

TAGIEN MAHDOLLISUUDET
MUSIIKINTEKIJÖIDEN NÄKÖKULMASTA

Niko Kolehmainen
Tampereen yliopisto
Informaatioteknologian ja
viestinnän tiedekunta
Informaatiotutkimus ja
interaktiivinen media
Pro gradu -tutkielma
Huhtikuu 2019

Musiikin levittämisen ja julkaisemisen siirryttyä verkkoon, on myös vastuu musiikin sisällönkuvailusta siirtynyt osittain asiantuntijoilta aivan tavallisille musiikin tekijöille ja kuuntelijoille. Musiikintekijöiden taitoja tai motiiveja omien tuotostensa sisällönkuvailijoina ei ole informaatiotutkimuksen kentällä kuitenkaan tutkittu. Tutkielman tavoitteena oli selvittää, ovatko musiikintekijät kiinnostuneita yhden sisällönkuvailutyökalun eli tagien mahdollisuuksista oman musiikkinsa levittämisessä ja markkinoinnissa.

Tutkimuksen teorettinen viitekehys rakentui ammattimaisen musiikin luetteloinnin ja sisällönkuvailun teorialle ja ohjesäännöille. Tutkielman aineisto kerättiin strukturoidulla verkkokyselylomakkeella 67 musiikintekijältä, jotka olivat luoneet oman artistisivun verkon musiikkipalvelu Bandcampissa. Aineisto analysoitiin tilastollisia menetelmiä ja aineistolähtöistä sisällönanalyysia hyödyntäen.

Musiikintekijät eivät panostaneet tagien valitsemiseen paljoa ajallisia resursseja, mutta suurin osa musiikintekijöistä käytti tagien valitsemiseen apuna jotain lähdettä. Musiikintekijöillä oli tagien valitsemiseen myös muita motiiveja kuin musiikin tarkka kuvaaminen musiikillisista lähtökohdista. Ulkomusiikilliset motiivit olivat kuitenkin enimmäkseen pienimuotoisia ja suurimmalle osalle musiikintekijöistä täysin toissijaisia. Yleisimpiä ulkomusiikillisiä motiiveja tagien valinnassa olivat huumorin, välinpitämättömän vaikutelman tai jonkinlaisen asenteen välittäminen kuuntelijoille.

Musiikintekijät pitivät itseään melko hyvinä oman musiikkinsa kuvailijoina, mutta epäilivät taitojaan valita sopivimmat tagit heidän omiin tarkoituksperiinsä nähden. Tagien valitsemisella oli musiikintekijöiden mielestä vain jonkin verran tai vähän vaikutusta sen kannalta, onko heidän musiikkinsa helposti löydettävissä tai tavoittaako se uusia kuuntelijoita.

Avainsanat: musiikin sisällönkuvailu, tagit, folksonomiat, musiikintekijät, musiikin markkinointi

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO.....	1
1.1	Tutkimuksen taustaa	1
1.2	Tutkimuksen tavoitteet ja toteutus.....	2
2	VIITEKEHYS	3
2.1	Keskeiset käsitteet.....	3
2.1.1	Musiikin luettelointi ja sisällönkuvailu	4
2.1.2	Folksonomiat ja tagit	5
2.1.3	Bandcamp	8
2.2	Sisällöntuottajat omien tuotostensa kuvailijoina	11
2.3	Bandcamp-tagien kategoriat.....	12
2.3.1	Tyylilaji ja genre	13
2.3.2	Lokaatio	14
2.3.3	Esityskieli sekä kansallinen tai etninen tausta	15
2.3.4	Musiikin fysikaaliset ominaisuudet, soitinnus ja historiallinen piirre.....	16
2.3.5	Musiikin julkaisijat.....	17
2.3.6	Kulttuurinen, juhlallinen, arkinen tai ideologinen tehtävä	17
2.3.7	Vakaumus tai elämäntapa	19
2.3.8	Musiikin ”mood” ja artistien itse luomat tagiyhdistelmät	20
2.3.9	Samankaltaiset artistit tai vaikuttajat.....	21
3	TUTKIMUSASETELMA.....	22
3.1	Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset.....	22
3.2	Tutkimusmenetelmä.....	22
3.2.1	Kyselytutkimus ja verkkokyselylomakkeen laadinta	23
3.2.2	Aineiston keruu	24
3.2.3	Aineiston analyysi	25
4	TULOKSET	27
4.1	Vastaajat ja taustamuuttujat.....	27
4.1.1	Sukupuoli	28
4.1.2	Ikä	29
4.1.3	Koulutusaste.....	31
4.1.4	Status musiikintekijänä.....	32
4.2	Tagien valinta	35
4.2.1	Tagien syöttöajankohta.....	35
4.2.2	Tagien syöttämiseen käytetty aika	36
4.2.3	Tagien määrä.....	37
4.2.4	Musiikintekijöiden käyttämät lähteet	39
4.2.5	Tagien vaihtaminen	42
4.3	Tagien valinnan motiivit	43
4.3.1	Musiikin löydettävyys ja uusien kuuntelijoiden tavoittelu	43
4.3.2	Kuuntelijoiden houkuttelu kyseenalaisilla tageilla	45
4.3.3	Tavoiteltu estetiikka	46
4.3.4	Tagien kategoriat.....	47
4.5	Tagien valinnan merkityksen ja oman osaamisen arviointi	51
5	JOHTOPÄÄTÖKSET	55

5.1 Tutkimuskysymyksiin vastaaminen.....	55
5.2 Pohdinta.....	57
5.3 Jatkotutkimuksen mahdollisuudet.....	58
6 LÄHTEET.....	60
LIITTEET.....	I
Liite 1.....	i
Liite 2.....	ii

1 JOHDANTO

Johdannon aluksi kerrotaan tosielämän havainnoista, jotka johtivat tutkimusaiheen syntymiseen. Luvussa kerrotaan lyhyesti myös tutkielman tavoitteet ja minkälaisin menetelmin tutkimus toteutettiin.

1.1 Tutkimuksen taustaa

Olisi luontevaa ajatella, että musiikintekijät osaavat parhaiten kuvailla millaista heidän tekemänsä musiikki on, koska he ovat itse musiikin tehneet. Musiikintekijöillä on ollut ensi käden tietoa siitä, minkälaista musiikkia heillä on ollut tarkoitus tehdä ja mitä sen on ollut tarkoitus viestittää. He ovat myös parhaiten tietoisia siitä, mistä tyyllilajeista, alagenreistä tai miltä artisteilta he ovat ottaneet vaikutteita musiikkia tehdessään. Näiden tietojen perusteella musiikintekijät kuvailevat tekemäänsä musiikkia ja mahdollisesti olettavat, ettei kenelläkään ole tarjota parempaa ja tarkempaa näkemystä siitä, millaista heidän tekemänsä musiikki on.

Mutta kun musiikki julkaistaan, musiikintekijät näkevät pelkästään verkossa julkaisijoiden kirjoittamia mainostekstejä, medioissa ilmestyviä arvioita, forum-kommentteja, kuuntelijoiden sekä sanallisia luonnehdintoja että erilaisiin arviointiasteikkoihin perustuvia arvioita sosiaalisen median palveluissa (Jawaheer, Szomszor & Kostkova 2010, 47-48; Sisario 2011). He huomaavat, että musiikista voi olla yhtä paljon näkemyksiä kuin sillä on kuulijoitakin (Poroila 2014, 2).

Musiikintekijöitä toki kiinnostaa kuinka muut ihmisevät kuulevat heidän musiikkinsa ja ymmärtävät heidän viestinsä, mutta heitä kiinnostaa todennäköisesti myös se, että heidän musiikkinsa ylipäättään löydetään. Jos he eivät kuitenkaan osaa kuvailla musiikkia sillä tavalla, että se tavoittaa halutut kuuntelijat, heidän näkemyksensä musiikista voi olla heidän omille tarkoituksilleen jopa haitallinen. Cahnin (2016, 31) mukaan luovaan musiikintekemiseen kuuluu neljä askelta: soittaminen, äänittäminen, kuunteleminen ja kyseenalaistaminen. Viimeisenä mainittu täytyisi ottaa huomioon myös silloin, kun musiikkia aletaan kuvailla.

Ovatko musiikintekijät itse kuinka päteviä kuvailemaan tekemäänsä musiikkia, etenkin siinä tapauksessa, että musiikin kuvailun olennaisimpana tavoitteena on saada musiikki mahdollisimman hyvin potentiaalisten kuuntelijoiden ulottuville? Musiikintekijöiden, taiteilijoiden tai muidenkaan sisällöntuottajien taitoja tai motiiveja omien tuotostensa sisällönkuvailijoina ei ole informaatiotutkimuksen kentällä juuri tutkittu.

1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja toteutus

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, ovatko musiikintekijät kiinnostuneita yhden sisällönkuvailun työkalun eli tagien mahdollisuuksista oman musiikkinsa levittämisessä ja markkinoinnissa. Tarkoituksena ei ollut mitata musiikintekijöiden taitoja sisällönkuvailijoina, vaan ottaa selvää motiiveista, jotka musiikintekijöiden sisällönkuvailua ohjaavat. Tutkimuksessa pyrittiin lisäksi selvittämään, kuinka paljon musiikintekijät panostavat musiikkiansa kuvaavien tagien valintaan ja kuinka paljon todellista merkitystä he uskovat tageilla olevan musiikin löydettävyyden tai potentiaalisten kuulijoiden tavoittamisen kannalta.

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys rakentuu ammattimaisen musiikin luetteloinnin ja sisällönkuvailun teorialle ja ohjesäännöille. Tutkimuksen keskeiset käsitteet eli tagit ja folksonomiat esitellään ja niiden ongelmia tutkimusaiheen näkökulmasta eritellään. Ison osan tutkimuksen teoriaosuudesta muodostaa tutkimuksessa luotu tagien kategorisointi, joka on toteutettu tutkimalla ja havainnoimalla ensin musiikkipalvelu Bandcampin artistisivuille musiikintekijöiden syöttämiä tageja ja niihin liittyviä ilmiöitä sekä käytäntöjä. Sen jälkeen kyseisiä ilmiöitä ja käytäntöjä vertailtiin ammattimaisen musiikin sisällönkuvailun toimintaperiaatteiden kanssa.

Tutkimusaineisto kerättiin verkkokyselylomakkeella 67 musiikintekijältä, jotka ovat luoneet artistisivun verkon Bandcamp-musiikkipalvelussa ja mahdollisesti kuvailleet siellä itse tekemäänsä musiikkia tagein. Aineisto oli sekä kvantitatiivista että kvalitatiivista ja sen analyysissa käytettiin tilastollisia menetelmiä sekä aineistolähtöistä sisällönanalyysia.

2 VIITEKEHYS

Erilaisten viiteryhmien tiedonhankintaa ja tiedonhankintataitoja on tutkittu informaatiotutkimuksen kentällä paljon. Taiteilijoiden, artistien tai sisällöntuottajien tiedonhakutaitoja on kuitenkin tutkittu vähän ja sisällönkuvailutaitoja ei ollenkaan, vaikka niiden osaamisen voisi olettaa olevan kyseisille viiteryhmille tiedonhakutaitoja tärkeämpiä osata. Suurella osalla taiteilijoista, artisteista ja sisällöntuottajista on varmasti halu ja pyrkimys saattaa omat teoksensa tai sisältönsä mahdollisimman monien niistä kiinnostuneiden ulottuville. Tässä myös sisällönkuvailulla on oma roolinsa, etenkin tänä päivänä, kun suuri osa teoksista ja sisällöstä levitetään osittain tai jopa ensisijaisesti verkossa.

Luvussa esitellään tutkimukselle keskeisiä käsitteitä ja kuvataan lyhyesti musiikin luetteloinnin ja sisällönkuvailun ensiaskelia Suomen yleisessä kirjastossa. Luvussa tehdään myös lyhyt katsaus tutkimustyöhön, jota sisällöntuottajista oman tuotantonsa kuvailijoina tähän mennessä tiedetään olevan olemassa. Luvun viimeisessä osiossa esitellään tutkimusta varten rakennettua Bandcamp-tagien kategorisointia ja minkälaisia yhteyksiä kategorioilla voidaan nähdä olevan esimerkiksi kirjastotyössä harjoitettuun musiikin ammattimaiseen sisällönkuvailuun ja luettelointiin. Tagien kategoriat myös itsessään avaavat musiikintekijöiden mahdollisia motiiveja sisällönkuvailuun.

2.1 Keskeiset käsitteet

Alaluvussa esitellään tutkimuksen kannalta olennaiset käsitteet: musiikin sisällönkuvailu, luettelointi, tagit ja folksonomiat. Mitä ne ovat, minkälaisista tarpeista ne ovat syntyneet ja minkälaisia ongelmia niihin tämän tutkimuksen näkökulmasta liittyy.

Alaluvussa esitellään myös verkossa toimiva musiikin julkaisualusta Bandcamp, jonka käyttäjiltä tämän tutkielman aineisto on kerätty. Alaluvussa kerrotaan lyhyesti Bandcampin syntytarina ja kuvaillaan alustan toimintaperiaate, keskeiset palvelut ja ominaisuudet. Bandcampia kuvataan myös musiikintekijöiden näkökulmasta, jotta

alustan suuren suosion syyt musiikintekijöiden keskuudessa välittyisivät. Viimeisenä kerrotaan tagien roolista Bandcampin musiikkipalvelussa.

2.1.1 Musiikin luettelointi ja sisällönkuvailu

Erilaisten dokumenttien luetteloinnin ja sisällönkuvailun juuret ovat kirjasto- ja arkistomaailmassa, joissa tietoa on pyritty jo varhaisessa vaiheessa luokittelemaan ja organisoimaan helpommin löydettäväksi. Kirjastoyhteydessä tällaisen toiminnan kattokäsitteenä käytetään *bibliografista valvontaa* (Suominen, Saarti ja Tuomi 2009, 14). Sisällönkuvailua on pitkään pidetty ammattilaisten asiantuntijatyönä, joka noudattaa myös ammattilaisten laatimia strukturoituja eli *taksonomisia* asiasanastoja. (Peters 2009, 1; Kroski 2005, 2). Tiedon ja kuvailtavien kohteiden määrän lisääntyessä osa sisällönkuvailun vastuusta on vähän kerrassaan siirtynyt asiantuntijoilta massoille. Näin on käynyt myös musiikille, kun sen levityskanavat ovat laajentuneet fyysisistä formaateista digitaalisiin. Tänä päivänä musiikkia kuvailevat verkossa asiantuntijoiden lisäksi myös tavalliset musiikin kuuntelijat ja musiikin tekijät. (Peters 2009, 1.)

Ensimmäisenä on määriteltävä luetteloinnin ja sisällönkuvailun ero. Suominen ym. (2009, 18) kuvailevat *luettelointia* dokumenttien perusrekisteröinniksi, jonka päämääränä on identifioida dokumentti ja kuvailla se määrättyjen ulkoisten peruspiirteiden mukaan. Luettelointitietoja ovat esimerkiksi dokumentin nimi eli nimeke, dokumentin tekijän nimi tai dokumentin julkaisija. Luettelointi auttaa hauissa, joissa päämääränä on löytää 1) jokin jo etukäteen tiedossa oleva dokumentti tai teos tai 2) tiettyjen ulkoisten piirteiden perusteella tietynlaisia teoksia (esimerkiksi tietyn artistin albumeita). (Suominen ym. 2009, 18).

Sisällönkuvailun päämääränä taas on luoda mahdollisuuksia sisällöllisesti tietynlaisten dokumenttien löytämiseen. Sisällönkuvailu siis tukee dokumenttien hakua sisällöllisin perustein. (Suominen ym. 2009, 18). Sisällönkuvailu auttaa esimerkiksi silloin, kun halutaan löytää tietokannasta rakkauslauluja, mutta tiedossa ei ole rakkauslaulujen nimiä, laulajia tai tekijöitä. Sisällönkuvailu mahdollistaa rakkauslaulujen löytämisen myös silloin kuin emme ole kiinnostuneita edellä mainituista teoksen ulkoisista piirteistä.

Musiikin luetteloinnin ja sisällönkuvailun historiaa Suomessa

Ensimmäistä kertaa suomalaisissa kirjastonhoito-oppaissa musiikki mainittiin vuonna 1861 A. G. Coranderin ehdottamassa kirjaintunnuksellisessa kymmenluokituksessa, jossa viimeinen luokka (K) oli varattu kartoille ja nuoteille (Eloranta 2009, 622). Seuraavan kerran nuotit mainittiin vasta vuonna 1925 Valtion kirjastotoimikunnan julkaisemassa Luokitusoppaassa, kun kirjastoluokkaa 78 kuvailtiin luokaksi, johon tulee “musiikin teoriaa ja käytäntöä koskevat teokset, myöskin nuottikirjallisuus sellaisenaan.” (Luokitusopas 1925, 36). Yleisen kirjaston hyllyssä oli siis jo varhain nuoteille oma paikkansa, mutta kokoelmiin niitä jouduttiin odottamaan pidempään (Eloranta 2009, 622). Vuonna 1953 suomalaisen musiikkikirjastotoiminnan kiitetyin kehittäjä Seppo Nummi yhteistyössä Erkki Länsiön ja Anna-Liisa Nyblomin kanssa laati musiikkidokumenteille oman musiikkiluokituksen. (Eloranta 2009, 628.)

Varhaisimpia suomenkielisiä musiikkimateriaalien järjestämien ohjeita kirjastoille on Esteri Parviaisen teksti *Musiikkimateriaalin järjestäminen ja luettelointi* Ritva Piispasen toimittamassa *Musiikkikirjasto-oppaassa* (1964). Jo Parviaisen (1964, 57-61) tekemissä luettelointi- ja sisällönkuvailuohjeissa voidaan nähdä yhtäläisyyksiä Bandcampin tagauskäytäntöihin (mm. soitinnus, levymerkki, esityskieli), vaikka tuohon aikaan kirjaston musiikkikokoelmissa oli saatavilla lähinnä taidemusiikkia ja perinteistä kansanmusiikkia. Poroilan ja Mäkelän vuonna 1993 julkaistu *Musiikin luettelointi ja sisällönkuvailu* sisältää jo niin kattavat luetteloinnin sekä sisällönkuvailun ohjeet, että sitä on katsottu tarkoituksenmukaiseksi käyttää tässä tutkimuksessa yhtenä pääasiallisena lähteenä, kun Bandcampin tagauskäytäntöjä ja ammattimaisen musiikin sisällönkuvailun tapoja ja piirteitä on keskenään vertailtu.

2.1.2 Folksonomiat ja tagit

Folksonomiat

Web 2.0:lla viitataan internetin kehityksessä vaiheeseen, jossa suuri osa internetin käyttäjistä ei enää vain selaa vaan myös itse tuottaa sisältöä verkkoon, kun aiemmin sisältöä verkkoon tuottivat pääasiassa vain ammattilaiset kuten toimittajat, ammattikirjoittajat tai erilaiset sisältöä verkkoon laativat yritykset (Peters 2009, 1). Tänä päivänä sisällön tuottaminen verkkoon voi tarkoittaa lähes mitä tahansa. Esimerkiksi omien henkilöprofiilien tekemistä palveluihin, omien kuvien, videoiden tai

musiikkikappaleiden lataamista verkkosivuille, keskusteluviestien kirjoittamista foorumeille, muiden käyttäjien tekemien sisältöjen tai uutistekstien kommentoimista.

Kun verkon käyttäjät alkoivat tuottaa erinäisille verkon kohteille kuvailutietoja itse, *folksonomiat* eli avoimet ja yhteisöllisesti tuotetut luokittelujärjestelmät syntyivät ja Kroskin (2005, 1) mukaan tänä päivänä aivan tavalliset verkon käyttäjät lisäävät itse kohteille metadatatietoja ja käyttävät tageja. Käyttäjät järjestävät omia digitaalisia kokoelmiaan, kategorisoivat muiden verkonkäyttäjien luomia sisältöjä sekä luovat omia käyttäjälähtöisiä luokittelujärjestelmiään (Kroski 2005,1).

Main (2011, 115) mukaan on väitetty, että tiedon ja tietämyksen ”valtamerta” järjestääkseen on ymmärrettävä tarkoitukset, päämäärät ja aktiviteetit, joita varten toimijat tietoa tarvitsevat tai järjestävät. Folksonomiat ovat syntyneet reaktiona kahteen ilmiöön: 1) käsitykseen, että monet luokittelurakenteet edustavat vanhentunutta maailmankuvaa ja 2) uskomukseen, että edellä mainitun takia ei ole olemassa yhtä tiettyä tarkoitusta, päämäärää tai aktiviteettia, joka yhdistäisi tietämyksen tai tiedon ”valtamerta”. Tämän perusteella voidaan argumentoida, että yksittäiset, tiedon kanssa lopulta tekemisissä olevat henkilöt ovat myös parhaassa asemassa järjestämään tietoa. (Mai 2011, 115.) Kroskin (2005, 2) mukaan kontrolloidut asiasanastot eli taksonomiat ovat luonteeltaan poissulkevia, kun taas folksonomiat sisältävät kaikkien käyttäjien sanavarastoa ja heijastavat kaikkien tarpeita ilman kulttuurista, sosiaalista tai poliittista puolueellisuutta.

Tagit

Paul Lameren (2008, 101) mukaan *tagit* (engl. tags) ovat tunnisteita, joita verkon käyttäjät ovat luoneet kuvaillessaan erilaisia verkkosisältöjä. Tageilla voidaan kuvailla verkossa esimerkiksi musiikkia, valokuvia, videoita, uutisia tai kirjallisuutta (Geleijnse, Schedl & Knees 2007, 1). Tänä päivänä käyttäjät (sekä verkon selaajat että sisällöntuottajat) voivat käyttää tageja kuvaillessaan omia tai muiden luomia sisältöjä lukuisissa eri verkkopalveluissa kuten Youtube, flickr, Last.fm tai Bandcamp.

