musiikkiteollisuuden edustajat pitävät musiikkia tärkeimpänä tekijänä artistin brändin kehittämisessä: musiikkikappaleita käytetään työkaluina läpimurron aikaansaamiseksi sekä artistin brändin uudistamiseksi silloin kun se on saavuttanut laskusuhdanteen (2005, 106).

Haaranen kertoo, että imago on kokoelma uskomuksia, ajatuksia ja vaikutelmia, joita henkilöllä on jostakin kohteesta (2005, 25). Sen muodostuminen on luonnollisesti monimutkainen prosessi, johon vaikuttavat henkilön saamat tiedot kyseisestä kohteesta. Tieto voi olla peräisin kohteelta itseltään (artistin www-sivu, keikat, julisteet, levyt) tai joltakin ulkopuoliselta taholta (media, ystävät, kuulopuheet). Halutun artisti-imagon saavuttamiseksi on siis pyrittävä siihen, että artistista saatavilla oleva tieto on johdonmukaista ja pysyy linjassa tavoitellun imagon kanssa. (Haaranen 2005, 25.)

Yhteenvetona voidaan päätellä, että syy miksi artistin brändäys on tärkeää, löytyy pitkän tähtäimen tavoitteista: kun kuluttajat ovat oppineet tuntemaan artistin brändin, sitä on helppo markkinoida seuraavalla levyllä uudestaan, sen sijaan, että luotaisiin täysin uusi brändi uudelle artistille. Levy-yhtiöiden kannattaa tällä perusteella julkaista useita saman artistin levyjä, mikäli artisti on saavuttanut edes jonkin verran tunnettuvuutta. Myös kustannukset pienenevät pitkällä tähtäimellä kun markkinoidaan samaa brändiä, eikä kaikkea suunnittelutyötä tarvitse tehdä uudestaan.

4.2 Singlejulkaisut

”Julkaisulla tarkoitetaan tekijän itsensä toteuttamaa julkaisua, kun taas julkistamisella tarkoitetaan jonkun kolmannen osapuolen toteuttamaa julkaisua, joka on tekijän suostumuksella saatettu ensi kertaa yleisön saataville. Myös julkaisu on täydellisen yksinoikeuden suojaama toimenpide. Tekijä saa itse päättää julkaiseeko hän teoksen tai esityksen vai ei.” (Karhumaa ym. 2010, 136.) Singlejulkaisujen tavoite on saada mahdollisimman paljon esityksiä eri medioissa ja lisätä yhtyeen tunnistettavuutta ympäri markkina-alueen. Singlet on pakattu visuaalisesti näyttävään asuun yhtyeen imagon vahvistamiseksi. Erilaiset tuotteen sisään ja ympärille kerätyt audiitiiviset ja visuaaliset viestit ovat ikäänkuin pisaroita symbolien meressä, jotka poimitaan esille valtavasta kapasiteetista eli ympäröivästä maailmasta. Tällä tavoin pyritään välittämään vastaanottajalle vahvempaa mielikuvaa musiikista ja sen esittäjästä. (LIITE 7)

4.3 Valokuvat

Yksi tärkeimpiä asioita tuotteen imagonrakennukselle on sen ulkoasu. Musiikintuotannossa äänite pitää pakata visuaalisesti näyttävään pakettiin. Paketti voi olla mikä tahansa fyysinen tai digitaalinen kokonaisuus, jossa tietty kuva liitetään aina artistiin tai äänitteeseen. Usein paketissa on esittäjien kuvat, jotta tuote personifikoituu ja saa kasvot. Valokuvausta käytetään kaikilla elämänalueilla, muun muassa tiedonvälityksessä, kuten journalismissa, markkinointivestinnässä, dokumentoinnissa ja tieteessä (Wikipedia 2011, Valokuvaus). Yhtä hyvin myyntipaketin kuvassa voi olla muutakin grafiikkaa kuten logoja tai piirrettyjä hahmoja.

Mustalintu-tuotannossa haluttiin tuoda esille henkilöt. Yksi syy on se, että kohderyhmänä on aikuinen väestö, jolle usein myydään musiikkituote artistin kasvojen kera. Toinen syy on se, että tuote on uusi ja sen tekijät ovat suurelle yleisölle varsin tuntemattomia. Valokuvien avulla henkilöiden tunnistettavuus lisääntyy. Tunnistettavuus taas on elinehto kaupalliselle sisällölle, jotta asiakas voi löytää sen.



Kuva 4. Mustalintu- promokuva 2011

4.4 Graafinen ilme ja logo

Rakkausrock-tematiikan ympärille on käytännössä helppo löytää graafista symboliikkaa. Erilaiset muodot kuten esimerkiksi sydämet, tähdet, ruusut ja huulet ovat selkeitä rakkaus-sanan ympärille assosioitavia asioita. Mustalintu-yhtyeen visuaalisessa markkinoinnissa linnun lisäksi naisen kasvot ovat olleet jokaisen julkaisun kannessa. Rock-sanan symboliikka on niin monipuolinen, kuin vain mielikuvitusta riittää.

Logon merkitys on tuotteessa olennainen. Se on ikäänkuin leima, joka liitetään kaikkiin saman tuoteketjun myyntiartikkeleihin. Sen avulla kuluttaja tunnistaa tuotteen ja osaa poimia sen muiden kilpailevien yritysten tuotteista. Lisäksi logon ulkoasulla vaikutetaan tuotteen mielikuvaan. Nykyisessä mainosalan ammattikielessä logo eli logotyyppi on nimestä muodostuva tunnus, jolla on vakiintunut visuaalinen kirjoitustapa (Wikipedia 2011, Logo).



Kuva 5. Mustalintu-logo 2011

4.5 On Tää Rakkautta Nyt- musiikkivideo

Musiikkivideo on mainos itsestään, yhtyeestä ja sen taustalla toimivasta yrityksestä. Se on osa tuotteen brändiä. Ed Gaskell (2004, 8) kirjoittaa teoksessaan ”Make Your Own Music Video”, että ennen kuvia myytiin musiikilla, nykyään asia on päinvastoin: kuvilla myydään musiikkia. Musiikin avulla luodaan stimuloiva ympäristö, jossa ihmisten oletetaan viettävän mielellään aikaa ja olevan ostopäätöksille alttiita. Gaskellin mielestä musiikkivideot kauppaavat samalla tavalla artistia ja luovat artistille toivotunlaisen, muistettavan imagon. Pelkkä radiosoitto ei enää auta: nykypäivän ihminen katsoo enemmän televisiota kuin kuuntelee radiota. (Gaskell, 2004, 8.)

Visuaalisen mielikuvan vahvistaminen on musiikkivideon tärkein tehtävä. Musiikin-tekijät tai sen esittäjät henkilöityvät kasvoillaan tai persoonillaan vastaanottajan mieleen. Vastaavasti videon graafinen ilme voi olla täysin mielikuvituksellinen ja koostua piirretyistä tai digitaalisista hahmoista tai asioista. Toisin sanoen siinä voidaan esilletuoda mitä tahansa graafista symboliikkaa teknisesti toteutettuna. Pääasia on, että sen luoma mielikuva palvelee tarkoitusta ja tässä tapauksessa musiikkia ja sen ympärille kehystettyä ideologiaa. Lisäksi se laajentaa yhtyeen ilmettä ja samalla yrityksen näkyvyyttä ja tunnistettavuutta monella alueella samanaikaisesti. Gaskell kertoo, että musiikkivideo on vahva sanoman esiintuomisen väline: vaikka videon katselija ei kuuntelisi musiikkikappaleen sanoja, hän kuitenkin katsoo visuaalista sanomaa (Gaskell, 2004, 40).

