

TAIDEMUSIIKIN MERKITYKSELLISYYS NUORILLE

Käyttäjälähtöinen uusasiakashankinta

Tiivistelmä

Tekijä(t) Hannula, Kreetta	Julkaisun laji Opinnäytetyö YAMK	Valmistumisaika Syksy 2020
	Sivumäärä 56	
Työn nimi Taidemusiikin merkityksellisyys nuorille Käyttäjälähtöinen uusasiakashankinta		
Tutkinto Ohjaava opettaja Mirja Kälviäinen, Yliopettaja, Muotoiluinstituutti Kulttuurialan koulutus (YAMK), Muotoilu ja media-alan uudistava osaaminen		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyössä tarkastellaan klassisen musiikin merkitystä nuorten arvomaailmassa, jotta taidemusiikkiala saa uusia asiakkaita, on elinvoimainen ja voi tulevaisuudessakin hyvin. Muotoiluajattelu toimii kehitystyön lähestymistapana, jonka prosessissa halutaan luoda uudenlaista ajattelua rakentaa klassisen musiikin brändiä ja ymmärtää sitä, mikä tuo lisäarvoa.</p> <p>Merkitysanalyysi toimii opinnäytetyössä tiedonkeruu- ja analyysimenetelmänä, jossa immateriaalisen kulttuurin ilmauksena toimii klassinen musiikki ja sen kulttuuriperintö. Tarkoituksena on arvioida klassisen musiikin saavuttamiseen, hyödynnettävyyteen sekä käyttöön liittyviä kriteerejä ja sitä, mitkä arvot nousevat nuorille merkityksellisinä taidemusiikin kulttuuriperinnössä.</p> <p>Haastattelut toimivat tärkeänä tiedonsaannin menetelmänä. Nuorten kohderyhmää haastatteluissa edusti kaksi nuorta miestä, joita haastattelin puhelimitse sekä ryhmässä kevään ja syksyn 2020 aikana. Kahta taidemusiikin asiantuntijaa haastateltiin niin ikään pandemia-ajan takia puhelimitse alkusyksystä 2020.</p> <p>Haastattelujen perusteella taidemusiikissa nuorille arvokasta on ensisijaisesti musiikki, mutta myös kulttuuriperinnön jatkumo, yhteisöllisyys sekä merkitykselliset sisällöt ja emotionaaliset kokemukset.</p> <p>Jos tarkastellaan klassisen musiikin arvonmuodostusprosessia, voisi organisaation brändimielikuva tai toisen brändin liittäminen klassisen musiikin instituutioon lisätä arvoa nuorten merkityksissä. Kun loppukäyttäjä osallistetaan kehitysprosessiin takaa se vuorovaikutuksen, jossa dynaaminen tiedonsaanti ei katkea. Sen takia on oleellista, että taidemusiikin palveluita on suunnittelemassa joukko nuoria.</p> <p>Kun organisaatio tavoittelee uutta yleisöä, on oleellista ymmärtää, miten olemme avoimia muutokselle. Koska nuoret ovat dynaamisia ja varhaisia adaptoijia, on brändin voimavara kutsua nuoret osallistuvaan kehitystyöhön. Nuoret vaikuttavat brändin kykyyn vaikuttaa myös muihin asiakkaisiin esimerkiksi sukulaissuhteiden kautta.</p>		
Asiasanat Klassinen musiikki, merkityksellisyys, osallistaminen, brändi, arvonmuodostus, verkostomaisuus		

Abstract

Author(s) Hannula, Kreetta	Type of publication Master´s thesis	Published Autumn 2020
	Number of pages 56	
Title of publication The Relevance of Art Music to Young People User-driven Customer Acquisition		
Name of Degree Supervising teacher Mirja Kälviäinen, Principal Lecture, Institute of Design Master´s Degree Design and Fine Arts		
Abstract <p>The thesis examines the importance of classical music in young people's values, so that the art music industry can gain new customers, is vibrant and will continue to be well in the future. Design thinking serves as an approach to development of the study, the process of which aims to create new kinds of thinking to build a brand of classical music and understand what brings added value.</p> <p>In the thesis, the analysis of meanings serves as a data collection and analysis method, in which classical music and its cultural heritage are the expression of intellectual culture. The aim is to assess the criteria for achieving classical music, usability and use, and what values will become relevant to young people in the cultural heritage of art music.</p> <p>Interviews serve as an important method for accessing information. Two young men represented the target group for young people in interviews, whom I interviewed by phone and in a group during spring and autumn 2020. Two art music experts were also interviewed by phone in early autumn 2020 due to the pandemic period.</p> <p>Based on the interviews, the music itself is primarily valuable to young people, but also the continuum of cultural heritage, communality and meaningful content and emotional experiences.</p> <p>If you look at the process of value-creation of classical music, an organization's brand image or the integration of another brand into an institution of classical music could add value to young people's senses. By involving the end-user in the development process, the interaction in which dynamic access to information is not interrupted is ensured. That is why it is essential that art music services are designed by a group of young people.</p> <p>When an organisation is aiming for a new audience, it is essential to understand how we are open to change. Because young people are dynamic and early adaptors, it is a brand resource to invite young people to participate in development. Young people influence the brand's ability to influence other customers, for example through relationships.</p>		
Keywords Classical music 1., relevance 2., co-design 3., brand 4., value-creation 5., networking 6.		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	KLASSINEN MUSIIKKI	3
2.1	Sinfoniaorkesteri	3
2.2	Musiikki yhdistää	4
2.3	Kulttuuri luo hyvinvointia	4
2.3.1	Kulttuurillinen pääoma vahvistaa nuoren identiteettiä	5
2.4	Musiikkialan näkymiä	6
2.4.1	Taidemusiikin toiminnan monimuotoistuminen	7
3	OOPPERAN TOIMINTA TARKASTELUSSA	9
3.1	Trendit	12
3.2	Taidemusiikin tulevaisuuden tuulia	12
3.3	Antti Holman oopperajuhlat	13
4	NUORET TAVOITELTAVANA TAIDEMUSIIKIN ASIAKASRYHMÄNÄ	15
4.1	Nuoret asiakasryhmänä	15
5	MERKITYSTALOUS	17
5.1	Arvon luominen	17
5.2	Schwartzin arvoteoria suhteessa nuorten asiakasryhmään	18
6	BRÄNDIN RAKENTAMINEN ARVOVERKKOANALYYSIN NÄKÖKULMASTA	20
6.1	Asiakasyhteisön vahvistaminen	21
6.2	Brändi-identiteetin luominen	21
7	MERKITYSANALYYSI KEHITTÄMISMENETELMÄNÄ	23
8	TIEDONHANKINTAMENETELMÄT	25
8.1	Osallistava toimintamalli	25
8.2	Kirjallisuus ja haastattelut rakentavat pohjan taustatiedolle	26
8.3	Teemahaastattelu menetelmänä	26
8.3.1	Asiantuntijuus haastattelun tukena	27
8.3.2	Haastattelut autenttisen tiedon lähteenä	30
9	KEHITTÄMISTYÖN TULOKSET MERKITYSANALYYSIN PERSPEKTIIVISTÄ	32
9.1	Merkitysanalyysin näkökulma ja tavoitteen määrittely	32
9.1.1	Klassisen musiikin merkityksen arviointi ja kriteerit	36
9.1.2	Merkityslausunto	38
10	OPINNÄYTETYÖN YHTEENVETO JA EHDOTUKSIA	40
11	POHDINTAA JA AJATUKSIA TULEVAISUUDEN LIIKETOIMINTAMALLISTA	44

LÄHTEET	46
LIITTEET	51

1 JOHDANTO

Tässä taidemusiikkialaa käsittelevässä tutkimuksellisessa kehittämistyössä toimii muotoiluajattelu tarkastelussa lähestymistapana. Kehitystyön tarkoituksena on tuottaa ajatuksia siitä, miten kehittää taideorganisaation ja klassisen musiikin kiinnostavuutta nuorten yleisön tavoittamiseksi. Kehittämistutkimuksessa ollaan kiinnostuneita nuorten asiakasryhmän ajatuksista ja toiveista taidemusiikkialan houkuttelevuuden lisäämiseksi, koska ovat nuoret taidemusiikin tulevaisuuden käyttäjäkuntaa. Kehitystyön tuloksena halutaan saada lisäksi ymmärrystä rakentaa taidealan sisältöjä ja tarkastella arvonmuodostuksen rakentumista. Shalom H. Schwartzin arvoteorian mukaan arvot ovat keskeinen ja tärkeä osa itseämme ja persoonallisuuttamme. Ne liittyvät sosiaaliseen vuorovaikutukseen, hyvinvointiin ja muodostavat motivoivaa jatkuvuutta.

Kehitystyön lähtökohta perustuu henkilökohtaiselle kiinnostukselle edistää taidemusiikin ja taidemusiikkikulttuurin kiinnostavuutta. Olen koulutukseltani musiikin maisteri ja toiminut Suomen Kansallisoopperan orkesterin ensi- viulistina vajaat 20 vuotta. Tietopohjaa rakennetaan osittain syvällisestä kokemuksellisesta ymmärryksestäni klassista musiikkia kohtaan sekä työskentelystäni taidemusiikkialalla 25 vuoden ajan. Olen soittanut laajasti Suomen ja ulkomaisten sinfoniaorkestereiden ja ensembleiden riveissä, sekä esiintynyt kamari-muusikkona ja solistina.

Merkitysanalyysi toimii analyysimenetelmänä, jolla arvioidaan kirjallista sekä haastattelusta saatua tietoa. Merkitysanalyysillä halutaan lisäksi vastata kehittämishaasteeseen siitä, miten tavoittaa nuoria klassisen musiikin käyttäjiksi ja kuinka lisätä klassisen musiikin ymmärryksen tuottamaa tärkeyttä kohdesegmentin arvomaailmassa. Opinnäytetyön prosessissa on tarkoitus luoda moniulotteisesti konkreettista ymmärrystä arvonmuodostuksesta.

Haasteena on innovoida taidemusiikkialan palveluita, jotka aidosti resonoivat nuorissa kulluttajissa. Käyttäjälähtöisin menetelmin halutaan tässä kehitystyön prosessissa saada sitä arvokasta ymmärrystä loppukäyttäjistä, jolla voidaan saada uutta käyttäjäryhmää taidemusiikin palveluiden äärelle. Opinnäytetyötä lähestytään abduktiivisella kehittämistavalla, jossa käytännön konkretia ja teoreettinen taso kohtaavat ja ovat vuorovaikutuksessa

keskenään. Arvonmuodostus ja merkityksellisyys nousevat keskeisiksi opinnäytetyön teemoiksi.

Taidemusiikkialalla viitataan opinnäytetyössä klassisen musiikin organisaatioihin, jotka rajataan koskemaan sinfoniaorkesteria sekä oopperaa. Länsimaista taidemusiikkia kutsutaan myös klassiseksi musiikiksi, jotka käsitteinä ovat vakiintuneet musiikin sisäisistä ominaisuuksista johtuen. Taidemusiikille on luonteenomaista sen arvon muodostuminen identiteetin ilmaisijana, joka on vahvasti kytköksissä instituutioon. Klassiselle musiikille on myös olennaista nuotinos eli musiikin siirtäminen paperille. (Finto 2020.)

2 KLASSINEN MUSIIKKI

2.1 Sinfoniaorkesteri

Suomessa saamme kiittää korkeaa länsimaisen taidemusiikin tasoa musiikkioppilaitosten verkostosta, joka kehitettiin kattamaan laajasti Suomea 1970-luvulla. Tätä musiikkikasvatusta tukee opetushallitus (Unkari-Virtanen 2011.) Maatamme kattaa 13 ammattiorkesterin verkosto, joka on tulos kulttuuri- ja musiikkikasvatukseen investoimisesta (Suomen Sinfoniaorkesterit ry 2019). Nuoriso-orkesterit ja pienemmät toimijat mukaan lukien orkestereita on Suomessa kymmeniä. Musiikin tekemisen lisäksi toiminta kattaa esimerkiksi kokouksia ja seminaareja, jotka tarjoavat mahdollisuuden syventää tietoa liittyen taidemusiikkiin. (Suomen Sinfoniaorkesterit ry 2019.) Voidaan todeta, että taidemusiikin kokonaisalue on laaja.

Länsimaisella taidemusiikilla on monivaiheinen historia aina antiikin ajoilta. Barokin aikaan 1600-luvulla sävellettiin Italiassa ensimmäisiä oopperoita ja instrumentaalimusiikin tärkeimmäksi muodoksi vakiintui konsertto. Kun Euroopassa ilmapiiri vapautui 1700-luvun lopulla, alkoi julkinen konserttitoiminta, orkesterin koko kasvoi ja sinfonia syntyi. (Pedanet 2020.) Yhteiskunnan kehittyessä tieto ja tietoisuus ovat lisääntyneet myös taidemusiikin kulutuksessa. Maatamme kattavan kaupunginorkesterien verkoston ansiosta taidemusiikki on helposti saavutettavissa. Taidemusiikin muotoja ja sen sisältöjä halutaan kehittää ja perinteisiä rajoja ylittää, tavoitteena on houkutella uusia ryhmiä taidemusiikin pariin. Ajatuksena tässä on tarve lisätä taidemusiikin tuomaa sisäistä kokemuksellista arvoa ja kasvattaa uusia sukupolvia yleisöksi. (OopperaBaletti 2020.)

Suurin osa Suomen kaupunginorkestereista aloitti ammatillisen toiminnan 1900-luvun puolivälissä mutta satavuotiaita kaupunginorkestereitakin mahtuu joukkoon (Eklund 2020). Orkesteri instituutiona on profiloitunut taidemusiikin ja kulttuurin tuottajana, jossa tänä päivänä halutaan tarjota mielenkiintoisia, viihdyttäviä ja monipuolisia kulttuurikokemuksia kaikille. (Suomen Sinfoniaorkesterit ry 2020.) Orkesterit ja ooppera tekevät tiivistä yhteistyötä ulkopuolisten yritysten ja sidosryhmien kanssa. Yhteistyö muiden toimialojen kanssa nähdään mahdollisuutena tarjota laajoja sisältöjä, jotka tavoittavat useita kohderyhmiä. (Suomen Sinfoniaorkesterit 2020.) Taidemusiikkiala on lisännyt toimintaansa helposti tavoitettavissa oleviin aktiviteetteihin, joissa on yhä enemmän esimerkiksi viihdyttäviä sisältöä. Tästä esimerkki Flow Festivaalin (2019) vierailusta Kansallisoopperaan, jossa nykytanssi, elektroninen musiikki ja audiovisuaalinen taide valtasivat Alminsalin (Flowfestival 2019).

2.2 Musiikki yhdistää

Taideorganisaation toiminnan edellytys on huolehtia sisällön kiinnostavuudesta, sen kehittämisestä sekä uusien asiakasryhmien tavoittamisesta. Tähän tarvitaan jatkuvaa kehittämistä, joka tuottaa ajankohtaista tietoa tulevaisuuden suunnittelussa. Nuorten kanssa luotu mahdollinen yhteistyö heijastaisi pyrkimystä luoda ennakkoluulottomia ja innovatiivisia ajatuksia. Asiakasymmärryksellä pyritään syventymään kohderyhmän tarpeisiin ja arvoihin, jotta näitä voidaan ottaa toiminnan suunnittelussa huomioon. Taideorganisaation toimintaa tulee kehittää edelleen hyvään saavutettavuuteen ja yhteisöllisyyteen, jotta uusia käyttäjiä saadaan joukkoon.

Vaikka kokeilevaa toimintaa tuotetaan, on tärkeää, että esimerkiksi orkesteri voi keskittyä osaamisensa kannalta olennaiseen, eli musiikkisällön luomiseen. Kirjoittajanakin tunnettu säveltäjä Kalevi Aho (2019) kuitenkin ehdottaa blogikirjoituksessaan kulttuurilaitosta ottamaan aktiivisemmän yhteiskunnallisen toimijan roolin. Hän huomauttaa, että traditiot voivat näyttäytyä tämän hetken yhteiskunnassamme hieman samaan tapaan kuin goottilainen katedraali, jolloin sen tuomaa merkitystä ei osata enää arvostaa. Hän ehdottaa myös, että esimerkiksi klassisen musiikin kaanoniin tulee saada lisää joustavuutta. Tästä joustavuudesta on esimerkki Lahdessa, jossa Lahden sinfoniaorkesteri otti kantaa ilmastonmuutokseen osallistumalla kaupungin hiilivapaa-hankkeeseen (Sinfonia Lahti 2019). Taidemusiikkiorganisaatio voi toimia kattavammin yhdistävänä tekijänä tulevaisuudessa eri alojen ja ihmisten kesken. Nordisk Kulturfond (2019) toteaa etusivullaan, että mullistusten aikana ja kansakuntien käpertyessä itseensä, voi taide toimia yhdistävänä ja avaavana tekijänä.

2.3 Kulttuuri luo hyvinvointia

Sosiaali- ja terveysministeriön tilaamassa raportissa Kulttuuri ja taide hyvinvoinnin edistäjinä sosiaali- ja terveydenhuollossa, työelämässä ja koulutuksessa (2019) todetaan, että Suomi on kansainvälisesti edelläkävijämaa, mitä tulee rakenteellisesti poikkihallinnolliseen yhteistyöhön. Raportissa nostetaan kulttuuri tärkeäksi osaksi hyvinvointia ja terveyden edistämistä, joka vaikuttaa positiivisesti elämänlaatuun sekä onnellisuuteen. Raportissa (2019) todetaan lisäksi, että kulttuurilla on erityinen merkitys mielekkään elämän, yhteisöllisyyden, merkityksellisyyden kokemuksen ja osallisuuden mahdollistajana.

Musiikin merkitys on eri aikoina vaihdellut. Kun Kreikassa antiikin aikana musiikki linkitettiin taivaankappaleisiin ja maailmankaikkeuden lakeihin, koettiin sen laadulla olevan

vahvasti ihmisiin vaikuttavia ominaisuuksia. Taas keskiajalla kirkko toimi hyvän musiikin määrittelijänä, karsi musiikista turhia koru- kuvioita ja halusi näin säädellä maallisia houkuttuksia. Renesanssiruhinaat halusivat erottautua muusta väestöstä ja näin ollen keräilivät omia säveltäjiä ja muusikoita hoviinsa. Vähitellen haluttiin saada kaikki ihmiset musiikkiharrastuksen pariin ja nykyään musiikkia on kaikkialla. (Unkari-Virtanen 2020.) Musiikki on toiminut ja toimii edelleen yhteiskunnassamme arvokkaan kulttuuriperinnön heijasteena, tukipilarina, jossa musiikki ja sen käsitykset ovat oman aikansa tuotantoa. Musiikkioppilaitoksilla on tässä koulujen lisäksi tärkeä tehtävä toimia kulttuurin ja taideaineiden kulttuuriperintömme muistin paikkoina, jossa kulttuurin muisti lepää erilaisten instituutioiden harjoituksilla (Unkari-Virtanen 2020).

Klassisen musiikin avulla on kasvatettu eurooppalaisia kulttuurin kuluttajiksi jo 1900-luvun alussa klassisen musiikin ”esteettisten ja sivistävien” arvojen voimalla. Nykyään meidän musiikillinen kulttuuriperintömme koostuu useista suuntauksista. Voidaan todeta, että musiikkitraditio ja musiikin kuuntelu avaavat meille kulttuurisia ilmiöitä ja voivat olla tärkeä henkilökohtaisen identiteettimme kannalta. Musiikin kuuntelukasvatuksessa tavoitteena on antaa oppilaille eväitä hyvään elämään, menestymiseen ja hyvinvointiin, jossa halutaan kannustaa taide- elämysten merkittävyyttä (Unkari-Virtanen 2020).