Tageilla on osittain sama tarkoitus kuin kontrolloitujen asiasanastojen asiasanoilla: tiedon organisointi ja tiedonhaun helpottaminen. Tagit eroavat asiasanoista kuitenkin siinä, ettei niiden ole pakko noudattaa minkään kontrolloidun asiasanaston termejä ja ne voivat sisältää useamman kuin yhden sanan. Tagit voivat olla merkkisisällöltään

lähes mitä tahansa, mutta yleensä tagi muodostuu yhdestä sanasta tai muutaman sanan mittaisesta fraasista. (Lamere 2008, 101.)

Vaikka tagit on aiemmalla tutkimuksella todettu soveltuviksi resurssien kuten esimerkiksi musiikkikappaleiden kuvaamiseen, niille ei ole määritelty selkeää semantiikkaa. Mitä useammin samaa kohdetta on kuvattu samalla tagilla, sitä oletettavammin kyseinen tagi kuvaa kohdetta hyvin. Tagi voi olla kuitenkin vain yksittäisen käyttäjän mielipide (Geleijnse, Schedl & Knees 2007,1) eikä välttämättä tarjoa muille käyttäjille tarpeellista tai relevanttia tietoa.

Sosiaaliset tagit (engl. social tags) ovat joukkoistetun sisällönkuvailun muoto, jossa käyttäjät kuvailevat verkkosisältöjä itse valitsemin tagein. Sosiaaliset eli yhteistyönä tuotetut tagit auttavat käyttäjiä tiedon ja sisältöjen organisoinnissa sekä navigoinnissa suurten mediakokoelmien äärellä. (Levy & Sandler 2009, 383-384.) Koska tagit eivät ole pelkästään kontrolloitujen asiasanastojen mukaisia tai sisällönkuvailun ammattilaisten syöttämiä, ne sisältävät Levyn ja Sandlerin (2007, 1) mukaan olennaisen tiedon lisäksi paljon myös epäolennaista tietoa kuvailtavasta kohteesta. Tämän tutkimuksen tapauksessa epäolennaista tietoa musiikkiartistista tai tämän musiikista.

Lameren (2008, 102) mukaan sosiaalisten tagien etu onkin juuri siinä, että ne auttavat meitä kuvaamaan esimerkiksi musiikkia joustavammin. Jos emme tiedä mikä kolmesta genre- tai tyyllilajista kuvaa artistia parhaiten, voidaan artistia kuvata käyttämällä kaikkia kolmea tagia samanarvoisina sisällön kuvaajina. Sosiaaliset tagit tarjoavat kohteista monenlaisia tietoja, jotka ovat tiedonhaun kannalta toivottavia ja voivat näin muodostaa kohteesta monitahoisemman kuvan kuin mitä saataisiin vain käyttämällä taksonomista sisällönkuvailua (Nanopoulos, Rafailidis, Symeonidis & Manolopoulos 2010, 1).

Tagien ja folksonomioiden ongelmia

Tageihin liittyy kuitenkin myös ongelmia. Yksi ongelma on tagien *polysemia*, eli samalla tagilla voi olla eri merkityksiä (Nanopoulos ym. 2010, 1). Esimerkiksi kuvailtaessa musiikkia, tagilla ”classic” voidaan viitata 1700-luvun klassiseen musiikkiin tai vaikkapa 1960-luvun klassiseen rock-musiikkiin. Samalla tavoin tagi ”Japanese” voi viitata joko artistin kansallisuuteen, musiikilliseen perintöön tai esityskieleen. Toinen ongelma on *synonymia*, eli eri tageilla voidaan tarkoittaa samaa

asiaa. Tämän seurauksena samankaltaisia kohteita ei saada haettua samalla kertaa, jos ne eivät jaa samoja tageja. (Nanopoulos ym. 2010, 1.) Näin voi käydä esimerkiksi, kun käytetään vain toista tageista ”classic” tai ”orchestral”, kun molemmat kuvaavat kohdetta yhtä hyvin ja ovat todennäköisiä termejä, joilla musiikkia haetaan.

Nanopouloksen ym. (2010, 1) mukaan tagien kolmas ongelma on se, että kohdetta on tagattu niukasti. Esimerkiksi kun täysin uutta kohdetta on kuvattu todella suosituilla tageilla, sen on vaikea sijoittua korkealle hakutuloksissa taistellessaan näkyvyydestä paljon tagattujen kohteiden kanssa. Informaatiotutkimuksen kentällä ilmiöstä käytetään usein englanninkielistä termiä *cold start*. Yksi ongelma on myös se, että kohde on tagattu huonosti eli liian laveilla tai kuvailun kannalta epäoleellisilla tageilla. Tämä ongelma toistuu sekä musiikin kuuntelijoiden, että itse artistien tagivalinnoissa.

Bandcampissa tagien ja folksonomioiden merkitys on suuri ja alun alkaenkin tarve tagien lisäämiseen palveluun syntyi siitä, kun artistit alkoivat kuvailla musiikkiaan termeillä, jotka saattavat levitä osana folksonomioita nopeasti, mutta eivät tavoita virallisia kontrolloituja asiansastoja vielä pitkään aikaan, tai välttämättä koskaan. Bandcampin toisen perustajan Ethan Diamondin (2010) mukaan ennen tagien lisäämistä palveluun, yleisin ylläpitäjien kohtaama tiedustelu palvelun käyttäjiltä oli aiheesta ”kuinka voisin löytää lisää ’industrial mariachi’ -tyyppisiä artisteja Bandcampista?” Tämä on hyvä esimerkki folksonomioiden kehityksestä, jossa sanasto kehittyi nopeasti yhteisön tarpeiden mukaan.

2.1.3 Bandcamp

Bandcamp on Ethan Diamondin ja Shawn Grunbergerin vuonna 2008 avaama verkon musiikkipalvelu, joka tarjoaa aloitteleville ja pienen levikin artisteille ja levymerkeille alustan, jolla nämä voivat julkaista ja myydä omaa musiikkiaan ja oheistuotteitaan. Diamondin (2010) mukaan palvelun synnyttämistä innoitti hänen kiinnostuksensa isoista julkaisukanavista riippumattomaan ”independent”-musiikkiin sekä tyytymättömyys tuona aikana toiminnassa olleiden musiikkipalvelujen ulkoasuun ja käytettävyyteen. (Audette-Longo 2017, 65-66.) Tarkoituksena oli synnyttää alusta, joka ei sisällä mainoksia, ja joka on helppokäyttöinen sekä musiikin tekijöille että musiikin kuluttajille (Morrison 2013, 1-2).

Bandcamp-artistisivun tekeminen ja musiikin saattaminen ihmisten striimattavaksi eli kuunneltavaksi suoraan verkkosivulta, kuten myös musiikin kuunteleminen verkkosivulla on ilmaista. Musiikkitiedostojen lataamisesta, fyysisten julkaisujen tai muiden oheistuotteiden ostamisesta artistit voivat veloittaa kuuntelijoitaan ja tukijoitaan itse määrittämällä summilla (Kribs 2016, 6). Bandcamp kerää itse tuloja ottamalla 10-15 % osuuden ostotapahtumien tuottamista myyntituloista (15 % digitaalisista tuotteista ja 10 % oheistuotteista), jotka tapahtuvat heidän verkkoalustansa kautta. Loput 80-85 % myyntituloista menevät kuuntelijoilta suoraan artisteille. (Bandcamp.com 2018.) Kun kuluttajat tietävät kuinka myyntitulojen jako Bandcampin kautta tehdyistä ostoksista rakentuu, he käyttäytyvät avokätisemmin ja usein maksavatkin musiikista enemmän kuin artistien itse määrittämän summan (Morrison 2013, 2).

Vuoden 2015 maaliskuuhun mennessä suuret verkkomediat kuten Forbers, Billboard ja FACTmag julistivat, että musiikin kuuntelijat ovat Bandcampin kautta maksaneet artisteille musiikista yhteensä yli 100 miljoonan dollarin edestä (Kribs 2016, 6). Bandcampin oman sivuston mukaan vuonna 2019 Bandcampia ovat käyttäneet miljoonat musiikin kuuntelijat, yli 100 000 artistia ja yli 3000 levymerkkiä musiikin levittämiseen ja myymiseen. Kuuntelijat ovat maksaneet tähän päivään mennessä musiikintekijöille yli 348 miljoonaa dollaria käyttämällä Bandcampia. (Bandcamp.com 2018.)

Bandcamp musiikintekijän näkökulmasta

Musiikintekijöille Bandcamp tarjoaa ilmaiseksi muitakin helppoja ja joustavia palveluja. Artistit voivat helposti levittää omaa musiikkiaan upottamalla Bandcamp-playerin eli Bandcampin musiikintoisto- ja striimaussovelluksen muille verkkosivuille tai foorumeille. Soitin ei vaadi potentiaaliselle kuuntelijalle minkäänlaisen sovelluksen tai ohjelman asennusta, vaan on heti verkkosivulle upotettaessa valmis striimaamaan, samalla tavalla kuin Bandcampin omilla artistisivuilla. Lisäksi artistien on helppo tarjota kuuntelijoilleen tuotteita ilmaiseksi tai tarjoushintaan spontaanisti, vaikka yhden päivän ajan tai erilaisia sähköisiä lahja- ja alennuskuponkeja hyödyntäen. Tällaisilla kupongeilla artistit voivat esimerkiksi houkuttaa uusia kuuntelijoita liittymään heidän postituslistoihinsa. (Tozzi, Leiber & Crise 2011, 60.)

Kun artisti on myynyt Bandcampin kautta digitaalisia tuotteita yli 5000 dollarilla, Bandcamp laskee oman provisionsa myynneistä 15 prosentista 10 prosenttiin ja näin kannustaa artisteja tuottamaan Bandcampiin lisää laadukasta sisältöä. Lisääntyvä myynti lisää aina lopulta myös Bandcampin saamia tuloja, joten strategia hyödyttää tällä tavalla molempia osapuolia. (Morrison 2013, 2.)

Bandcamp ja tagit

Pian verkkoalustan käynnistämisen jälkeen Bandcampin tiimi huomasi, että suurin osa käyttäjien yhteydenotoista muodostui musiikin kuuntelijoiden kyselyistä siitä, kuinka nämä voisivat löytää lisää tietynlaisia artisteja Bandcampista. Kun verkkoalustan artistimäärä oli vasta sadoissa tai tuhansissa, Bandcamp neuvoi käyttäjiä käyttämään hakukoneita kuten Googlea. Kun artistisivuja alkoi olla kymmeniä tuhansia, Bandcampin tiimi tajusi laiminlyövänsä valtavan tilaisuuden valjastaa jokaisen yksittäisen artistisivun potentiaalin kaikkien osapuolten yhteiseksi hyödyksi. (Diamond 2010.)

Tämän seurauksena Bandcampin toinen perustaja Ethan Diamond (2010) ilmoitti helmikuussa 2010 Bandcamp Daily -blogissa, että siitä eteenpäin verkkoalusta tarjoaa käyttäjilleen uuden työkalun – tagit. Jokainen sivuston artisti voi merkitä oman artistisivunsa, musiikkialbuminsa ja kappaleensa itse valitsemillaan tageilla, jotta musiikki olisi helpommin potentiaalisten kuuntelijoiden löydettävissä. Diamondin (2010) mukaan organisaation tavoite oli alun perin luoda Bandcampista nimenomaan yhteisö, ja tageissa he näkivät suuren potentiaalin, koska tagien avulla kaikki käyttäjät pääsevät osallistumaan yhteisön vahvistamiseen yksilöinä.

Bandcampin artistisivulla artistit voivat kuvailla musiikkia tagien lisäksi myös kirjoittamalla vapaamuotoisen artistikuvauksen (engl. artist bio). Artistikuvaus-kenttä sallii musiikkia kuvailtavan 400 merkillä. Suuri osa artisteista kuitenkin täyttää kentän kuvailemalla lyhyesti esimerkiksi seuraavia asioita: milloin ja missä yhtye on perustettu, keitä siihen kuuluu, tai mitä yhtye on viimeksi tehnyt. Osa pyrkii kuvailemaan kentässä myös musiikkia, mutta koska musiikin sisällönkuvailuun on erikseen tarjolla tagit, artistit käyttävät artistikuvaus-kenttää välittämään asioita, joita tageilla ei ole niin mielekästä ilmaista. Paras tulos sekä musiikin löydettävyyden että

artistisivun estetiikan kannalta saavutetaan kirjoittamalla artistikuvaus ja syöttämällä tagit niin, että nämä kaksi elementtiä tukevat toisiaan.

2.2 Sisällöntuottajat omien tuotostensa kuvailijoina

Sisällöntuottajia eli muusikoita, taiteilijoita, kirjailijoita tai vaikkapa v-loggaajia omien tuotostensa sisällönkuvailijoina ei ole merkittävästi tutkittu. Artistien omaa brändin rakentamista on hieman tutkittu heidän sosiaalisen median viestintänsä kautta. Daellenbachin, Kuselin & Rodin (2015, 168) tekemässä tutkimuksessa selvisi, että jos artisti kykenee oman sosiaalisessa mediassa käyttäytymisen ja seuraajien kanssa käytävän vuorovaikutuksen kautta välittämään kuuntelijalle vilpittömän mielikuvan ja aidon halun olla vuorovaikutuksessa seuraajien kanssa, luo se artistin ja kuuntelijan välille vahvemman siteen, ja kuuntelija kokee enemmän läheisyyttä artistin kanssa.

Kuuntelijalle välittyvä vilpittömyys tai tunne läheisyydestä lisää Daellenbachin ym. (2015, 185) mukaan myös kuuntelijan aikomuksia käyttää rahaa artistin tuotteisiin ja se voi muiden tekijöiden kanssa yhdessä vähentää kuuntelijan halua ladata artistin tuotantoa laittomasti. Bandcampia ei ole luotu kovin vuorovaikutukselliseksi sosiaalisen median alustaksi, mutta artistit voivat artistikuvauksellaan ja valitsemillaan tageilla välittää kuuntelijoille maanläheistä kuvaa tai vaikkapa laittaa sähköpostilla kiitosviestin ostoksia tehneille kuuntelijoille.

Siihen millaisilla tageilla musiikintekijät musiikkiaan kuvailevat, voi vaikuttaa myös heidän arvionsa potentiaalisten kuuntelijoiden odotuksista. Mattssonin, Peltoniemen ja Järvisen (2010, 1356) mukaan ensimmäisen teoksensa julkaiseva artisti on alttiimpi yleisön kritiikille, etenkin jos artistin ilmaisu on artistin edustamasta tyylistä tai genrestä huomattavasti poikkeavaa. Toisaalta yleisö suhtautuu uuteen tyylistään tai genrestään poikkeavaan artistiinkin sitä suopeammin mitä omaperäisempi tai autenttisempi hän yleisön mukaan on (Mattson ym. 2010, 1358-1360). Uusi artisti saattaa kuitenkin toimia hienovaraisesti, kuvailemalla musiikkiaan laveammilla määritelmillä, jottei uutena tulokkaana ainakaan provosoisi musiikkiyhteisöä tai ajaisi potentiaalisia kuulijoita pois musiikkinsa ääreltä.

2.3 Bandcamp-tagien kategoriat

Bandcampissa musiikin sisällönkuvailuun valituista tageista vain osa kuvailee musiikkia musiikillisista lähtökohdista kuten musiikillinen tyyli, musiikin alagenre, esityskieli tai soitinnukseen liittyvä tieto. Edellä mainittujen lisäksi voidaan erotella lukuisia erilaisia tagityyppejä, joilla pyritään kuvailemaan musiikkia joistakin muista, toisin sanoen ulkomusiikillisista lähtökohdista. Tällaisia ovat esimerkiksi artistin kotipaikka, musiikin kulttuurinen tehtävä tai vaikkapa artistin ideologinen vakaumus.

Musiikintekijöillä on musiikkinsa kuvailemiseen erilaisia motiiveja ja heidän valitsemillaan tageilla on erilaisia funktioita. Tässä tutkimuksessa kyseisiä funktioita ryhmiteltiin erilaisiksi kategorioiksi, jotta voitaisiin selvittää minkälaiset tagit musiikintekijöiden valinnoissa painottuvat ja minkälaisia tageja artistit pitävät musiikin kuvailun kannalta tärkeinä. Nuo painotukset taas antavat vihjeitä artistien sisällönkuvailun taustalla piilevistä motiiveista.

Musiikin tekijöiden ja kuuntelijoiden lähtökohdat ja motiivit musiikin sisällönkuvailussa tagein ovat luonnostaan erilaisia, mutta sekä musiikin tekijöiden että kuuntelijoiden valitsemat tagit noudattavat hyvin samanlaisia kategorioita. Poikkeuksena tähän on kuuntelijoiden tapa käyttää tageja kuuntelemansa musiikin organisointiin ja silloin järjestely saattaa perustua todella henkilökohtaisiin taipumuksiin. Esimerkiksi musiikin kuuntelija voi kuvata musiikkia mielialalla (engl. *mood*) tai subjektiivisella kokemuksella, jonka musiikki hänessä herättää, kuten ”sad”.

Lamere (2008, 102) oli Last.fm –palvelun käyttäjien syöttämiä tageja tarkastelemalla havainnut seuraavanlaisia kategorioita: genre (genre), tyylilaji (style), mieliala (mood), levymerkki (recording label), soitinnus (instrumentation) ja konteksti (context). Konteksti-kategorian esimerkkitagina Lamere esittää paikkaa osoittavan vaihtoehdon ”San Francisco”, mutta luultavasti tarkoittaa kontekstilla jotain muutakin mahdollista viitekehystä. Nanopoulos ym. (2010, 1) mainitsevat kategoriaksi lisäksi mielipiteen (opinion), jolla voi olla samankaltainen funktio kuin mielialalla (mood), mutta he ovat erottaneet nämä kaksi kategoriata toisistaan.

Seuraavissa alaluvuissa esitellään kaikki 15 tagikategoriaa, jotka luotiin tätä tutkimusta ja sen aineistonkeruussa käytettyä kyselylomaketta varten. Kategorioiden luomisessa

käytettiin apuna musiikin ammatilliseen sisällönkuvailuun perehdyttäviä ohjeita sekä joukkoistettua sisällönkuvailua hyödyntävien musiikin verkkopalvelujen kuten Soundcloud ja Last.fm käyttäjien musiikin kuvailuun syöttämiä tageja. Tämän lisäksi tutkimuksen taustatyönä tarkasteltiin 200 artistiprofilin tageja Bandcampin verkkosivuilla ja havaintoja vertailtiin ammattimaisen musiikin luetteloinnin ja sisällönkuvailun käytäntöihin.

2.3.1 Tyylilaji ja genre

Tyylilaji ja genre voivat olla jossain tapauksissa vaikeaa erottaa toisistaan. Näin myös Bandcampissa. Artistisivun profiilimuokkaus-osiossa on pakollinen ”Genre”-valintaosuus, jonka ponnausvalikossa on Bandcampin itse määrittämiä valmiita vaihtoehtoja, joista artistin on valittava edustamaansa musiikillista genreä tai tyylilajia parhaiten kuvaava vaihtoehto (ks. Liite 1). Vaihtoehdot sisältävät olennaisimpia ”kattogenerjejä” kuten ”Ambient”, ”Blues”, Hip-Hop/Rap”, ”Jazz”, ”Pop”, ”Rock”, ”Reggae” jne., mutta myös epämääräisempiä ”Acoustic”, ”Experimental” ja ”Devotional”, joita ei yleisesti mielletä musiikin genreiksi. Vaihtoehtoja on myös artistisivuille, jotka eivät ole yksiselitteisesti tai pelkästään musiikkia. Nämä vaihtoehdot kuten: ”Audiobooks”, ”Podcasts”, ”Spoken Word” ovat kuitenkin funktioltaan aivan ymmärrettäviä ja perusteltuja.

Tätä genrevalintaa seuraa profiilimuokkaussivulla ohjeteksti (ks. Liite 1), joka valottaa, että tämä pakollinen genrevalinta määrää sen, kuinka artistisivu näkyy Bandcampin omalla ”Bandcamp Discover” –hakusivulla, jolla kuuntelijat voivat etsiä uutta musiikkia. Ohje myös kertoo, että ei ole haitaksi, mikäli artisti ei täydellisesti mukaudu yhteenkään näistä valmiista genrevaihtoehtoista, koska hän voi täydentää artistikuvausta vapaavalintaisilla tageilla. Tämän tutkimuksen tekemisen ja aineistonkeruun aikana Bandcamp salli artistien kuvailla musiikkiaan viidellä vapaavalintaisella tagilla. Nuo vapaavalintaiset tagit ja millä perustein artistit niitä ovat omalle artistisivulleen valinneet tai olleet valitsematta, ovat tutkimuksen keskiössä.

Myös ammattimaisessa musiikin sisällönkuvailussa genrenimien käyttö voi aiheuttaa katastrofaalisia epäonnistumisia, kun musiikkia halutaan myöhemmin etsiä vaikkapa kirjastojen kokoelmista genrelähtöisesti. Poroilan ja Mäkelän (1993, 130) mukaan genrenimien käyttäminen sisällönkuvailussa on lisäksi erityisen vaikeaa, jos

sisällönkuvailijalla ei ole perehtyneisyyttä itse musiikkiin. Tämän tutkimuksen johdannossa myös esitettiin, että on rohkeaa olettaa, että Bandcamp-artistit olisivat aina perusteellisen perehtyneitä edustamaansa musiikkigenreen tai sen pätevämpiä objektiivisesti kuvaamaan musiikkiaan kuin kukaan muukaan. Myös ammattimaisessa sisällönkuvailussa genrenimien käyttö voi olla epämääräistä ja harhaanjohtavaa, koska valintoja tehdessä päätöksiä tekee kuitenkin aina sisällönkuvailijan subjektiivinen mieli (Poroila 2014, 1).