Kuvateknologiassa muuttujia ja teknisiä ratkaisuja on vähintäänkin yhtä paljon kuin audiotekniikassakin jo pelkästään valaistuksen, kuvauskaluston, ohjelmiston ja leikkauksen puolella. Sen takia on hyvä ulkoistaa kuvatuotantoa, jos vaatimustaso on korkea.

Avain hyvään lopputulokseen on kuitenkin sen ensimmäinen vaihe: käsikirjoitus. ”Multimediateoksen onnistumisen kannalta huolellinen suunnittelu on tärkeää. Kunnon suunnitelma alussa säästää paljon aikaa lopussa” (Kauppinen Sirpa 2011).

Käsikirjoitus on idean puhtaaksikirjoittamista ja prosessi, missä luodaan kehykset tuotannolle. Hyvin käsikirjoitettu tuotanto on toimintasuunnitelma, ns. punainen lanka, jota seuraamalla tuotanto etenee ja pikkuhiljaa valmistuu. Käsikirjoituksessa tulee ilmetä, mitä, missä, miten, miksi ja kenen toimesta jotain tapahtuu. Käsikirjoittamista

seuraa palaveria, joiden aikana perustetaan työryhmä, jaetaan vastualueet ja suunnitellaan valaistus, lavastus, puvustus, laitteistohankinnat, kuvauspaikat ja lasketaan budjetti. Vasta kun kuvakäsikirjoitus on valmis ja edellämainitut asiat ovat järjestyksessä, on varsinaisen tuotannon aloittamisen aika. Sen tärkein osa-alue on aikataulutus jonka puitteissa edetään.

Mitä isompi produktio, sitä enemmän muuttuvia elementtejä siinä on. Tuotannon laatu on riippuvainen sen tekijöistä, teknisestä osaamisesta ja ammattitaidosta sekä mahdollisimman häiriövapaista olosuhteista. Myös tuotannon budjetti saattaa näkyä lopputuloksesta. On kuitenkin etukäteen vaikea sanoa, millainen kuvamateriaali on biisille ja imagolle hyvää mainosta.

”On Tää Rakkautta Nyt” musiikkivideo tehtiin kahdeksan hengen työryhmällä: yhtyeen jäsenet ja näyttelijä, kaksi kuvaus-assistenttia jotka toimivat myös valaisijoina, ohjaaja ja kuvaaja sekä lavastukseen, puvustukseen ja maskeeraukseen keskittynyt henkilö. Kuvauspaikkoja oli kolme ja kaikki kuvamateriaali taltioitiin yhdessä vuorokaudessa. Kuvaleikkaus ulkoistettiin ja noin viikon päästä tallentamisen aloittamisesta tuotanto oli valmis ja ladattuna Youtube-kanavalle. (LIITE 2)

Videon saaminen laajempaan levitykseen televisiokanaville ja eri medioihin on markkinointiprosessina käynnissä jatkuvasti. Välittömän hyödyn saaminen ja näkyminen ei ole olennaista. Kuvamateriaali on kuitenkin osana yrityksen tarinaa ja asiakas saattaa löytää sisällön vasta vuosien päästä tai palata siihen takaisin uudestaan. Kyseisen tuotannon on tarkoitus elää omaa elämäänsä kuluttajien keskuudessa itsenäisenä palasena yrityksen menneisyyttä. Ilman sitä, ei ole mitään mitä löytää artistista sähköisessä kuvamediassa. Sisällön kysyntä kasvaa jatkuvasti toiminnan edetessä ja levitessä ihmisten parissa.

4.6 Internet

On välttämätöntä, että tuotteelle löytyy myös rajapinta netistä. Vaikka tiedolla on taipumusta hukkaa bittiavaruuteen, on enemmän kuin todennäköistä, että sisällöstäsi kiinnostuneet ihmiset etsivät ja löytävät sen nettiyhteyksien kautta. Erittäin suuri osa ihmisen työ- ja vapaa-aikaa kuluu nykyään näyttöpäätteen äärellä. Siksi olen pyrkinyt luomaan mahdollisimman kattavan sähköisen verkoston Rakkausock-tematiikan ympärille.

Antti Leino toteaa kirjassaan Dialogin aika (2010, 233) yleisesti hakukoneiden merkityksestä näin: ” Jos sinua ei löydy hakukoneesta, et ole olemassa ja jakelusi ei ole kunnossa. Löydettävyyys on digitaalisen markkinoijan keinoissa uusi paikka tai sijainti. Optimoinnilla parannat löydettävyyttä hakukoneiden kautta. Jatkuva seuranta ja mittaus antavat pysyvän näkyvyyden, paikan.” (Leino 2010, 233.)

Toteutin yhden ja suunnittelin nettiin kaksi Rakkausrock-tuotteeseen liittyvää sivustoa. Yksi on kuvaus tekijästä tuotteen takana ja toinen on itse musiikista ja ilmiöstä kiinnostuneelle henkilölle luotu visuaalinen ympäristö, johon asiakkaita pyritään ensisijaisesti ohjaamaan. Lisäksi liityin mukaan ajankohtaisiin sähköisiin sosiaalisiin verkostoihin, mitkä ovat tehokkaita reaaliaikaisia suoramarkkinointikanavia.

Nettisivujen suunnittelemisessa on otettava huomioon ainakin yhtä monta asiaa, kuin missä tahansa audiovisuaalisen kokonaisuuden rakentamisessa. Voidaan kuitenkin sanoa, että sivujen tärkeimmät määritteet ovat sen sisällön laatu, sivujen käytännöllisyys ja helppokäyttöisyys, sekä linkkien toimivuus, värit ja sivuston kokonaisrakenne sekä visuaalinen ilme. Latausaikojen ei tule olla liian pitkiä ja tämä tulee ottaa huomioon kuva- ja äänimateriaalin kokoja digitoitaessa. Tällä hetkellä nettisivut ja digitaaliset verkostot ovat yksi tärkeimpiä mediaimagoon vaikuttavia tekijöitä. Tärkeää on myös hankkia hyvä osoite eli domain sivustollesi ja määritellä tehokkaat hakusanat hakukoneita varten.

4.6.1 Rakkausrock.fi

Kyseisen rakkausrock.fi sivuston tarkoitus on olla ensimmäisiä rajapintoja musiikinkuuntelijoille, jotka kiinnostuvat yhtyeestä. Se vahvistaa musiikin luomaa mielikuvaa. Sivut ovat visuaalisesti näyttävät ja kuvainformaatio koostuu samoista aineksista kuin julkaisutkin. Valokuvat ovat promootiotarkoituksessa otettuja ja sivuilta voi tarkistaa tulevat keikat ja uutiset. Rakkausrock.fi sivustolla informoidaan vain Mustalintuun liittyviä, kyseiseen imagoon ja sisältöön mielletäviä asioita. Sivulla on myös blogi, jossa yhtyeen tarina elää. Sivuilta voi kuunnella jo julkaistuja sinkkuja ja katsastaa uusimmat musiikkivideot. Kaikki yhtyeeseen liittyvät netistä löytyvät sivustot ovat linkitetty tälle emosivulle.