2.3.1 Kulttuurillinen pääoma vahvistaa nuoren identiteettiä

Identiteettimme, eli kuka minä olen ja mitä minä haluan elämältäni, vaikuttaa olevan huokaus melkein puolella nuorista. Tätä väitettä tukee tutkija Elina Marttisen väitöskirja (2017), jossa todetaan, että nuoruus alkaa nykyään entistä aikaisemmin ja kestää pidempään. Identiteetti ei selkiinny resurssien liiallisuuden takia ja yksilökeskeinen hyvinvoinnin tavoittelu ei tuo onnea. Klassisella musiikilla on todettu olevan tervehdyttäviä ja voimaannuttavia ominaisuuksia. Musiikin kuuntelulla ja sen tuottamisella on kokonaisvaltaisia vaikutuksia ja sen merkitykset voivat ulottuvat käsityksiin itsestä ja muista, jolloin se vahvistaa identiteettiämme. Musiikki voi toimia lisäksi minuuden ilmaisijana. Sen kautta voi tavata uusia ihmisiä ja sen myötä voidaan kokea yhteenkuuluvuuden tunnetta.

Taideyliopiston ArtsEqual hankkeen (2019) tutkijat sanovat, että taidekasvatuksella olisi paikka estää syrjäytymisvaarassa olevia nuoria. Matalalla kynnyksellä ja räätälöidysti kulttuuriharrastuksia tarjoamalla rohkaistaan nuoria toiminaan. Kulttuurilla on yhteys mielekkääseen elämään, koska kulttuurillinen osallisuus tukee arvokasta ja merkityksellistä kokemusta yksilönä. Taidekasvatus on yhteydessä oppimiseen sekä sosiaalisten taitojen

kehittymiseen ja sitä kautta hyvinvointiin. Kulttuurinen pääoma voidaan yhdistää oppimistuloksiin, osallisuuteen sekä elämän mielekkyyteen ja merkityksellisyyteen. (ArtsEqual 2019.)

2.4 Musiikkialan näkymiä

Teknologia on muuttanut musiikin toistamisen ja kuuntelun palveluksi. Tilastokeskuksen (2019) mukaan musiikin kuuntelu on vähentynyt, vaikka kannettavilla älylaitteilla musiikin kuuntelu on mahdollista usein, eikä se ole enää paikkasidonnaista. Tulevaisuudessa taidemusiikkiala voisi toimia monipuolisesti monilla markkinoilla ja välittää kuuntelukokemusta mitä erilaisimmissa kanavissa. Laadukkaan sisällön lisäksi se tarkoittaa toimenpiteitä näkyvyyden ja saavutettavuuden takaamiseksi, brändin rakentamista sekä uusien yleisöjen tavoittamista.

Taiteen ja kulttuurin on todettu luovan elinvoimaa ja lisäävän hyvinvointia. Näin ollen taide voisi toimia kattavammin innoittajana ja lähteenä luovuudelle. Elämyksellisyys ja kulttuurilliset tapahtumat lisäävät myös kaupunkien arvoa (Suomen Sinfoniaorkesterit ry 2020). Helsingin kaupunginorkesterin intendentti Aleksi Malmberg kirjoittaa blogissaan, että vaikuttaa siltä, että kulttuurin merkitys Suomessa kuluttajien kesken kasvaa ja kävijäennätyksiä on rikottu (2019). Malmbergin kirjoituksessa lähestytään taidemusiikin tulevaisuutta kuntatasolta. Malmberg kiinnittää huomiota kaupunkien strategioihin, joissa toistuu teemoina uudistuminen, rohkeus ja halu olla edelläkävijä. Megatrendeinä kaupunkistrategioissa on kestävä kehitys, ympäristö sekä digitaalisuus ja kansainvälisyys (Malmberg 2019). Taidemusiikilla on tässä mahdollisuus tulevaisuudessa, jossa yhdessä tekemisellä saadaan vaikuttavuutta. Malmberg ehdottaa, että esimerkiksi konserteissa voidaan käsitellä ajan keskeisiä ilmiöitä laajasti. On selvää, että myös ikärakenteiden muutokset, kova kilpailu vapaa-ajasta ja muutokset elintasossa vaikuttavat vahvasti taidemusiikkialan tulevaisuuteen (Suomen Sinfoniaorkesterit ry 2020).

Kulttuuriin voidaan mieltää myös henkinen sivistys, todetaan säveltäjä Kalevi Ahon artikkelissa (2013) Oikeus kulttuuriin ja sivistykseen. Vaikka säästöt ja saneeraukset ovat tätä päivää, tulisi päätöksiä tehdä silti mieluiten pidemmällä aikavälillä. Artikkelissa todetaan, että todellisia säästöjä ei näköalattomilla ratkaisuilla tule, mutta sivuvaikutukset yhteisölle ja elinympäristölle voivat olla tuhoisia. Suuret leikkaukset kun ovat koetelleet Suomen kulttuurielämää aina vuoteen 2018 asti.

Music Finlandin vuonna 2019 teettämän musiikkialan barometrin mukaan elävän musiikin tarve kasvaa tulevaisuudessa ja elämyksellisyys nousee kyselyssä merkittävästi esiin. Esimerkiksi festivaalit voisivat olla taide-elämyksiltään kokonaisvaltaisia, jos niissä tarjotaan musiikin ohella rentoutumismahdollisuuksia ja hiljaisiakin tiloja. Klassisen musiikin toimijat uskovat kasvaviin tuloihin väestön ikääntyessä, jolloin myös sisällöt painottuvat iäkkäämmän yleisön suosimiin sisältöihin. Samanaikaisesti pitäisi nuoria saada live-musiikin pariin, vaikka nuoria kiinnostavatkin enemmän striimaukset ja tapahtumat, joissa yhdistyvät eri media-alat. (Musiikkialan barometri 2019.)

Viestinnän osuus tunnettavuuden edistäjänä on merkittävä. Kilpailu huomion saamiseksi kaikessa mediassa on suuri ja musiikin rooli siellä huolestuttavan pieni. Musiikkiin erikostunutta sisältöä ja mediaa tarvitaan kyselyn mukaan lisää näkyvyyden saamiseksi (Musiikkialan barometri 2019). Yhteistyö ja kansainvälistyminen tulee olemaan iso osa tulevaisuuden musiikkitoimintaa Suomessa (Musiikkialan barometri 2019). Meillä on korkea musiikin tuottamisen taso ja sitä halutaan jakaa. Tärkeää olisi saada myös pienemmät toimijat musiikkialalla paremmin esille. Koulutusta ja osaamista tulee kehittää edelleen, että voidaan taata vahva vientituote myös tulevaisuudessa. (Musiikkialan barometri 2019).

2.4.1 Taidemusiikin toiminnan monimuotoistuminen

Taidemusiikin tiedottamiseen uutisista ja ilmiöistä toimivat sosiaalisen median kanavat verkkosivujen ohella. Yhdessä digitaaliset kanavat muodostavat tärkeän osan taidemusiikkialan viestintää. Useat julkaisut ovat siirtyneet digitaaliseen muotoon osana digitaalisen viestinnän strategiaa. Music Finlandin mukaan sosiaaliset mediat olivat kasvussa musiikkialalla jo vuonna 2016. Keväällä 2020 tapahtui ennennäkemätön digiloikka taidemusiikkialalla, kun poikkeusaikana taidemusiikin organisaatiot joutuivat keskeyttämään toimintansa. Digitaaliset valmiudet mahdollistivat orkesterien ja ensembleiden yhteismusisoinnin, kun muusikot toimivat omilta etäpisteiltään (kuva 1.). Myös virtuaalinen todellisuus tekee tuloaan taidemusiikkiorganisaatioon, jossa Kansallisoopperan syksyn 2020 uutusteos Laila heijastaa tekoälyn välityksellä osallistavaa ja vuorovaikutteista yhteistyötä yleisön kanssa. Nämä ilmiöt kertovat taidemusiikkialan monimuotoisuudesta ja siitä, että digitaalisuus ja teknologia avaavat uusia mahdollisuuksia klassisen musiikin alalle. Korona-aikana raportoi Suomen Kansallisooppera kasvaneesta kiinnostuksesta kaikkia digitaalisia sisältöjä kohtaan ja Covid fan Tutten ooppera- striimauksella oli ennätysmäärä katsojia. (Ooppera Baletti 2020.)



Kuva 1. Korona- ajan digiloikka koski myös klassista musiikkia. Ensemblit musisoivat etä- yhteyksin. New European Strings, kuvakaappaus on facebookissa jaetusta videosta.

3 OPPERAN TOIMINTA TARKASTELUSSA

Toiminnan tarkastelu on osa organisaation toiminnan suunnittelua sekä sen parantamista. Tulevaisuudentutkimuksella on tarkoitus kartoittaa mahdollisuuksia sekä toivottavia ja ei toivottavia tulevaisuuksia. Tulevaisuuden tutkiminen ja ennakointi ovat tulevaisuuden tutkimusta, jossa hyödynnetään skenaarioiden luomista siitä, mitä tulevaisuus voisi olla. Skenaarioilla pyritään ymmärtämään strategista tai visionääristä päämäärää eli tulevaisuuden toiminnan mahdollisuuksia. Skenaarioiden tulee olla todennäköisiä, johdonmukaisia ja perusteltuja, olennaisia asioita käsitteleviä kuvauksia tulevaisuudesta. Ne voivat olla tämänhetkiseen tietoon perustuvia olettamuksia, dystopioita tai utopioita. Nämä tarkastelut voivat johtaa parhaimmillaan oivaltavien ja uusien ideoiden syntyyn. Skenaariotyöskentelyn vaiheet muodostuvat esimerkiksi analyyseistä (Pestel, Swot), tiedon ja toiveiden kartoittamisesta, ilmiöiden, trendien ja heikkojen signaalien poiminnosta, joita seuraa skenaarioiden luominen ja strateginen suunnitteluprosessi. (Björklund 2020.) Pestel on lyhenne analyysityökalusta, jolla tarkastellaan ympäristössä tapahtuvien muutosten ja ulkoisten voimien vaikutusta organisaation tulevaisuuden toimintaan. Näiden organisaatioon vaikuttavien tekijöiden tunnistusta tulisi edelleen arvioida, jolloin voidaan luoda yhteisön ajatteluun vuoropuhelua (Kälviäinen 2020).

Myös Kansallisooppera ja -baletti toteuttaa riskikartoitusta, jolla arvioidaan strategisten tavoitteiden saavuttamisen riskejä sekä vaikutuksia. Tämän perusteella on laadittu Pestel (kuviokuva 1.), jossa tarkastellaan yhteiskunnan eri alueiden mahdollisia vaikutuksia toimintaan. Vuoden 2019 Kansallisoopperan ja -baletin vuosikertomuksessa korostuu taloudellisten resurssien puutteen riski (Economical), joka voi estää asetettujen tavoitteiden toteutumista. Muita riskejä, joita vuosikertomuksessa määritellään, ovat produktioiden valintojen epäonnistuminen, korkean taiteellisen tason ylläpitäminen sekä digitalisaation (Technological) riittävä hyödyntäminen. Kansallisooppera on riippuvainen poliittisesta päätöksenteosta (Political), koska sen toimintaan vaikuttaa julkisen talouden kehitys. Näin ollen rahoituspäätösten lyhyt aikajänne luo epävarmuutta ja heijastuu pitkäjänteisen toiminnan suunnitteluun ja vaikuttaa tätä kautta esimerkiksi aikaisemmin mainittuun taiteelliseen toimintaan. (Vuosikertomus 2019, 26.)

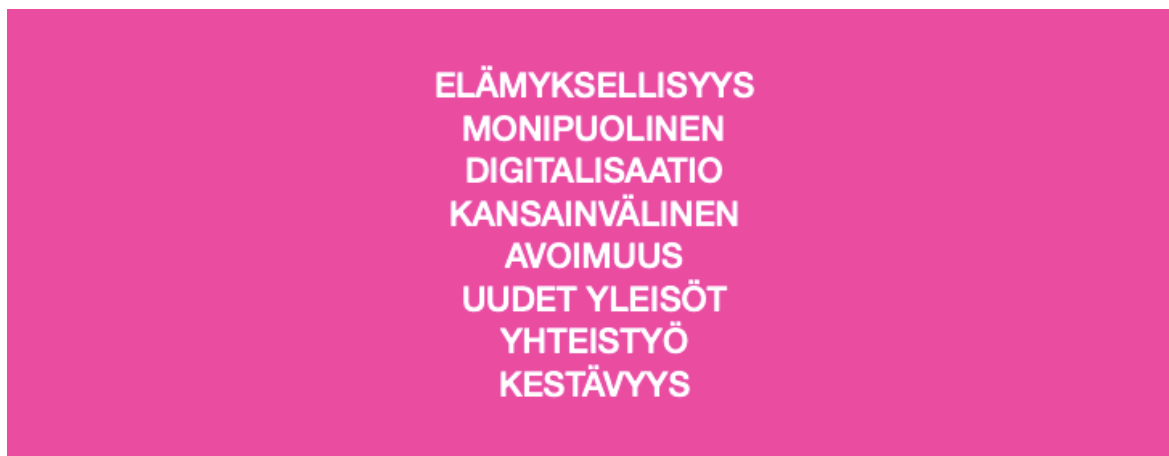
Vastuullisuus (Environment) nousee myös merkittäväksi tekijäksi Kansallisoopperan ja -baletin toimintaa ja sen suunnittelua ohjaavana ajurina. Kansallisoopperan ja -baletin strategian yksi arvoista on vastuullisuus, jonka näkökohdat ovat taloudellinen ja taiteellinen

vastuu yhteiskunnalle, sekä vastuu henkilöstöstä ja ympäristöstä (Toimintakertomus 2019, 4). Teknologian integroiminen Kansallisoopperan ja -baletin toimintaan on tärkeä osa taideorganisaation mahdollisuuksia sekä monimuotoisuutta (Kansallisooppera ja -baletti, 2020). Myös väestön ikääntymisen vaikutuksia tulee ottaa toimintaa suunniteltaessa huomioon (Sociological).



Kuvio 1. Pestel analyysissä on Suomen Kansallisoopperan ja -baletin (2019) toiminta tarkastelussa.

Kansallisoopperan ja -baletin vuosikertomukseen perustuva trendikartta (kuvio 2.) on hahmotelma kuluttajatreendeistä, joka selkiyttää keskeisimpiä treendejä taideorganisaatioissa. Trendien määrittelyllä halutaan vahvistaa organisaation vetovoimaisuus sekä varmistaa sujuva asiakaskokemus. Trendikartta rakentuu muun muassa Pestel analyysin pohjalta kiteytettyyn pohdintaan siitä, mitkä ovat taideorganisaation toimintaa ohjaavia oleellisia virtauksia sekä arvoja nyt ja lähitulevaisuudessa.



Kuvio 2. Taidemusiikin trendikartta perustuu Kansallisoopperan ja -baletin vuosikertomukseen 2018.

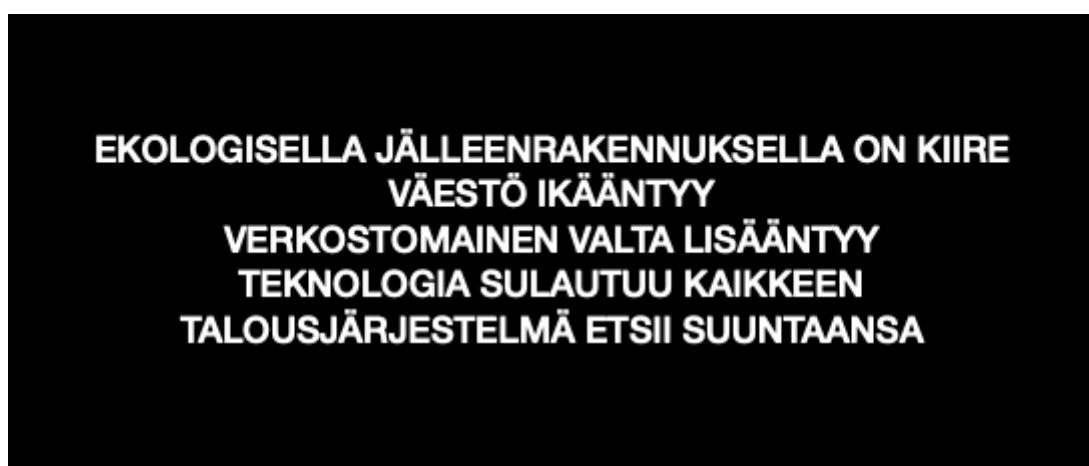
Kokonaiskokemuksellisuus nousee taideorganisaatioissa merkitykselliseksi, joka heijastuu tarpeena tuottaa syviä asiakaskokemuksia sekä haluna muodostaa vuorovaikutuksellisuutta. Monimuotoisuuden rakentaminen lähtee niin ohjelmistovalinnoista kuin digitalisaation integroimisesta viestintään ja koko toimintaan. Kansallisooppera ja -baletti haluaa koskettaa monipuolisesti ja olla elämysten edelläkävijä suurelle yleisölle. Sen ohjelmiston valintoihin kuuluu poimintoja, jotka puhuttelevat laajasti eri yleisö- ja ikäryhmiä. Erityisesti nuorille suunnattuja yleisötapahtumia vuonna 2019 olivat tanssityöpajat, joiden toimintaa suunnattiin yläkouluikäisille.

Kansainvälisyys näkyy Kansallisoopperan produktioiden tuottamisessa ja yhteistyössä muiden ooppera- ja balettitalojen kanssa sekä monikulttuurisena työyhteisönä. Kansallisoopperalle on tärkeää nousta tulevaisuudessa yhä monipuolisempaan rooliin myös yhteiskunnallisen vastuun kantajana muun muassa tunnistamalla ja minimoimalla ympäristövaikutuksia. Lisäksi strategiaan tavoitteisiin sisältyy digitalisuuden soveltaminen esittävän taiteen toimialalla sekä luovuus, avoimuus ja arvostus (Vuosikertomus 2018, 9). Esimerkkinä teknologian sulautumisesta klassisen taideorganisaation toimintaan on Oopperan syksyn

uutuusteos Laila, joka on yleisöä osallistava teos. Teoksessa interaktiivinen installaatio muuntuu ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa luoden virtuaalista todellisuutta tekoälyn välityksellä. Teoksessa yleisö on luomassa yhteistä todellisuutta, jossa musiikki ja visuaalisuus ovat osa elävää esityksen kokonaisuutta. (Kansallisooppera ja -baletti 2020.)

3.1 Trendit

Trendien ja heikkojen signaalien poiminnot kuuluvat tulevaisuutta käsittelevien toimintojen määrittelyyn ja skenaarioiden luomisen vaiheisiin. Trendit peilaavat yhteiskunnallisia arvoja ja ne pyrkivät ennakoimaan asiakaskäyttäytymisen muutoksia. Niillä tarkastellaan nykyistä ja ennakoitaan tulevaa toimintaa. Megatrendit ovat hitaita muutoksia, joilla on vaikutus yhteiskuntaan (Sitra 2020). Myös taideorganisaatio on muutoksessa mukana ja sen takia tulee uusia toimintatapoja kehittää.



METATRENDI: Tunteet pelissä

Kuvio 3. Sitran megatrendejä vuonna 2020.

3.2 Taidemusiikin tulevaisuuden tuulia

Näihin Sitran trendeihin opinnäytetyöni sisältöä peilattuani, verkostomaisuus tulee kasvamaan myös taidemusiikin alalla. Koska talousjärjestelmä etsii suuntaansa, voi hyvin olla, että meidän pitää etsiä vaihtoehtoisia itsensä toteuttamiskanavia kuluttamisen sijaan. Taidelaitokset voisivat profiloitua merkityksellisyyden ja aitojen elämysten tuottajana osana uutta liiketoimintaa. Interaktiivisuus taidemusiikin alalla lisääntyy ja muodollisuus vähenee tulevaisuudessa (Musiikkialan barometri 2019). Teknologia tulee muuttamaan

musiikkialaa, suoratoistopalvelut ja ehkä jopa tekoäly voivat olla merkittävässä osassa taidemusiikin verkostoyhteistyötä.

