

www.humak.fi

Opinnäytetyö

Orkestereiden digiloikka

-digitaalisuuden tarjoamat mahdollisuudet

monipuoliselle toiminnalle

Elena Hämäläinen

Kulttuurituotanto
(240 op)

Arvioitavaksi jättämisaika
(5/2020)



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

TIIVISTELMÄ

Humanistinen ammattikorkeakoulu
Kulttuurituotanto

Tekijä: Elena Hämäläinen
Opinnäytetyön nimi: Orkestereiden digiloikka
-digitaalisuuden tarjoamat mahdollisuudet monipuoliselle toiminnalle
Sivumäärä: 59 ja 6 liitesivua
Työn ohjaaja: Jari Hoffrén
Työn tilaaja: Suomen Sinfoniaorkesterit ry

Opinnäytetyö käsittelee digitaalisia työvälineitä ja orkestereiden digitaalisia toimintamuotoja. Koronaepidemia alkuvuodesta 2020 vaikutti radikaalisti orkestereiden toimintamahdollisuuksiin kevään ajan. Tiukkojen kokoontumisrajoitusten takia eivät orkesterit pystyneet soittamaan totutuissa kokoonpanoissa ja yleisön tavoitti ainoastaan sähköisten kanavien kautta. Siitä syystä joutuivat orkesterit etsimään uusia tapoja toimia.

Opinnäytetyön tilaaja oli Suomen sinfoniaorkesterit ry. Kehittämistyön tavoitteena oli selvittää, miten pitkällä orkesterit ovat digitaalisten toimintamuotojen käytössä sekä tarjota orkestereille keinoja toiminnan uudistamiseksi ja monipuolistamiseksi digitaalisuutta hyödyntäen.

Opinnäytetyössä käytettiin useita aineistonkeruumenetelmiä. Niitä olivat havainnointi ja benchmarkkaus, asiantuntijoiden kyselyhaastattelut sekä avoimilla kysymyksillä täydennetty lomakekysely konserttiyleisölle. Lisäksi hyödynsin omaa kokemustietoa, jota on kertynyt orkesterimuusikon työstä 14 vuoden aikana kolmesta maasta. Kehittämistyön tulosten perusteella suositeltiin orkestereille interaktiivisten digitaalisten sisältöjen luomista ja interaktiivisuuden mahdollistavien alustojen käyttöönottoa. Toimintaohjeissa käytiin läpi digitaalisen projektin toteutuksessa huomioonotettavia seikkoja ja tarjottiin ideoita sisällölle.

Tuloksista ilmeni, ettei digitaalisia työvälineitä ja alustoja ole toistaiseksi hyödynnetty kovin monipuolisesti klassisen orkesterimusiikin kentällä. Vain pieni osa orkestereista on luonut pelillisiä ja muita interaktiivisuutta mahdollistavia digitaalisia sisältöjä. Käytetty tekniikka on suurimmassa osassa toteutuksia ollut hyvin yksipuolista ja yksinkertaista. Digitaalisuus tarjoaakin paljon täysin uusia toimintamahdollisuuksia perinteisen konserttitoiminnan rinnalle. Sen avulla voi saada kasvatettua orkesterin kiinnostavuutta ja merkityksellisyyttä, lisätä saavutettavuutta, tavoittaa uusia yleisöjä ja rikastuttaa konserttikokemusta.

On tärkeää, että orkesterit uudistavat toimintaansa ja vastaavat ihmisten tarpeisiin. Niiden tulee laajentaa toimintaansa sinne, missä suuri osa ihmisistä kuluttaa aikaansa päivittäin: internetiin. Tutkimustulosten perusteella voi sanoa, että tässä tavoitteessa onkin jo jossain määrin onnistuttu poikkeusolojen aikana. Koronakevään aikana monen orkesterin julkaisemat videot ovat keränneet moninkertaisen määrän katsojia verrattuna normaaliin konserttiin tai aikaisempiin videojulkaisuihin.

Vaikka opinnäytetyöni keskittyykin pääasiassa koronaepidemian aiheuttamassa poikkeustilanteessa toimimiseen, ovat kaikki esittelemäni toimintatavat käyttökelpoisia tilanteen normalisoitumisen jälkeen. Toimintamallit ovat soveltuvia myös laajemmin kulttuurikentällä käytettäviksi.

Asiasanat: orkesterit, yleisö, digitalisaatio, interaktiivinen taide

ABSTRACT

Humak University of Applied Sciences
Degree Programme in Cultural Management 240 ECTS

Author: Elena Hämäläinen
Title: Digitalisation of the orchestras -unlimited possibilities for diverse function
Number of Pages: 59 and 6 attachment pages
Supervisors: Jari Hoffrén
Subscriber: Association of Finnish Symphony Orchestras

The purpose of this thesis was to collect information on the ways the orchestras have been using the digital channels. I suggest as well new ideas on how to benefit from digitalisation.

The coronavirus pandemic changed the way the orchestras around the world could work during the exceptional time. When the orchestras were not able to continue their usual work, all of them needed to start rethinking what would be the best way to serve their audiences.

The theoretical section in this thesis explores different interactive platforms, such as augmented reality and virtual reality, and how to take advantage of them. The quantitative data and the qualitative data were gathered by conducting a questionnaire among the orchestras' usual audience members. The orchestra managers were reached for information on how their orchestras have been using digital technology before and during the pandemic. They were asked as well about their visions concerning digital methods in the future. The results are based also on the orchestra's websites and social media channels.

Although this work focuses mostly on a limited time period, all the methods mentioned are highly recommended also after the situation has normalized. Hopefully, the results of this research will help orchestras to make use of different digital tools aiming to increase their public impact and attract new audiences while offering them enchanting experiences.

Keywords: orchestra, audience, digitalisation, interactive art

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	6
2	SUOMEN SINFONIAORKESTERIT RY	8
3	DIGITAALISET VÄLINEET KULTTUURIALAN PALVELUKSESSA	9
3.1	Striimaus.....	10
3.2	Interaktiivinen seinä: Padlet	10
3.3	Pelillistäminen: Kahoot!-tietokilpailusovellus.....	11
3.4	360-valokuvat	12
3.5	360-videot.....	13
3.6	Interaktiiviset kuvat ja videot: ThingLink ja Google Tour Creator	14
3.7	Lisätty todellisuus: Arilyn.....	15
3.8	Virtuaalitodellisuus: Zoan	16
3.9	Tekijänoikeudet	18
4	TUTKIMUSMENETELMÄT JA AINEISTON HANKINTA	20
5	ORKESTEREIDEN DIGITAALISUUS	24
5.1	Digitaalisuus orkesterien näkökulmasta.....	24
5.2	Orkestereiden digitaaliset toiminnot ennen koronakevättä 2020	25
5.3	Orkestereiden digitaaliset toiminnot koronakeväänä 2020	28
5.4	Orkestereiden sosiaalisen median käyttö	30
5.5	Orkestereiden tulevaisuudennäkymiä digitaalisuuden hyödyntämisessä	32
5.6	Yleisökysely orkestereiden digitaalisista toiminnoista.....	33
6	KEHITTÄMISEHDOTUKSET	39
6.1	Digitaalisen projektin suunnittelu	40
6.2	Ansaintalogiikka	41
6.3	Videoiden teko	42
6.4	Pelit ja pelillistäminen	44
6.5	Interaktiivisuus suorastriimauskonsertissa.....	46
6.6	360-kuvat ja -videot.....	46
6.7	Interaktiiviset kuvat ja videot.....	47
6.8	Lisätty todellisuus ja virtuaalitodellisuus	48
6.9	Interaktiivisuus konserttitilanteessa.....	49

7	LOPUKSI.....	51
	LÄHTEET.....	54
	HAASTATTELUT.....	60
	LIITTEET.....	61

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni tarkoitus on toimia orkestereiden digitaalisten toimintojen kehittämisen työkaluna. Orkestereiden tärkein anti on perinteiset livekonsertit. Digitaalisia toimintamuotoja hyödyntäen voi konserttikokemusta kuitenkin syventää ja rikastaa, parantaa saavutettavuutta ja houkutella uusia yleisöjä klassisen orkesterimusiikin pariin.

Opinnäytetyön tilaaja on Suomen Sinfoniaorkesterit ry. Tavoitteena on selvittää, minkälaisia digitaalisia toimintoja tutkimukseen mukaan valituilla orkestereilla on ollut käytössä ja miten digitaalisuutta voisi käyttää uudistamaan ja monipuolistamaan orkestereiden toimintaa. Lähtökohtana opinnäytetyölle on oletus, että ammattiorkesterit eivät ole vielä tarttuneet kovin laajasti digitalisuuden tarjoamiin mahdollisuuksiin.

Olen orkesterimuusikon työssäni seurannut orkestereiden toimintaa sisältä päin niin Suomessa, Ruotsissa kuin Espanjassakin. Nykyään työskentelen Vaasan kaupunginorkesterissa sellon äänenjohtajana. Kokemukseni mukaan erot ovat olleet suuret orkestereiden välillä siinä, miten avoimin mielin ja minkälaisin resurssein digitaalisia toimintatapoja on ryhdytty kehittämään ja kokeilemaan. Pienemmille orkestereille, joiden budjetti on hyvin rajallinen, on usein ollut haasteellista panostaa uusiin avauksiin. Henkilökunnalta on voinut puuttua osaamista ja tarvittavat työkalut, kuten kunnolliset tietokoneet ammattilaisohjelmineen ja laadukas äänityskalusto.

Alkukevällä 2020 koronavirusepidemia laittoi orkesterit täysin uuteen tilanteeseen: mitä voi tehdä, kun yli 10 hengen kokoontumiset on kielletty ja perinteinen työ, konserttien valmistelu yhteisharjoituksissa ja esittäminen samassa tilassa olevalle yleisölle, on mahdotonta? Orkesterimaailma on nojannut vahvasti vuosisatoja vanhoihin perinteisiin. Vain osa orkestereista on yrittänyt aktiivisesti uudistaa toimintaansa etsimällä erilaisia toimintamuotoja vanhan rinnalle. Digitaalisuus on monessa orkesterissa ollut vieras ja kaukainen asia. Täysin varoittamatta, ennenkokemattomassa tilanteessa, ovat orkesterit joutuneet etsimään uusia tapoja toimia ja opettelemaan monipuolisesti teknologian käyttöä.

Helsingin kaupunginorkesterin intendentti Aleksi Malmberg (2020) arvelee, että kulttuurielämä ja tapahtumat tulevat olemaan viimeisiä alueita, mistä koronapandemiasta johtuvia rajoituksia puretaan. Uusia pandemioita voi tulla eteen ja muutos uudessa tilanteessa kestävään orkesterimalliin on hänen mukaansa tehtävä nyt. Malmberg kannustaa orkestereita hyödyntämään digitaalisia mahdollisuuksia täysimääräisesti.

Opetus- ja kulttuuriministeriö (2018) selvitti kyselytutkimuksen avulla, minkälaisia tavoitteita taide- ja kulttuuritoimijoilla on yleisötyön suhteen. Vastaajista 98% piti tärkeimpänä tavoitteena yleisöpohjan monipuolistamista uuden yleisön ja eri väestöryhmien houkuttelemisen keinoin. Toisena tuli palvelujen saavutettavuus (59%), kolmantena yleisömäärän kasvattaminen (52%). Tärkeänä pidettiin laitosten ulkopuolella tapahtuvaa toimintaa ja yleisön tarpeiden huomioimista. Jotta orkesterit onnistuisivat monipuolistamaan yleisöpohjaansa ja parantamaan saavutettavuuttaan, tulisi toimintaa siirtää sinne, missä iso osa ihmisiä kuluttaa vapaa-aikaansa päivittäin: internetiin ja erityisesti sosiaaliseen mediaan. Tänä päivänä digitaaliset ympäristöt ja niissä tapahtuva vuorovaikutus ovat merkittävä osa ihmisten arkea. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2018.)

Tilastokeskuksen (2020) mukaan pelit ja pelillisuus ovat lisänneet suosiotaan ja nykykulttuuri on leikillistynyt. Jotta orkesterit ja klassinen orkesterimusiikki pysyisivät jatkossakin osana ihmisten elämää ja uudet kuuntelijat löytäisivät ne, ei orkestereilla ole varaa pudota kehityksen kelkasta vaan toimintaa pitää kehittää nykytekniikkaa hyödyntäen. Sen tähden esittelen opinnäytetyössä erilaisia tekniikoita ja alustoja, joiden avulla pystyy lisäämään digitaalisten sisältöjen interaktiivisuutta ja pelillisyyttä. Lisäksi käyn läpi, mitä asioita tulee ottaa huomioon digitaalista projektia tehdessä. Yksi tärkeä osa-alue on tekijänoikeudet.

Opinnäytetyöni on monimenetelmäinen tutkimus. Tutkimusmenetelmiä ovat benchmarkkaus, kyselyhaastattelut sekä avoimilla kysymyksillä täydennetty lomakekysely. Lisäksi hyödynnän omaa kokemustietoa ja havaintojani 14-vuotisen ammattiurani ajalta.

Digitaalisuus avaa aivan uusia mahdollisuuksia orkestereille päästä lähemmäksi yleisöä ja lisätä näkyvyyttä. Se on hyvä kanava viestintään ja markkinointiin myös pienemmillä budjetilla. Jos rahoitusta leikataan vielä entisestään talouskriisin ravistellessa kuntia, tulee miettiä uusia keinoja toiminnalle, laajentaa orkesterin toimintakenttää.

2 SUOMEN SINFONIAORKESTERIT RY

Suomen Sinfoniaorkesterit ry eli Suosio on perustettu vuonna 1965. Sen toiminnan tavoitteena on edistää ja kehittää jäsenorkestereiden toimintaa sekä valvoa niiden etuja ja oikeuksia. Yhdistys pyrkii turvaamaan orkesterien taloudellisia edellytyksiä, parantamaan tunnettavuutta ja ylläpitämään niiden korkeaa tasoa. Merkittävin yhdistyksen saavuttama uudistus on vuonna 1993 voimaan tullut orkesterilaki, jonka ansiosta valtionosuus kasvoi kymmenkertaiseksi. Yhdistys pitää yhteyttä orkestereita koskevassa päätöksenteossa mukana oleviin poliitikkoihin ja virkamiehiin sekä mediaan. (Suomen Sinfoniaorkesterit ry 2020; Värri 2020).

Yhdistykseen kuuluu yhteensä 31 orkesteria. Niistä 14 on sinfoniaorkestereita, 1 oopperaorkestereita, 8 kamari- ja runko-orkestereita, 5 muuta orkesteria ja 3 liitännäisjäseniä. Yhdistys on aktiivisesti yhteydessä kansainvälisiin orkestereihin ja musiikkijärjestöihin. Se pyrkii tuomaan uusia ideoita maailmalta Suomeen. Yhdistys omistaa noin 2000 teosta sisältävän nuottikirjaston, jonka materiaaleja jäsenorkesterit, musiikkioppilaitokset ja muut yhteisöt voivat korvausta vastaan lainata. Yhdistys ylläpitää myös blogisarjaa, johon kirjoittavat klassisen musiikin ammattilaiset. Toimintaa rahoitetaan Veikkausvoittovaroista. (Mt.)

Yhdistyksen keskeisin tiedotuskanava on sen verkkosivusto. Verkkosivustolla on tietoa kaikista yhdistyksen jäsenorkestereista. Päivittyvässä konserttikalenterissa näkyvät tiedot tulevista konserteista. Lisäksi sivustolta löytyy tietoa jäsenorkesterien avoimista työpaikoista, tapahtumista, ajankohtaisista uutisista ja julkaistuista levyistä. Yhdistys järjestää koulutustilaisuuksia orkestereiden hallintohenkilökunnalle ja luottamushenkilöille. Yhdistys vastaa myös orkestereiden tilastotietojen keräämisestä ja kokoamisesta niin konserttien määrän, kokonaisbudjettien, kuulijamäärien, julkisten avustusten, levytysten, kantaesitysten, esitettyjen teosten kuin esiintyjien osalta. (Mt.)

Tällä hetkellä yhdistyksen hallituksen puheenjohtajana toimii Erkki Liikanen. Yhdistyksen toiminnanjohtaja Helena Värriin mukaan Suosion jäsenorkestereista ei ole aiemmin tehty digitaalisuuteen liittyvää erillistä tutkimusta. (Mt.)

3 DIGITAALISET VÄLINEET KULTTUURIALAN PALVELUKSESSA

Tässä luvussa esitellään digitaalisia työvälineitä, jotka ovat käyttökelpoisia orkesterien toiminnan monipuolistamisessa. Esittelen myös kyseisiä tekniikoita hyödyntäneitä toteutuksia kulttuurialalta. Lopuksi käsittelen tekijänoikeuksia siltä osin, mitä orkesterien tulee digitaalisissa toteutuksissa ottaa huomioon.

Digitaalinen vallankumous on muuttanut toimintaamme kokonaisvaltaisesti. Digitaalisuuden ansiosta on kulttuurialalla mahdollista tuottaa uudenlaista sisältöä ja hyödyntää aineistoa monimediaisesti. Aika ja paikka eivät rajoita aineiston jakamista, minkä tähden saavutettavuus ja tasa-arvo kuluttajien välillä paranee. (Ahlavuo ym. 2016a, 41-46.) Teknologia tarjoaa uusia työkaluja ja mahdollisuuksia luovuuden ilmaisemiselle, sisällöille, organisoinnille, kuluttamiselle sekä ansaintamalleille. Se voi olla myös itsessään taidetta. (Pekkinen 2018.)

Älypuhelimien nopean kehityksen ansiosta alkavat niiden tekniset valmiudet lähestyä jo huippuluokan pelikonsolien tasoa. Sen tähden ovat esimerkiksi vaikuttavat kännykkäpelit, teräväpiirtovideot sekä virtuaalitodellisuutta ja lisättyä todellisuutta hyödyntävät sovellukset lähes kaikkien kuluttajien ulottuvilla. Myös digitaalisten sisältöjen jakaminen on helpottunut huomattavasti. (Virtanen ym. 2018, 16-17.)

Museoissa ja taidegallerioissa on käytetty teknologisia apuvälineitä jo pidemmän aikaa. Niitä ovat olleet muun muassa audio-opasteet ja -kuulokkeet sekä sovellukset, jotka ovat sisältäneet näyttelykarttoja ja -kierroksia sekä lisätietoa teoksista ja taiteilijoista. (Pekkinen 2018.)

Museot ovat tehneet paljon kokeiluja hyödyntäen virtuaalitodellisuutta ja lisättyä todellisuutta. Useimmiten pyrkimyksenä on ollut lisätä elämyksellisyyttä ja tehdä ilmiöistä ja asioista käsinkosketeltavia. Materiaali on voinut olla opettavaista pääpainon ollessa elämyksellisessä kohtaamisessa teknologian kanssa. (Peltola 2017.) Yksi viime aikojen suosituimmista museoiden tekemistä toteutuksista on ollut Amos Rex -museon teamLab-näyttely. Näyttelyssä katsoja astui sisään digitaaliseen installaatioon ja oli näin itse osa taideteosta. Tavoitteena oli haastamalla käsityksiä taiteesta ja tekijyydestä tutkia informaatioajan inhimillistä käyttäytymistä. (Pekkinen 2018.)

Myös teatterimaailmassa on digitaalisia välineitä hyödynnetty muun muassa virtuaalivierailuissa, kurkistuksina kulisseeihin 360-videoiden kautta sekä virtuaalisina lavas-

teina. Toteutusten on koettu tukevan teatterin normaalitoimintaa avaamalla teatterimaailmaa yleisölle laajemmin ja tarjoamalla uudenlaisia elämyksiä. (Virtanen ym. 2018, 20-25.)

3.1 Striimaus

Striimaus tarkoittaa reaaliaikaista suoratoistoa. Jakaminen tapahtuu yleensä sosiaalisen median kanavien kautta. Usein tavoitteena on laajemman katselijakunnan tavoittaminen. Sen avulla voi tarjota mahdollisuuden tapahtuman seuraamiselle myös heille, jotka eivät pääse itse paikan päälle. Katsojan näkökulmasta ero tallenteeseen on tunne jaetusta kokemuksesta muiden katsojien kanssa. Striimauksen avulla voi saada säästöjä aikaan, mikäli se toteutetaan vaihtoehtona kiertueelle tai vierailuesitykselle. Se voi myös välittää mielikuvaa tuottajatahon ekologisista arvoista. (Suominen 2020, 8.)

Striimauksen toteutukseen ei vaadita erikoislaitteita tai suuria teknisiä taitoja. Olenaisiin teknisiin vaatimuksiin on riittävän korkeatasoinen äänentoisto. Kuvaaminen ja jakaminen onnistuvat suoraan älylaitteiden tai tietokoneen kautta. Suosituimmat jake-lualustat striimaukselle ovat Facebook, Instagram ja YouTube. Monikameratuotannot ovat yleisiä, koska ne mahdollistavat myös muiden kuin esiintyjien kuvaamisen. Kuvassa voivat vaihdella esiintyjien lisäksi muu lava, yleisö ja sähköinen lisämateriaali kuten kuvat tai videot. Kuvakulmien ja erilaisten sisältöjen lisääminen tekevät striimin seuraamisesta mielenkiintoisempaa. (Suominen 2020, 11-17.)