Rakkausrock.fi sivun graafiseen yleisilmeeseen on panostettu erityisesti, koska se on samalla myyntipakkaus, johon mielikuva on pakattu. Tästä syystä toteutuksessa on käytetty apuna ulkoistettua mainosalan yritystä, joka on erikoistunut visuaaliseen markkinointiin. Vaikka konseptin ja logojen suunnittelu onkin itse rakennettu, on hyvä ulkoistaa toteutusta. Tällöin esimerkiksi graafisen alan ammattilainen saa ideoitasi irti enemmän ja nopeammin, sekä parhaimmillaan tuo esille ajatuksia, joita et välttämättä olisi itse osannut ottaa huomioon. Tottakai sivulla on myös yhteystiedot ja pressimateriaali. (LIITE 3)

4.6.2 Sopusointu.fi

Tämän sivuston tarkoitus on esitellä ammattilaisuuteni musiikki- ja media-alalla henkilönä. Yritykseni tuotteina ovat sisällöntuotannon lisäksi palvelut ja ammattitaito. Olen huomannut, että toimiaksesi ammattilaisena Suomen kilpaillussa ja varsin pienessä ympäristössä, tulee yrittäjän varmistaa jatkuvuuden mahdollisuus. Tämän voi varmistaa avaamalla mahdollisimman monta ovea ja olla sulkematta niitä perässään. On hyvä, jos henkilö tuotteen takana opitaan tunnistamaan myös pätevänä tekijänä sen osaamisen alueella, jossa hän on parhaimmillaan. Jos erikoisosaaminen on laulunkirjoittamisen puolella, tuodaan se esiin hyvillä biiseillä ja tarinoilla. Muusikon tai taitavan soittajan portfolio koostuu soittonäytteistä tai molemmista. Tekijän itsensä näköinen kokonaisuus on se myyntivaltti, jolla taide on kaupan.

Yhtä tärkeää on, että luotu sisältö on laadukasta, kuin että tekijä tunnistetaan kyseisen työn luojana. Musiikin alalla työ myydään hyvin pitkälle persoonallisuuden ja suhteiden kautta. Tuottajan ammattiin ja henkilökuvaan erikoistuvalla sopusointu.fi sivuiltani voit löytää myös laajan historiikin sekä linkkejä muihin projekteihin. Tämä sivusto on kuin digitaalinen portfolio.

Tein sopusointu.fi sivun Webdesigner-ohjelmiston avulla. Se on HTML-pohjainen ohjelma, jota voi käyttää sekä valmiin käyttöliittymän avulla, että koodamalla suoraan lähdekoodiin muutoksia. Aikaa ehjän sivustolabyrintin rakentamiseen saa kulumaan helposti parikin kuukautta, sillä tässäkin tapauksessa sivuja on useita kymmeniä saman osoitteen alla. Nettisivun kuvat, logot ja tekstit on suunniteltu, toteutettu ja käsitelty Photoshop-ohjelmalla. Muu audiovisuaalinen informaatio on kerätty yhteen vuosien mittaan tallennetulla digitaalisella sisällöllä. Mukana on sekä videokuvaa että audiotallenteita ja linkkejä muihin sivustoihin, joista löytyy tuottamaani audiovisuaalista materiaalia. (LIITE 4)

5 MARKKINOINTI JA KAUPALLINEN HYÖDYNTÄMINEN

Musiikkiteollisuuden perusteiden ymmärtäminen edellyttää sitä, että asioita tarkastellaan artistikohtaisesta, artistia tukevien ammattiryhmien sekä alan ulkopuolisesta eli yleisestä näkökulmasta. Artisteille esiintymisillä on aivan toisenlainen merkitys kuin ohjelmatoimistoille. Ohjelmatoimistoille livebisnes on usein ainoa tulonlähde, kun taas artisteille se on ainoastaan yksi mahdollisista tulolähteistä. Ammattinimikekään ei kerro koko totuutta todellisesta toimenkuvasta. Suomen kokoisessa maassa on tyypillistä, että alan henkilöt toimivat useammassa kuin yhdessä roolissa. Toisille kysymys on liiketoiminnan tietoisesta laajentamisesta, kun toisilla useammassa roolissa toimiminen on suoranainen välttämättömyys. Täysipäiväinen elannon hankkiminen ainoastaan musiikista edellyttää usein roolirajojen rikkomista.

5.1 Liiketoimintasuunnitelma

“Yhtä lailla kuin on tärkeää huomioida yritystoiminnassaan asioita, joita haluaa toteuttaa, on tärkeää listata ja rajata asioita, joita ei aio toteuttaa. Esimerkkinä tästä on tuotteen markkinointi väärälle asiakaskohderyhmälle tai tarjoaminen huonosti maksavalle ja epäluotettavalle asiakkaalle.” (Liiketoimintasuunnitelma 2011.)

Tämän kaupallisen idean kehittäminen on siis tähän mennessä edennyt seuraavasti: liiketoimintasuunnitelman avulla kartoitettiin omia heikkouksia ja vahvuuksia, jonka jälkeen perustettiin yritys. Luonnollinen nimisuoja ja yksinoikeus tuotemerkkiin hankittiin kaupparekisterin kautta. Sitten kehitettiin ideaa ja sen sisältöä tiettyyn formaattiin, sekä etsittiin yhteistyökumppaneita. Ensimmäiseksi äänitettiin musiikillinen sisältö, joka oli seurausta vuosia jatkuneelle työlle sävelletyn ja sanoitetun materiaalin parissa. Toisena työvaiheena vuorossa oli imagosuunnittelu, tuotemerkkikehittely ja logoa sen ympärille. Sen hahmotettuani otin yhteyttä graafiseen ilmaisuun erikoistuneeseen firmaan.

Kolmannessa työvaiheessa toteutettiin nettisivut ja otettiin valokuvia, luotiin symboliikka ja visualisointi yhdessä mainostoimiston kanssa. Seuraavaksi etsittiin lisää

yhteistyökumppaneita. Kaikkien näiden osa-alueiden kehittäminen on osa jatkuvaa prosessia ja kehittymistä kohti päämäärää, jota ei täysin pysty määrittelemään.

Vuosia kestänyt tuotekehittäminen on ollut lukemattomien harhaosumien kuin onnistumistenkin tulos ja jatkuu edelleen pyrkien sopeutumaan ajan vaatimuksiin. Tuotekehittäminen ja sisällöntuotanto ovat vain suunta, joka on pakko valita eteenpäin pääsemiseksi.

5.2 Markkinointisuunnitelma

Jo pitkään jatkuneen bänditoiminnan myötä yhtyeen tuotteistaminen oli siis vain ajan kysymys, joka tuli ajankohtaiseksi keväällä 2010. Aloitteita tuotteistamisen puolesta oli tehty aikaisemminkin myös kolmansille osapuolille, mutta alati muuttuvan musiikkibisneksen luomien paineiden alla ohjat päätettiin ottaa omiin käsiin. Käytännössä mitä enemmän teet itse, sitä helpommin elätät itsesi toiminnallasi ja olet vapaampi tekemään projektikohtaisia sopimuksia kolmansien osapuolien kanssa.

Yhtyettä alettiin markkinoida. Aluksi oli tehtävä markkinointi- ja toimintasuunnitelma. Yrityksen vahvuudet ja heikkoudet tuli kartoitettua perusteellisesti liiketoimintasuunnitelman avulla. Käytännössä yrityksen kannattavuus tulee ilmi vain tekemisen kautta. Tämä järjestelmällinen kehitysprosessi alkoi jo vuosia sitten ja jatkuu edelleen yrityksen edetessä ja kehittyessä ajan vaatimusten mukaan. Avaimina menestymiseen ovat olleet huolellinen pohjatyö ja valmistautuminen, sekä asiakkaiden hankkiminen ja uusien markkinoiden kartoitus.