Music Finlandin musiikkialan barometrin (2019) mukaan suomalainen musiikkiala uskoo haasteista huolimatta tulevaisuuteen ja voi hyvin. Verkostomaisissa yhteistyörakenteissa löytyy uusia liiketoimintaideoita, joissa luovat ratkaisut ja jakaminen nousevat tärkeiksi arvoiksi. Verkostomaisessa yhteistyössä arvo peilautuu sekä vastaanottajan että tuottajan välillä jaetuissa kokemuksissa. Verkostomainen yhteistoiminta eri alojen kanssa on tulevaisuuden liiketoimintamalli myös siksi, että se luo uusia mahdollisuuksia ja tavoittaa uusia yleisöjä. Tässä liiketoimintamallissa brändillä voisi olla keskeinen rooli, jossa musiikkisisältöjen jakaminen laadukkaasti on ydin, vaikka digitalisoitua musiikinkulutus ja kova kilpailu Music Finlandin barometrin (2019) mukaan aiheuttavat epävarmuutta ja huolta elävän musiikin kentällä. Teknologia on nousemassa merkittäväksi tekijäksi osaksi tulevaisuuden palveluita ja voisi ratkaista tätä ongelmaa. Haasteena on luoda mielikuvaa uusista yhteistyömalleista uskottavasti, oli kyse mistä tahansa alasta tai teemasta, jotka voidaan liittää kulttuuripalveluiden yhteyteen. Brändi tulisi saada kiinnostavaksi ja esittävän taiteen sisällöt ajankohtaisiksi, jotta sen rooli nähdään kiinnostavana mediassa. Viesintä on keskeisessä roolissa, koska tarinallisuus tukee brändikokemusta.

3.3 Antti Holman oopperajuhlat

Antin Podcastista (2020) poimittua

Oopperaa ei tarvitse ymmärtää, musiikki on oopperassa parasta ja se puhdistaa.

Oopperan massiivisuus kaikkineen; huikea monen ihmisen osaaminen, yliampuva liiallisuus, epärealistisuus, nämä ovat oopperan taikaa.

Antin ohjeita oopperaa varten

Aloita tutusta repertuaarista ja tutustu juoneen etukäteen, vaikka juoni ei oopperassa olekaan asian ydin. Ota eväitä väliajalle ja esityksessä pienet unet, jos siltä tuntuu. Oopperassa voi olla rennosti, mutta älä häiritse muita.

Taidemusiikki tavoittaa

Oopperassa ja taidemusiikissa on hienoa se, että esitykseen saa viedä kaikki omat tunteensa, purkaa ahdistuksensa, taide kannattelee.

Taidemusiikki tapahtuu maagisella taajuudella ja saa ihmeitä aikaan.

Poimintoja Antin soittolistasta

Giacomo Puccini, Tosca, Vissi d'arte

Giacomo Puccini, Gianni Schicchi, O mio babbino caro

4 NUORET TAVOITELTAVANA TAIDEMUSIIKIN ASIAKASRYHMÄNÄ

Kehittämiprosessia lähestytään konstruktiiivisella otteella, jossa tarkoituksena on tuottaa mahdollisia uusia ideoita ja uutta ymmärrystä. Tällä pyritään ratkaisemaan kehittämissaaste siitä, miten tavoittaa nuorten segmentti taidemusiikin asiakkaaksi. Tarkoituksena on käyttäjätutkimuksen menetelmiä hyödyntäen ymmärtää, mikä on merkityksellistä nuorille ja miten he kokevat klassisen musiikin konserteissa käynnin, mikä siinä on kiinnostavaa ja kokemuksellisesti hienoa. Nuorten merkitysnäkökulmia peilataan taidemusiikin näkökulmista analysoituun merkityskenttään.

4.1 Nuoret asiakasryhmänä

Vuoden 2019 nuorisobarometrin mukaan nuorille on tärkeää perhe ja sosiaaliset suhteet. Vapaa-ajan ja sosiaalisuuden merkitys korostuu, hyvinvointi, elämän merkityksellisyys sekä elämästä nauttiminen ovat tärkeitä. (Nuorisobarometri 2019.) Kuluttajana nuoret ovat ympäristötietoisia ja heidän mobiilimaksaminen on muuttanut koko kaupan alaa. Vaikka nuoret suosivat jakamistaloutta, tulevaisuudessa tärkeäksi koetaan varallisuuden kasvattaminen ja mahdollisuus tehdä omia ratkaisuja kuluttamisen suhteen. (Kaupan liitto 2019.)

Nuoret aikuiset ovat lisäksi kuluttajina merkki- ja trenditietoisia. Muoti-blogit sekä sosiaalisen median uusimmat virtaukset ovat suosiossa (Savon Sanomat 2014). Vaikka digitaaliset kanavat sopivat hyvin nuorten kohderyhmän tavoittamiseksi tulee heidän maailmaa ymmärtää kokonaisuutena. Nuoret arvostavat aitoa ja merkityksellistä viestinnällistä materiaalia. Teknologia on ollut pienestä saakka osa nuorten elämää ja se voi johtaa siihen, että he ajattelevat eri tavalla kuin edelliset sukupolvet. Sen takia kohdennettua brändiviestintää tulisi kehittää asiakasymmärryksen pohjalta. (Kälviäinen et. al. 2018.)

Kaupunki nuorten palveluna -hankkeen artikkeli (2018) tarjoaa kiinnostavaa tietoa nuorten digitaalisten kanavien käytöstä ja kohderyhmän mieltymyksistä sisältöjen suhteen. Artikkelissa käy ilmi, että digitaalinen sisältö tulee tarjoilla lyhyessä muodossa ja laitteilla, jotka ovat tuttuja (Kälviäinen et. al. 2018). Viestinnässä on hyvä painottaa lyhyitä tekstejä sekä visuaalista materiaalia. Koska nuoret tekevät välitöntä arviointia reaaliaikaisen digitaalisen tiedon perusteella, vuorovaikutukset tulee luoda kiinnostusta herättävällä ja aidolla aineistolla, jotka sisältävät kuvia, videoita, ääniviestejä ja sijaintitietoja. Materiaalia halutaan nuorten keskuudessa voida tuottaa itse omissa kanavissa ja henkilökohtaisten kokemusten jakaminen koetaan tärkeänä. (Kälviäinen et. al. 2018.) Visuaalisuus on nuorille keino

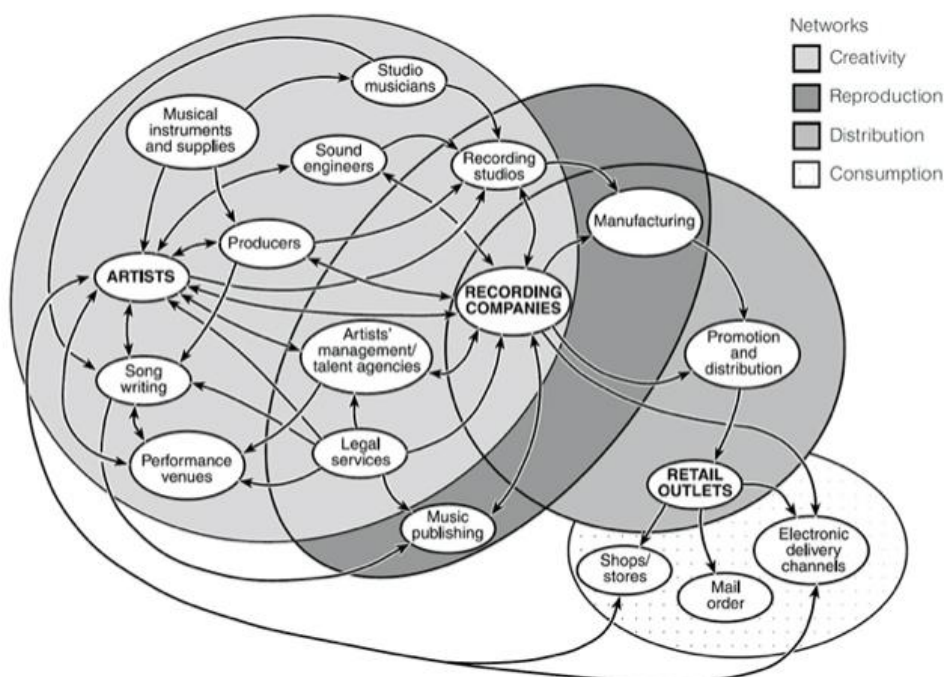
jakaa tunteisiin perustuvia kokemuksia ja videot ovat inspiraation lähde, niistä on tullut työkaluja oppimiseen ja ostopäätöksiin. Sen takia YouTube on lisännyt valtaa nuorten keskuudessa tietokanavana. (Kälviäinen et. al. 2018.) Videobloggaajat ja vloggaajat ovat nuoria, jotka tarkastelevat videoissa elämänkokemustaan ja kiinnostavia asioita, kuten pelejä tai eläimiä.

5 MERKITYSTALOUS

5.1 Arvon luominen

Taidemusiikkialan arvo on immateriaalista ja taloudellisesti se syntyy vuorovaikutuksessa yleisön kanssa, jossa äänitteet ja elävä musiikki kuuluvat markkinoinnin prosesseihin. Arvoketjuajattelussa tarkastellaan musiikkiteollisuuden sitoutumista muihin aloihin, sekä kulttuurisiin ja taloudellisiin funktioihin. (Ilmavirta 2020.) Ilmavirta viittaa Ricardo Alvarezin raporttiin *The music industry in the dawn of 21st century* (2017), jossa tarkastellaan musiikkialan arvonmuodostusta verkostomaisemmin. Ajatuksena raportin mallissa on ymmärtää eri toimijoiden moninaisuus (Leyshonin malli 2001). Lisäksi raportissa pyritään selvittämään arvoketjuajattelua sekä yksittäisen tuotteen arvonmuodostusta sen tuotantoketjun osalta ja tarkastelemaan koko toimialaan liittyvien toimijoiden panosta tuotteiden arvonliikään. Arvoketjuajattelussa, jossa musiikkiala sitoutuisi muihin aloihin, Leyshonin mallia voidaan käyttää karttana uusille avauksille ja sidosryhmiä luoda tulevaisuuden toimijoiden tarpeisiin. Arvoketjuanalyysin kehittäjä oli Michel Porter (1985).

Leyshonin mallissa (kuvio 4.) tarkoituksena on ymmärtää eri toimijoiden monimuotoisuus. Verkostomaisuutta rakennetaan ydinrakenteiden ympärille ja niiden välille. Tässä mallissa arvoketjun toimijat jaotellaan visuaalisesti eri vaiheisiin, jolloin eri toimijoiden suhteellinen asema on helposti hahmotettavissa. Se selittää myös alan moninaisuutta.



Kuvio 4. Leyshonin-mallia on kehitetty jo vuonna 2001.

Kehitystyön tuloksena halutaan saada ymmärrystä rakentaa taidealan sisältöjä ja tarkastella arvonmuodostuksen rakentumista, koska halutaan lisätä vaihtoehtoja ja elämyksellisyyttä. Taidemusiikkialan kehittäminen voi löytää uusia polkuja nojaten yhteistyöhön eri kulttuuritoimijoiden välillä, esimerkiksi mahdollisuutena jakaa tietoa tai tuottaa uusia konsepteja ja ratkaisuja, jotka olisivat sovellettavissa muihinkin taidealan toimijoihin. Huomion arvoista on nuorten kuluttajien verkostot, jotka tuovat lisäarvoa alalle ajankohtaisuudellaan ja tekevät verkostosta laajemman. Koska taideala muodostuu immateriaalisesta arvosta, tarkastelussa voidaan painottaa verkostojen tuomia arvoketjuja, joissa arvo siirtyy sidosryhmien välillä. Musiikkialan mahdollisuuksilla sitoutua myös muihin aloihin sekä muihin kulttuurisiin ja taloudellisiin funktioihin, voisi hyödyttää vuorovaikutuksellista merkitystä laajemmin. Markkinoinnin prosessi voisi hyödyntää tätä ketjua arvomuodostuksen mahdollistajana ja brändiin liitettävänä tuotteena.

5.2 Schwartzin arvoteoria suhteessa nuorten asiakasryhmään

Arvoteoria kuvaa kulttuuriryhmiä, sen yksilöitä, asenteita ja perustelee motivaatiota. Schwartzin teoria määrittelee kymmenen laajaa arvoa, jotka yhdessä muodostavat motivoivaa jatkuvuutta. Schwartzin mukaan arvot motivoivat meitä pyrkimään tavoitteisiimme ja aktivoituessaan niihin liittyy myös tunteita. Ne ohjaavat tekemään valintoja, vaikka arvojen vaikutus jokapäiväisissä päätöksissä on kuitenkin harvoin tietoista (Schwartz 2012, 3). Arvot vaikuttavat toimintaamme, kun ne ovat merkityksellisessä kontekstissa. Schwartz toteaa, että arvot ovat yleismaailmallisia, koska ne perustuvat yhteen tai useampaan kolmesta olemassaolon universaaleista edellytyksistä. (Schwartz 2012, 4.) Nämä edellytykset liittyvät sekä yksilön että ryhmien tarpeisiin, sosiaalisen vuorovaikutukseen ja hyvinvointiin. Tässä hän viittaa harmonian ja vakauden, yksilön autonomian ja luovuuden tarpeisiin, aistillisiin tarpeisiin sekä menestyksen ja pätevyyden tarpeiden osoittamiseen kulttuuristandardien mukaisesti (sosiaalinen hyväksyntä). Arvot ovat Schwartzin mukaan keskeinen ja tärkeä osa itseämme ja persoonallisuuttamme, erillään asenteista, uskomuksista, normeista ja piirteistä (Schwartz 2012, 17).

Schwartzin arvoteoriassa arvot on jaettu neljään kategoriaan motivaatioon liittyvien merkitysten perusteella. Tämä jaottelu pitää sisällään itsensä ylittämisen (huolehtiminen), itsensä korostamisen (valta), säilyttämisen (traditio) ja kyvyn olla avoin muutokselle (oppiminen). Lisäksi hengellisten arvojen määrittelevä tavoite on merkitys, johdonmukaisuus ja sisäinen harmonia, joka ylittää jokapäiväisen todellisuuden (Schwartz 2012, 7). Nämä henkiset arvot liittyvät myös hyvántahtoisuuteen, jossa korostuu hengelliset tavoitteet ja kuulumisen tunne (sosiaalisuus).

Se, miten avoimia olemme muutokselle sisältää arvoteorian mukaan itseohjautuvuuteen eli itsenäisiin valintoihin, luovuuteen ja uteliaisuuteen miellettyjä elementtejä. Tärkeää on lisäksi stimulaatioarvot, joissa uutuus ja jännitys pitävät yllä positiivista aktivaatiotasoa. Ilo ja aistillisuus merkitsevät hedonistisia eli elämästä nauttimiseen liittyviä arvoja, jotka arvoteorian mukaan ovat tärkeitä elementtejä muutosvalmiutta tarkastellessa. (Schwartz 2012, 7, 13.)

Nuoret ovat jakaantuneet useaan eri segmenttiin, joita yhdistävät tietyt arvot ja asenteet. Yhteistä kuitenkin on, että nuorten keskuudessa iän myötä esimerkiksi avarakatseisuus lisääntyy ja yleisesti oppimiseen suhtaudutaan myönteisesti (Insight360 2020). Nuorille on tärkeää perhe ja sosiaaliset suhteet, elämän merkityksellisyys sekä elämästä nauttiminen (Nuorisobarometri 2019). Vaikuttaa kuitenkin, että taloudellinen taantuma koventaa humanistisia arvoja ja kiristää nuorten asenteita (Vilpponen 2016). Taidemusiikin eheyttävillä ja elämyksiä tuovilla vaikutuksilla voisi olla erityinen arvo pirstaloituneessa ja monia vaikutteita sisältävässä maailmassa. Taidemusiikkiin liitettävät kokemukset voisivat toimia itsenäistymisen ja oman minuuden löytämisen kanavana. Klassista musiikkia voi kokea useiden palveluiden kautta, se tarjoaa lisäksi sosiaalisen yhteyden ja sen kuuntelu lisää luovaa ongelmanratkaisua. Parhaimmillaan merkittävät kokemukset musiikin parissa vahvistavat olemassaoloamme ja kehittävät tunne-elämäämme (Juvonen 2014).

6 BRÄNDIN RAKENTAMINEN ARVOVERKKOANALYYSIN NÄKÖKULMASTA

Brändäämisellä tarkoitetaan maineen luomisprosessia, jossa brändin ja asiakkaan väliset kosketuspisteet auttavat pitämään merkittävää läsnäoloa kuluttajien mielessä (Slade-Brooking 2020, 18). Brändin haasteena on olla osa suurempaa yhteyttä ja linkittyä asiakaidensa muuhun elämään, jolloin on oleellista pohtia, mikä on brändin merkitys asiakas-suhteelle.

Sosiaalisen aikakauden tunnus on palveluinnovaatiot (Partanen 2019). Palveluinnovaatioissa tuotekehityksen voimavarana yhteisesti kehittämällä on loppukäyttäjät ja erilaisuus. Näillä luodaan samalla käyttäjäkuntaa ja kasvatetaan yhteisöä. Uudistamisprosessit vaativat syvällistä ymmärrystä ja parhaimmillaan ne ovat yhteisöllisiä oppimisprosesseja. (Partanen 2019.) Nykyään yhteistyö kilpailijoiden ja asiakkaiden kanssa on keskeinen osa markkinointia, jossa sosiaalinen osallisuus ohjaa yleisöhankintaa. Useat kanavat ja sitä kautta liitettävyyttä muuttaa myös tapaa, jolla näemme kilpailun ja asiakkaat. (Kotler et. al. 2017, 13, 20.) Kotlerin tutkimusryhmä (2017, 34) painottaa, että markkinointia on järkevä kohdistaa nuoriin, koska tämän päivän nuoret ovat tulevaisuuden käyttäjäkuntaa. Nuoret ovat tutkimusryhmän mielestä lisäksi dynaamisia ja varhaisia adaptoijia ja he eivät pelkää kokeiluja. Nuoret reagoivat myös nopeammin maailmassa tapahtuviin muutoksiin, kuten globalisaatioon ja tekniikan kehitykseen. Tällä hetkellä he ovat huolissaan siitä, mitä heidän ympärillään tapahtuu. Koska nuoret ovat trenditietoisia pelinavaajia, ovat he avain muutokselle ja voivat dynaamisuudellaan johtaa brändin kykyyn vaikuttaa myös muihin asiakkaisiin. (Kotler et. al. 2017, 34).

Mobiiliverkko on tuonut vertaisverkkoyhteydet ja antanut asiakkaille mahdollisuuden olla paremmin tietoisia kuin aiemmin (Kotler et. al. 2017, 46). Jos perinteisesti brändi on ollut asiakkaalle tukku heijasteita ja mielikuvia, niin tänä päivänä on brändistä tullut kokonaisvaltainen asiakaskokemus sen tarkan targetoinnin eli kohdentamisen takia (Kotler et. al. 2017, 48). Voidaan sanoa, että yhdistetyssä ja yhdistyneessä maailmassa markkinoinnin 4P-malli on kehittynyt sisällyttämään lisäksi asiakasosallisuuden. Uudessa mallissa osallistaminen, keskustelu ja yhteisöllisyys muodostavat yhdessä asiakaspolun (Kotler et. al. 2017, 50). Asiakaspolku (customer journey) viittaa asiakaskokemukseen ja toimenpiteisiin asiakkuuden eri vaiheissa (Kotler et. al. 2017, 60).