Toiviaisen (1968, 20) mukaan koko tyyllilajijattelun kantoidea on siinä, että ”musiikinlajit ovat nominalistisia nimiä kaikkien niiden äänijoukkojen hahmottamiseksi, mitä me kutsumme musiikiksi.” Eri musiikinlajit muodostavat yhdessä erilaisia malleja ja yksityiset tyyllilajit ovat ensyklopedisia määritelmiä, joiden avulla voidaan sanoa musiikista, että ”tämä näyte edustaa mielestäni tätä musiikinlajia, tämä ei, tuosta en ole varma.” (Toiviainen 1968, 20.)

2.3.2 Lokaatio

Lokaatio merkityksessään alue, sijainti, toimipaikka, asuinpaikka tai synnyinpaikka, oli luonnollinen valinta yhdeksi kategoriaksi. Bandcamp tarjoaa artistien profiilinmuokkaus-sivulla vapaasti täytettävän ”Location”-nimisen kentän, mutta kenttä kelpuuttaa vain oikeita paikannimiä (valtiot tai kaupungit), jotta tagi näkyy artistisivulla muille käyttäjille. Kenttää ei voi siis väärinkäyttää muuhun tarkoitukseen tai käyttää muunlaisena vapaavalintaisena tagina. Tästä huolimatta monilla artistisivuilla näkyy vapaavalintaisiakin tageja, jotka viittaavat artistin kotipaikkakuntaan tai sijaintiin. Tämä luultavasti johtuu siitä, että jos ”Location” -kenttään saadaan syötettyä vain maan tai kaupungin nimi, mutta molemmat koetaan musiikin kuvailussa merkityksellisiksi, toinen päädytään syöttämään lisäksi vapaavalintaisena tagina. Lisätietoa lokaatiosta artistit voivat toki kirjoittaa myös artistisivun artistikuvaus-kenttään.

Lokaatio tagimerkintänä on yleinen sekä tunnettujen että vähemmän tunnettujen artistien keskuudessa ympäri maailmaa, sekä Bandcampin että Soundcloudin musiikkipalveluissa. Audette-Longon (2017, 68) mukaan tämä viestii lokaation historiallisesta sekä tämänhetkisestä arvosta *musiikkiskenejen* muodostumisessa ja leviämisessä. Skenejä ajatellaan paikallistettuina kulttuurin muotoina, joissa tietyt

olosuhteet ovat synnyttäneet tyylin, joka on samalla erikoinen sekä tunnistettava (Till 2010, 76).

Lokaatio nähdään alustapuolella jo myös musiikin myyntivalttina. Samalla tavalla kuin ihmiset haluavat matkustaessaan tutustua paikalliseen ruokakulttuuriin ja syödä paikallista ruokaa, he voivat haluta myös kuunnella paikallista musiikkia tai musiikkia, jota siellä kuunnellaan. Esimerkiksi suoratoistojätti Spotify on jo ottanut tämän palveluissaan huomioon. (Audette-Longo 2017, 65.) Asuinpaikkojen ja alueiden käyttäminen tageina antaa musiikin kuuntelijoille mahdollisuuden etsiä musiikkia tekemispaikan mukaisesti sekä selvittää kuinka aktiivisia tietyn alueen musiikintekijät Bandcampissa ovat.

Kruse (2010, 637) esitti, että vaikka teknologian kehitys ja internet on helpottanut musiikin levittämistä ja kuluttamista, se ei ole vähentänyt paikallisuuden tai paikallisuuteen perustuvan identiteetin merkitystä musiikin tekijöille tai kuuntelijoille Yhdysvalloissa. Paikallisuuden ympärille muodostuvat identiteetit kestävät, paikallisten ”skenejen” historia muistetaan ja yhä elää ajatus siitä, että monilla paikoilla on olemassa oma tunnistettava musiikillinen soundinsa. (Kruse 2010, 637; Till 2010, 76.) Ammattimaisessa musiikin sisällönkuvailussa ei artistin kotipaikkaa merkitä kuvailutietoihin, mutta julkaisijan kotipaikka (maa tai paikkakunta) merkitään, jos se on tiedossa (Poroila & Mäkelä 1993, 38) eli välittyy julkaisusta tai on luetteloijan ammattitaidoilla pääteltävissä (Smiraglia 1997, 47).

2.3.3 Esityskieli sekä kansallinen tai etninen tausta

Ammattimaisessa musiikin sisällönkuvailussa esityskieli eli musiikkiteoksen tekstiosan kieli syötetään teoksen kuvailutietoihin tiedonhaun helpottamiseksi (Poroila & Mäkelä 1993, 57) tai merkitään huomautuksena, jos esityskieli ei välity teoksen nimekkeestä (Smiraglia 1997, 18). Bandcamp-ympäristössä artistin esityskieli saatetaan myös syöttää tagina, mutta tämä ei ole valtavan yleistä, etenkin jos tekstiosan kielenä eli laulukielenä on englanti. Tageihin syötettynä esityskieli on myös vaikea erottaa kansalaisuudesta tai kulttuuritaustasta, koska niiden kirjoitusasu voi olla samanlainen. Esimerkiksi tagi ”Japanese” voi viitata teoksen esityskieleen, artistin kansalaisuuteen tai japanilaisen musiikin perinteeseen, joka teoksesta välittyy. Kirjastoluokituksessa

vastaavaa ongelmaa ei ole, koska kuvailukentistä nähdään suoraan, että mitä näistä vaihtoehtoista termillä on haluttu kuvata.

Musiikin ammattimaisessa sisällönkuvailussa musiikin etninen tausta toimii Poroilan ja Mäkelän (1993, 129) mukaan useissa tapauksissa mielekkäänä musiikkiteoksen luokitusperusteena. Myös Bandcampissa sitä saatetaan käyttää, kun musiikkia kuvataan vapaavalintaisilla tageilla. Ammattimaisen sisällönkuvailun suhteen Poroila ja Mäkelä (1993, 129) muistuttavat, että ”aidon etnisyyden” tunnistaminen musiikissa on aina näkökulma- ja tietoisuuskysymys, mutta Bandcampissa artisteilla ei pitäisi olla tätä tulkintaongelmaa, koska he kuvailevat itse tekemäänsä musiikkia.

2.3.4 Musiikin fysikaaliset ominaisuudet, soitinnus ja historiallinen piirre

Ammattimaisessa musiikin sisällönkuvailussa musiikkia voidaan kuvata erittelemällä teoksen soitinnusta eli eri äänilähteitä, joilla kyseinen musiikki on äänitteelle luotu. Poroilan ja Mäkelän (1993, 129) mukaan tätä menetelmää on mahdollista käyttää lähes minkä tahansa musiikin sisällönkuvailun apuna, mutta se koetaan toimivaksi vain musiikin lajeissa, joissa soitinnus on olennainen tieto, esimerkiksi länsimaaisessa taidemusiikissa. Sopivissa tapauksissa soitinnuksen erittelyyn on selkeät ohjeet (Smiraglia 1997, 177-178).

Bandcamp-artistien tagien valinnassa tietoja soitinnuksesta (esim. ”violin”) käytetään niin ikään taidemusiikkia kuvatessa, mutta myös kuvailtaessa genremusiikkia, jossa soitinnus on musiikin genrelle tai tyylille poikkeuksellista. Esimerkiksi rock-yhtyeen musiikin kuvailussa tagi ”violin” on olennainen tieto, koska viulu ei yleensä kuulu instrumenttina rock-yhtyeen kokoonpanoon. Toisaalta ”electric guitar” on rock-musiikkia kuvailtaessa oletettavasti liian ilmiselvä ja täten turha tieto, koska rock-musiikissa lähtökohtaisesti odotetaan kuultavan sähkökitaraa. Tästä syystä kyseinen tagi ei Bandcampin artistisivuilla esiinny usein.

Poroilan ja Mäkelän (1993, 130) mukaan sekä taide- että pop-musiikkia voidaan ammattimaisessa sisällönkuvailussa kuvailla käyttämällä musiikin nk. ”historiallista piirrettä” (esim. ”1900-luvun taidemusiikki” tai ”1960-luvun pop-musiikki”). Tässä tapauksessa historiallinen piirre viittaa ajankohtaan, jona musiikki on tehty ja mahdollisesti se voi lisäksi antaa viitteitä musiikin tyylistä. Myös Bandcamp-artistit saattavat kuvailla musiikkia samaan tapaan valitsemalla tageja kuten ”80s metal” tai

“70s disco”. Suurin osa Bandcamp-artisteista on kuitenkin tuoreita artisteja, jotka käyttävät tämänkaltaisia tageja viitatessaan nimenomaan tietyn musiikkigenren tai tyyllilajin soundiin tietyssä historian ajankohtana.

2.3.5 Musiikin julkaisijat

Tänä päivänä musiikin julkaisukenttä on yhä pirstaloituneempi ja lukuisat julkaisijat erikoistuvat todella rajattuun valikoimaan musiikkityylejä tai jopa vain yhteen genreen. Kun julkaisija onnistuu vakuuttamaan yhteisön sillä, että se julkaisee vain laadukkaita teoksia, myös julkaisijoiden ympärille alkaa kertyä seuraajia. Profiloituneiden musiikin julkaisijoiden nimien käyttö on myös Bandcampissa yleistä, koska kuuntelijat saattavat etsiä musiikkia yhtyeiden nimien sijasta julkaisijoiden nimillä. Julkaisijoiden skaala vaihtelee vanhoista suurista levymerkeistä pienlevy-yhtiöihin ja todella pienlevikkisiin harrastuspohjaisiin levymerkkeihin eli labeleihin. Pienen levikin julkaisijakin voi kerätä laajan seuraajakunnan, jos pystyy tarjoamaan jotain sellaista, jota isommat levymerkit eivät.

Ammattimaisessa musiikin sisällönkuvailussa julkaisutietojen alueelle merkitään äänitteen julkaisijan kotipaikka ja nimi (Poroila & Mäkelä 1993, 38). Smiraglian (1997, 47) mukaan tärkeintä mahdollisesti monista julkaisijoista on merkitä se, joka hyödyttää tiedonhakijoita eniten. Tämä perusidea palvelee parhaiten myös Bandcampissa sekä artistia että kuuntelijaa, kun artisti syöttää tagina julkaisijan, joka tunnetaan esimerkiksi erikoistumisestaan tietynlaiseen musiikkityyliin. Kuten aiemmin alaluvussa 2.3.2 *Lokaatio* selitettiin, Bandcampin artistisivuilla merkitään tagilla tai vapaaseen kuvailukenttään artistin kotipaikka, mutta harvemmin julkaisijan kotipaikkaa, ellei se sisälly julkaisijan nimeen.

2.3.6 Kulttuurinen, juhlallinen, arkinen tai ideologinen tehtävä

Tässä ja seuraavassa alaluvussa 2.3.7 *Vakaumus tai elämäntapa* esitettyjen kategorioiden muotoilu oli haastavaa, mutta lopullinen jaottelu perustuu Bandcampissa läpi käytyyn aineistoon ja kyselylomakkeessa tavoiteltuun selkeyteen. Käsite musiikin ”kulttuurinen tehtävä” on todella monitulkintainen. Musiikkikirjastotoiminnan käsikirjassa (1986, 10) *kulttuurinen* määritellään seuraavasti: ”kulttuuria arvostava, kulttuurin ominaisuuksista lähtevä”. Tässä tutkimuksessa koettiin tarpeelliseksi jakaa

kulttuurinen tehtävä neljään eri kategoriaan, joilla kaikilla oli Bandcampissa tehdyn taustatyön perusteella oma selkeästi havaittava edustuksensa.

Poroilan ja Mäkelän (1993, 129) mukaan yksi musiikin luokitusperuste on musiikin ”kulttuurinen tehtävä ja tarkoitus”. Suurella osalla musiikista on ihmiskulttuureissa rituaalinen tehtävä, ja ne sitoutuvat ohjelmallisesti määrättyihin yhteisöllisiin tilaisuuksiin (häät, hautajaiset, jumalanpalvelukset jne.) tai vapaammin esimerkiksi joululauluja kuunnellaan ja esitetään lähellä joulunaikaa, mutta ei ympärivuotisesti. (Poroila & Mäkelä 1993, 129.) Jos musiikilla on tällainen funktio, sisällytetään se ammatillisessa musiikin sisällönkuvailussa kuvailutietoihin. Jos tarkka funktio (esimerkiksi liturginen ”mass” tai ”requiem”) on tiedossa, käytetään sitä. (Smiraglia 1997, 174-175.)

Kun tarkastellaan verkon käyttäjien musiikin kuvailua tagein, havaitaan että juhlallisten funktioiden (esimerkiksi ”wedding”) lisäksi musiikin kuuntelijat organisoivat musiikkia myös arkisten funktioiden kuten ”workout” tai ”studying” mukaisesti, kun he löytävät musiikkia, joka sopii heidän arkisten toimiansa, esimerkiksi liikunnan harrastamisen, lukemisen, pelaamisen, kotitöiden tai opiskelun taustalle. Hieman yllättäen myös musiikin tekijät saattavat kuvata musiikkiaan samalla tavalla eli he todennäköisesti yrittävät arvata minkälaisia miellelyhtymiä heidän musiikkinsa voi kuulijoissa herättää tai millaiseen tarkoitukseen se voisi kuuntelijoiden mielestä sopia.

Musiikin ammatillisessa sisällönkuvailussa vastaavanlaista ”arkisen funktion” luokitusperustetta käytetään lähinnä rentoutumiseen (relaxation) tarkoitettuna musiikin kohdalla. Bandcampissa yleisin juhlimiseen liittyvä tagi on kuitenkin ”party”. Vaikka tagin funktio on helposti ymmärrettävä, ammatilliseen musiikin sisällönkuvailuun avainsana ”party” ei kuulu, ellei se esiinny teoksen tai kokoelman nimessä.

Poroilan ja Mäkelän (1993, 129) määritelmä musiikin ”kulttuurisesta tehtävästä” rajoittui kulttuurisidonnaisiin perinteisiin ja tilaisuuksiin, joissa musiikilla on oma roolinsa. Lisäksi artistit ovat halunneet ja haluavat edelleen näkyvästi edustaa tai viedä eteenpäin jotain heille tärkeää, kulttuurista tai ideologista tehtävää, niin hyvässä kuin pahassa (Hughes 2016, 152). Tämä näkyy Bandcampin artistisivuilla voimakkaasti tageina kuten: ”political”, ”diy”, ”feminist” tai ”liberal”. Vaikka musiikkia etsitään tyyllilaji- ja genrelähtöisesti, voivat kuuntelijat etsiä musiikkia myös maailmankuvaa

heijastavista lähtökohdista, ja jaetut arvot voivat vahvistaa kuuntelijoiden yhteyttä artisteihin tai saada musiikin kuulostamaan entistä paremmalta.

Williamsin (2006) tutkimuksessa, jossa hän keräsi aineiston straight edge -kulttuuria edustavalta nettifoorumilta, selvisi että kulttuuriin kuuluva ideologia tai identiteetti voi olla jäsenilleen jopa tärkeämpää kuin itse musiikki. Osa straight edge -liikettä edustavista ihmisistä oli jopa sitä mieltä, että liikettä määrittelee ensi sijassa vapaaehtoinen päihteettömyys, eikä hardcore punk -musiikin kuuntelu ole kulttuurin edustajalle edes välttämätöntä. (Williams 2006, 184-186.)

2.3.7 Vakaumus tai elämäntapa

Kulttuurisen tai ideologisen tehtävän lisäksi tai sijasta artisteilla voi olla myös uskonnollinen tai filosofinen vakaumus, joka on toiminut inspiraation lähteenä musiikille tai jota halutaan avoimesti edustaa. Monille musiikin genreille (gospel, reggae, black metal ym.) uskonto tai filosofia saattaa olla jopa tunnusomainen piirre, mutta silti sitä voidaan haluta erikseen alleviivata ja myös monilla kuuntelijoilla on uskonnollinen tai filosofinen motiivi tai kiinnostus, jonka mukaan musiikkia etsitään. Yleisiä Bandcampissa nähtäviä tageja, joilla artistit ovat kuvanneet musiikkiaan ovat esimerkiksi ”christian”, ”atheist”, ”rastafari” ja ”satanism”.

Eri musiikkityyleissä imagolla voi olla suurikin lisäarvo musiikin näennäiselle laadulle ja ”autenttisuus” saattaa oikeaoppisen musiikillisen ilmaisun lisäksi vaatia artistilta tietynlaisia elämäntapavalintoja tai niiden kultivointia. Monissa musiikkityyleissä on normaalia glorifoida päihteiden käyttöä, ja yhdysvaltalais tutkimuksen mukaan muusikot myös käyttävät alkoholia ja päihteitä enemmän kuin kansalaiset keskimäärin (Devlin, Skrobik, Gélinas, Needham, Slooter, Pandharipande, . . . Neufeld 2018, 5).

Äärimmäisissä musiikkityyleissä tällaiset elämäntapaseikat saattavat olla artistin uskottavuudelle jopa ensiarvoisen tärkeitä. Bandcampissa ilmiö näkyy usein artistien syöttäminä tageina, jotka ovat ”rappiollisia” (”drugs”, ”sex”, ”420”, ”drinking music”, ”devil worship”) tai viestittävät muulla tavalla poikkeusta valtavirrasta (”straight edge”, ”spiritual”, ”vegan”).

2.3.8 Musiikin ”mood” ja artistien itse luomat tagiyhdistelmät

Poroila ja Mäkelä (1993, 128) listasivat musiikin subjektiivisena kokemuksena luokitusperusteeksi jo yli 25 vuotta sitten, mutta eivät uskoneet sillä olevan yleistä käyttöarvoa. Musiikin subjektiivinen kokemus tai mieliala eli mood on tänä päivänä laajalti käytetty metadatatieto, jolla musiikkia kuvaillaan erilaisissa verkon musiikki- ja musiikin suoratoistopalveluissa kuten Spotify, Pandora, Last.fm, Allmusic.com ja myös Bandcamp (Hu, Cheong, Zhang & Downie 2018, 864). Käyttäjät voivat itse tagata kuuntelemaansa musiikkia vaikkapa termeillä ”happy”, ”sad” tai ”melancholic” ja näin organisoida kuuntelemaansa musiikkia erilaisiin mielialoihin sopiviksi.

Vaikka musiikintekijöillä itsellään ei olisi tällaista motiivia organisoidessaan omaa musiikkiaan, he myös Bandcampissa kuvailevat musiikkiaan tällaisilla termeillä. Todennäköisesti he yrittävät arvata minkälaisia subjektiivisia mielikuvia tai mielialoja heidän musiikkinsa voi kuuntelijoissa herättää ja valitsevat tageja sen perusteella. Tietynlaista mielialaa musiikissa etsivät kuuntelijat voivat siten löytää heidän musiikkinsa tagien perusteella. Ammattimaisessa musiikin sisällönkuvailutyössä esimerkiksi kirjastossa musiikin subjektiivista kokemusta ei käytetä musiikin kuvailussa.

Vaikka yllättävän suuri osa Bandcamp-artistien käyttämistä tageista on kontrolloitujen asiasanastojen mukaisia, ovat myös artistien itse luomat tagiyhdistelmät tai asiasanastojen ulkopuoliset ilmaisut tageina yleisiä ja tarpeellisina pidettyjä. Esimerkkejä tällaisista tageista ovat itse keksityt termit oman yhtyeen tyylilajille tai genrelle, joka ei ole vielä laajemmassa mittakaavassa vakiintunut (Diamond 2010). Koska tagiin voidaan yksittäisen sanan tai termin sijasta kirjoittaa kokonainen fraasi (Lamere 2008, 101), sillä on helppo myös välittää kuuntelijoille halutunlaista estetiikkaa, huumoria, maanläheisyyttä tai lähes mitä tahansa.

Artistien itse luomat tagiyhdistelmät eivät välttämättä ole musiikin paremman löydettävyyden kannalta kovin tehokkaita, mutta niillä on potentiaalia tavoittaa haluttu vaikutelma niissä kuuntelijoissa, jotka ovat jo artistisivulle asti päätyneet. Tällainen tagiyhdistelmä on esimerkiksi ”humanist zz top”, joka välittää musiikillisen ja lyyrisen referenssin lisäksi mahdollisesti maailmankuvaa tai huumoria. Toki tagiyhdistelmillä on myös mahdollista tavoittaa kuuntelijoita, jotka käyttävät musiikin etsimisessä

hakukoneita. Esimerkiksi tagi “tampere drug rock” voi hyvin auttaa artistisivun sijoittumista hakukoneiden hakutuloksissa monenlaisilla hakutermeillä. Ammattimaisessa musiikin sisällönkuvailussa tällaista avainsanojen keksimisen käytäntöä ei ole, eikä kontrolloitujen asiasanastojen käyttö niitä mahdollistaisikaan.

Toki on aina mahdollista, että oikein käytettynä itse keksitty tagi muuttuu suorastaan brändiksi. Se vaatii musiikintekijöiltä todennäköisesti perusteellisempaa strategiaa, jossa samaa itse keksittyä genretagia käytetään toistuvasti ja johdonmukaisesti Bandcampin lisäksi myös muissa musiikkipalveluissa ja sosiaalisen median postauksissa.

