



MUSIIKKIVIDEON OHJAUS

Näkökulmia suomalaisen musiikkivideon
ohjaamiseen

Jaakko Peltokangas

Opinnäytetyö
Toukokuu 2015
Elokuva ja televisio
Leikkaus

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Elokuva ja televisio
Leikkaus

JAAKKO PELTOKANGAS:
Musiikkivideon ohjaus
Näkökulmia suomalaisen musiikkivideon ohjaamiseen

Opinnäytetyö 24 sivua, joista liitteitä 3 sivua
Toukokuu 2015

Opinnäytetyö käsittelee musiikkivideon ohjaamista suomalaisesta näkökulmasta. Se pohjustaa musiikkivideon lähtökohtia käyden läpi opinnäytetyön kannalta oleellisen osan suomalaisen musiikkivideon historiasta ja nostaa esiin lähtökohtia ja toimintatapoja ohjaamiselle YLE:n musiikkivideokuukausi –haastattelusarjan avulla. Kaksi projektikuvausta antavat kahden eri toimintamallin kuvauksen.

Opinnäytetyö piirtää ääriviivoja ohjaajan työnkuvaan siinä määrin missä se on mahdollista.

Ohjaajan työ on aina projektikohtaista eikä selkeää kaavaa ole olemassa.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Film and television
Editing

JAAKKO PELTOKANGAS:
Directing in music video
Views on directing music videos in Finland

Bachelor's thesis 24 pages, appendices 3 pages
May 2015

Bachelor's thesis is about directing music videos from a Finnish point of view. It gives basis for music videos going through fundamental parts of the history of Finnish music video for the bachelor's thesis and points out premises and working habits for directing using the interview series of YLE's musiikkivideokuukausi. Two project reports give a picture of two different ways to work.

Bachelor's thesis draws an outline of directors' work as it is possible.

Directors' work is always project based and there is no clear formula to describe it.

Key words: music video, directing

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	MUSIIKKIVIDEON HISTORIA SUOMESSA	6
2.1	Suomalaisten musiikkivideoiden alkuaika.....	6
2.2	Kaapelikanavat ja Jyrki levityskanavina.....	7
2.3	Internet levityskanavana	8
2.4	Palkinnot	9
2.5	Musiikkivideon tuotanto	10
2.6	Musiikkivideon tulevaisuus	11
3	OHJAAJAN TOIMINTA MUSIIKKIVIDEOSSA.....	12
3.1	Innostus musiikkivideoiden pariin.....	12
3.2	Projektien valitseminen.....	12
3.3	Prosessi videon tilaushetkestä kuvauksiin	13
4	PROJEKTIKUVAUKSET	15
4.1	Matti Johannes Koivu – Jos muutat Mieleesi.....	15
4.2	Idiomatic – Old river.....	16
5	POHDINTA.....	19
	LÄHTEET	21
	LIITTEET	22
	Liite 1. YLE:n musavideokuukauden ohjaajat	22
	Liite 2. Matti Johannes Koivu – Jos muutat mieleesi	23
	https://www.youtube.com/watch?v=WibecRB6Oqg	23
	Liite 3. Idiomatic – Old river.....	24
	https://www.youtube.com/watch?v=gafO06vhjY	24

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni tavoitteena on kuvailla musiikkivideon ohjaajan roolia ja työnkuvaa suomalaisessa musiikkivideoiden tuotannoissa. Tavoitteeni on selvittää miten se on kehittynyt ja voisiko sille olla erilaisia vaihtoehtoja.

Käyn läpi suomalaisen musiikkivideon historiaa valottaen näin musiikkivideoilmiön syntyä Suomessa.

Havainnollistavina esimerkkeinä käytän YLE:n musiikkivideokuukausi – haastattelusarjan ohjaajien haastatteluita. Kuvaan myös kahden ohjaamani musiikkivideon, Matti Johannes Koivun sekä Idiomaticin musiikkivideotuotantoa, ja ohjaajan roolia niissä. Toinen video oli selkeästi ohjaajavetoinen ja toisessa ei ollut nimettyä ohjaajaa lainkaan.

Opinnäytetyö alkaa musiikkivideon historian kautta Suomessa käyden läpi ajan 1980-luvulta 2010-luvulle.

Opinnäytetyön toinen osa avaa ohjaajan työnkuvaa YLE:n musavideokuukausi – haastattelusarjan kautta nostaten esiin itse tuotantoa koskevia kysymyksiä ja ohjaajien lähtökohtia omalle tekemiselleen.

Opinnäytetyön kolmas osa käy läpi kaksi omaa projektiani joissa olen toiminut ohjaajana.

Lopuksi pohdin ohjaajan roolia musiikkivideon tuotannossa nyt ja tulevaisuudessa.

