

OPINNÄYTETYÖ

Säveltaiteen taiteilijoiden ja välittäjien yhteistyön kehittäminen

-Ajatusrakennelmia projektien tueksi

Jarmo Julkunen

Kulttuurituotannon ko.

(240 op)

Arvioitavaksi jättämisaika

(6/2021)

TIIVISTELMÄ

Humanistinen ammattikorkeakoulu
Kulttuurituottaja

Tekijät: Jarmo Julkunen

Opinnäytetyön nimi: Säveltaiteen taiteilijoiden ja välittäjien yhteistyön kehittäminen – Ajatusrakennelmia projektien tueksi

Sivumäärä: 33 ja 2 liitesivua

Työn ohjaaja: Jari Hoffren

Työn tilaaja: Sublime Music Agency

Yleisesti tunnettu fakta on se, että stereotyyppinen työskentelymalli, jossa taiteilija luo ja välittäjätho hoitaa kaiken muun on marginaalitaiteen kentällä epärealistinen. Rahaa on aina liian vähän ja välittäjäthojen intressit yhteisiin projekteihin ovat liiketaloudellisesta näkökulmasta vähäisiä. Taiteilija vastatessaan yksin taiteellisen työskentelynsä ohella työn konseptoinnista, markkinoinnista ja myynnistä uupuu taakkansa alla.

Opinnäytetyöni tavoite on laatia ajatusrakennelmia säveltaiteen marginaalin projektien toteuttamisen tueksi aina suunnitteluvaiheesta niiden loppuunsaattamiseen.

Opinnäytetyössä on hankittu tietoa käyttäen teemahaastattelua. Haastateltavia oli yhteensä kuusi, joista kolme oli taiteen tekijää ja kolme taiteen välittäjää. Lisäksi on hyödynnetty ns. hiljaista tietoa sekä kirjallisuutta.

Jakamalla vastuualueita järkevästi ja molempien osapuolten vahvuuksia hyödyntäen voidaan toimintaympäristöä ja keskinäistä synergiaa kehittää ja parantaa. Tämä oli paitsi oma ennakoarvioni, myös lopputulema haastattelujen ja kerätyn tiedon perusteella.

Haastattelujen ja muun tiedon pohjalta olen laatinut ajatusrakennelmia yksinkertaisen projektisuunnitelman eri vaiheisiin. Näiden tarkoitus on edistää taiteilijoiden ja välittäjien yhteistyön ja keskinäisten projektien saumattomuutta.

Asiasanat: yhteistyö, agentuuri, managerit, tuottajat, taiteilija

ABSTRACT

Humak University of Applied Sciences
Name of the Degree Programme

Author: Jarmo Julkunen

Title: Developing collaboration between music artists and managers – Thought structures to support art projects

Number of Pages: 33 and 2 attachment pages

Supervisor: Jari Hoffren

Commissioned by: Sublime Music Agency

It is a well-known fact, that the stereotypical working model in which the artist gets to create and the manager does everything else is unrealistic in the field of marginal art. Funding is always scarce and the manager's interests in joint projects are minor from a business point of view. When the artist is solely responsible for his conceptual work, marketing and sales, in addition to his artistic work, he gets easily exhausted under his burden.

The aim of my thesis is to create pieces of advice, which I call "thought structures" to support the implementation of projects in the field of music art, from the planning stage to their completion.

The data were collected via theme interviews. There were 6 interviewees, including 3 artists and 3 art managers. In addition, I used the so-called silent knowledge as well as literature as support.

By sharing responsibilities reasonably and utilizing the strengths of both parties, the operating environment and mutual synergies can be developed and improved. This was not only my own preliminary assessment, but also the outcome based on the interviews and the data gathered.

As an outcome, I have developed thought structures for the different phases of a simple project plan. The purpose of these is to promote the seamlessness of collaboration between artists and managers during their mutual projects.

Keywords: collaboration, artist, manager, agency, producer

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	5
2	MITÄ, MIKSI JA KENELLE?	8
	2.1 Mitä?	8
	2.2 Miksi?	8
	2.3 Kenelle?	10
3	KÄSITTEET	11
4	MENETELMÄT JA TOTEUTUS	13
	4.1 Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä.....	13
	4.2 Aineiston keruu.....	13
	4.3 Haastateltavat.....	14
5	AJATUSRAKENNELMAT VAIHEITTAIN	15
	5.1 Projektiehdotus eli esisuunnitteluvaihe	16
	5.2 Varsinainen suunnitteluvaihe	21
	5.3 Tuotanto- ja toteutusvaihe	25
	5.4 Arviointivaihe.....	27
6	JOHTOPÄÄTÖKSET.....	29
7	LOPPUSANAT.....	31
	LÄHTEET	32
8	LIITTEET	34

1 JOHDANTO

Erimuotoiset esittävän taiteen kulttuuriyritykset - osakeyhtiöt, osuuskunnat, yksityiset toiminimet ja ylipäättään taiteen freelancerit - tuottavat maassamme vuosittain suuren määrän uusia produktioita. Suomalaisen musiikkialan talous ja vienti ovat kasvaneet tasaisesti koko 2000-luvun ajan. Esimerkiksi Music Finlandin raportin mukaan suomalaisen musiikkiviennin markkina-arvo kasvoi edellisvuodesta neljällä prosentilla vuonna 2019 (musicfinland.fi 2020).

Olen itse työskennellyt musiikin freelancerina sekä kulttuuriyrittäjänä (musiikki, teatteri, kirjallisuus, monitaide) yli 20 vuotta ja oman hiljaisen tietoni perusteella huomannut, että ns. valtakulttuurin ulkopuolella tilanne on yleisestä hyvästä kehityksestä huolimatta hankala. Oman kokemukseni mukaan erilaisten ohjelmistojen ja produktioiden elinkaaret jäävät lähes poikkeuksetta lyhyiksi ja tekijöiden tavoitteet taloudellisesta vakaudesta, kohtuullisista tuotoista ja vaikkapa työskentelyn kansainvälistymisestä jäävät saavuttamatta.

Esiintyvillä taiteilijoilla on nykyään yhä paremmin osaamista innovointiin, rahoitusten hakuun ja erilaisten tuotantoprosessien käynnistämiseen, mutta vaikeudet alkavat valitettavan usein juuri silloin, kun varsinainen työ, eli esitykset ja esiintymiset alkavat. ”Ei ole keikkamyymiä, ei ole markkinoijia” toteamukset toistuvat toistumistaan maamme eturivinkin taiteilijoiden puheissa heidän kanssaan käymissäni pitkissä keskusteluissa.

Suomessa kulttuurialalla työskentelee kuitenkin laaja joukko taiteen ja luovan alan managereja, agentteja ja tuottajia (Tilastokeskus 2020). Lisäksi maassamme koulutetaan jatkuvasti uusia kulttuurituottajia sekä kehitetään taiteen välittäjätoimintaa (Taiteen edistämiskeskus 2021). Metropolia Ammattikorkeakoulun koordinoiman ja Tuottaja2020 -hankkeen raportin mukaan kulttuurialaa opiskelee Suomessa kokonaisuudessaan lähes 7000 ihmistä vuosittain (Mitchell & Oinaala 2012,19).

Miksi kokonaisuus ei toimi ja kulttuurialan eri sektorit eivät tue toisiaan, kuten voisi pienessä maassa kuvitella luonnostaankin tapahtuvan?

Syyt ovat tavallaan selviä. Välittäjän toiminnassa on kuitenkin lähtökohtaisesti kyse yrittäjyydestä ja toimeentulon hankinnasta (Uusitalo 1999, 131). Tuote, joka koetaan hankalasti tuotettavaksi ja myytäväksi, ei ole monesti yksinkertaisesti kiinnostava. Marginaalitaiteen

myyntityötä tukeva näkyvyys medioissa on vähäistä, markkinat ja sidosryhmät ovat sirpalemaisesti hajaantuneet kulttuurin kentälle eivätkä aukea selkeänä kokonaisuutena, tulovirrat eivät muodostu laskutuksesta vaan enemmänkin pitkäjänteisestä rahoituksen hankinnasta jne.

Rahavirrat ja työnkuvan haastavuus eivät kuitenkaan selitä kaikkea. Monet yhä opiskelevat ja työskentelevät kulttuurin alalla, vaikka tiedostavat sen, että muilla aloilla elämä saattaisi olla sekä taloudellisesti että henkisesti helpompaa. Kulttuurialan työn merkityksellisyys, luovuus ja monipuolisuus motivoi. Niin taiteen tekijöitä kuin taiteen välittäjiäkin. Kasvatustieteen emeritusprofessori Kari Uusikylä kirjoittaa, että luovuus antaa mahdollisuuden elää täyttä elämää (Uusikylä 2012, 47).

Kuten aiemmin kirjoitin, olen työskennellyt kulttuurialalla yli 20 vuotta, sekä taiteellisella että tuotannollisella puolella. Olen seurannut ja havainnoinut monia erilaisia taiteen ammattilaisten ja välittäjätahojen yhteistyöhankkeita alusta loppuun. Valitettavan usein projektit päättyvät risitiriitaisiin tunnelmiin ja osapuolten yhteistyö jää kesken, usein jopa ensimmäiseen yhteiseen hankkeeseen.