6.1 Asiakasyhteisön vahvistaminen

Perinteisesti markkinointi alkaa aina segmentoinnista ja jakaa markkinat homogeenisiin ryhmiin niiden maantieteellisen, demograafisen, psykograafisen ja käyttäytymisprofiilin perusteella. Sitä seuraa targetointi eli kohdentaminen, jossa brändi kilvoittelee yhden tai useamman segmentin huomiosta. Segmentointi eli kohdistaminen ja lisäksi positiointi (STP) ovat brändistrategian perusedellytyksiä (Puranen 2017). Ne mahdollistavat resurssien tehokkaan kohdentamisen ja terävimmän paikannuksen. Ne auttavat myös markkinoijia palvelemaan useita segmenttejä eriytetyn tarjonnan kentällä. Segmentointi ja kohdentaminen ovat markkinoijien päätöksiä, jotka saattavat tuntua asiakkaasta kuitenkin yksipuolisina viesteinä.

Kotlerin tutkijaryhmä (2017, 81) painottaa, että ihmiset etsivät ihmislähtöisiä tuotemerkejä, joissa tasa-arvoinen vuorovaikutus ylläpitää vahvoja ympäristöllisiä ja sosiaalisia arvoja. Myös tuotemerkit, jotka ovat kokemuksellisia ja edustavat tiettyjä elämäntapoja houkuttelevat. Itseilmaisuus, uteliaisuus, yllätyksellisyys kuuluvat sitouttamiseen. Lisäksi saumattoman asiakaskokemuksen tarjoaminen on asiakaspolun oleellisimpia vaiheita. Asiakasuskollisuus lisääntyy, kun todellinen kokemus vastaa tai jopa ylittää odotukset. Tässä tapauksessa puhutaan kiintymyksestä, jossa ihmiskeskeisen markkinoinnin voima perustuu kokonaisvaltaiseen lähestymiseen; pyritään ymmärtämään asiakkaan identiteettiä, syvimpiä toiveita ja piileviä tarpeita (latent desires), sekä miten rakentaa ihmisten välisiä yhteyksiä (Kotler et. al. 2017, 111). Kun brändi haluaa vaikuttaa asiakkaisiin inhimillisellä tasolla, on sen täytettävä myös inhimilliset ominaisuudet, joista muun muassa moraali, älyllisyys, sosiaalisuus ja emotionaalisuus tukevat hyvinvointia (Kotler et. al. 2017, 114). Tämä on johtanut muun muassa sisältömarkkinoinnin syntyyn, läpinäkyvyyden ja syvemmän yhteyden luomisen tarpeeseen asiakkaan ja tuotemerkin välille, johtoajatuksena avoimuus (Kotler et. al. 2017, 121). Jos ajatellaan, että taidemusiikki on sisällöltään kiinnostavaa ja taidemusiikilla on jo itsessään vahva sisällöllinen sanoma, tulee pohtia, miten kohdistaa tätä viestiä nuorten asiakasryhmään kiinnostuksen herättämiseksi.

6.2 Brändi-identiteetin luominen

Jotta voidaan määritellä brändin olemassaolon merkitys, tulee pohtia, mikä vaikuttaa ihmisten valintoihin. Slade-Brooking (2020,15) painottaa, että sosiaalisella paineella voi olla tärkeä rooli ostospäätöstemme takana. Bränditietoisuus lujittaa luottamusta ja sen tulee tukea subjektiivisia tarpeita. Kuluttajakulttuurin oletetaan tukevan arkemme luovuutta. Menestyvä brändi käyttää ainutlaatuista arvojoukkoa kilpailuetuna toteuttaakseen liiketoimintastrategiaansa menestyksekkäästi.

Jos brändi-identiteetti on tuotemerkin läheisyyttä suhteessa asiakkaisiinsa, niin markkinoinnin ydin on ymmärtää tuoteimagoa markkinoilla (Partanen 2019.) Ihanteellista olisi luoda rikas vuorovaikutuksen visio, rikastava yhteisö, jossa kohdesegmentti toimii kehittäjänä. Partanen (2019) kirjoituksessa pohditaan tulevaisuuden kyvykkyyksiä ja verkottoutunutta toimintamallia. Hän viittaa siihen, miten haluamme olla avoimia ja jakaa sekä hyödyntää luovuuden kykyä tuottaa uusia näkökulmia kaikkeen ajatteluun ja tekemiseen.

7 MERKITYSANALYYSI KEHITTÄMISMENETELMÄNÄ

Merkitysanalyysimenetelmä paneutuu lähinnä museokokoelmien sekä objektien tarkasteluun sekä kokoelmien merkitysten määrittelyyn, mutta sitä on kokeiltu myös muihin aineetoman kulttuurin ilmauksiin. Merkitysanalyysin avulla halutaan täydentää tuotettavia prosesseja ja arvoluokitusta, jotta voidaan paremmin tuoda esiin yhteiskuntaa koskettavia arvoja, merkityksiä, näkökulmia sekä moniarvoista kulttuuriperintötietoa. (Häyhä et. al. 2015.) Merkitysanalyysimenetelmän prosessissa on oleellista näkökulman valinnan ja tiedonkeruun lisäksi analyysin tekijän ja sidosryhmien nimeäminen. Lopuksi muodostetaan konteksti, jossa suoritetaan merkitysten arviointi. (Häyhä et. al. 2015.) Menetelmä pohjautuu alun perin ulkomaisiin esikuviin, mutta sitä on yhteisöllisesti kehitetty suomalaisten museoiden arvokriteereistä käsin muokkaamalla, jossa kokemukset ja kommentit ovat olleet tärkeä osa menetelmän kehittämisen prosessia.

Merkitysanalyysi on valittu tähän työhön, koska sen tavoite on tuoda opinnäytetyön prosessissa uutta tietoa, jolla voidaan paremmin ymmärtää loppukäyttäjää. Lisäksi halutaan vastata kehittämishaasteeseen siitä, miten tavoittaa nuoria klassisen musiikin käyttäjiä ja kuinka lisätä klassisen musiikin ymmärryksen tuottamaa kokonaisuutta ja tärkeyttä kohde-segmentin arvomaailmassa. Merkitysanalyysin tarkoituksena on tuottaa tietoa yhteisöllisesti analyysikohteen sidosryhmille. Merkitysanalyysimenetelmää halutaan hyödyntää opinnäytetyössän erityisesti siksi, että halutaan saada uudenlainen lähestyminen taidemusiikin merkityksille, uudelle kohderyhmälle, nuorille. Menetelmän kontekstista johdetaan kysymyksiä, joilla voidaan peilata satojen vuosien taidemusiikkitraditiota. Tämä mahdollistaa parhaimmillaan arvokkaita ajatuksia ja huomioita, koska lähestymistapa on tuore. Kysymykset haastatteluihin on laadittu merkitysanalyysin pohjalta. Tätä menetelmää ei ehkä aiemmin ole käytetty taidemusiikkia lähestyttäessä.

Merkitysanalyysin näkökulmasta kulttuurillinen ilmaus opinnäytetyössä on klassisen musiikki ja sen kulttuuriperintö. Koska taidemusiikin yhteydessä korostuu elämyksellinen, älyllinen, emotionaalinen ja kokemuksellinen merkitys, voi se tarjota aineksia esimerkiksi identiteetin rakentamiseen. Merkityksellisyydellä haetaan opinnäytetyössä klassisen musiikin ymmärryksen tuottamaa kokonaisuutta ja tärkeyttä kohde-segmentin arvomaailmassa. Merkityksellisyyden analyysillä halutaan luoda uusien ideoiden synnyttämiä merkityksiä, identiteettejä ja arvoa, mutta myös arviointikriteerejä. Tässä menetelmässä on oleellista tulkinnan prosessimaisuus ja uudelleen tulkinnan mahdollisuus, joka tarkoittaa tulkinnan elävänä pitämistä intressitahojen ja ajan myötä (Häyhä et. al. 2015).

Lopuksi merkitysanalyysissä tarkastellaan yhteisöllisen merkityksen rakentumista kohde-segmentin identiteetin ja yhteenkuuluvuudentunteen ja kokemuksen jakamisen perspektiivistä (Häyhä et. al. 2015). Tarkoituksena on myös arvioida klassisen musiikin saavuttamiseen, hyödynnettävyyteen ja käyttöön liittyviä kriteerejä. Kun halutaan tarkastella, mitkä arvot nousevat nuorille merkityksellisinä, tulisi kulttuuriperintöä ja sen tavoitettavuutta tuottaa dynaamisessa tapahtumaketjussa yhdessä kehittämällä. Ihanteellinen tilanne tutkimukselle muodostuisi, jos instituutiot, yhteisöt ja yksilöt jakaisivat merkityksiä taidemusiikkialaa koskien.

Merkitysanalyysin perspektiivien eri kohdat opinnäytetyössä etenevät seuraavasti:

1. Analyysikohteen näkökulma ja tavoitteen määrittely

Analyysikohteen näkökulma on klassisen musiikin kulttuuriperintö ja sen arvo nuorten käyttäjien havainnoissa. Analysoinninkohteena on taidemusiikki, nuoret kuluttajat ja heidän havaintonsa aiheesta.

2. Sidosryhmät

Sidosryhmää analyysissa ovat nuoret ja haastateltavat klassisen musiikkialan asiantuntijat.

3. Tiedonkeruu

Tiedonkeruu tapahtuu sidosryhmiä haastattelemalla sekä kirjallisista lähteistä.

4. Klassisen musiikin merkityksen arviointi ja kriteerit

Perehdytään klassisen musiikin ja oopperan olemukseen käyttäjän ja musiikin ammattilaisen näkökulmasta.

5. Merkityslausunto

Merkityslausunnossa perustellaan miksi ja millä tavalla kohde on merkityksellinen, ja miten merkityksellisyys lisää sen käytettävyyttä ja hyödynnettävyyttä, joten siinä mainitaan vain ne kriteerit, jotka tuottavat analyysikohteelle merkitystä. (Häyhä et. al. 2015.)

8 TIEDONHANKINTAMENETELMÄT

8.1 Osallistava toimintamalli

Taidemusiikin merkityksellisyyttä ja kokemuksellisuutta tutkittaessa menetelmässä on oleellista uudelleentulkinnan mahdollisuus, jotta mahdolliset uudet maailmat ja merkitykset avautuvat. Muotoilujattelun avulla halutaan luoda uudenlainen todellisuus, kehittää uudenlaisia suunnitelmia ja malleja rakentaa brändiä taidemusiikin alalla. Kehitysprojektissa keskitytään ratkaisemaan käytännön tarvetta, jotta voidaan tuottaa innovatiivisiin ratkaisuihin johtavaa ymmärrystä. Osallistamalla eri sidosryhmiä suunnitteluprosessiin varmistetaan kollektiivisen tiedon saamisesta, jolloin tietoa voidaan integroida jo kehitystyön aikana. Osallistavalla kehittämisellä voidaan myös fokusoida käyttäjän todellisiin tarpeisiin. Yhdessä kehittämisen prosessin aikana halutaan pysyä optimistisena ja kokeilevana, jota siivittää tulevaisuusorientoitunut ja utelias mielenlaatu. Muotoilujattelun toimintatavoille on ominaista kokonaisuuksien ja eri näkökulmien hahmottaminen, joissa hyödynnetään divergenttiä ja konvergenttiä ajattelua. Näillä toimintatavoilla tuotetaan vaihtoehtoisia ratkaisuja, joita sitten analysoidaan ja lähestytään rationaalisesti. (Kälviäinen 2020.)

Ajatuksena opinnäytetyössä on löytää ratkaisuja kehittämishaasteeseen tarkastelemalla eri näkökulmia, koska erilaista ajattelua tarvitaan mahdollisimman monien ideoiden tuottamiseksi. Muutamien hyvien ja mahdollisesti onnistuneiden ideoiden valintaprosessissa painotetaan todellisuutta ja tuloksia, jotta voidaan tuottaa merkityksellisyyttä (Kälviäinen 2020). Opinnäytetyössä etsitään nuorten kohderyhmän kanssa merkityksiä yhdessä, koska halutaan ymmärtää, miten luoda mahdollisimman vaikuttavaa ja dynaamista vuorovaikutusta brändin ja asiakkaan välille. Haastatteleamalla osallistetaan kohderyhmä, jolla pyritään saamaan syvällistä tietoa nuorten tarpeista ja motiiveista. Tutkimusprosessin luotettavuutta lisätään tutkimalla ilmiötä useista eri näkökulmista. Toisin sanoen, useiden tiedonkeruumenetelmien avulla triangulaatio antaa rakenteelle vahvemman perustelun.

Opinnäytetyössä on tarkoitus ymmärtää nuorten kohdesegmenttiä ja kehittää yhdessä merkityksiä, jotka liittyvät klassisen musiikin brändiin, kuluttamiseen ja siihen, mikä tuo lisäarvoa. Brändiä lähdetään kehittämään suunnittelulla, jossa kerätään tietoa siitä, miten nämä oikeat käyttäjät käyttökontekstissa käyttäytyvät, koska halutaan tuottaa kokemuksellisuutta. Yhdessä haastateltavien kanssa tuotetaan ideoita, luodaan skenaarioita, tulevaisuuden mahdollisuuksia ja maailmoja. Oleellista tässä prosessissa on rajata tarkasti se, mitä halutaan kehittää, jotta fokus säilyy läpi kehittämisprosessin. (Kälviäinen 2020.)

Miten löytää tapoja ja interventioita, joilla rakennetaan nuorten osallistumisen motivaatiota heidän tarpeistaan sekä heidän myötävaikutuksellaan? Oleellista olisi löytää sellaiset vuorovaikutuksen tavat, joihin nuoret sitoutuvat ja kokevat, että heillä on liikkumavaraa. Tärkeää olisi saada nuorten ääni kuulumaan taidekulttuurialan suunnittelussa. Pitäisi onnistua rakentamaan yhteistyötä sellaisten toimijoiden ja sektoreiden välille, joilla on merkitystä ja identifioitumisen mahdollisuus myös nuorille. Taidemusiikin merkityksiä pitäisi vahvistaa, tarjoamalla esimerkiksi sosiokulttuurista toimintaa. Osallistaminen perehdyttää taidemusiikin markkinoijat nuorten arkeen ja piileviin tarpeisiin. Oleellista olisi, miten kehittämisprojektit siirtyvät edistämään taidepolitiikkaa.

8.2 Kirjallisuus ja haastattelut rakentavat pohjan taustatiedolle

Kehittämistehtävän tietoperustaa rakennetaan dokumenteista, kirjallisista lähteistä sekä haastatteluiden analyseistä saatavalla ajankohtaisella tiedolla. Opinnäytetyön tarkoituksena on kartuttaa ajatuksia ja luoda mahdollisesti menetelmiä uuden yleisön tavoittamiseksi. Kehitystehtävän tulos voidaan nähdä sekä arvomuodostuksen näkökulmasta yksilön kannalta, mutta se voidaan linkittää myös laajempaan kontekstiin yhteiskunnallisesti, koska taidepalveluiden monitahoiset hyödyt tukevat luovuutta ja hyvinvointia (Kaattari & Suksi 2019, 8).

8.3 Teemahaastattelu menetelmänä

Haastattelu menetelmänä kerää ja tuottaa tietoa, joka koskettaa mielipiteitä, kokemuksia, asenteita ja arvoja. Haastattelu on vuorovaikutteinen menetelmä haastattelijan ja haastateltavan välillä, joka luo keskustelun ja dialogin loppukäyttäjien kanssa. (Koppa 2020.) Teemahaastattelu valikoitui sopivaksi haastattelumuodoksi, koska aihepiiristä haluttiin saada mahdollisimman tarkkaa tietoa, jota ei välttämättä ollut sen kokemusperäisyyden takia aiemmin saatavilla. Teemahaastattelussa kysymykset ovat laadittu etukäteen merkitysanalyysin pohjalta, mutta inspiraatiolle haluttiin jättää tilaa ja sen takia haastattelu voi edetä vapaamuotoisesti. Teemahaastattelu, eli puolistrukturoitu haastattelu sopii laadulliseen tutkimuksen aineistonhankinnan yhteyteen sen joustavuuden takia ja se mahdollistaa aiheeseen syventymisen. Opinnäytetyössäni aihepiirin tuntemus kumpuaa omasta henkilökohtaisesta syvällisestä ymmärryksestäni klassista musiikkia ja sen toiminnan erilaisia muotoja kohtaan. Haastateltavat valittiin huolellisesti, jotta päästäisiin lisäämään syvällistä ymmärrystä aiheesta ja saamaan oleellista tietoa kehittämistyön etenemiseksi.

Opinnäytetyöni haastattelukysymykset ovat rakennettu merkitysanalyysin pohjalta teemoittain. Haastatteluilla haluttiin tuottaa syvää ymmärrystä ja pyrkiä ratkaisemaan kehittämistehtävää, sitä, mitkä asiat ja kokemukset voisivat saada nuoren käymään klassisen musiikin konserteissa. Tarkoitus on saada ainutlaatuisia ja kokemusperäistä tutkimusaineistoa loppukäyttäjältä. Lisäksi haluttiin pohtia ja tunnustella heikkoja signaaleja, joita voidaan käyttää tulevaisuuden arvioinnissa toimintaa suunniteltaessa.

8.3.1 Asiantuntijuus haastattelun tukena

Teemahaastattelu sai opinnäytetyössäni syvähaastattelun piirteitä, koska ymmärrykseni ja taidemusiikkialan asiantuntemukseni mahdollisti syventävien kysymysten esittämisen tilanteen mukaan. Opinnäytetyössä toteutettiin yksilöhaastatteluja, joissa haastateltiin kahta nuorta miestä sekä kahta musiikkialan asiantuntijaa puhelimen välityksellä. Toista nuorta haastateltiin neljä kertaa puhelimitse ja lisäksi järjestettiin ryhmähaastattelu nuorille miehille lähihaastatteluna, joka kesti noin kolme tuntia. Samat haastateltavat nuoret miehet pysyivät läpi opinnäytetyön ajan. Kaksi ensimmäistä puhelinhaastattelua tehtiin keväällä 2020 pahimpaan pandemiatilanteeseen puhelimitse. Toiset kaksi puhelinhaastattelua tehtiin alkusyksyllä 2020 tuoreen oopperakäynnin jälkeen. Puhelinhaastattelut kestivät noin 20-30 minuuttia kerrallaan. Nuoret miehet olivat erityisen avuliaita ja tein vielä muutaman täydentävän lyhyen puhelun varsinaisten haastatteluiden jälkeen. Lisäksi lähetettiin luotaimen kaltainen tehtäväksianto haastateltavien nuorten miesten mukana, jossa nuorten tuli soittaa klassista musiikkia samanikäisille kavereille.

Nuorten kohderyhmää edustamaan valitsin tarkoituksella nuoria miespuolisia henkilöitä, koska heitä on klassisen musiikin tapahtumissa erityisen vähän. Halusin ymmärtää nuorten miesten kokemusperäisiä tunnelmia liittyen klassiseen musiikkiin ja mikä heidän mielestään klassisen musiikin tapahtumassa on erityistä ja arvokasta. Toinen nuorista on 21-vuotias osa-aikaista työtä tekevä, joka odotti opiskelupaikkaa. Toinen on 22-vuotias opiskelija. Näille nuorille miehille klassinen musiikki ja ooppera olivat harrastuksen ja perheen myötävaikutuksesta ennestään tuttuja. Valitsin nuoria miehiä, joilla on aikaisempaa kosketusta klassiseen musiikkiin ajatuksella, että he todennäköisesti osaisivat sanoittaa merkityksiä, jotka liittyvät klassiseen musiikkiin.