Mikäli striimauksia järjestetään säännöllisesti, voi niille kehittyä oma vakiokatsojajuntansa eli yhteisö. Yhteisöt voivat houkutella uusia asiakkaita mukaan striimien seuraamiseen. Striimauksen avulla voi parantaa näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa ja lisätä tunnettavuutta. Parhaat hetket striimatusta tapahtumasta voi käyttää markkinointivideoiden materiaalina, minkä lisäksi ne voivat itsessään toimia mainoksena. (Suominen 2020, 16.)

3.2 Interaktiivinen seinä: Padlet

Opetuspuolella on interaktiivisista seinistä ollut suosituin jo pidemmän aikaa Padlet-alusta. Käyttämisen aloittamiseksi tulee luoda oma käyttäjätili. Tämän jälkeen luodaan seinä, jonka ulkoasuun ja värimaailmaan voi vaikuttaa. Kun seinän asetukset ovat valmiina, voi seinän julkaista ja jakaa seinän linkin haluamallaan tavalla. Kaikki, joilla on

kyseinen linkki, voivat kirjoittaa omia kommentteja kyseiselle seinälle. Uudet kommentit näkyvät saman tien myös muille käyttäjille. (Haapalainen 2020a.) Seinällä voi jakaa tekstin lisäksi kuvia, linkkejä, videoita ja äänitiedostoja sekä piirtää (Tampereen yliopisto 2020).

Uusi seinä on helppo ja nopea luoda. Ilmaisversiossa on mahdollista luoda vain kolme seinää kerrallaan ja ladatun median määrää on rajoitettu 10MB:iin. Kun yhden käytetyn seinän poistaa, saa tilalle luoda uuden. Osallistujien määrää ei ole rajoitettu. Padletin käyttö on osallistujille helppoa, koska se ei vaadi kirjautumista muilta kuin seinän luojalta. (Haapalainen 2020a.)

Lino on samantyyppinen alusta kuin Padlet. Sen käyttö on helppoa ja ilmaista, mutta kaiken kaikkiaan se on Padletia yksinkertaisempi. Ulkonäöltään se muistuttaa muistitaulua, johon kommentoijat voivat ”liimata” muistilappujen muodossa kommenttejaan tai postata valokuvia. Taulua on vaikea personalisoida haluamallaan tavalla. Samoin kuin Padletissa, vain taulun luojan täytyy kirjautua, mikä helpottaa käyttöä. (Linoit 2020.)

3.3 Pelillistäminen: Kahoot!-tietokilpailusovellus

Taiteiden genrerajat koetaan edelleen niin rajoittaviksi, että pelillisyyden tai visuaalisuuden käyttäminen osana muita taidemuotoja eivät ole päässeet kunnolla kehittymään. Todellisena rajana voisi kuitenkin pitää mielikuvituksen rajoja ja erityisen suositeltavaa on yleisön osallistaminen suunnitteluvaiheesta lähtien. Pelilliset elementit kuten innostaminen, hauskuus, sosiaalisuus ja palkitseminen kannustavat yleisöä osallistumaan aktiivisesti. Pelillisuus ja yhteisöllisyys ovat yleisellä tasolla olevia nousevia trendejä. (Ahlavuo 2016.)

Kahoot! on tietokilpailusovellus, josta löytyy sekä edistyneempi ja monipuolisempi maksullinen versio että ilmainen ja yksinkertaisempi versio. Koulumaailmassa jo pitkään hyödynnetty pelipohjainen oppimisympäristö on nopeakäyttöinen, värikäs ja varustettu äänitehosteilla. Kyselyyn vastaamiseen tarvitaan host, joka voi olla esimerkiksi luokan opettaja, joka peluuttaa luokkaansa. Tällöin opettaja kirjautuu palveluun ja aloittaa pelin. Oppilaiden ei tarvitse kirjautua palveluun, vaan he pääsevät mukaan peliin opettajan antamalla pelikoodilla. Oppilaat vastaavat esitettyihin kysymyksiin joko jokainen omalta älylaitteelta käsin tai joukkueittain yhteiseltä laitteelta. (Joensuu Mediakeskus 2020.)

Yleisimmässä muodossa eli quiz -tietokilpailussa esitetään kysymys ja tarjotaan enimmillään neljä vastausvaihtoehtoa, joista yksi tai useampi voi olla oikeita vastauksia. Kysymyksen enimmäispituus on 120 merkkiä ja vastausvaihtoehtojen 75 merkkiä. Kyselyyn pystyy lataamaan valokuvia ja YouTube-videoita. Pelissä on säädetty luomisvaiheessa kuhunkin vastaukseen käytettävä aika. Seuraavaan kysymykseen siirrytään yhteisesti ajan loputtua tai kun kaikki osallistujat ovat vastanneet kysymykseen. Jokaisen kysymyksen jälkeen näkyy, miten vastaukset ovat jakaantuneet ja seurataan tilastoa siitä, kuka osallistujista on kerännyt eniten pisteitä oikeilla vastauksilla. Vaihtoehtoinen muoto pelata peliä on challenge. Siinä asetetaan päivämääräraja, mihin mennessä osallistujien pitää pelata. Aikarajan umpeuduttua voi tarkastella vastauksien tilastotilastoa ja julistaa voittaja. (Joensuun Mediakeskus 2020.)

3.4 360-valokuvat

Visuaalisuus on yleisesti ollut jo pitkään tärkeä osa mainontaa ja viestintää. 360-kuvat tarjoavat mahdollisuuksia laajentaa visuaalista kokemusta, koska puhelinta kääntämällä saa näkyviin koko kuvattun tilan ja sen tähden kokemus on kokonaisvaltaisempi kuin perinteisissä kuvissa. 360-valokuvilla päästään lähelle virtuaalitodellisuutta ja mahdollisuutta nähdä sekä kokea uudella tavalla. Samalla yleisölle tarjotaan mahdollisuutta viihtyä sisällön parissa pidempään. Yksittäinen kuva on nopeasti nähty, mutta 360-kuva tarjoaa virikkeitä pidemmäksikin aikaa. Käyttö on yksinkertaista: eri kuvakulman saa näkyviin puhelinta kääntämällä ja sormella tai hiirellä kuvaa liikutellessa. (Valtari 2016.) Tekniikka mahdollistaa osallistamisen ja elämysten tarjoamisen uudella tasolla sekä lisää panoraamavalokuviiin kerronnallisen ulottuvuuden (Smile Audio Visual 2020).

360-valokuvia on helppointa ottaa 360-kameralla. Yksinkertaisimmillaan kamerassa on kaksi kalansilmänlinssiä, joista kumpikin kuvaa 180° laajuudelta. Osassa älypuhelimista on panoraamatoiminto, jonka avulla saa kuvattua koko 360° laajuudelta kääntämällä hitaasti kameraa samalla tasolla. On myös ilmaisia sovelluksia, joilla kuvaaminen onnistuu millä tahansa älypuhelimella. (Muurinen 2016.)

Testasin ilmaista Google Street View -sovellusta 360-kuvien luomiseen. Kuvaaminen sovelluksella vaatii hieman harjoittelua, mikäli haluaa kuvan onnistuvan täydellisesti ja laajoissa kuvissa epätäydellisyyttä on vaikea estää (Muurinen 2016). Aloittaminen on kuitenkin yksinkertaista: sovelluksen latauksen jälkeen tulee valita kameratoiminto. Ruutuun ilmestyy pallo, johon puhelimen kamera tulee kohdentaa. Kuvaa ei

tarvitse erikseen ottaa painamalla mitään, vaan seuraamalla palloja tallentuu kuva automaattisesti. Kuvaa voi laajentaa niin horisontaalisesti kuin vertikaalisesti. Videoiden tekoa hidastaa se, että lopputuloksen näkee vasta ladattuaan videon Facebookiin. Ennen lataamista video näytti usein rikkonaisemmalta kuin mitä se loppujen lopuksi on.

Digipedagogisen asiantuntijan ja kouluttajan Matleena Laakson kokemus on, että 360-kuvat keräävät enemmän huomiota, tykkäyksiä ja katsomiskertoja sosiaalisessa mediassa kuin perinteiset valokuvat. 360-kuvat ovat hyvä markkinointiväline, koska ne eivät ole vielä yleistyneet liikaa ja näin ollen on hyvä opetella luomaan niitä nyt, kun ne ovat vielä riittävän tuore keksintö. (Laakso 2020.)

3.5 360-videot

360-videolla taltioidaan kaikki, mitä ympärillä on. Joissakin kameroissa kuva ei kata täyttä 360 astetta, vaan jättää niin sanotun sokean pisteen kameran alapuolelle. (Laitinen 2017.) Videot ovat interaktiivisempia kuin normaalivideot ja kuvakulmaa muuttamalla saa näkyviin kaikki yhtäaikaisten tapahtumien. Myös suorastriiäminen on mahdollista osalla 360-kameroista. (Smile Audio Visual 2020.) Videoiden teko onnistuu joko yhdistämällä useamman kameran kuvan tai 360-kuvaukseen tarkoitettulla kameralla, jossa on vähintään kaksi linssiä, joiden kuvakulma kattaa yhdessä koko ympäristön. Eri kuvauskulmien yhdistäminen tapahtuu joko kamerassa suoraan tai jälkikäteen stitchaamalla eli yhdistämällä muokkausohjelmalla. Videoiden toisto onnistuu toistaiseksi parhaiten YouTubeissa ja Facebookissa. (Laitinen 2017.)

360-kamerat ovat melko uutta teknologiaa tavallisten kuluttajien tavoitettavissa, koska hinnat ovat laskeneet ja jakelu helpottunut vasta viime vuosina. Siksi on mahdollista tehdä edelleen tuoreilta tuntuvia mainosvideoita kyseisellä tekniikalla ja saada lisähuomiota. (I Believe In Technology 2017.) Osa kameroista voi käyttää itsenäisesti, osa pitää yhdistää yhteensopivaan älypuhelimeseen. Joitakin kameroita voi ohjata älylaitteesta käsin, mikä helpottaa kuvaamista paljon silloin, kun esiintyvä muusikko hoitaa itse tallennuksen. (Pänkäläinen 2017.)

Mikäli tarkoitus on tehdä materiaalia sosiaaliseen mediaan, riittää vähän vaatimattomampikin kamera, virtuaalilaseja varten täytyy olla jo huomattavasti parempi resoluutio ja kuvataajuus eli framerate. Virtuaalilaseja käytettäessä olisi hyvä olla kamera, jolla pystyy luomaan 3D-materiaalia suurimman osan 360-kameroista tallentaessa

2D-kuvaa. Osa kameroista stabiloi automaattisesti eli vaikka kävellessä kuva ei heilu edestakaisin. (Mt.)

Linssivaihtoehtoja on monta: yksinkertaisimmillaan tavalliseen kameraan voi lisätä linssin, jolla ei tosin saa todellisuudessa koko 360 asteista kuvaa. Toinen vaihtoehto on kaksi 180°-190° kalansilmälinssiä. Monimutkaisemmissa ja kalliimmissa kameroissa on enemmän kuin neljä kameraa. Esimerkiksi Nokia OZO:ssa on 16 kameraa, ja sillä tehdyillä videoilla pystyy kääntymisen lisäksi myös hieman liikkumaan eri suuntiin. (I Believe In Technology 2017.)

Kun videoita katsoo älypuhelimien kautta, tunnistavat puhelimen kiihtyvyysanturit puhelimen asennon ja muuttavat videon katselukulmaa sen mukaan. Kuvan liikuttaminen on mahdollista myös sormella. Tietokoneen kautta katsottaessa kuvaa liikutellaan hiirellä tai näppäinkomennoilla. Katsoja voi myös käyttää virtuaalilaseja, jolloin kuvakulma muuttuu päätä kääntämällä. (Laitinen 2017.)

Haasteena videoiden suunnittelulle ja käsikirjoitukselle on, että katsojan huomiota ei voi väkisin ohjata, vaikka huomiota voikin yrittää houkutella haluamaansa suuntaan. Yksityiskohtia jää helposti huomaamatta. Kamera voi olla joko paikallaan tai liikkua tilassa. Osalle katsojia liike saattaa kuitenkin aiheuttaa pahoinvointia. (Smile Audio Visual 2020.)

Kun 360-videoita lataa palvelimiin, tulee huolehtia videon metadatatista. Jos metadata on väärä, ei palvelin tunnista videota 360°-formaatiksi vaan toistaa sen panoraamavideoona. (Tammela ym. 2020.) Oma haasteensa on, että tekniikka muuttuu kaiken aikaa. Se, millä keinoilla videoiden metadatan muuttaminen onnistui vielä tasan vuosi sitten, ei onnistu enää. Itse huhtikuussa 2020 360-videoita ladatessani koin yksinkertaisimmaksi vaihtoehdoksi muokata videoiden metatiedot Facebookin 360 Director -työkälulla. Muokkauksen jälkeen videot tallentuivat oikeassa muodossa myös YouTubeen.

3.6 Interaktiiviset kuvat ja videot: ThingLink ja Google Tour Creator

Suomalais-amerikkalainen ThingLink on palvelu, jolla voi luoda interaktiivisia kuvia ja videoita. Rekisteröityminen on ilmaista ja ilmaisversiolla pystyy tekemään yksinkertaisia toteutuksia. Maksullisessa versiossa on lisätoimintoja. (ThingLink 2020; Haapalainen 2020b.)

ThingLinkin käyttö on yksinkertaista. Aluksi ladataan pohjakuva tai video ja sen päälle lisätään linkkipisteitä. Linkit voivat sisältää kuvaa, ääntä, videota, tekstiä tai internet-

osoitteen. Kun materiaali sisältöä varten on kuvattu ja koottu esimerkiksi yhteen kansioon tietokoneelle, on sen lataaminen palveluun helppoa ja melko nopeaa. (Haapalainen 2020b.) Huomioitavaa on, että 360°-materiaali on aina suuremmassa koossa ja lataaminen vie enemmän aikaa. Värimaailman voi määritellä vastaamaan viestinnässä ja markkinoinnissa olevaa värimaailmaa. (Laakso 2020.)

ThingLinkillä ja Googlen ilmaisohjelmalla Google Tour Creatorilla pystyy luomaan interaktiivisia virtuaaliretkiä eli toureja. Niissä useampi kuva tai video linkitetään toisiinsa, jolloin käyttäjä voi siirtyä kuvasta tai videosta toiseen omassa tahdissa tarkastellen yksityiskohtia omasta mielenkiinnosta riippuen. (Laakso 2020.)

3.7 Lisätty todellisuus: Arilyn

Lisätyssä todellisuudessa yhdistyvät virtuaalinen ja todellinen maailma. Reaalimaailmaan tuodaan digitaalisia elementtejä ja tällä tavoin ehostetaan sitä virtuaaliobjekteilla, jotka voivat olla muun muassa kuvaa, ääntä, videoita, tekstiä, 3D-malleja ja linkkejä. Käyttö voi tapahtua lasien avulla tai matkapuhelimen kautta, mutta yhtä hyvin älyvalaistus ja verkkosivulle johdattavat QR-koodit kuuluvat lisättyyn todellisuuteen. Lisätyn todellisuuden tarjoamat mahdollisuudet ovatkin hyvin monipuoliset. (Ahlavuo 2016, 17; Peltola 2017.)

Arilyn on suomalainen yritys, joka tarjoaa ohjelmistoalustan lisätyn todellisuuden sisällöille. Tilaaja maksaa ArilynManager-verkkopalvelun lisenssistä joko rajatulle ajankohdalle tai pysyvän lisenssin käytöstä. Lisenssi sisältää lyhyen koulutuksen ja sähköpostin kautta toimivan käytön tuen. Sisältö tulee tuottaa itse, mutta Arilyniltä on myös mahdollista ostaa lisätyn todellisuuden tuotantopalvelukokonaisuuksia. Sisällön siirtäminen alustalle ja julkaiseminen ei vaadi erikoisosaamista tai ohjelmointitaitoja. Yrityksen pääasiainen kohderyhmä on markkinoinnin, median ja viihteen ala, mutta keiluja on tehty myös museoiden ja taidenäyttelyiden kanssa. (Arilyn 2020.)

Arilynin käyttö on kuluttajalle yksinkertaista. Mobiililaitteeseen tulee ladata ilmainen sovellus, jolla lisätyn todellisuuden elementit saa näkyviin ja kuuluviin. Skannaamalla sovelluksen kautta kohteissa olevan targetin saa lisämateriaalin näkyviin mobiililaitteeseen. (Arilyn 2020.)

Helsingin taidemuseo HAM (2019) on Arilynin avulla elävöittänyt Tove Janssonin freskoja Juhlat kaupungissa ja Juhlat maalla. Skannaamalla näyttelyssä freskoja Arilynin sovelluksen kautta ilmestyvät teosten keskelle muotitoimittaja Sami Sykkö ja

luontotoimittaja Minna Pyykkö kommentoimaan freskojen hahmoja ja yksityiskohtia. (HAM 2019.) Kävin tutustumassa kyseiseen näyttelyyn ja testaamassa Arilyn toimivuuden. Toteutus oli tyylikäs ja teknistä osaamista oli paljon, mikä näkyi erityisesti visuaalisessa puolessa. Kommentaattorit olivat eloisia ja edustavia, mikä teki seuraamisesta miellyttävämpää.

Ateneumin vuonna 2019 tuottamassa museon virtuaalivierailussa pääsi tutustumaan yhdeksään pääsalissa olevaan teokseen. Arilyn-sovelluksen kautta käyttäjä astui keskelle pääsalia, jonka seinillä teokset ovat. Teoksia pystyi zoomailemaan ja jokaisen teoksen kohdalla aukesi tekstiruutu, jossa kerrottiin kyseisestä teoksesta. Mainosarvo oli toteutuksessa korkea, koska toteutuksen myötä museon saavutettavuus parantui eikä kyseisellä tekniikalla ollut tehty museoalalla montaa toteutusta aikaisemmin. (Ateneum 2020.)

Suomalais-virolaisessa Lights on! -hankkeessa vuosina 2015-2018 Humanistinen ammattikorkeakoulu, Metsähallitus, virolainen RMK (Riigimetsa Majandamise Keskus) ja Viljandin kulttuuriakatemia tavoittelivat pysyvää kävijämäärien kasvua kahdeksassa historiallisessa matkailukohteessa. Kohteita uudistettiin muun muassa mahdollistamalla opastusten seuraaminen puhelimesta käsin skannaamalla QR-koodeja tai NFC-koodeja, pelillistämällä ja lisätyn todellisuuden apukeinoin. (Lights on! 2018.)

Yksi osa-alue Lights on! -hankkeessa oli lisättyä todellisuutta hyödyntävän sovelluksen avulla toteutettu elämyksellinen aikamatka kohteiden historiaan 3D-hahmojen avulla. Omalla kännykällä sai otettua yhteiskuvan historiallisen hahmon kanssa ja jaettua sosiaalisessa mediassa, tavoitteena lisätä kohteen tunnettavuutta. (Ahlavuo ym. 2016b, 85-88.)

3.8 Virtuaalitodellisuus: Zoan

Virtuaalitodellisuus on täysin keinotekoinen, tietokoneella rakennettu ympäristö, joka koetaan keinotekoisena läsnäolon eli digitaalisesti rakennetun aistikokemuksen avulla (Ahlavuo 2016, 17). Virtuaalitodellisuudessa on kyse immersioista eli sulkeutumisesta kokonaan virtuaaliseen maailmaan. Se toteutetaan pitkälti 3D-grafiikkaa, eli tietokoneella luotuja kolmiulotteisia kuvia tai malleja, ja muunlaisia aistikokemuksia tuottavia tapoja hyödyntäen. Niiden kautta käyttäjä on vuorovaikutuksessa virtuaalimaailman kanssa. Virtuaalitodellisuudessa voi olla mukana reaali maailman elementtejä,

mutta lähtökohtaisesti käyttäjä on uppoutunut täysin keinotekoiseen maailmaan. (Pelto 2017.) Lisätyn todellisuuden ja virtuaalitodellisuuden välimaastoon sijoittuu mixed reality eli yhdistetty todellisuus, jossa todellisen maailman elementtejä ja virtuaalimaailman elementtejä hyödynnetään rinnakkain ja rajoja sekoittaen. (Gigantti Suomi 2018.)

Kuluttaja tarvitsee erikoislasit, joiden kautta hän näkee virtuaalimaailman. Jo muutamalla eurolla saa pahviset lasit, joita käytetään yhdessä älypuhelimien kanssa. Mitä kalliimmat virtuaalilasit ovat, sitä paremmin ne pystyvät hämäämään näköaistia ja tekemään kokemuksesta todellisemman tuntoisen, immersioista perusteellisemmän. Virtuaalilaseihin kuuluu usein kädessä pidettävä ohjain, jolla voi ohjaila näkymää ja antaa komentoja. (Laakso 2020.)