Suomalaisen taiteen kentällä on paljon osaamista ja luovuutta, joka ei mielestäni saa ansaitsemaansa huomiota. Meillä on tarve kehittää kulttuurin valtavirran ulkopuolisten taiteilijoiden ja tästä kiinnostuneiden kulttuurin välittäjätahojen keskinäistä yhteistyötä. Tällaista ei kuitenkaan saada aikaan väkisin tai pakottamalla, vaan sen pitää loppupeleissä olla kaikkia osapuolia motivoivaa, kiinnostavaa ja kunnioittavaa. Lisäksi ammattimaisen yhteistyön ja työskentelyn pitää olla myös taloudellisesti kannattavaa.

Työn lähtökohta on jossain määrin myös ideologinen. Uskon henkilökohtaisesti, että menestyvissä taiteilijoissa on aina myös ripaus taiteen välittäjää ja useimmissa taiteen välittäjissä ripaus artistia. Sama intohimo taiteeseen määrittelee molempien osapuolten kiinnostuksen kohteita ja tämä asia on lähtökohtaisesti suurin voimavara etenkin marginaalimman taiteen tuotannoissa. Taiteilijat, agentit, managerit ja tuottajat ovat lopulta koko yhteiskunnan näkökulmasta kuitenkin samaa pientä perhettä, ja jos he hyvällä yhteistyöllä parantavat alan toimintaedellytyksiä ja työllistymisen mahdollisuuksia, koko perhe voi paremmin.

Opinnäytetyöni tavoite on laatia ajatusrakennelmia tueksi säveltaiteen marginaalin projektien toteuttamiseen aina suunnitteluvaiheesta niiden loppuunsaattamiseen. Toivon näiden ajatusra-

kennelmien parantavan taiteilijoiden ja välittäjien keskinäistä ymmärrystä. Tämä voi parhaimmillaan lisätä molempien tahojen työssä jaksamista ja yhdessä työskentelyn mielekkyyttä sekä motivoida jopa uudenlaisiin yhteistyöhankkeisiin.

2 MITÄ, MIKSI JA KENELLE?

2.1 Mitä?

Taiteilijoiden, agenttien, managerien, tuottajien ja ylipäätään aiheeseen liittyvien eri sidosryhmien keskinäinen vuorovaikutus on aihe, josta on tehty kirjoja, elokuvia ja vitsejäkin.

Opinnäytetyöni ei juurikaan käsittele aiheeseen sinänsä ja elimellisesti liittyviä perusasioita kuten esim. projektinhallintaa, markkinointia tai ylipäätään taiteilijana työskentelyä tai vaikkapa hankkeiden johtamista.

Se ei myöskään kehitä mitään metodia, mittaria tai innovaatiota, jolla taiteilijoiden ja välittäjien keskinäistä yhteistyötä voidaan suoraan parantaa, arvioida tai kehittää.

Opinnäytetyö tutkii ja havainnoi omien kokemuksieni, hiljaisen tiedon ja asiantuntijahaastattelujen avulla sitä, millaisia haasteita taiteen marginaalin ammattilaisilla ja välittäjillä on yhteistyössään ollut. Lisäksi siinä pohditaan ja kehitetään molempien tahojen näkökulmista ja mahdollisimman tasapuolisesti erilaisia työskentelytapoja ja ajatusrakennelmia, jotka voivat auttaa työskentelyssä kohdattavien haasteiden ja ongelmien ratkaisuisissa.

2.2 Miksi?

Artisti maksaa, juoppo taiteilija, manageri vei rahat, suuri diiva ja niin edelleen.

Kun mainitsee keskusteluissa sanat ”taiteilija” tai ”manageri”, juttuja riittää. Jos pyytää taiteen agenttia kertomaan tarinoita tapaamistaan taiteilijoista, kannattaa tilata heti toinenkin kuppi kahvia. Kun taas pyytää kokenutta taiteilijaa kertomaan juttuja managereista, saa usein kuulla ryöpytyksen joko huonoista yhteistyökokemuksista tai valittelua siitä, että taiteen välittäjien puolelta omaa työtä ei ole oikealla tavalla osattu tukea ja ymmärretty.

Kuitenkin. Taiteen välittäjätahoja ei ole ilman taiteilijoita, eikä taiteilijoilla koskaan ole riittävästi välittäjätahoja.

On täysin ymmärrettävää, että taiteen välittäminen on houkuttelevaa, kun käsissä on tuote tai brändi, joka myy helposti itse itseään. Sehän tällöin onkin kirjaimellisesti enemmän välittämistä kuin esimerkiksi managerointia. On myös hyvin ymmärrettävää, että taiteen markkinoiden huijilla työskentelevät agentuurit haluavat asiakkaikseen lähinnä projekteja ja henkilöitä, joiden

markkina-arvo ja kiinnostavuus on suuri. Opinnäytetyötäni varten haastatteleman välittäjätoimiston edustaja totesikin, että välittäjätoiminnan haaste on siinä, että tekee toisaalla liiketoimintaa, mutta toisaalla edustaa myös taidetta.

Kolikolla on kuitenkin aina käänköpuolensa. Kuten kaikki säveltaiteilijat – huiputkaan – eivät löydä tietään kansainvälisten huippuagentuurien listoille, ei myöskään kaikille taiteen välittäjille löydy töitä parrasvaloista ja maailmantähtien rinnalta.

Miten voitaisiin sitten lisätä ja edistää taiteen marginaalissa tapahtuvaa yhteistyötä taiteilijoiden ja välittäjien kesken? Mitkä asiat motivoivat tällaiseen?

Unohdetaan hetkeksi sana ”marginaali” ja korvataan se käsitteellä ”kapea kaista”. Säveltaiteen kenttä voidaan nähdä leikkisästi kokonaisuutena, joka jakautuu aikajanassa samaan suuntaan kulkevinä kaistoina, eräänlaisena musiikin valtatieenä. Toiset kaistat ovat leveämpiä kuin toiset, mutta ne kulkevat ja ovat kulkeneet historiassa jo pitkän matkan rinnakkain. Länsimäisen sinfoniaorkesterin kaista on leveä ja monikaistainen moottoritie, mutta vaikkapa ukulelen soiton (pikkukitaran) kaista on pieni ja kapea polku, joka kulkee kovaäänisen moottoritien vierellä läheisen metsän siimeksessä.

Musiikki itsessään on taas maailmanlaajuinen taidemuoto, jonka tiestö kiertelee, kaartelee ja kattaa koko maapallon. Tällaisen valtavan tieverkoston varrella, myös pikkukitaran polulla, tulee vastaan valtavia määriä harrastajia, ammattilaisia, tapahtumia ja muita musiikkiin liittyviä sidosryhmiä. Pikkukitaran kaista on tietysti vain pieni pala Suomea, mutta se on myös kaistale Kiinaa, Japania, Yhdysvaltoja, Brasiliaa ja Eurooppaa. Kun kaikki kaistaleet kutoo yhteen, aukeaa edessä marginaalitaiteen kenttä, jonka leveyttä ei helposti hahmota ja joka katoaa kauas horisonttiin. Tällaisten olemassa olevien, suurten, mutta maailmanlaajuisesti dissosioituneiden taiteen tekemisen kenttien (kohderyhmien) kokonaisvaltainen tutkiminen, analysointi ja hyödyntäminen kulttuurituotannoissa on tärkeää. 2020-luvulla, globalisaation ja tietoyhteiskuntien ansiosta tällainen ei ole koskaan historiassa ollut niin helppoa ja mahdollista kuin nyt.

Maamme omien suuntausten ymmärtäminen, kansallinen tunnettavuus ja tällaiseen liittyvä name-dropping edistää kyllä kulttuurituotantojen menestystä kotimarkkinoilla, mutta sellainen ei juurikaan auta kansainvälisillä markkinoilla. Saksalan mukaan henkilöbrändäys on kuin keinuvalla pinnalla seisomista (Saksala 2015, 192).

Suomen monipuolisen kulttuurialan koulutuksen kautta saavutettu osaaminen, yksittäiset marginaalitaiteen tekijät ja työryhmät tarjoavat paljon mielenkiintoisia mahdollisuuksia menestyksekkäisiin kulttuurituotantoihin kotimaisilla ja kansainvälisillä foorumeilla. Tärkeää on, että aktiivisesti ja määrätietoisesti etsitään sekä haetaan uusia kohderyhmiä ja mahdollisuuksia. Markkinointitoimenpiteet pitää kohdistaa kapeille segmenteille (niche) massamarkkinoinnin sijasta (Leppänen 2007, 28). Kansainväliseen toimintaan ja ylipäätään taiteellisen työskentelyn kansainvälistymiseen on maassamme lukuisia erilaisia avustuksia, joita myöntävät niin julkiset kuin yksityisetkin tahot. Lisäksi löytyy erilaisia EU-hankerahoja ja vaikkapa Pohjoismainen kulttuurirahasto. Ammattimaisesti työskentelevän yksittäisen taiteilijan, taiteilijaryhmän ja heidän kanssaan yhteistyötä tekevän välittäjän on tunnettava erilaiset rahoituksia myöntävät tahot.

2.3 Kenelle?

Opinnäytetyön työelämätaho Sublime Music Agency Oy on vuonna 2005 perustettu yritys.

Yhtiön toimialana on musiikkiesitysten ja -tilaisuuksien tuottaminen, järjestäminen, välittäminen ja myynti, artistien managerointi, musiikkialan opetus- ja konsultointitoiminta, ääni- ja kuvataallenteiden tuotanto- ja julkaisutoiminta, musiikin kustannustoiminta sekä äänilevyjen, nuottien ja oheistuotteiden vähittäismyynti.