2.3.9 Samankaltaiset artistit tai vaikuttajat

Bandcamp-artistit saattavat valita tageiksi tunnetumpien artistien tai yhtyeiden nimiä sen toivossa, että kuuntelijat etsivät tuntemansa yhtyeen nimellä jotain samankaltaista kuunneltavaa. Riskinä tässä on kuitenkin johtaa kuuntelijaa harhaan ja kuuntelija tuskin on kiitollinen, jos ei kuule löytämässään artistissa mitään samankaltaisuutta artistiin, jonka nimellä musiikkia haki. Todella tunnettujen ja tyyliään tavanomaisten artistien tagaaminen on riskialtista, koska artistin ominaispiirrettä tai tavaramerkkiä voi olla vaikea määrittää ja todellista samankaltaisuutta välittää. Ne saattavat olla myös tageina suosittuja, jolloin artistisivu joutuu hakutulossivulla kamppailemaan suuremman artistimäärän kanssa huomiosta. Sen sijaan todella tunnistettavan soundin, marginaalisen tyylin tai estetiikan omaaviin artisteihin viittaaminen tageilla voi olla todella hyödyllistä sekä artistille että kuuntelijalle. Ammattimaisessa musiikin sisällönkuvailussa kirjastopuolella samankaltaisten tai teoksen ilmaisuun vaikuttaneiden artistien nimeäminen kuvailutietoihin ei ole ollut vakiintunut käytäntö.

Smiraglian (1997, 138-139) mukaan ammattimaisessa sisällönkuvailussa musiikkiteokselle vaikutteita antanut teos merkataan kuvailutietoihin, jos musiikkiteos perustuu tai on ottanut vaikutteita yhdestä tai kahdesta erinäisestä teoksesta (esimerkiksi kirja). Jos musiikkiteos perustuu tai on ottanut vaikutteita kolmesta tai useammasta saman tekijän (esimerkiksi kirjailija) teoksesta, merkataan kuvailutietoihin tekijän nimi (Smiraglia 1997, 138-139). Myös Bandcampissa ilmiö näkyy siten, että esimerkiksi Shakespearen teosten innoittamia musiikkiteoksia löytyy paljon tagilla ”shakespeare”.

3 TUTKIMUSASETELMA

Tässä luvussa esitellään tutkielman tutkimuskysymykset, tutkimusmenetelmä ja kuinka tutkimuksen aineisto kerättiin. Viimeisenä kerrotaan lyhyesti, kuinka tutkimusaineisto analysoitiin ja minkälaisia työkaluja analyysin tekemisessä käytettiin.

3.1 Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset

Tutkimusongelma oli, ovatko suomalaiset musiikintekijät kiinnostuneita tagien mahdollisuuksista musiikkinsa levittämisessä ja markkinoinnissa. Tutkimusongelma päätettiin jakaa kolmeen tutkimuskysymykseen:

1. Kuinka paljon musiikintekijät panostavat tagien valitsemiseen aikaa ja vaivaa?
2. Minkälaisia motiiveja musiikintekijöillä on tagien valitsemiseen?
3. Miten musiikintekijät arvioivat tagien valitsemisen merkityksen musiikkinsa levittämisen kannalta?

3.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmäksi valikoitui kyselytutkimus, koska sillä katsottiin pystyttävän tavoittaa kattava tutkimusotanta tarpeeksi lyhyessä ajassa (Hirsjärvi, Remes, & Sajavaara 2007, 190). Musiikintekijöitä haastatteleamalla olisi voitu mahdollisesti saada monipuolisempaa tietoa sisällönkuvailun eri osa-alueista ja syvällisempää tietoa musiikintekijöiden motiiveista. Musiikintekijöiden sisällönkuvailutaitojen katsottiin olevan Pro Gradu –tutkielman tutkimusaiheeksi kuitenkin liian laaja ja soveltuvan sekä monipuolisen tutkimusotannan keräämisen kannalta liian haastava. Tutkimus päätettiin siis rajata koskemaan vain yhtä musiikin sisällönkuvailun menetelmää eli tageja.

Tutkimuksen aineisto kerättiin standardoidulla verkkokyselylomakkeella eli kaikilta vastaajilta kysyttiin täsmälleen samat kysymykset samalla tavalla (Hirsjärvi ym. 2007, 188). Kyselyn kohdehenkilöt olivat musiikintekijöitä, jotka olivat kuvailleet omaa musiikkiaan tageilla. Kyselyn vastaajiksi oli tavoitteena kerätä 50-100 musiikintekijää, jotka ovat luoneet tai olleet mukana luomassa itselleen tai yhtyeelleen artistisivua

verkon Bandcamp-palvelussa. Bandcampia käyttävät musiikintekijät valittiin tutkittavaksi ryhmäksi, koska tageilla on Bandcampin sisällönkuvailussa huomattava rooli (Audette-Longo 2017, 67; Diamond 2010), ja palvelua käyttäviä musiikintekijöitä uskottiin olevan helposti saatavilla. Verkkokyselylomakkeella tutkimusaineisto oli helppo kerätä ja se saatiin myös vaivattomasti analysoitavaan muotoon.

3.2.1 Kyselytutkimus ja verkkokyselylomakkeen laadinta

Kyselytutkimus nähdään etupäässä määrällisenä tutkimuksena, jossa sovelletaan tilastollisia menetelmiä. Koska useita tutkielman tutkimuskysymysten ongelmia, kuten musiikintekijöiden tagien valintaan panostama aika tai heidän käyttämiensä apuvälineiden määrä, oli helppo tutkia kvantitatiivisesti, oli kyselylomake tarkoituksenmukainen tutkimusmenetelmä. Kyselytutkimuksen etu haastatteluihin nähden oli se, että aineistoa saatiin kerättyä nopeasti suhteellisen isolta vastaajajoukolta ja sähköiset vastaukset olivat vaivattomasti käännettävissä tutkimuksessa käsiteltävään muotoon (Hirsjärvi ym. 2007, 190; Valli 2018, 101).

Osa tämän tutkimuksen tutkimuskysymyksistä vaativat metodilta myös laadullista lähestymistapaa ja kysely mahdollisti myös sen (Tuomi 2018, 83-84). Vehkalahti (2008, 13) mukaan samassa tutkimuksessa voidaan hyödyntää molempia lähestymistapoja ja myös tilastollisilla menetelmillä voidaan päästää käsiksi yksityiskohtiin. Tälle tutkimukselle oli tarkoituksenmukaista, että sanallisia vastauksia voitiin ”analysoida laadullisilla menetelmillä, mutta saatuja tuloksia voi tiivistäen esittää määrällisillä menetelmillä” (Vehkalahti 2008, 13).

Tutkimuksen ja kysymysten tagikeskeisyyttä ei painotettu, koska se olisi voinut karkottaa potentiaalisia vastaajia heidän ajatellessaan, etteivät he tiedä tai ymmärrä aiheesta tarpeeksi kyselyyn vastatakseen. Vastaajiksi haettiin Bandcamp-artistiprofiilin tekijöitä, koska profiilin tehneet ovat myös varmasti tehneet tai jättäneet tekemättä valintoja tagien suhteen ja tutkimuksen pyrkimys oli kartoittaa nimenomaan kokonaiskuva. Jos kyselyä olisi markkinoitu sisällöltään tagipainotteisena, tageista piittaamattomia vastaajia olisi todennäköisesti jäänyt enemmän tutkimusotannasta pois ja kyselyyn vastanneiden ryhmä ilmenisi enemmän tagimyönteisenä ja valistuneena, kuin mitä musiikintekijät todellisuudessa ovat. Tähän lähestymistapaan liittyi pieni

riski siitä, että vastaajat pettyvät kyselyn sisältöön, jättävät vastaamisen kesken tai vastaavat kysymyksiin turhautuneessa mielentilassa.

Kyselylomake luotiin Tampereen yliopiston E-lomake –palvelussa. Kyselyn alkuun kirjoitettiin Bandcampin tageista todella selkeä ja tiivis kuvallinen johdanto, jonka oli tarkoitus antaa vastaajille kaikki tarvittavat tiedot kyselyyn vastaamiseen. Koska tagit olivat monelle vastaajalle mahdollisesti tylsä aihe, lomake yritettiin pitää mahdollisimman lyhyenä. Kyselylomakkeen (ks. Liite 2) sisältöä eritellään tarkemmin seuraavassa pääluvussa 4 *TULOKSET*. Verkkokyselylomakkeella oli tutkimuksessa selkeästi havaittavia etuja: vastaajia saatiin kerättyä nopeasti ympäri maata, eri musiikkityylien edustajilta ja eritasoisilta musiikintekijöiltä. Sitä ovatko vastaajat oikeasti musiikintekijöitä tai kuinka vakavasti he suhtautuvat tutkimukseen, ei voida varmistaa.

3.2.2 Aineiston keruu

Vastaajia verkkokyselyyn kerättiin erilaisilta suomalaisilta musiikin harrastajien nettifoorumeilta kuten muusikoiden.net, imperiumi.net, redrum-187.com, punkinfinland.net sekä erilaisilta musiikin ammattilaisten sekä harrastajien Facebook-ryhmistä: Lappeenrannan soittajat, Mikkelin seudun soittajat ja Joensuun bändit. Linkki kyselylomakkeeseen jaettiin myös tutkimuksen tekijän henkilökohtaisella Facebook-sivulla. Aineisto kerättiin 4.12.2018-14.12.2018 välisenä aikana ja vastauksia saatiin yhteensä 67 musiikintekijältä.

Vaikka vastaajia kerättiin erilaisilta foorumeilta ja Facebook-ryhmistä, oli syytä olettaa, että rock-, metalli- ja punk -musiikin edustajilta saadaan suhteessa paljon enemmän vastauksia kuin vaikkapa klassisen tai jazz-musiikin tekijöiltä. Tähän oli monta syytä. Bändimusiikiksi käsitetyllä musiikilla on suurempi määrä keskustelufoorumeja ja ne ovat aktiivisempia verrattuna vaikkapa klassisen musiikin vastaaviin. Tutkimuksen tekijän oman Facebook-profiilin kautta tulleet vastaajat olivat myös suurella todennäköisyydellä rock-, punk- tai metallimusiikin tekijöitä, jollaisiin Bandcamp myös alustana tuntuu vetoavan enemmän.

3.2.3 Aineiston analyysi

Aineisto oli luonteeltaan sekä kvantitatiivista että laadullista jakautuen karkeasti niin, että kvantitatiivisen aineiston osuus oli noin 90 prosenttia aineistosta ja loput 10 prosenttia oli kvalitatiivista. Lomakkeessa laadullisen aineiston keräämiselle oli varattu noin neljännes lomakkeen kokonaispituudesta, mutta avointen kysymysten vastausprosentti vaihteli kysymyksen mukaan noin 19-66 prosentin välillä. Suhteessa datan määrään laadullista dataa on nostettu analyysissa esiin hieman enemmän kuin mitä sen osuus määrällisesti oli. Tämä katsottiin perustelluksi, koska avoimet kysymykset kykenivät nostamaan aiheesta esille näkökulmia, joita lomaketta valmistellessa ei pystytty ennakoimaan. Lisäksi avoimet kysymykset paljastivat vastaajien todellisen tietämyksen aiheesta ja mikä heidän ajattelussaan oli keskeistä (Hirsjärvi ym. 2007, 196). Tällaisen spesifiin viiteryhmään keskittyneessä tutkimuksessa laadullinen aineisto tarjoaa usein arvokkainta ja ajantasaisinta tietoa aiheesta ja viiteryhmästä. Tämän lisäksi osa laadullisesta aineistosta oli analysoitavissa myös kvantitatiivisesti. Esimerkiksi silloin kun vastaukset ilmaisivat selkeästi myönteisyyttä tai kielteisyyttä jotain lomakkeessa käsiteltyä asiaa kohtaan.

Tutkimuksen kvantitatiivinen aineisto analysoitiin tilastollisin menetelmin ja apuvälineenä analyysissa käytettiin Microsoft Officen Excel- taulukkolaskentaohjelmaa. Tulosten tilastollinen testaus toteutettiin seuraavasti: asetettiin hypoteesi, poimittiin otos ja valittiin tilastollinen testi, joka suoritettiin. Viimeisenä tulokset tulkittiin ja niistä tehtiin johtopäätöksiä (Heikkilä 2008, 191).

Laadullisen aineiston eli avointen kysymysten analysointiin käytettiin aineistolähtöistä sisällönanalyysia. Sisällönanalyysin ensimmäisessä vaiheessa laadullinen aineisto *redusoitiin* eli pelkistettiin siten, että tutkimusaineistosta rajattiin tutkimukselle epäolennainen tieto pois (Tuomi 2018, 122-123). Tässä tutkimuksessa prosessi oli lyhyt ja vaivaton, koska laadullinen aineisto käsitti vain pienen osan koko aineistosta ja kyselyyn osallistuneiden vastaukset olivat pituudeltaan kohtuullisen mittaisia ja pysyivät enimmäkseen hyvin tutkimusaiheessa.

Seuraavaksi aineisto *klusteroitiin* eli ryhmiteltiin. Käytännössä aineistosta redusoitu tutkimukselle relevantti aines käytiin huolella läpi, sieltä etsittiin samankaltaisuutta tai eroavaisuutta kuvaavia käsitteitä ja samaa asiaa tai ilmiötä kuvaavat käsitteet

ryhmiteltiin ja yhdistettiin eri luokiksi. (Tuomi 2018, 124) Ryhmittelyyn liittyi jonkin verran ”teema” -ajatteluksi tulkittavaa järjestelytyötä, mutta analyysitapa pysyi silti selkeästi aineistolähtöisenä. Viimeiseksi aineisto *abstrahoitii* eli käsitteellistettiin niin, että alkuperäisestä datasta poimituista ilmauksista voitiin edetä johtopäätöksiin (Tuomi 2018, 125-127). Tässä tutkimuksessa aineiston abstrahointiprosessi alkoi jo aineiston klusterointivaiheessa, kun osa ilmiötä kuvaavista käsitteistä olivat valmiiksi sopivassa muodossa.

4 TULOKSET

Tässä luvussa avaan ja analysoin kyselyn tuloksia. Kyselylomake jakautui kuuteen osioon. Ensimmäisessä selvitettiin musiikintekijöiden taustatietoja, kuten ikä ja koulutusaste, jotka toimivat olennaisina taustamuuttujina tutkimusaineiston erittelyssä. Toisessa osiossa ”*Tagien valinta*”, kerättiin kvantitatiivista tietoa musiikintekijöiden tagien käytöstä. Esimerkiksi kuinka paljon tageja he ovat musiikkinsa sisällönkuvailuun käyttäneet tai kuinka paljon tagien valintaan on käytetty aikaa.

Kolmannessa osiossa ”*Tagien valinnan motiivit*”, kerättiin sekä määrällistä että laadullista dataa musiikintekijöiden tagien valitsemisen taustalla vaikuttavista motiiveista. ”*Tagien kategoriat*” oli kyselylomakkeessa oma osionsa, mutta tässä luvussa se käsitellään osana tagien valintaan liittyviä motiiveja. Neljännessä osiossa ”*Tagien valinnan arviointi*”, musiikintekijät arvioivat tagien merkitystä ja omaa sisällönkuvailun osaamistaan valmiiksi annettujen vastausvaihtoehtojen avulla, joita voitiin analysoida kvantitatiivisesti. Lomakkeen viimeinen ”*Vapaa sana*” –osio oli kyselyn vastaajille täysin vapaaehtoinen osio, jossa he saivat halutessaan kertoa kyselyn herättämistä ajatuksista tai vain antaa palautetta kyselystä.

4.1 Vastaajat ja taustamuuttajat

Tutkimusaineisto kerättiin 67 suomalaiselta tai oletettavasti suomea äidinkielenään puhuvalta musiikintekijältä. Oletus äidinkielestä syntyy siitä, että lomakkeeseen oli mahdollista vastata vain suomeksi ja sitä jaettiin vain suomenkielisillä foorumeilla. Musiikintekijöiden kansallisuutta tai äidinkieltä ei kuitenkaan koettu tarpeelliseksi kysyä. Sen sijaan tutkimukseen valittiin neljä taustamuuttujaa, joilla tuloksia voitiin tilastollisesti ryhmitellä ja analysoida: sukupuoli, ikä, koulutusaste ja ”musiikintekijän status musiikintekijänä”.

Tutkimusotanta oli niin miesvoittoinen, että sukupuolta ei taustamuuttujana voitu tilastollisessa analyysissa valitettavasti käyttää ollenkaan. Toisaalta näin miesvoittoinen vastaajajoukko musiikintekijöiden viiteryhmästä on mielenkiintoinen löydös itsessään. Iän ja koulutusasteen suhteen musiikintekijöistä saatiin suhteellisen kattava otos. ”Status musiikintekijänä” jäi taustamuuttujana vähemmän hyödylliseksi

aineiston tilastollisessa ryhmittelyssä, koska ammattilaisina itseään pitäviä musiikintekijöitä oli vastaajien joukossa niin vähän. Toisaalta pelkästään harrastelijoiden ja puoliammattilaisten omien näkemysten perusteella oli kiinnostavaa analysoida ryhmien samankaltaisuuksia sekä eroavaisuuksia, ja luoda ryhmille ominaispiirteisiin pohjautuvaa profilointia. Mikäli taustamuuttujista ei ole joissain analyysin osioissa mainintaa, niistä ei tehty raportoimisen arvoisia löydöksiä.

4.1.1 Sukupuoli

Kyselyyn oli odotettavissa miesvastaajien enemmistö, mutta vastanneiden otos oli sukupuolen osalta todella homogeeninen: yksi vastaaja ilmoitti olevansa nainen, kaksi vastaajaa ei halunnut ilmoittaa sukupuoltaan ja loput 64 musiikintekijää eli 96 prosenttia kyselyyn vastanneista olivat miehiä. Syitä näin miesvoittoiseen vastaajakuntaan on varmasti monia: Bandcampin vetovoima alustana tietynlaisen musiikin esittäjiin, sukupuolierot musiikin harrastamisen painotuksissa ja kyselyn jakaminen foorumeilla, jotka olivat myös käyttäjäkunnaltaan miesvoittoisia.

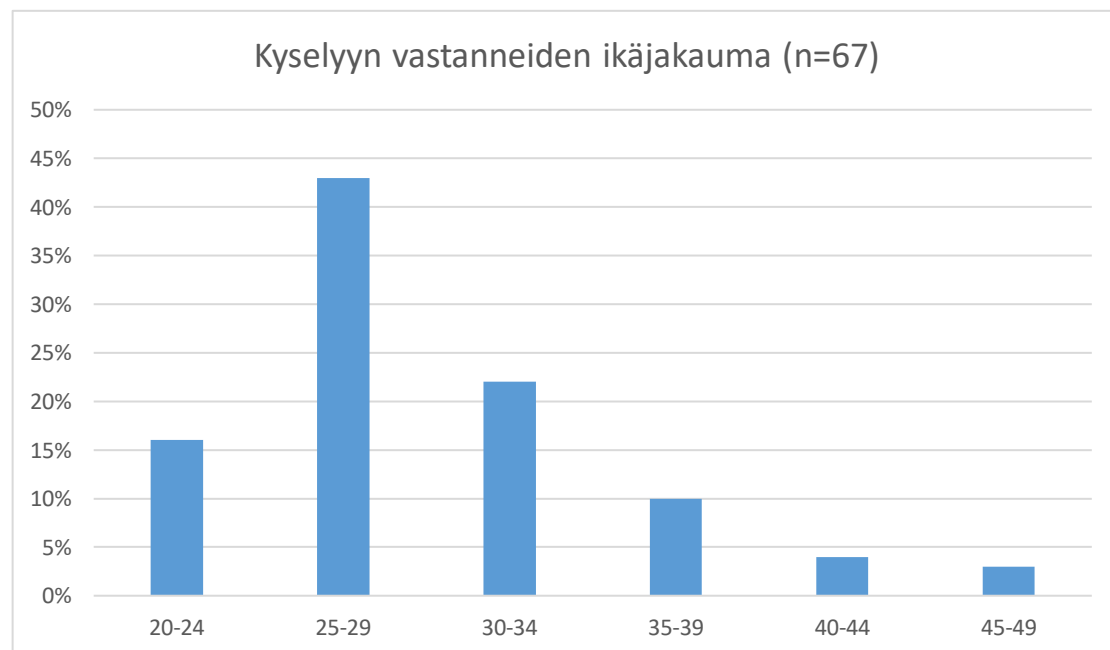
Kuten jo aiemmin todettiin, Bandcamp alustana vetää puoleensa niin kutsuttua ”bändimusiikkia”, jonka tekijäkunta on miesvoittoista. Rock-musiikilla on tunnetusti hyvin miesvaltainen historia, ja naiset (kuin myös muunsukupuoliset ja seksuaalivähemmistöjen edustajat) ovat rock-musiikin historian alkuajoista lähtien huomattavana vähemmistönä, ja sukupuoliroolien uhreina joutuneet kohtaamaan rockin soittajina enemmän ennakkoluuloja ja syrjintää (Carson, Lewis & Shaw 2004, 95-96). Ilmiö ulottuu muihinkin musiikkityyleihin ja myös julkista keskustelua aiheesta on käyty paljon aivan viime vuosina (Vedenpää 2018). Yhdysvaltalais tutkimuksen mukaan naismuusikot kokevat myös enemmän seksuaalista häirintää kuin naiset keskimäärin (Devlin ym. 2018, 5)

Kyselyyn vastaajiksi kelpuutettiin vain ne, jotka ovat luoneet itselleen tai yhtyeelleen oman artistiprofiilin Bandcampissa. Luultavimmin useimmissa yhtyeissä tehtävä on langennut jonkinlaiselle johtohahmolle tai jäsenelle, jolla on katsottu olevan tehtävään erityisosaamista. Jos naiset ja muunsukupuoliset ovat yhtyeissä selkeä vähemmistö, on luonnollisesti epätodennäköisempää, että tämä tehtävä osuu muulle kuin miespuoliselle.