Virtuaalitodellisuuden osaamista Suomesta löytyy paljon ja Suomessa onkin ollut jo vuonna 2017 lähes sata virtuaalisisältöjä tai -tekniikkaa tuottavaa yritystä. Yksi suurimmista kotimaisista yrityksistä on Zoan, joka tuottaa 3D-pohjaisia visuaalisia elämyksiä. Yritys on tehnyt yhteistyötä muun muassa Helsingin kaupungin kanssa toteuttaen Virtuaalinen Helsinki -projektin. Kansallismuseossa on ollut esillä maailman ensimmäinen virtuaalimaalaus, jossa kävijä on saanut virtuaalilasit silmillään astua sisälle R.W. Ekmanin tauluun "Keisari Aleksanteri II julistaa vuoden 1863 säätyvaltiopäivät avatuiksi". Taulun esittämistä henkilöistä on luotu 3D-hahmot, joiden ajatuksia on päässyt kuulemaan toteutuksessa. Tavoitteena on ollut omakohtaisen kokemuksen tunteen synnyttäminen ja menneisyyden tapahtuman avautuminen syvällisemmin. (MyNewsDesk 2017.)

London Philharmonic Orchestra, kapellimestari Esa-Pekka Salonen ja HAM-museo toteuttivat yhteistyössä syksyllä 2018 The Virtual Orchestra: Sibelius 360 -projektin. Virtuaalilasit päässä ja kuulokkeet korvilla oli mahdollista päästä keskelle huippuorkesteria kuuntelemaan Sibeliuksen 5. sinfoniaa. Osallistuja pääsi kokemaan, miltä tuntuisi seistä Esa-Pekka Salosen vierellä orkesterissa tai takahuoneessa juuri ennen konsertin alkua. Kääntymällä eri suuntiin kuulokuva muuttui ja orkesterin kuuli juuri sellaisena, kuin kyseisessä kohdassa se kuulostaa todellisuudessa sivunkäännoistä lähtevää suhinaa myöten. Katsetta kohdentamalla pystyi kuulemaan jonkin soitinsektion soiton muita voimakkaammin ja jopa kuulemaan yksittäisen soittajan äänen. Esa-Pekka Salosen sanoin: "Paras osoitus virtuaalitodellisuuden voimasta on siinä, että vir-

tuaalikokemuksen loppuminen – paluu takaisin todellisuuteen – on pettymys. Klassisessa musiikissa virtuaalitodellisuus on paitsi vaikuttava myös hyödyllinen väline. Tähän projektiin osallistuminen on äärimmäisen kiehtovaa!” (HAM 2018.)

The Dalí Museum Floridassa, Yhdysvalloissa, on toteuttanut videoteoksen *Dreams of Dalí in Virtual Reality*, jossa katsoja pääsee Dalín maalauksen sisälle. Maalauksen mitasuhteet hahmottaa sisältä käsin paremmin kuin maalausta katsoessa, ja lisätyn äänimaailman avulla pääsee sisälle teoksen tunnelmiin voimakkaasti. Videoteos on nähtävissä ja koettavissa museossa, mutta myös YouTuben kautta voi teokseen tutustua älypuhelimella. (The Dalí Museum 2020.) Ilman virtuaalilaseja kokemus jää mielestäni laimeaksi, mutta lasien kautta katsottuna toteutus on hieno ja kokonaisvaltainen.

Yksi haaste virtuaalisessa ja lisätyssä todellisuudessa on tekniikan ja sen hallitsevien osaajien kulut. Hyvä vaihtoehto on hyödyntää opiskelijoiden osaamista ja toteuttaa projekti yhteistyössä paikallisten oppilaitosten kanssa. Huomioitavaa on, että mitä enemmän toimijoita on ja sen tähden erilaisia intressejä, sitä tärkeämmäksi nousee pätevän tuottajan rooli. Tarvitaan henkilö, joka tietää missä mennään ja mitä tarvitaan. Kyseisen henkilön tulee tuntea hyvin kohdeyleisö, heidän tarpeensa ja hänellä tulee olla osaamista lähestyä kohdeyleisöä heidän omalla kielellään. (Hyypä & Ahlqvist 2016, 103.)

3.9 Tekijänoikeudet

Tekijänoikeudet on määritelty laissa ja kansainvälisissä sopimuksissa, ja niiden rikkomisesta rangaistaan. Tekijä saa yksinoikeudella päättää, miten hänen teoksiaan käytetään. Tekijänoikeudet suojaavat esimerkiksi laulun säveltäjää ja sanoittajaa, esittäjää ja rahoittavaa yrittäjää kuten nuottikustantamoa. (Tekijänoikeus 2020.) Sen sijaan tekijänoikeudet eivät suojaa ideaa, teosten tietosisältöä tai teokseen sisältyvää teoriaa. Freelance-taiteilija voi myydä oikeuksia teostensa käyttöön ja hänen tulonsa riippuvat usein myynnin, julkaisujen, esitysten ja käytön määrästä. (Teosto 2018.)

Suomessa tekijänoikeus suojaaa sävellyksiä siihen asti, kun säveltäjän kuolemasta on tullut kuluneeksi 70 vuotta. Se koskee niin nuottien kopiointia ja jakamista kuin teoksen tallentamista tai julkista esittämistä laajemmin kuin yksityistilaisuudessa perhe- tai ystäväpiirissä. Kun esiintyjä ilmoittaa Teostolle esittämistään teoksista, kerää Teosto korvaukset tapahtuman järjestäjiltä. Korvauksen suuruus riippuu lipputuloista ja yleisömäärästä. (Teosto 2018.)

Teosto on reagoinut koronatilanteeseen höllentämällä sääntöjä ja korvauksia kevään 2020 ajan. Poikkeuksellisesti teoksia, joiden esittämiseen on olemassa oleva lupa, saa julkaista YouTubessa, Facebookissa ja Instagramissa ilman erillislupaa ja jättää alustalle toistaiseksi. Näillä toimenpiteillä on haluttu helpottaa tapahtumanjärjestäjien ja muusikoiden mahdollisuutta siirtää konserttitoimintansa internetiin. Normaalisti orkestereille ovat olleet mahdollisia vain suorastriimauslähetykset ilman erityislupaa edellä mainituilla alustoilla, koska Teostolla on oma sopimuksensa kyseisten palveluntarjoajien kanssa. Hinta vaihtelee 25€-400€ riippuen siitä, miten paljon musiikkia haluaa jakaa. Muuhun sisältöön tarvitaan Teoston mediapienluvan. Myös maksullisten konserttien järjestämiseen internetin välityksellä tarvitaan erillinen lupa. (Teosto 2020.) Monella orkesterilla digitaalisten sisältöjen tuottamisessa normaalioloissa aiheuttaa haasteita muusikoiden työehtosopimus, joka velvoittaa orkesterit maksamaan pienyhtyekorvauksen ja tallennekorvauksen (Hakola 2020).

Esittävän taiteilijan oikeuksia kutsutaan lähioikeuksiksi. Ne suojaavat esimerkiksi esityksiä ja tallenteita noin 50 vuoden ajan. Valokuvia käytetään välillä myös osana elävöittämässä videoita ja ne kuuluvat yhtä lailla lähioikeuksien piiriin. (Kopiosto ym. 2020.)

Creative Commons eli CC on maailmanlaajuisesti suosituin avoin lisenssi, joka mahdollistaa tehdyn materiaalin kuten valokuvien ja musiikin käytön ilman erillistä lupaa. Lisenssi on käytössä etenkin digitaalisessa materiaalissa. Tekijä saa itse määrittellä, millä tavoin hänen luomaansa materiaalia saa käyttää. Yleisin on BY eli ”nimi mainittava”, jolloin materiaalia saa käyttää, mutta tekijän nimi on aina käytön yhteydessä mainittava. Käyttöä voidaan rajata ”ei kaupalliseen käyttöön” (NC) ja ”ei jälkiperäisiä”, jolloin teosta ei saa muuttaa millään tavoin. Jälkimmäinen on hyvin rajoittava, koska esimerkiksi musiikin käyttö ääniraitana omalla videolla ei ole mahdollista, koska silloin musiikki ei ole enää alkuperäismuodossaan eli yksinään. ”Sama lisenssi” (SA) tarkoittaa, että materiaalia saa käyttää haluamallaan tavalla, mutta vastaavasti omalle, uudelle tuotokselle tulee määrittellä samat käyttömahdollisuudet kuin alkuperäismateriaalilla oli. (OpeRight 2020.)

4 TUTKIMUSMENETELMÄT JA AINEISTON HANKINTA

Opinnäytetyöni tutkimuskohteiksi valitsin kaikki Suomen sinfoniaorkesterit ry:hyn kuuluvat sinfoniaorkesterit, pois lukien Suomen Kansallisoopperan orkesterin ja Radion Sinfoniaorkesterin, sekä kuusi kamari- ja runko-orkesteria. Valitut orkesterit olivat: Helsingin kaupunginorkesteri, Joensuun kaupunginorkesteri, Jyväskylä Sinfonia, Kuopion kaupunginorkesteri, Kymi Sinfonietta, Sinfonia Lahti, Lappeenrannan kaupunginorkesteri, Oulu Sinfonia, Pori Sinfonietta, Tampere Filharmonia, Tapiola Sinfonietta, Turun Filharmoninen orkesteri, Vaasan kaupunginorkesteri, Kemin kaupunginorkesteri, Keski-Pohjanmaan kamariorkesteri, Lapin kamariorkesteri, Lohjan kaupunginorkesteri, Mikkelin kaupunginorkesteri ja Seinäjoen kaupunginorkesteri.

Valinnan kohdistin kyseisiin orkestereihin, koska halusin tutkimukseen mukaan erikokoisia orkestereita maantieteellisesti kaukaa toisistaan. Myös tiettyyn musiikkityyliin, kuten ooppera-, barokki- ja jazzmusiikkiin, keskittyneet orkesterit rajasin työni ulkopuolelle niiden erikoislaatuisuuden vuoksi. Ulkomaalaisista orkestereista valitsin mukaan kaksi ruotsalaista orkesteria, Kungliga Filharmoniker ja Göteborgin kaupunginorkesterin, sekä yhdysvaltalaisen Los Angeles Philharmonic Orchestran. Kyseiset ruotsalaiset orkesterit kuuluvat maansa kansainvälisesti arvostetuimpiin orkestereihin. Los Angeles Philharmonic Orchestra on profiloitunut orkesterimaailman uudistajaksi.

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten pitkällä orkesterit ovat digitaalisten toimintamuotojen käytössä. Saadakseni vastauksen kyseiseen tutkimuskysymykseen, valitsin aineistonkeruumenetelmiksi kyselyhaastattelun ja orkestereiden verkkosivustojen ja sosiaalisen median kanavien sisällön analysoinnin. Internetissä olleen materiaalin keruussa keskityin pääasiassa kahteen ensimmäiseen poikkeusviikkoon (13.3.-27.3.2020). Tein rajauksen, jotta materiaali ei paisuisi liian suureksi, vaan olisi käsiteltävissä muodossa. Aikarajauksen valinnan kohdistin nimenomaan ensimmäisiin viikkoihin, koska halusin perehtyä siihen, minkälaisia digitaalisuutta hyödyntäviä toteutuksia orkesterit pystyivät tuottamaan nopeasti.

Keräsin orkestereiden verkkosivustoilta ja sosiaalisen median kanavilta tietoa siitä, minkälaista materiaalia orkestereilla on sähköisessä muodossa, millä sosiaalisen median kanavilla orkestereilla on tili ja mitä julkaisuja orkestereilla on seurantajakson ajalta. Aineiston keruun innovatiivisista digitaalisista toteutuksista tein käyttämällä benchmarking –menetelmää eli vertailuanalyysin ja vertaiskehittämisen keinoin.

Benchmarkkauksen avulla pyrin myös tunnistamaan orkestereiden digitaalisen toiminnan heikkouksia ja laatimaan kehitysideoita niiden kehittämiseksi. (Itä-Suomen yliopisto 2020.)

Orkestereiden digitaalisten toimintamuotojen nykytilan selvittämiseksi tein myös kyselyhaastattelun sähköpostitse, jonka lähetin opinnäytetyöhön valittujen Suosion jäsenorkestereiden hallinnolliselle henkilökunnalle. Päädyin tekemään haastattelun sähköisessä muodossa, koska näin sain vastaukset suoraan kirjallisessa muodossa, jolloin litterointivaihe jäi pois ja väärinymmärryksen riski pieneni. Uskoin vastauksien määrään vaikuttavan positiivisesti sen, että vastaaja sai itse valita vastaamisajankohdan. (Valli 2018.)

Valikoin haastateltavat sen perusteella, keneltä uskoin olevan helpointa saada vastaukset kysymyksiin. Vaikka intendenteillä voi olettaa olevan paras kokonaiskäsitys orkestereiden tilanteesta, on mahdollista, että heidän aikataulunsa ovat erityisesti keskellä koronakevättä liian kiireiset vastaamiselle.

Lähetin kysymykset 18:n orkesterin intendentille tai tuottajalle. Vastauksia tuli yhteensä 9. Kysyin, miten orkesterit ovat hyödyntäneet digitaalisuutta toiminnassaan, miten orkestereissa suhtaudutaan uusiin toimintamuotoihin ja miten koronavirusepidemia on heidän toimintaansa muuttanut. Lisäksi kysyin vastaajien visiota siitä, miten digitaalisuutta voisi tulevaisuudessa hyödyntää.

Laadin Webropol-kyselyn, jossa selvitin konserttiyleisön mielipiteitä orkestereiden tuottamasta digitaalisesta sisällöstä. Pyrin kyselyn avulla lisäämään ymmärrystä yleisön tarpeista sisällön suhteen. Valitsin kyselyluomiseen Webropolin, koska se oli kokemuksen mukaan toimiva väline kerätä anonyymeja vastauksia.

Sähköisen kyselylomakkeen tekemisessä haastavinta oli pitää kysymykset ja ohjeet riittävän lyhyinä ja selkeinä. Alussa oli taustakysymyksiä, jotka johdattelivat varsinaisen pääaiheen piiriin. Yritin pitää kyselyn kyllin lyhyenä, jotta vastaamisesta ei luovutaisi liian usein. (Valli & Perkkilä 2018.) Testikyselyssä ilmeni, minkä verran kysymyksiä vastaaja jaksaa käydä läpi ja mihin määrään aineistoa vastaaja jaksaa tutustua kerrallaan. Testikyselyyn vastasi seitsemän henkilöä. He olivat 14–70-vuotiaita ja heidän kotipaikkansa oli Vaasa ja Vantaa.

Kyselylomakkeessa oli avoimia kysymyksiä, valmiita vastausvaihtoehtoja ja intensiivisyyttä mittaavia mittareita (Valli 2018). Pyysin orkestereita jakamaan kyselyn omille

asiakkailleen esimerkiksi orkesterin Facebook-sivun kautta. Vastaajilta ei pyydetty mitään taustatietoja, jotta kysely ei venyisi liikaa. Kyselyn jakoivat Facebook-sivullaan Jyväskylä Sinfonia, Kuopion kaupunginorkesteri ja Tampere Filharmonia. Keski-Pohjanmaan kamariorkesteri jakoi kyselyn vakioasiakkailleen sähköisen uutiskirjeen mukana. Lisäksi jaoin kyselyn omalla Facebook-sivullani, josta kyselyä oli jaettu eteenpäin.

Kysely tuotti yhteensä vain 46 vastausta. Vastaaminen oli aloitettu 114 kertaa. Ilmeni, että osalla vastaajista oli ollut teknisiä ongelmia vastaamisen kanssa. Vaikka asetuksissa oli valittu esimerkkien aukeavan uudessa välilehdessä, jotta palaaminen kyselyyn olisi helppoa, ei se kaikilla vastaajilla ollut toiminut tarkoitetulla tavalla. Lisäksi kysely jäi vähälle huomiolle silloin, kun esittelytekstiin ei ollut liitetty huomiota kiinnittävää kuvaa. Verrattain alhaisen vastaajamäärän vuoksi tulokset ovat suuntaa-antavia.

Yleisöltä kysyttiin, mitä orkestereiden sosiaalisen median kanavia, minkä laitteiden kautta ja minkälaisia sisältöjä he ovat seuranneet ja minkälaisia toiveita heillä on sisällön suhteen. Kyselyssä oli esimerkkejä orkesterien digitaalisista toteutuksista. Vastaajia pyydettiin kirjaamaan ylös, minkälaisia ajatuksia esimerkit heissä herättivät: oliko sisältö mielenkiintoista, heräsikö mielenkiinto kyseistä orkesteria kohtaan enemmänkin, uskooko lisäävän kiinnostusta orkesterikonserteissa käymiseen ja minkä arvosanan antaisi kyseiselle esimerkille. Tulosten analysoinnissa hyödynsin vastausten numeerisia keskiarvoja vertailllessani eri esimerkkejä keskenään. Esimerkkien määrän rajasin neljään, jotta saisin mukaan kyllin erityyppisiä sisältöjä ilman, että kysely veisi liikaa vastaajien aikaa.

Käytin opinnäytetyössä tutkimusmetodeina havainnointia ja kokemustiedon hyödyntämistä. Olen työskennellyt useassa eri orkesterissa muusikkona ja tehnyt havaintoja orkestereiden toiminnasta sisältä päin. Lisäksi olen käynyt vapaa-ajalla kuuntelemassa konsertteja eri kaupungeissa ja seurannut aktiivisesti orkesterien toimintaa sosiaalisen median kanavien, julkaisujen ja uutisten kautta. Opinnäytetyöprosessin aikana tekemäni havainnointiin ovat vaikuttaneet niin esitietoni, ymmärrys ilmiöistä, omat tarpeet kuin mielenkiinnon kohteet (Vilkkä 2018).

Toisena tutkimuskysymyksenä oli, miten orkesterit voivat digitaalisin keinoin uudistaa ja monipuolistaa toimintaansa. Olen kuunnellut podcastia, katsonut opetusvideoita ja osallistunut koulutukseen, lukenut opinnäytetöitä, julkaisuja, blogikirjoituksia ja muita tekstejä, joissa on kerrottu digitaalisista toteutuksista taiteen alalla ja yrittänyt

soveltaa ideoita orkesterimusiikin maailmaan. Testasin kaikki opinnäytetyössä esitellyt tekniikat ja alustat lukuun ottamatta Zoanin, jotta varmistuisin niiden toimivuudesta ja helppokäyttöisyydestä.

Olen vierailut museoissa testaamassa lisätyn todellisuuden käyttöä ja tutustumassa toteutuksiin ymmärtääkseni paremmin kyseiseen tekniikkaan liittyviä mahdollisuuksia. Virtuaalitodellisuuden toteutuksiin olen tutustunut YouTubessa virtuaalilasien kautta. Koska kyseiset virtuaalilasit olivat jo useamman vuoden vanhat, eivät ne tukeet nykyistä puhelinmalliani täydellisesti. Sain kuitenkin luotua käsityksen siitä, mitä on mahdollista tehdä ja miltä toteutukset tuntuvat käyttäjän näkökulmasta.

5 ORKESTEREIDEN DIGITAALISUUS

Tässä luvussa käydään läpi, mitä toimintoja digitaalisuus kattaa orkesterialalla sekä miten orkesterit ovat digitaalisuutta hyödyntäneet ennen koronakevään alkua ja sen jälkeen. Tiedot perustuvat niin orkesterien verkkosivustojen ja sosiaalisen median kanavien analysointiin ja benchmarkkaukseen kuin orkestereiden hallinnollisen henkilökunnan kyselyhaastatteluihin. Luvun lopussa käyn läpi yleisökyselyn tulokset.

5.1 Digitaalisuus orkesterien näkökulmasta

Digitaalisuus käsittää kaikki sähköiset kanavat, alustat, sisällöt ja työkalut, joita orkesteri voi hyödyntää niin sisäisessä kuin ulkoisessakin toiminnassaan. Siihen kuuluvat muun muassa verkkosivustot, intranet, sosiaalisen median alustat, kuvat, videot, äänitykset, analytiikkatyökalut, uutiskirjetyökalut, nuotit tabletissa, kommunikointi sähköisin välinein orkesterin työntekijöiden kesken ja digitaaliset kokoukset. Se kattaa kaikki ne toiminnot, joiden avulla orkesteri voi sähköisin keinoin palvella yleisöään, potentiaalista yleisöään ja työntekijöitään samalla toimintaansa kehittäen. (Rantakärkkä 2020; Jaskiewicz 2020.) Vaikka digitaalisessa tuotoksessa voivat olla läsnä ääni ja kuva, ei sisältöä voi aistia kehon kautta samalla tavalla kuin livetilanteessa. (Kukkonen & Tahvanainen 2020.)

Digitaalisuuden avulla voidaan nopeuttaa toimintoja, edistää sekä helpottaa niitä sekä mahdollistaa sellaista, mikä ei muilla tavoin olisi mahdollista (Hakola 2020). Digitaalisilla sisällöillä voi syventää ja rikastaa konserttitilannetta. Reaalimaailma ja digitaaliset sisällöt voidaan yhdistää esittämällä samanaikaisesti, kuten tehtiin Helsingin kaupunginorkesterin *Lélio*-teoksessa projisoimalla konsertin aikana lähikuvaa solistista. Toisinpäin on digitaalisuutta ja fyysisen henkilön läsnäoloa yhdistetty Turun filharmonisen orkesterin Virtuaalinen konsertti hoivalaitoksissa -tilaisuuksissa, joissa on ollut mukana yksi orkesterimuusikko haastateltavana ja alustamassa tilaisuutta. Tilaisuuden yhteydessä on katsottu kohderyhmälle räätälöity orkesterin verkkokonserttikokonaisuus. (Kukkonen & Tahvanainen 2020.)