Nuorten miesten mukana lähetettiin lisäksi luotaimen kaltainen tehtäväksianto, jossa nuorten tuli soittaa musiikkia samanikäisille kavereille. Tarkoituksena oli saada tietoa nuorten ajatuksista ja asenteista liittyen klassiseen musiikkiin mahdollisimman

kaunistelemattomasti ja niin, että se tehtiin heidän omassa ympäristössään. Tehtävällä oli tarkoituksena saada arkisessa yhteydessä ja ympäristössä kokemuksia. Tehtäväksiannosta sovittiin toisen nuoren miehen kanssa puhelimitse ja klassista musiikkia oli soitettu kertaluonteisesti kahdelle kaverille autossa. Tchaikovskyn Pähkinänsärkijä-baletin musiikki toimi tämän tehtäväksiannon otteena klassisesta musiikista. Ideani kokeiluun kumpusi haastattelussa ilmenneen tiedon myötä, että näitä klassisen musiikin soittokokeiluja oli tehty kavereille useaan otteeseen aiemminkin. Ajattelin, että pandemia-aikana on tämä tapa saada arvokasta tietoa myös niiden nuorten ajatuksista, joilla ei ollut vahvaa sidettä klassiseen musiikkiin. Nuorten miesten mukana lähetetyn tehtävän tulokset välittyivät minulle ryhmähaastattelussa, eli sitä, mitä klassista musiikkia oli soitettu ja miten kaverit siihen reagoivat. Kun tietoa purettiin, pyrin havainnoimaan ja poimimaan erityisiä piirteitä liittyen klassisen musiikin herättämiin ajatuksiin ja tunteisiin. Tehtävällä oli tarkoitus tutustua ilmaisuihin ja mielipiteisiin vapautuneesti nuorten omassa ympäristössä.

Nuorten haastatteluiden kysymykset

Miten taidemusiikki eroaa muista taiteen lajeista?

Onko klassisen musiikin kuuntelu paikkasidonnaista? Onko väliä kuka sitä esittää?

Mitä tapahtui, että klassinen musiikki havahdutti ja siitä tuli merkityksellinen?

Mitä suhteita on klassisella musiikilla muuhun maailmaan?

Mikä merkitys on taidemusiikkikappaleen tarinalla?

Puuttuva merkitys? Mitä klassinen musiikki edustaa?

Minkälaisia elämyksiä taidemusiikki tuottaa?

Mitä ovat taidemusiikkialan tulevaisuuden näkymät?

Miten ooppera ja klassinen musiikki voisi olla kiinnostavampi? Miten tavoittaa nuoria mainonnan avulla?

Miten kehittäisit oopperan toimintaa nuorille kiinnostavammaksi?

Mitä haluaisit nähdä ja kokea oopperassa tulevaisuudessa? Minkälaisia mielikuvituksellisia visioita nousee esiin?

Pandemiatilanteen ollessa maltillisempi toteutettiin kahden hengen ryhmähaastattelu alkusyksystä 2020. Ryhmähaastattelu nuorille tapahtui syksyllä lyhyen ajan sisällä Covid fan Tutte- oopperaesityksen jälkeen, jolloin oopperakäynnin tunnelmat olivat tuoreessa muistissa. Ryhmähaastattelu nuorille nauhoitettiin kahdella laitteella, koska haluttiin varmistaa materiaalin säilyminen litterointia varten, joka osoittautui myöhemmin tarpeelliseksi. Samat haastattelukysymykset säilyivät läpi prosessin, joihin tein tilannekohtaisesti syventäviä tarkennuksia. Haastatteluissa joustavuus osoittautui nuorten kanssa tärkeäksi, koska haluttiin pitää yllä luontevaa haastatteluilmapiiriä ja mahdollisuutta lisätä teemahaastatteluun täydentäviä kysymyksiä. Yhteishaastattelussa nuorten kanssa keskustelun tarkoituksena oli kerätä paitsi mahdollisimman ainutlaatuista ymmärrystä, niin saada lisäksi taidemusiikin innoittamia ideoita lentämään. Yhteishaastattelulla nuorten kanssa ideoitiin uusia ratkaisuja tarkoituksena luoda ymmärrystä arvonmuodostuksen mallista eli sitä, miten luoda lisäarvoa taidemusiikkiin markkinointiin juuri nuorten kohderyhmälle. Samat nuoret haastateltavat ja pysyivät mukana läpi opinnäytetyön, jotta haastattelutilanne olisi lopuksi mahdollisimman vapautunut.

Asiantuntijahaastattelut suoritettiin puhelimitse kertaluontoisesti opinnäytetyön ollessa jo pidemmällä syyskuussa 2020. Puhelut kestivät noin 30-40 minuuttia. Puhelimesta tehtyjen yksilöhaastattelujen aikana tehtiin nauhoitusten lisäksi muistiinpanoja. Haastattelut olivat suunniteltu merkitysanalyysin neljännen kohdan mukaan, joka otsikoitiin merkityksen arvioinnin ja kriteerien aiheen alle klassisesta musiikista. Näiden haastattelujen tarkoituksena oli saada ajatuksia taidemusiikkiin liittyen ammattimaisemmin ja syventyä kokemukseräisesti klassisen musiikin ja oopperan olemukseen. Haastatteluiden asiantuntijat ovat vahvasti linkittyneet klassisen musiikin ajankohtaiseen seuraamiseen, vaikka ovat musiikin ammattilaisen virkojensa puolesta jo eläkkeellä. Klassinen musiikki kuuluu heidän toimintaansa kuuntelun, opettamisen ja konserttien merkeissä.

Asiantuntijahaastatteluiden kysymykset

Mikä on taidemusiikin konteksti oopperassa?

Ketkä käyttävät oopperaa?

Millä tavalla taidemusiikki lisää ymmärrystä kulttuurista? Minkälaisia elämyksiä se tuottaa?

Merkitysten arviointikriteerejä heijastavat lisäksi tämän ajan teemat, jotka ovat digitaalisuus, yhteisöllisyys sekä pelillistäminen. Mitkä sopisivat taidemusiikin profiiliin, aikaan ja paikkaan?

8.3.2 Haastattelut autenttisen tiedon lähteenä

Haastattelut ovat toimineet opinnäytetyössä tärkeänä lähteenä nuorten kokemuksia ja ajatuksia ymmärtäessä. Opinnäytetyön sattuessa korona-aikaan jouduttiin haastattelut tekemään pääasiallisesti puhelimitse ja tämä toimi onnistuneesti tiedonkeruun lähteenä. Palvelumuotoilulle tyypillisiä yhteiskehittämisen työpajoja ei kuitenkaan voitu alkuperäisistä suunnitelmista huolimatta tilanteen takia järjestää. Yhteishaastattelu tehtiin kahden hengen ryhmässä väljässä tilassa, joka toimi arvokkaana vuorovaikutustilanteena tiedonkeruun yhteydessä. Yhteishaastattelussa oli yhtenä ajatuksena rennon tunnelman luominen, jotta ideat lähtisivät helposti lentoon. Myös eräänlainen luotaimen käyttö oli korona-aikana ratkaisu, joka toimi linkkinä haastateltavien nuorten kautta sellaisiin nuoriin, joilla ei ollut harrastuksen tai sukulaisten kautta suhdetta klassiseen musiikkiin. Tämä toimeksianto oli hyvin väljä, jotta tilanne säilyisi mahdollisimman luontevana. Haastateltavat nuoret soittivat pyynnöstäni klassista musiikkia kavereilleen ja jakoivat huomioitaan minulle myöhemmin yhteishaastattelutilanteessa. Autossa soitettiin kahdelle kaverille Tchaikovskyn Pähkinänsärkijä-baletin musiikkia, joka oli molemmille haastateltaville merkityksellinen ja läheinen klassisen musiikin teos. Musiikkia soitettiin niin kauan, kunnes toinen kavereista pyysi lopettamaan soiton. Tämä oli erittäin lyhyt aika kyseisen baletti-teoksen kokonaiskestosta, joka on noin 2 tuntia. Puhelinhaastattelussa kävi ilmi, että vastaavanlaisia tilanteita, joissa oli soitettu kavereille klassista musiikkia, oli ollut aiemminkin. Yhteishaastattelussa nivoutui useiden tilanteiden tuomat kokemukset ja ajatukset näistä soittokokeiluista. Haastateltavat miehet osasivat hienosti sanoittaa ja arvioida klassisen musiikin herättämistä ennakkoluuloista, sekä sitä, miksi klassinen musiikki koetaan vieraaksi, vaikka toisaalta sille voisi olla myös tilausta nuorten musiikkimaailmassa.

Opinnäytetyön haastatteluun valittiin kaksi nuorta miestä, joille klassinen musiikki oli aikaisemmin tuttua. Olin kiinnostunut erityisesti nuorten miesten ajatuksista liittyen klassisen musiikin kuunteluun sekä sen kuluttamiseen, koska parikymppisiä poikia näkyy klassisen musiikin tilaisuuksissa erityisen vähän. Ajatukseni siitä, että haastateltavilla nuorilla olisi jo aiempaa kosketusta ja ymmärrystä klassisesta musiikista, toivoin lisäävän kykyä jäsentää klassisen musiikin maailmaa, jossa kerronnallinen muotoilu kumpuaa kokemuksellisesta

ymmärryksestä. Tämän ymmärryksen valossa olisi kykyä hahmottaa paremmin, miten rakentaa taidemusiikin palveluita kaikille nuorille.

9 KEHITTÄMISTYÖN TULOKSET MERKITYSANALYYSIN PERSPEKTIIVISTÄ

9.1 Merkitysanalyysin näkökulma ja tavoitteen määrittely

Merkitysanalyysin kohdissa 1., 2., ja 3. määritellään näkökulma ja tavoitteet, joita ovat klassisen musiikin kulttuuriperintö ja sen arvo nuorten käyttäjien havainnoissa. Analysoinnin kohteena on taidemusiikki sekä sen määrittely siitä, mitä nuoret kuluttajat pitävät arvokkaana. Nuoret toimivat myös sidosryhmänä näissä analyysin kohdissa. Klassisen musiikin kulttuuriperintöä ja sen arvoa määritellään kirjallisiin lähteisiin viitaten, sekä nuorten haastatteluista saadulla tiedolla. Usean kirjallisen otteen lähteenä on käytetty Leena Unkari-Virtasen klassiseen musiikkiin liittyvää tutkimusta. Hän on musiikin historian, musiikki-pedagogiikan ja tutkimuksen lehtori Metropolia ammattikorkeakoulussa ja tutkinut musiikkikoulutukseen liittyviä kysymyksiä. Nuorten miesten haastatteluissa sanalla klassinen musiikki viitataan tonaaliseen, rakenteellisesti klassiseen ja melodiseen musiikkiin, ei atonaaliseen nykyaikamusiikkiin.

Kun arvioidaan klassisen musiikin kulttuuriperintöä ja sen arvoa opetushallituksen artikkelissa musiikin kuuntelukasvatuksesta Leena Unkari-Virtanen (2020) toteaa, että *taidemusiikki on taiteellisesti, sosiaalisesti sekä emotionaalisesti arvokasta kulttuuriperintöä*. Hän toteaa, että sen kuuntelemisella on henkilökohtaisesti, kulttuurisesti, sosiaalisesti ja jopa biologisesti merkittäviä vaikutuksia. Tämä tulee esille myös nuorten miesten haastatteluissa, jossa 22-vuotias nuori kuvailee taidemusiikin kuuntelukokemusta seuraavasti: *Elämys on emotionaalinen.. tulee enemmän älykäs olo.. soinnuissa on ulottuvuuksia*. Voidaan todeta, että klassinen musiikki on monella tapaa kokemuksellisesti arvokasta ja sen vaikutus meihin on monitasoinen. Musiikki on paitsi tunteita herättävä kokemus niin se vaikuttaa lisäksi autonomiseen säätelyyn ja jopa motoriseen järjestelmään, toteaa neurologian professori Seppo Soinila Muusikko-lehdessä (5/2020, 5).

Sillä, että eroaako taidemusiikki muista taiteen lajeista ja miten se eroaa, haluttiin ymmärtää klassisen musiikin herättämiä ainutkertaisia kokemuksia. Mikä tekee klassisesta musiikista ja konsertissa käymisestä arvokasta nuorille? Haluttiin myös ymmärtää teokseen liittyvän tiedon saannin merkitystä klassisen musiikin kuuntelukokemuksessa. Onko merkitystä, että teoksen tuntee etukäteen?

Nuorten miesten haastatteluissa kävi ilmi, että klassisen musiikin ainutkertaisuus ilmenee sen jännitteiden ja äänimaailman tunnelmissa, joissa muotoja kokea klassista musiikkia

on monia. Nuoret kuvailevat aistimuksia seuraavasti: *Klassinen musiikki herkistää aistit..klassisesta musiikista tulee rentoutunut ja huoleton olo* (nuori 22- vuotta). *Klassisen musiikin kokemus on kuin olisi jonkun alkulähteillä* (nuori 21-vuotias). Voidaan sanoa, että klassisen musiikin vaikutukset kuulijassa ovat merkittäviä. Turun yliopiston neurologian professori Seppo Soinila (2020) toteaa, että Pythagoras on jo aikoinaan ymmärtänyt, että musiikilliset harmoniat resonoivat kuulijassa vaikuttaen kokonaiskokemukseen, joka käsittää ymmärryksen siitä, miten musiikilliset harmonian suhteet vaikuttivat parantavasti kehoon ja mieleen. Hän lisää, että musiikilla on mielialaa parantava, mutta jopa aivoja korjaava vaikutus, koska se aktivoi merkittävästi aivojen eri osia.

Arvokkaiksi elementeiksi nuorten keskuudessa koettiin lisäksi konsertissa ja oopperassa käyminen, mutta klassista musiikkia kuunnellaan myös mielellään kotona yksin. Vaikka Ateneum ja muut taiteen muodot kiinnostavat, todetaan nuorten haastatteluissa, että mikään ei kuitenkaan vedä vertoja vedä klassiselle musiikille ja taidemusiikin kuulijasuhteelle. Tämä käy mielestäni ilmi selkeästi seuraavasta toteamuksesta: *Vaikka olen musiikin suhteen kaikkiruokainen, mikään muu ei saavuta samaa tunnelmaa ja saa karvoja pystyyn kuin klassinen musiikki* (nuori 21-vuotta). Haastatteluissa kävi lisäksi ilmi, että taustatiedon lisääminen tuo klassiseen musiikkiin ja oopperaan syventävää kokemusta, jossa tarinallisuus kuljettaa osaltaan oopperateoksen vuorovaikutuksellisuutta. Myös Unkari-Virtasen artikkelissa (2020) käy ilmi, että taidemusiikin kuuntelemisen lisäksi erilaisen taustatiedon lisääminen vaikuttaa musiikin kulttuuriperinnön merkittäväksi kokemiseen. Hän toteaa, että taustatieto lisää merkittävyyttä, koska se lisää ymmärrystä ja kiinnostusta, sekä syventää koettua. Esimerkiksi säveltäjän elämään ja teoksen syntymiseen liittyvien kertomusten referoinnin avulla on kokemusta syventävä merkitys. Haastatteluissa kävi selvästi ilmi, että taustatiedolla on merkitystä: *Klassinen musiikki avautuu paremmin kun on teoksen taustasta tietoa ja oppii tuntemaan musiikkia..tarinaan tutustuminen kasvatti mielenkiittoa entisestään teosta kohtaan* (nuori 21-vuotta.) *Hyräillen tuttua melodias* (nuori 22-vuotta).

Myös tutun melodian hyräily lujittaa suhdetta klassiseen musiikkiin sekä linkittää taidemusiikkiteokseen, jolla on taidemusiikin ulottuvuuden kannalta oleellinen ja suuri kokemuksellinen arvo. Voidaan sanoa, että taidemusiikki tulee taustatiedon karttuessa helpommin lähestyttäväksi. Haastatteluissa käy ilmi, että nuoret toivoisivat peruskoulun taustoittavan klassisen musiikin perusteoksia kattavammin. Kouluissa voitaisiin käydä enemmän klassisen musiikin historiaa, jolla vältettäisiin nuorten miesten mielestä myös elitistinen

taidemusiikin maine. Nuoret haastateltavat ovat vakuuttuneita klassisen musiikin arvosta merkityksellisenä osana ja ymmärryksen kanavana myös muille musiikin muodoille ja toteavat haastattelussa seuraavasti: *Klassinen musiikki on kaiken musiikin perusta..se on yleissivistävää..tiedon jakamisella klassisesta musiikista ja sen historiasta voidaan välttää hienostelun maine..*(nuori 22-vuotta.) Lisäksi haastatteluissa käy ilmi, että oikealla ohjelmistovalinnalla voidaan vaikuttaa merkittävästi onnistuneeseen taidemusiikkikokemukseen, jonka valinta vaatii tietoa ja aikaisempaa kokemusta klassisen musiikin kentältä.

Vaikka tutkimustiedon valossa nuoret yleisesti arvostavat striimauksia ja digitaalisia sisältöjä musiikkia kuunnellessa, nuorten haastatteluissa käy ilmi, että klassisen musiikin elämyksellisyyttä lisää akustiikassa koettu autenttisuus. *Akustiikassa äänimaailma on kolmiulotteisempi* (nuori 21-vuotias). Oopperassa orkesteri, oikeat soittimet ja laulajat luovat vaikuttavan koneiston, joka tarjoaa sointimaailmojen ja rytmiikan kokemuksellisuutta. Haastattelussa todettiin, että: *Klassisessa oikeat soittimet tekevät aitouden* (nuori 22-vuotta). Voidaan sanoa, että säveltaidetta tulee avartaa kuulijoiden suuntaan taidemusiikin omilla ehdoilla. Voidaan lisäksi todeta, että musikaalisuuden kehittyminen meissä, eli tiedon lisääminen, luo antoisamman ja syvemmän taidemusiikkikokemuksen, jossa äänimaailman värähtely ja autenttisuus tukee klassisen musiikin merkityksellisyyttä.

Luotaimen kaltainen toimeksianto haastateltaville pojille tuotti arvokasta kokemusperäistä tietoa nuorista, joilla ei ollut klassisen musiikin aikaisempaa traditiota. Haastateltavat soittivat autossa Tchaikovskyyn Pähkinänsärkijä-balettia ja reaktiot jakoutuivat hiljaisuudesta pyyntöön sammuttaa musiikki. Haastateltavat jäsensivät reaktioita luonnollisiksi, koska mikä tahansa uusi musiikin laji ei välttämättä avaudu heti alkuun, varsinkin kun on kyse klassisesta musiikista, jota käytetään muutenkin vähemmän nuorten keskuudessa. Tässä vertailussa muodostuu erityinen arvo klassisen musiikin kulttuuriperinnöstä niille nuorille, jotka ovat klassisen musiikin harrastajia tai, joilla tätä kulttuuriperintöä on vaalittu tai siihen tutustuttu pienestä saakka. Haastatteluissa täsmennettiin, että klassisella musiikilla viitataan rakenteellisesti klassiseen ja melodiseen musiikkiin, ei moderniin ja atonaaliseen nykyaikataidemusiikkiin. Tässä otos haastattelusta, jossa korostuu klassisen musiikin aikajatkumon merkitys: *Klassinen musiikki merkitsee lapsuudessa koettuja asioita, jatkumoa, hyviä muistoja, haluan vaalia perinnettä ja tarjota omille lapsille kokemuksen käydä oopperassa, se on yhteinen kiva tapahtuma. Tunteet klassista musiikkia kohtaan lähtevät lapsuudesta, on tärkeää, että on käyty pienenä.* (nuori 22-vuotta.)