Jotta yhtye olisi olemassa ja siitä voisi muodostaa mielipiteen asiakkaiden piirissä tarvitaan hyvät biisit ja audiovisuaalista sisältöä sekä sosiaalisia vuorovaikutustilanteita. Fyysiset esiintymiset kullakin markkina-alueella helpottavat albumien sekä artistin itsensä promootiota haastatteluin ja muunlaisin julkisin toimenpitein. Monesti esiintymiset ovat riippuvaisia artistin tallennetuotannosta, eli siitä koska artistilta taas on odotettavissa uutta materiaalia. Keikkailu on monelle artistille se säännöllinen tulo, jolla voi elättää itseään rojalteja tai tekijänoikeustuloja odotellessa.

“Artistin näkökulmasta esiintymisillä on useita tehtäviä. Esiintymiset muodostavat usealle artistille merkittävän tulolähteen. Tallennemyynnin lasku tekee esiintymisistä entistäkin tärkeämmän tulolähteen. Esiintymisillä pystytään markkinoimaan artistin muita tuotteita, kuten tallenteita tai oheistuotteita. Toiminnan organisointi, suunnittelu ja toteutus on tärkeää. Artistin keikkapaikat ovat suoranaisesti ja välillisesti merkittävä kauppapaikka. Esiintymispalkkion lisäksi artistille kertyy tuloja myös mahdollisesta paitamyynnistä. Välillisesti artistista kiinnostunut yleisö ostaa artistin levyn tai muun tallenteen joko levykaupasta tai netistä.” (Karhumaa ym. 2010, 45-46.)

Lisääntyvän keikkailun ohessa alkoi Mustalinnun-levyn työstö. Näiden esitysten tai kappaleiden, jotka ovat esimerkiksi sähköisessä muodossa, tulee olla kopioitavissa ja soitettavissa samanaikaisesti eri puolilla Suomea tai laajempaa maantieteellistä aluetta. Musiikinkuluttajan kiinnostuksen herättäminen tapahtuu ainakin kolmella eri tavalla: tallenteen kuuntelemisella, julkisessa esitystilanteessa tai niin sanotun puskaradion välityksellä. Siksi on tärkeää, että sisältö on esillä mahdollisimman monessa eri yhteydessä julkisesti.

5.3 Yhteistyökumppanit

Loppujen lopuksi välittömässä yhteistyössä on nyt 2011 viisi yritystä: musiikintuotantoyhtiö Musiikkimaku, ohjelmamyynti- ja kustannusyhtiö Rakkausrock, mainostoimisto AD Helena ja yhteistyösopimus levy-yhtiö Reel Art Oy:n kanssa ja sitä kautta jakelusopimus EMI:n kanssa. Monikansallinen yhtiökontakti syntyi toisen yhtyeen jäsenen osallisuudesta Reel Art Oy yrityksen markkinointitehtäviin. Käytännössä tämä tarkoittaa kyseisen alamerkin logon sijoittamista tallenteisiin, jonka johdosta tuotteellamme on lupa osallistua EMI:n erilaisiin jakelukananviin.

Karhumaa ym. kirjoittaa, että moni levy-yhtiö on ulkoistanut äänitteidensä jakelun eli toiminnan, jonka tarkoituksena on saattaa äänitteet jälleenmyyjien saataville ja sitä kautta vähittäismyyntiin. Jakelu-yhtiö saattaa olla kolmannen osapuolen omistuksessa, mutta myös levy-yhtiöiden määräysvallan alaiset jakelu-yhtiöt ovat yleisiä. Kyseessä on siis tuotannosta ja markkinoinnista erillinen liiketoiminnan yksikkö. “Jakelusopimuksessa on kyse ainoastaan jälleenmyynnistä. Artisti tai artistin levy-yhtiö toimittaa

valmiit äänitteet jakelijan varastoon, josta jakelija niitä tilausten perusteella toimittaa jälleenmyyjille. Jakelu on nimensä mukaisesti enemmänkin toimittamista kuin myyntiä. Onkin pitkälti artistin ja artistin levy-yhtiön tehtävänä tehdä artistista mielenkiintoinen, jotta jälleenmyyjät sekä levyn ostajat löytävät artistin. “ (Karhumaa ym. 2010, 51.)

Valmistuneen audiovisuaalisen materiaaliuotannon jälkeen, työ on jatkunut markkinoinnin ja ohjelmamyyntin parissa. Sisällöntuotantoprosessi etenee kokoajan yksittäisten biisien valmistuessa pajalta. Tavoitteena on saada kappaleille mahdollisimman paljon esityksiä ja käyttöyhteyksiä. Toiminnan tuotteistaminen on tähän mennessä johtanut ohjelmamyyntissä hintojen merkittävään nousuun, mikä on hyvä, sillä keikkojen myynti onkin tämänhetkinen tuotteen pääasiallinen tulonlähde.

5.4 Markkinointitoimenpiteet



Kuva 6. Mustalintu- julkaisun mainos

Aktiivisen keikkailun ohessa, markkinointia on edistetty muunmuassa lehtiartikkelien avulla ja audiovisuaalisen sisällön ja promomateriaalin jakelulla kaikkiin EMI:n Suo-

men mediakontakteihin. Reel Art Oy tuotantotiimin myötä kontakteja luodaan markkinomalla tuotetta sähköpostin ja puhelinsoittojen avulla. Tavoitteena on ollut informointi ja mahdollinen yhteistyö eri tahojen kanssa.

Jakelusopimus EMI:n kanssa mahdollistaa tuotteiden markkinointimateriaalin ja radiopromojen liikkumisen kaikille merkittävälle medioille Suomessa. Kolmannen sinkun myötä myös sähköinen jakelu liikahtaa EMI:n toimiston kautta eli EMI hoitaa tuotteen nettikauppoihin kuten Itunes:iin ja se on ostettavissa sitä kautta. Tulevaisuudessa mahdollisesti fyysisten kopioiden tuotannon aloittamisen myötä, jakelun laatu ja sopimusehdot tarkistetaan ja päivitetään ajankohtaiseksi tuotteen osalta.

Yhteistuotantomme singlejulkaisut ovat siis ostettavissa digitaalisena versiona tietyistä nettikaupoista. Sähköisellä jakelulla tarkoitetaan sellaista yleisölle kohdistettua toimintaa, jossa tallennettua musiikkia tarjotaan ei-fyysisessä muodossa. Esitys tavoittaa kuuntelijan joko pakattuna tai pakkaamattomana. Pakatulla sähköisellä jakelulla tarkoitetaan esityksiä, joita kuuntelija palvelimen välityksellä lataa esimerkiksi omalle tietokoneelleen.

Kesällä 2010 julkaistun ”Jääsydän” singlen yhteydessä, tehtiin ensimmäinen lehtijuttu ”Tanssiviihde” lehteen, jonka levikki on valtakunnallinen. Samoihin aikoihin avattiin nettisivusto ja liitettiin sosiaalisiin medioihin verkossa.

Elokuussa ”Jääsydän” -single nostettiin mukaan päivittäiselle soittolistalle radiokanava Suomi-Popille. Kanava tavoittaa joka viikko miljoona suomalaista kuuntelijaa. Eräässä aamuohjelmassa juonnossa mainittiin Mustalintu-yhtyeen ”Jääsydän” kappaleen olevan eniten toivottu biisi kanavalla siinä kuussa. Todennäköisesti tämä oli seurausta Facebook-yhteisössä tapahtuneesta markkinoinnista, jossa henkilöitä kehoitettiin toivomaan kyseistä kappaletta radiokanavalta.