Digitaalisuus luo mahdollisuuksia uudelle taiteelliselle toiminnalle. Sen avulla voidaan tuottaa sisältöjä, jotka eivät livetilanteessa olisi mahdollisia. Digitaalisuuden avulla voidaan tuoda eri puolilla maailmaa olevat muusikot yhteen musisoimaan etänä, kuten UMO Helsinki teki Lontoossa asuvan laulajan kanssa. Digitaalisuus mah-

dollistaa myös taiteellisen suunnittelun, tuotannon ja viestinnän saumattoman yhteistyön ja suunnittelun eri työryhmien ja työhön osallistuvien ammattilaisten välillä fyysisistä olinpaikoista riippumatta. (Kukkonen & Tahvanainen 2020.)

Tampere Filharmoniaassa digitaalisuutta hyödynnetään etenkin yleisötyössä, viestinnässä ja konserttimarkkinoinnissa (Rantakärkkä 2020). Orkestereiden markkinoinnin puolella digitaalisuus käsittää lähes kaiken muun kuin perinteisen printtimarkkinoinnin suuren osan markkinoinnista siirryttyä digitaaliseen muotoon (Nikula-Nyman 2020).

Digitaalisessa yleisötyössä kulttuuritoimija on vuorovaikutuksessa yleisönsä, asiakkaidensa tai kävijöidensä kanssa digitaalisia välineitä, alustoja, sisältöjä tai palveluita hyödyntäen. Se kattaa toiminnan, joka mahdollistaa yleisön osallistamisen esimerkiksi kannustamalla julkaisemaan omia valokuviaan hashtageilla varustettuna tai mahdollisuutena kommentoida orkesterin julkaisuja sosiaalisessa mediassa. (Kukkonen & Tahvanainen 2020.)

Digitaalisuuden avulla on mahdollista dokumentoida tekemistä. Digitaaliset kanavat tarjoavat yleisölle mahdollisuuden palata konserttikokemukseen ja tarjoavat konserttisisältöä niille yleisöille, jotka eivät pääse orkesterin luo parantaen näin saavutettavuutta. Se mahdollistaa omaehtoisen tekemisen, kun yleisön edustaja voi tutustua valitsemana ajankohtana esimerkiksi orkesterin tuottamaan opetusmateriaaliin orkesterin verkkosivustolla. (Kukkonen & Tahvanainen 2020.)

5.2 Orkestereiden digitaaliset toiminnot ennen koronakevättä 2020

Intendenttien ja muun orkesterin hallinnollisen henkilökunnan vastauksista käy ilmi, että digitaalisuuden hyödyntäminen on ollut ennen koronakevään alkua hyvin eri vaiheissa. Kyselyyn vastanneista kukaan ei suhtautunut negatiivisesti digitaalisuuden tarjoamiin mahdollisuuksiin, mutta vastauksissa nostettiin useasti esiin resurssien pienuus ja tietotaidon puute.

Kaikilla tutkimukseen mukaan valituilla orkestereilla on oma verkkosivusto, mutta erot näkyvät vahvasti panostuksessa ulkoasuun ja sisällön määrään. Osalla orkestereita sivusto toimii osana kaupungin sivustoa (esim. Pori Sinfonietta, Vaasan kaupunginorkesteri), Lapin kamariorkesterin sivun ollessa osa Korundi-kulttuuritalon sivustoa. Turun Filharmoninen orkesteri on panostanut pelillisyyteen, Helsingin kaupun-

ginorkesterin sivulla taas on runsaasti oppiaineistoa klassisesta musiikista ja orkesterista soittimiseen. Kaikki orkesterit ovat jo ennen koronakevättä hyödyntäneet jonkin verran sosiaalista mediaa markkinoinnissa ja viestinnässä. Esimerkiksi Lohjan kaupunginorkesterissa on harjoituksista ja konserteista kuvattu pieniä pätkiä älypuheliimen kameralla ja jaettu mainosmielessä orkesterin sosiaalisessa mediassa (Ketola 2020).

Kokemukseni mukaan muusikoiden tietotaito ei ole ollut keskimäärin korkealla tasolla, koska orkesterimuusikon työssä ja koulutuksessa ei ole ennen vaadittu minkäänlaista tietotekniikan tai digitaalisten kanavien käyttöä. Kyseisten taitojen opetteleminen on täten perustunut omaan aktiivisuuteen ja kiinnostuksen kohteisiin.

Ennen koronakevättä on Vaasan kaupunginorkesterissa digitaalisuus koettu tuntemattomana alueena, johon ei ole uskallettu lähteä tutustumaan. Digitaalisia sisältöjä ei ole juurikaan tuotettu tallennusvälineiden puuttumisen ja korvausmaksujen ongelmallisuuden takia. Perustoiminnan on luotettu riittävän sellaisenaan tarjolla olevan tuotteen nojatessa vahvasti elävän musiikin konserttikokemukseen. Myös muusikoiden asenteissa on ollut nähtävillä eroja. Osa muusikoista on kokenut valtavaa itsekriittisyyttä tallennettua materiaalia kohtaan, koska tallenne jää elämään soittotilanteen jälkeen ja virheet kuulumaan. Osalle muusikoista kunnollisen äänityskaluston puuttuminen on ollut kynnyskysymys ja huolta on aiheuttanut äänenlaadun mahdollinen heikkous. (Vanhanen 2020.)

Tampere Filharmoniaassa digitaalisten työkalujen käyttöönotto ei ole kohdannut juurikaan muutosvastarintaa, korkeintaan välinpitämättömyyttä. Orkesterin hallinto on lähtökohtaisesti melko työllistettyä ja toimintatavat vakiintuneita, minkä takia digitaalisten työkalujen mukaan tuominen ei ole ollut läpihuutojuttu, vaan on vaatinut työtapojen uudistamista. Digitaalisuus on toiminut apuvälineenä perustoiminnalle varsinkin markkinoinnissa erilaisten teksti-, kuva- ja videosisältöjen sekä monikanavaisten digimainoskampanjoiden muodossa. Ne ovat sisältäneet pääasiassa orkesterin toimintaa esitteleviä kuvia ja videoita, konserttikohtaisia sisältöjä kuten kapellimestarihaastatteluja, kurkistuksia harjoituksiin, soittajien kuulumisia sekä erilaisia verkkosivuilla julkaistuja kirjoituksia. Musiikkikasvatuksen kohderyhmille orkesteri on tuottanut erilaisia tutustumispaketteja, jotka ovat sisältäneet liikkuvaa kuvaa, ääntä ja interaktiivisia elementtejä. Konserttikäsiohjelmat on julkaistu perinteisen paperisen version lisäksi digimuodossa. (Rantakärkkä 2020.)

Ennen koronakevättä Keski-Pohjanmaan kamariorkesteri oli ladannut orkesterin YouTube-kanavalle muutaman konserttitallenteen. Sosiaalisessa mediassa oli julkaistu lähinnä markkinointiin liittyviä videoita ja kuvia. Tapahtumakalenterit ja sähköiset bannerit olivat olleet käytössä internetsivuston ollessa virallisin viestintä- ja markkinointikanava. Toisaalta joihinkin yksittäisiin projekteihin, kuten Taidetestaajat-konsertteihin, oli orkesteri tuottanut esittelyvideoita ja muuta sähköisessä muodossa olevaa oheismateriaalia. (Nikula-Nyman 2020.)

Osana Jyväskylä Sinfonian Orkesteri kylässä -hanketta koulujen oppilaat olivat päässeet virtuaalivierailulle Jyväskylä Sinfonian kenraaliharjoitukseen. Jyväskylän koulutuskuntayhtymä Gradian media-alan opiskelijat olivat striimanneet orkesterin kenraaliharjoituksen kouluille, ja vastavuoroisesti koulujen oppilaat olivat voineet Skype-yhteyden kautta kommunikoida harjoituksen aikana ylikapellimestari Ville Matvejeffin kanssa. Interaktiivinen kokemus tarjosi oppilaille mahdollisuuden tutustua orkesterilaisten työskentelyyn aivan uudella tavalla ja mahdollisti reaaliaikaisen vuoropuhelun. (Jyväskylä Sinfonia 2020.)

Turun Filharmonisella orkesterilla on ollut jo useamman vuoden ajan suorina verkkokonsertteja, yleisöä on kannustettu twiittailemaan konserttikuulumisia Some Seat -istumapaikalla kesken konsertin ja interaktiivisuutta konsertin aikana on lisätty järjestämällä chat yleisön ja orkesterinedustajan kesken tai pyytämällä yleisöä äänestämään salin valaistuksen väreistä eri teosten aikana. (Turun Filharmoninen orkesteri 2020.) Kännykän käyttö orkesterikonserteissa on perinteisesti ollut tiukasti kielletty, joten näillä tempauksilla on tietoisesti rikottu tradition rajoja ja haettu uusia näkökulmia konserttikäyttäytymiseen.

Hiljattain perustetussa yhteispohjoismaalaisessa Nordic Sound -verkostossa on tällä hetkellä mukana 18 orkesteria ja muuta musiikkialan toimijaa. Siihen kuuluvat mm. Göteborgin sinfoniaorkesteri ja Kungliga Filharmoniker sekä Suomesta Helsingin kaupunginorkesteri ja Sinfonia Lahti. Verkoston tavoitteena on mukana olevien orkesterien teknologiaymmärryksen lisääminen sekä sisältöyhteistyö. Esimerkkinä yhteistyöstä on Helsingin kaupunginorkesteri tarjonnut yleisönsä käyttöön ilmaisen HKO Screen -applikaation, joka on toteutettu Göteborgin sinfoniaorkesterin luomalle alustalle. Sovelluksen kautta voi kuunnella suorastriihauskonsertteja, konserttitaltiointoja, vierailevien taiteilijoiden haastatteluja sekä konsertteihin liittyviä soittolistoja.

Verkoston tavoitteena on lisätä ja helpottaa klassisen musiikin katselua ja kuuntelua verkossa. (Helsingin kaupunginorkesteri 2020.)

5.3 Orkestereiden digitaaliset toiminnot koronakeväänä 2020

Suomen hallitus piti 16.3.2020 tiedotustilaisuuden, jossa kiellettiin yli 10 hengen koontumiset ja määrättiin muun muassa kulttuurilaitokset suljettaviksi 13.4.2020 asti (Valtioneuvosto 2020). Myöhemmin sulkua jatkettiin toukokuun 2020 loppuun asti. Koronaepidemian aiheuttamat rajoitukset ovat muuttaneet orkestereiden toimintaa täysin ja digitaalisuus onkin nähty välttämättömänä keinona pitää yllä suhdetta kuuli- joihin ja yleisöön, joka ei ole päässyt totuttuun tapaan osallistumaan konsertteihin (Vanhanen 2020). Perustoiminta on Keski-Pohjanmaan kamariorkesterin intendentin Sara Nikula-Nymanin (2020) mukaan tehnyt digiloikan esimerkiksi suorastriiimattu- jen konserttien muodossa, mutta myös työntekijöiden opetellessa käyttämään digita- alisia apuvälineitä etätyössä, kuten kokouksien järjestämistä Teamsin kautta.

Vain osalla orkestereista on ollut resursseja järjestää suorastriiimauskonsertteja. Kon- sertit on järjestetty pienemmillä kamarimusiikkikokoonpanoilla, turvavälejä kunnioit- taen soittajien välillä. Osalle orkestereita toiminta on ollut tuttua jo ennestään ja täl- löin on osaaminen ja laitteisto olleet jo olemassa. Tampere Filharmonia aloitti huhti- kuussa 2020 TF Chamber -verkkokonserttisarjan hyvin nopealla aikataululla kevään normaalikonserttien peruunnuttua. Yhdessä tuotantoyhtiön ja Tampere-talon kanssa toteutettu kamarikonserttisarja on löytänyt yleisönsä hyvin ja saanut kiitosta korke- asta tasostaan. (Rantakärkkä 2020.) Lohjan kaupunginorkesterilla oli ollut tarkoitus aloittaa palvelutalokiertue juuri, kun koronaan liittyvät rajoitustoimet katkaisivat toi- minnan. Orkesterissa reagoitiin nopeasti ja live-esiintymisten sijaan kuvattiin 30 mi- nuutin mittaisia videoita, jotka lähetettiin palvelutaloihin. (Ketola 2020.)

Lohjan kaupunginorkesteri on toiminut aktiivisesti jo koronakevään alkupäivistä asti. Muusikot ovat lähettäneet videotervehdyksiä niin palvelutaloihin, päiväkoteihin, kou- luihin ja seurakuntiin kuin sosiaalisen median kautta koko kuulijakunnalle. Videot ovat olleet havaintojeni mukaan tekniseltä tasoltaan orkestereiden keskitasoa laaduk- kaampia, koska orkesteri on saanut käyttöönsä yleisen kulttuuritoimen videokaluston. Editoinnista ja lataamisesta internetiin on vastannut kulttuurituottaja. Yhteistyö- kumppanuuksien avulla on orkesteri pystynyt järjestämään kaksi suorastriiimauskon- serttia. (Ketola 2020.)

Innovatiivisin keksintö on ollut Soivat postikortit, joita on voinut ostaa NetTicketin kautta 50€ hintaan sisältäen kaikki kulut. Tilaaja on voinut joko suunnitella itse tekstin korttiin tai valita jonkin valmiista tekstiehdotuksista, joihin ideoita on kerätty myös yleisöltä orkesterin sosiaalisen median kautta. Muusikot ovat lukeneet tekstin videon alussa ja tämän jälkeen esittäneet postikortin saajalle omistetun kappaleen. Videot on kuvattu eri tiloissa ympäri kaupunkia. Soiva postikortti on saanut hyvän vastaanoton, mutta konsepti vaatii edelleen kehittämistä. (Mt.)

Muusikoiden itse kotona älypuhelimella kuvaamat videot, joilla he ovat soittamisen lisäksi kertoneet kuulumisiaan, lähettäneet terveisensä yleisölle tai kertoneet esitettävästä teoksesta, ovat olleet yleisiä. Videoiden tekeminen on vaatinut monen uuden taidon opettelemista, kun videoiden suunnittelun ja kuvaamisen lisäksi on moni itse myös editoinut videot (Ruiz Santos 2020). Moni orkesteri, kuten Jyväskylä Sinfonia, Kuopion kaupunginorkesteri ja Vaasan kaupunginorkesteri, on huomionnut erityisesti koululaisia tuottamalla soitinesittelyvideoita (Hakola 2020; Prepula 2020; Vanhanen 2020).

Keski-Pohjanmaan kamariorkesteri on huhtikuun alkupuolella aloittanut suorastriimatut konsertit lauantaisin eli normaalina konserttipäivänä. Sosiaalisessa mediassa orkesteri on jakanut orkesterilaisten levyvinkkejä sekä videoita harjoituksista ja osallistunut Helsingin kaupunginorkesterin lanseeraamaan kakkosviuluhaasteeseen. Orkesteri on jakanut uutisia peruuntuneista ja siirtyneistä konserteista, lippujen peruutusmenettelyistä ja muita ajankohtaisuuksia. (Nikula-Nyman 2020.)

Helsingin kaupunginorkesteri on tarjonnut yleisölleen mahdollisuuden kuunnella kamarikonsertteja, konserttitalenteita ja taiteilija- ja asiantuntijahaastatteluja HKO Screen – mobiilisovelluksen kautta koronakevään aikana. Sen sosiaalisen median kanavilla on muistutettu mahdollisuudesta tutustua jo olemassa oleviin verkko-oppimateriaaleihin kuten soitin-, teos-, musiikinhistoria- ja muusikkoesittelyihin ja kummilapsikonserteista koostettuihin videoihin. Uutena materiaalina on tuotettu kuratoituja soittolistoja, joiden sisällön muusikot ovat ideoineet ja muusikoiden kuvaamia videoita. (Kukkonen & Tahvanainen 2020.)

Kansainvälisillä verrokeilla, Kungliga Filharmoniker, Göteborgin sinfoniaorkesterilla ja Los Angeles Philharmonic Orchestralla, on paljon materiaalia sivustoillaan, mutta loppujen lopuksi uudenlaisia sisältöjä ei juurikaan ole. Göteborg Symfoniker on rea-

goinut koronakevääseen jakamalla vanhoja konserttitaltiointeja uudestaan. Uutta materiaalia ei ensimmäisen kahden poikkeusviikon aikana ollut tuotettu, vaikka Ruotsissa sulku oli alkanut jo Suomea aiemmin. Kungliga Filharmoniker muistutteli soveluksesta, jonka kautta voi kuunnella menneitä konsertteja. Sosiaalisessa mediassa oli jaettu muutama muusikoiden kotona älypuhelimella kuvaama videotervehdys.

Koronakevään aikana Los Angeles Philharmonic Orchestran tuottamat videot ovat olleet tekniseltä tasoltaan varsin yksinkertaisia. Videot on kuvattu yhdellä kameralla ilman minkäänlaisia tehosteita ja lisäelementtejä. Ylikapellimestari Gustavo Dudamel on kertonut suosikkilevyistään englanniksi ja espanjaksi podcastissa. Lisäksi on tarjottu mahdollisuutta katsoa parhaita paloja vanhoista konserttitaltiointeista. Orkesterilaiset ovat kuvanneet videoita kotonaan. Tyypillinen rakenne videoilla on, että ennen soittoa tulee lyhyt alustus, jossa muusikko esittelee itsensä ja soitettavan teoksen.

5.4 Orkestereiden sosiaalisen median käyttö

Yleisin sosiaalisen median kanava, jota orkesterit aktiivisesti käyttävät, on Facebook. Seuraavina tulevat Instagram ja YouTube. Mikkelin kaupunginorkesterin intendentti Jaakko Antila (2020) perusteli valintoja sillä, että kyseiset kanavat ovat hyviä kuvien, videoiden ja tapahtumien jakamiseen. Vaasan kaupunginorkesterin tiedotus- ja markkinointikoordinaattori Josefiina Vanhanen (2020) kertoo pääkanavien olevan Facebook ja Instagram, koska niiden kautta orkesteri tavoittaa eniten ihmisiä ja erilaisia yleisöjä, ne ovat edullisia mainosalustoja ja pienelle orkesterille kahden kanavan ylläpitäminen on realistista ylläpitää. YouTuben käyttö on lisääntynyt huomattavasti Vanhasen mukaan koronakevään aikana, koska osalla yleisöä ei ole Facebook- tai Instagram-tiliä.

YHTEENVETO: ORKESTEREIDEN SOSIAALINEN MEDIA	13.3.-31.3.2020 VÄLISENÄ AIKANA									
	verkkosivu	Facebook	Instagram	Twitter	Youtube	Streaming	Blogi	Podcast	Spotify	vimeo
Turun Filharmoninen orkesteri	x	x	x	x	x	x			x	
Tampere Filharmonia	x	x	x	x	x	x			x	
Vaasan kaupunginorkesteri	x	x	x		x					
Kymi Sinfonietta	x	x	x		x		x		x	
Lapin kamariorkesteri	x	x	x	x	x				x	
Keski-Pohjanmaan kamariorkesteri	x	x	x	x	x		x		x	
Joensuun kaupunginorkesteri	x	x	x		x			x	x	
Tapiola Sinfonietta	x	x	x	x	x	x			x	
Jyväskylä Sinfonia	x	x	x	x	x				x	
Sinfonia Lahti	x	x	x	x	x	x			x	
Kuopion kaupunginorkesteri	x	x	x	x	x				x	
Helsingin kaupunginorkesteri	x	x	x	x	x		x	x	x	x
Kemin kaupunginorkesteri	x	x	x							
Mikkelin kaupunginorkesteri	x	x	x		x				x	
Lappeenrannan kaupunginorkesteri	x	x	x		x					
Oulu Sinfonia	x	x	x	x					x	
Pori Sinfonietta	x	x	x		x				x	
Lohjan kaupunginorkesteri	x	x	x	x	x				x	
Seinäjoen kaupunginorkesteri	x	x	x						x	
Göteborgs Symfoniker	x	x	x		x				x	
Kungliga Filharmoniker	x	x	x	x	x				x	
Los Angeles Philharmonic Orchestra	x	x	x	x	x			x	x	x
YHTEENSÄ: 22 orkesteria	22	22	22	12	19	4	3	3	19	2

Taulukko 1: Esimerkkiorkesterien sosiaalisen median käyttö.

Jyväskylä Sinfoniassa on sosiaalisen median kanavia otettu käyttöön yksitellen, ensimmäisenä Facebook 10 vuotta sitten. Se on edelleen orkesterin pääkanava sosiaalisessa mediassa siksi, että sitä käyttää suurin osa orkesterin kuulijoista. Muut kanavat ovat tulleet yksitellen mukaan. Instagramin merkitys kasvaa koko ajan ja orkesteri pyrkii ottamaan Stories-toiminnon jatkossa aktiivisempaan käyttöön. Twitter puolestaan on hyvin rajoitetusti käytössä ja harkinnassa on siitä luopuminen kokonaan. YouTuben käyttö on aiemmin ollut hyvin vähäistä, mutta koronakevät on kasvattanut sen merkitystä erittäin voimakkaasti. (Hakola 2020.)