Voidaan sanoa, että ne nuoret, joilla oli aikaisempaa kosketusta klassiseen musiikkiin, kokivat merkityksellisenä, että musiikki on paitsi entuudestaan tuttua niin tässä yhteydessä myös instituution klassisuus ja muuttumattomuus tuntuivat tärkeältä. Toinen haastateltava toteaa: *Oopperatalo on tärkeä ja tuttu paikka, siellä ei mikään muutu* (nuori 22-vuotta). Erityisen vahva kokemus syntyi juuri klassisen musiikin ajattomuudesta, iättömyydestä ja musiikin kulkeutumisesta läpi historian, aikojen linkittymisen ja aikajakumon herättämistä tunteista. Haastattelussa todettua: *On hurjaa mieltä, että klassinen musiikki on satoja vuosia vanhaa, se herättää tunteita* (nuori 21-vuotta). Klassisen musiikin kokemus sidottiin myös vahvasti sosiaalisuuteen; musiikin kokeminen on yhteisöllinen tapahtuma ja se halutaan jakaa toisten kanssa, se yhdistää perhettä ja sukupolvia. Tähän viittaa myös seuraava ote haastattelusta: *Klassisen musiikin konsertti on tapahtuma ja haluan jakaa tilanteen, yhdessäolo on siinä tärkeä elementti* (nuori 22-vuotta). *Kuuntelen isoäitini kanssa yhdessä musiikkia ja keskustelemme teoksista* (nuori 21-vuotta). Konteksti teoksen sekä akustiikan suhteen olivat lisäksi oleellisia. Lisäarvoa tuo musiikin kokeminen tilassa, joka kietoo kuulijansa äänien sointimaailmaan ja, jossa sopiva teosvalinta lujittaa suhdetta koettuun. Lisäarvona koettiin lisäksi tarinan merkitys ja viihdyttävyyttä, vaikka keskeistä antia on itse musiikki. Haastateltava kuvaa tarinallisuuden tematiikkaa seuraavasti: *Tarina elää musiikin mukana ja sen takia tärkeä, musiikki on kuitenkin kaikkein oleellisin* (nuori 21-vuotta).

Haastatteluissa kävi ilmi klassisen musiikin kokemuksen ja käytettävyyden monitasoisuus, joka tekee klassisesta musiikista käytettävyydeltään merkittävän nuorten maailmassa. Sitä ohjaa toisaalta viihdyttävyyttä ja jännitteet, mutta sen äärelle myös vakavoidutaan, koetaan syvällisiä ja merkittäviä tunteita. Näitä kokemuksia voidaan ohjata esimerkiksi teosvalinnoilla. Klassinen musiikki lisää myös yhteisöllisyyttä, yhdistää perheitä ja sukupolvia. Klassista musiikkia voidaan lisäksi kuunnella useissa eri paikoissa kuten töissä ja autossa, mutta todettakoon, että koti oli haastattelussa tulleen tiedon valossa se paikka, jossa siihen voi keskittyä syvemmin. Tässä suora viite haastatteluun: *Klassinen musiikki yhdistää isovanhempiin...kuuntelen klassista musiikkia töissä kun ajan trukkia* (nuori 21-vuotta). *Yhdessäolo on siinä tärkeä elementti...klassinen musiikki on vahvaa ja tulee säilyttämään merkityksensä* (nuori 22-vuotta).

Nuorten omassa ympäristössä soitettu klassinen musiikki kavereille herätti useita tunnereaktioita niillä nuorilla, joilla aikaisempaa taidemusiikin perinnettä ei ollut. Haastatteluissa kävi ilmi, että kavereiden kesken soitettu klassinen musiikki koettiin muun muassa liian vaikeana ja siitä tuli vaivaantunut olo. Huomion arvoista kuitenkin on, että

vertaismarkkinointi saa vahvan otteen sosiaalisessa mediassa ja herättää kiinnostusta useissa nuorissa. Facebookissa esitettyjen kommenttien perusteella monet nuoret kokivat konsertin ja oopperan kiehtovaksi. Sosiaalisessa mediassa jaettu kuva haastateltavista nuorista miehistä oopperassa, sai hurjan määrän tykkäyksiä ja kommenttien perusteella herätti useissa nuorissa kiinnostuksen vierailuun oopperassa. YouTube ja Instagram vaikuttavat olevan haastateltavien nuorten suosiossa. Heidän ehdotuksensa nuoriin kohdenne- tusta mainonnasta tulisi sisältää elävää musiikkia vetoavasti ja ytimekkäästi. *Wagnerin Valkyyrian näyte iski, koska musiikki oli tarpeeksi aggressiivista ja herätti mielenkiinnon.. mainospätkän pitää mennä suoraan asiaan* (nuori 21-vuotta).

9.1.1 Klassisen musiikin merkityksen arviointi ja kriteerit

Tässä merkitysanalyysin kohdassa numero 4. perehdytään ja syvennytään merkitysana- lyysin kulttuurilliseen ilmaukseen eli klassiseen musiikkiin sekä oopperan olemukseen. Tä- män kohdan avulla halutaan lisätä ymmärrystä klassisesta musiikista, jotta voidaan pa- remmin tuoda esiin yhteiskuntaa koskettavia arvoja, merkityksiä, näkökulmia sekä moniar- voista taidemusiikin kulttuuriperintötietoa. Ymmärryksen syventämiseksi taidemusiikista tietoa halutaan lisätä tässä kohdassa asiantuntijahaastattelulla sekä kirjallisuudesta. Haastateltavana on klassisen musiikin ja oopperan asiantuntija 77-vuotias mies, joka ker- too henkilökohtaisesta suhteestaan taidemusiikkiin. Toisena haastateltavana on laulutai- teen lehtori Sibelius-Akatemiasta. Haastattelut ovat laadittu 4.9.2020. Usean kirjallisen ot- teen lähteenä on Leena Unkari-Virtasen klassiseen musiikkiin liittyvää tutkimusta.

Kun olen purkanut asiantuntijahaastatteluja ja arvioidaan taidemusiikin olemusta, niin voi- daan todeta, että klassinen musiikki tuo esimerkiksi oopperassa kokonaistaideteokseen osansa (asiantuntija 2020). Laulutaitteen lehtori painottaa kuitenkin, että taidemusiikin rooli oopperassa on numero yksi, kaikki lähtee musiikista. Kokonaistaideteoksella viitataan haastattelussa siihen, että ooppera rakentuu musiikista, teatterista ja visuaalisesta elä- myksestä. Olemukseltaan se on universaalia, jota tulkitaan eri aikoina vaihtelevasti, koska esimerkiksi teosten taiteellinen tulkinta poikkeaa näkemyksellisistä eroista kapellimestarin, ohjaajan ja muiden taiteellisen henkilökunnan toimesta. (asiantuntija 2020.) Teos-käsit- teellä viitataan musiikilliseen sävellykseen, joka liittyy länsimaisen taidemusiikin estetiik- kaan (Otavan suuri musiikkitietosanakirja 5/1979, 403).

Musiikkitieteilijöiden määrittelemä länsimainen taidemusiikki katsotaan olevan universaalia ja edustavan ihmiskunnan parhaimpia sekä kehittyneimpiä pyrkimyksiä, jota varten on

taidemusiikille kirjoitettu esimerkiksi oma historia. (Unkari-Virtanen 2011.) Vaikka oopperaa ja taidemusiikkia voivat käyttää kaikki, on sillä erityinen ja hyvin sitoutunut vakituinen käyttäjäkunta, jonka demograafinen pohja painottuu meidän aikanamme vanhempaan ikäluokkaan. Haastattelussa (2020) laulutaiteen lehtori painottaa, että ne ihmiset käyttävät oopperaa, jotka ovat löytäneet oopperan maailman. Hän toteaa lisäksi, että klassinen musiikki on ilmaisun ja itseilmaisun muoto. Hänen mielestään musiikki on abstraktia mutta inhimillinen ilmaisumuoto; *kun sanat loppuvat niin musiikki jatkaa.* (laulutaiteen lehtori 2020.)

Taidemusiikin kulttuurillista merkitystä luonnehtii myös Unkari-Virtanen vuosisatojen perinteenä, jonka arvoa on vaikea määritellä sen immateriaalisuuden takia. Merkitys ja määrittely perustuu henkilökohtaiseen ja kokemusperäiseen arvioon. (Unkari-Virtanen 2011.) Kun pohditaan taidemusiikin kulttuurillista merkitystä, nousee tässä kohdassa yksilön kokemus keskiöön. Laulutaiteen lehtori (2020) toteaa, että taidemusiikki tuo hyvää koska se värittää elämää ja on sen takia tärkeä osa meidän kulttuuria. Hänen mielestään taidemusiikki auttaa tunnistamaan ja herättämään omia tunteita, koska musiikki resonoi tunne-elämässä. Taidemusiikki auttaa kokemaan ja löytämään kauneutta, ja jopa pyhän kokemusta. Voidaan sanoa, että taidemusiikin kulttuurillinen merkitys henkilökohtaisena eheyttäjänä suojaa meitä arvokkaan kokemuksen myötä.

Klassisen musiikin merkityksen arviointia kuvaa Unkari-Virtanen julkaisussaan Historiatietoisuus ja musiikin historia (2011), että klassinen musiikki lisää ymmärrystä kulttuurista, koska sen kollektiivinen tunne ja muisto välittyy musiikin emotionaalisissa sisällöissä, kun sitä soitetaan. Muisteluiden ja mielikuvien varassa sitä voidaan tuoda ainoastaan osittain esiin, koska muistia tukevat tällöin vain osittain artikuloitu tieto (Unkari-Virtanen 2011). Artikkelissa Historiatietoisuus ja musiikin historia Unkari-Virtanen (2011) tuo kiinnostavan näkökulman *The Imaginary Museum of Musical Works* (Goehr 1992) kirjan myötä, jossa rinnastetaan musiikillinen teoskäsite musiikin historian kerronnan museoon. Siinä ajatellaan, että musiikin historian kosketuspiste (teos) tuo merkityksen myös nykyhetkeen, koska jos sävelletty musiikillinen teos on ikuinen. Soittamalla muusikot, orkesterit ja kapellimestarit herättävät menneisyyden musiikin henkiin ja tuovat sen tulkinnallaan omaan aikaansa. Unkari-Virtanen (2009) käyttää länsimaiseen taidemusiikkiin liittyen seuraavia metaforia ja hänen mukaansa *musiikin historia voidaan mieltää moniääniseksi kertomukseksi, äänten kuljettamiseksi ja kollektiiviseksi muistiksi.*

Laulutaiteen lehtori (2020) tuo haastattelussa esiin, että koska suomalaisen taidemusiikin historia on lyhyt, olisi sen takia tärkeä ymmärtää ja tuntea vanhojen eurooppalaisten kulttuurimaiden taidemusiikin traditiota, jonka merkitys on ollut tärkeä osa jokaisen ihmisen elämää. Voidaan sanoa, että taidemusiikki lisää tällöin ymmärrystä kulttuurista, koska se koskettaa suurta osaa kansakunnasta. Myös eri taidemuodot ovat olleet yhteyksissä toisiinsa eri aikakausina, joissa tyylit heijastelevat aikakautensa elämän muotoja. Taidemusiikki auttaa ymmärtämään ajan tavoista, jotka herättävät omanlaisia tunteita (laulutaiteen lehtori 2020). Elämyksinä klassinen musiikki tuottaa mielihyvää, rentoutumista ja on syvältä koskettava asia (asiantuntija 2020). Lisäksi sen on todettu vaikuttavan ihmisen hyvinvointiin ja aivoihin (Luokkanen 2017, 8).

Merkityksen arviointikriteerejä heijastavat tämän ajan teemat, joihin digitaalisuus kuuluu oleellisena osana esimerkiksi striimauksien muodossa. Klassisen musiikin striimauksia kuuntelevat myös musiikin ammattilaiset. Asiantuntijan haastattelussa (2020) kuitenkin todetaan, että striimauksesta puuttuu aidon esityksen vuorovaikutus, jolloin kokemus on kalpea. Jos halutaan, että verkostot korostuvat kohtaamisissa markkinoilla voi media tuoda lisäarvoa kulttuuripalveluille. Nuorten haastatteluissa (2020) käy ilmi, että elämys voi nuorelle olla kohtaaminen tai markkinointiviestintää, joka yllättää ja ylittää odotukset. Tämä tarkoittaa vetävää videokatkelmaa vaikuttavasti pauhaavasta musiikista. Myös asiantuntija haastattelussa (2020) käy ilmi, että taidemusiikin kohdalla media on suuressa roolissa aikamme heijasteiden sanoittajana sekä tarinallistajana. Kritiikki heijastaa meidän aikamme ja sitä, mitä painotetaan ja mitä painotuksilla halutaan eri aikoina nähdä.

Nuorten haastatteluihin (2020) viitaten, elämyksellisyyttä voi olla vaikea konkreettisesti arvioida. Taidemusiikin tunnekokemus on esteettinen, intensiivinen ja koherentti, mutta myös laajennettu kokemus, jokin oheistuote tai palvelu vaikuttaa kokonaisuuteen. Väliaikatarjoilu ja odotuksen tunne ovat tärkeitä osia klassisen musiikin tapahtumaa nuoren kokemusmaailmassa. Tärkeänä musiikin lisäksi koetaan musiikkiesityksessä aistittu tila (foajé tai sali), vuorovaikutus, muut ihmiset ja yhteisöllisyys.

9.1.2 Merkityslausunto

Merkitysanalyysin kohdassa 5. luodaan merkityslausunto, jossa perustellaan, miksi ja millä tavalla kohde on merkityksellinen aikaisemman tiedonkeruun perusteella. Lisäksi muodostetaan ajatus siitä, miten merkityksellisyys lisää käytettävyyttä ja

hyödynnettävyyttä. Halutaan kiteyttää taidemusiikin merkityksellisyyttä ja sitä, miksi klassinen musiikki voisi olla merkityksellistä nuorille.

Taidemusiikkia aistitaan monitasoisesti ja sen hyödynnettävyys on laaja. Taidemusiikin kokemus on henkilökohtainen, joka herättää tunteita ja, jossa sen arvo määräytyy vastaanottajan havainnoissa. Taidemusiikki kohottaa ja sen avulla voi irtautua arjesta. Parhaimmillaan taidemusiikki toimii innoittajana ja inspiraation lähteenä. Taidemusiikki luo hyvinvointia ja kauneutta, se on emotionaalinen ja kehollinen kokemus. Sen merkitys nuorten kokemusmaailmassa kasvaa, kun suhde taidemusiikkiin syvenee. Taidemusiikki, eli klassinen musiikki on historiallisesti merkityksellistä, koska se välittää tietoa menneen ajan sävellyskulttuurista ja säveltäjistä, elämän muodoista. Sen monitasoisuutta, merkitystä ja arvoa lisää uudelleentulkinta, kun muusikot ja taiteilijat tuovat soitollaan teos- historiaa meidän aikaamme.

10 OPINNÄYTETYÖN YHTEENVETO JA EHDOTUKSIA

Klassinen musiikki toimii yhteiskunnassamme arvokkaan kulttuuriperinnön heijasteena ja tukipilarina. Historian jatkumossa musiikki ja sen tulkinnat ovat oman aikansa tuotantoa. Nämä muistin paikat ovat kulttuurin aineettomia tukiaineita ja kulttuuriperinnön monenlaisien maailmojen ilmentymiä, joissa uusien arvojen ja kertomusten matka jatkuu ajan henkeä peilaten. Koska musiikissa, sen kuuntelussa ja sen tuottamisessa on heijastunut eri aikoina laaja kirjo yhteiskunnallisia arvoja, tulee sitä uudelleenarvioida uusina aikoina tässä jatkumossa uuden merkityksellisyyden valossa. Voidaan sanoa, että kulttuuri ja taidekulttuuri suojaa meitä, koska se voi toimia henkisenä kotina.

Tarkoituksena opinnäytetyössä on ymmärtää sitä, mikä on merkityksellistä nuorille ja miten he kokevat klassisen musiikin konserteissa käynnin, mikä siinä on kiinnostavaa ja kokemuksellisesti hienoa. Nuorten haastatteluiden perusteella taidemusiikissa nuorille arvokasta on ensisijaisesti musiikki, mutta myös kulttuuriperinnön jatkumo, yhteisöllisyys sekä merkitykselliset sisällöt ja emotionaaliset kokemukset. Näitä tarjoaa perinteinen klassinen musiikki, mutta myös konsertti- tai oopperatalon eri tilat. Vaikka musiikki koetaan *meditationa* ovat lisäksi väliaikatarjoilu ja odotuksen tunne tärkeitä osia klassisen musiikin tapahtumaa nuorten kokemusmaailmassa. Voidaan sanoa, että klassisen musiikin tapahtuman kokonaisuuden tuoma kokemus on tärkeä. Tämä tarkoittaa, että esimerkiksi oheistoiminta taidemusiikkitapahtumassa voisi madaltaa kynnyistä ja avata ovia taideorganisaatioon nuorten keskuudessa myös uusille käyttäjille. Kun lisäksi tarkastellaan yhteisöllisen merkityksen rakentumista kohdesegmentin identiteetin, yhteenkuuluvuudentunteen ja kokemuksen jakamisen perspektiivistä, klassinen musiikkitapahtuma mielletään vahvasti yhteisölliseksi tapahtumaksi, joka halutaan jakaa. Jaetussa kokemuksessa korostuu yhteinen läsnäolo, tradition jatkumo ja musiikillisten havaintojen jakamisen tärkeys.

Opinnäytetyössä on ollut lisäksi tarkoitus ymmärtää nuorten kohdesegmenttiä ja kehittää nuorten kanssa yhdessä merkityksiä, jotka liittyvät klassisen musiikin brändiin ja siihen, mikä tuo lisäarvoa. Koska nuoret ovat dynaamisia ja varhaisia adaptioijia, eivätkä he pelkää kokeiluja, on brändin voimavara kutsua nuoret osallistuvaan kehitystyöhön, voidaan puhua sosiaalisesta osallisuudesta (Kotler et. al. 2017). Nuoret ovat trenditietoisia pelinavaajia ja vaikuttavat brändin kykyyn vaikuttaa myös muihin asiakkaisiin, esimerkiksi sukulaissuhteiden kautta. Koska digitaaliset sisällöt ovat luonnollinen osa nuorten jokapäiväistä elämää, vuorovaikutuksellisuuden lisääminen sosiaalisen median kautta on kanava,

jossa voi saada tietoa ja osallistua taidemusiikkipalveluiden kehittämiseen. Energinen katkelma klassisen musiikin teoksesta YouTube-palvelussa saa nuoren huomion ja herättää mielenkiinnon. Nuorten haastatteluissa käy myös ilmi, että suosittelija- ja vertaismarkkinoinnilla on merkittävä osuus. Facebookissa jaettu kuva sai suuren määrän tykkäyksiä ja huomiota, joka herätti nuorissa kiinnostusta uutta alaa, klassista taidemusiikkimuotoa ja oopperaa kohtaan.

Itseilmaisuus, uteliaisuus ja yllätyksellisyys kuuluvat sitouttamiseen (Kotler et. al. 2017, 81.) Haastattelussa (2020) kävi ilmi, että nuoren oopperassakävijän sai innostumaan uudesta teoksesta, kun hän tuli yllätetyksi kesken oopperaillan: *Ilta alkoi yllätyksellisesti, joka teki suuren vaikutuksen. Orkesteri aloitti soittamaan Wagnerin Valkyyriaa, vaikka olin asennoitunut Mozartin musiikkiin. Musiikin teho ja yllätys pökerrytti ja oli heti selvää, että tämän teoksen minä haluan myös nähdä.* (nuori 21-vuotta.)