2 MUSIIKKIVIDEON HISTORIA SUOMESSA

Musiikkivideon historia on yhtäläinen television musiikkiohjelmien historian kanssa, sillä musiikkiohjelmien ja –kanavien tultua televisioon 1980-luvun lopulla, nuoriso alkoi ”altistumaan” musiikkivideoiden kuvalliselle kerronnalle. Myös mediakoulutuksen äkillinen lisääntyminen 1990-luvulla, ja niiden myötä lisääntyneillä musiikkivideo-opiskelijatoilla on ollut suuri vaikutus musiikkivideoiden valtavirtaistumisessa. Näiden oletusten valossa käyn lyhyesti lävitse suomalaista musiikkivideoiden historiaa.

2.1 Suomalaisten musiikkivideoiden alkuaika

Antti Alanen toteaa kirjassaan musiikkivideoiden historian alkavan jo paljon kauempaa, jopa jo 1920-luvulta, ja varsinaisesti 1960-luvulta (Alanen 1990, 66). Suuri muutos voidaan nähdä alkaneen 1980- ja 1990-lukujen taitteessa, kärjistäen siis niin, että valtavirtaistumisen aalto alkoi muodostumaan MTV-kanavan julkistamisesta Suomen kaapelikanavilla vuonna 1987, jonka jälkeen 1990-luvulla monet eri mediakoulut aloittivat toimintansa muun muassa Tampereella (1991) ja Torniossa (1992). Sen myötä alkoi syntyä paljon uusia musiikkivideoita sen ajan vastavalmistuvien, eli niin sanotun ensimmäisen ohjaajasukupolven aallon toimesta. Tästä alkoi kotimaisen musiikkivideon nousukausi tuoden mukanaan MTV3-kanavan Jyrki-ohjelman 1995, jota tehtiin aina vuoteen 2001 saakka.

Musiikkilyhytelokuvia on tehty Suomessa melkein niin kauan kuin se on ollut teknisesti mahdollista. Ensimmäiset jo vuonna 1929, jolloin alkeellista liikkuvaa kuvaa sekä musiikkia yhdistettiin hieman avantgardistiseen tyyliin (Alanen 1990, 65). Tästä kesti kuitenkin melkein viisikymmentä vuotta ennen kuin musiikkivideon paikka artistien imagon rakentamisessa yleistyi. Ensimmäisenä musiikkivideona pidetään Alice Cooperin Elected-videota (1973), mutta Queenin Bohemian Rhapsodyä (1975) pidetään ensimmäisenä urauurtavana teoksena, josta kaikki alkoi (Music Video, Wikipedia 2015). Kyseinen musiikkivideo myös vakiinnutti termin ”video clip”, suomeksi ”klippi”, sekä vakiinnutti musiikkivideoiden tekemisessä käytettyä visuaalista kieltä (Alanen 2005, 81).

Kotimaisen musiikkivideon taso oli vielä 1980-luvulla kansainvälisesti verrattuna vaatimaton. Suomessa videot olivat pitkään kaavamaisia, alkeellisia ja yksinkertaisia. Eri artistien välillä videoiden tuotannossa ei nähty kovin paljoa vaihtuvuutta. Musiikkivideoiden toteutus oli hyvin samankaltaista, vaikka artisti olisikin vaihtunut. Yleistä oli, että videoissa esiintyvä yhtye soitti yhdessä paikassa, ja soittokuvien lomaan kuvitettiin laulun sanoja kuvituskuvin. Kerronta oli kömpelöä ja alleviivaavaa. Myös lavastetuissa soittotilanteissa kuvatut musiikkivideot olivat yleisiä Suomessa. Yksi syy tähän oli, että niiden tekeminen oli helppoa ja se, että Suomessa aikaisempaa kokemusta ammattimaisista musiikkivideotuotannoista ei juuri ollut. Videoissa pysyteltiin konservatiivisissa kuvakulmissa eikä uskallettu kokeilla uusia ideoita kovin helposti. Asiaan on vaikuttanut suurilta osin se, ettei Suomessa vielä 1980-luvulla ollut kansainvälisesti menestyneitä artisteja ja tietotaito videoiden tekemiseen oli vähäistä. Tuleva kotimainen musiikkivideoiden tekijäpolvi oli vasta varttumassa tällöin.

1980-luvulla levy-yhtiöissä ajateltiin, että kappale itsessään riittää ja televisio on vain yksi levityskanava muiden joukossa joka toi artistille tunnettavuutta. Siihen aikaan ne muutamat harvat television musiikkiohjelmat ajoivat tämän asian. Tyypillistä oli, että artistia haastateltiin ja lopuksi hän esiintyi kameroille taustanauhan soidessa. Ennen musiikkivideoiden suurempia levityskanavia, kaapeli- ja satelliittikanavia ei osattu hahmottaa musiikkivideon oikeaa käyttötarkoitusta. Joko ne olivat todella taiteellisia kokeiluita ja lyhytelokuvia, kuten esimerkiksi M. A. Nummisen *Kaukana väijyy ystäviä* (1969), tai pelkistettyä kappaleen sanoitusten kuvitusta. Musiikkivideoissa samanlainen kuvittamisen perinne jatkuu edelleenkin. ”Siihen nähden, että musiikkivideon kuvalliset mahdollisuudet ovat laajat, miltei rajattomat, kliseiden osuus niissä on silmiinpistävä”. (Alanen 2005, 84.)