Sublime Music Agency kuvailee kotisivuilla toimintaansa seuraavasti:

Sublime Music Agency edustaa intohimoa musiikkiin. Emme rajoita toimintaamme mihinkään erityiseen musiikin genreen, vaan edustamamme tyyliä ulottuvat urbaanista aikamme musiikista klassiseen. Yritys on erikoistunut säveltaiteilijoiden managerointiin, yksittäisiin konserttituotantoihin ja suomalaisten huippumuusikoiden kiertueiden promootioon ja toteutuksiin.

Kaikki edustamamme muusikot edustavat Suomen säveltaiteen huippua, joiden tyyliuuntien monipuolisuus mahdollistaa luonnollisen toiminnan kaikenlaisilla musiikin areenoilla Suomessa ja ulkomailla. (Sublime Music Agency 2021.)

Koen, että opinnäytetyöni on suunnattu erityisesti kulttuurialan uusille toimijoille, joilla perustaidot ja tiedot ovat olemassa, mutta kokemuspohja vielä kapea. Työelämätaho voi hyödyntää näitä ajatusrakennelmia esimerkiksi tulevien työssä harjoittelevien ohjauksessa.

3 KÄSITTEET

Opinnäytetyössä esiintyvät kolme keskeistä toimijaa: taiteilija, välittäjä ja toteuttaja. Muut keskeiset käsitteet ovat projekti, marginaali sekä ajatusrakennelma.

Taiteilija

Tässä opinnäytetyössä taiteilijalla tarkoitetaan erityisesti säveltaiteen marginaalin luovan työn ammattilaista, joka työskentelee taiteen välittäjätahojen kanssa. Taiteilija sana on opinnäytetyössä useimmiten yksikkömuodossa, mutta se voi tarkoittaa myös yhteistä hanketta ja projektia toteuttavaa vapaan kentän taiteilijaryhmää tai vaikkapa osuuskuntamuotoista kollektiivia.

Välittäjä

Taiteen välittäjä voi tarkoittaa monia asioita kuten manageria, agenttia tai tuottajaa. Tässä opinnäytetyössä sillä tarkoitetaan yleisesti henkilöä, joka läheisessä vuorovaikutussuhteessa työskentelee taiteilijan kanssa ja tuottaa yhdessä taiteilijan kanssa erilaisia projekteja oman liiketaloudellisen intressinsä näkökulmasta.

Toteuttaja

Toteuttajalla tarkoitetaan opinnäytetyössä tahoja, joka ostaa välittäjältä taiteilijan tuottaman tuotteen, kuten esim. konsertin.

Projekti

Jokin hanke, jonka toteutuksesta taiteilija ja välittäjä tekevät keskinäisen sopimuksen ja jonka he toteuttavat yhdessä. Projekti voi olla yksittäinen konserttituotanto, konserttikiertue, monitaiteellinen taidekollektiivin tuotanto, levytyssopimukseen liittyvä tulevan äänitteen markkinointi tai vaikkapa taiteilijan henkilökohtainen managerisopimus.

Marginaali

Tässä opinnäytetyössä marginaalilla tarkoitetaan säveltaiteen tuotantoja, produktioita, instrumentteja sekä musiikkityylejä, jotka eivät edusta valtavirtaa tai viihdeteollisuutta ja joiden produktioiden tuottamiseen tai esittävän säveltaiteen toimintaan ei ole kiinteää valtionosuusjärjestelmää.

Ajatusrakennelma

Ajatusrakennelma -sana esiintyy tässä opinnäytetyössä useasti. Sillä tarkoitan ajatuskulkuja ja ideoita, jotka ovat kehittyneet opinnäytetyöprosessin aikana. Ne ovat spesifejä ja konkreettisia tiedonmurusia, jotka oman hiljaisen tietoni perusteella auttavat projektien toteutuksessa lisäten yhteistyötä tekevien tahojen keskinäistä ymmärrystä ja helpottavat yhteistyötä.

4 MENETELMÄT JA TOTEUTUS

4.1 Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyössäni olen soveltanut laadullista tutkimusmenetelmää. Laadullinen menetelmä oli aiheeseen sopivin, sillä tarkoitukseni oli saada kuvailevaa tietoa (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 138, 139) taiteilijan ja välittäjän välisestä yhteistyöstä heidän kuvaaminaan.

4.2 Aineiston keruu

Aineistoa keräsin harkinnanvaraisesti valittujen asiantuntijoiden teemahaastattelujen avulla. Lähestyin sähköpostitse yhteensä kymmentä taiteen välittäjää sekä esittävän säveltaiteen ammattilaista, joiden tiesin oman työhistoriani kautta olevan kiinnostuneita opinnäytetyöni aiheesta. Haastattelut kestivät keskimäärin puolitoista tuntia. Kymmenestä haastatteluun pyytämästäni henkilöstä kuuden haastattelut toteutuivat.

Käytin nimenomaan teemahaastattelua, sillä se on pätevä menetelmä selvittämään vähän tiedettyjä asioita. Haastattelu on oiva tutkimusmenetelmä, kun ei ole ennakoajatusta siitä, millälaisia vastauksia tulee saamaan ja vastaukset perustuvat haastateltavan omiin kokemuksiin. (Hannila & Kyngäs 2008). Tämä menetelmä tuki siis omaa toivettani saada rehellisiä vastauksia vaikeisiinkin kysymyksiin. Tutkimusmenetelmänä haastattelu on myös esimerkiksi Hirsjärvi & Hurmeen mukaan järkevä valinta, sillä sen kautta on mahdollista löytää syvällistä tietoa (Hirsjärvi & Hurme 2009, 11).

Haastattelut toteutettiin huhti-toukokuun 2021 aikana. Niitä ei taltioitu muuten kuin kirjoittamalla muistiin haastateltavien näkemyksiä. Näin ollen haastattelumateriaalista ei ole laadittu varsinaista sisällönanalyysiä, vaikka se laadullisen tutkimuksen keskeisimpiä metodeja onkin (Tuomi & Sarajärvi 2009, 91). Haastattelut on purettu opinnäytetyössäni siten, että haastateltavia ei tunnista, vaikka heidät onkin yksilöity numeroin (H1-H6). Haastattelujen avulla saadut huomiot keskustelevat muun tekstin kanssa vapaamuotoisesti läpi opinnäytetyön.

Haastattelujen lisäksi olen hyödyntänyt opinnäytetyössäni vankan työkokemukseni sekä taiteilijana että taiteen välittäjänä tuomaa asiantuntijuuttani ja hiljaista tietoa. Näiden tueksi tiedonkeruuaineistoani ovat olleet myös kulttuurituotantoon liittyvä kirjallisuus sekä aiheeseen liittyvät nettipohjaiset julkaisut ja verkkosivut.

4.3 Haastateltavat

Haastateltuja henkilöitä oli opinnäytetyössä yhteensä kuusi (H1-H6). Kolme haastatelluista (H1-H3) edusti musiikin ammattilaisia ja kolme (H4-H6) taiteen välittäjätahon toimijoita. Kaikki haastatellut työskentelevät pääosin pääkaupunkiseudulla.

Haastateltu henkilö 1 (H1)

- nainen, 50-vuotias, muusikko/laulaja, pitkä yli 30 vuoden kokemus alalta ammattilaisena

Haastateltu henkilö 2 (H2)

- mies, 37-vuotias, muusikko/tuottaja, yli 10 vuoden kokemus alalta ammattilaisena

Haastateltu henkilö 3 (H3)

- nainen, 25-vuotias, laulaja, vastikään levytyssopimuksen solminut artisti

Haastateltu henkilö 4 (H4)

- mies, 57-vuotias, taiteen välittäjä, työskentelee omassa yrityksessä

Haastateltu henkilö 5 (H5)

- nainen, 40-vuotias, taiteen välittäjä, työskentelee johtajana

Haastateltu henkilö 6 (H6)

- mies, 39-vuotias, taiteen välittäjä/muusikko, työskentelee johtajana

5 AJATUSRAKENNELMAT VAIHEITTAIN

Jaan opinnäytetyössäni taiteilijan ja välittäjän yhteistyöprosessin neljään eri vaiheeseen. Projektien käytännön toteutuksissa vaiheiden raja-aidat eivät aina selkeästi erotu toisistaan, joskus niitä ei edes ole, mutta tällainen neljään vaiheeseen jakaminen selkeyttää ja jaksottaa opinnäytetyön kokonaisuutta. Tässä opinnäytetyössä käytetään hyvin yksinkertaisesti jaoteltua projektisuunnitelmaa, mutta sen osat ryhmitellään usein tarkemmin (Kymäläinen, Lakkala, Carver & Kamppari 2016, 25).

1. Projektiehdotus eli esisuunnitteluvaihe
2. Varsinainen suunnitteluvaihe
3. Tuotanto- ja toteutusvaihe
4. Arviointivaihe

Kaikki ajatusrakennelmat ja niiden huomiot liittyvät aina myös yleisesti kulttuurituotantojen yhteistyökuvioihin. Niitä voidaan soveltaa niin yksittäisten taiteilijoiden manageri- tai agentuurisopimusten laadinnassa, levytyssopimuksissa ja vaikkapa erilaisten esiintyjäkollektiivien projektisuunnitelmien ja tuotantosopimusten teoissa sekä toteutuksissa.

H6: Jos nyt puhutaan taiteen välittäjien ja suomalaisten taiteilijoiden yhteistyöstä yleisesti ja sellaisen tarpeesta... Hommat pyörivät samoilla säännöillä oli manageria tai ei. Pienessä maassa kasvot kuluvat, keikkoja yms. ei voi tehdä määräänsä enempää. Ja talouspuolessa ei ole neuvoteltavaa. Rahaa on se mitä on. Rahaa on yleisesti niin vähän, että ei siitä pysty järkevästi jakamaan prosentteja esim. agentuurille. Siksi hoidan asioita pääosin itse.