Kun organisaatio tavoittelee uutta yleisöä, on oleellista ymmärtää, miten olemme avoimia muutokselle. Tässä viitataan Schwarzin arvoteoriaan, jossa arvopohja toimii liikuttajana ja motivaattorina uuden omaksumiseen. Oppimiseen tarvitaan luovuutta, jossa brändi herättää uteliaisuutta, luo jännitystä, iloa ja on esteettinen. (Schwartz 2012.) Schwarzin teoriassa peilataan perustarpeisiin, joita ovat omaehtoisuus, kyvykkyys sekä yhteenkuuluvuus. Voidaan olettaa, että täytyessään nämä tarpeet edistävät merkityksellisyttä. Haastattelussa kävi ilmi, että yllätyksellisyys ja musiikin tehot saivat aikaan wow-kokemuksen vastaanottajassa. Nuori oopperavieras etsi tästä kokemuksesta innoittuneena lisää tietoa teoksesta, joka syvensi entisestään hänen kiinnostustaan. *Kokemuksen innoittamana luin Wagnerin Ring- oopperasarjan Valkyyrian libreton, tarina teki suuren vaikutuksen ja se lisäsi kiinnostavuutta teosta kohtaan entisestään, haluan ehdottomasti nähdä sen* (nuori 21- vuotta).

Markkinointiviestinnän toimien tulee tavoittaa uusia yleisöjä ja vahvistaa jo olemassa olevia asiakkuuksia. Tärkeää olisi saada nuorten ääni kuulumaan taidekulttuurialaa suunniteltaessa. Se, miten saada nuoret mukaan taidemusiikin kehitystyöhön Sitran Seitsemän oppituntia nuorten osallisuudesta -raportissa (2020) ehdotetaan, että korvaus nuorelle lisää motivaatiota osallistua yhteiskeittämiseen matalan osallistumiskynnyksen lisäksi. Yhteisöt, jotka työskentelevät nuorten kanssa sekä sosiaalinen media toimivat verkostoitumisessa. Sitran raportissa Heikka ja Pulkkinen toteavat, että oleellista on ylläpidon ja

jatkuvuuden takaaminen, jotta luottamus nuoriin rakentuu. Myös musiikin kuuntelu tutustuttaa koulussa ja musiikkioppilaitoksissa musiikin kulttuuriperintöön ja sen takia on musiikkioppilaitoksilla tärkeä tehtävä yhteiskunnassamme toimia kulttuurin ja taideaineiden kulttuuriperintömme muistin paikkoina (Unkari-Virtanen, 2020).

Osallistamalla nuoret taidemusiikkipalveluiden suunnitteluun lisätään mahdollisuutta ymmärtää nuoria ja sitä kautta tavoittaa nuorten keskuudessa uutta yleisöä. Mielestäni oleellista klassisen musiikin palveluiden suunnittelumenetelmissä on osallistamalla jakaminen. Tämä tarkoittaa yhteisessä kehittämisessä sitä, että kohdesegmentin todellinen kuuleminen ja kuunteleminen osallistavassa kehitystyössä muodostavat sen yhteyden, joka herättää myös nuorissa kiinnostuksen taidemusiikkia kohtaan. Jatkuvan yhteiskehittämisen malli taideorganisaation ja nuorten välillä takaisi vuorovaikutuksen, jossa dynaaminen tiedonsaanti ei katkea. Tämä on myös tapa, jolla tavoittaa mahdollisesti niitä nuoria, joilla ei ole aiempaa kosketusta taidemusiikin tarjontaan. Kehitystutkimuksessa kävi ilmi, että aikaisempi tutustuminen ja ymmärrys teoksesta syventää klassisen musiikin kuuntelukokemuksen merkitystä. Sen takia on mielestäni oleellista, että näitä palveluita on suunnittelemassa nuoria, joilla on jo kokemusta ja tietoa klassisen musiikin monitasoisesta olemuksesta. On tärkeää hyödyntää tätä ymmärrystä klassisen musiikin monitasoisuudesta, sekä teosten tuntemusta suunnittelutyössä. Nuoret kuuntelevat musiikkia laajasti ja heillä on ymmärrys, mitkä kanavat tavoittavat ja, minkälainen klassinen musiikki voisi tavoittaa ja miten sisältöä tulisi jakaa. Tässä kehitystyössä tulee olla jatkumo, koska nuorten maailmassa muutokset tapahtuvat nopeasti.

Koska syvälinen tiedonvaihto tapahtuu vuorovaikutuksessa, on tämä myös tapa saada merkityksellinen lopputulos. Ottamalla mukaan ja olemalla kiinnostuneita nuorista voivat instituutiot inhimillistää olemustaan, koska kokemus arvokkaana olemisesta herättää luottamuksen. Viitataan tässä Kotlerin tutkimusryhmän painotukseen, että ihmiset etsivät ihmislähtöisiä tuotemerkkejä, joissa tasa-arvoinen vuorovaikutus ylläpitää vahvoja ympäristöllisiä ja sosiaalisia arvoja. Tämä on myös tapa sitouttaa uutta yleisöä. Kehitystyössä ilmeni, että vertaismarkkinointi on tehokas tapa vaikuttaa. Ajatuksena tässä on aurata tilaa klassiselle musiikille nuorten maailmassa, jossa erilaisuus voi toimia kiinnostuksen katalysaattoreina. Markkinoinnissa voidaan hyödyntää myös klassisen musiikin oheispalveluita.

Jos tarkastellaan klassisen musiikin arvonmuodostusprosessia, voisi organisaation brändimielikuva tai toisen brändin liittäminen klassisen musiikin instituutioon lisätä arvoa nuorten merkityksissä. Tämä tarkoittaa, että jo valmis palvelu, tässä tapauksessa klassisen musiikin konsertti tai oopperaesitys, kasvattaa arvoa, kun se sidotaan arvoketjuun nuorten tarpeiden ja arvomaailman mukaan. Nuorten matkalla oopperaesitykseen on useita kosketuspisteitä, jotka voisivat toimia lisäarvon tuojina. Nuorten osallistaminen oopperan toimintaan useissa vaiheissa voisi integroida uusia yleisöjä. Arvoketjuanalyysissä se voisi myös tarkoittaa ulkopuolisten toimijoiden ja sidosryhmien verkostoitumista taidemusiikki-palveluiden yhteyteen. Näitä toimijoita voisivat olla oopperan näkökulmasta esimerkiksi digitaalisia ratkaisuja tuottavat yritykset ja elämysteollisuus.

11 POHDINTAA JA AJATUKSIA TULEVAISUUDEN LIKETOIMINTAMALLISTA

Kehitystyön tarkoituksena oli tarkastella klassisen musiikin merkitystä nuorten arvomaailmassa, jotta taidemusiikkiala saa uusia asiakkaita, on elinvoimainen ja voi tulevaisuudessakin hyvin. Ajatuksena opinnäytetyössä oli löytää ratkaisuja kehittämishaasteeseen tarkastelemalla eri näkökulmia. Muotoiluajattelun avulla haluttiin kehittää uudenlaisia suunnitelmia ja malleja rakentaa brändiä taidemusiikin alalla. Nuorten toiminnan ymmärtämiseksi teemoitetuilla haastatteluilla haluttiin syventää ymmärrystä aiheen ympärille siitä, mitkä ovat nuorten yleisiä asenteita ja mikä heitä motivoi.

Mielestäni onnistuin hyvin löytämään nuorille tärkeitä merkityksiä ja arvoja klassiseen musiikkiin liittyen. Olin erityisen vaikuttunut haastateltavien nuorten miesten kyvystä jäsentää klassisen musiikin herättämiä kokemuksellisia merkityksiä ja sitä, että he ovat vakuuttuneita klassisen musiikin kyvystä lisätä ymmärrystä myös muun musiikin ymmärtämisen perustana. Heidän mielestään taidemusiikin klassikot tulisi integroida varhaisemmassa ja laajemmassa kontekstissa osaksi peruskoulun tarjontaa. Nuoret miehet tarjosivat myös konkreettisia ehdotuksia musiikkitoiminnan maailmaan, ideoita esimerkiksi videomarkkinoinnin sisältöjen tuottamiseen.

Kun pohdin nyt jälkikäteen tilannetta, kun aloitin tammikuussa 2020 hahmottelemaan opinnäytetyötäni ja nyt vuotta myöhemmin joulukuussa viimeistelen työtäni tuntuu, että ylitemme pyyhkäissyt, merkityksiä ja arvoja ravistellut pandemia-aika on muuttanut myös taidemusiikkialaa. Teknologia on mahdollistanut tässä ajassa ennennäkemättömiä ratkaisuja ja rohkaissut varmasti useita taiteen tekijöitä yhdistämään digitalisaation tuomia mahdollisuuksia. Pohdin, että opinnäytetyöni painotukset saattaisivat esiintyä toisessa valossa, jos työni aloitusajankohta olisi sattunut muutamaa kuukautta myöhemmin. Koronapandemian muita vaikutuksia opinnäytetyöni prosessiin voidaan pitää poikkeusajan tuomia olosuhteita, joissa taideorganisaatiot suljettiin kevään ja kesän 2020 ajaksi ja, että haasteelliset ajat jatkuivat läpi syksyn. Vaikka painotan opinnäytetyöni yhteenvedossa sitä, että nuorten osallistaminen on avain uusia palveluita suunniteltaessa, niin koen, että en onnistunut kehitystehtävässäni vastaamaan konkreettisen mallin luomiseen siitä, miten nuoret saataisiin klassisen musiikin tapahtumaan. Tämä voi johtua osittain siitä, että alkuperäisen suunnitelman mukaisesti esimerkiksi työpajoja nuorten kanssa ei pandemian takia voitu järjestää.

Jäin pohtimaan lisäksi tulevaisuuden tuulia ja verkostomaista toimintaa taidemusiikkialalla. Jos ajatellaan, että taidemusiikki on sisällöltään merkityksellistä ja, että sillä on itsessään vahva sisällöllinen sanoma, on tärkeää voida kohdistaa tätä viestiä, ei pelkästään nuorten vaan kaikkiin uusiin asiakasryhmiin kiinnostuksen herättämiseksi. Tiedonjako kohdistetusti uuteen asiakasryhmään voisi tarkoittaa esimerkiksi uusia avauksia ja merkityksiä liiketoiminnallisesti. Verkostomainen yhteistoiminta eri alojen kanssa luo uusia mahdollisuuksia ja tavoittaa uusia yleisöjä ja sitä voi toteuttaa myös pienempien toimijoiden kanssa. Liiketoimintamallissa kehittämisen kohteena on uuden mielikuvan luominen taidemusiikkialasta uusien avauksien valossa. Jotta klassinen musiikki voi hyvin myös tulevaisuudessa voitaisiin yhdistää käyttäjiä sekä palveluita. Arvoketjuajattelu voisi toimia perustana tarkastelussa, miten musiikkiteollisuus sitoutuu muihin aloihin sekä kulttuurisiin ja taloudellisiin funktioihin (Ilmavirta 2020).

Minun visio liiketoimintamallissa on kulttuurin voimaannuttava ja yhteiskuntaa vahvistava vaikutus. Tämä liiketoimintamalli on kestävien palveluiden kehittämistä, jossa tunnustetaan taiteen hyvinvointia lisäävien ominaisuuksien vaikutus. Verkostomaisessa yhteistyömallissa toimitaan eri alojen kanssa ristiin, jossa alat ja ideat vaihtavat vuorosanoja. Avainsanoja ovat aitous, merkityksellisyys ja henkiset arvot. Lisäarvoa muodostuu, kun yhteistyötä ja yhteisöjä laajennetaan, joissa uusia yleisöjä hankitaan tällä matkalla. Nuoret voisivat olla keskiössä näiden uusien palveluiden rakentamisessa. He ovat tulevaisuuden käyttäjäkuntaa, rohkeita pelinavaajia ja sen takia ennakkointia sekä tulevaisuuden skenaarioita työstetään yhdessä. Mielestäni taidepalvelut ovat tradition aikaikkuna, ei pelkästään teoishistorian aikajakumona, vaan jaettuna yhteisöllisyytenä yli sukupolvien. Teknologian sulautuminen taidelaitosten toimintaan kasvavassa määrin yhdistää, kiinnostaa ja mahdollistaa. Teknologia lisää mahdollisuuksia laadukkaiden taidemusiikkisisältöjen palveluihin sekä markkinoinnin toimiin näissä yhteisöllisiä arvoja korostavissa taidepalvelujen yhteistyöverkostoissa.

LÄHTEET

Aho, K. 2013. Oikeus kulttuuriin ja sivistykseen. Saatavissa: <https://www.sinfoniaorkesterit.fi/fi/artikkeli/?id=28&ofs=1>

Aho, K. 2019. Orkesterit yhteiskunnallisina toimijoina. Saatavissa: <https://www.sinfoniaorkesterit.fi/fi/artikkeli/?id=40&ofs=1>

Antti Holman oopperajuhlat, 2020. Podcast. Saatavissa: <https://areena.yle.fi/audio/1-50525521>

Ahola, E-K. 2007. Produing Experiences in Marketplace Encounters. A Study of Consumption Experiences in Art Exhibitions and Trade Fairs. Helsingin Kauppakorkeakoulu.

ArtsEqual. 2019. Taideyliopisto. Uniarts. Saatavissa: <https://sites.uniarts.fi/documents/14230/0/Etsivä+kulttuurityö+PB/f4b98b97-85ac-4c82-90a9-d090de72c63d>

Björklund, S. 2020. Ennakoinnin menetelmiä. Strateginen muotoilu ja co-design. Lahti: Lahden ammattikorkeakoulu, Muotoiluinstituutti.

Eklund, H. 2020. Blogi. Vetovoimaiset imagonrakentajat. [viitattu 7.9.2020]. Saatavissa: <https://www.sinfoniaorkesterit.fi/fi/blogi/?id=27&ofs=1>

Finto, 2020. [viitattu 17.11.2020]. Saatavissa: <https://finto.fi/musa/fi/page/p748>

Flowfestival. 2019. [viitattu 6.9.2020]. Saatavissa: <https://www.flowfestival.com/current/uploads/2019/08/Flow-Festival-tiedote-8-8-2019.pdf>

Häyhä, H., Jantunen, S., Paaskoski L. 2015. Merlitysanalyysimenetelmä. Saatavissa: museoliitto.fi https://issuu.com/suomen_museot/docs/merkitysanalyysimenetelma_1_

Ilmavirta, T. 2020. Mitä ovat musiikkialan arverkot. [viitattu 5.8.2020]. Saatavissa: <https://musicfinland.fi/fi/tutkimukset/mitae-ovat-musiikkialan-arverkot>

Insight360. 2020. Nuoret, arvot ja tulevaisuudet. [viitattu 27.10.2020]. Saatavissa: <https://www.vero.fi/contentassets/afe7f589f1e0439894292caf0fe74c03/tulevaisuuden-ilmiot-kaartinen.pdf>

Juvonen, A. 2014. Musiikin piilotettu voimavara. Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-7085814>

Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä.

Kansallisooppera ja -Baletti, 2020. [viitattu 16.11.2020]. Saatavissa: <https://oopperaballetti.fi/ohjelmisto-ja-liput/common-domain/>

Kaupan liitto. 2019. Nuoret aikuiset muuttavat kuluttamista – tutkimustiedolle tarvetta! Saatavissa: <https://kauppa.fi/uutishuone/2019/01/07/nuoret-aikuiset-muuttavat-kuluttamista-tutkimustiedolle-tarvetta/>

Koppa, 2020. Laadullinen tutkimus. [viitattu 21.4.2020]. Saatavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>

Kotler, P., Hermawan K., Setiawan I. 2017. Marketing 4.0. Moving from traditional to digital. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken. New Jersey.

Kvalimotv. 2020. Haastattelu. [viitattu 21.4.2020]. Saatavissa: <https://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/haastattelu/lu.htm>

Kälviäinen, M., Ikävalko, S., Kumpulainen, K., 2018. Digital Native Citizens as Service Users. Research article. Smart Cities in Smart Regions. Conference proceedings. The publication series of Lahti University of Applied Sciences, part 39. Willman, Lahti. 2018.

Kälviäinen, M. 2020. Muotoilun tutkimus. Lahti: Lahden ammattikorkeakoulu, Muotoiluinstituutti.

Kälviäinen, M. 2020. Co- desig. Lahti: Lahden ammattikorkeakoulu, Muotoiluinstituutti.

Lukka, K. 2020. Konstruktiivinen tutkimusote. [viitattu 10.1.2020]. Saatavissa: <https://metodix.fi/2014/05/19/lukka-konstruktiivinen-tutkimusote/>

Luokkanen, M., 2017. Musiikin vaikutus ihmisen hyvinvointiin. Opinnäytetyö. Saatavissa: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/139460/Luokkanen.Maritta.pdf%20.pdf?sequence=1>

Malmberg, A. 2019. Blogi. Orkesterien ja kaupunkien tulevaisuutta tehdään nyt. Saatavissa: <https://www.sinfoniaorkesterit.fi/fi/blogi/?id=16&ofs=1>

Muusikko. 5/2020. Suomen Muusikkojen Liitto ry. PunaMusta Oy, Forssa.

Musiikkialan barometri, 2019. Music Finland. Saatavissa: <https://musicfinland.fi/fi/tutkimukset/musiikkialan-barometri-2019>

Nordisk Kulturfond, 2019. Etusivu. Tietoa meistä. Saatavissa: <https://www.nordiskkulturfond.org/fi/tietoa-meistae/>

Nuorisobarometri. 2019. Saatavissa: <https://tietoanuorista.fi/wp-content/uploads/2020/06/nuorisobarometri2019-netti.pdf>

Ojasalo, K., Moilanen T., Ritalahti J. 2014. Kehittämistyön menetelmät; uudenlaista osaamista liike-elämään. Sanoma Pro.

OopperaBaletti. 2020. Ohjelmistoa vauvasta vaariin. [viitattu 6.9.2020]. Saatavissa: <https://oopperabaletti.fi/palvelut/lasten-kanssa/>

OopperaBaletti. 2020. Uutishuone. [viitattu 27.10.2020]. Saatavissa: <https://oopperabaletti.fi/talo/yhteystiedot/medialle/uutishuone/#/publications/5aa22dcfd4066d0e0043e970?sh=false>

Otavan iso musiikkitietosanakirja nro 5. 1979. Kustannusosakeyhtiö Otava, Keuruu 1979.

Partanen, J. 2019. Mitä tiimivalmentajan tulee tietää innovoinnista? Tiimiakatemia Global. Jyväskylä 2019. Lahti: Lahden ammattikorkeakoulu, Muotoiluinstituutti.

Pedanet. 2020. Länsimaisen taidemusiikin historia ja vaiheet. [viitattu 6.9.2020]. Saatavissa: <https://peda.net/lempaala/sk/alakoulu/6b-niina/musiikki/lt/nimetön-f24a>

Porter, M. 1985. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: NY The Free Press.

Puranen, Tero. 2017. Targetointi-Markkinoinnin suunnittelun työkalut osa 2. [viitattu 7.9.2020]. Saatavissa: <https://www.ammattijohtaja.fi/targetointi/>

Marttinen, E. 2017. Deciding on the direction of career and life: personal goals, identity development, and well-being during the transition to adulthood. Väitöskirja. University of Jyväskylä.

Routio, P. 2020. Teemahaastattelu. Tuotetiede. [viitattu 21.4.2020]. Saatavissa: http://www2.uiah.fi/virtu/materiaalit/tuotetiede/html_files/1364_empiir.html#teemahaas

Savonsanommat. 2014. Tällaisia ovat nuoret kuluttajat. [viitattu 30.6.2019]. Saatavissa: <https://www.savonsanommat.fi/kotimaa/Tallaisia-ovat-nuoret-kuluttajat/517504>

Seitsemän oppituntia nuorten osallisuudesta, 2020. Sitra. Saatavissa: <https://www.sitra.fi/julkaisut/seitseman-oppituntia-nuorten-osallisuudesta/#seitseman-oppituntia>

Soinila, Seppo. 2020. [viitattu 24.11.2020]. Saatavissa: Youtube haastatteluna <https://www.infinita.fi/category/69/aanihoito--aaniterapia>

Slade-Brooking, C. 2020. Creating A Brand Identity. A Guide for Designers. Laurence King. Printed via Lab 2020.