Toisen singlen yhteydessä julkaistiin ”Espoon Blues Magazine” lehdessä aukeaman kokoinen haastattelu. (LIITE 5) Singlen julkistamistilaisuudessa oli sata kutsuvierasta ja promo- tilaisuudessa esiteltiin myös tuore musiikkivideo. Markkinointia on tapahtunut myös erilaisissa nettiyhteyksissä arvostelujen ja artikkelien muodossa.

Konseptin erilaisten tekijänoikeuksien myyminen kolmannelle osapuolille on sopimusehdoista riippuvainen vaihtoehto ja sen hyödyllisyys tulee ajankohtaiseksi kysynnän lisääntymisen myötä. Kaupan on sekä ammattitaito että musiikillinen sisältö ja/tai valmis konsepti, jonka kysyntä kasvaa tasaiseen tahtiin tarjonnan laajentuessa. Karhumaa ym. kirjoittaa, että tekijänoikeuksiin liittyy olennaisena osana oikeus luovuttaa tekijälle alun perin kuuluvia taloudellisia oikeuksia kolmansille osapuolille. Yleensä tuo luovutus on vastikkeellinen. Musiikkiteollisuudessa tekijän osuus maksetaan joko rojal-tina tai muuna tekijänoikeuskorvauksena. (Karhumaa ym. 2010, 136.)

Oheistuotteiden kehittäminen on riippuvainen siitä, millaiseen tarpeeseen tuote kuluttajien parissa asettuu. Pääperiaatteena on, että tuotevalikoiman on oltava tarkoituksenmukainen suhteessa artistin musiikillisen uran ideaan ja päämäärään. Se ei koskaan saa olla itse tarkoitus. Oheistuotanto saattaa imagoltaan, ulkoasultaan tai laadultaan epäonnistuesssa haitata artistin musiikillisia päämääriä ja tavoitteita.

5.5 Tekijänoikeuskorvaukset

Tekijänoikeudet ovat niin laaja käsite, että kaikkien sen ulottuvuuksien esittely tässä projektityössä on mahdoton esittää kirjallisesti. On tärkeää, että tuottaja perehtyy parhaimpansa mukaan tekijänoikeuskirjallisuuteen ennen sopimusten allekirjoittamista.

Karhumaa ym. mukaan (2010, 136-137) tekijänoikeuksilla on monta tehtävää. Liiketoiminnallisesti tärkein niistä on taloudellinen puoli, jolla turvataan tekijän yksinoikeudellinen määräysvalta teostensa hyödyntämisestä. “Myös moraalisisilla oikeuksilla on oma merkityksensä. Moraalisilla oikeuksilla suojataan tekijän kunniaa. Tällä tarkoitetaan sitä, että teosta ei saa julkaista tekijää tai teosta loukkaavassa muodossa tai yhteydessä, ellei tekijä ole tällaiseen toimenpiteeseen antanut nimenomaista ja etukäteistä suostumusta. Taiteen korkea taso ja tekijän nimi ovat tavaramerkkeihin luokiteltavissa olevaa omaisuutta. Tekijänoikeuksien peruste on kannustaa ihmisiä tuottamaan suojattua aineistoa, jonka tuottaminen vie yleensä aikaa sekä synnyttää kustannuksia. Ilman yksinoikeudellista määräysvaltaa, motivaatio ei välttämättä nouse kovin korkeaksi. Yleensä yleisölle tarkoitettun tuotteen valmistaminen on yksittäiselle tekijälle

tai tekijäryhmälle ylivoimainen taloudellinen tehtävä. Tätä tarkoitusta varten tekijät hankkivat yleensä rahoitusta. “ (Karhumaa ym. 2010, 136-137.)

Suoranaisia tekijänoikeuskorvauksia ovat Teoston maksamat esittämiskorvaukset sekä NCB:n perimät “mekanisointikorvaukset”, jotka Teosto tilittää.. Lähioikeuksilla puolestaan tarkoitetaan esittäjien tekijänoikeuksia. Sopimuksin säädettyjä oikeuksia musiikintekijöiltä ja tallennetun musiikin esittäjiltä saavat musiikinkustantajat sekä äänitteen taloudelliset tuottajat, joita usein ovat levy-yhtiöt.

5.5.1 Teosto

Osallistuin tuotantoprojektissa kaikkien teosten säveltämiseen, sanoittamiseen ja sovittamiseen. Liityin tuotannon alkaessa Teosto r.y:n asiakkaaksi. Säveltäjäin tekijänoikeustoimisto Teosto r.y. on säveltäjien, sanoittajien, sovittajien ja musiikinkustantajien tekijänoikeusjärjestö (Wikipedia, 2011, Teosto).

“Teosto ajaa ja valvoo säveltäjien, sanoittajien ja musiikin kustantajien oikeuksia. Yhdistys huolehtii, että musiikin käyttäjät saavat helposti luvat musiikin esittämiseen ja tallentamiseen ja että tekijät saavat tästä korvauksen. Teosto myy musiikkia käyttäville lupatuotteita musiikin esittämiseen ja tallentamiseen. Musiikin käyttäjäasiakkaita ovat mm. radio- ja TV-yhtiöt, konserttien ja muiden tapahtumien järjestäjät ja taustamusiikkia käyttävät yritykset sekä äänitetuottajat. “(Wikipedia 2011, Teosto.)

5.5.2 Gramex

Gramex r.y on Esittävien taiteilijoiden ja äänitteiden tuottajien tekijänoikeusjärjestö, joka valvoo esittävien taiteilijoiden ja äänitteiden tuottajien oikeuksia, joista säädetään tekijänoikeuslainsäädännössä. Yhdistys kerää musiikin esittämisestä ja muusta kuin yksityiskäyttöön kopioinnista korvauksia. Kerätyt varat Gramex välittää asiakkailleen mm. musiikin radiosoiton perusteella. (Wikipedia 2011, Gramex.)

”Gramex palvelee sekä korvauksen maksajia että korvauksensaajia. Kun laki edellyttää käyttölupia tai korvauksia äänitemusiikista, Gramex auttaa niiden hoitamisessa. Gramexin palvelut ovat tärkeitä myös musiikin käyttäjille, koska heidän olisi vaikeaa hoitaa asiat yksittäin monien tuhansien muusikoiden kanssa.” (Gramex 2011.)

5.6 Tekijänoikeudet ja sopimukset

Tekijänoikeudet kaikkine johdannaisineen on moniulotteinen kokonaisuus. Karhumaa ym. (2010, 96) kertoo, että henkilötietolain mukaan suojan kohteena ovat tekijöiden ja esittäjien nimet, kuvat sekä muu näihin verrattava tunnistemateriaali. Teoksen tai esityksen julkaisija tarvitsee nimenomaisen suostumuksen myös oikeudelleen käyttää tekijän tai esittäjän nimeä, kuvaa sekä muuta tekijöihin ja esittäjiin liittyviä muita henkilötietoja. Yleensä tämäkin oikeus on rajattu siten, että esimerkiksi levy-yhtiö saa käyttää näitä tietoja ainoastaan tallennemyynnin ja markkinoinnin edellyttämissä toimenpiteissä. Muissa yhteyksissä oikeutta ei ole. Tekijänoikeudellisten asioiden luovutukset melkeinpä edellyttävät kirjallista sopimusta. Tästä syystä musiikkialan sisäisiä suhteita kannattaakin tarkastella juuri sopimuksen tai sopimisen näkökulmasta. Näin tavoitetaan paremmin ne suojausmekanismit, joita osapuolet tällä hyvin epävarmalla alalla kohdallaan tarvitsevat. (Karhumaa ym. 2010, 96.)