Myös Tampere Filharmonia kokee tavoittavansa parhaiten yleisönsä ja kohderyhmänsä juuri Facebookin kautta. Orkesterin Facebook-kanavaa on työstetty pitkäjänteisesti ja seuraajia onkin keväällä 2020 jo noin 9000. Julkaisujen sitoutumisaste sekä tavoitavuus ovat korkealla tasolla. Rantakärkkä kokee Facebookin olevan alustana monipuolinen sen soveltuessa niin konserttimarkkinointiin, viestintään, kuvien ja videoiden julkaisemiseen, tiedottamiseen kuin konserttikalenteriksikin. Facebook mahdollistaa matalan kynnyksen vuoropuhelun orkesterin ja yleisön välille. Sieltä on myös helppo ohjata kävijäliikennettä orkesterin verkkosivustolle. (Rantakärkkä 2020.)

Tampere Filharmonian sosiaalisen median käytössä Instagram on tullut Facebookin rinnalle tärkeänä alustana, sillä siellä orkesteri on tavoittanut tehokkaasti uutta, potentiaalista yleisöä. Vaikka Instagram ei ole Rantakärkän mukaan yhtä monipuolinen kuin Facebook, on sen koettu olevan tavoittavuudeltaan vähintään yhtä tehokas. YouTubea käytetään videoiden julkaisualustana. Twitterissä jaetaan tiedotteita ja osallistutaan Tampereen kaupungin kulttuuripalvelujen viestintään LinkedInissä korostuessa työnantajanäkökulma. (Rantakärkkä 2020.)

Koronakevään aikana on moni orkesteri onnistunut kasvattamaan videoiden katselumääriä valtavasti sosiaalisessa mediassa. Kun esimerkiksi Vaasan kaupunginorkesterin aiemmat julkaisut olivat tavoittaneet tyypillisimmillään orkesterin omalla Facebook-sivulla alle 400 katsomiskertaa ja parhaimmillaan 1500 katsomiskertaa, on iso osa koronakevään aikana julkaistuista videoista kerännyt tuhansia katsomiskertoja ja kymmeniä jakoja. Samoin koronakevään aikana aktiivisesti videoita julkaissut Jyväskylä Sinfonian suosituin video Facebookissa on kerännyt kolmessa viikossa lähes 16 000 katsomiskertaa aiemman ennätyksen ollessa 3 200 katsomiskertaa kokonaisen vuoden aikana.

5.5 Orkestereiden tulevaisuudennäkymiä digitaalisuuden hyödyntämisessä

Rantakärkkä uskoo digitaalisuuden olevan murroksessa niin Tampere Filharmoniaa kuin muissakin orkestereissa. Uusia keinoja sen hyödyntämiseen etsitään kaiken aikaa. Tampere Filharmonian verkkosivut on tarkoitus uudistaa vuonna 2021, jolloin toteutetaan integraatio verkkosivujen ja orkesterin toiminnanohjausjärjestelmän välillä. Esimerkiksi konserttitiedot on tarkoitus tuoda jatkossa automaattisesti sivustolle ja digitaalista analytiikkaa aiotaan valjastaa etenkin viestinnän ja markkinoinnin mittaamiseen ja kehittämiseen. Tampere Filharmonia on käynnistämässä säännöllistä konserttivideotuotantoa, jonka tavoitteena on tuoda sisältöjä entistä saavutettavamiksi erilaisille kohderyhmille kuten päivä- ja hoitokodeille. (Rantakärkkä 2020.)

Tapiola Sinfonietassa suositaan digitaalisuutta ja pyritään tekemään uudenlaista, korkeatasoista sisältöä. Resurssien puitteiden koetaan kuitenkin rajoittavan toimintaa. Vaikka koronakevään aikana on koettu mahdolliseksi digitaalisen toiminnan integrointi osaksi perustoimintaa, vaatii uusien toimintatapojen läpivieminen organisaatiossa ja niihin tottuminen paljon aikaa ja lisäkoulutusta. (Jaskiewicz 2020.)

Tampere Filharmonian viestintäsuunnittelija-tiedottaja Arttu Rantakärkän (2020) mukaan tuovat digitaaliset sisällöt lähinnä pientä lisäarvoa vanhemmalle asiakaskunnalle, mutta eivät ole heille välttämättömiä. Uusille, nuoremmille yleisöille digitaalisuus sen sijaan on itsestäänselvyys ja erottamaton osa muuta elämää. Orkestereiden halutessa tavoittaa ja sitouttaa uusia yleisöjä, on digitaalisuus hyväksyttävä osaksi toimintaa ja sitä on kehitettävä muun orkesterityön rinnalla. Mahdollisuuksia on paljon, uhkia ei Rantakärkkä juurikaan näe.

Lohjan kaupunginorkesterille suuri askel digitalisaation hyödyntämisessä on orkesterin Laurentius-saliin asennettava suorastriiamauslaitteisto, jossa on monta robottikameraa sekä laadukkaat mikrofonit. Tulevaisuudessa orkesteri pystyy striimaamaan konsertteja ja harjoituksia esimerkiksi palvelutaloihin ja kouluihin. Tämä luo uusia tapoja markkinoida ja tehdä orkesteria tutuksi. (Ketola 2020.)

Vanhanen (2020) uskoo, että digitaalisuuden tultua tutuksi koronakevään aikana, lisääntyy sen hyödyntäminen myös tulevaisuudessa. Hänen mukaansa orkesterien tulee olla varautuneita siihen, että nykytilanne toistuu ja eristystä jatketaan toisena ajankohtana, jolloin yhteydenpito ja palveluiden tuottaminen digitaalisten kanavien kautta on jälleen ainoa mahdollisuus tavoittaa ainakin tietty osa yleisöstä. Nikula-Nymanin (2020) mukaan tullaan digitaalisia konsertteja mahdollisesti toteuttamaan myös tulevaisuudessa. Toiveena kuitenkin on, että elävä musiikki ja sen tärkeys säilyisivät.

5.6 Yleisökysely orkestereiden digitaalisista toiminnoista

Kyselyn tuloksista kävi ilmi, että lähes 98% vastaajista oli seurannut orkestereita Facebookin kautta, mikä osaltaan selittynee sillä, että kyselyn pääasiallinen jakelukanava oli nimenomaan Facebook. Toisaalta se tukee orkesterien käsitystä siitä, minkä sosiaalisen median kanavan kautta he parhaiten tavoittavat asiakkaansa.

Noiin 60% vastanneista oli vierailut orkestereiden verkkosivustoilla, 55% katsonut orkestereiden julkaisuja YouTuben kautta ja 43% seurannut orkestereiden Instagram-julkaisuja. Yksikään kyselyyn vastanneista ei ollut viimeisen kuukauden aikana seurannut orkestereiden julkaisuja Twitterin kautta. Seuraavassa taulukossa näkyy, min-kälaista sisältöä kyselyyn vastanneet olivat katsoneet viimeisen kuukauden aikana:

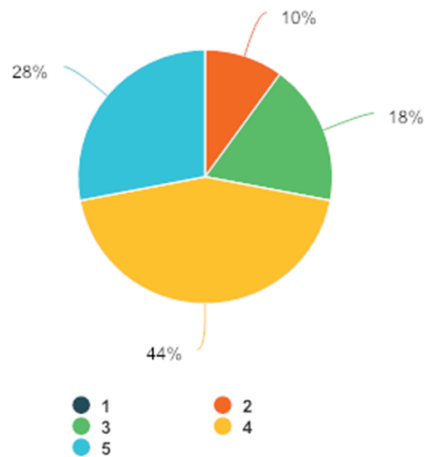
	Prosentti
orkesterin suorastrimauskonsertteja	69,77%
orkesterin konserttitallenteita	62,79%
muusikoiden tekemiä videoita	79,07%
seurannut orkesterin kuulumisia sosiaalisen median kautta	76,74%
lukenut orkesterimuusikoiden blogia	13,95%
pelannut orkesterimusiikkiin liittyviä pelejä internetissä	0%
kuunnellut orkestereiden podcasteja	2,33%
kuunnellut orkesterin levyjä Spotifyssa	4,65%

Taulukko 2: Sisältötyypit viimeisen kuukauden aikana

Vastanneista oli orkestereiden sosiaalisen median sisältöjä käyttäneet puhelimen kautta noin 83%, tietokoneen kautta 55% ja tabletin kautta 29% vastaajista. Toiveissa sisällöstä nousivat esiin erityisesti kamarimusiikki niin suorastrimattuna kuin tallenteina että erityyppiset muusikoiden haastattelut. Toivomuksissa oli teosesittelyjä, luentoja, muusikoiden, kapellimestarien ja muiden taiteilijoiden ajatuksia liittyen sävellyksiin, säveltäjiin, omaan työhön, soittimiin ja keskusteluita soittajan näkökulmasta. Toiveissa nousivat esiin myös erilaiset konserttitilat, naissäveltäjien teokset, eri ikäryhmät huomioiva sisältö ja kurkistukset kulisseihin. Monipuolisuus nousi monissa vastauksissa esiin ja jonkin verran kevyemmät, viihdyttävämmät sisällöt.

Peruskysymysten jälkeen oli kyselyssä neljä linkkiä eri orkestereiden tekemiin materiaaleihin, joista kysyin mielipidettä sekä sitä, heräsikö kiinnostus laajemmin kyseisen orkesterin digitaaliseen materiaaliin tai kuulemaan orkesteria myös konsertissa.

Ensimmäinen esimerkki oli Tampere Filharmonian tuottama video siitä, mitä konsertin valmisteluun kuuluu. Asiaa tarkasteltiin muun henkilökunnan kuin muusikoiden näkökulmasta. Alun perin video oli tehty kahdeksaluokkalaisia Taidetestaajia varten. Sisältö koettiin melko mielenkiintoiseksi, mielenkiinto oli herännyt jonkin verran kyseisen orkesterin muita digitaalisia sisältöjä kohtaan ja yli puolet vastaajista kertoi videon lisänneen mielenkiintoa kuulla kyseistä orkesteria myös konsertissa. Yleisarvosanaksi video sai 3,9/5.

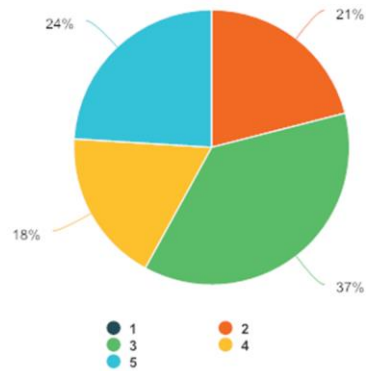


Taulukko 3: Tampere Filharmonian esimerkkivideon yleisarvosana. 1=huono, 2=välttävä, 3= en osaa sanoa, 4=kiitettävä, 5=erinomainen

Osassa vastauksista todettiin toteutuksen olleen hieman tylsä ja kuvaustekniikaltaan kotikutoinen, mutta kuitenkin vanginneen huomion loppuun asti. Yli puolet piti videota mielenkiintoisena ja antoisana, ja he kokivat kiinnostavaksi kuulla konsertin valmistumisen taustoista ja suuren orkesterilaitoksen toiminnasta. Tarinallisuutta toivottiin enemmän ja ehdotettiin keskittymistä yhden teoksen valmistumisen esittelyyn, jotta tuotantokaari aukeaisi selkeämmin. Huomiota oli kiinnittänyt se, ettei videolla ollut musiikkia mukana. Videon kesto, noin 4 minuuttia, koettiin sopivana. Yleisesti videon koettiin antaneen myönteisen kuvan esittelystä orkesterista.

Toisena pääsi seuraamaan Turun Filharmonisen orkesterin soittamana Mozartin 40. sinfonian ensimmäistä osaa 360°-videolla. Kuvakulmaa vaihtamalla näki eri soittajat lähempää ja epätavallisista kuvakulmista. Myös tämä video oli alun perin tuotettu Taide-testaajia varten.

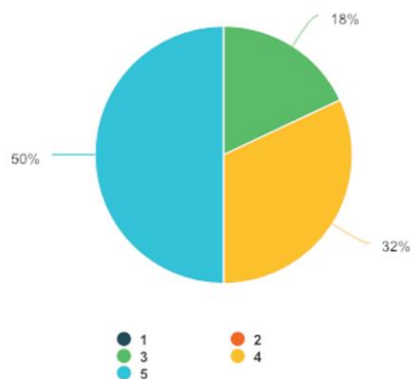
Projektissa on laajennettu Kööpenhaminan filharmonikkojen kehittämää Open orchestra -konseptia, jossa yleisö on päässyt konsertin aikana kävelemään keskelle orkesteria, jolloin kuulokuva on muuttunut paikan vaihtuessa. Videolla kuitenkin on sama ääniraita eli siinä ei pääse kokemaan äänimaailmaa uudella tavalla. Kameran paikka vaihtuu välillä, jolloin tarkastelukulma muuttuu. (Turun Filharmoninen orkesteri 2020.)



Taulukko 4: Turun Filharmonisen orkesterin esimerkkivideon yleisarvosana. 1=huono, 2=välttävä, 3= en osaa sanoa, 4=kiitettävä, 5=erinomainen

Keskimäärin oli Turun filharmonisen orkesterin videosta pidetty vähemmän kuin Tampereen Filharmonian videosta. Se ei myöskään onnistunut herättämään mielenkiintoa samoissa määrin orkesterin muuta toimintaa kohtaan. Vastaukset jakaantuivat melko tarkasti puoliksi sen mukaan, ketkä eivät pitäneet laisinkaan ja keiden mielestä toteutus oli mahtava. Osaa vastaajista kiehtoi mahdollisuus liikutella kuvaa ja nähdä orkesteri ja kapellimestari epätavallisista kulmista. Parannusehdotuksissa nostettiin esiin käsikirjoituksen parempi suunnittelu sekä lähikuvien ja kuvakulmien lisääminen. Yleisarvosanaksi video sai 3,5/5.

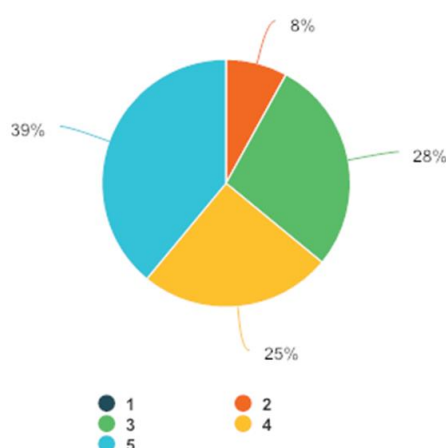
Kolmantena esimerkkinä oli Los Angeles Philharmonic orkestran video, jossa muusikot esittelivät omasta näkökulmastaan Berliozin Symphony Fantastiquen. Yksittäisten soittajien osuudet eli stemmat yhdistyivät soittonäytteissä koko orkesterin soittoon. Tämä video pärjäsi kaikilla mittareilla parhaiten kyselyn esimerkeistä.



Taulukko 5: LA Philharmonic orkestran esimerkkivideon yleisarvosana. 1=huono, 2=välttävä, 3= en osaa sanoa, 4=kiitettävä, 5=erinomainen

Lähes kaikki vastanneista kiittelivät videota, vain parissa vastauksessa todettiin videon olleen hidastempoinen ja tylsä. Video koettiin laadukkaaksi, sopivan mittaiseksi, informatiiviseksi, hyvin editoiduksi, yleistajuiseksi ja sympaattiseksi. Useissa vastauksissa kiiteltiin henkilökohtaista otetta ja koettiin sen valottavan mielenkiintoisella tavalla esiteltyä teosta. Yleisarvosanaksi video sai 4,3/5.

Neljäntenä tuli lukea Kymi Sinfonietan Sooloja lavan takaa -blogista viulisti Stefan Sretenovicin teksti. Blogin tarkoituksena on tarjota mahdollisuus tutustua muusikoihin monipuolisemmin ja laajemmin, kurkistaa heidän elämäänsä, persooniinsa ja kiinnostuksenkohteisiin. Tätä kautta yritetään laajentaa kuvaa siitä, mistä kaikesta soittamisen ohella muusikkous rakentuu. (Kymi Sinfonietta 2020.) Sisältö koettiin mielenkiintoiseksi ja se sai melko hyvän yleisarvosana (3,9/5). Mielenkiintoa kyseistä orkesteria kohtaan teksti lisäsi hieman enemmän kuin Turun Filharmonisen orkesterin video.



Taulukko 6: Kymi Sinfonietan esimerkkiblogitekstin yleisarvosana. 1=huono, 2=välttävä, 3= en osaa sanoa, 4=kiitettävä, 5=erinomainen

Hieman yli puolet lukijoista oli pitänyt tekstistä, osa ei ollut jaksanut lukea ollenkaan. Kiitosta tuli aiheen mielenkiintoisuudesta ja ajankohtaisuudesta, koskettavuudesta, muistutuksesta musiikin tärkeydestä, henkilökohtaisuudesta, sopivasta pituudesta ja oivaltavuudesta. Käännöstä arvosteltiin ja osa vastaajista koki ongelmalliseksi sen, ettei se liittynyt kyllin suoraan kyseiseen orkesteriin.

Johtopäätöksiä yleisökyselyn tuloksista

Kaikki esimerkit jakoivat vastaajien mielipiteet täysin. Jokaisella esimerkillä oli omat kannattajansa, joiden mielestä sisältö ja toteutus olivat todella mielenkiintoisia. Yhtä lailla jokainen esimerkki oli osan vastaajista mielestä turha ja tylsä. Tämän takia on

tärkeää määritellä kohderyhmä, joka halutaan tavoittaa kullakin materiaalilla, miettiä sisältö ja toteutustapa kohderyhmän mukaan. Voi olla, että vanhemmat sukupolvet ovat tottuneet olemaan passiivisempia sisältöjen kuluttajia diginatiivien ollessa tottuneita toiminnallisuuteen.

Erilaisilla toteutustavoilla ja monipuolisella tarjonnalla tuntuu olevan tilausta. Lisäksi kaivataan muutakin kuin pelkkää musiikkia. Muusikoiden ajatukset ja työ kokonaisuudessaan kiinnostavat, samoin teosesittelyt ja mahdollisuus päästä kurkistamaan paikkoihin, mihin normaalisti ei pääse.

6 KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Blogikirjoituksessaan keskellä koronakevättä Minna Lindgren (2020) parjasi orkestereiden yrityksiä tarjota musiikkia internetin välityksellä konserttitaltiointien, suorastriimauskonserttien ja videotervehdysten muodossa. Hänen mukaansa kokemus jää haa-leaksi. Lindgren kaipasi toisaalta konsertin ainutlaatuisuuden ja kertaluontoisuuden tunnetta, toisaalta tilanteen jakamista muiden kuulijoiden kanssa.

Digitaalisuus vie kokijan niin sanotusti suoraan tilanteeseen, eli osallistuminen ei vaadi siirtymistä toiseen paikkaan, vaan sisältö on tavoitettavissa siellä, missä henkilö on. Tällöin menetetään livetilanteeseen ja kokemukseen vaikuttava siirtyminen ja sen kautta henkinen valmistautuminen ja virittäytyminen alkavaan tapahtumaan. Digitaalisuus saattaa viedä pois mahdollisuuden havainnoida muiden tuntemuksia ja luoda yhteistä kokemusta. (Kukkonen & Tahvanainen 2020.) Tässä onkin mielestäni internetin kautta välitetyn musiikin ongelma: miten saada yleisö tuntemaan, että muusikot ovat tässä ja nyt vain heitä varten? Miten saada muusikoille aito tunne yleisön läsnäolosta? Miten osallistaa yleisöä, kun ei olla fyysisesti samassa tilassa?

Interaktiivisuuden lisääminen voi edesauttaa tilanteen ainutlaatuisuuden tunnetta ja mahdollisuutta jakaa kokemus niin esiintyjien kuin muun yleisön kanssa. Interaktiivista sisältöä on kaikki sellainen materiaali, jossa kuluttaja tai käyttäjä on vuorovaikutuksessa kyseisen sisällön kanssa. Esimerkiksi nettitestit, pelit ja interaktiiviset infograafit eli kuvalliset esitykset, joiden välityksellä jaetaan tietoa tai yritetään viihdyttää, edustavat interaktiivista sisältöä. (Vaughn 2017.)

Demand Metric Researchin mukaan interaktiivisen sisällön tuottaminen on kannattavaa toimintaa markkinoinnin kannalta, koska se voi parhaimmillaan kaksinkertaistaa liikenteen internetsivuilla tai uusien liidien eli potentiaalisten ostavien asiakkaiden määrän. Saman tutkimuksen mukaan yli 90% vastaajista kertoo mieluiten kuluttavansa interaktiivista sisältöä. (Mt.) Tutkimuksen tuloksia ei voi suoraan yleistää koskemaan perinteistä suomalaista konserttiyleisöä, mutta on tärkeää ottaa huomioon nouseva trendi ja suunta, mihin maailma on menossa.

On tärkeää miettiä, ketkä kohderyhmään kuuluvat. Mikäli haluaa tavoittaa uutta ja nuorempaa yleisöä, ei interaktiivisuutta voi ohittaa. Kuten Helsingin kaupunginorkesterin yleisötyön tuottaja Annika Kukkonen ja viestintäsuunnittelija Virpi Tahvanainen

(2020) toteavat, ovat digitaalisuuden hyödyntämismahdollisuudet orkesterien toiminnassa rajattomat tulevien sukupolvien kasvaessa diginatiiveiksi. Heidän mukaansa on tärkeää panostaa lapsiin ja nuoriin, jotta saadaan herätettyä kiinnostus klassiseen musiikkiin ja orkesterimusiikki osaksi heidän arkeaan.