Vuonna 2016 yhdysvalloissa tehdyn tutkimuksen mukaan yhdysvaltalaisuusikoista 34,2 prosenttia on naisia (Devlin ym. 2018, 5). Tilastokeskuksen (2017) tietojen mukaan musiikkia harrastavia naisia on Suomessa ollut vuodesta 1981 vuoteen 2017 jokaisena tilastointivuonna jopa hieman miehiä enemmän. Laulamista naiset harrastavat miehiä enemmän ja musiikkioppilaitoksissa soittoa harrastavien määrissä ei sukupuolten välillä ole huomattu tai voitu laskea eroa. Musiikkioppilaitosten ulkopuolella miehistä kuitenkin suurempi osa soittaa soitinta, kuuluu yhtyeeseen, säveltää musiikkia tai tekee musiikkia tietokoneella kuin naisista. (Tilastokeskus 2017.)

4.1.2 Ikä

Suurin yksittäinen ikäryhmä vastaajissa oli 25–29-vuotiaat, jotka käsittivät 43 prosenttia kaikista vastaajista. Tämä ei yllättänyt, koska kyselylomake jaettiin myös tutkielman tekijän henkilökohtaisella Facebook-aikajanalla. Tutkielman tekijä kuuluu itse samaan ikäryhmään, on aktiivinen musiikintekijä ja hänen tuttavapiiriinsä kuuluu paljon musiikintekijöitä, jotka ovat enimmäkseen keskittyneet tekemään metalliksi, punkiksi tai rockiksi mielletävää musiikkia. Toiseksi suurin vastaajaryhmä olivat 30–34-vuotiaat (22 %) ja 20–24-vuotiaat (16,4 %). Tämä ei tule myöskään yllätyksenä, koska edellä mainittujen genretyylien soittajista selkeästi valtaosa tämän päivän Suomessa on 25–34-vuotiaita ja nuoremmat eivät näytä aloittavan bändiharrastusta enää niin runsaslukuisena kuin aiemmat ikäryhmät.



Kuvio 1. Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma

Kuviossa 1 on esitetty kyselyyn vastanneiden musiikintekijöiden prosentuaalinen ikäjakauma. Vastajien painotusta suurimmasta ikäryhmästä ylöspäin selittää varmasti myös musiikkityylien trendit tällä hetkellä. Nuori väestö kuuntelee ja myös tuottaa paljon elektronista musiikkia. Bandcamp mielletään enemmän bändien alustaksi, ja musiikin tuottajat ja omia miksauksia tekevät dj:t ja musiikintekijät kokevat esimerkiksi Soundcloudin mahdollisesti enemmän itselleen sopivampana julkaisualustana. Soundcloudissa on luontevaa aloittaa musiikkiura, vaikka julkaisemalla omia remixejä tunnetuista kappaleista, mutta Bandcampin puolella vastaavaa näkee vähemmän.

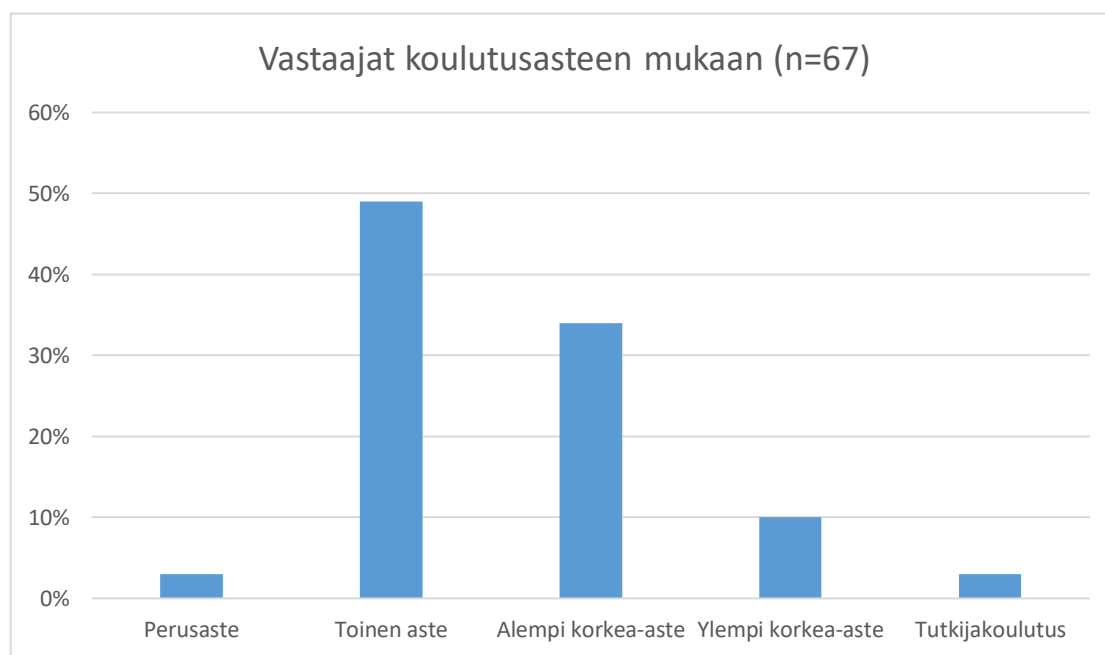
Alle kaksikymmentävuotiaita vastaajia kyselyyn ei saatu ollenkaan. Toki musiikin harrastamisessa lapsuus- ja teinivuodet menevät monilla vielä henkilökohtaisen instrumentin hallintaa ja bänditoimintaa opetellessa ja omien äänitteiden tuottaminen saattaa alkaa vasta, kun musiikin harrastamisen päämäärät ovat tarkentuneet. Myöskään yli viisikymmentävuotiailta vastauksia ei saatu ja tähän vaikuttavana tekijänä on todennäköisesti se, että yli viisikymmentävuotiaista muusikoista harvat ovat enää aloittelijoita ja heillä on jo vuosien aikana vakiintuneet käsityksensä musiikin julkaisemisesta. Toinen syy voi olla se, että Bandcamp ei ole heille tuttu tai tarpeellinen alusta.

Musiikin julkaiseminen digitaalisesti voi olla yli 50-vuotiaiden todennäköisesti pitkään harrastajauraan suhteutettuna vielä uusi ja niin nopeasti kehittyvä ilmiö, että siihen on vaikea mukautua, koska digitaalisen julkaisemisen trendit ovat muuttuneet valtavasti viimeisen kymmenen vuoden aikana. Esimerkiksi Myspacella, Mikseri.netillä, Reverbnationiolla, Bandcampilla ja Soundcloudilla on ollut hetkensä relevantteina julkaisukanavina, mutta osa niistä on unohdettu jo lähes kokonaan.

Vaikka Bandcamp ja Soundcloud ovat vakiinnuttaneet asemaansa vielä läpimurtoaan odottavien yhtyeiden ja artistien parissa, viime vuosina on ollut havaittavissa ilmiö, että myös vailla julkaisusopimusta olevat artistit julkaisevat tuotoksiaan kaupallisissa suoratoistopalveluissa Spotifyssa, Deezerissä ja iTunesissa. Tämä ei ole ilmaista toisin kuin Bandcampissa ja Soundcloudissa, mutta etenkin Spotifyta pidetään nykyään niin olennaisena musiikin kuuntelukanavana, että musiikin saamisesta palveluun ollaan ilmeisen valmiita maksamaan.

4.1.3 Koulutusaste

Koulutusaste valittiin yhdeksi taustamuuttujaksi, koska tutkielmassa ollaan kiinnostuneita koulutustason mahdollisesta korrelaatiosta musiikintekijöiden tiedonhakutaitoihin, heidän käyttämiinsä tietolähteisiin ja niiden moninaisuuteen sekä siihen kuinka tärkeinä tiedonhakijat tiedonhakutaitoja pitävät. Koulutusasteen kohdalla tutkimuksen otos on kokoonsa nähden kohtuullisen kattava ja tasapainoinen. Lomakkeeseen vastanneista musiikintekijöistä 52,2 prosenttia eli vähän yli puolet oli suorittanut perusasteen tai toisen asteen tutkinnon, tai oli suorittamassa vastaushetkellä jälkimmäistä. 47,8 prosenttia opiskeli korkeakoulussa tai oli suorittanut vähintään alemman tason korkeakoulututkinnon. Vain perusasteen suorittaneita tai ylimmällä asteella eli tutkijakoulutuksessa olevia tai sen suorittaneita oli molempia saman verran eli kaksi musiikintekijää kutakin. Kuviossa 2 on esitettyä kyselyyn vastanneiden musiikintekijöiden prosentuaalinen jakauma koulutusasteen mukaan.



Kuvio 2. Vastaajat koulutusasteen mukaan

Koko Suomen väestöön nähden tutkimuksen otos on hieman korkeammin koulutettu, mutta tässä täytyy ottaa huomioon, että lomakkeessa musiikintekijöitä pyydettiin valitsemaan ylin koulutusaste, joka on suoritettu tai jota oltiin vastaushetkellä suorittamassa. Suomen virallisen tilaston (2018) raportin mukaan kaikista miehistä vain perusasteen suorittaneita on jopa 29 prosenttia kaikesta 15 vuotta täyttäneestä väestöstä.

Tilastokeskuksen mukaan korkeimmin koulutettu ikäryhmä eli 40–44-vuotiaat olivat tutkimuksen otoksessa todella pieni vähemmistö samoin kuin naiset, joista kaikista korkea-asteen oli suorittanut jopa 35 prosenttia.

4.1.4 Status musiikintekijänä

Vastaajien statusta musiikintekijöinä haluttiin kartoittaa, jotta voitaisiin saada tietoa siitä ovatko musiikkiin ammattimaisemmin tai vakavammin suhtautuvat ihmiset enemmän kiinnostuneet tageista ja sisällönkuvailusta. Lampolan (1993, 62) tekemän tutkimuksen mukaan musiikin harrastajien musiikillisen tiedon hankintaan vaikutti soitettun musiikin tyylilajia enemmän musiikin harrastuksen kehitysvaihe ja muusikon suhtautuminen musiikin harrastukseensa ja musiikkiin yleensä. Lampola huomioi myös, että pitkäaikainen harrastaminen todennäköisesti muokkaa harrastajan suhtautumista musiikkiin.

Lomakkeessa vastaajille oli annettu kolme vaihtoehtoa, joista musiikintekijät voivat valita parhaiten itseään kuvaavan: harrastelija, puoli ammattilainen ja ammattilainen. Tämä jako mukailee Suomen suurimman ja aktiivisimman musiikintekijöiden nettifoorumin Muusikoiden.netin jaottelua, jota foorumin käyttäjät hyödyntävät Wanted-palstalla etsiessään yhtyettä, jossa voisivat soittaa, tai uutta jäsentä täydentämään oman yhtyeensä rivit.

Muusikoiden.netissä mainitsemani kolmen statuksen lisäksi on käytössä vielä status ”aloittelija”, joka kuitenkin tämän tutkimuksen kysymyslomakkeesta jätettiin pois, koska Bandcampiin musiikkia lataava musiikintekijä on jo onnistunut tekemään musiikkia ja saamaan ideansa toteutettua julkisesti jaettavan äänityksen muotoon. Tämä on jo sinänsä saavutus, johon monen aloittelijana itseään pitävän voi olla vaikea yltää, vaikka etenkin tietokoneavusteiseen musiikin tekemiseen tai tuottamiseen aloittelijakin voi edetä hyvin nopeasti. Lisäksi mahdolliset kyselyyn vastanneet aloittelijat sopeutuivat varmasti hyvin statuksen ”harrastelija” alle.

Harrastelijat

Harrastelijalta odotetaan, että hän ei ansaitse musiikilla elantoa, mutta skaala sillä kuinka vakavasti musiikkia tai musiikin tekemistä harrastetaan, on tänä päivänä valtavan laaja. Eniten harrastelijoina itseään pitävien perusteluista nousee esiin

musiikin tekeminen vapaana velvoitteista, täysin omista tarpeista ja itselle: sisäisestä palosta tai omaksi huviksi. Myös musiikin tyyliä ja elämäntilanne mainitaan ammattimaisen musiikintekemisen poissulkevinä tekijöinä.

”Teen ja esitän musiikkia omaehtoisesti, eikä toimeentuloni ole mitenkään sidoksissa musiikintekoon. Kyseessä on harrastus, jota ohjaa sisäinen palo tehdä musiikkia. Rehellisyyden nimissä on sanottava sekin, että valittu musiikkityyli ei ole ylipäättään niin kaupallinen, että siitä olisi ammattia kovinkaan helposti muotoutumassa.”

”Kiinnostus musiikin tekemiseen ja sen soittamiseen on puhtaasti harrastuksellista genre- ja elämäntilannesyistä. Sama pätee levyjen julkaisemiseen.”

”Tehään ku huvittaa ja mitä huvittaa. Ammatillisena olisi enemmän velvoitteita.”

”Huvikseni äänittelen biisejä ja puuhastelen.”

Useampi harrastelija kuitenkin sanoo tekevänsä levyjä ja jopa profiloituneille julkaisijoille eli ”harrastelun” taso voi olla yllättävänkin korkea.

”Olen harrastelija, mutta levytän kuitenkin semi-menestyvälle lafalle.”

61 prosenttia vastaajista määritteli itsensä harrastelijoiksi ja vain kolme prosenttia ammattilaisiksi. Bandcamp on lähtökohtaisesti alusta aloitteleville ja suurten levy-yhtiöiden ulkopuolella toimiville artisteille, joten osuudet ovat linjassa alustan profiilin kanssa. 36 prosenttia vastaajista määritteli itsensä puoliammattilaisiksi. Tämä ei yllätä, koska Suomessa musiikin tekemisen ja esiintymisen harrastustoiminnalla (sekä musiikin tekemisen ja tuottamisen kuin esiintymisen osalta) on paljon ammattimaisen toiminnan piirteitä. Myös harrastelijat tekevät musiikkia usein samoissa studioissa kuin ammattilaiset tai esiintyvät samoissa konserttipaikoissa, tai ammattimaisesti järjestetyissä tapahtumissa.

Puoli-ammattilaiset ja ammattilaiset

Puoliammattilaisuuden kokemus voi muodostua siitä, että musiikintekijä levyttää samalle levy-yhtiölle tai julkaisijalle sekä esiintyy samoissa tapahtumissa ammattilaisten kanssa, mutta musiikki ei vielä tuo musiikintekijälle elantoa. Yhdysvaltalaisen MIRA:n (The Music Industry Research Association) tutkimuksen

mukaan 61 prosenttia yhdysvaltalaismuusikoista sanoo, että musiikilla ansaitut tulot eivät yksinään riitä heidän elinkustannustensa kattamiseen (Devlin ym. 2018, 4).

Tämän tutkielman kyselylomake oli kohdennettu musiikintekijöille, ja vaikka musiikin esittäminen on kokonaan toinen osa-alue, musiikin tekeminen ja esittäminen kulkevat useimpien artistien kohdalla käsi kädessä. Artistin edustaman musiikkityylin mukaan musiikin esittäminen voi tuoda musiikintekijälle huomattavasti enemmän tuloja kuin pelkkä musiikin tekeminen. Tuoreen tutkimustiedon mukaan esimerkiksi yhdysvaltalaismuusikoille live-esiintymiset ovat yleisin ja suurin tulonlähde (Devlin ym. 2018, 3). Musiikintekijän identiteetti musiikin tekijänä ei rakennu siis pelkästään musiikin tekemisen vaan myös muiden osa-alueiden kuten esiintymisten ja yhteistyökumppaneiden kautta.

Puoliammattilaiselta odotetaan, että hän on musiikintekijänä tekemisissä ainakin jonkin verran myös ammattimaisiksi miellettyjen toimijoiden kanssa. Hän saattaa levyttää oikealle levy-yhtiölle ja esiintyä ammattimaisesti järjestetyissä tapahtumissa ja korkean profiilin keikkapaikoissa, mutta musiikin tekeminen tai esittäminen eivät ole hänelle pääasiallinen tulonlähde vaan korkeintaan huomattava sivutulo. Puoliammattilaisiksi itsensä tunnistavat musiikintekijät perustelivat valintaansa muun muassa julkaisusopimuksilla ja musiikillisen aktiivisuutensa volyyymilla.

”Levyjä julkaistu maailmanlaajuisesti.”

”Teen musiikkia levy-yhtiön alaisuudessa, keikkailen aktiivisesti, minulla on koulutus alalle (musiikin tekemiseen, soittamiseen ja tapahtumatekniikan järjestämiseen) ja tienaan työstäni jopa pientä sivutuloa.”

”En elätä itseäni musiikilla, mutta kyllä se hätätapauksessa leivän pöytään tuo, keikkoja n. 40-50 vuodessa.”

Osalla vastaajilla elantoa musiikista ei vielä vastaamishetkellä tullut, mutta se oli heillä tavoitteissa. He kokivat siis siten olevansa harrastelijan ja ammattilaisen välimaastossa.

”Musahommia tulee tehtyä paljon, mutta ei niistä rahaa saa (ainakaan vielä, tavoite kuitenkin olisi).”

”Musiikki on kyllä harrastus tällä hetkellä, mutta olen pyrkimässä siihen, että siitä tulisi ammatti minulle.”

Yksi vastaaja perusteli puoliammattilaisuuttaan puhtaasti vuosien saatossa karttuneen osaamisen ja tekemisen määrän, eikä menestyksen myötä. Toinen vastaaja perusteli puoliammattilaisuuttaan sillä, että musiikki on hänelle enemmän kuin harrastus.

”Paljon on tullut soiteltua eri soittimia sekä olen äänitellyt ja miksannut omaa että muiden tuotantoja. Kokemusta vuosia. Ei tutkintoa kuitenkaan.”

”Koen musiikin parissa toimimisen olevan enemmän kuin harrastus. Musiikkia on pakko luoda, muuten en voi hyvin.”

Sekä harrastelijoiden että puoliammattilaisten perusteluissa on paljon yhteneviä piirteitä, joista voidaan tehdä johtopäätös, että osa harrastelijoista ja puoliammattilaisista ovat musiikintekijöinä samalla tasolla, tai joissain tapauksissa harrastelija jopa puoliammattilaista korkeammalla. Näkemys omasta statuksesta on lopulta aina subjektiivinen. Näkemyksen muotoutumiseen voi vaikuttaa muiden muassa musiikintekijän edustama musiikkityyli tai henkilökohtaiset vertailukohtat. Joissakin alakulttuureissa musiikin tekemistä pidetään lähtökohtaisesti harrastuksena tai elämäntapana. Marginaalisemmilla tyylilajeilla voi olla myös vaikea tehdä musiikilla elantoa, vaikka artisti olisikin oman maansa tai vaikka koko maailman kärkeä.

Ammattilainen on statuksista selkein, koska siihen sisältyy odotus, että musiikintekijä tekee musiikkia eläkseen, tekee musiikilla huomattavan osan toimeentulostaan tai toimii jatkuvasti ammattimaisessa ympäristössä. Vain kaksi vastaajaa eli 3 prosenttia kaikista vastaajista olikin kokenut tämän statuksen omakseen. Ammattilaisiksi itsensä määritelleet eivät perustelleet valintaansa sanallisesti.

4.2 Tagien valinta

Tässä alaluvussa esitellään musiikintekijöiden tagien valintaa kuvaavia määrällisiä tutkimustuloksia ja pohditaan mistä ne mahdollisesti johtuvat.

4.2.1 Tagien syöttöajankohta

Ensimmäisenä musiikintekijöiltä kysyttiin, kuinka kauan on aikaa siitä, kun he ovat viimeksi syöttäneet tageja Bandcamp-artistisivulleen. Tällä kysymyksellä yritettiin selvittää kuinka ajantasaisia musiikintekijöiden kokemukset tagien syöttämisestä ovat

ja korreloiko syöttöajankohta millään tavalla sen kanssa kuinka tärkeinä tagien valintaa pidetään.

Puolet musiikintekijöistä olivat lisänneet tageja sivulleen alle vuosi sitten ja yhteensä 82,1 prosenttia vastaajista oli syöttänyt tageja viimeisen kahden vuoden aikana. 14,9 prosenttia vastaajista sanoi tagien syöttämisestä kuluneen aikaa 3-4 vuotta ja vain kahdella vastaajalla aikaa tagien syöttämisestä oli kulunut enemmän kuin viisi vuotta. Kokonaisuudessaan musiikintekijöiden tiedot ja kokemukset tagien syöttämisestä olivat siis suhteellisen tuoreita.

4.2.2 Tagien syöttämiseen käytetty aika

Yksi tapa mitata musiikintekijöiden kiinnostusta tagien syöttämisen ja sisällönkuvailun merkitykselle, oli selvittää, kuinka paljon prosessiin oli käytetty aikaa. 91 prosenttia vastaajista kertoi käyttäneensä Bandcampin tagien valitsemiseen 5 minuuttia, joka oli lomakkeessa lyhin mahdollinen vastausvaihtoehto. Viisi prosenttia vastaajista kertoi käyttäneensä tagien valintaan 15 minuuttia, ja vain yksi vastaaja ilmoitti käyttäneensä aikaa 30 minuuttia. Yksi vastaaja oli vastannut käyttäneensä tagien valitsemiseen useita tunteja, joka oli kaikista pisin mahdollinen vastausvaihtoehto. Taustamuuttujilla ei havaittu olevan tilastollisesti merkityksellistä vaikutusta vastauksiin.

Tulos oli odotusten mukainen, sillä oletettavasti tagien syöttäminen on suurimmalle osalle musiikintekijöistä selkeä prosessi: syötetään parhaiten omaa musiikkia kuvailevat tagit, jotka tulevat ensimmäisenä mieleen. Tulosta myös tukee moni asia. Monissa tapauksissa tagit on todennäköisesti syötetty artistisivun luomisen yhteydessä, jolloin ne ovat voineet tulla musiikintekijälle täytenä yllätyksenä eikä tagien valintaan yhtenä artistisivun luomisen osa-alueena ole samalla istumalta erikseen varattu tai pystytty laittamaan aikaa. Artistisivun luomiseen liittyy paljon erilaisia pakollisia tehtäviä kuten musiikki- ja kuvatiedostojen lataaminen sivulle sekä pakollisten tietojen ja tiedostojen nimeäminen. Lisäksi sivun luomiseen liittyy paljon vaihtoehtoisia tehtäviä, joihin suurin osa käyttäjistä käyttää aikaa: esimerkiksi sivun ulkoasun (esimerkiksi värimaailman) muokkaaminen, artistikuvauksen kirjoittaminen, myytävien oheistuotteiden ja kotisivulinkkien lisääminen.