1980-luvun musiikkivideoissa pääpaino oli artistilla ja musiikilla, kun taas nykyisin saattaa olla juuri päinvastoin: artistin oman brändin vahvistaminen sekä ohjaajan kädenjäljen esille tuominen saattavat jättää taka-alalle itse kappaleen.

2.2 Kaapelikanavat ja Jyrki levityskanavina

Music Television aloitti Yhdysvalloissa vuonna 1981 (MTV, Wikipedia 2015). MTV näytti 24 tuntia vuorokaudessa musiikkivideoita. Suomeen MTV rantautui vasta vuonna

1987 MTV Europe –kanavan aloittamisen yhteydessä. Vuodesta 1987 voidaan laskea ensimmäisen, selkeästi musiikkivideoihin keskittyneen tekijäsukupolven alku. 1990-luvun puolivälin aikaan alkoi ilmaantua selkeästi ensimmäisiä nuoria tekijöitä, joille musiikkivideon muotokieli sekä formaatti olivat tuttuja. MTV kaapelikanavana antoi kuitenkin suhteellisen rajattua näkyvyyttä, koska satelliitti- ja kaapelikanavat näkyivät vain suurimmissa kaupungeissa. Samaan aikaan myös YLE:n Suomen virallinen lista näytti jonkin verran suomalaisia musiikkivideoita, mutta vain valtavirran musiikkivideoita, koska lista perustui levymyynteihin.

Jyrki-ohjelmaa näytettiin MTV3-kanavalla vuosina 1995-2001 viitenä päivänä viikossa. Ohjelman pääasiallinen sisältö koostui musiikkivideoista, artistien haastatteluista ja muista musiikkiaiheisilla reportaaseista. Jyrkin valtakunnallisuus muokkasi suomalaisen musiikkivideokenttän sellaiseksi mikä se on nykyään. Jyrkissä esitettiin myös marginaalisia videoita, eikä myynti määrittänyt näkyvyyttä. Jyrki kasvatti tuona toiminta-aikanaan suuren joukon nuoria musiikkivideon muotokielen ”natiiveiksi”.

MTV mielletään yleensä suureksi vaikutusten antajaksi tekijöille, mutta Jyrkin vaikutus on vähintäänkin yhtä suuri. Jyrkin ja MTV:n toiminta-ajat on myös hyvä ottaa huomioon, koska MTV ehti toimia kahdeksan vuotta ennen kuin Jyrki aloitettiin. Tuona kahdeksana vuonna kyseiset nuoret ehtivät kasvaa aikuisuuden kynnykselle, hakeutua mediakouluihin ja aloittaa omien videoiden tekemisen. Monelle nuorelle Jyrki on ollut ainoa vaikutin, sillä MTV muiden ”taivaskanavien” lailla eivät näkyneet Suomen kaikissa maakunnissa.

Nykyisin musiikkivideoita esitetään televisiossa enää Kutonen-kanavalla, Voice TV- ja Radio rock TV –ohjelmissa (Telkku.com 2015). Televisio elää murroskautta nuoren katsojakunnan siirtyessä internetiin, minkä seurauksia voi vain arvailla. Televisio on jäänyt taka-alalle 90-luvun lopun kultakaudesta musiikkivideoiden levittäjänä.

2.3 Internet levityskanavana

Internet ja varsinkin Youtube on luonut uuden ja nopeasti kasvavan väylän levittää musiikkivideoita.

Internetin kasvun aikaan myös korkealaatuinen tuotantokalusto halpeni. Kuka vain pystyi ostamaan kameran ja ohjelmiston, ja tekemään oman videon julkiseen levitykseen. Tämän vuoksi musiikkivideoiden määrä on kasvanut. Kun Oulun musiikkivideofestivaaleilla sen ensimmäisenä toimintavuotenaan 1994 näytettiin 200 musiikkivideota, voi pohtia, monelleko niistä festivaali oli ensimmäinen ja ainoa julkinen esitys. Ammattimaisen ja amatöörituotantojen erottelu ei ollut enää kuvalaatuun liittyvä asia vaan sisältöön alettiin kiinnittää huomiota. Musiikkivideoiden määrän lisääntyminen on kuitenkin aiheuttanut sen, että erottuminen muista on erittäin vaikeaa ja kaikki on jo niin sanotusti nähty ja kertaalleen tehty. Samaan aikaan kuitenkin ihmisten medialukutaito on parantunut, ja tämä on osakseen vaikuttanut suuresti musiikkivideoiden tyyliin ja kerrontaan esimerkiksi nopeine leikkauksineen, kerronnallisine kikkoineen ja tabujen rikkomisineen, kuten alastomuuden sallimiseen. Vastakulttuurin ja marginaalin ajatukset eivät enää kuljeta musiikkivideota siinä määrin, mikä oli alkuaikoina musiikkivideon yksi tehtävistä yhteiskunnassa. Nykyisin kaikki on valtavirtaa.