5.7 Yhteistuotantosopimus

Mustalinnun äänite tuotettiin yhteistyössä Musiikkimaku Tuotanto- yhtiön kanssa. Tuottajaosuudet on jaettu kolmeen osaan kolmen tuotantoon osallistuvan henkilön kesken yhteistuotantosopimuksella.

”Yhteistuotanto: mikäli useampi henkilö tai yhteisö tuottaa äänitteen yhdessä, kyseessä on ns. yhteistuotanto. Kaikkien osapuolten on silloin allekirjoitettava yhteistuotantosopimus, josta ilmenevät eri osapuolet ja näiden osuusprosentit. Tämä sopimus toimitetaan Gramexiin ääniteilmoituksen kanssa.” (Gramex 2011.)

”Ääniteilmoitus: Kun uusi äänite on julkaistu, tuottajan velvollisuutena on tehdä äänite-ilmoitus seuraavan kuukauden loppuun mennessä. Ilmoitus on välttämätön. Ellei tuottaja ole tehnyt sitä, Gramex-korvauksia ei pystytä maksamaan sen enempää taiteilijoille kuin tuottajalle. Ääniteilmoitus tulee tehdä kaikista tallenteista myös sinkuista ja radiopromoista.” (Gramex 2011.)

6 YHTEENVETO

Tämän lopputyön tarkoitus on ollut osoittaa, minkälaisia realiteetteja musiikkibisness-maailmassa tulee ottaa huomioon kun pyritään ideasta tuotteeksi. Olennaista on löytää oma persoonallinen tapa hyödyntää erikoisosaaminen tulonlähteeksi ja silti pitää työnkuva mielekkäänä ja luovana. On olemassa välttämättömiä vastuualueita ja käytäntöjä, jotka on pakko ottaa huomioon kun kaupallistetaan ideaa. Yrittäjäksi ryhtyminen on haaste itsessään ja menestyminen vaatii käytännön kokemusta alalta. Toki voi tuotteistaa idean ilman yrityspohjaakin.

Osallistuminen kaikkiin tuotantoketjun työvaiheisiin sisällöntuotannosta myyntiin ja tuotesuunnitteluun on ollut työläs, mutta myös luova ja opettavainen prosessi. Sen etuina ovat työjälki, joka on tekijänsä näköinen ja vapaus päätöksentekoon sekä sopimusten laatimiseen kolmansien osapuolien kanssa projektikohtaisesti. Hankaloittavana puolena on vastaavasti projektin hidas eteneminen ja täydellinen omakohtainen tulos- ja kustannusvastuullisuus tuotannon eri osa-alueilla.

Tuotannon edetessä tavoitteetkin ovat muuttuneet. Alunperin keikkamyyntiä tehostamaan luotu äänite, joka piti julkaista vain promona keikkapaikoille, alkoi soida valtakunnallisilla radioasemilla. Markkinointia tehostaakseni, aloin kehittää yhtyeen ympärille kaupallista imagoa ja etsiä yhteistyökumppaneita. Tämä johti mittavampaan yhteistyöhön äänitetuotantotyön puolella ja mahdollisuuteen hyödyntää EMI:n jake-lukanavaa. Tunnistettavuuden lisääntyminen taas nosti yhtyeen myyntihintaa keikkapaikoilla ja näin myös alkuperäinen tavoite tuli saavutettua. Tuotanto jatkuu edelleen samojen tahojen kanssa ja toiminta keskittyy nyt uusien teoksien saattamiseen julkaistavaan muotoon. Pyrkimys on laajentaa yhtyeen ja yrityksen näkyvyyttä.

Omakohtaisesti voin todeta työn olleen palkitsevaa, sillä toimivan yhteistyömme jäljet ovat ulottuneet laajemmalle kuin lähtötilanteessa osasin aavistaa. Silti vaikeana ja yllättävänä tekijänä on ollut ajoitus ja ennakointi markkinoinnin puolella. Olisi tehokasta, jos minimalistinen markkinointikoneistomme kykenisi reagoimaan isommalla volyymillä medioihin kun äänite soi valtakunnallisesti. Tällöin esimerkiksi oikein

ajoitettut keikat ja haastattelut laajentaisivat asiakkaiden tietoisuutta yhteestä. Tekemällä oppii ja se on tämän projektin yksi ydinajatuksista.

On hyödyllistä ottaa selvää alan eri osa-alueista ja tiedonjanon on syytä olla lähes pohjaton. Kouluttautuminen ja harjoitus tekevät kuulemma mestarin, joskaan uuden oppiminen ei lopu koskaan. On myös tärkeätä ymmärtää, että motivaatio tuotteistamisessa ei välttämättä ole pelkkä raha, vaan se että taiteentekijät saavat äänensä kuuluviin, näkevät kättensä jäljen ja yleisö saa viihdettä. Kiitos PIRAMK/TAMK 2006 vuosikursin opiskelijoille ja opettajille mielekkästä ja inspiroivasta viiden vuoden ajanjaksosta.

LÄHTEET

- Ahokas, P.- Frisk, T.- Hyvönen V.- Jaakonmaa, E.- Nieminen, P.- Nikula, J.- Pesonen, R. 2004. Artist ABC – Avaa ikkunoita musiikin maailmaan. T2 promotions Oy.
- Ahonen, L. 2007. Mediated Music Makers: Constructing Author Images in Popular Music. Finnish Society for Ethnomusicology.
- Brackett, D. 2000. Interpreting popular music. Berkeley. Los Angeles & London. University of California Press.
- Chappel, J. 2004. PC-Kotistudio, käyttäjän käsikirja. IT Press.
- Gaskell, E. 2004. Make Your Own Music Video. Cambridge: ILEX.
- Gibson, D. 1997. The Art of Mixing – A Visual Guide to Recording, Engineering, and Production. Vallejo: Mix books.
- Huber D. & Runstein R. 1997. Modern recording techniques fourth edition. Sams publishing. United States of America.
- Katz, B. .2002. Mastering Audio: the art and the science. USA: Focal Press.
- Laaksonen, J. 2006. Äänityön kivijalka. Helsinki: Idemco Oy, Riffi-julkaisut.
- Leino, A. 2010. Dialogin aika: Markkinoinnin & viestinnän digitaaliset mahdollisuudet. Porvoo: WS Bookwell.
- Mäkelä, J. 2002. Kotistudio musiikki purkkiin omin avuin. Helsinki: Like.
- Mäkelä, J. & Larmola, K. 2009. Oma studio ja äänittämisen taito. Helsinki: Like-julkaisut.
- Rooksby, R. 2007. Arranging songs. How to put the parts together. Yhdysvallat: Backbeat Books.
- Salmenhaara, Erkki 1976. Miten sävellykseni ovat syntyneet. Otava.
- Salo, H. 2006. Kahlekuningaslaji. Like kustannus OY.
- Suntola, S. 2004. Luova Studiotyö. Helsinki: Idemco Oy.
- White, P. 1997. The sound on sound book of music technology a survivor's guide. London: Sanctuary Publishing Limited.

ELEKTRONISET LÄHTEET

Elvis r.y 2006. http://www.elvisry.fi/index.php?option=com_content&task=view&id=65

Luettu 18.5.2011.