Moni Bandcampiin tageja syöttänyt on myös saattanut syöttää tageja aikaisemmin jossain muussa palvelussa, ja hyvin todennäköisesti jo aiemmin miettinyt musiikkiinsa

liittyviä ominaispiirteitä kuten musiikillinen tyyli, genre tai lokaatio. Tagien valintaprosessi on siis jo alkanut ennen kuin musiikintekijä on joutunut valitsemaan tageja Bandcampissa. Bandcampiin tagien syöttäminen on siis voinut olla rutiinisuoritus. Toisaalta 5 minuutin aikana musiikintekijä voi ehtiä tehdä monta asiaa: katsoa mallia tagien valitsemiseen muilta artistisivuilta, samankaltaisilta artisteilta tai muista musiikkipalveluista, tehdä hakuja tai kysyä neuvoa henkilölähteeltä. Tästä lisää raportin alaluvussa *4.2.4 Musiikintekijöiden käyttämät lähteet*.

4.2.3 Tagien määrä

Bandcamp sallii musiikintekijöiden kuvata artistisivuaan kahdella standardoidulla tagilla, jotka ovat musiikkityyli ja lokaatio. Musiikkityyli valitaan Bandcampin itse kuratoimasta listasta, jossa on 27 vaihtoehtoa. (ks. Liite 1). Lokaatioon voi syöttää paikan nimen muodossa valtio, osavaltio tai kaupunki ja kenttä hyväksyy toimiakseen vain Googlen Maps -palvelusta löytyviä paikan nimiä. Lisäksi musiikintekijä voi kuvata musiikkiaan viidellä vapaavalintaisella tagilla, jotka voivat olla sisällöltään mitä tahansa. Ainoa rajoite vapaavalintaisille tageille on yksittäisen tagin maksimipituus, 32 merkkiä. Kuviossa 3 on esitettyä prosentuaalinen jakauma musiikintekijöiden syöttämien tagien määrästä.



Kuvio 3. Musiikintekijöiden syöttämien tagien määrä

93 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että viisi vapaavalintaista tagia on riittävä määrä heidän oman musiikkinsa kuvailemiseen. 76 prosenttia kuitenkin vastasi, että viisi vapaavalintaista tagia pitäisi olla kaikille riittävä määrä musiikkinsa kuvailemiseen. Vaikka musiikintekijöistä valtaosa kokee vapaavalintaisten tagien määrän omiin tarkoituksiinsa riittäväksi, lähes neljännes on sitä mieltä, että vapaavalintaisten tagien määrä voisi olla muita musiikintekijöitä varten suurempi.

Heiltä, joiden mielestä viisi vapaavalintaista tagia on liian vähän, kysyttiin mikä olisi vapaavalintaisten tageille sopiva määrä. Lomakkeessa ei ollut määrälle valmiiksi annettuja vaihtoehtoja vaan vastaajat saivat valita sopivan määrän itse. Heistä, joiden mielestä viisi vapaavalintaista tagia ei ollut heidän omiin tarpeisiinsa riittävä määrä, 80 prosenttia vastasi, että 10 vapaavalintaista tagia olisi sopiva määrä ja 20 prosenttia oli sitä mieltä, että sopiva tagien määrä olisi 15. He joiden mielestä viisi tagia ei pitäisi riittää kaikille, arvioivat vapaavalintaisten tagien sopivan määrän korkeammalle. Yli puolet vastaajista arvioi sopivan määrän olevan 12 tai enemmän, korkeimman arvion ollessa 50 tagia. Kaikista vapaavalintaisten tagien määrään tyytymättömistä 94 prosenttia arvioi sopivan tagien määrän olevan välillä 10-20.

Odotettiin, että nuoremmat musiikintekijät käyttäisivät tageja runsaammin kuin varttuneemmat, koska tagays-kulttuuri ja erilaisten tunnisteiden (kuten hashtagien) käyttö on yleistynyt viimeisen kymmenen vuoden aikana. Varttuneemmat muusikot ehkä myös jo osaisivat tiivistetympin ja varmemmin ilmaista minkälaista musiikkia he soittavat. Kyselylomakkeen vastausten perusteella eniten tageja käyttivät kuitenkin 30–39-vuotiaat (n=22), jotka käyttivät musiikin kuvailemiseen keskimäärin 4,1 vapaasti valittavaa tagia täydestä viidestä mahdollisesta. Nuorimmat eli 20–29-vuotiaat (n=40) tyytyivät kuvaamaan musiikkia keskimäärin 3,4 vapaavalintaisella tagilla. Vähiten tageja kuitenkin käyttivät kyselylomakkeen varttuneimmat vastaajat eli 40–49-vuotiaat (n=5), joille keskimäärin riitti 2,6 vapaavalintaista tagia. Varttuneimman ryhmän otos on tilastolliseen vertailuun pieni, mutta toisaalta heistä yksikään ei ollut ilmoittanut käyttäneensä kuvailuun viittä vapaavalintaista tagia, joka taas oli molemmissa nuoremmassa ryhmässä ylivoimaisesti yleisin vastaus.

Taustamuuttajat paljastavat myös, että korkeampi koulutusaste saattaa lisätä musiikintekijöiden tagien käyttöä määrällisesti: toisen asteen tutkintoa opiskelevat tai sen suorittaneet (n=33) tyytyivät kuvaamaan musiikkia 2,8 vapaavalintaisella tagilla,

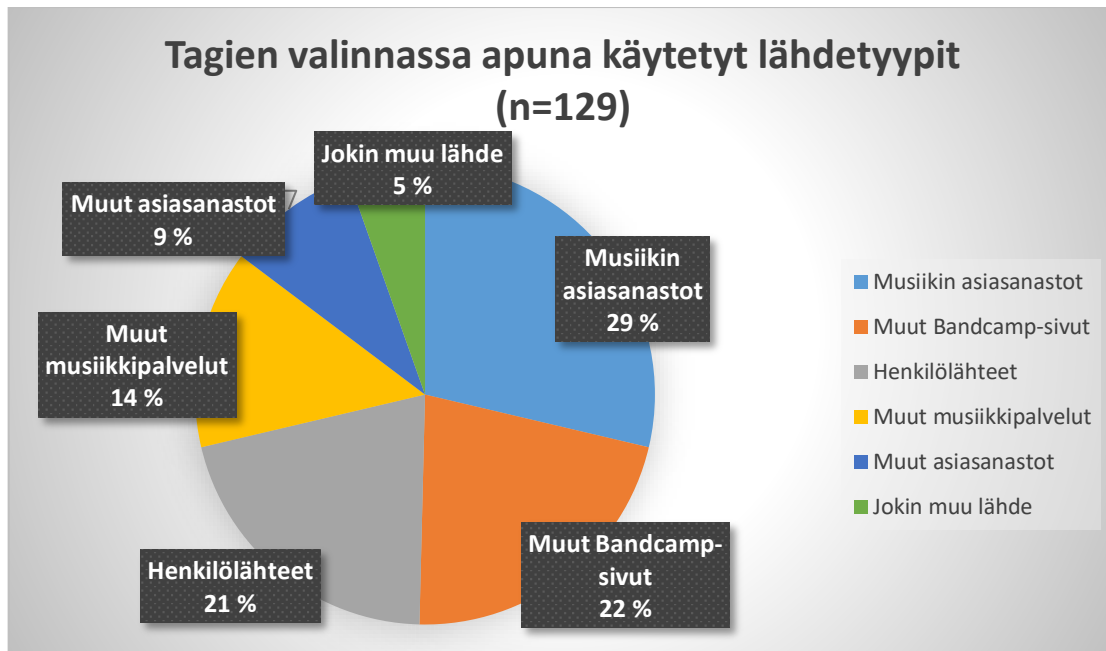
kun taas alemman korkea-asteen suorittaneet ja opiskelijat (n=23) käyttivät tageja keskimäärin jopa 4 kappaletta ja ylemmän korkea-asteen tai tutkijakoulutuksen suorittaneet tai opiskelijat (n=9) sanoivat käyttäneensä keskimäärin jopa 4,6 vapaavalintaista tagia. Puoliammattilaisiksi itsensä määritelleet (n=24) käyttivät keskimäärin 0,3 tagia enemmän kuin harrastelijat (n=41). Otosten kokoeron takia tästä tuloksesta ei kuitenkaan voida tehdä yleistyksiä.

4.2.4 Musiikintekijöiden käyttämät lähteet

Lomakkeessa kysyttiin musiikintekijöiltä myös minkälaisia tietolähteitä he ovat käyttäneet valitessaan tageja artistisivuilleen. Tällä kysymyksellä haluttiin kartoittaa sitä kuinka tärkeänä artistit tagien valitsemista pitävät ja kuinka motivoituneita he työhön ovat. Esimerkiksi se, että vastaaja on käyttänyt tagien valinnassa useita erilaisia tietolähteitä, kertoo että asiaan on perehdytty. Toisaalta vastaaja on myös voinut käyttää enemmän aikaa yhden tietolähdetyypin kanssa kuin toinen vastaaja useampaan erilaiseen tietolähdetyppiin yhteensä.

92,5 prosenttia vastaajista ilmoitti käyttäneensä tagien valinnassa apuna jotain lähdettä ja jopa 23,9 prosenttia eli lähes neljännes vastaajista ilmoitti käyttäneensä tagien valinnassa apuna vähintään kolmea erilaista lähdetyppiä. Tämä määrä on suuri etenkin siihen nähden, että 91 prosenttia kyselyn vastaajista arvioi käyttäneensä tagien valitsemiseen aikaa vain noin 5 minuuttia. 35,8 prosentille eli reilulle kolmannekselle vastaajista riitti vain yksi lähdetyppi. Tuomisen (1992, 50) arkielämän tiedonhankintaa koskevan tutkimuksen mukaan tavalliset tiedontarvitsijat olivat yhtä tiedontarvetta varten hankkineet informaatiota keskimäärin ainakin 2-3 eri tietolähteestä.

7,5 prosenttia vastaajista ei ollut käyttänyt tagien valinnassa apuna minkäänlaisia lähteitä, kun joukkoon lisättiin myös vastaaja, joka oli ilmoittanut ainoaksi käyttämäkseen lähteeksi ”oman pään”. Kuviossa 4 on prosentuaalisesti esitettyä, kuinka erilaisten lähdetyyppien käyttö jakautui kaikkien saatujen vastausten (n=129) kesken.



Kuvio 4. Tagien valinnassa apuna käytetyt lähdetyytit

Heti ensimmäisenä tuloksista nousee esiin eniten vastauksia saanut lähdetyyppi “musiikin asiasanastot”, jonka osa vastaajista on todennäköisesti ymmärtänyt väärin. Ei ole kovin uskottavaa, että yli puolet musiikintekijöistä olisi avannut esimerkiksi musiikin asiasanasto MUSA/CILLA:n sen viiden minuutin aikana, jonka 91 prosenttia vastaajista sanoi tagien valintaan kokonaisuutena käyttäneensä aikaa. Epäilystä lisää, se että tämä lähdetyyppi oli yleisin valinta heidän joukossaan, jotka olivat ilmoittaneet käyttävänsä tagien valinnassa apuna vain yhtä lähdetyyppiä. Luultavasti musiikintekijät ovat valinneet tämän vaihtoehdon, kun ovat tietäneet käyttäneensä tageja, jotka löytyvät myös musiikin asiasanoista, esimerkiksi suuri osa keskeisistä alagenre-tageista.

Kyselylomakkeessa olisi pitänyt vaihtoehdon “musiikin asiasanastot” perään ehdottomasti lisätä esimerkkinä nimeltä jokin musiikin asiasanasto. Samalla tavalla olisi pitänyt menetellä vastausvaihtoehdon “muut asiasanastot” kanssa, vaikka vastaukset sen käyttämisestä apuna tagien valinnassa eivät tunnu niin epäuskottavilta. On kuitenkin syytä olettaa, että molemmat näistä vastausvaihtoehdoista on ainakin osan vastaajista väärinymmärtämiä.

Lähes yhtä moni vastasi käyttäneensä tagien valinnassa apuna joko muita Bandcamp-artistisivuja (41,8 %) tai henkilölähteitä (40,3 %). Bandcampin artistisivut ovat luonnollinen lähde, koska ne ovat tageja syöttäessä jo melkein ulottuvilla ja monilla

musiikintekijöillä on varmasti halu tarkastaa muilta artistisivuilta, että minkälaisia konventioita tagaamiseen nimenomaan Bandcampissa mahdollisesti liittyy. Henkilölähteet olivat myös luonnollinen suosittu lähde, koska monet musiikintekijät tekevät musiikkia yhtyetovereiden kanssa ja luultavasti myös yhtyetovereiden mielipiteet tagivalinnoista halutaan ottaa huomioon. Tuomisen (1992, 51) tutkimuksen mukaan henkilölähteet eli ystävät, tuttavat, työtoverit ja sukulaiset olivat tavallisten tiedontarvitsijoiden yleisimmin käyttämä tiedonhankintakanana arkielämän tiedonhankinnassa.

Joka neljäs musiikintekijä vastasi käyttäneensä apuna muissa musiikkipalveluissa (esimerkiksi Soundcloud, Last.fm) nähtäviä tageja. Tämä on myös luonnollinen lähde, jos musiikintekijä ei halua välttämättä keksiä uusia tageja ”tyhjästä”. Hän on jo aiemmin saattanut lisätä musiikkiaan johonkin toiseen palveluun ja lisännyt musiikkiaan kuvaavia tageja siinä palvelussa. Osassa palveluista (esimerkiksi Last.fm) musiikintekijät ovat voineet mahdollisesti myös tarkastella millaisilla tageilla muut käyttäjät, esimerkiksi kuuntelijat, ovat heidän musiikkiaan kuvailleet (Lamere 2008, 103).

Joka kymmenes vastaaja sanoi käyttäneensä lomakkeessa ehdotettujen lähteiden lisäksi vielä muita lähteitä apuna tagien valinnassa ja niitä käytettiin ensisijaisesti täydentämään muita lähdetyyppisiä. Muista lähteistä mainittiin muiden muassa arviot musiikkimediaoissa, Wikipedia ja verkkosivusto Rate Your Music, jolla käyttäjät voivat arvostella mitä tahansa kuuntelemaansa musiikkia. Lisäksi muutama vastaaja oli nimennyt joksikin muuksi lähteeksi itsensä tyyliin: ”omat tiedot musiikin luonteesta” tai ”oma pää”.

Kun lähteiden käyttöä tarkastellaan taustamuuttujien valossa, näyttää siltä, että esimerkiksi koulutustasolla voi olla vaikutusta siihen, kuinka monipuolisesti lähteitä käytetään. Toisen asteen tutkinnon suorittaneet tai sitä vastaushetkellä opiskelleet (n=33) olivat käyttäneet tagien valinnan apuna keskimäärin 1,7 lähdetyyppiä, mutta alemman korkeakoulututkinnon suorittaneista tai sitä opiskelleista (n=23) olivat käyttäneet apuna 2,3 lähdetyyppiä. Muissa koulutusasteissa otos on niin pieni, että niistä ei voitu valitettavasti tehdä yleistyksiä.

Samoin harrastelijoina itseään pitävät musiikintekijät (n=41) käyttivät apuna keskimäärin 1,8 lähdeyyppiä, kun taas puoliammattilaisiksi itsensä luokitelleet (n=24) käyttivät keskimäärin 2,0 lähdeyyppiä. Otoksien kokoerojen takia ne eivät ole täydellisen vertailukelpoisia, mutta samanlainen suunta nähtiin myös edellisessä luvussa (4.2.3 *Tagien määrä*), jonka tulosten perusteella puoliammattilaiset käyttivät tageja myös määrällisesti hieman enemmän kuin harrastelijat. Jos tulosta voitaisiin pitää luotettavana, se täydentäisi hyvin harrastelijoiden ja puoliammattilaisten profiilien eroja: puoliammattilaiset suhtautuvat musiikin tekemiseen ja sen markkinointiin vakavammin ja käyttävät niihin mahdollisesti harrastelijoita enemmän aikaa ja vaivaa.

Tagien valintaan käytetyssä ajassa ei vastausten perusteella ollut ryhmien välillä kuitenkaan havaittavia eroja. Toisaalta kyselylomakkeen lyhin vastausvaihtoehto 5 minuuttia saattaa kerätä joukon erilaisia vastaajia: niitä, jotka syöttävät kaikki tagit kymmenessä sekunnissa ja niitä, jotka käyttävät harkitsemiseen aikaa, mutta uskovat, että 5 minuuttia oli parhaiten heidän ajankäyttöään kuvaava vastausvaihtoehto.

4.2.5 Tagien vaihtaminen

Tagien merkityksestä musiikintekijöille yritettiin saada tietoa kysymällä ovatko vastaajat vaihtaneet Bandcamp-sivulleen valitsemiaan tageja missään vaiheessa. Vain 22 prosenttia vastasi vaihtaneensa tageja. 87 prosenttia tageja vaihtaneista pystyi nimeämään tagien vaihtamiselle vähintään yhden syyn. Yleisimpänä vastauksista nousi esiin tagien tarkentaminen tai lisääminen paremmin musiikkia kuvaaviksi ja kirjoitusvirheiden korjaaminen.

”Tarkensin alkuperäisiä, hieman hätäisesti keksittyjä tageja.”

”Jotta tietyn marginaaligenren harrastajat voisivat löytää musiikkiani.”

”Ajamaan paremmin porukkaa sisään sivuille, eli tuli vastaan hyvä termi tai bändi mikä kuvaa meidän musiikkia.”

Tagien vaihtamisen syiden perusteella, ainakin osa musiikintekijöistä uskoo tageilla olevan väliä potentiaalisten kuuntelijoiden tavoittamisen kannalta. Parilla vastaajalla oli tagien vaihtamiseen myös seikkaperäisempi syy, ja he ovat hyödyntäneet myös mahdollisuutta tagata erikseen albumeita ja yksittäisiä kappaleita.

”Vaihdan niitä musiikissa vallitsevien keskeisten käsitteellisten teemojen mukaan. Lisäksi albumeille ja jokaiselle biisillekin voi halutessaan lisätä erilliset tagit...”

”[Olen] tarkentanut tagien avulla kappaleen tyyliä tai tunnelmaa.”

4.3 Tagien valinnan motiivit

Tässä kyselyn osiossa yritettiin saada tietoa erilaisista motiiveista, joita musiikintekijöillä on tagien valitsemiseen Bandcamp-artistisivullaan. Musiikintekijöiltä kysyttiin, ovatko he yrittäneet valita tageja, niin että heidän musiikkinsa olisi paremmin löydettävissä tai niin, että se houkuttelisi enemmän uusia kuuntelijoita.

Musiikintekijöiltä kysyttiin myös, ovatko he yrittäneet houkutella kuuntelijoita tageilla, jotka eivät tosiasiaa kuvaile heidän musiikkiaan hyvin tai ovatko he tavoitelleet tagivalinnoilla artistisivulleen jotain tietynlaista estetiikkaa kuten minimalismia tai huumoria. Lisäksi alaluvussa esitetään tulokset liittyen siihen, minkälaisista kategorioista ja kuinka monipuolisesti musiikintekijät tageja valitsivat.

4.3.1 Musiikin löydettävyys ja uusien kuuntelijoiden tavoittelu

Vaikka voidaan ajatella, että molemmissa on kyse uusien kuuntelijoiden tavoittelusta, nämä kaksi asiaa on erotettava toisistaan. Musiikin löydettävyyttä tavoittelevat haluavat, että musiikin kuvailu vastaa mahdollisimman hyvin musiikin sisältöä, ja se on mahdollisimman helposti löydettävissä juuri niille kuuntelijoille, jotka ovat musiikista eniten kiinnostuneita. Kuuntelijoiden tavoittelulla taas tarkoitetaan musiikin kuvailua siten, että sillä saataisiin tavoitettua mahdollisimman paljon potentiaalisia kuuntelijoita, välittämättä siitä ovatko kuuntelijat juuri sen kaltaisesta musiikista kiinnostuneita.

Bandcampin tageja tarkastellessa nämä strategiat erottuvat selkeästi. Musiikin löydettävyyttä tavoittelevat musiikintekijät kuvailevat musiikkia spesifeillä tyylilajeilla, alagenreillä ja viittauksilla, eivätkä pelkää käyttää aatteellisia tai provosoiviakaan tageja, jotka saattaisivat ajaa suurta yleisöä pois musiikin ääreltä. Suuria kuuntelumääriä tavoittelevat käyttävät laveampia tyylilajien ja alagenrejen määritelmiä ja välttelevät käyttämästä tageja, jotka luovat vastakkainasettelua tai

saattavat ajaa potentiaalisia kuuntelijoita pois. Tällainen ilmiö on esimerkiksi se, etteivät musiikintekijät halua identifioitua pelkästään yhden tyyllilajin edustajaksi, vaan yrittävät houkutella kuuntelijoita useamman tyyllilajin kuuntelijoista. Saman yhtyeen tai artistin musiikki saattaa olla tagattu sekä tageilla ”rock”, ”metal” ja ”punk” tai ”RnB”, ”hiphop” ja ”electronic”.