Kuten jo aiemmin todettiin, kaikille taiteilijoille ei yksinkertaisesti riitä managereja ja agentuureja. Tuottaja Nea Granlund on kirjoittanut aiheesta Pragman blogissa:

Käytännön työ on vahvistanut näkemystäni siitä, että voidakseni tehdä työni hyvin, myytävien ryhmien ja teosten määrä ei voi olla rajaton. Jos agentti edustaa lukuisia artisteja ja teoksia, jotka ovat keskenään hyvin erilaisia ja tavoittelevat eri kohderyhmiä, myynnin verkostojen laadun ylläpito on vaikeampaa ja myynnin tavoitteisiin voi olla haastava, jollei mahdoton päästä. Tästä syystä myytävien ryhmien ja teosten määrää ja genreä on pakko strategisesti pystyttävä rajaamaan ja kehittämään. (danceinfo.fi 2019)

Monet taiteilijat hoitavat koko työhön liittyvän pakettinsa pääosin itse. Vaikka toimisi yksin sekä taiteilijana että oman työnsä välittäjänä, on työskentelyn reflektointi molemmista näkökulmista hyödyllistä. Toivon, että opinnäytetyön ajatusrakennelmat ja huomiot auttavat myös tällaisessa tilanteessa.

5.1 Projektiehdotus eli esisuunnitteluvaihe

Ennakkosuunnittelu on käsitteellistä suunnittelua. Käsitteellisellä suunnittelulla tarkoitetaan sitä, että ihminen osaa tutkia ja suunnitella, tarkastella tosiasioita, organisoida ja järjestää sekä kokonaistaa ja mallintaa erilaisia työvaiheita. Prosessin ymmärrys synnyttää luovia ratkaisuja selvitä työstä vähemmän virhein, säästää itseään, työaika ja tuotannon resursseja. (Pölonen, Ihanus & Tamk 2013, 19.)

Yhteistyö alkaa projektiehdotuksesta ja tätä vaihetta kutsutaan usein myös ennakkosuunnitteluksi, esiselvitykseksi tai esisuunnitelmaksi. Yksinkertaistettuna: jommallakummalla taholla - taiteilijalla tai välittäjällä - on idea ja jonkinlainen ehdotus yhteistyöstä.

Kun keskitymme taiteen marginaaliin, ehdotuksen tekijä on useimmiten taiteilija, jolla on visio tulevasta projektistaan tai yleisesti toimintansa kehittämistä, mihin hän tarvitsee välittäjää yhteistyökumppaniksi. Kaupallisessa taiteessa tai esimerkiksi viihdeteollisuudessa tilanne on usein käänteinen ja ensimmäinen yhteydenotto tapahtuu välittäjätahon puolelta. Nämä lähtökohtaiset asetelmat ovat ymmärrettäviä. Viihdeteollisuus on usein selkeää ja puhdasta liiketoimintaa vastaten yleiseen kysyntään, tarjoten näin perinteisen ja helposti ymmärrettävän ansaintalogiikan välittäjätaholle. Marginaalitaiteessa ei nähdä helposti suuria markkinoita ja siksi se ei yleisesti kiinnosta yhtä paljon kuin viihdeteollisuus.

Opinnäytetyötä varten haastattelemani esiintyvät taiteilijat olivat kaikki solmineet ensimmäisen yhteistyösopimuksensa välittäjätahon aloitteesta, mutta asiat eivät välttämättä etene aina juuri näin. Hyville ja luoville ideoille on varmasti aina käyttöä ja hetkensä!

Opinnäytetyössä ei pohdita syvällisesti sitä, miten lopulta kehitetään hyvä idea tai rakennetaan hyvä projektiehdotus. Lähtökohtana on tilanne, jossa molemminpuolinen intressi on jo olemassa: on sovittu yhteinen tapaaminen, jossa projektiehdotusta tarkastellaan tarkemmin ja mietitään yhdessä mahdollisia tulevaisuuden yhteistyömuotoja.

Mihin asioihin kannattaa sekä taiteilijan että välittäjän tässä vaiheessa yhteistyössään kiinnittää erityistä huomiota? Miten yhteistyö lähtee heti alussa sujuvasti käyntiin? Minkälaisia ongelmia mahdollisesti kohdataan ja minkälaisia ratkaisuja kannattaa hakea?

Lähes nyrkkisääntönä voidaan pitää sitä, että mitä valmiimman tuote- tai palvelukonseptin päämies agentille esittää, sitä todennäköisemmin agentti ehdottaa yhteistyötä (Moberg 2014, 44)

Vaikka opinnäytetyö ei käsittele varsinaisesti projektinhallintaa, niin kirjataan kuitenkin alkuun kolme kohtaa, jotka kokemukseni mukaan hyvän projektiehdotuksen tulisi ainakin sisältää:

1. Tausta ja idea
2. Tavoitteet
3. Visio lopputuloksesta.

Projektiehdotuksessa on paljon samankaltaisia piirteitä, kuin yleisesti yritysten myyntityössä; myydään jotain jo olemassa olevaa. Halutaan tehdä jotain, mitä uskotaan jossain haluttavan. Ennakoidaan, mitä jossain tullaan haluamaan. (Kotler 2003, 9).

Ajatusrakennelmia taiteilijalle projektiehdotus- eli esisuunnitteluvaiheessa:

- Välittäjät saavat paljon yhteistyöehdotuksia ja kun tapaaminen on kerran järjestynyt, on taiteilija tai hanke yleensä mielenkiintoinen. Joskus kohdataan kuitenkin yllätyksiä. Välittäjä tekee pohjimmiltaan liiketoimintaa ja näin intressi voi olla vain joku pieni osa-alue taiteilijan toiminnassa tai projektiehdotuksesta. Taiteilijan kannattaa koko ajan pitää mielessä mitä yhteistyöltä oikeasti hakee ja onko juuri tällä välittäjällä kiinnostusta ja osaamista siihen? (Juurakko, Kauhanen & Öhage 2012, 35)
- Jos kysymyksessä on projektiluontoinen hanke, mutta taiteilijalla on halu myös jatkojalostaa sitä ja kehittää yhteistyötä pitkäjänteisesti ylipäättään, kannattaa keskustella minkälainen välittäjän työtilanne on tulevaisuudessa. Jos välittäjällä ei ole omien jo sovitujen projektien johdosta mahdollisuuksia jatkaa yhteistyötä esim. vuoden jälkeen, onko tällainen yhteistyö hankkeen tavoitteiden näkökulmasta järkevää?

H3: yhteispelissäännöt on oltava aina hyvin selkeitä joka suuntaan.

- Pitää ymmärtää myös omat vastuut ja velvollisuudet, kun lähtee tekemään yhteistyötä toisen päätoimisen ammattilaisen kanssa. Yhteistyö agentuurien ja managerien kanssa vaatii yhteisten ja sovittujen projektien priorisointia, mikä samalla tarkoittaa usein myös kieltäytymisiä muista mahdollisista ja tarjottavista töistä. Kiinnostavistakin.

H1: Manageri auttaa toimimaan uraa edistävällä tavalla ja suodattaa työtarjouksia ulkopuolisin silmin. Tämä on ollut iso apu.

- Produktion realistinen ja tuotantoa tukeva aikakehys on taiteilijan tärkeää hahmottaa ja osata kertoa välittäjälle alustavasti jo ensimmäisellä tapaamisella (Taidemaalari liitto 2021).
- Rahoitus on taiteen marginaalissa aina haastavaa. Välittäjää kiinnostaa varmasti esimerkiksi tietää: Minkälaiset resurssit ja mahdollisuudet taiteilijalla on panostaa projektiin myös omalla rahoituksella? Onko taiteilija valmis hakemaan itse rahoitusta omien apurahojen muodossa ja tarvitseeko tällaiseen apua? Jos kyseessä on työryhmä, miten muut jäsenet suhtautuvat omien apurahojen ja rahoitusten hakemiseen? Onko jollain työryhmän jäsenellä jo jokin aiheeseen liittyvä apuraha, joka pitää huomioida talouden suunnittelussa ja rahoitushakemuksissa? Miten oman rahoitusosuuden hakemisen vastuu ylipäätään jakautuu, jos kysymyksessä on työryhmä?

H3: Itse haluan tuottaa ja järjestää nimenomaan marginaalisemman musiikin kiertueita. Suomessa ja ulkomailla. Olen kehittänyt kaikkeen omat työkalut ja omanlaisen rahoitusmallin. Aiemmin otin omia taloudellisia riskejä kiertueita järjestäessäni, mutta en enää tee niin. Oma rahoitus on esiintyjille nykyään tärkeää ja haluan auttaa asiakkaitani etsimään oikeita ja mahdollisia rahoituslähteitä yhteistyömme aluksi. Kaikenlainen osaaminen on Suomessa nykyään huikeasti parempaa kuin 20-vuotta sitten, mutta toisaalta kiertueiden järjestely huomattavasti hankalampaa. Eli hyvä, että osaaminen on kehittynyt!