Gramex 2011. http://www.gramex.fi/fi/taiteilijat_ja_tuottajat/aanitteentuottaja.

Luettu 15.3.2011.

Gallagher, M. 2006. Studio Business Book 3. ed. Course Technology Incorporated.

<http://www.jamk.fi/kirjasto> , Nelli-portaali, Ebrary. Luettu 18.5.2011

Haaranen, T. 2005. It's all about the song. Sibelius-Akatemia. Arts management.

Lopputyö. <http://ethesis.siba.fi/ethesis/showrecord.php?ID=330930> .Luettu 29.3.2011.

Karhumaa, M- Lehtman, I - Nikula, J. 2010. Musiikki Liiketoimintana. [PDF].

http://www.imperiumi.net/updn/Musiikki_Liiketoimintana.pdf.

Luettu 1.4.2011.

Kauppinen Sirpa. 2011. <http://users.tkk.fi/u/smkauppi/index.html>. Luettu 17.5.2011

Kuisma, J. 2007. Kansainvälistyminen osana suomalaisen kaupallisen musiikin tuot-tajuutta. Pro Gradu [PDF].

https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/18500/URN_NBN_fi_jyu-200802141166.pdf?sequence=1. Luettu 10.11.2010.

Liiketoimintasuunnitelma 2011. <https://liiketoimintasuunnitelma.com>. Luettu 12.5.2011

Musiikin teoria 2011. <http://www2.siba.fi/mustel/index.php?id=27&la=fi>

Luettu 12.5.2011

Patentti- ja rekisterihallitus 2011. <http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri.html>.

Luettu 19.10.2010.

Peda 2011. http://www.peda.net/verkkolehti/jkl/lyseo/musa?m=content&a_id=1843

Luettu 14.5.2011

Wikipedia 2011. Gramex <http://fi.wikipedia.org/wiki/Gramex>.

Luettu 15.3.2011.

Wikipedia 2011. Logo <http://fi.wikipedia.org/wiki/Logo>

Wikipedia 2011. Länsimainen musiikki http://fi.wikipedia.org/wiki/L%C3%A4nsimainen_musiikki Luettu 12.5.2011

Wikipedia 2011. Länsimaisen musiikin historia http://fi.wikipedia.org/wiki/L%C3%A4nsimaisen_musiikin_historia Luettu 12.5.2011

Wikipedia 2011. [http://fi.wikipedia.org/wiki/Harmonia_\(musiikki\)](http://fi.wikipedia.org/wiki/Harmonia_(musiikki)) Luettu 12.5.2011

Wikipedia 2011. Melodia <http://fi.wikipedia.org/wiki/Melodia>
Luettu 12.5.2011

Wikipedia 2011. Musiikki. <http://fi.wikipedia.org/wiki/Musiikki>.
Luettu 12.3.2011.

Wikipedia 2011. Teosto. <http://fi.wikipedia.org/wiki/Teosto>.
Luettu 15.3.2011.

Wikipedia 2011. Valokuvaus. <http://fi.wikipedia.org/wiki/Valokuvaus>.
Luettu 20.4.2011.

KUVATIEDOT

| | |
|--|----|
| Kuva 1. Mustalintu-yhtye..... | 8 |
| Kuva 2. Musiikkimaku Tuotanto- tarkkaamo..... | 9 |
| Kuva 3. Mustalintu-yhtyeen CD-singlen kansi..... | 26 |
| Kuva 4. Mustalintu- promokuva 2011..... | 29 |
| Kuva 5. Mustalintu-logo 2011..... | 30 |
| Kuva 6. Mustalintu- julkaisun mainos..... | 39 |
| Kuva 7. Musiikkimaku Tuotanto- soittotila..... | 52 |
| Kuva 8. Jääsydän- singlen kansi..... | 53 |
| Kuva 9. Jääsydän- singlen takakansi..... | 53 |
| Kuva 10. ONTR- kansi..... | 54 |
| Kuva 11. ONTR- takakansi..... | 54 |
| Kuva 12. Tyttö Sä Olet Hullu- kansi..... | 55 |
| Kuva 13. Tyttö Sä Olet Hullu- takakansi..... | 55 |

LIITTEET

LIITE 1

CD-ROM

Carlson L. 2011. MUSTALINTU- singlet. CD-ROM.

1. Jääsydän 4:11
2. On Tää Rakkautta Nyt 4:28
3. Tyttö Sä Oot Hullu 3:51

LIITE 2

VIDEO CD

Carlson L. 2010. MUSTALINTU- On Tää Rakkautta Nyt 2011 VIDEO-CD.
JULKAISTU 28.10.2010. <http://www.youtube.com/watch?v=ef9zjRAyole>.

LIITE 3 Rakkausrock.fi JULKAISTU 28.10.2010 <http://www.rakkausrock.fi>

LIITE 4 Sopusointu.fi JULKAISTU 30.6.2010 <http://www.sopusointu.fi>

LIITE 5 Niemi, J. 2010. MUSTALINTU-Lätkässä rokkiin. JULKAISU 13.1.2011.
(Lehtiartikkeli). Toimitus/Julkaisija Espoo Blues Magazine. <http://www.blues-magazine.fi>. Luettu 13.4.2011.

LIITE 6 Tuotantolaitteisto ja työkalut <http://www.musiikkimaku.fi/studio.htm>

LIITE 7 Singlejulkaisut

Mustalintu - Lätkässä rockiin

2000-luvun alussa perustettu Mustalintu edustaa rakkausrockia espoolaisimmillaan. Espoo Blues Magazine haastatteli Mustalintun kahta perustajajäsentä, Rami Henttilää ja Lasse Carlsonia, jotka tunnustautuvat myös intohimoisiksi kiekkoaneiksi.

Teksti: Johani Nurmi
Kuvat: Mustalintu

Rockitunee paljon erilaisia lajityylejä. Niinpä on hyvä, jos vällillä syntyy uusiakin. Espoon blues rock-club, Mustalintu korostaa kuitenkin yhdenlaisia lajityylejä: tyylillä **Rami Henttilää** ja rautaläpisytyksellä **Lasse Carlsonia**. Pöytä ja rockin välimuotoon musiikkiaan kovaileva kiekkoaine, että he sekoittavat mielellään keskenään erilaisia musiikin lajityylejä.

"Kun opiskelimme Lasse'n kanssa bändöijänsä 2000-luvun alussa, huomattiimme nopeasti, että meillä syödiä ja että meillä on hyvin samaan tyyliin ymmärrys musiista", Rami Henttilä muistelee. "Yhdeksän kuukautta myöhemmin" lapsi syntyi, eli olimme jo yhdessä soittoleimassa kaiken maailman konserttituoksissa ja kekkereissa. Kertan uramme alkuaikana oli hauska tilanne, kun olimme soittamassa musiia Olavin Jämsessä karnivalissa. Folklorit tullen leivät katoivat meitä monitu auki. He luulivat tullen sa kuunteleman heviä, mutta sitä musiikkimme ei ole, vaikka bändinimemme sellaiseen ohia vihaakin". Rami hakeutuu hyvintuuliseksi.

"Soittamamme musi on jotain sellaista, mitä kutuamme mielikuvamme rakkausrockiksi", Lasse Carlson korostaa bändilävisiään. "Tutustumme Jansydan ilmentä itse asiassa juuri sellaista herkin byritystä filistä. Meille rakkaus ei merkitse pelkästään sitä itäeläin, vaan myös postitiivistä elämänsämenetä, hyvää filistä ja onnen tunnetta".