2.4 Palkinnot

Laajin ja suurin Suomessa jaettavista, vain musiikkivideolle tarkoitetuista, palkinnoista on Oulun musiikkivideofestivaaleilla (OMVF) jaettavat Pumpelit. OMVF perustettiin 1994 Oulun käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksen opiskelijoiden toimesta ja jo tuolloin festivaaleilla esitettiin 200 musiikkivideota (OMVF 2015). OMVF:ssa jaetaan Pumpeli-palkintojen lisäksi myös kunniamainintoja. Yli kahdenkymmenen vuoden historiansa aikana OMVF:stä on kasvanut Suomen musiikkivideokulttuurin merkittävin yksittäinen toimija, koska se on käytännössä ainoa jäljellä oleva.

Muita pelkästään musiikkivideoon keskittyviä palkintoja on ollut Ääni- ja kuvatalennetuottajien eli ÄKT:n Muuvi-palkinnot, joita jaettiin vuosina 1991–2009. Myös Jyrki jakoi Jyrki video awardseissa omia musiikkivideopalkintojaan vuosina 1997–2001.

Muuvi-palkinnot jaettiin musiikin valtavirtaa edustaville, kun taas OMVF keskittyy musiikkivideoon omana taiteenlajinaan.

Eniten palkintoja musiikkivideoille jaettiin vuosina 1997–2001. Nämä palkinnot olivat aina myös vain ohjaajan palkintoja ja artistit jäivät usein taka-alalle. Musiikkivideot

olivat ohjaajan teoksia, ei artistin. Musiikkivideoita palkittaessa etusijalla olivat ohjaajat, eivät yhtyeet tai artistit. Tilanne on samankaltainen edelleen.

2.5 Musiikkivideon tuotanto

Musiikkivideoiden tuotantoa on varjostanut pienet budjetit koko niiden lyhyen historian ajan. Levy-yhtiöt eivät ole valmiita panostamaan musiikkivideoihin muuta kuin menestyvimpien artistien ja yhtyeiden kohdalla. Tämä tarkoittaa sitä, että kotimaisessa musiikkivideokentässä ei satsauksia ole juuri nähty. Musiikkivideoiden rahoitus onkin aina pohjautunut vahvasti ESEK:in eli Esittävän säveltaiteen edistämiskeskuksen varaan vahvasti, jos rahoitusta on ylipäättäen ollut. Musiikkivideoiden ammattimaisuus on ollut aina hyvin hataralla pohjalla ja perustunut ohjaajien intohimoon ja kokeilunhaluun (Alanen 2005, 80-81). Taloudellinen riippumattomuus ei välttämättä ole ollut kuitenkaan etu vaan usein se on näyttäytynyt musiikkivideoissa halpoina kompromisseina eikä niinkään nokkelina oivalluksina. Poikkeuksia tietysti löytyy, mikä on aina riemastuttavaa, mutta pääsääntöisesti niukka budjetti ja nopea tekeminen näkyy lopputuloksen kaavamaisuudessa.

Musiikkivideoiden tekeminen on perinteisesti ollut ohjaajakeskeistä, ja alalla on aina toiminut pioneereja, jotka ovat vieneet alaa eteenpäin ja kehittäneet musiikkivideoiden ilmaisua. Musiikkivideot ovat myös olleet eräänlainen sulatusuuni monille eri taiteen aloille. Musiikkivideoita ovat tehneet elokuvaohjaajat, valokuvaajat sekä kuvataiteilijat. Silti mainosohjaajat ovat selkeästi merkittävin ryhmä musiikkivideoiden tekijöinä. Ensin tehdään musiikkivideo käyntikortiksi, jonka avulla siirrytään mainosmaailmaan ja välillä mainostajan viestin välittämisestä hengähdetään musiikkivideon taiteelliseen vapauteen. Musiikkivideon käyttäminen käyntikorttina elokuva-alalle ja ohjaamiseen on myös erittäin tavallista. Tuota toimintamallia on käytetty jo vuosikymmeniä. (Alanen 2005, 80-81.)

Omien havaintojeni mukaan musiikkivideoiden tekeminen keskittyy melko paljon aloittelijoille. Aloitteleva ”kaverin bändi” tarvitsee videon, koska sillä saa näkyvyyttä, kun taas aloitteleva, juuri mediakouluun päässyt, innokas ohjaaja haluaa päästä ohjaamaan. Tämä toimintamalli tulee tuskin katoamaan, mikä mielestäni luo uskoa musiikkivideoiden tulevaisuuteen.