- Agentuureilla ja managereilla on yleensä useita asiakkaita. Artisti taas edustaa itseään ja on oma haavoittuva brändinsä suhteessa kaikkiin sidosryhmiin. Jos yhteistyö jostain

syystä loppuu kesken hankkeen, on se luonnollisesti kaikille osapuolille hankalaa ja harmillista, mutta erityisesti taiteilija jää helposti yksin. Minkälainen on taiteilijan varasuunnitelma? Kun taiteilija hakee ja mahdollisesti saa rahoitusta hankkeeseen, on taiteilijan etu, että on aina jonkinlainen toimintamalli hankkeen loppuunsaattamiseksi. Jos projekti jää kesken, voi myönnettyjä avustuksia joutua maksamaan takaisin (Taiteen edistämiskeskus 2021). Erityisen hankalaksi tilanne muodostuu, jos ja kun osa avustuksista on tällöin jo käytetty.

H5: On toisaalta sääli, mutta itse näen, että ei voi työskennellä ja välittää kerralla kovin suurta joukkoa taiteilijoita. Pienempi ja tiiviimpi ryhmätyöskentely edistää läheisyyttä ja ystävyyttä, joka lopulta edistää ja vakiinnuttaa toimintamalleja sekä kokonaisvaltaista yhteistyötä.

- On tärkeää dokumentoida ja tallentaa kaikkea infoa sekä materiaalia aktiivisesti heti projektin alusta alkaen. Esimerkiksi jonkinlainen pilvipalveluun perustuva alusta sekä kansio, jonne kaikki hankkeeseen liittyvä materiaali aina tallentuu ja on aina kaikkien osallisten saavutettavissa, on erinomainen ratkaisu ja helpottaa tulevan markkinointimateriaalin koonnissa sekä projektiseurannassa. Hyvä projektin dokumentointi helpottaa asioita luonnollisesti myös edellä mainitussa skenaariossa, jossa yhteistyöosapuolet jostain syystä yllättäen vaihtuvat.

Ajatusrakennelmia välittäjälle yhteistyön alussa ja projektiehdotuksen vaiheessa:

Nimen valitseminen on hauska, mutta myös hankala tehtävä. Onko yrityksen brändi-identiteetin mukaista toimia selkeällä suomenkielellä vai ollaanko kenties tähtäämässä kansainvälisille markkinoille? Halutaanko, että nimi kertoo itse tuotteesta vai on siihen liittyvä kielikuva. (Sammallahti 2009, 95.)

- Hyvän nimen keksiminen produktiolle tai hankkeelle on usein taiteilijalle hankalaa. Jos jokin muu kuin projektiehdotuksen otsikko kuvailee hanketta selkeämmin mahdollisille toteuttajille, kannattaa se mainita ääneen. Taiteilija näkee välittäjän tällaisessa asiantuntijana.

- Esiintyvät taiteilijat kaipaavat apua erityisesti markkinoinnissa ja myynnissä. Jos ja kun halutaan apua markkinointiin ja myyntiin, ollaan todennäköisesti myös yhteisymmärryksessä tekemässä tuotetta, josta halutaan tehdä myyntikelpoinen toteuttajille. Välittäjän on hyvä kiinnittää tähän huomioita heti projektin alussa. Produktiivinen luovuus voi viedä huomion välillä pois hankkeen päämääristä, joten ammattimaiset ja perustellut huomiot markkinointi- ja myyntityön kohdeyleisöistä sekä esiintymispaikoista selkeyttävät ja auttavat usein myös itse luovassa työskentelyssä.

H1: Kaipaen erityisesti käytännön keikkamyymää. En muuten näe edes varsinaista hyötyä managerista.

- Monet taiteilijat markkinoivat mielellään myös itse tuotteitaan yhteistyössä markkinoinnin ammattilaisten kanssa. Yleensä – ja erityisesti taiteen marginaalin puolella - taiteilijat ovat myös hyvin selvillä työnsä kansainvälisestä toimintaympäristöstä. Hyvä ja järkevä työnjako, vaikkapa juuri projektiin liittyvän kansainvälisen toiminnan mahdollisuuksien kartoittamisessa, kannattaa aloittaa heti alussa. Tällainen yhteistyö edistää molempien tahojen toimintaa, myös yleisen osaamisen tasolla, mutta voi olla samalla merkittävä apu esim. rahoitushakemuksissa.

H2: käytännön myyntityöhön kaipaa aina apua. Jos sitä tekee minulle joku agenttuuri, niin autan luonnollisesti ja mielelläni siinä aina ihan niin paljon kuin vain pyydetään. Heillä on kuitenkin omat verkostot ja tavat toimia. Ei minulta ole silti juurikaan mitään koskaan keikkamyymäjien puolelta kysely, perusasioiden kuten kuvien yms. lisäksi.

- Taiteilijat kokevat usein jäävänsä pimentoon informaation suhteen työskennellessään välittäjätahojen kanssa. Sisäisen viestinnän säännöt kannattaa sopia selkeästi heti alussa: ketkä pitävät yhteyttä, miten ja kuinka usein (Parkkola 2005, 34-49). Jos mitään konkreettista ei välillä tapahtuisikaan, on sekin tieto, joka on hyvä välittää taiteilijalle. Kaikki yhdessä jaettava informaatio kertoo siitä, että prosessi on kuitenkin käynnissä ja näin motivoi taiteilijan työskentelyä.

- Kokoustaamista kokoustaamisen vuoksi ei varmasti kukaan kaipaa, joten jos toinen osapuoli (varmasti useammin juuri taiteilija) tekee tarpeettoman usein yhteydenottoja, tämän voi ottaa heti puheeksi (Kallio & Kivistö 2013, 49-50). Ammatillisuuteen kuuluu suhtautua tällaiseen ymmärtäväisesti ja kunnioittaa yhteistyökumppanin toiveita. Samalla taataan rauha osapuolten omaan työskentelyyn ja tuetaan toisten työssä jaksamista.

5.2 Varsinainen suunnitteluvaihe

Suunnitteluvaiheessa testataan ja kehitetään suunnitelmaa, mutta tarvitaan myös fokusoituja tuotantopalavereja, joissa tehdään päätöksiä. Tässä vaiheessa taloudellinen ja taiteellinen prosessi kulkevat päällekkäin ja lomittain, vaikka ne aikajanalla voivatkin kulkea eri tahtiin. Ne vaikuttavat toisiinsa, joten johdon on varmistettava, että kaikki lopputulokseen vaikuttavat tekijät ovat esillä ja avoimessa keskustelussa. (Pölonen ym. 2013, 19.)

Ajatusrakennelmia taiteilijalle varsinainen suunnittelu -vaiheessa:

- Kun virallinen yhteistyösopimus on tehty ja siirrytty konkreettiseen ja varsinaiseen suunnitteluun, yleinen tekemisen meininki ja vauhti on kova! On tärkeää kuitenkin yhä keskittyä juuri siihen päämäärään, mistä alkuperäisessä projektiehdotuksessa on yhteisesti sovittu. Hyvä välittäjä on myös kuuntelemisen ammattilainen, joka rekisteröi tarkkaan taiteilijan uudetkin ajatukset ja suunnitelmat (Saksala 2015, 41). Aina on luonnollisesti tilaa hyvälle ja luoville ideoille, jotka kehittävät ja edesauttavat yhteistyötä, mutta suunnitteluvaihe ei ole enää ns. aivoriivi. Yhteistyön onnistumisen kannalta yhteinen tavoite kuuluu olla kaikilla kirkas ja selkeästi rajattu (Tuominen & Koski 2007, 105). Liiallinen asian vierestä rönsyily, liian monien suuntien ja mahdollisuuksien tavoittelu sekä luoville ihmisille usein ominainen tarve esitellä hetkessä kaikki osaamisensa on helposti hämmentävää välittäjille. Malttaminen, selkeä ja päämäärätietoinen työskentely lisää ja edistää myös omaa työssä jaksamista. Kun projekti on ensin viety hyvin loppuun ja kaikki osapuolet ovat tyytyväisiä, on siitä hyvä jatkaa eteenpäin.

- Esisuunnittelussa on jo käsitelty projektin taloushallintaa ja siihen liittyviä vastuunjakoa. Varsinaisessa suunnittelussa nämä pitää nyt tarkentaa ja sopia selkeästi, koska muuten niihin joudutaan myöhemmin toistuvasti palaamaan ja tällöin prosessi ei etene, vaan katsoo taaksepäin. Taiteen marginaalissa rahaliikenne ei ole suurta, mutta erimielisyydet taiteen työryhmissä usein valitettavasti liittyvät juuri näihin pieniin rahoihin. Miten esimerkiksi projektin aikana saatavat ja siihen osittain liittyvät mahdolliset henkilökohtaiset apurahat suhteutuvat kokonaisrahoitukseen? Jos kysymyksessä on työryhmä ja joillakin sen jäsenillä on enemmän vetovastuuta, huomioidaanko se tulevissa palkkioissa? Riippumatonta neuvontaa ja apua mahdollisiin epäselvyyksiin on saatavilla muun muassa ammattiliitoilta kuten muusikkojen liitolta osoitteesta muusikkojenliitto.fi tai taide- ja kulttuurialan ammattijärjestöltä osoitteesta taku.fi.

H5: Usein unohtuu lähtökohtaisesti se, että työryhmän – johon kuuluvat sekä esiintyjät että välittäjät – kuuluu olla tasa-arvoinen. En usko, että jonkinlainen taiteellinen kollektiivi, jossa esim. tuottaja saa jonkinlaista kiinteää palkkaa ja muut osakkaat satunnaisia keikkakorvauksia voi lopulta toimia. Kaikkien on oltava liikkeellä samalla riskillä. Epätasa-arvoinen asetelma on usein se, joka aiheuttaa lopulta riitoja ja ongelmia. Tämä on luonnollisesti helppoa todeta, mutta hankalaa ratkaista. Taiteen myyntityö tai esim. jonkin taideosuuskunnan taloushallinta harvoin kiinnostaa ketään vastaavasti kuin taiteilijoita luova työskentely. Valitettavan usein hyvät ja sinänsä juuri taiteen välittäjätyöstä alun perin innostuneet henkilöt, hakeutuvat muihin töihin jo muutaman projektin jälkeen.