Vastausten perusteella musiikintekijät ovat hieman enemmän kiinnostuneita kuvailemaan musiikkiansa hyvä löydettävyyttä palvelukseen. 68,7 prosenttia vastaajista sanoi valinneensa tageja parantaakseen musiikin löydettävyyttä ja 59,7 prosenttia vastasi valinneensa tageja tavoittaakseen mahdollisimman hyvin uusia kuuntelijoita. 55,2 prosenttia eli yli puolet musiikintekijöistä ilmoitti yrittäneensä tehdä molempia. Omien sanojensa mukaan 28,4 prosenttia vastaajista ei ole yrittänyt tageja valitessaan parantaa musiikin löydettävyyttä eikä houkutella musiikilleen uusia kuuntelijoita.

Siinä ettei tageilla olla pyritty parantamaan musiikin löydettävyyttä tai houkuttelemaan lisää kuuntelijoita, voi olla taustalla myös mahdollisesti jonkinlaista valtavirran vastaista ajattelua. Kuuntelijoiden tavoittelu tai löydettävyyden optimointi voidaan nähdä joidenkin musiikintekijöiden keskuudessa keinotteluna, joka ei kuulu taiteen tekemiseen tai sitä pidetään muuten pinnallisena toimintana. Toisaalta suuri osa musiikintekijöistä todennäköisesti jossain määrin parantaa musiikkiansa löydettävyyttä ja onnistuu tavoittamaan kuuntelijoita valitsemillaan tageilla, vaikka eivät siihen varsinaisesti pyrkisikään. Lomakkeen muiden kohtien vastauksissa tuli myös esille, että kaikki musiikintekijät eivät edes ymmärrä miten tagit toimivat.

Musiikintekijöiden ikä jakoi kysymysten vastauksia siten, että kyselyyn vastanneiden nuorin joukko 20–24-vuotiaat (n=11) olivat yhden vastauksen eroa lukuun ottamatta yhtä paljon yrittäneet kuin olleet yrittämättä tavoitella musiikin parasta löydettävyyttä tai potentiaalisia kuuntelijoita. 25–29-vuotiaat (n=29) olivat selkeämmin yrittäneet tehdä molempia ja 30–34-vuotiaista (n=15) musiikin löydettävyyttä oli yrittänyt tietoisesti tageilla parantaa jopa 93,3 prosenttia ja kuuntelijoita tavoittaa 73,3 prosenttia. Myös 35–39-vuotiaat (n=7) olivat lähes yhtä yritteliäitä kuin 30–34-vuotiaat, mutta 40–49-vuotiaiden (n=5) yritteliäisyys oli taas nuorimman vastaajajoukon kanssa samalla tasolla.

Samankaltainen ilmiö nähtiin myös, kun vertailtiin näiden kahden kysymyksen vastauksia musiikintekijöiden koulutusasteen mukaan. Alemman korkea-asteen tutkinnon suorittaneet tai opiskelijat (n=23) olivat hieman enemmän yrittäneet tageja valitsemalla parantaa musiikin löydettävyyttä (82,6 %) sekä tavoitella kuuntelijoita (73,9 %) verrattuna toisen asteen tutkinnon suorittaneisiin tai opiskelijoihin (n=33), joista 66,7 prosenttia vastasi yrittäneensä parantaa musiikin löydettävyyttä ja vain 57,6 prosenttia tavoitella uusia kuuntelijoita. Ylemmän korkea-asteen tai tutkijakoulutuksen suorittaneista ja opiskelijoista (n=9) vain noin puolet olivat yrittäneet vaikuttaa näihin asioihin tageja valitsemalla.

Puoliammattilaiset (n=24) olivat yrittäneet harrastelijoita (n=41) 9,1 prosenttiyksikköä enemmän parantaa musiikin löydettävyyttä ja 17,1 prosenttiyksikköä enemmän tavoitella uusia kuuntelijoita. Luvussa 4.2.4 *Musiikintekijöiden käyttämät lähteet* pohdittiin puoliammattilaisten mahdollisesti vakavampaa suhtautumista musiikin tekemiseen ja musiikin levittämiseen ja tämän osion tulokset ovat linjassa aiemmin esiteltyjen tulosten kanssa.

4.3.2 Kuuntelijoiden houkuttelu kyseenalaisilla tageilla

Vain 4 prosenttia vastaajista kertoi yrittäneensä houkutella kuulijoita käyttämällä tageja, jotka eivät tosiasiallisesti kuvaile heidän musiikkiaan hyvin. Toisaalta 34 prosenttia vastaajista jätti tämän avoimen kysymyksen kokonaan vastaamatta. 58 prosenttia vastasi yksiselitteisesti, etteivät ole houkuttelleet kuuntelijoita kyseenalaisilla tageilla. Yhden musiikintekijän vastaus avaa tulosta hyvin:

”Olen tätäkin kokeillut huumorimielessä, mutta se ei tunnu hyvältä. Aitouden estetiikka on lopulta hyvin tärkeää.”

Vastaajan mainitsema ”aitouden estetiikka” on monissa musiikkityyleissä ensiarvoisen tärkeä, etenkin kun toimitaan suurten levy-yhtiöiden ja kaupallisen tai ”ylituotetun” musiikin ulkopuolella niin kutsutuissa alakulttuureissa tai undergroundissa. Epäaitous tai siitä kiinni jääminen voi jossain tällaisissa kulttuureissa olla este menestymiselle ja johtaa jopa alakulttuuriskenen sisäiseen boikottiin. Yksi vastaaja olikin kommentoinut kohtaan ”kunnan pouseritouhua”, jolla viitataan juurikin musiikintekijän epäaitouteen ja musiikin tekemiseen tai musiikkikulttuurissa toimimiseen joistakin muista kuin skenen sisällä oikeana hyväksytyistä eli ”aidoista” lähtökohdista.

4.3.3 Tavoiteltu estetiikka

Tutkimuksen taustatyönä selattiin noin 200 eri artistisivua Bandcampissa ja huomattiin että monien sivujen tageissa näkyi selkeä tyyli, jolla voitiin kuvitella tietoisesti tavoiteltavan jonkinlaista musiikkia tai tekijöitään palvelevaa estetiikkaa. Selkeitä toistuvia teemoja olivat huumori, huolimattoman tyylin välittäminen, ”asenne” ja minimalismi. Vastaajilta oli siis aiheellista kysyä, ovatko he tietoisesti tavoitelleet tagien valinnassa jotain tietynlaista estetiikkaa.

32,8 prosenttia eli lähes kolmannes vastaajista jätti kysymyksen vastaamatta. Tämä voidaan varauksella tulkita niin, että mitään tietoista motiivia tietynlaisen estetiikan välittämiseen ei ole. 44,8 prosenttia vastaajista vastasi tiukasti, että ei ole tagien valinnassa tavoitellut tietoisesti minkäänlaista estetiikkaa, vaan on pyrkinyt valitsemaan yksinkertaisesti sopivimmat ja musiikkia eniten kuvailevat tagit, jotka täydentävät artistisivun biografiatekstiä ja auttavat potentiaalisia kuulijoita löytämään musiikin.

”Selkeyttä, jotta tavoittaa potentiaaliset kuuntelijat helpoiten.”

”Olen pyrkinyt pelkästään totuudenmukaiseen kuvailuun.”

”Yksinkertaista ja simppeliä kuvausta muutamalla termillä. Ei kiinnosta liika analysointi.”

”Lisäksi olen yrittänyt kuvailla musiikin ja yhtyeen tagilistauksessa, niin että se täydentäisi biografiatekstiä ja palvelisi kuvauksena kyseisestä projektista ja sen vaikuttimista.”

Toisaalta tiukka ja täsmällinen tyyli voi olla esteettinen valinta jo itsessään.

”Tagien valinnassa on pyritty spartalaiseen ja genrenmukaiseen ilmaisuun, liiallisen sanahelinän sijasta.”

Vastausten perusteella vain viidennes vastaajista oli yrittänyt tietoisesti tavoitella jotain tietynlaista estetiikkaa tagien valinnassa. Huumori ja huolimaton vaikutelma nousi selkeästi eniten vastauksissa esille ja osalle vastaajista nämä kaksi kulkivat myös käsi kädessä.

”Joitakin tageja olen käyttänyt, jotka voi ymmärtää huumorina, jos ymmärtää niiden sisältämän viittauksen.”

”Huolimaton vaikutelma ja huumori tulee ensimmäisenä mieleen.”

Kaksi vastaajaa myös korosti edustamansa musiikin tyyllilajin tai genren omaa estetiikkaa, jonka kanssa halutaan olla linjassa. Lisäksi vastauksissa mainittiin erikseen välinpitämätön vaikutelma ja asenne, joiden voidaan katsoa olevan samassa linjassa kuin huolimattoman vaikutelman tavoittelu.

"Ajoittain on tullut käytettyä humoristisia nonsense-tageja kuten 'necrohell', mikä kuitenkin on linjassa genren estetiikan kanssa."

"Tavoittelin huolimattonta ja välinpitämätöntä vaikutelmaa. Olihan kyse sentään nihilistisestä punk-yhtyeestä."

"Rokki meno on tärkeä."

"Kyllä. Asenne."

Yksi vastaaja sanoi yksiselitteisesti tavoitelleen tagivalinnoissa minimalistista estetiikkaa. Yhdellä tuotteliaalla artistilla oli myös oma hioutuneempi metodinsa tagien valintaan.

"Lähinnä, kun albumeita on yli 140, pyrin tagaamaan albumit niin, että samoissa "suvuissa" kulkevat albumit olisivat löydettävissä yhtenäisillä tageilla."

4.3.4 Tagien kategoriat

Pääluvussa 2 (ks. 2.4. *Bandcamp-tagien kategoriat*) esiteltiin tutkimuksessa tageille luodut kategoriat ja perusteltiin, miksi ne ovat musiikintekijöille olennaisia. Lomakkeessa musiikintekijöiltä kysyttiin, mistä eri kategorioista he ovat valinneet tageja omalle Bandcamp-artistisivulleen. Näin pyrittiin selvittämään minkälaisia asioita musiikintekijät pitävät musiikkinsa kuvailussa tärkeänä ja saamaan vihjeitä siitä, minkälaisia motiiveja tagivalintojen taustalla on.

Kyselylomakkeessa yhtä tärkeää kuin kategorian selkeä nimeäminen oli tarjota kategorialle selkeät esimerkit, jotka valaisevat kategorian funktiota. Moni kategoria saattaa kuulostaa vastaajalle yksinään hieman vieraalta, mutta avautuu vastaajalle esimerkkien kautta, kun hän näkee esimerkkitagien yhteisen nimittäjän. Laaditun tagien kategorioiden luokittelun onnistumista puoltaa se, että kaikki kategoriat keräsivät vastauksia. Ei voida tietenkään varmistua siitä, että kaikki vastaajat ovat ymmärtäneet kaikki kategoriat samalla tavalla, kuten kategorioita laatiessa on määritelty. Kuviossa 5

on esitettyinä musiikintekijöiden valitsemat tagikategoriat käytetyimmistä vähiten käytettyyn.

Kategoria	Vastauksia (n=67)	Prosentteina
Musiikkityyli	61	91,0
Alagenre	60	90,0
Lokaatio	52	77,6
Kansallinen/etninen tausta	17	25,4
Itse luodut tagiyhdistelmät/nonsense	11	16,4
Musiikin fysikaaliset ominaisuudet	9	13,4
Musiikin subjektiivinen kokemus	9	13,4
Samankaltaiset artistit tai vaikutteet	9	13,4
Uskonnollinen tai filosofinen vakaumus	8	11,9
Esityskieli	6	9,0
Lifestyle/elämäntavat	6	9,0
Musiikin kulttuurinen tai ideologinen tehtävä	6	9,0
Musiikin historiallinen piirre	4	6,0
Musiikin julkaisijat	3	4,5
Musiikin arkinen tai juhlallinen funktio	1	1,5

Kuvio 5. Tagien kategoriat käytetyimmistä vähiten käytettyyn

Musiikintekijät olivat valinneet tageja sisällönkuvailuun keskimäärin 3,87 eli lähes neljästä kategoriasta kukin vastaaja. Odotusten mukaisesti musiikkityyli, alagenre ja

lokaatio olivat kolme ylivoimaisesti valituinta tagikategoriaa: yhdeksän kymmenestä valitsi musiikkityylin ja/tai alagenren ja 77,6 prosentti valitsi lokaation musiikkinsa kuvailemiseksi. Musiikintekijöille on siis tärkeintä ilmaista minkälaista musiikkityyliä ja alagenreä he edustavat ja mistä yhtye on kotoisin tai mihin paikalliseen skeneen yhtye kokee kuuluvansa. Useampaan tyyliin tai alagenreen sopiva yhtye saattaa tarvita kaikki kuvailemiseen annetut viisi vapaavalintaista tagia tähän tarkoitukseen. Musiikkityylin, alagenren ja lokaation syöttäminen tagina on Bandcampissa tärkeää myös sen kannalta, että vuoden 2015 heinäkuusta lähtien musiikin kuuntelijoiden on ollut mahdollista helposti selata artisteja sivustolla näiden ominaisuuksien mukaan (Bandcamp Daily 2015).

Kolmen suosituimman kategorian välimatka seuraavaksi suosituimpaan “musiikin kansallinen/ etninen tausta” on valtava. Tämän vaihtoehdon valitsi joka neljäs musiikintekijä ja luultavasti sitä on useimmiten käytetty viitaten artistin suomalaisuuteen. Tämän kategorian valitsemiseen on myös selkeitä tiedonhakuun liittyviä motiiveja. Monet kuuntelijat haluavat etsiä kotimaassaan tehtävää musiikkia ja monilla kansalaisuuksilla on eri tyyli- ja alagenreissa tai alagenreissa kova maine tai tunnistettava tyyli, joka yhdistetään nimenomaan kansallisuuteen. Esimerkiksi metallin kuuntelijat ympäri maailmaa voivat haluta etsiä juuri suomalaista metallimusiikkia. Vertailun vuoksi kategorian esityskieli oli valinnut vain hieman alle yksi kymmenestä musiikintekijästä. Toki esityskieli tulee usein ilmi jo yhtyeen tai kappaleiden nimestä.

Noin joka kuudes vastaaja ilmoitti syöttäneensä tageja kategoriasta “itse keksityt tagiyhdistelmät/ nonsense”. Tämä kategorian suosio selittyy sillä, että se imee sisäänsä monenlaisia tageja kuten musiikintekijöiden itse keksimiä genrejä, ”inside”-huumoria, kulttuurillisia viittauksia ja ylipäänsä kaiken mikä ei vastaajien mielestä kuulu mihinkään muihin lomakkeessa ehdotetuista kategorioista. Seuraavaksi suosituimmat kategoriat olivat ”musiikin fysikaaliset ominaisuudet”, ”musiikki subjektiivisena kokemuksena” ja ”samankaltaiset artistit tai vaikutteet”. Kunkin kategorian valitsi sama määrä eli 13,4 prosenttia vastaajista.

Aiemmin tässä tutkielmassa (ks. 2.4.6 *Musiikin kulttuurinen, ideologinen tai arkinen tehtävä* & 2.4.7 *Vakaumus tai elämäntapa*) perustelin neljän eri kulttuurista tehtävää sivuavan teeman jakamista neljään kategoriaan. Kolmen näistä suosio oli samaa suuruusluokkaa. Kategoriasta “Uskonnollinen tai filosofinen vakaumus” tageja oli

valinnut 11,9 prosenttia vastaajista, kategorioista “Musiikin kulttuurinen tai ideologinen tehtävä” tai “Lifestyle/elämäntavat” oli molemmista tageja valinnut 9,0 % prosenttia vastaajista.

Myös näiden kategorioiden kohdalla tuloksiin tulee suhtautua kriittisesti, koska eri näkemysten mukaan on olemassa tageja, jotka voivat kuulua näistä kategorioista mihin tahansa, esimerkiksi “satanism”. Useampi käyttäjä oli kuitenkin valinnut tageja vastausten mukaan useammasta kuin yhdestä mainitusta kategoriasta, yksi vastaaja jopa kaikista kolmesta. Oletettavasti vastaajat ovat siis pääosin ymmärtäneet näiden kategorioiden erot. Toki on myös mahdollista, että vastaajat ovat olleet jonkun valitsemansa tagin kategoriasta epävarmoja ja ovat valinneet kyselyssä useamman kategorian, johon yksi ja sama tagi voisi kuulua. Lomakkeessa jokaisesta kategoriasta oli kuitenkin annettu esimerkkitageja, jotka todennäköisesti vähensivät tällaisten virheiden syntymistä.

Musiikin arkinen tai juhlallinen funktio sai vain yhden valinnan eli vähiten kaikista kategorioista. Tämä ei yllätä, koska arkinen tai juhlallinen funktio on harvassa musiikissa keskeinen piirre ja kategoria juontaa juurensa siihen, kuinka musiikin kuuntelijat järjestävät musiikkia erilaisissa palveluissa tai omassa organisoinnissaan esimerkiksi musiikkiin, joka sopii juhlien tai opiskelun taustalle. Musiikintekijälle oman musiikin markkinoiminen ”taustamusiikkina” ei kuitenkaan ole kovin mieltä ylentävää, mutta tässäkin saattaa olla kyseessä hukattu mahdollisuus, sillä musiikkia etsitään päivittäin valtavasti funktioilla kuten ”workout”, ”studying”, ”reading” tai ”party”. Vertailukohtana kategoria “musiikin subjektiivinen kokemus” tai mood, josta tageja valittiin jopa yhdeksänkertaisesti tähän kategoriaan nähden. Hakusanoilla “happy music” tai “party music” ei luulisi oleva esiintyvyydessään niin valtavaa eroa. Toisaalta Hun ym. (2018, 864) mukaan mood on tänä päivänä todella käytetty metadatieta monissa suosituissa musiikki- ja musiikin striimauspalveluissa.

“Musiikin historiallinen piirre” oli vähiten valittujen kategorioiden joukossa. Tähän varmasti liittyy se, että kategoria on hieman tyyli- ja genresidonnainen. Joissakin musiikkityyleissä vastaavien aikakausivaikutteiden ilmaisemista vältetään, koska musiikillista tyyliä halutaan kuitenkin pitää “omana” eikä esimerkiksi haluta leimautua retroartistiksi. Toisaalta joissakin tyylilajeissa tai genreissä jonkun aikakauden kultivoinnista ollaan todella ylpeitä, sitä tuodaan esille ja suorastaan syleillään.

Kategoriasta ”musiikin julkaisijat” oli tageja valinnut vain 4,5 prosenttia vastaajista, joka tuntui myös vähältä, mutta on jälleen muistettava, että Bandcamp on suunnattu aloitteleville, itsenäisille ja pienen levikin artisteille. Monilla musiikintekijöillä ei varmasti ole levytys- tai julkaisusopimusta tai julkaisijan mainitseminen tageissa ei tule välttämättä mieleen. Usein musiikintekijät mainitsevat mahdollisen julkaisijan myös artistibiografiassaan. Puoliammatillaiset käyttivät tageja keskimäärin 4,25 eri kategoriasta ja harrastelijat keskimäärin 3,61 eri kategoriasta. Puoliammatillaiset käyttivät tageja siis enemmän ja monipuolisemmin kuin harrastelijat.

4.5 Tagien valinnan merkityksen ja oman osaamisen arviointi

Lomakkeen lopussa musiikintekijöitä pyydettiin arvioimaan tagien valinnan todellista merkitystä ja heidän omaa osaamistaan, mitä tulee tagien valintaan heidän omiin tavoitteisiinsa nähden. Tämän osuuden kohdalla uskottiin olevan merkitystä sillä, kysytäänkö asioilta vastaajilta heti lomakkeen alussa vai vasta lopussa. Lomaketta täyttäessään musiikintekijät ovat mahdollisesti saaneet tageihin uusia näkökulmia ja heidän näkemyksensä tagien merkityksestä tai omasta osaamisesta tagien valinnassa olivat saattaneet muuttua.

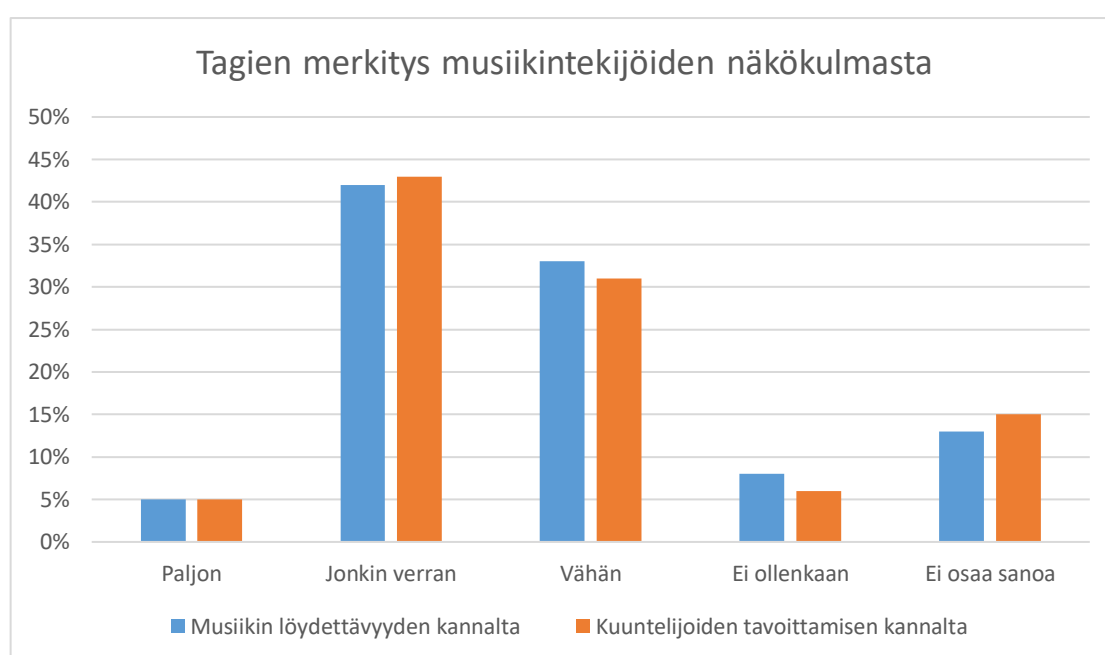
Tässä kyselylomakkeen osiossa käytettiin Likertin asteikosta mallia ottavia kysymystyyppejä ja valmiita vastausvaihtoehtoja, sillä erotuksella, että Likertin asteikolle tyypillinen neutraali vastausvaihtoehto oli jätetty pois asteikon keskeltä (Hirsjärvi ym. 2007, 195), koska sen arveltiin houkuttelevan vastaajia monissa kysymyksissä liikaa (Valli 2018, 108). Kysymyksissä vastausvaihtoehto ”en osaa sanoa” ei edusta neutraalia kantaa ja se sijoitettiin tarkoituksella viimeiseksi vastausvaihtoehdoksi, jotta se tulisi valituksi vain silloin, kun musiikintekijät eivät todella osaa vastata kysymykseen millään muulla tavalla.