2.6 Musiikkivideon tulevaisuus

Mielenkiintoista on nähdä, minkälaisia musiikkivideoita tulevaisuudessa tehdään, kun nyt trendit ja vaikutteet imetään monista eri lähteistä. Jos MTV kasvatti yhden tekijäpolven ja Jyrki toisen, niin minkälaisia tuotoksia Internetin aikakaudella kasvaneet tekevät? Ensimmäisiä viitteitä tulevasta ovat esimerkiksi suoraan Internet-selaimeen tehdyt osittain interaktiiviset videot, kuten Arcade Fire -yhtyeen teos (The Wilderness downtown 2010). Näissä tekijöinä ei enää ole video-ohjaajat vaan ohjelmoijat. Edelleen tavoitteena on markkinoida artisteja. Videot, pelit ja kuvataide yhdistyvät multimedian kokonaisuudeksi, jossa yksittäisen ohjaajan elokuvailmaisullinen tietotaito ei riitä vastaamaan eri medioiden limittymisen vaatimuksiin.

Musiikkivideo on ollut oiva ponnahduslauta aloitteleville tekijöille. Uusi yhtye ja uusi ohjaaja tekevät yhdessä musiikkivideon, ja jos toinen menestyy niin molempien julkisuus on taattu. Nykyään artistien tarpeet ovat kuitenkin laajemmat kuin yksittäinen musiikkivideo ja he tarvitsevat kokonaisvaltaisempaa median tuntemusta, josta musiikkivideo on vain yksi osa-alue.

Mahdollisesti tulevaisuudessa musiikkivideo on myös ponnahduslauta nouseville ohjelmistotaloille siinä missä se aikaisemmin on ollut aloitteleville ohjaajille.

3 OHJAAJAN TOIMINTA MUSIIKKIVIDEOSSA

Tässä osiossa käyn läpi ohjaajan toimintaa musiikkivideossa käyttäen apunani YLE:n musiikkivideokuukausi -haastattelujen sarjaa (YLE musiikkivideokuukausi 2013). Sarjassa on haastateltu suomalaisia musiikkivideo-ohjaajia heidän toimintatavoistaan, työskentelystä ja motivaattoreista. Tarkoitukseni on saada kokonaiskuva ohjaajan roolista musiikkivideon tuotannossa. Sarjaan on kerätty yhteensä 14 ohjaajan haastattelut. Käyn läpi kolme opinnäytetyöni kannalta oleellista kysymystä, jotka käsittelevät ohjaajan työtä ja lähtökohtia yleisellä tasolla. Rajaan haastattelumateriaalista pois kysymykset, jotka käsittelevät haastateltavien henkilökohtaisia preferenssejä, koska ne eivät liity tutkielmassani käsiteltävään aiheeseen. Sarjaan on haastateltu OMVF:ssä palkittuja ohjaajia, kuten esimerkiksi Miikka Lommi, Teemu Niukkanen, Pete Riski, Finn Andersson, Misko Iho, Ezra Gould ja Pete Veijalainen. Valitsin haastattelusarjan osaksi opinnäytetyötäni, koska se antaa hyvän läpileikkauksen ohjaajan työhön ohjaajien itsensä kertomana.

3.1 Innostus musiikkivideoiden pariin

Kaikki ohjaajat nimeävät MTV:n tai Jyrkin yhtenä suurena vaikuttajana intohimolleen musiikkivideoiden tekemisessä. Osalla se on saanut alkusykäyksen omasta musiikkiharrastuksesta, ja osalla taas tekemisen ja näyttämisen halusta. Keskeisintä on kuitenkin musiikin ja kuvan luoma tunnelataus, jota halutaan saada välitettyä eteenpäin. Ohjaajien vastaukset vahvistavat ajatustani musiikkivideoiden historiasta Suomessa. MTV ja Jyrki ovat olleet ne mediat joiden kautta musiikkivideot ovat tulleet osaksi ihmisten arkea.

Lähes jokainen ohjaaja on ohjannut omalle tai kaverin bändille ensimmäiset musiikkivideosa. Selkeää kaavaa ei tietenkään voida näiden haastatteluiden pohjalta rakentaa, mutta paljon yhtäläisyyksiä löytyy. Mielenkiintoista on, että yhdelläkään haastateltavalla ei ole vankkaa asemaa elokuvan parissa vaan jokainen toimii enemmän tai vähemmän mainos- ja yritysvideoiden parissa.

3.2 Projektien valitseminen

Kukaan ohjaajista ei määrittele rahaa perusteeksi ottaa musiikkivideotöitä vastaan. Tämä ilmentää musiikkivideoiden tekemistä harrastuksena. Jokainen ohjaaja tuntuu tekevän musiikkivideoita intohimosta taiteenlajiin. Muutama poikkeus vaikuttaisi tekevän musiikkivideoita, koska muita töitä ei ole tarpeeksi.