- On aina oma etu, että taiteilija on oman genrensä asiantuntija tekijänoikeuteen liittyvissä asioissa. Hyvä välittäjä tuntee ja tietää tekijänoikeudet, mutta useasti enemmän yleisellä tasolla. Toimijoiden täytyy yhdessä varmistaa, että kaikessa projektiin liittyvässä suunnittelussa on varmistettu paitsi oikeat ja lailliset, niin myös moraaliset sekä kunnioittamisoikeudelliset näkökulmat suhteessa hankkeeseen. Nämä kaikki vaikuttavat yhteistyökumppaneiden hankintaan, rahoitushakemuksiin ja yleiseen taloushallintaan sekä kokonaisbudjettiin. Koska taiteilija on oman alansa asiantuntija ja kehitettävän sekä myytävän tuotteen alkuperäinen suunnittelija, juuri hänen pitää loppupeleissä varmistaa, että välittäjillä ja projektiin liittyvillä sidosryhmillä on kaikesta tekijänoikeuksiin liittyvistä asioista riittävät ja selkeästi ymmärrettävät tiedot. Tekijänoikeuslaki (1961/404) löytyy kokonaisuudessaan osoitteesta finlex.fi.

H4: Omilla kiertueillani ovat erilaiset julkisen sektorin toimijat ja rahoitukset hyvin tärkeitä. Koen tästä vahvaa yhteiskunnallista vastuuta. Kun käytetään julkista rahaa, niin sitä pitää käyttää aina järkevästi. Näen itseni ja kaltaiseni toimijat marginaalimusiikin edistäjinä vahvasti osana julkista taidetarjontaa ja siksi usein harmittaa, jos tuntuu, että toimintaa ei tarpeeksi huomioida ja arvosteta.

- Jos jotain projektiehdotuksen jälkeen on hankkeessa muuttunut tai mahdollisesti muuttumassa esimerkiksi olosuhteiden pakosta, asia kannattaa käsitellä aina heti. Aina voi löytyä vaihtoehtoisia ratkaisuja, mutta tällainen voi vaatia paljonkin aikaa ja vesittää alkuperäisen toteutusaikataulun suunnitelman. Esimerkiksi henkilökemioihin ja perhe-suhteisiin liittyvät muutokset ovat vaikeita ja usein mahdottomiakin asioita ennustaa tai tuoda esiin, mutta välittäjän olisi hyödyllistä tietää näistäkin mahdollisimman paljon sopimuksia solmittaessa. Kaikessa toiminnassa täytyy kuitenkin noudattaa ja kunnioittaa lakia yksityisyyden suojasta työelämässä (13.8.2004/759), joka kannattaa käydä lukemassa osoitteesta finlex.fi. Usein kaikkeen löytyy vaihtoehtoisia ratkaisuja, mutta on tärkeää myös ymmärtää, että esimerkiksi yksittäisen taiteilijan osaaminen voi joskus olla niin ainutlaatuista, ettei häntä voi korvata.
- Monet pienet ja helposti itsestään selvinä pidettävät asiat voivat yllättäen teettää ennakoitua enemmän työtä. Tämä pitää huomioida omissa aikatauluissa ja varoa tekemästä niistä liian tiukkoja. Esimerkiksi: Helsingin kaupunginorkesterin käytännön toteutuksissa työskentelee muusikoiden lisäksi orkesteripäällikkö, orkesterijärjestäjä, nuotistonhoitaja, tuottaja ja viestintäsuunnittelija (Helsingin kaupunginorkesteri 2021). Nämä kaikki työtehtävät täytyy jollain tavoin suorittaa myös pienessä säveltaiteen työryhmässä, vaikka sen muodostaisivat vain taiteilijat ja tuottaja. Lähtökohtaisesti tuottaja tuottaa ja muusikot musisoivat, mutta nuotistonhoitajaksi tarvitaan kuitenkin henkilö, joka ymmärtää ja osaa lukea nuotteja. Nuotistonhoitaja ei voi olla oletusarvoisesti tuottaja.

Ajatusrakennelmia välittäjälle varsinainen suunnittelu -vaiheessa

- Kulttuurituottaja on projektinhallinnan ammattilainen. Taiteilija ei välttämättä ole. Ammattitaiteilija hakee yhteistyöltä jäsenneilyä sekä selkeää suunnitelmaa kohti yhdessä sovittua päämäärää. Jos taiteilija on lähestynyt välittäjää kehittääkseen toimintaansa tai toteuttaakseen jonkin itselleen tärkeän hankkeen, ei ole mitään niin vaikeaa asiaa, josta ei voisi keskustella varsinaisen päämäärän saavuttamiseksi. Jos (ja useimmiten kun) yhteistyö vaatii taiteilijalta osallistumista oman luovan työn lisäksi myös käytännön tuotannolliseen puoleen, se kannattaa sopia selkeästi ja suunnitteluvaiheessa kertoa myös selkeät aikataululliset kehukset tällaisellekin työlle. Osallistumiset esimerkiksi rahoitushakemuksiin ja markkinointimateriaalien tuottamiseen ovat taiteilijalle erillistä toimintaa pääasiallisen luovan työn ohessa ja vaatii taiteilijalta omien aikataulujen ennakosuunnittelua.

H1: Olen sinänsä avoin kaikenlaiselle yhteistyölle. On hyvä saada säännöllisesti ulkopuolista palautetta. Helposti jumiutuu omille mukavuusalueille

- Kysymykset ”mitä, miksi ja kenelle?” ovat tärkeitä myös luovan työn tekijöille. Inspiraatiomielessäkin. Kun projekti kerran käynnistyy, toimijoiden keskinäinen luottamus toistensa ammattitaitoon on olemassa ja työskentely yhdessä nähdään kiinnostavana sekä oikeanlaisena. Taiteilija ymmärtää välittäjätahon oman erityisen asiantuntijuuden suhteessa omaan työhönsä ja arvostaa, kun välittäjä kertoo näkemystensä mukaan esimerkiksi mahdollisten toteuttajien ajankohtaisista kiinnostuksen kohteista. Äkilliset muutokset ja uudet mahdollisuudet toimintaympäristössä jäävät helposti huomaamatta, kun tekee tiiviisti luovaa työtä. Onko mahdollisesti tulossa joku projektia sekä yhteistyötä edistävä ja työmahdollisuuksia lisäävä juhluvuosi? Arkipäivän arvojen muutokset voivat vaikuttaa ihmisten tapoihin kuluttaa kulttuuria (Koivunen & Kotro 1999, 135). Onko yhteiskunnan arvoissa havaittavissa muutoksia, jotka voivat edistää projektia ja halutaanko näin etsiä jopa ihan uutta tuotannollista näkökantaa? Onko parhaillaan tai tulevaisuudessa havaittavissa joku säätiöiden yms. apurahoitukseen yleisesti liittyvä agenda, joka kannattaisi huomioida ja joka mahdollisesti helpottaisi hankkeen toteuttamista lisäten sen yleistä kiinnostavuutta?

- Välittäjä määrittelee normaalisti yhteistyösopimuksen tarkan sisällön. Samalla määritellään myös tilanne, olosuhteet ja ehdot, jossa sovittu yhteistyö raukeaa. Epäonnistumisissa taiteilijat kokevat usein, että syyt epäonnistumiseen johtuvat paljolti välittäjäta-hon liian vähäisestä kiinnostuksesta ja satsauksesta projektiin. Tehty työmäärä ja konkreettiset työt on järkevää kirjata selkeästi ja projektikohtaisesti ylös muistiin.

Ennen kuin sitoutuu toteuttamaan ison hankkeen, kannattaa varmistaa, että tavoitteet ovat realistiset suhteessa annettuihin resursseihin (Saksala 2015,171).

5.3 Tuotanto- ja toteutusvaihe

Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty. Päämäärät ja tavoitteet ovat selkeitä, kuten myös yhdessä sovittu työn- ja vastuunjako.

Tuotannon ja toteutuksen vaiheessa taiteilijat ja välittäjät ovat käytännön työskentelyn, toiminnan ja oman osaamisalueensa ytimessä. Yhteyttä pidetään säännöllisesti, jotta osapuolilla on levollinen mieli asioiden sujumisesta, mutta ei tietenkään sotketa turhaan toistensa hommia.

Yksinkertaistettuna: taiteilija tekee päämäärätietoisesti luovaa työtään ja välittäjä huolehtii toteutuksen aikatauluista, tekee käytännön tuotantotyötä sekä hoitaa markkinointia ja myyntiä. Konsertti, esitys tai jokin muu vastaava tuote päättää prosessin. Työskentely on tiivistä hyvin konkreettisella tasolla ja projektisuunnitelma aikatauluineen ohjaa kaikkia.

Ajatusrakennelmia taiteilijalle tuotanto- ja toteutusvaiheessa:

- Taiteilijan pääasia ja kaikki fokus on luonnollisesti taiteellisessa työskentelyssä, mutta aina kun joku selkeä osa-alue työssä etenee niin pitkälle, että sitä voi käyttää esimerkiksi markkinoinnin tukena osana tulevasta kokonaisuudesta, se kannattaa dokumentoida ja lähettää informaationa välittäjälle. Yksittäisten tiedonjyvästen lähettämistä joka päivä ja joka ikinen yö kannattaa kuitenkin välttää.