Molemmat miehet tunnustautuvat myös jalkikokoa ystäviksi. Rami Henttilä: "Olin joiden aikana EPS:ssä maalivahtina. Enkään valmentajan mielen muista olisi voinut tulla eittään hyvinkin maahvahi. Musat veti kuitenkin kiekkoa enemmän minua puolelensa. Jostain syystä kun katon kiekkomatsia Ilmari Areenalla tai televisioista, olen aina kaikkien kinnostuneiden juri maalivahtien telerästä. On-

noksi aamua- kielillä maah- vällillä on musiiton sta- tistikkia myös NHL:ssä". Rami hakeutuu hiekkotua.

Lasse Carlson ei jalki kumpunkinlaista riididen pelkää pahemmaksi jalki- kom bhoijana. "Luonnollisesti syntyperäisenä ruunalaakana juuri Kauman Lükko oli lapsena aina se juttu". Eikä ihme, koska Ruunalla tuo jalkikokopuolue saattii erityisen suurta arvostusta ja kunnioitusta. Olen kuitenkin asunut jo yli 20 vuotta Espoossa, joten kyllähän yllämeni on muuttunut vuosien varrella myös sinisenomakka". Lasse naurea, ja kehui Raron Areenan monipuolisuutta "Kansainväliset mitat täyttäväksi mestaksi".

Rami ja Lasse sanovat molemmat olevansa "lätkässä rockiin", ja onhan Mustalintu myös julkaisensaassa debyyttialbumiaan *Rakkausrock* tammikuun tietämillä. "Tuntuu tietysti mielellömmin kiva, että valavärsästä poikkeavaa rock-musiikkimme kohtaan osoitetaan mielenkiintoa. Kappaleemme *Jansydan* soi tulkomaatta palkkupaiki-



25
Mustalintu



P. Kuvassa vasemmalta Lasse Carlson ja oikealta Rami Henttilä.

seuden valikossa. Olemme myös harkitsevi valinnat kunnan kirkkosalin varten ammattimaisesti bändimme kanssa. Huhumme lopuksi linnat tuottajamme. Musiikkimaku Oy:n **Mikko Pöyhönen**, joka on korvaamaton, ei tuottajajohdattamme. Hän on bändimme kolmas jäsen", Rami hiekkotua. ■

MUSTALINTU-yllyksen kokoonpano 2010:

Jari Haros - rummut
Juha Räsänen - sähkökitara ja laulukitara
Juha Humajoki - kosketimet, laulukitara ja huuliharppu
Lasse Carlson - basso ja laulu
Rami Henttilä - laulu

Mustalintu perustettiin vuonna 2002, kun Rami Henttilä ja Lasse Carlson opiskelivat bändöijänsä Espoossa Riecke-Forsbergin pöhdöllä. Pitkin kaskailun ja musiikkopintojen seurauksena poikien ammattitaito ja kokemus saavutti päätteen, joka on kullavissa 22.6.2010 julkaistun *Jansydan* kappaleen muodossa.

Mustalintu on siis lentänyt jo vuosi ja materiaalia on kerätty nyt lauantai-työnnästäan pohjalätkäks. Rami on mukana ja Lasse on kertonut ammattitaitons seurauksena Mustalintu-yllyksen *Rakkausrock* albumin on pian valmis ja sen ilmestytyksellä ovat oivat samita sydämenä syntyneä koko Suomella. Albumin tuottaa **Mikko Pöyhönen** (Pöyhönen maku Oy) yhdessä poikien kanssa ja ensimmäinen single *Jansydan* odottaa soittoa jo tullaan eri radiokanavilla.

www.rakkausrock.fi

REEL ART OY

Haastatteluyritys puh. 045 258 7597

m@rakkausrock.fi

HW prosessointi ja muuntimet – Processing and AD/DA tools

- Digidesign ProTools|HD 3 Core Accel cards
- Digidesign 96IO and 96i I/O AD/DA audio interfaces
- Digidesign C|24 controller/mixer (16 classA preamps)
 - DAWs : ProTools 8 , Cubase 5 , Logic Studio 8 and computer MacPro (8 core processing)

Etuvahvistimet – Preamps

- Universal Audio LA-610 Tubeamp/comp 1ch.
 - SSL alpha VHD 4 ch. preamp
 - Presonus TubePRE 1ch. (2pcs.)
 - ADA8000 Behringer
- TC electronics C300 Multich. compressor
 - dBx project1 266 compressor 2ch.

Kuuntelu – Monitors

- Genelec 8030A
- Genelec 7050B subf.
- Avantone mixcubes passive (Auratone technology)
 - Yamaha MSP5
 - AKG headphones

Miksaus- ja masterointityökalut - Mixing and mastering tools

- Lot of tube preamps, EQ and processingTDM, RTAS, VST, AU plugins
 - Waves SSL4000 and Vocal Rider
 - Altiverb 6 convolution reverb
 - TC system6000 TDM plugins MD3 and VSS3
- Antares Autotune 5 pitch tool and TC Harmony4 vocal doubling
- Bias Peak Pro XT 6 bundle (editing, mixing, and mastering SW)
 - WaveLab 6 + VST plugins
 - Toonrack Superior drummer 2
 - A.I.R. Virtual Instruments

Mikit – Microphones

- Neumann TLM 49 (legendary U47 capsule)
 - Rode K2 tube mic
 - Rode NT2 (4pcs.)
- Studio Projects C4 matched stereo pair
 - Shure 57 (6pcs.)
 - Shure 58
 - AKG D112
- AKG C1000S (2pcs.)

(jatkuu)

Soittimia –Musical Instruments

- Guild F30 Acoustic guitar
- Yamaha 12-strg acoustic guitar
- Handmade BoijerMAJ electric guitars like Tele, Strato, SG, Rickboijer 12-strg 360-model, etc.
- Handmade BoijerMAJ basses like Rickboijer 4003, Tele Sting-model, MMan Stingray 5 and Steinberger type bass
- Electric guitars like Gibson Les Paul, DeArmond M-75, Epiphone DOT, Guild semi-acoustic
 - Drums Premier Cabria XPK Jazz + Paiste cymbals
 - Roland SPD-S sampling PAD
- Percussions like tambourine, congas, chimes, eggs, etc.
 - Roland stage piano EP880
- Kitaraefektit ja vahvistimet – HW Effects, amps and simulators
 - Line6 POD X3 live
 - TC Electronic M300 Multieffects
 - Roland JC120
 - Marshall 30W
 - Roland Bass amp. 60W
 - Ampeg tube bass amplifier



Kuva 7. Musiikkimaku Tuotanto- soittotila

JÄÄSYDÄN (säv.san. Lasse Carlson) sov. Poijärvi/ Mustalintu

Julkaisupäivämäärä 30.6.2010



Kuva 8. Jääsydän- singlen kansi



Kuva 9. Jääsydän- singlen takakansi

(jatkuu)

ON TÄÄ RAKKAUTTA NYT (Säv. San. Lasse Carlson) Sov. Poijärvi/Mustalintu

Julkaisupäivämäärä 28.10. 2010



Kuva 10. ONTR- kansi



Kuva 11. ONTR-takakansi

TYTTÖ SÄ OLET HULLU (Säv.San. Lasse Carlson) Sov. Poijärvi/Mustalintu

Julkaisupäivämäärä 8.4.2011



Kuva 12. Tyttö Sä Olet Hullu- kansi



Kuva 13. Tyttö Sä Olet Hullu- takakansi