Perusteita töiden ottamiselle on monia. Monet listaavat hyvän kappaleen tai artistin olevan toimiva motivaation lähde tekemiselle. Monelle musiikkivideot ovat henkireikä mainosmaailman rajoitteista, kuten Teemu Niukkanen sanoo: ”tyhjäpäiväistä keskittien bulkkia pääsee tekemään mainospuolella ihan tarpeeksi”. Osa taas kertoo ottavansa vastaan kaikki työt mitä tarjotaan, mahdollistaen näin omalta mukavuusalueelta poistumisen.

Yhtenäistä linjaa ei suoraan vastauksista löydy, mutta selkeästi musiikkivideoiden rajoitteettomuus on yksi suurimmista syistä tehdä musiikkivideoita ilman rahallista etua vuodesta toiseen. ”Rakkaudesta lajiin minä näitä teen”, toteaa Teemu Niukkanen.

3.3 Prosessi videon tilaushetkestä kuvauksiin

Jokainen ohjaaja kertoo aluksi kuuntelevansa kappaletta paljon. Tämä on tietysti itsensäselvyys. Sen jälkeen toimintatavat jakautuvat karkeasti kahteen eri kategoriaan. Toinen puolisko kuuntelee kappaletta ja odottaa inspiraatiota. Artistin ja levy-yhtiön kanssa käydään myös keskustelua ideoista ja mahdollisista tilaajan vaatimuksista. Kun idea on saatu, sitä kehitellään yhdessä artistin kanssa tai ilman. Selkeä linjaus on kuitenkin nähtävissä, että musiikkivideot ovat tilaustuote ja tilaajan mielipide on otettava huomioon.

Toinen puolisko ohjaajista voidaan mielestäni laskea enemmän ”musiikkivideonatiiveiksi”, koska he haluavat taiteellisen vapauden ja heillä on jo valmiita ideoita, joita sovittavat tarjottuun kappaleeseen. Ideat kertovat musiikkivideon kielen hallinnasta, sekä tekijät tarkastelevat ympäröivää maailmaa niin, että sen virikkeistä löytyy suoraan elementtejä musiikkivideoihin. He havainnoivat ympristöä musiikkivideon muottia silmällä pitäen. Tällainen ideatason työskentely erottaa hieman vanhemman polven tekijät nuoremmista. Myös tilaaja-ajattelu kuvastaa heidän toimintaansa mainosalalla.

Ideasta eteenpäin työn kulku on melko samanlainen kaikilla. Työryhmä kasataan mahdollisuuksien mukaan ja sitten tehdään. Suunnitelmallisuudessa löytyy eroja tekijöiden välillä. Toiset tekevät kuvasuunnitelman todella tarkasti, kun toisilla taas on ”katsotaan mitä tulee” –mentaliteetti. Yhtenäistä linjaa ei tästäkään voida vetää. Toimintatapoihin ei ole yleistä ohjeistusta, eikä tarvitsekaan. Mielestäni musiikkivideoiden tekemisen vapaus on kantava teema.

4 PROJEKTIKUVAUKSET

4.1 Matti Johannes Koivu – Jos muutat Mielesi

Ensimmäinen esimerkkiprojektini on vahvasti ohjaajavetoinen. Toimin siinä ohjaajana.



Kuva 1. Kuvakaappaus musiikkivideosta. (Youtube).

Matti Johannes Koivu on Suomen mittakaavassa jo pitkän linjan artisti. Hänen tunnetuimpia levytyksiään on Irwin Goodmanin lauluista sovitettu cover-levy. Kappale, josta teimme musiikkivideon, oli hänen uuden levynsä ensimmäinen sinkkujulkaisu.

Lähtökohta oli tehdä mahdollisimman halvalla musiikkivideo ja tavoitteeni oli tehdä siitä mahdollisimman hyvä, koska tämä oli ensimmäinen ison luokan artistin video jota pääsin ohjaamaan.

Esituotantovaiheessa kävin läpi ajatuksia halvoista, mutta visuaalisesti monipuolisesta toteutuksesta. Artistilla ja levy-yhtiöllä ei ollut lähtökohtaisia ehdotuksia vaan sain vapaat kädet videon ideointiin. Sain ajatuksen projisoinnin käyttämisestä. Artisti esittäisi kappaleen valkoisen kankaan edessä ja projisoisimme hänen päälleen ja seinälle kuvia lähiöistä ja maalaismaisemasta. Olin saanut referenssikuviksi albumin kansilehtiseen tulevat kuvat, jotka olivat seesteisiä. Kirjoitin nopeasti treatmentin, johon kasasin aja-

tukset rakenteesta ja visuaalisuudesta, ja laitoin mukaan referenssimateriaalia. Se hyväksyttiin sellaisenaan. Esituotantovaiheessa testasimme kuvaajan kanssa projisointitekniikkaa ja kameroita, jotka sopisivat siihen parhaiten. Esituotantovaiheeseen voidaan myös laskea projisointimateriaalin kuvaaminen. Minä, kuvaaja ja leikkaaja kuvasimme materiaalia eri kaupungeissa joulun välipäivinä. Samanaikaisuus teki toimintatavasta taloudellisen, kun taas materiaaliin saatiin vaadittua vaihtelua.