- Säännöllinen päivittäminen työstä esimerkiksi kotisivujen, sosiaalisen median tai nettiblogin kautta on tärkeää (Juntunen 2017), eikä omaa ja aktiivista suhdetta omiin sidosryhmiin saa unohtaa, vaikka onkin solminut yhteistyösopimuksen välittäjän kanssa. Mahdollisuudet uran edistymiseen ovat kasvaneet välittäjän ansiosta, mutta perustyö on yhä pohjimmiltaan samanlaista kuin aiemminkin.
- Projektia markkinoidaan ja sille on määritelty jokin hinta. Kun työskentelee ja hanke etenee, sen huomaa usein rakentuvan myös omista itsenäisestikin toimivista kokonaisuuksista. Jos tuntuu, että työtä tehdessä tulee valmiiksi lisää myytävää toteuttajille, niin tiedota siitä välittäjää selkeästi. Mitkä oikeasti ovat osaamisemme erityisalat ja miten niitä nykyään hyödynnämme palvelutuotannossa? (Sammallahti 2009,47). Huomaatko tekemisen kautta, että osa projektistasi mukautuisi vaikkapa työpajatoiminnaksi? Huomaatko ajattelevasi, että kokonaisuudelle voisi löytyä jopa uusia kohderyhmiä? Markkinointia tukevalle innovoinnille on aina tilaa ja viimeistään lopussa - arvioinnin sekä jatkojalostuksen vaiheessa - näihin ideoihin kannattaa palata!

Ajatusrakennelmia välittäjälle tuotanto- ja toteutusvaiheessa

H4: tämä on työtä siinä missä kaikki muukin. Olen rakentanut omanlaisen tuotantomallin ja sitä tehdessä pidän lisäksi itsestäni huolta. Uin ja pyöräilen. Pitää muistaa myös levätä ja varata vapaa-aikaa.

- Taiteellinen työskentely on usein yksinäistä puuhaa, kaikenlainen välittäjätahon puolelta tuleva tukeminen ja motivointi auttaa siinä (Kallio & Kivistö 2013, 74).
- Säännölliset ja yhteiset tilannekatsaukset markkinoinnin ja myynnin osalta ovat edelleen tärkeitä.
- Miksi juuri tässä vaiheessa taiteilijat usein kokevat markkinoinnin epäonnistuvan? Mediahuomion saaminen markkinoinnin avuksi on kulttuurituotannoissa haastavaa ja se

kyllä yleisesti myös ymmärretään. Mahdollisimman avoin yhteydenpito lujittaa keskinäistä kumppanuutta ja ehkäisee mahdollisia myöhempiä ristiriitoja. Jos missään mediassa ei projektia huomioida tai vaikkapa ensi-illassa sali loistaa tyhjyyttään, ei se mitään, joskus sattuu myös epäonnistumisia ja niitä täytyy oppia sietämään (Aaltonen & Lindroos 2012, 167). Tärkeää kuitenkin on, että parhaansa on tehty ja molemmat osapuolet tietävät ja ymmärtävät sen.

H1: ensimmäisen sopimuksen jälkeen oli koko maailma auki, nyt en oikein osaa odottaa enää mitään. Tuntuu, että muutamat jättiläiset pyörittävät maailmaa ja pyörät vain pyörivät eteenpäin. Tuntuu, että oma toiminta ja yhteistyösopimukset vain hetkeksi päyhtävät omaa tilaa kaikessa tuossa.

5.4 Arviointivaihe

Taiteen projektien toteutuksen selvittäminen ja arviointi on käytännössä aina välttämätöntä hankkeen rahoittajien suuntaan. Saadut apurahat ja muut vastaavat avustukset on selvitettävä ennakkoon määrätyn ajan kuluessa. Näitä tekevät taiteilijat ja välittäjät sekä yksin että yhdessä.

Haastattelujeni ja oman hiljaisen tietoni perusteella kuitenkin taiteilijoiden oman toiminnan reflektointi ja taiteilijoiden sekä välittäjien keskinäisen työn sujuvuuden arviointi jää lopussa helposti pintapuoleiseksi. Tähän on selkeä syy: itsenäistä työskentelyä ja tuotantoja tehdään taiteen vapaalla kentällä käytännössä aina projektikohtaisilla hankerahoituksilla ja kun työ loppuu, seuraava usein jo alkaa. Ei ole yksinkertaisesti aikaa ja varaa pysähtyä sekä jatkojalostaa jo tehtyä työtä.

Työ itsessään toki opettaa tekijäänsä.

H3: Erilaiset projektit ja yhteistyöt ovat vaikuttaneet ihan kaikkeen tekemisissäni. Olen nauttinut työskentelyistä huippuammattilaisten kanssa.

Haastattelemani välittäjät korostivat arviointivaiheessa varsinaisten toteuttajien näkemysten tärkeyttä. Tämä on hyvin ymmärrettävää. Jos taiteilijan ja välittäjän yhteistyö on useimmiten lyhytaikaista ja epäsäännöllistä, niin välittäjän ja toteuttajan yhteistyö on usein jatkuvaa ja tiivistä.

H4: Taiteen välittäjän on ymmärrettävä, että varsinaisen järjestäjän ymmärtäminen on yhtä tärkeää kuin esiintyvän taiteilijan.

H5: Itselle on tärkeää se, että taiteilijoiden – esiintyjien – kanssa voi käydä vapaaehtoista, mutta analyttistä tarkastelua, miten esitykset ovat sujuneet. Itsehän ei aina ehdi näkemään esityksiä esim. kiertueilla ja on tärkeää saada myös artistin oma palaute esityksistä varsinaisen maksajan palautteen lisäksi. Välittäjä on kuitenkin toteuttajan kanssa vuorovaikutuksessa usein muidenkin edustamiensa artistien kanssa ja näin osaaminen ja ymmärrys esim. kiertuekäytäntöjen osalta kehittyy.

Se, että hankkeiden lopussa järjestetään aikaa ja tarkastellaan kokonaisvaltaisesti tehtyä yhteistyötä, olisi kuitenkin aina järkevää ja tällaisen kautta voidaan aina saada ainutlaatuisia tietoja ja osaamista, joka kehittää molempien osapuolten tulevaisuuden työskentelyä.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Suomalainen ammattimainen välittäjätoiminta taiteen marginaalissa kohtaa yleisesti samoja haasteita kuin taiteen tekeminenkin. Toimintaympäristö Suomessa on pieni ja näin myös siihen liittyvä rahaliikenne.

Opinnäytetyön nimi ”Säveltaiteen välittäjien ja taiteilijoiden yhteistyön kehittäminen – Ajatusrakennelmia projektien tueksi” ei viittaa siihen, että välittäjien ja taiteilijoiden yhteistyössä olisi jokin perustavanlaatuisen ja ongelmallinen vastakkainasettelu. Yhteistyötä halutaan tehdä ja tehdään. Kiviä käännetään ja erilaisia tapoja toteuttaa ammattimaisia kulttuurituotantoja haetaan jatkuvasti sekä innovoidaan.

Taiteilijoilla on aina ollut haaveena tilanne, jossa voidaan keskittyä vain taiteelliseen työskentelyyn ja joku ulkoinen taho samanaikaisesti hoitaa ”maallisia” käytännön juoksevia asioita. Tämän päivän taiteen ammattilainen kuitenkin ymmärtää, että vain hyvin harvoilla, jos lopulta kenelläkään, on tällaiseen mahdollisuuksia ja varaa. On luonnollista, että taiteilija työskentelynsä ohella on myös oman työnsä välittäjä, joka konseptoi, tuotteistaa, hakee rahoituksia, markkinoi ja myy hankkeitaan.

Uskon, että välittäjien ja taiteilijoiden yhteistyön positiivista synergiaa kehittävä toiminta perustuu nyt ja tulevaisuudessa keskinäisten vastuualueiden uudelleenlaiseen ajatteluun ja organisointiin. Yksittäisen taiteilijan asioiden managerointi ei ole välittäjälle taloudellisesti kannattavaa – yksittäinen taiteilija taas kokee hankalaksi, mahdottomaksikin, hoitaa kaikkea tarvittavaa työskentelyssään yksin. Taiteilijan ja välittäjän selkeästi vastuita jakava liiketoimintakonsepti voisi mahdollistaa välittäjälle yhtäaikaisen työskentelyn suuremman taiteilijaryhmän kanssa. Jos työtehtävät jaettaisiin rajatusti ja sopivissa määrin, olisi mahdollista muodostaa paitsi taloudellisesti, myös työssäjaksamisen kannalta järkevä kokonaisuus.

Interaktiivisempi työskentely edistää ja helpottaa konkreettisen projektityöskentelyn lisäksi myös yleistä toiminnan ymmärtämistä. Taiteen tekemisen pieni toimintaympäristö saattaa nopeasti ja huomaamatta muuttua, esimerkiksi jonkun yksittäisen rahoittajan, rahoituslähteen tai yhteistyökumppanin strategiamuutoksen takia. Tällaisten asioiden havainnointi ja ennakointi tehostuu yhteistyössä, jossa osapuolilla on tiivis ja vuorovaikutteinen suhde sekä yhteiset intressit.