Sinfonia Lahti. 2019. [viitattu 27. 10.2020]. Saatavissa: <https://www.sinfonia-lahti.fi/hiilivapaa-sinfonia-lahti-hanke-vie-orkesterilaiset-istuttamaan-metsaa/>

Kaattari, M., Suksi, I. 2019. Sosiaali- ja terveysministeriö. Raportti. Kulttuuri ja taide hyvinvoinnin edistäjinä sosiaali- ja terveydenhuollossa, työelämässä ja koulutuksessa. Saatavissa: julkaisut.valtioneuvosto.fi

Suomen sinfoniaorkesterit ry. 2020. Etusivu. Saatavissa: <https://www.sinfoniaorkesterit.fi>

Suomen sinfoniaorkesterit ry. 2020. Orkestereita kaikille – Suomen Sinfoniaorkesterit ry 50 vuotta. [viitattu 6.9.2020]. Saatavissa <https://www.sinfoniaorkesterit.fi/fi/artikkeli/?id=33&ofs=1>

Schwartz, S. 2012. An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. Online Readings in Psychology and Culture, 2(1). Saatavissa: <http://dx.doi.org/10.9707/2307-0919.1116>.

Tilastokeskus, 2019. [viitattu 3.10.2020]. Saatavissa:
https://www.stat.fi/til/vpa/2017/04/vpa_2017_04_2019-05-22_kat_001_fi.html

Toimintakertomus, 2019. Suomen Kansallisooppera- ja baletti SR. [viitattu 14.10.2020].
Saatavissa: https://oopperabaletti.fi/app/uploads/2020/03/SKOB_Tilinpäätös-ja-toimintakertomus-2019-PDF.pdf

Unkari-Virtanen, L. 2011. Historiatietoisuus ja musiikinhistoria. [viitattu 11.11. 2019].
Saatavissa: <https://journal.fi/kasvatusjaaika/article/view/68412/29541>

Unkari-Virtanen, L. 2020. Musiikin kuuntelukasvatus. Artikkelit. Opetushallitus. [viitattu 14.9.2020]. Saatavissa: <https://www.oph.fi/fi/koulutus-ja-tutkinnot/artikkeli-musiikin-kuuntelukasvatus>

Vilpponen, S. 2016. [viitattu 27.10 2020]. Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-9130087>

Virtaperko, O. 2013. Ajatuksia kulttuuripolitiikasta ja korkeakulttuurin tulevaisuudennäkymistä. Saatavissa:
<https://www.sinfoniaorkesterit.fi/fi/artikkeli/?id=29&ofs=1>

Vuosikertomus, 2018. Suomen Kansallisooppera- ja baletti. [viitattu 6.9.2020]. Saatavissa
https://oopperabaletti.fi/app/uploads/2019/04/Ooppera_VSK_2018_www-1.pdf

Vuosikertomus, 2019. Suomen Kansallisooppera ja -baletti. [viitattu 16.11.2020].
Saatavissa: https://oopperabaletti.fi/app/uploads/2020/04/Ooppera-ja-Baletti_vuosikertomus_2019.pdf

LIITTEET

LIITE 1.

Nuorten haastattelut

Nuori mies 22 vuotta, opiskelija, osa-aika työ ja nuori mies 21 vuotta, osa-aika työ, odottaa opiskelupaikkaa. Haastattelut 22-vuotiaalle nuorelle miehelle tehtiin 15. ja 16.4.2020, 2.9.2020 sekä täydentäviä kysymyksiä lisäksi 17.9.2020. Ryhmähaastattelu samoille nuorille tehtiin Helsingissä 15.9.2020.

Miten taidemusiikki eroaa muista taiteen lajeista? Tottakai eroaa, en pysty erottelemaan, valitsen musiikin ennen taidenäyttelyä. En lähde yksikseni taidenäyttelyyn, mutta käyn talvipuutarhassa katsomassa kasveja ja koska se on ilmainen. Musiikki on erilaista, tauluista ei saa irti niin paljon vaikka kiinnostavaa on sekin. Tunteet klassista musiikkia kohtaan lähtevät lapsuudesta, on tärkeää, että on käyty pienenä. Klassisesta musiikista tulee rentoutunut olo ja kuuntelen klassista musiikkia kun on hyvä fiilis jo valmiiksi. Klassinen musiikki herkistää aistit, saattaa tulla jopa euforinen olo ja hyräilen tuttua melodiaa koska osaan sen ulkoa, olen silloin hyvällä tuulella ja olo on huoleton. (nuori 22-vuotta.)

Ateneum kiinnostaa, mikään ei vedä kuitenkaan klassiselle musiikille vertoja. Kuuntelen klasaria mieluiten yksin koska kaverit ei arvosta. Soitettiin kavereille klassista musiikkia autossa ja reaktiot olivat erilaisia, toinen kavereista oli hiljaa ja toinen nauraa räkätti. (nuori 21-vuotta.)

Onko klassisen musiikin kuuntelu paikkasidonnaista? Onko väliä kuka sitä esittää? On, ooppera on tärkeä ja tuttu paikka, siellä ei mikään muutu. Sisäänkutsumusiikki on tärkeä, se on juhlava oopperassa. Kun ollaan oopperassa niin en osaa eritellä eri esittäjien tasoa kovasti, mutta kerran eräs kirkkokonsertti oli tylsä, koska huono laulaja teki konsertista pitkäveteisen. Kirkko esityspaikkana oli hieno, mutta laulu ei kuulunut, se oli akustinen pettymys. En ole tottunut käymään ulkoilmaesityksissä, enkä innostu ajatuksesta seurata konsertteja ulkona. (nuori 22-vuotta.)

Minulle on tärkeää orkesteri ja koko iso koneisto on vaikuttava laulajineen. Akustiikka on tärkeä ja tila on tärkeä. Akustiikassa äänimaailma on kolmiulotteisempi. Toistettuna musiikki ei tavoita koskaan live-keikan tunnelmaa. Klassisen musiikin kokemus on kuin olisi jonkun alkulähteillä ja kokemus paikan päällä on erityinen. Hyvä taiteilija saa tykkäyksen, (peukkaa ylös). Haastateltava suosittelee striimausta Covid fan tuttesta. (nuori 21-vuotta.)

Mitä tapahtui, että klassinen musiikki havahdutti ja siitä tuli merkityksellinen? Vaikuttavat hahmot jäivät lapsena mieleen, musiikki ja tehokeinona käytetty pamahdus, eli kova ääni jättivät muistijäljen. Esityksessä paussi oli tärkeä, oopperan henkilökunnan kuppilassa oma, tärkeä tunnelma. Haastateltava muistelee vuosien takaista ensimmäistä Tschaikovskyn Pähkinänsärkijä ja Hiirikuningas baletti- esitystä. (nuori 22-vuotta.)

On hurjaa miettiä, että klassinen musiikki on satoja vuosia vanhaa, se herättää tunteita. Elokuviissa tulee kyyneleet silmiin, kun on kaunis kohtaus ja hyvä musiikki. Nykymusiikki tai moderni taidemusiikki ei inspiroi, koska se on synkkää ja masentaa. Tykkään erityisesti mahtipontisesta barokkimusiikista ja Bachiin tutustuin kunnolla poikakuoro Cantores Mino-reksessa laulaessani. (nuori 21-vuotta.)

Mitä suhteita on klassisella musiikilla muuhun maailmaan? Musiikkia on lisäksi: elokuviissa, kaupoissa. Kouluissa voitaisiin käydä enemmän klassisen musiikin historiaa ja mielestäni pitäisi olla kattavampi opetustarjonta klassisesta musiikista koska se on kaiken musiikin perusta. Lisäksi se on yleissivistävää. Tiedon jakamisella klassisesta musiikista ja sen historiasta voidaan välttää hienostelun maine. Oikea ohjelmistovalinta on tärkeää. Mielestäni on liian kallis taidemuoto nuorelle ja vaikka kiinnostaisi, ei tule mentyä koska huonot paikatkin ovat kalliita. (nuori 22-vuotta.)

Kuuntelen klassista musiikkia kotona, autossa, yksin tai hyvässä seurassa mummolassa, perheen luona. Myös töissä, kun ajan trukkia, ostin juuri uuden kannettavan kaiuttimen töihin. (nuori 21-vuotta.)

Mikä merkitys on taidemusiikkikappaleen tarinalla? Tarina elää musiikin mukaan ja sen takia tärkeä, musiikki on kuitenkin kaikkein oleellisin. (nuori 22-vuotta.)

Tarinalla on suuri merkitys ja se lisää kiinnostavuutta teosta kohtaan, teoksesta tulee mielenkiintoinen. Luin Wagnerin Ring- oopperasarjan Valkyrian juonen ja minulle oli heti selvää, että haluan ehdottomasti nähdä sen. Tarinaan tutustuminen kasvatti mielenkiittoa entisestään teosta kohtaan. (nuori 21-vuotta.)

Puuttuva merkitys? Mitä klassinen musiikki edustaa? Klassinen musiikki on liian erilaista, jos ei ole tottunut kuuntelemaan. Kavereiden kanssa on keskusteltu, että se koetaan hienosteluksi. Sitä ei ymmärretä. (nuori 22-vuotta.)

Klassisen musiikin kulttuuriperintö on perintö perheeltäni, se on minulle yhdessäoloa isoäitini kanssa. Kuuntelemme yhdessä musiikkia ja keskustelemme teoksista. Klassinen musiikki on seurannut elämässäni aina mukana ja koen, että mikään muu ei saavuta samaa tunnelmaa ja saa karvoja pystyyn kuin klassinen musiikki. Ystäväistäni harva kuuntelee klassista ja siksi kuuntelen sitä mieluiten yksin. Olen hiljattain löytänyt kaveripiiristäni

ystävän, jonka kanssa käyn oopperassa. Lauloin kuorossa pienenä ja tutustuin uusiin teoksiin. Klassinen musiikki avautuu paremmin, kun on teoksen taustasta tietoa ja oppii tuntemaan musiikkia. (nuori 21-vuotta.)

Minkälaisia elämyksiä taidemusiikki tuottaa? Esteettisenä, nostalgisena, emotionaalisena tai älyllisenä elämyksenä tai kokemuksena. Onko se aitoa ja autenttista? Elämys on emotionaalinen, tulee enemmän älykäs olo kuin jos kuuntelee esimerkiksi räppiä, soinnuissa on ulottuvuuksia ja klassisessa oikeat soittimet tekevät aitouden. Klassisen musiikin konsertti on tapahtuma ja haluan jakaa tilanteen, yhdessäolo on siinä tärkeä elementti. (nuori 22-vuotta.)

Minulle on tärkeää orkesteri ja koko iso koneisto on vaikuttava laulajineen. Akustiikka on tärkeä ja tila on tärkeä. Akustiikassa äänimaailma on kolmiulotteisempi. Toistettuna musiikki ei tavoita koskaan live-keikan tunnelmaa. Klassisen musiikin kokemus on kuin olisi jonkun alkulähteillä ja kokemus paikan päällä on erityinen. On hurjaa miettiä, että klassinen musiikki on satoja vuosia vanhaa, se herättää tunteita. Elokuviissa tulee kyyneleet silmiin, kun kaunis kohtaaminen ja hyvä musiikki. (nuori 21-vuotta.)

Mitä ovat taidemusiikkialan tulevaisuuden näkymät? Klassinen musiikki on vahvaa ja tulee säilyttämään merkityksensä (nuori 22-vuotta). Ei kuole koskaan (nuori 21-vuotta).

Miten ooppera ja klassinen musiikki voisi olla kiinnostavampi, miten tavoittaa nuoria mainonnan avulla? Hintaa voisi muuttua nuoren näkövinkkelistä. Instagram on kanava, jota käytän eniten. Video, jossa on hyvä ja vetävä biisi voisi toimia mainospätkänä houkuttamaan nuoria klassisen musiikin tilaisuuteen. Wagnerin Valkyrian näyte iski, koska musiikki oli tarpeeksi aggressiivista ja herätti mielenkiinnon. Mainospätkän pitää mennä suoraan asiaan. (nuori 21-vuotta.)

Haastattelu 2.9. 2020 tuoreimman oopperakäynnin jälkeen

Nuori mies 22- vuotta, opiskelija, osa-aika työ ja 21- vuotta, osa-aika työ, odottaa opiskelupaikkaa.

Korona- poikkeusaika oopperassa ei näkynyt alkuun, eikä herättänyt mitään tunteita. Oopperasalin katsomossa ei kuitenkaan istuttu vierekkäin, vain joka toinen istumapaikka oli täytetty. Kokemus oli mukavampi, kun on tilaa ympärillä. Tämä voisi olla mukava muutenkin kuin vain korona-aikana, koska tunnelma oli väljempi. Se antoi ehdottomasti tilaa myös musiikin kokemiselle, intiimimpi kokemus. Myös fyysisesti se toi vapautta, vaikka laittaisi eväät penkille, vesipullon. (nuori 22-vuotta.)

Ooppera-teos, jota olin katsomassa oli Covid fan tutte. Se oli hauska ja tehty Mozartin musiikkiin (Cosi fan tutte). Olin aivan yllätynyt koska oli niin hauska. Mozartin musiikki ja suomeksi esitetty uusi libretto oli jännä yhdistelmä. Kokemus oli riemukas. Hauskaa yleensäkin on komedia. Tässä teoksessa olisin kuitenkin jättänyt vähemmälle virusvitsit, ne kyllästyttivät. Lisäksi paussi puuttui. Pausi on oleellinen ja olisi kiva jalotella välillä. Tykkään juoda teen paussilla ja odottaa tulevaa. (nuori 22-vuotta.)

*Poikkeusaika ei näkynyt lavalla, mielestäni esiintyjät eivät pitäneet distanssia, joissain kohtauksissa oltiin hyvin lähellä toisia. Yleisön innostus oli suuri ja esitys sai raikuvan suur-
ret aplodit. (nuori 22-vuotta.)*

Esityksen jälkeen mentiin oopperaa vastapäätä olevaan Carelia- ravintolaan syömään. Se kuului oopperailtaan ja tuntui, kuin ilta jatkuisi vielä. Se on kiva, koska oopperasta tulee hyvä fiilis. Puhuttiin oopperasta matkalla ja mietittiin mihin oopperaan mennään seuraavaksi. Illan pääsolisti, sopraano Karita Mattila tuli myös ravintola Careliaan. Huomasin tämän, vaikka se ei ole tärkeää, taiteilijatapaaminen noin yleensä ei minua kiinnosta. (nuori 22-vuotta.)

Yhdessä jaettu kokemus ja ilo on oopperaesityksessä tärkeää, juttu lensi oopperaan liittyen, Mozartin musiikilla ja covid- storilla hauska kontrasti; musiikki korosti huumoria koska se oli tuotu tämän päivän kontekstiin (tarinan merkitys). Olisi voinut toimia vaikka ilman musiikkia, vaikka normaalisti oopperassa tärkeintä on musiikki. (nuori 22-vuotta.)

Covid fan tutte saa kiitosta myös toiselta haastateltavilta ja hän suosittelee striimausta Covid fan tuttesta. Facebookissa jaettu kuva oopperaillasta sai hurjan määrän tykkäyksiä ja kommentteja, joissa oli herännyt kiinnostus oopperaa kohtaan. Niissä vaikutuksen teki erityisesti tyylikäs pukeutuminen. (nuori 21-vuotta.)

Ilta alkoi yllätyksellisesti, joka teki suuren vaikutuksen: Orkesteri aloitti soittamaan Wagnerin Valkyriaa, vaikka olin asennoitunut Mozartin musiikkiin. Musiikin teho ja yllätys pökerytti ja oli heti selvää, että tämän minä haluan nähdä. Luin Wagnerin Ring-oopperasarjan Valkyrian libretton, tarina teki suuren vaikutuksen ja se lisäsi kiinnostavuutta teosta kohtaan entisestään, haluan ehdottomasti nähdä sen. (nuori 21-vuotta.)

LIITE 2.

Asiantuntijahaastattelut 4.9.2020

Klassisen musiikin suurkuluttaja ja oopperan asiantuntija, 77-vuotias mies. Sibelius-Akatemian laulutaiteen lehtori, oopperalaulajien kouluttaja, 75-vuotias nainen.

Mikä on taidemusiikin konteksti oopperassa ja rooli oopperassa?

Ooppera on kokonaistaideteos: musiikki, teatteri ja visuaalinen elämys. Eri aikoina teosten taiteellinen tulkinta poikkeaa näkemyksellisistä eroista kapellimestarin, ohjaajan ja muiden taiteellisen henkilökunnan toimesta. (asiantuntija 2020.)

Taidemusiikin rooli oopperassa on numero yksi, kaikki lähtee musiikista (laulutaiteen lehtori 2020).

Ketkä käyttävät oopperaa? Mitä klassinen musiikki edustaa?

Ooppera ja taidemusiikki ovat kaikille. Mutta sillä on erityinen ja hyvin sitoutunut vakituinen käyttäjäkunta, jonka demografinen pohja painottuu vanhempaan ikäluokkaan. (asiantuntija 2020.)

Ne käyttävät oopperaa, jotka ovat löytäneet oopperan maailman. Musiikki on abstrakti ja inhimillinen ilmaisumuoto; kun sanat loppuvat niin musiikki jatkaa. (laulutaiteen lehtori 2020).

Millä tavalla taidemusiikki lisää ymmärrystä kulttuurista? Minkälaisia elämyksiä se tuottaa?

Musiikki tuottaa mielihyvää, rentoutumista ja on syvältä koskettava asia (asiantuntija 2020).

Taidemusiikki tuo hyvää ja on tärkeä osa kulttuuria, joka värittää elämää. Suomalaisen taidemusiikin historia on lyhyt, sen takia on tärkeä ymmärtää ja tuntea vanhojen eurooppalaisten kulttuurimaiden taidemusiikin traditiota, jonka merkitys on osa jokaisen ihmisen elämää. Taidemuodot ovat yhteyksissä toisiinsa eri aikakausina. Taidemusiikin eri tyylit heijastelevat aikakautensa eri tyylejä. Aikakausien tyyleissä nivoutuu useat taiteen lajit. Tämä kaikki on muokannut ihmisen tapaa olla olemassa jokapäiväisessä elämässä. Taidemusiikki auttaa ymmärtämään ajan tavoista ja sitä kautta elämän muodoista. Taidemusiikki auttaa tunnistamaan ja herättämään omia tunteita. Musiikki resonoi tunne-elämässä. Eri musiikit herättävät omanlaisia tunteita ja rikastavat tunnekokemusta. Taidemusiikki auttaa kokemaan ja löytämään kauneutta, ja jopa pyhän kokemusta. (laulutaiteen lehtori 2020.)

Merkitysten arviointikriteerejä heijastavat lisäksi tämän ajan teemat, jotka ovat digitaalisuus, yhteisöllisyys sekä pelillistäminen. Mitkä sopisivat taidemusiikin profiiliin, aikaan ja paikkaan?

Striimauksia kuuntelevat myös musiikin ammattilaiset mutta striimauksesta puuttuu vuoro-vaikutus, kokemus on kalpea ja jotain puuttuu. (asiantuntija 2020.)

Myös taidemusiikin kohdalla media on suuressa roolissa aikamme heijasteiden sanoittajana sekä tarinallistajana. Kritiikki heijastaa meidän aikaa; mitä taidemusiikissa painotetaan ja mitä siinä halutaan nähdä. (asiantuntija 2020.)

Digitaalisuus mahdollistaa musiikin kuuntelun leviämisen. Levyt ja striimaukset (laulutaitteen lehtori 2020).