6.1 Digitaalisen projektin suunnittelu

Digitaalisuuden hyödyntäminen on niin alkutekijöissä, että uskon sen tarjoavan mahdollisuuden erottua kilpailijoista jo pienehköilläkin innovaatioilla. Etenkin 3D-virtuaalisuus on kulttuurialalla yhä uusi ja tuore toiminta-alue (Ahlavuo 2016, 2). Käyttökynnys on matala, koska tutustuminen internetissä vapaasti saatavilla olevaan materiaaliin ei vaadi kuluttajalta yhtä suurta sitoumusta kuin orkesterikonserttiin lähteminen (Lindholm 2018, 77). Suunnitteluvaihe on tärkeää tehdä perusteellisesti ennen muun työn aloittamista. Jotta virtuaalisia työkaluja pystytään hyödyntämään kunnolla, tarvitaan soveltuvat laitteistot, menetelmät ja monipuolista osaamista.

Kohderyhmän määrittäminen ja tunteminen ovat onnistuneen projektin kulmakiviä. Kuten yleisökyselyn tuloksista ilmeni, eivät sama jakelukanava ja sisältö toimi kaikkien kohderyhmien kanssa. Siksi ennen muun suunnittelun aloittamista on tiedettävä, ketnet halutaan tavoittaa. Onko tarkoituksena palvella vakioyleisöä vai houkuttaa uusia kävijöitä? Minkä ikäisille materiaali suunnataan? Minkälainen on toteutuksen suhde muuhun toimintaan? Onko tarkoitus toisintaa jotain muuta toteutusta parantaen näin saavutettavuutta? Pyrkiikö aineisto tukemaan ja täydentämään tulevaa konserttia tarjoten lisätietoa konserttielämyksen tueksi? Vai onko kyseessä itsenäinen teos?

Jotta valmis sisältö todella vastaisi kohderyhmän tarpeisiin ja tavoittaisi heidät heidän oman kielensä ja tyylinsä avulla, olisi käyttäjiä hyvä osallistaa jo suunnitteluvaiheessa ja siten varmistaa tekemisen menevän oikeaan suuntaan (Virtanen ym. 2018, 27). Osallistamalla kohdeyleisöä voi löytyä aivan uudenlaisia näkökulmia ja lähestymistapoja. Mitä tulisi, jos perinteisestä konserttiyleisöstä puuttuvat nuoret pääsisivät suunnittelemaan sisältöä? Mihin suuntaan he lähtisivät projektia viemään, mikä kiinnostaisi? Minkälaisia alustoja ja toteutuskeinoja he käyttäisivät?

Digitaalisen tuotannon jokainen vaihe tulee aikatauluttaa projektiin osallistuvien tekijöiden aikataulut huomioiden. Julkaisukanavat ja esityskerrat tulee olla mietittyinä,

jonka jälkeen tulee sopia tekijänoikeuksista. Teknologiat eroavat toisistaan saavutettavuuden, hinnan ja teknisen osaamisen vaatimusten osalta. Helpoiten saavutettavan teknologian käyttö on suositeltavaa. (Mt. 27.)

On tärkeä miettiä, missä aineistoa on tarkoitus käyttää. Esimerkiksi virtuaalitodellisuutta hyödyntäviä videoita on parasta katsoa virtuaalilasien kautta, jotta elämys olisi kokonaisvaltaisempi ja tasokkaampi. Virtuaalilaseja ei kuitenkaan löydy joka kodista. Jos orkesteri hankkii muutamat virtuaalilasit, voi se järjestää ryhmille mahdollisuuden kokeilla niitä ja tutustua virtuaalisia elementtejä sisältävään materiaaliin esimerkiksi orkesterin kenraaliharjoituksen seuraamisen yhteydessä. Virtuaalilasien kanssa voi myös kiertää päiväkodeissa, koululuokissa, vanhainkodeissa, sairaaloissa ja vankiloissa.

Normaalioloissa tallennesopimuksen puuttuminen on kokemukseni mukaan vaikuttanut monen orkesterin mahdollisuuksiin tallentaa ja jakaa videoita tai äänityksiä. Koronakevään aikana ovat useat muusikot kuitenkin luopuneet oikeuksistaan ja olleet mukana sosiaalisessa mediassa julkaistuilla videoilla, joista he eivät ole saaneet erillistä tekijäkorvausta tai pienryhmälisää. Tämä on osaltaan mahdollistanut orkestereille laajamittaisen videoiden julkaisemisen. Tilanteen normalisoiduttua en näe todennäköisenä muusikoiden suostuvan jatkamaan kyseistä toimintaa ilman asiankuvuluvia korvauksia, mikä vaikeuttaa huomattavasti kyseisen toiminnan jatkamista nykyisessä mittakaavassa. Orkesterin kokonaisbudjetista olisi suositeltavaa lohkaista siivu videoiden teon jatkamista varten, joka kattaa tekijänoikeusmaksut, tallennekorvaukset ja pienyhtyekorvaukset.

6.2 Ansaintalogiikka

Lohjan kaupunginorkesterin Soivia postikortteja lukuun ottamatta en ole kohdannut digitaalisia toimintamuotoja, joilla orkesterit olisivat yrittäneet hankkia tuloja koronakevään aikana. Kaikki materiaali on ollut kuluttajille ilmaiseksi tarjolla ja normaalisti maksumuurin takana olleita konserttitalenteita yms. on jaettu poikkeuksellisesti ilmaiseksi. Mikäli rajoitustoimet jatkuvat tulevaisuudessa läheskään samassa laajuudessa, kasvaa orkestereilla tarve uudentilaisille tulonlähteille.

Koronakevään aikana on kevyen musiikin kentällä striimattu konsertteja, joiden katsomiseen on asiakkaan pitänyt ostaa pääsylippu. Katsojien määrää yhtä lippua kohden

ei ole pystytty kontrolloimaan. Itseäni kuitenkin epäilyttää, miten hyvin lippuja saataisiin klassisen musiikin kentällä myytyä, mikäli ilmaistarjonta jatkuu suurena. Jotta kuluttaja olisi valmis maksamaan lipusta, tulisi tarjolla olevan konsertin sisältää jokin vetonaula, kuten suosittu solisti. Lisämaksua vastaan voisi saada esimerkiksi keskustella solistin kanssa rajoitetun ajan tai digitaalisia kanavia pitkin valokuvan käsinkirjoitetulla omistuskirjoituksella. Lipputulaja voi yrittää kasvattaa myös vetoamalla siihen, että ostamalla lipun kuluttaja tukee kyseisen orkesterin toimintaa. Tämän voi tehdä käyttämällä esimerkiksi YouTuben lahjoitus-toimintoa, jonka kautta katsoja voi tukea orkesteria haluamallaan summalla (Suominen 2020, 18).

Striimausten yhteydessä voi tuloja hankkia sponsoritulojen avulla. Sponsoriyhteistyö voi näkyä striimin sisällössä, sponsorin logon läsnäolona tai kansikuvana. Osa sivustoista tarjoaa striimaajille mainostuloja partnership-ohjelman kautta, jolloin mainoksia voi näkyä ennen, aikana tai jälkeen striimin. Tulojen suuruus riippuu katselijamäärästä. (Mt., 18-19.)

Yritysyhteistyöllä voi saada tarvittavan teknisen laitteiston ilmaiseksi käyttöön tai normaalihintoja edullisemmin. Myös harjoittelijoiden käyttö, yhteistyö oppilaitosten tai muiden kulttuuritoimijoiden kanssa voi tuoda suuria säästöjä, vaikkei varsinaisia tuloja tulisikaan sitä kautta. Suuriin, uusiin kokeiluihin voi hakea hankerahoitusta.

Yksi tapa tulonhankinnalle on pelien maksulliset toiminnot. Mikäli ilmaisversiona jaettu peli saavuttaa suuren suosion, voi siihen rakentaa maksullisia lisäominaisuuksia. Tämä vaatii kuitenkin jo paljon suuremman investoinnin suunnittelutyöhön ja pelin kehittämiseen. Yhteistyönä pelialan opiskelijoiden ja yritysten kanssa se voisi olla helpommin toteutettavissa.

6.3 Videoiden teko

Kun videoiden tekoa lähdetään suunnittelemaan, tulee miettiä, minkä ehdoilla mennään: teknisten taitojen vai sisällön. Pitääkö ostaa tekninen osaaminen muualta vai löytyisikö tarvittavia taitoja ja laitteita työyhteisön sisältä? Miten hyvin resurssit ja osaaminen osataan hyödyntää? (Virtanen ym. 2018, 27.) Havaintojeni mukaan monelta orkesterimuusikolta löytyy piilotettuja taitoja. Taitoja, jotka eivät ole päässeet esille perinteisessä orkesterityössä. Hyviin näyttelijöihin tai kommentaattoreihin kannattaa panostaa, jotta lopputulos olisi mukaansatempaava eikä hieno tekniikka menisi hukkaan.

Etukäteen pitää suunnitella mahdollisimman tarkkaan, mitä materiaalia tarvitaan ja minkä verran. Tallennustilanteessa pitää olla tarkka suunnitelma siitä, mitä tehdään, millä aikataululla, miten ja kuinka paljon. Kuvataanko yhdellä vai useammalla kameralla? Halutaanko mukaan lähikuvaa? Jälkituotannolle pitää varata tarpeeksi aikaa ja resursseja, jotta kuvatun materiaalin koko potentiaalinen saadaan hyödynnettyä (Lauronen 2019).

Koronakevään aikana on sosiaalinen media ollut täynnä muusikoiden kuvaamia videoita (Malmberg 2020). Jotta video erottuisi valtavasta tarjonnasta, voi pienillä lisäelementeillä herättää huomiota. Kuvan editointi mustavalko- tai muilla suodattimilla auttaa erottumaan massasta. Videota voi elävöittää valokuvin ja tekstiruuduin. Kuvakulmaa vaihtamalla pääsee eroon staattisuudesta. Mitä muuta voisi kuvassa näkyä, kuin itse muusikko? Voisiko ääniraidan yhdistää johonkin muuhun kuvaan? Entä minkälaiset vaatteet muusikolla on päällään? Missä video kuvataan?

Videoiden ei ole hyvä olla liian pitkiä, mikäli tarkoituksena on jakaa ne sosiaalisessa mediassa. Markkinoinnin asiantuntija Petri Laurosen mukaan optimaaliset videoiden pituudet eri sosiaalisen median kanavissa vaihtelevat. Facebookissa käyttäjät sitoutuvat eniten 1 minuutin mittaisiin videoihin, YouTubessa 2 minuutin, Instagramissa 26 sekunnin ja Twitterissä 45 sekunnin videoihin. Näitä pidemmissä videoissa keskeytysten määrä kasvaa radikaalisti. (Lauronen 2019.)

Koska ideaalipituudet vaihtelevat eri kanavien mukaan, ei ole suositeltavaa jakaa samaa materiaalia samassa muodossa kaikilla orkesterin käyttämillä kanavilla. Parempi on koostaa materiaalista eripituisia videoita eri kanaviin, jolloin ne myös tavoittavat laajemman joukon ihmisiä. Yleinen tapa yritysmaailmassa on koostaa lyhyempiä videoita muille kanaville ja julkaista pitkä versio yrityksen verkkosivustolla ja YouTubessa, joihin on linkki muilla kanavilla. Videota suunnitellessa on tasapainoiltava kahden asian välissä: ideaalipituuden ja tarinan vaatiman ajan. Pituutta ei pidä liikaa karsia tarinan kustannuksella. (Mt.)

Laadukas video herättää luottamusta tarjolla olevan tuotteen laadusta, herättää tunteita ja jättää muistijäljen. Avainasemassa laadukkaan videon tekemisessä ovat visuaalinen näyttävyyys ja tarinallisuus. Mitä enemmän ammattiosaamista työryhmästä löytyy ja mitä korkeampitasoisempi kuvauskalusto on käytettävissä, sitä parempi lopputuloksesta tulee. Ohjaajalla tulee olla selkeä kuva tarinasta, joka halutaan välittää.

Visuaalisen puolen tulee tukea tarinaa. Oma paikkansa on toki myös käsivaralla älypuhelimella kuvatulla videolla silloin, kun halutaan välittää rentoa ja helposti lähestyttävää kuvaa. (BrainyDay 2019.)

6.4 Pelit ja pelillistäminen

Erityisesti koululaisia ja nuoria voisi houkuttaa tutustumaan orkesterimaailmaan pelillisyyden keinoin. Kahoot!-tietokilpailusovelluksen avulla voi luoda helposti ja nopeasti musiikkiaiheisen tietovisan. Nuoremmille pelaajille on hyvä laatia yksinkertaisia kysymyksiä esimerkiksi soitintunnistukseen liittyen. Yksi kysymys voi olla, mikä jousoitin kuvassa on tai videolla soittaa ja tarjota vaihtoehtona viulu, alttoviulu, sello ja kontrabasso. Yläkouluikäisille on tärkeää esittää jo vaativampia kysymyksiä esimerkiksi säveltäjistä tai videolla olevan musiikinäytteen yhdistämisestä oikeaan aikakautteen. Kahoot! sopii myös tulevan kauden mainoskampanjaan. Kysymykset voivat koskea esimerkiksi vierailevia taiteilijoita tai olla knoppitietoa ohjelmistosta.

Tampere Filharmonian YouTube-kanavalla on soitintunnistusvideoita nimellä Mikä soitin? Lyhyillä videoilla kuuluu ensin vain soittimen ääni viiden pisteen vihjeenä, toisessa vaiheessa näkyy soittaja hämärästi kolmen pisteen vihjeenä, lopussa yhden pisteen vihjeenä näkyy soittaja soittimineen kokonaan ja videon päätyttyä tulee oikea vastaus. (Tampere Filharmonia 2020.) Tämä projekti on hyvä esimerkki siitä, miten yksinkertaisenkin toteutuksen pelillistäminen lisää videoiden koukuttavuutta ja sitä kautta mielenkiintoisuutta.

Tapiola Sinfonietan verkkosivustolla on Musarobotti, joka saatuaan vastauksen viiteen kysymykseen analysoi vastaajan luonteen ja tarjoaa orkesterin konserttiohjelmasta juuri hänelle sopivimmat konsertit. Tässä yhdistyvät hienosti markkinointi ja pelillistäminen. Musarobotti voi myös aidosti auttaa satunnaista tai uutta konserttikävijää löytämään juuri hänelle sopivimman konsertin.

Turun Filharmonisen orkesterin internetsivustolla on pelillistetty orkesteriin tutustuminen. Omia tietojaan voi testata orkestereiden istumajärjestyksen kanssa, voi testata tietämystään Musavisassa ja kokeilla, miten Mozartin sinfonian no. 40 kuulokuva muuttuu, kun eri soitinryhmien äänentasoja laskee ja nostaa. Näiden toteutusten tekemiseen tarvitaan jo enemmän teknisiä taitoja, mutta työryhmän monialaisuus osoittaa tärkeytensä: lopputulos tulee aina tarkastuttaa myös asiasisällön asiantuntijalla.

Itseäni häiritsi, kun soitinesittelystä sellon ja kontrabasson kuvat olivat menneet väärin päin.

Turun Filharmonisen orkesterin Miksaa Mozart! -peliä voisi kehittää seuraavalle tasolle. Tuomalla idean virtuaalimaailmaan voisi käyttäjä seistä virtuaalilasien kautta kapellimestarin korokkeella ohjain kädessä, joka toimisi tahtipuikkona. Käden liikkeen nopeutta muuttamalla orkesterin tempo muuttuisi ja äänenvoimakkuutta saisi vaihdeltua käden liikkeen suuruutta varioimalla. Kapellimestarin ja orkesterin välisen yhteistyön seuraaminen voisi aueta aivan uudella tavalla, kun olisi itse saanut kokea käsien liikkeiden ja soiton välisen yhteyden. Tätähän on tehty jo reaaliympäristössä, mutta pelillistämällä voisi laskea lasten ja nuorten, miksei myös aikuisten, kynnystä kokeilla orkesterin johtamista ja näin tavoittaa määrällisesti paljon suuremman yleisön.

Ruotsalainen Göteborgin Sinfoniaorkesteri on julkaissut koululaisille suunnatun ilmaisen OctoMonk-sovelluksen, joka toimii iPhone-puhelimissa. Kun sovelluksen käynnistää, soittaa se 25 minuuttia klassista musiikkia Göteborgin Sinfoniaorkesterin esittämänä, jonka jälkeen sovellus ilmoittaa olevan tauon paikka ja palkitsee koululaista kasvamalla. Kyseessä on yksinkertainen mutta mahtava tapa ujuttaa klassista musiikkia kouluikäisten arkeen. Ruotsissa osa opettajista on ottanut sovelluksen käyttöön myös normaalien koulutuntien aikana ja heidän mukaansa sinfonisen orkesterimusiikin kuuntelu kuulokkeiden kautta on auttanut monia lapsia keskittymään koulu-tehtävien tekoon. (Göteborgs Symfoniker 2020.)

Pelillisyyttä ja lisättyä todellisuutta yhdistämällä voisi tehdä orkesterin mainoskampanjan. Ympäri kaupunkia liimattaisiin tarroja, joissa olisi QR-koodi. Lukemalla koodit älypuhelimien QR-koodilukijalla aukeaisi soittonäyte tai tietoisuus orkesterisoittimista. Tavoitteena olisi kerätä kaikki orkesterin soittimet ja palkintona voisi orkesteri jakaa tuotepalkintoja tai konserttilippuja. Vaihtoehtoisesti tulevaa kautta voisi esitellä pienillä musiikinäytteillä, teksteillä ja taiteilijaesittelyillä.

Myös konserttitaloon voitaisiin piilottaa QR-koodeilla varustettuja tarroja. Yleisön tulisi bongata tarroja ja tutustua sisältöihin. Sisällöt voisivat olla kuvia, tietoisuuksia ja videoita. Tämä olisi hyvä lisä esimerkiksi lastenkonserttien yhteyteen, keino lisätä tapahtuman elämyksellisyyttä pelillisyyden keinoin.

6.5 Interaktiivisuus suorastriiimauskonsertissa

Jotta yleisöä saisi osallistettua etäkonserttitilanteessa ja luotua tunnetta jaetusta, yhteisestä kokemuksesta, voivat interaktiiviset seinät, kuten aiemmin esitelty Padlet, tarjota apua. Suorastriiimauskonsertin aikana kuuntelijat voivat kirjoittaa omia ajatuksiinsa ja tunteuksiaan yhteiselle seinälle ja lukea samalla muiden kommentteja. Suorastriiimauskonserttia varten voi orkesterin tuottaja luoda uuden seinän ja jakaa kyseisen seinän linkin sosiaalisessa mediassa ennen konsertin alkua.

Jos on kyse lyhyemmästä konsertista ja vain vähän teoksia ohjelmassa, toimii seinänäkymä parhaiten. Siihen ei kuitenkaan mahdu loputtomasti kommentteja tai muuten vanhat jäävät piiloon ja seinä venyy liikaa, mikä vaikeuttaa seuraamista. Mikäli kommentteja on odotettavissa paljon, voi virta tai backchannel toimia paremmin. Silloin ovat uusimmat viestit näkyvillä ja vanhoja viestejä voi lukea skrollaamalla.

On tärkeää, että kirjoituksia seuraa kaiken aikaa, kirjoitusten määrästä riippuen, joko yksi tai useampi orkesterin edustaja eli moderoiija. Moderoijan tehtävä on valvoa keskustelun laatua ja asiallisuutta sekä kommentoida yleisön kirjoituksia ja vastata heidän kysymyksiin. Tällä tavoin voidaan saada luotua tunne hetken ainutkertaisuudesta. Yleisö voi paremmin aistia muut yleisön edustajat saadessaan lukea heidän kirjoituksiaan ja saada kokemuksen jaetusta elämyksestä. Orkesteri taas voi saada palautetta konsertista reaaliajassa.

Hanna Suominen (2020) on interaktiivisuutta striimauksessa käsitelleessä Humanistisen ammattikorkeakoulun opinnäytetyössä saanut hyviä tuloksia chat-mahdollisuuden tarjoamisesta yleisölle. Lisäksi oli omien kuvien lähettämismahdollisuus ollut suosittu. Etäkonsertissa voisi tunnelmaa luoda yleisön jakamalla selfieillä omasta kodistaan: minkälaiset tarjoilut, minkälaisessa seurassa ja minkälainen tunnelma on katsojan puolella.

6.6 360-kuvat ja -videot

360-tekniikkaa voisi hyödyntää kauniin konserttitalon kuvaamisessa koko laajuudessaan. Mielenkiintoista olisi kokeneemmallekin konserttikävijälle nähdä, mitä kulis-seissa tapahtuu tai minkälainen tunnelma on takahuoneessa juuri ennen konsertin alkua. Yleisöä voi houkutella viihtymään pidemmän aikaa valokuvan parissa kilpailun

varjolla (Valtari 2016). Google Street View -sovelluksella luotuun kuvaan voisi piiloutua orkesterin viulisti useampaan kertaan vaihtamalla paikkaa kuvaottojen välissä. Kuinka monta viulistia näet kuvassa?