Se, miten opinnäytetyön teon aikana syntyneet ajatusrakennelmat hyödyttävät opinnäytetyöni työelämätahoa, on toistaiseksi vielä auki. Tähän vaikuttaa korona-ajan verottama tapahtumien vähyys. Toivon mukaan näistä ajatusrakennelmista on myös työelämätaholleni tulevaisuudessa hyötyä, kunhan kulttuuriala pääsee toimimaan normaalisti.

7 LOPPUSANAT

Opinnäytetyön aihe on henkilökohtaisesti kiinnostava ja tärkeä. Olen tehnyt opinnäytetyötä keväällä 2021, jolloin koko kulttuurin ala on samalla ollut ennennäkemättömässä kriisissä globaalin koronapandemian johdosta. Poikkeusolojen ja niiden omaan käytännön elämään tuomat haasteet – paitsi opiskelijana, myös kulttuurialan ammattilaisena – ovat aiheuttaneet harmeja ja rikkoneet työn rytmiä. Esimerkiksi haastateltavien määrä ns. normaalioloissa olisi todennäköisesti ollut suurempi, ja olisin voinut toteuttaa ne jopa ryhmähaastatteluina saaden näin esiin taiteilijoiden ja välittäjien näkemyksiä entistä syvällisemmin. Lisäksi aikataululliset seikat toivat omia haasteitaan opinnäytetyöprosessiin.

On täysin tietoinen ratkaisu, että en ole maininnut sanallakaan, ennen näitä loppusanoja, termiä korona. Kulttuuria kyllä tehdään ja tuotetaan tulevaisuudessakin, eikä nyt vielä oikeasti voida tietää, miten tämä kriisi vaikuttaa esimerkiksi taiteilijoiden ja välittäjien yhteistyöhön. Sekin, miten opinnäytetyön teon aikana syntyneet ajatusrakennelmat hyödyttävät opinnäytetyöni työelämätahoa, on toistaiseksi vielä auki korona-ajan verottamasta tapahtumien vähyydestä johtuen. Toivon mukaan näistä ajatusrakennelmista on kuitenkin myös työelämätaholleni tulevaisuudessa hyötyä, kunhan kulttuuriala pääsee toimimaan normaalisti.

Jos yksikin opinnäytetyön ajatusrakennelmista auttaa ja inspiroi kulttuurituotantojen kehittämiseen, työ ei ole mennyt hukkaan. Tällainen pieni ja taiteen marginaaliin liittyvä aihe on myös sellainen, josta toivoisin enemmän tutkimustyötä vaikkapa toisten opinnäytetöiden avulla.

LÄHTEET

- Aaltonen, Kristiina & Lindroos, Raisa 2012. Työelämän tarkoitus. Helsinki: Talentum.
- Hannila, Päivi & Kyngäs, Päivi 2008. Teemahaastattelu laadullisessa tutkimuksessa. Helsingin ammattikorkeakoulu Stadia. Hoitotyön koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Viitattu 24.5.2021. <https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/38214/stadia-1210852529-2.pdf>
- Helsingin kaupunginorkesteri 2021. Yhteystiedot. Viitattu 10.5.2021. <https://helsinginkaupunginorkesteri.fi/fi/yhteystiedot>
- Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena 2009. Tutkimushaastattelu. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2009. Tutki ja kirjoita. Tampere: Kirjayhtymä.
- Juntunen, Vilja 2017. Sosiaalisen median opas Universal Music Finlandin artisteille. Opinnäytetyö. Viitattu 25.5.2021. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2017112418097>
- Juurakko, Arto, Kauhanen, Juhani & Öhage, Ulla 2012. Kulttuurista liiketoimintaa. Kustantaja: Sananjuuri
- Kallio, Eila & Kivistö, Sirkku 2013. Mieli työssä. Helsinki: Työterveyslaitos
- Kotler, Philip 2003. Markkinoinnin avaimet – 80 konseptia menestykseen. Helsinki: Readme.fi
- Kymäläinen, Hanna-Riitta, Lakkala, Minna, Carver Erik & Kamppari, Kimmo 2016. Nettijulkaisu. Opas projektityöskentelyyn. Viitattu 28.5.2021. https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/160099/Opas_projektityöskentelyyn_2016.pdf?seq
- Leppänen, Erkki 2007. Asiakaslähtöinen myynti. Helsinki: Yrityskirjat Oy.
- Mitchell, Ritva & Oinaala, Anu 2012. Raportti. Näkökulmia kulttuurituottajien koulutukseen. Viitattu 28.5.2021. http://tuottaja2020.metropolia.fi/fileadmin/user_upload/katalysoi/10_Nakokulmia_kulttuurituottajien_koulutukseen_Mitchell_Oinaala_WEB.pdf
- Moberg, Jenni 2014. Kellarista maailmalle – agenttitoiminnan työkirja. Vantaa: Agma.
- Music Finland 2020. Raportti. Suomen musiikkialan talous ja vienti 2019. Viitattu 24.5.2021. <https://musicfinland.fi/fi/tutkimukset/suomen-musiikkialan-talous-ja-vienti-2019>
- Music Managers Forum Finland 2021. Nettisivu. Mitä manageri tekee? Viitattu 24.5.2021. <https://www.mmffinland.com/info>
- Parkkola, Timo 2005. Kulttuurituottajan tiedotusopas. Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu.
- Saksala, Elina 2015. Tuottajan käsikirja. Helsinki: Like.

- Sammallahti, Tiia 2009. Konseptisuunnittelun supersankari. Helsinki: Books on Demand GmbH.
- Sublime Music Agency 2020. Kotisivut. Viitattu 20.5.2021. <https://sublime.fi/about-us/>
- Suomen Muusikkojen Liitto 2021. Nettisivut. Viitattu 25.5.2021. <https://www.muusikkojen-liitto.fi>
- Taidemaalari liitto 2021. Nettisivut. 5 Taideteoksen toteutus. Viitattu 25.5.2021. <https://www.painters.fi/taiteenhankintamalli/taidehankinta-rakennushankkeessa-%E2%88%92-taiteenhankintamalli/5-taideteoksen-toteutus/>
- Taiteen edistämiskeskus 2021. Nettisivut. Apurahan saajalle. Viitattu 25.5.2021. <https://www.taike.fi/fi/apurahan-saajalle>
- Taiteen edistämiskeskus 2021. Verkkotiedote. Taiteen asiantuntijuuden ja välittäjätoiminnan kehittämisohjelma. Viitattu 24.5.2021. <https://www.taike.fi/fi/asiantuntijanataiteilija>
- Tanssin Tiedotuskeskus 2020. Artikkelit. Pragman blogi:Agentti Granlund ja lupa myydä. Viitattu 10.5.2021. <https://www.danceinfo.fi/artikkelit/pragman-blogi-agentti-granlund-ja-lupa-myyda/>
- Taku 2021. Nettisivut. Viitattu 25.5.2021. <http://taku.fi>
- Tekijänoikeuslaki 1961/404. Viitattu 25.5.2021. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1961/19610404>
- Tilastokeskus 2020. Artikkelit. Kulttuuriammateissa ja -toimialoilla työskentelevien lukumäärä kasvoi vielä vuonna 2019. Viitattu 24.5.2021. https://www.stat.fi/til/klt/2019/01/klt_2019_01_2020-06-10_tie_001_fi.html
- Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Jyväskylä: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Tuominen, Saku & Koski, Jussi T. 2007. Kuinka ideat syntyvät? Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö
- Uusikylä, Kari 2012. Luovuus kuuluu kaikille. Juva: Bookwell Oy
- Uusitalo, Liisa 1999. Kulttuurin markkinat. Teoksessa Hannele Koivunen & Tanja Kotro (toim.) Kulttuuriteollisuus. Helsinki: Oy Edita Ab, 131

8 LIITTEET

Teemahaastattelujen kysymykset.

Music Managers Forum Finland (MMF Finland) sivuilla kerrotaan "Manageri hallinnoi artistin uraa kokonaisvaltaisesti ja on artistin tukena joka askeleella. Käytännössä manageri neuvottelee artistin sopimukset, tekee pitkän ajan suunnitelmat yhdessä artistin kanssa, pitää huolta aikatauluista, budjeteista ja suunnitelmien toteutumisesta ja pohtii, ketkä ovat artistille sopivimmat yhteistyökumppanit. Usein manageri hallinnoi myös artistin yritystä. Manageri pitää myös silmällä artistin jatkamista ja pitää huolen, että artistin aikatauluun laitetaan sopivin väliajoin lomat. Pähkinänkuoressa managerin tehtävänä on hoitaa kaikki artistin uran käytännön asiat, jotta artisti voi keskittyä taiteelliseen tekemiseen."

Mitä ajatuksia tämä sinussa herättää?

Kun taiteilijat ja taiteen välittäjät työskentelevät yhdessä, onko joitain yleisiä ja toistuvia asioita, joihin toivoisit kehittämistä?

Marginaalimman taiteen puolella liikkuu vähemmän rahaa kuin esim. viihdeteollisuudessa, mitkä asiat motivoivat työskentelyäsi ja minkälaista osaamista mielestäsi pitää olla, että alalla voi pärjätä?

Työskentely on usein produktiopainotteista. Miten arvioit ja jatkokehität toimintaasi erilaisten hankkeiden lopussa?

Yleisesti ja oman hiljaisen tietoni kautta minulla on kuva, että sekä taiteen välittäjät että taiteilijat kaipaavat yhteistyökumppaneikseen ihmisiä myyntityöhön. Miksi myyntityö on erityisen haastavaa taiteen alalla ja mitä se oikeastaan tarkoittaa sekä vaatii?