Edellisenä päivänä ennen varsinaisia kuvaksia artistin kanssa kasasimme kaluston yhteen kouluni, TAMK:n, luokista ja varmistimme kaiken toimivuuden. Leikkaaja oli editoinut kuvaamastamme materiaalista muutamia pätkiä, joita projisoimme artistia ja seinää vasten hänen esittäessään kappaletta. Kuvakulmat oli valmiiksi mietitty, mutta koska ennakkosuunnittelu oli tehty hyvin, kuvauksissa jäi aikaa myös kokeiluille. Osa näistä päättyi myös lopulliseen videoon.

Jälkituotantovaihe oli hidas suhteessa kuvauksiin ja esituotantoon. Tilaajan kanssa toimiessa joutuu joskus odottamaan vastausta. Ensimmäinen leikkausversio syntyi nopeasti, mutta muutosten tekeminen oli verkkaista palautteen saamisen hankaluuden takia.

Mielestäni video onnistui erittäin hyvin. Artisti ja levy-yhtiö olivat myös tyytyväisiä lopputulokseen. Olen tyytyväinen siihen kuinka hyvin projisointi toimi tekniikkana siihen nähden, että aikaisempaa kokemusta projisoinnin käytöstä minulla ei ollut. Rohkaisevinta on se, kun pään sisällä olevat ajatukset ja kuvat toimivat myös lopullisessa videossa.

4.2 Idiomatic – Old river

Toinen esimerkki ei ole ohjaajavetoinen musiikkivideo vaan se toteutettiin ilman tiukkaa ennakkosuunnittelua ja ohjaajaa.



Kuva 2. Kuvakaappaus musiikkivideosta. (Youtube).

Idiomatic on tamperelainen rock-yhtye, jonka uusin single-julkaisu on Old river. Projektina video oli mielenkiintoinen, koska en ollut esituotannossa enkä varsinaisessa tuotannossa mukana lainkaan. Tulin mukaan vasta jälkituotantovaiheessa leikkaajaksi. Jälkituotanto erosi kuitenkin normaalista, koska ohjaajaa vastuuhenkilönä ei ollut. Yhtye ja kuvaaja olivat kuvanneet yhdessä yössä materiaalia, jossa yhtye soittaa kappalettaan metsässä. Mukana oli myös laulua jokaiselta jäseneltä sekä ylijäämämateriaalia. Kaksi yhtyeen jäsentä olivat yrittäneet leikata videota kasaan tuloksetta, minkä jälkeen he ottivat minuun yhteyttä. Tämä lähtökohta teki projektista mielenkiintoisen.

Sain kasan materiaalia, johon sain vapaat kädet tehdä sellaisen musiikkivideon kuin vain pystyin. Kahlasin materiaalia läpi samalla kun kuuntelin itse kappaletta ja löysin hyviä kuvakokonaisuuksia, joista voisi rakentaa säkeistöjen kuvastot. Ensimmäinen versio valmistui, kun sain aikajanan täyteen koko kappaleen matkalta. Palaute oli erittäin positiivista heti ensimmäisestä versiosta, vaikka yhtye oli epäileväinen materiaalin suhteen. Videon viimeistely tapahtuikin tämän jälkeen suhteellisen nopealla tahdilla ja kaikkia miellyttävään lopputulokseen päädyttiin muutamassa päivässä.

Itse olen videoon oikein tyytyväinen, vaikka sen kuvasto onkin aika perinteistä suomalaista musiikkivideokuvastoa. Yhtye oli myös erittäin tyytyväinen lopputulokseen. Tämä projekti oli mielenkiintoinen siksi, että nimettyä ohjaajaa ei ollut. Yhtye ja kuvaaja

olivat suunnitelleet kuvattavan materiaalin ja kuvaajan ammattilaisuus takasi laadukkaan sommittelun ja värimaailman. Minä leikkaajana rakensin näistä palikoista kuvakerronnan, sekä rytmin kuvan ja musiikin välille.

5 POHDINTA

Mihin ohjaajia tarvitaan musiikkivideon tuotantoprosessissa? Antaako ohjaaja jotain lisää yhtyeen tai artistin visuaaliseen ilmeeseen? Luultavasti. Koko musiikkivideon lyhyen historian ajan musiikkivideoiden tekeminen on ollut ohjaajavetoista. Artistien toiveet otetaan tietysti aina jotenkin huomioon, mutta palveleeko ohjaajan visio artistia vai enemmän ohjaajaa. Käytännössä ainoa taho joka palkitsee musiikkivideoita on Oulun musiikkivideofestivaalit. Jokainen siellä jaettava palkinto luovutetaan ohjaajalle. Musiikkivideo on oletetusti kuitenkin aina ohjaajan ja artistin yhteistyön tulos. Toki ohjaaja saattaa saada vapaat kädet teoksen tekemiseen, mutta aina tuotantoprosessissa jotain kanssakäymistä tapahtuu. Miksi siis vain ohjaaja palkintaan? Olisiko mahdollista saada sellainen palkinto, joka palkitsisi yhteistyön tuloksen.