Tulevaa kamarikonserttia voisi mainostaa ”haluatko olla pianotriomme neljäs jäsen?” -otsikolla ja kuvata lyhyen videon kamarimusiikkiharjoituksista muusikoiden keskeltä, jolloin katsojalle tulisi tunne osallistumisesta yhtyeen toimintaan. Suorastriiämaus orkesterin keskeltä olisi samaten normaalista konserttitilanteesta poikkeava kokemus.

6.7 Interaktiiviset kuvat ja videot

Perusoppimateriaalin, joita monilla orkestereilla on tarjolla verkkosivuillaan, voi räätälöidä helposti interaktiiviseen ja näin ollen erityisesti lapsille ja nuorille houkuttelevampaan muotoon siirtämällä olemassa oleva materiaali esimerkiksi ThingLinkiin. Aloituskuvana voisi olla kuva orkesterista, jossa soittajat istuvat paikoillaan instrumenttiansa kanssa. Kuvaan voisi lisätä tekstitägejä eri soitinryhmien kohdalle, joista aukeaisi inforuutuja. Toisenlaisilla ikoneilla aukeaisi lyhyitä soittonäytteitä. Kun esimerkiksi huilistin kohdalla olevaa ikonia painaisi, lähtisi käyntiin joko video tai ääniraita, jossa huilisti soittaa.

Uusia kävijöitä varten voisi mahdollistaa virtuaalikäynnit konserttipaikalla ennen itse konserttia. Yleisötiloja voisi esitellä etukäteen, jotta saapuminen konserttiin olisi helpompaa: tässä ostetaan lippu, tänne jätetään takit. Tässä yleisö odottelee konsertin alkua lämpiössä, tässä istuu paikallaan. 360-videon tai kuvaan voisi liittää tietoruutuja rakennuksesta ja ovien kohdalla olevia ikoneita painamalla voisi aueta seuraavan huoneen valokuva. Tämä mahdollistaisi yleisölle pääsyn kurkistamaan paikkoihin, mihin ei normaalisti pääse, kuten takahuoneeseen.

Virtuaaliretkellä konserttitalossa voisi kiertää talon eri kerroksissa ja huoneissa. Hallinnollinen henkilökunta tekisi töitään omassa työpisteessään ja kertoisi työstään. Yhdestä harjoitusluokasta löytyisi kontrabasisti harjoittelemasta stemmaansa, toisesta oboisti tekemässä röörejä, kolmannesta kakkosviulusektio stemmaharjoituksissa. Lopuksi pääsisi konserttisaliin, jossa orkesteri harjoittelisi yhdessä.

Perinteisen soitinesittelyn sijaan voi alustaa käyttää myös teosesittelyyn ja eri soitinten roolin esittelyyn orkesterin sisällä. Aloituksessa voisi olla video, jossa koko orkesteri soittaa yhdessä. Tägeinä soittajien kohdalla voisi kuunnella vain kyseisen soittajan stemmaa eli yksittäistä osuutta, jolloin aukeaisi hyvin se, minkälaisista elementeistä

teos muodostuu. Lisäksi tekstiruutujen muodossa voisi olla lisätietoa teoksesta esimerkiksi musiikinteorian ja analyysin näkökulmasta.

Virtuaaliretken voisi ajatella seuraavan teoksen valmistumista ajallisesti. Mitä kaikkea kuuluu yksittäisen teoksen valmistumiseen? Alussa voisi orkesterin intendentti tilata teoksen säveltäjältä. Toisessa vaiheessa säveltäjä puurtaa teoksen parissa valottaen omia työvaiheitaan. Kolmannessa vaiheessa nuotistonhoitaja jakaa stemmoja soittajien kansioihin, neljännessä yksittäinen muusikko harjoittelee stemmaansa. Viidennessä vaiheessa näkyisi kapellimestari partituurin kimpussa. Kuudennessa vaiheessa orkesteri harjoittelisi yhdessä vielä täysin hajallaan olevaa, keskeneräistä teosta. Seitsemännessä vaiheessa kuultaisiin valmista, hiottua teosta konsertissa.

6.8 Lisätty todellisuus ja virtuaalitodellisuus

Orkesterit voisivat hyödyntää lisättyä todellisuutta luomalla sovelluksen, jonka välityksellä orkesteria voitaisiin tuoda kaupunkilaisille tutummaksi ja osaksi heidän arkeaan. Sovelluksessa saisi ensin valita orkesterimuusikoiden joukosta mieleisensä. Valitun soittajan pienoismalli tulisi esittämään vaikka omalle keittiönpöydälle pienen soolokappaleen. Toinen vaihtoehto olisi luoda sovellus, jonka avulla voisi ottaa yhteiskuvan edesmenneen säveltäjän kanssa, haluamansa orkesterin edustajan kanssa tai valitsemansa soitin kädessä.

Lisätyn todellisuuden elementtejä voisi hyödyntää tarinallisessa musiikkiteoksessa. Jos orkesteria katsoisi sovelluksen kautta, näkisi orkesterin lomassa ja ympärillä vaikka Pelléasin ja Mélisanden 3D-hahmot Sibeliuksen soidessa. Toinen vaihtoehto olisi, että aina soolon soidessa kyseisen soittimen kuva leijailisi orkesterin päällä. Tämä voisi auttaa seuraamaan musiikkia ja toimia pedagogisena elementtinä, jos kuvaan yhdistettäisiin instrumentin nimi. Voitaisiin myös luoda sovellus, joka reagoisi musiikin impulsseihin. Kovat äänet aiheuttaisivat räiskyvän punaisia liikkuvia muotoja, rauhalliset äänet pieniä sinisiä aaltoja. Näin musiikin tunnelma ja yksityiskohdat välittyisivät myös visuaalisesti. Kokonaisvaltainen elämys taas olisi virtuaalimaailmassa tapahtuva videoteos, jonka ääniraidan orkesteri soittaisi yleisön istuessa virtuaalilasit päässä.

Virtuaalimaailman avulla voi päästä seuraamaan historiallisia tapahtumia läheltä. Hienoa olisi päästä sisälle Ainolaan tapaamaan Jean ja Aino Sibeliusta työn touhussa, kuuntelemaan olohuoneeseen kotikonserttia. Myös merkittäviä, historiallisia ensi-iltoja voisi tuoda koettaviksi kokonaisvaltaisesti virtuaalilasien kautta. Minkälainen

mahtoikaan olla tunnelma yleisön puolella Stravinskyn Kevätuhrin ensiesityksessä? Entä mitä mahtoivat esiintyjät ajatella? Mitä kaikkea kuiskittiin Sibeliuksen Kuvael-mamusiikin ensiesityksessä Sanomalehdistön päivien juhlanäytännössä vuonna 1898?

6.9 Interaktiivisuus konserttitilanteessa

Kuten Helsingin kaupunginorkesterin Lélion esityksessä oli tehty, voi konsertin aikana kuvata ja projisoida lähikuvaa solisteista, mutta myös kapellimestarista ja muusikoista (Kukkonen & Tahvanainen 2020). Mikäli konsertti suorastriimataan, televisioidaan tai muuten taltioidaan, voi kuvaa hyödyntää myös paikan päällä olevan yleisön hyväksi.

Turun Filharmoninen orkesteri on toiminut avarakatseisena uudistajana ja digitaali-suuden hyödyntäjänä jo useamman vuoden aikana. Syyskaudella 2017 sai yleisö vai-kuttaa Fantastique!-konsertissa salin valaistukseen ja värimailmaan. Yleisö äänesti konsertin aikana omaa suosikkiaan kolmesta värivaihtoehdosta jokaisen Berliozin Fantastisen sinfonian viiden osan kohdalla. Äänestysajan umpeuduttua valot ja värit muokattiin äänestystuloksen mukaan. (Innovaattorit 2017.) Tässä toteutuksessa oli hyödynnetty pelillisiä elementtejä rikastuttamaan konserttikokemusta.

Turussa on voinut ostaa osaan konserteista Some Seat -lipun, joka on mahdollistanut älypuhelimien käytön konsertin aikana. Salin viimeinen rivi on varattu erikoislipun os-taneille, jolloin älypuhelimien käyttö ei ole häirinnyt muita konserttikävijöitä. Yhteistä keskustelua on käyty konsertin aikana Twitterissä tunnisteella #leiflive. Yleisöä on kannustettu pohtimaan esimerkiksi kapellimestarin suoritusta, teosten tunnelmia ja melodiaosuuksia. (Turun Filharmoninen orkesteri 2020.)

Tampere Filharmonia tarjoaa asiakkailleen paperisen käsiohjelman lisäksi käsiohjel-man sähköisessä muodossa (Rantakärkkä 2020). Sähköisessä käsiohjelmassa voi tar-jota konserttikokemusta tukevaa, avaavaa ja rikastuttavaa sisältöä. Käsiohjelmaso-velukseen voisi tehdä pelejä Kahoot!-alustalla, lisätä soitinesittelyjä, taiteilijahaastatte-luja tai vaikka konserttibingon, jossa tulee tunnistaa soittimia. Sovelluksen kautta voisi mahdollistaa chatin konsertin aikana tai nopeuskilpailun: paina nappia, kun kuulet klarinettisoolon! Esitetty musiikki voisi aueta aivan uudella tasolla vakioyleisöllekin musiikkitieteilijän selostaessa esitettävää musiikkia reaaliajassa. Mihin kannattaa kiinnittää huomiota, kenellä melodia on nyt, mihin tämä teema viittaa, mitä säveltäjä haluaa sointikululla ilmaista. (Innovaattorit 2017.)

Kapellimestarin otsaan kiinnitetyn kameran kuvaa voisi seurata sovelluksen kautta, jolloin orkesterin tunnelmaa pääsisi aistimaan läheltä. Seuranhakutoiminnossa voisi etsiä seuraa tuleviin konsertteihin tai lasilliselle konsertin jälkeen keskustelemaan musiikista. (Mt.) Yleisö voisi myös jakaa omia kuviaan ja konserttitunnelmiaan sovelluksen kautta tai ottaa selfieän lisätyn todellisuuden keinoin toteutetun musiikkiaiheisen hahmon kanssa.

Yhteenveto digitaalisten sisältöjen hyödyistä

Interaktiivisuuden lisääminen ja erilaisten toiminta-alustojen käyttö auttavat orkestereita houkuttelemaan uutta ja nuorempaa yleisöä orkesterimusiikin pariin. Erilaiset toimintatavat lisäävät myös saavutettavuutta ja näin ollen tasa-arvoa, kun musiikkia pääsee kuuntelemaan ja orkesteriin tutustumaan omasta kodistaan käsin useimmiten ilmaiseksi. Orkesterimaailmaan liittyvä peli voi houkutella eri ryhmiä kuin konsertti. Nuorten osuus nousee mitä todennäköisemmin ikäihmisiä paljon korkeammaksi digitaalisten kulttuuripalveluiden käyttäjissä. (Lindholm, 77, 79-80.)

Elämyksellisyys on tärkeää, koska kaikilla ei ole yhtäläisiä mahdollisuuksia esimerkiksi terveydellisistä, maantieteellisistä tai ekonomisista syistä tulla paikalle konserttiin. Arvokasta olisi, jos vaikka vanhainkodissa asukkaat pääsisivät keskelle orkesteria virtuaalilasit päässään saaden virikkeitä useille aisteille ja mahdollisuuden elämykselliseen pakoon todellisuudesta.

Vaikka olen opinnäytetyössäni keskittynyt pääasiassa koronakevään poikkeusoloissa toimimiseen, suosittelen erilaisten digitaalisten toimintamuotojen käytön jatkamista ja uusien toimintamuotojen käyttöönottoa myös tilanteen normalisoiduttua. Kapellimestari Sasha Mäkelän mukaan orkesterikonserttien yleisöstä puuttuvat lapset, nuoret ja nuoret aikuiset, koska klassisen musiikin tekijät eivät ole olleet mukana kehityksessä ja maailman muutoksessa. Hänen mukaansa kyseiset yleisösegmentit kuluttavat enenevässä määrin aikaansa tietokoneiden, videopelien ja mobiililaitteiden parissa. (Mäkelä 2016.) Näiden kahden maailman ei tarvitse olla toisiaan poissulkevia, vaan orkestereiden tulisi pyrkiä mukaan kyseisten ikäryhmien luonnollisiin toimintaympäristöihin. Tutustuttuaan digitaalisten alustojen kautta orkestereihin ja orkesterimusiikkiin, voi kuluttajalla herätä halu kuulla orkesteria myös konsertissa.

Haasteena on, miten koota tieto yhteen eri orkestereiden kokemuksista digitaalisista kokeiluista. Maantieteellisesti suomalaiset orkesterit toimivat pääkaupunkiseutua lukuun ottamatta niin etäällä toisistaan, etten usko niiden kilpailevan samasta yleisöstä. Miten kootaan kokemukset ja ideat yhteen ja hyödynnetään synergiaa?

Toinen haaste digitaalisuuden kentällä on se, miten nopeasti teknologiat vanhentuvat ja muuttavat muotoaan. Tämän päivän uusi on huomisen vanha. Henkilökunnan uudelleenkoulutuksesta ja osaamisen päivittämisestä on huolehdittava jatkuvasti ja laiteinvestointeihin tulee varata säännöllisin ajoin rahaa. Viisi vuotta sitten hankitut virtuaalilasit eivät toimi tämän päivän älypuhelinmallien kanssa, minkä lisäksi virtuaalilasien laatu paranee vuosi vuodelta.

Tutkimukseni tulosten perusteella vaikuttaa siltä, etteivät orkesterit enää yritä pärjätä pelkillä perinteisillä keinoilla eli konserttien järjestämisellä ja niiden mainostamisella printtimediassa, kadunvarsimainoksin ja painetuin kausiesittein. Kaikilla orkestereilla on ainakin verkkosivusto ja Facebook-sivu melko aktiivisessa käytössä.

Tulokset orkesterien digitaalisista sisällöistä olisivat voineet olla paljon monipuolisempia, mikäli seuranta-aika olisi ajoittunut esimerkiksi kuukautta myöhemmäksi. Havaittavissa on ollut sosiaalisessa mediassa orkesterien julkaisujen määrän kasvu etenkin juhlapyhien aikana. Kun aikaa on ollut enemmän reagoida uuteen tilanteeseen

ja tekniset taidot ovat kasvaneet, ovat ideat lähteneet monella taholla lentoon. Mielenkiintoista olisikin tehdä jatkotutkimus orkesterien digitaalisista toteutuksista toisena ajankohtana.

Opetus- ja kulttuuriministeriön (2018) kyselytutkimuksessa esiin nousseet kulttuuri-laitosten tavoitteet eli yleisöpohjan monipuolistaminen, saavutettavuuden parantaminen ja yleisömäärän kasvattaminen. Orkestereiden sosiaalisessa mediassa jakamien videoiden katselumäärien perusteella on näissä tavoitteissa edistytty koronakevään aikana. Sosiaalisessa mediassa videot leviävät parhaimmillaan maasta toiseen ja siksi ei voi vetää suoria johtopäätöksiä yleisömäärien tulevasta kasvusta pelkkien videoiden katsomiskertojen perusteella. Moni orkesteri on kuitenkin onnistunut kasvattamaan tietoisuutta olemassaolostaan ja toivon mukaan kerännyt uuden potentiaalisen yleisön huomiota.

Tilanteen normalisoiduttua on tärkeää jatkaa yleisön tavoittelua myös digitaalisten kanavien kautta ja yrittää pysyä osana heidän arkeaan. Haaste onkin, miten mahdollistaa ajallisesti orkesterien perustyön rinnalle muita toimintatapoja. Orkesterien pohdittavaksi jää, onko hyödyllistä ja tarpeellista korvata aika ajoin perustyö videoiden ja muun digitaalisen sisällön tekemisellä. Jos esimerkiksi jokaisella konserttikaudella muusikot käyttäisivät yhden työviikon videoiden tekemiseen yksin tai pienryhmissä, saisi materiaalia kasaan riittävästi jaettavaksi kauden aikana.

Digitaalisia tuotantoja miettiessä on ensin tehtävä selväksi, kenelle tehdään ja minkä takia. Vanhempi, vakiintunut yleisö voi kaivata konsertissa käynnin tueksi teosesittelyjä ja viihtyä muusikko- ja taiteilijaesittelyjen parissa nuoremman yleisön kaivatessa interaktiivisuutta. Valittu toteutustapa ja alusta tulee valita sen mukaan, että se palvelee valittua kohderyhmää mahdollisimman hyvin. Myös jakelukanava tulee valita sen mukaan, mitä kautta kyseisen kohderyhmän parhaiten tavoittaa. Striimaus palveluihin, sairaaloihin tai vankiloihin auttaa tavoittamaan myös heidät, jotka eivät muuten konsertteihin pääse. Hyvään kuvauskalustoon kannattaa panostaa, koska se palvelee kaikkien ikä- ja kohderyhmien tarpeita. Mikäli omasta instituutiosta ei löydy tarvittavia resursseja isoihin kokeiluihin, voi hankeavustuksien turvin ja yhteistyötä hyödyntäen niin eri alojen opiskelijoiden kuin yritys yhteistyön merkeissä lähteä tavoittelemaan orkesterimaailmaa mullistavia keksintöjä.

Kevään 2020 aikana on moni orkesteri tehnyt valtavan digiloikan. Uusia teknologioita on opeteltu käyttämään ja luovia ratkaisuja on löydetty. Tilanteen normalisoiduttua

voisi tutkimuksen toistaa siltä osin, miten digitaalisten toimintamuotojen käyttöä on jatkettu orkestereissa ja onko uusia keinoja otettu käyttöön. Onko videotuotanto jatkunut? Ovatko etätyön mahdollistavat alustat jääneet osaksi toimintaa? Kuinka moni orkesteri striimaa säännöllisesti konserttejaan? Onko yleisöä yritetty tavoittaa uusia digitaalisia keinoja hyödyntäen? Miten orkesterien koko henkilökunta suhtautuu digitaalisuuteen? Entä yleisö?

Toivon todella, että erilaisia toimintamuotoja otetaan laajasti käyttöön orkestereissa ympäri Suomen. Koen, että näin orkesterit pystyvät palvelemaan paremmin toimintansa rahoittajia eli veronmaksajia ja erityisryhmiä, jotka eivät pääse paikan päälle konsertteihin. Rahoituksesta päättävälle, kuten kaupunginjohdolle, on hyvä näkyä ja osoittaa aktiivisuutta myös niinä viikkoina, jolloin ei järjestetä orkesterin julkisia konsertteja. Lisäksi on orkesterien toiminnan jatkumisen kannalta äärimmäisen tärkeää auttaa uusia ihmisiä löytämään klassinen orkesterimusiikki ja tarjota elämyksiä mahdollisimman monelle. Digitaalisuus ei ole uhka, joka kaataa perinteisen konserttitoiminnan vaan mahdollisuus, joka edesauttaa orkesterien perustoimintaa.

Lähteet

Ahlavuo, Marika 2016: Digitaalisuuden haasteita kulttuurituottajille. Muutosvoimana 3D-virtuaalisuus. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Kulttuurituotannon koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Viitattu 14.4.2020. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2016091614339>

Ahlavuo, Marika & Hyypä, Hannu & Parkkola, Timo & Kurkela, Matti 2016a. Taus-taa digitaalisuudesta ja 3D-virtuaalisuudesta kulttuurialalla. Teoksessa Marika Ahla-vuo & Hannu Hyypä & Elina Ylikoski (toim.) Digitaalista tulevaisuutta – Huippu-osaamisella vaikuttavuutta ja vuorovaikutusta. Humanistinen ammattikorkeakoulu julkaisuja 41-50. Viitattu 30.3.2020. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-456-261-4>

Ahlavuo, Marika & Hyypä, Hannu & Ylikoski, Elina 2016b. Digitaalista tulevaisuutta –Huippuosaamisella vaikuttavuutta ja vuorovaikutusta. Humanistinen ammattikor-keakoulu julkaisuja, 32. Viitattu 17.5.2020. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-456-261-4>

Arilyn 2020. Emotionally engaging augmented reality experiences. Viitattu 30.4.2020. <https://arilyn.com/>

Ateneum 2020. Ateneum art gate. Viitattu 4.5.2020. <https://ateneum.fi/tule-meille/ateneum-art-gate>

BrainyDay 2019. BrainyDay Showreel 2019. Viitattu 7.5.2020. <https://brainy-day.fi/referenssit/brainyday-showreel-2019>

Gigantti Suomi 2018. VR, MR, AR...Mitä virtuaalinen todellisuus tarkoittaa? Gigantti kertoo. Viitattu 4.5.2020. https://www.youtube.com/watch?time_continue=70&v=wbjon-b2ffQ&feature=emb_title

Göteborgs Symfoniker 2020. Plugga bättre med octomonk. Viitattu 1.5.2020. <https://www.gso.se/barn-unga/octomonk/>

Haapalainen, Anna 2020a. Padlet. Viitattu 22.4.2020. <https://peda.net/p/anna.haa-palainen%40edu.mikkeli.fi/at/padlet>

Haapalainen, Anna 2020b. Thinglink. Viitattu 20.5.2020. <https://peda.net/p/anna.haapalainen@edu.mikkeli.fi/joulukalenteri/luukku-13/l1t/thinglink-ohjeet:file/download/337a8197a6cdd6b08bfaa78fb11f7cc294aa9432/Thinglink.pdf>

HAM, Helsingin taidemuseo 2018. The Virtual Orchestra: Sibelius 360. Viitattu 27.4.2020. <https://www.hamhelsinki.fi/2018/06/11/virtuaaliorkesteri-sibelius-360/>

HAM, Helsingin taidemuseo 2019. Freskot heräävät eloon. Viitattu 2.5.2020.

<https://www.hamhelsinki.fi/exhibition/tove-jansson.>

Helsingin kaupunginorkesteri 2020. HKO Screen -mobiilisovellus tuo konsertit puhelimeesi. Viitattu 1.5.2020. <https://helsinginkaupunginorkesteri.fi/fi/uutiset/hko-screen-mobiilisovellus-tuo-konsertit-puhelimeesi>

Hyypä, Hannu & Ahlavuo, Marika 2016. Näkökulmia verkostojen teoriaan. Teoksessa Marika Ahlavuo & Hannu Hyypä & Elina Ylikoski (toim.) Digitaalista tulevaisuutta – Huippuosaamisella vaikuttavuutta ja vuorovaikutusta. Humanistinen ammattikorkeakoulu julkaisuja 103-113. Viitattu 30.3.2020.

<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-456-261-4>

I Believe In Technology 2017. Best 360 Camera pt 1 - Xiaomi Mi 360, Samsung Gear 360, Insta360 Nano, Insta360 Air, Ricoh Theta S. Viitattu 27.4.2020.

<https://www.youtube.com/watch?v=FSzRxQ7Rduk>

Innovaattorit 2017. #TFOVIRTUAL-kokemus. Blogikirjoitus Sanna Haverinen, Elena Hämäläinen, Karin Keitel & Paula Kostia. Viitattu 20.5.2020. <https://innovaattorit.blogspot.com/2017>

Itä-Suomen yliopisto 2020. Benchmarking. Viitattu 22.5.2020.

<http://www3.uef.fi/web/guest/benchmarking>

Joensuun Mediakeskus 2020. Kahoot! -tietokilpailu. Viitattu 30.4.2020.

<https://peda.net/joensuu/jm/oio/alakoulu/kt>

Jyväskylä Sinfonia 2020. Orkesteri kylässä -hanke. Viitattu 1.5.2020.

<https://www.jyvaskylasinfonia.fi/jyvaskyla-sinfonia/yleisotyo/orkesteri-kylassa-hanke>

Kopiosto & opetus- ja kulttuuriministeriö 2020. Tekijänoikeuden ABC. Viitattu

17.4.2020. [https://tekijanoikeus.fi/wp-con-](https://tekijanoikeus.fi/wp-content/uploads/2015/03/ABC_esite_FIN_RGB.pdf)

[tent/uploads/2015/03/ABC_esite_FIN_RGB.pdf](https://tekijanoikeus.fi/wp-content/uploads/2015/03/ABC_esite_FIN_RGB.pdf)

Laakso, Matleena 2020. Creathon-hankkeen virtuaaliseikkailukoulutus. Humanistinen ammattikorkeakoulu Zoom-koulutus 27.4.2020.

Laitinen, Tomi 2017. 360-videotekniikan hyödyntäminen markkinoinnissa. Hämeen ammattikorkeakoulu. Tietotekniikan koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Viitattu 27.4.2020. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2017053111603>

Lauronen, Petri 2019. Videon pituus. Viitattu 7.5.2020. <https://brainyday.fi/post/videon-pituus>

Lights on! 2018. Prezi. Viitattu 29.4.2020.

https://prezi.com/view/lUrcU38HGMyB3lK1QaoM/?fbclid=IwAR2XXmo7f4YFAtcNom9_q_rEm_jWa1jJGFPy

Lindholm, Arto 2018. Digitaalisen ajan taiteen yleisöt. Teoksessa Pasi Toivonen (toim.) Virtuaaliseikkailu teatterin maailmaan – Katsauksia kulttuurialan digitalisaatioon. Humanistinen ammattikorkeakoulu julkaisuja, 76-82. Viitattu 31.3.2020. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-456-311-6>

Lindgren, Minna 2020. Livestriimaus ja muita sana-hirviöitä. Suomen Sinfoniaorkesterit ry huhtikuun 2020 blogikirjoitus. <https://www.sinfoniaorkesterit.fi/fi/uutinen/?id=2600>

Lino it. Lino. Sticky and Photo Sharing for you. Viitattu 22.4.2020. <https://en.linoit.com/>

Malmberg, Aleksi 2020. Korona muuttaa orkesterien toimintaa. Suomen Sinfoniaorkesterit ry toukokuun 2020 blogi. <https://www.sinfoniaorkesterit.fi/fi/uutinen/?id=2635>

Muurinen, Jonna 2016. Somevinkki 31: 360°-kuvat Facebookiin – Näin onnistut. Viitattu 25.4.2020. <https://www.kuulu.fi/blogi/somevinkki-31-360-asteen-kuvat-puhelimella-facebookiin/>

MyNewsDesk 2017. Virtuaaliodellisuus: Helsingistä maailman virtuaalipääkaupunki. Lehdistötiedote. Viitattu 11.5.2020. <http://www.mynewsdesk.com/fi/pressreleases/virtuaaliodellisuus-helsingista-maailman-virtuaalipaeaekaupunki-2286502>

Mäkelä, Sasha 2016. "Yksi sukupolvi on jo menetetty" Savon Sanomat haastattelu. Viitattu 7.5.2020. <https://www.savonsanomat.fi/kulttuuri/Yksi-sukupolvi-on-jo-menetetty/767924>

OpeRight 2020. Mikä on Creative Commons -lisenssi? Viitattu 4.5.2020.

<https://operight.fi/artikkeli/luvat/mika-creative-commons-lisenssi>

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2018. Kulttuurilaitosten digitaalinen yleisötyö. Raportti. https://minedu.fi/documents/1410845/3547377/Kulttuurilaitosten_digitaalinen_yleis%C3%B6ty%C3%B6.pdf/odbeee76-cf88-424f-aec6-25af5ac958b9/Kulttuurilaitosten_digitaalinen_yleis%C3%B6ty%C3%B6.pdf.pdf

Pekkinen, Sanna 2018. Teknologia luovuuden työkaluna. Humanistinen ammattikorkeakoulu blogikirjoitus. Viitattu 19.5.2020. <https://www.humak.fi/blogit/teknologia-luovuuden-tyokaluna>

Peltola, Kari 2017. Käyttökokemus virtuaalitodellisuudessa. Haastateltavana Markku Turunen Tampereen yliopistosta. Podcast. Viitattu 21.4.2020. <https://vrfinland.fi/fi/episode-10-professori-markku-turunen-vr-ux/>

Pänkäläinen, Tero 2017. 360-kamera videokuvaukseen – mikä on paras vaihtoehto? Viitattu 27.4.2020. <https://www.virtuaalimaailma.fi/360-kamera/>

Smile Audio Visual 2020. 360°-VIDEO. Viitattu 25.4.2020. <https://www.smileaudiovisual.fi/videotuotanto/360-video>

Suomen Sinfoniaorkesterit ry 2020. Viitattu 18.5.2020. <https://www.sinfoniaorkesterit.fi>

Suominen, Hanna 2020. Interaktiivinen striimaus tapahtumatuotannossa. Humanistinen ammattikorkeakoulu opinnäytetyö. Viitattu 19.5.2020. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-202004215536>

Tammela, Katri & Tammela, Ilkka 2020. 360-kameravertailu (2020). Viitattu 1.5.2020. <https://netammelat.fi/tekniikka/360-kameravertailu-2020/>

Tampereen yliopisto 2020. Aktivoi luentosi – vinkkejä somen hyödyntämiseen. Viitattu 22.4.2020. <https://moodle2.tut.fi/mod/book/view.php?id=267693&chapterid=976>

Tekijänoikeus 2020. Mitä on tekijänoikeus? Viitattu 17.4.2020. <https://tekijanoikeus.fi/tekijanoikeus/>

Teosto 2018. Tekijänoikeus ja musiikki. Viitattu 17.4.2020. <https://www.teosto.fi/teosto/toiminta/tekijanoikeus>

Teosto 2020. Striimaus ja musiikinkäyttö koronatilanteessa. Viitattu 17.4.2020. <https://www.teosto.fi/teosto/uutiset/striimaus-ja-musiikin-kaytto-koronatilanteen-aikana>

The Dalí Museum 2020. Exhibits + collections. Viitattu 4.5.2020.

<https://thedali.org/exhibit/dreams-of-dali-in-virtual-reality/>

ThingLink 2020. Rakenna visuaalisia oppimiskokemuksia interaktiivisten kuvien, videoiden ja 360 median avulla. Viitattu 4.5.2020. <https://www.thinglink.com/fi>

Tilastokeskus 2020. Vapaa-aika muutoksessa – tekniikka on hämärtänyt arjen ja leikin rajaa. Artikkelit. Viitattu 15.5.2020. <https://www.tilastokeskus.fi/tietotrendit/artikkelit/2019/vapaa-aika-muutoksessa-tekniikka-on-hamartanyt-arjen-ja-leikin-rajaa>

Turun Filharmoninen orkesteri 2020. Some Seat -lipulla voit jakaa konserttikokemuksesi somessa! Viitattu 20.5.2020. https://www.tfo.fi/fi/news/2018-03-22_some-seat-lipulla-voit-jakaa-konserttikokemuksesi-somessa

Valli, Raine 2018. Aineistonkeruu kyselylomakkeella. Teoksessa Raine Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. E-kirja. PS-kustannus. www.ellibslibrary.com/humak/978-952-451-516-0

Valli, Raine & Perkkilä, Päivi 2018. Sähköinen kyselylomake ja sosiaalinen media aineistonkeruussa. Teoksessa Raine Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. E-kirja. PS-kustannus. www.ellibslibrary.com/humak/978-952-451-516-0

Valtari, Minna 2016. 360-kuvat Facebookissa – älypuhelinta kääntämällä uusi visuaalinen kokemus. Viitattu 25.4.2020. <https://lmsomeco.fi/blogi/360-kuvat-facebookissa-alypuhelinta-kaantamalla/>

Valtioneuvosto 2020. Valtioneuvoston linjaukset varhaiskasvatuksen, esiopetuksen, perusopetuksen, lukio- ja ammatillisen koulutuksen, korkeakoulutuksen, vapaan sivistystyön sekä taiteen perusopetuksen järjestäjille koronavirustartuntojen leviämisen hidastamiseksi. Tiedote julkaistu 16.3.2020. Viitattu 14.5.2020. https://valtioneuvosto.fi/artikkeli/-/asset_publisher/1410845/valtioneuvoston-linjaukset-suosituksista-varhaiskasvatuksen-esiopetuksen-perusopetuksen-lukio-ja-ammattillisen-koulutuksen-korkeakoulutuksen-vapaan-sivist

Vaughn, Gillion 2017. Onko interaktiivinen sisältö pelkkä trendi-ilmiö? Viitattu 23.4.2020. <https://blog.zef.fi/interaktiivinen-sisalto-on-taalla-pysyvasti>

Vilkka, Hanna 2018. Havainnot ja havainnointimenetelmät tutkimuksessa. Teoksessa Raine Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. PS-kustannus. www.ellibslibrary.com/humak/978-952-451-516-0

Virtanen, Juho-Pekka & Kurkela, Matti & Ahlavo, Marika & Handolin, Hannu & Jaalama, Kaisa & Hyttinen, Hilikka & Salmi, Tinja & Lappalainen, Jani & Rantala, Hannu & Hyyppä, Hannu 2018. Virtuaaliseikkailu teatterin maailmaan – 3D-tekniologia tukemassa teatterin yleisötyötä. Teoksessa Pasi Toivanen (toim.) Virtuaaliseikkailu teatterin maailmaan – Katsauksia kulttuurialan digitalisaatioon, 14-30. Humanistinen ammattikorkeakoulu, julkaisuja 64. Viitattu 18.5.2020.
<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-456-311-6>

HAASTATTELUT

Antila, Jaakko 2020. Asiantuntijahaastattelu 20.4.2020. Mikkelin kaupunginorkesteri.

Hakola, Jenni 2020. Asiantuntijahaastattelu 17.4.2020. Jyväskylä Sinfonia.

Jaskiewicz, Anna 2020. Asiantuntijahaastattelu 16.4.2020. Tapiola Sinfonietta.

Ketola, Heidi 2020. Asiantuntijahaastattelu 5.5.2020. Lohjan kaupunginorkesteri.

Kukkonen, Annika & Tahvanainen, Virpi 2020. Asiantuntijahaastattelu 22.4.2020. Helsingin kaupunginorkesteri.

Nikula-Nyman, Sara 2020. Asiantuntijahaastattelu 23.4.2020. Keski-Pohjanmaan kamariorkesteri.

Prepula, Elina 2020. Asiantuntijahaastattelu 21.4.2020. Kuopion kaupunginorkesteri.

Rantakärkkä, Arttu 2020. Asiantuntijahaastattelu 4.5.2020. Tampere Filharmonia.

Ruiz Santos, Dimas 2020. Asiantuntijahaastattelu 23.4.2020. Kymi Sinfonietta.

Vanhanen, Josefiina 2020. Asiantuntijahaastattelu 5.5.2020. Vaasan kaupunginorkesteri.

Värri, Helena 2020. Asiantuntijahaastattelu 19.5.2020. Suomen Sinfoniaorkesteri ry.

LIITTEET

Liite 1

Interaktiiviset alustat ja editointivälineet

Facebook 360 Director -editointityökalu:

https://www.facebook.com/360_media/create

Google Street View -applikaatio: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.street&hl=fi>

Google Tour Editor: <https://arvr.google.com/tourcreator>

Kahoot!: Pelaaja kahoot.it, pelin luoja <https://create.kahoot.it>

LinoIt-seinä: <https://en.linoit.com>

Padlet-seinä: <https://fi.padlet.com>

ThingLink: <https://www.thinglink.com>

Liite 2

Digitaaliset toteutukset

Yleisökyselyn esimerkit:

Tampere Filharmonia: <https://www.youtube.com/watch?v=EJpiqkFYsoo>

Turun Filharmoninen orkesteri: <https://www.youtube.com/watch?v=o-b5zcPXIKo>

LA Philharmonic orchestra: <https://www.laphil.com/about/watch-and-listen/inside-berlioz-symphonie-fantastique>

Kymi Sinfonietta: <https://soolojalavantakaa.com/2020/04/01/musiikkia-poikkeustiloissa-emergency-of-music>

Muut:

ARILYN x TOVE JANSSON in HAM: <https://www.youtube.com/watch?v=acRIKE66bwM>

Dreams of Dali 360° Video, Dali Museum: <https://www.youtube.com/watch?v=F1eLeIocAcU>

HKO Screen -applikaatio, Helsingin kaupunginorkesteri: Android

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.hko.screen&hl=fi>

Musarobotti, Tapiola Sinfonietta: <https://www.tapiolasinfonietta.fi/osallistu/musarobotti/>

OctoMonk, Göteborgs Symfoniker: <https://apps.apple.com/us/app/octomonk/id1373619868>

Opi kuuntelemaan klassista! Helsingin kaupunginorkesteri: <https://helsinginkaupunginorkesteri.fi/fi/opi-kuuntelemaan-klassista>

Peli: Miksaa Mozart! Turun Filharmoninen orkesteri: <https://www.tfo.fi/fi/lapset-ja-nuoret/miksaa-mozart>

Peli: Musavisa, Turun Filharmoninen orkesteri: <https://www.tfo.fi/fi/lapset-ja-nuoret/peli-musavisa>

Soiva postikortti, Lohjan kaupunginorkesteri: https://www.netticket.fi/product_info.php?products_id=274792

teamLab, Amos Rex : <https://www.youtube.com/watch?v=acRIKE66bwM>

The Virtual Orchestra: Sibelius 360, HAM:

<https://www.youtube.com/watch?v=umXfRfRYzys>

Tutustu soittimiin, Turun Filharmoninen orkesteri: <https://www.tfo.fi/fi/lapset-ja-nuoret/tutustu-soittimiin>

Valtiopäivät 1863 virtuaalisesti, Kansallismuseo: <https://www.youtube.com/watch?v=9EwAChGhaG8&feature=youtu.be>

Liite 3

Webropol-yleisökysely

Orkesterit digiajassa

1. Mitä orkesterin kanavia olet seurannut viimeisen 1kk aikana?
 - Verkkosivu
 - Facebook
 - Instagram

- Twitter
- YouTube
- Joku muu, mikä?

2. Viimeisen 1kk aikana, oletko:

- katsonut orkesterin suorastrimauskonsertteja
- katsonut orkesterin konserttitallenteita
- katsonut muusikoiden tekemiä videoita
- seurannut orkesterin kuulumisia sosiaalisen median kautta
- lukenut orkesterimuusikoiden blogia
- pelannut orkesterimusiikkiin liittyviä pelejä internetissä
- kuunnellut orkestereiden podcasteja
- kuunnellut orkesterin levyjä Spotifyssa

3. Oletko vierailut orkesterin sosiaalisen median kanavilla:

- puhelimen kautta
- tabletin kautta
- tietokoneen kautta

4. Minkälaista sisältöä toivoisit orkesterilta tämänhetkisenä poikkeusaikana?

5. Katso Tampere Filharmonian tekemä video siitä, mitä konserttien valmistele-
miseen kuuluu: [hps://www.youtube.com/watch?v=EJpiqkFYsoo](https://www.youtube.com/watch?v=EJpiqkFYsoo)

Vastaa väittämiin: (1=täysin eri mieltä, 2=osittain eri mieltä, 3=en osaa sanoa, 4=osittain samaa mieltä, 5=täysin samaa mieltä.)

- Sisältö oli kiinnostavaa.
- Mielenkiintoni heräsi orkesterin muuta some-sisältöä kohtaan.
- Mielenkiintoni kuulla kyseistä orkesteria konsertissa kasvoi.
- Minkä arvosanan antaisit videolle? 1=huono, 2=välttävä, 3= en osaa sanoa, 4=kiitettävä, 5=erinomainen
- Minkälaisia tunteita tai ajatuksia video herätti?

6. Katso alkua Turun Filharmonisen orkesterin 360°-videosta: [hps://www.youtube.com/watch?v=o-b5zcPXIKo](https://www.youtube.com/watch?v=o-b5zcPXIKo) (kysymykset samat kuin yllä)
7. Tutustu LA Philharmonic orkestran videoon, jossa muusikot esittelevät Berlioz: Symphonie fantasque -teosta: [hps://www.laphil.com/about/watch-and-listen/inside-berlioz-symphonie-fantasque](https://www.laphil.com/about/watch-and-listen/inside-berlioz-symphonie-fantasque). (kysymykset samat kuin yllä)
8. Lue Kymi Sinfonietan Sooloja lavan takaa -blogista viulisti Stefan Sretenovicin blogiteksti: [hps://sooljalavantakaa.com/2020/04/01/musiikkia-poikkeusloissa-emergency-of-music/](https://sooljalavantakaa.com/2020/04/01/musiikkia-poikkeusloissa-emergency-of-music/) (kysymykset samat kuin yllä)

Liite 4

Kyselyhaastattelut

KYSYMYKSET:

1. Miten käsitätte digitaalisuuden?
2. Mikä on orkesterinne suhde digitaalisuuteen? Viekö turhaan aikaa perustoilta, tarjoaako mahdollisuuden laajentaa toimintaa?
3. Minkälaista digitaalista sisältöä olette tuottaneet ennen 13.4.2020? Entä sen jälkeen?
4. Mitä sosiaalisen median kanavia orkesterinne käyttää normaalisti?
5. Miksi olette päätyneet juuri tähän ratkaisuun?
6. Oletteko kysyneet yleisöltä, minkälaista sisältöä he toivoisivat saavansa orkesterilta internetin kautta?
7. Millaisena näet digitaalisuuden tuomat mahdollisuudet orkestereille tulevaisuudessa?

Liite 6

Työn tilaajan lausunto

Elena Hämäläisen opinnäytetyö on hyvin ajankohtainen ja käytännönläheinen katsaus digitaalisuuden mahdollisuuksista orkesteritoiminnasta. On mielenkiintoista, että saamme näin pian koronapandemian alun jälkeen analyysin orkestereiden digitaalinen toiminnasta poikkeustilanteessa.

Opinnäytetyö keskittyy orkestereiden kannalta olennaisiin kysymyksiin. Digitaalisuutta käsitellen sekä orkestereiden että yleisön näkökulmasta interaktiivisuuden merkitystä korostaen. Käytännön esimerkit innovatiivisista menetelmistä eri kohderyhmille hyödyntävät orkestereita poikkeusaikojen jälkeenkin. Orkestereilta odotetaan tulevaisuudessa yhä enemmän saavutettavuutta eri ikäryhmien keskuudessa sekä lisää uutta nuorempaa yleisöä. Elena Hämäläisen opinnäytetyö on ajankohtainen ja hyödyllinen tutkimus digitaalisuuden hyödyntämisestä koko suomalaiselle orkesterialalle.

Helena Värri

toiminnanjohtaja

Suomen Sinfoniaorkesterit ry