En yritä vähentää ohjaajien työpanosta, sillä olen itsekin ohjannut muutaman musiikkivideon. Jonkinlaista kahtia jaottelua musiikkivideoissa olen kuitenkin havainnut oman empiirisien tutkimukseni myötä eli seuraamalla uusia musiikkivideoita. Joko lopputuloksesta paistaa ohjaajan vahva visio tai kompromissit. Tämä jaottelu ei tietenkään määritä lopputulosta. Hyvä musiikkivideo on hyvä musiikkivideo huolimatta tuotantoprosessista. Itse olen huomannut tämän jakautumisen käytännössä niin, että aloittelevat yhtyeet menevät enemmän ohjaajan ehdoilla, kun taas suuremmat, jo paikkansa vakiinnuttaneet, yhtyeet ja artistit julkaisevat pääasiassa kerronnallisesti yksinkertaisempia videoita. Mielenkiintoista olisi tietää, kuinka monessa aloittelevan yhtyeen ja artistin musiikkivideossa esiintyvät bändiläiset itse. Luulisi, että yhtyeen markkinoinnin kannalta olisi parasta esiintyä myös ensimmäisessä videossaan.

En usko, että ohjaajan työskentelystä voidaan koskaan piirtää selkeää ohjenuoraa minkä mukaan toimittaessa lopputulos olisi täydellinen. Ohjaajan työhön musiikkivideon tuotannossa kuuluu kuitenkin aina ihmisten kanssa vuorovaikuttamista, vaikka itse videolla ei yhtään ihmistä näkyisikään. Mielestäni tämän vuoksi jokainen lopputulos on erilainen. Täydellistä tapaa ei siis ole. On vain erilaisia lähestymistapoja musiikkivideon tekemiselle. Mielestäni jonkinlaisen keskitien löytäminen oman vision ja tilaajan tarpeille olisi paras tapa toimia, mutta tämä idealismi kumpuaa ehkä kokemattomuudestani.

Olisiko mahdollista, että yhtye tai artisti palkkaisi osaavan kuvaajan ja leikkaajan ja toteuttaisi musiikkivideon pelkästään oman visionsa kautta. Mitä lisää tällaiseen tilanteeseen ohjaaja tuo? Opinnäytetyötäni aloittaessa olin itse vahvasti sitä mieltä, että ohjaaja vie lopputulosta liikaa kohti omaa visiotaan jättäen tilaajan vision taka-alalle. Kirjoitusprosessin edetessä olen tullut kuitenkin siihen tulokseen, että ohjaajat ovat tarpeellisia. Sellaista visuaalisuuden ja kerronnan ammattitaitoa ei saa vain katsomalla muiden tekemiä musiikkivideoita. Tekemisen kautta, idea edellä.

Opinnäytetyöni onnistuu niissä tavoitteissa, mitä olin sille asettanutkin. Uskon myös, että tutkimusta laajentamalla olisi kuitenkin päästy samaan lopputulokseen.

LÄHTEET

Alanen, Antti 2004. Suomalainen musiikkivideografia. Helsinki: Edita.

Alanen, Antti 1990. Avantgarden energinen perillinen moitittu musiikkivideo on modernia elokuvaa elävimmillään. Helsinki: Suomen elokuvasäätiö.

Alanen, Antti 2005. Suomi soi 3: ääniaalloilta parrasvaloihin. Hämeenlinna: Tammi.

The Wilderness downtown

<http://www.thewildernessdowntown.com/>

YLE Musiikkivideokuukausi. Luettu 22.3.2015

<http://yle.fi/vintti/yle.fi/musiikki/musavideokuukausi/musavideokuukausi-kokonaan.html>

Music Video. Luettu 22.3.2015

http://en.wikipedia.org/wiki/Music_video

MTV. Luettu 22.3.2015

<http://en.wikipedia.org/wiki/MTV>

Telkku.com. Luettu 22.3.2015

<http://www.telkku.com>

OMVF. Luettu 22.3.2015

<http://www.omvf.net/>

LIITTEET

Liite 1. YLE:n musavideokuukauden ohjaajat

Teemu Niukkanen
Ezra Gould
Sami Joensuu
Misko Iho
Finn Andersson
Sami Sänpäckilä
Miikka Lommi
Lauri Warsta
Jussi Metsäaho
Jouni Kallio
Pete Riski
Hannu Aukia
Otto Kylmälä
Pete Veijalainen

Liite 2. Matti Johannes Koivu – Jos muutat mielesi

<https://www.youtube.com/watch?v=WibecRB6Ogg>

Liite 3. Idiomatic – Old river

<https://www.youtube.com/watch?v=gafO06vhijY>