Tagien merkitys musiikin löydettävyyden ja kuuntelijoiden tavoittamisen kannalta

Osion kahden ensimmäisen kysymyksen vastaukset olivat jakautuneet todella yhdenmukaisesti: 41,8 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että artistisivulle valituilla tageilla on musiikin löydettävyyden kannalta jonkin verran merkitystä ja 43,3 prosenttia sitä mieltä, että niillä on kuuntelijoiden tavoittamisen kannalta jonkin verran

merkitystä. Vain 7,5 oli sitä mieltä, tageilla ei ole musiikin löydettävyyden kannalta merkitystä ja 6,0 prosenttia sitä mieltä, ettei niillä ole kuuntelijoiden tavoittamisen kannalta 6,0 merkitystä. Vain 4,5 prosenttia oli sitä mieltä, että tagien valinnalla musiikin löydettävyyden kannalta on paljon merkitystä ja yhtä monen mielestä paljon merkitystä kuuntelijoiden tavoittamisen kannalta. Näin vastanneista kaksi kolmesta oli sitä mieltä, että tagien valinnalla on paljon merkitystä molemmissa tapauksissa.

Kuviossa 6 on pylväsdiagrammi, joka havainnollistaa kuinka paljon tagien valitsemisella oli merkitystä musiikin löydettävyyden ja uusien kuuntelijoiden tavoittamisen kannalta. Vastausten jakauma on esitetty kaaviossa prosentuaalisesti.



Kuvio 6. Tagien merkitys musiikintekijöiden näkökulmasta

Mielikuvaan tagien merkityksestä voi vaikuttaa esimerkiksi koulutuksen tuoma ymmärrys tagien toimintaperiaatteista. Toimintaperiaatteet ymmärtämällä voidaan ymmärtää tagien mahdollisuudet, mutta myös se, että tagit ovat vain yksi asia, jolla musiikin löydettävyyttä voidaan parantaa tai kuuntelijoita tavoittaa. Tagien merkityksen arviointiin ja suhteellistamiseen voivat taas vaikuttaa muut kokemukset bänditoiminnasta, ”musiikkibisneksestä” ja siihen liittyvästä verkostoitumisesta ja markkinoinnista. Muusikkopiireissä kuuluu sanonta ”bändi markkinoi itseään parhaiten lavalla”. Samalla tiedetään, että tiettyjen levy-yhtiöiden ja tai muiden taakse saatavien markkinointikoneistojen tuoma näkyvyys tai radiosoitto auttaa lisäämään artistin tai

yhtyeen tunnettuutta aivan eri tavalla. Jonkinlaisen suosion saavuttaminen tai suurten kuuntelijamäärien tavoittaminen on joka tapauksessa aina monien asioiden summa.

Kuinka hyvin musiikintekijät uskovat valitsemiensa tagien kuvaavan omaa musiikkiaan

Yhteensä 88,1 prosenttia musiikintekijöistä uskoi, että heidän valitsemaansa tagit kuvasivat heidän musiikkiaan hyvin (32,8 %) tai melko hyvin (55,2 %) myös heidän potentiaalisten kuuntelijoidensa mielestä. Vain 4,5 prosenttia ajatteli, että heidän valitsemaansa tagit kuvaisivat musiikkia potentiaalisten kuuntelijoiden mielestä huonosti tai melko huonosti. 7,5 prosenttia ei osannut sanoa.

23,9 prosenttia musiikintekijöistä mielestään osasi ja 38,8 prosenttia luultavasti osasi valita parhaat tagit omiin tarkoitukseensa nähden. Vain yksi vastaaja ajatteli, ettei osaa valita tageja ollenkaan omien tavoitteidensa mukaisesti. 13,4 prosenttia ei osannut sanoa. Kyselylomakkeen valmistelussa oli sattunut ohjelmointivirhe ja sen takia lomake oli antanut jättää kahden musiikintekijän kokonaan vastaamatta kysymykseen. Ilmoittamani vastausten prosenttiosuudet on silti ilmoitettu kyselyn kaikkien vastaajien kokonaismäärästä.

Musiikintekijöiden motivaatio valita tageja uudestaan

23,9 prosenttia eli lähes neljännes musiikintekijöistä sanoi lomakkeen motivoineen valitsemaan artistisivunsa tageja uudelleen. Tämän perusteella kysely toi musiikintekijöiden tietoon ainakin jotain uusia näkökulmia tageista ja niiden yhteydestä musiikin löydettävyyteen tai sai musiikintekijät pohtimaan niiden mahdollisuuksia. 58,2 prosenttia musiikintekijöistä vastasi, että lomake ei motivoinut valitsemaan tageja uudelleen ja jopa 17,9 prosenttia ei osannut sanoa.

Koulutusasteella näytti olevan selvää vaikutusta vastauksiin. Toisen asteen suorittaneista tai opiskelijoista (n=34) 32,4 prosenttia sanoi kyselyn myötä olevansa motivoitunut valitsemaan tageja uudelleen ja 20,6 prosenttia ei osannut sanoa. Alemman korkea-asteen suorittaneista tai opiskelijoista (n=22) 22,7 prosenttia oli motivoitunut valitsemaan tageja uudestaan ja 18,2 prosenttia ei osannut sanoa. Ylemmän korkea-asteen ja tutkijakoulutuksen (n=9) suorittaneista tai opiskelijoista kukaan ei ollut motivoitunut valitsemaan tageja uudelleen ja vain yksi ei osannut sanoa.

oliko motivoitunut. Mitä korkeammin koulutettuja musiikintekijät olivat, sitä vähemmän he olivat motivoituneita valitsemaan tageja uudelleen kyselyyn vastattuaan.

Musiikintekijöiden ajatuksia tageista ja kyselystä

Kyselylomakkeen viimeisessä kohdassa vastaajille tarjottiin vapaaehtoinen vastauskenttä, johon musiikintekijöiden oli mahdollista jättää kyselyn herättämiä ajatuksia tai mitä tahansa kyselyyn liittyvää palautetta. Jopa kolmannes musiikintekijöistä jakoi osiossa ajatuksiaan ja ne olivat todella kirjavia. Osa vastaajista piti aihetta kiinnostavana ja tutkimusta tärkeänä, mutta moni myös myönsi, ettei ymmärrä tageja tai niiden tarkoitusta ollenkaan.

”Hyvä että Bandcampista tehdään tällaista tutkimusta, on mielestäni paras musiikkialusta / kauppapaikka.”

”En ole koskaan tajunnut miten tagit toimii.”

Bandcamp sai alustana musiikintekijöiltä kiitosta siitä, että palveluun voi keskittää monia toimintoja musiikin levittämisestä ja myynnistä oheistuotteiden myyntiin. Musiikintekijöillä oli selkeästi kiinnostusta kommentoida Bandcampia muutenkin kuin vain tagien osalta. Yhdellä vastaajalla oli jopa ideoita, jotka helpottaisivat hänen mielestään tagien valitsemista artistisivulle.

”Olisi hyvä, että olisi joku tehokas tapa valita ne viisi sopivaa [tagia]. Eli jotenkin sopivan kattavat, ja parhaiten kuvaavat. Tähän toki auttaisi joku vaihteittainen lisääminen vinkkien avulla, ja myös tagien toimivuuden seuraaminen (että esim "punk" tagi toi sisään 50 klikkausta, mutta vain 5 kuunteli biisit kokonaan, kun taas "crossover thrash" toi sisään 15 typpiä, joista 10 kuunteli biisit kokonaan). ”

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä luvussa kerrotaan, kuinka tutkimustulokset vastasivat tutkimukselle asetettuihin tutkimuskysymyksiin sekä pohditaan tutkimuksen tuloksia, tutkimuksessa kohdattuja ongelmia ja minkälaista jatkotutkimusta tutkielman aiheesta voitaisiin tulevaisuudessa mahdollisesti tehdä.

5.1 Tutkimuskysymyksiin vastaaminen

Tutkielman tutkimuskysymyksiä olivat:

1. Kuinka paljon musiikintekijät panostavat tagien valitsemiseen aikaa ja vaivaa?
2. Minkälaisia motiiveja musiikintekijöillä on tagien valitsemiseen?
3. Miten musiikintekijät arvioivat tagien valitsemisen merkityksen musiikkinsa levittämisen kannalta?

Yhdeksän kymmenestä kyselyyn vastanneesta musiikintekijästä sanoi käyttäneensä Bandcamp-artistisivunsa tagien valintaan vain viisi minuuttia. Viisi minuuttia oli lyhin mahdollinen vastausvaihtoehto, joten osa vastaajista ei ole käyttänyt tagien valitsemiseen aikaa varmasti niinkään paljoa. Musiikintekijät eivät siis käyttäneet tagien valitsemiseen paljoa aikaa eikä vastaajien iällä, koulutusasteella tai musiikintekijöiden statuksella nähty ajankäyttöön mitään merkitystä. Ammatikseen musiikkia tekevien voisi luulla panostavan tagien valitsemiseen keskimäärin enemmän aikaa, mutta heitä ei saatu kyselyyn vastaajiksi kahta musiikintekijää enempää.

Siihen nähden mitä musiikintekijät sanoivat käyttäneensä tagien valitsemiseen aikaa, oli yllättävää, kuinka paljon ja monipuolisesti käyttivät tageja: 40,3 prosenttia musiikintekijöistä oli käyttänyt kaikki sisällönkuvailuun saatavilla olevat viisi vapaavalintaista tagia musiikkinsa kuvailemiseen. Lisäksi musiikintekijät valitsivat tageja keskimäärin 3,87 kategoriasta eli suurelle osalle vastaajista musiikin kuvailemiselle oli jokin muukin motiivi kuin musiikin lokaation, tyyllilajin tai alagenren ilmaiseminen.

Panostamaansa aikaan nähden musiikintekijät käyttivät monipuolisesti myös erilaisia apuvälineitä ja lähteitä tagien valinnassa: jopa yhdeksän kymmenestä musiikintekijästä

ilmoitti käyttäneensä apuna jotain lähdettä. Vaikka vastaajat olivat todennäköisesti ymmärtäneet yhden lomakkeessa annetun lähdeyyppin väärin (ks. 4.2.4 *Musiikintekijöiden käyttämät lähteet*), 56,7 prosenttia vastaajista oli ilmoittanut käyttäneensä apuna vähintään kahta lähdettä eli hyvin todennäköisesti suurin osa musiikintekijöistä todella oli käyttänyt tagien valinnassa apuna ainakin jotain lähdettä.

Musiikintekijät eivät siis panostaneet tagien valitsemiseen juurikaan aikaa, mutta suurin osa suhtautui tehtävään sellaisella vakavuudella, että valitut tagit pyrittiin valitsemaan mahdollisimman järkevästi ja niiden valitsemiseen käytettiin apuna jopa jotain lähdettä. Taustamuuttujat paljastivat, että korkeammin koulutetut musiikintekijät käyttivät tageja määrällisesti hieman enemmän ja lähteitä enemmän sekä monipuolisemmin kuin vähemmän koulutetut. Havaittiin myös, että puoliammattilaiset käyttivät tageja valitessaan enemmän tageja, enemmän ja monipuolisemmin lähteitä sekä enemmän ja monipuolisemmin erilaisia tagikategorioita kuin harrastelijat. On mahdotonta sanoa ovatko kyselyyn vastanneet puoliammattilaiset musiikintekijöinä ansioituneempia kuin harrastelijat, mutta kyselytulosten perusteella voidaan tehdä hillittyjä johtopäätöksiä siitä, että puoliammattilaisina itseään pitävät suhtautuvat musiikin tekemiseen vakavammin ja panostavat myös musiikin markkinointiin enemmän aikaa ja vaivaa.

Musiikintekijöillä ennustettiin olevan tagien valitsemiseen seuraavanlaisia motiiveja: musiikin löydettävyyden parantaminen, uusien kuuntelijoiden tavoittaminen, tietynlaisen estetiikan välittäminen kuuntelijoille ja artistisivun artistikuvauksen tukeminen. Lisäksi tageille luoduilla kategorioilla osoitettiin, että musiikintekijöillä on motiiveja kuvata musiikkiaan myös ulkomusiikillisilla termeillä, joilla voidaan haluta välittää esimerkiksi tietynlaista filosofiaa tai maailmankuvaa.

Yli puolet musiikintekijöistä oli yrittänyt tageja valitsemalla sekä parantaa musiikin löydettävyyttä että tavoitella uusia kuuntelijoita. Musiikintekijät uskoivat, että paras tapa näiden pyrkimysten saavuttamiseen oli kuvata musiikkia mahdollisimman tarkasti ja totuudenmukaisesti. Viidennes vastaajista sanoi tavoitelleensa tagivalinnoissa jotain tietynlaista estetiikkaa. Kaikki ennustetut esteettiset tyylivalinnat tagien valitsemiselle toteutuivat vastauksissa, mutta eniten musiikintekijät olivat kuitenkin yrittäneet esteettisillä valinnoillaan välittää artistisivun löytäneille huumoria, huolimatonta vaikutelmaa tai jonkinlaista ”asennetta”. Osalla musiikintekijöistä oli siis motiiveja kuvailla musiikkia myös ulkomusiikillisista lähtökohdista, mutta musiikillisista

lähtökohdista tehtyyn kuvailuun verrattuna se oli pienimuotoista ja useimmille täysin toissijaista.

Musiikintekijät uskoivat tageilla olevan jonkin verran tai vähän merkitystä musiikin levittämisen ja markkinoinnin kannalta. Ääripäät pysyivät täysin marginaalissa ja vain muutamat musiikintekijät olivat sitä mieltä, että tagien valitsemisella olisi paljon tai ei ollenkaan väliä.

Musiikintekijät pitivät itseään keskimäärin vain melko hyvinä musiikkinsa kuvailijoina ja he keskimäärin myönsivät vain ”luultavasti” osaavansa valita parhaat tagit omia tarkoitusperiään vasten. Musiikintekijöiden luottamuksen horjuminen, mitä tuli heidän omaan osaamiseensa sisällönkuvailussa tuli hieman yllätyksenä. Se saattaa kuitenkin johtua myös siitä, että he eivät ole tarkkaan miettineet, mitä heidän tarkoitusperänsä tagien valitsemisen taustalla ovat. Myös kyselyssä ilmi tuodut näkökulmat tagien valitsemiseen saattoivat saada heidät epäilemään omia taitojaan. Silti vain 23,9 prosenttia kyselyyn vastanneista oli harkitsemassa tagien valintaa uudestaan, eli vaikka musiikintekijät epäilisivätkin omissa taidoissaan olevan puutteita, he eivät todennäköisesti pidä tagien valitsemisen merkitystä omien tarkoitusperiensä saavuttamiseen kannalta kovin tärkeinä.

5.2 Pohdinta

Tutkimuksessa isona yksittäisenä osiona oli tagien kategorioiden luominen ja yritys kartoittaa millä tavalla ja millaisin motiivein musiikintekijät käyttävät niitä. Musiikintekijöiltä ei kuitenkaan kysytty heidän edustamaansa musiikkityyliä, joten kyseisen osion tuloksista ei voitu tehdä syvällisiä päätelmiä. Kyselyssä huomioitiin, että valinnat voivat olla puhtaasti esteettisiä ja lähtöisiä musiikin tekijästä eikä musiikkityylistä, mutta myös tyylilajeilla on varmasti täysin omia konventioita ja suuntaviivoja, jotka vaikuttavat sisällönkuvailuun.

Esimerkiksi punk-yhtye voi kuvata musiikkiaan ytimekkäästi vain punkiksi lisäämättä tageiksi mitään erilaisia tyylilajeja tai alagenrejä, vaikka musiikissa olisi nyansseja monista. Tällä voidaan haluta mahdollisesti välittää koruttomuutta ja turhaa sanahelinää, tai sitä, että punkissa elää musiikillisen ilmaisun vapaus ja se voi aina uudelleen musiikillisesti määritellä itseään. Tyylilajien väliset erot kuitenkin

paljastuvat esimerkiksi siinä, että yhtye voi kyllä olla katu-uskottavasti pelkästään ”punk”, ”rock”, ”blues” tai ”country”, mutta ei koskaan pelkästään ”metal”.

Bandcampissa musiikin sisällönkuvailu ei rajoitu pelkästään tageihin, vaan artistien on mahdollista kirjoittaa artistisivulle myös artistikuvaus, jossa artistit voivat vapaasti kuvailla yhtyettään tai musiikkiaan 400 merkillä. Tämä olisi pitänyt huomioida kyselylomakkeessa paremmin. Monet musiikintekijät varmasti panostavat ajallisesti enemmän vapaamuotoisen artistikuvauksen kirjoittamiseen kuin tagien valintaan, tai tageja pyritään valitsemaan juuri niin että ne tukevat artistikuvauksen sisältöä.

Artistien on mahdollista Bandcampissa myös tagata kaikki artistisivunsa julkaisut tai kappaleet eri tageilla. Tämä ominaisuus nousi esiin kahdessa avoimen kysymyksen vastauksessa (ks. 4.2.5 *Tagien vaihtaminen*), mutta jos asiasta olisi erikseen kysytty, olisi saatu helposti parempaa tietoa siitä, kuinka paljon tätä ominaisuutta oli ylipäättään hyödynnetty. Vaikka yksi tutkimuksen päätavoite oli selvittää minkälaisia motiiveja musiikintekijöillä on musiikin sisällönkuvailuun, lomakkeessa ei kuitenkaan kysytty heidän mahdollisista taloudellisista tai kaupallisista motiiveistaan yhtään mitään. Bandcamp on kuitenkin julkaisualue, jolla osa musiikintekijöistä ansaitsee myös huomattavia summia rahaa digitaalisten julkaisujen tai oheistuotteiden myynnillä.

5.3 Jatkotutkimuksen mahdollisuudet

Kyselytutkimuksella saatiin tietoa musiikintekijöiden tavoista ja motivaatiosta käyttää tageja oman musiikkinsa sisällönkuvailussa. Jos musiikintekijöiden sisällönkuvailutaidoista ja motivaatiosta halutaan syvällisempää tietoa, olisi jatkotutkimusta tehtävä haastatteluilla. Haastatteleamalla saataisiin valittua tutkimusotantaan kattavampi ja monipuolisempi otos. Esimerkiksi tutkittavien joukkoon saataisiin etukäteen valittua selkeästi musiikkia ammatikseen tekeviä ja muitakin kuin miehiä. Tässä tutkimuksessa ammattimaiset musiikintekijät jäivät marginaaliryhmäksi varmasti myös sen takia, että vastaajia rekrytoitiin vain Bandcampin käyttäjistä. Bandcamp on alustana selkeästi suunnattu aloitteleville artisteille tai artisteille, jotka eivät levytä isoille levy-yhtiöille.

Lisäksi haastatteluilla voitaisiin tutkia musiikintekijöiden sisällönkuvailutaitoja ja -tapoja laajemmin. Missä kaikkialla Bandcampin lisäksi musiikintekijät tuottavat

musiikilleen kuvailutietoja ja kuinka tärkeänä ne näkevät sen musiikin tekemiselle? Näkevätkö musiikintekijät sisällönkuvailun kaikessa monipuolisuudessaan (esimerkiksi bio- tai saatetekstien) kirjoittaminen tärkeänä musiikin markkinoinnille kaupallisessa mielessä tai artistin identiteetin luomisessa? Jättävätkö ammattimaiset musiikintekijät sisällönkuvailuun liittyvät tehtävät markkinoinnin ammattilaisten huoleksi vai onko heillä tarkka näkemys siitä, kuinka heidän musiikkiaan tulee kuvailla? Kuinka paljon erilaisilla artisteilla on tähän itsellään sananvaltaa?

Koska kyseessä oli Pro-Gradu -tutkielma, näkökulma oli rajattava tiukasti Bandcampin tageihin. Alustalla on kuitenkin myös paljon muitakin ulottuvuuksia, joita olisi voitu tutkia ja musiikintekijöiden vastauksissa olikin harmiteltu, että kysely keskittyi vain tageihin. Bandcampia voitaisiin tutkia laajemmin sen muihin ominaisuuksiin (musiikin ja oheistuotteiden myynti, informaatioarkkitehtuuri, artistisivun personointiominaisuudet ym.) liittyen ja olisi kiinnostavaa tutkia kuinka Bandcamp vertautuu musiikintekijöiden näkökulmasta muihin musiikkipalveluihin, ja miten Bandcampin suosio musiikintekijöiden keskuudessa vaihtelee erilaisten muuttujien kuten artistien edustaman tyylilajin, iän tai koulutusasteen mukaan.

Tutkielman tulosten mukaan musiikintekijät pitivät itseään osaavina oman musiikkinsa kuvailijoina. Tämän tuloksen innoittamana olisi kiinnostavaa palata kysymykseen, joka alun perin innoitti tutkimusaiheen valintaan: ovatko musiikintekijät päteviä kuvailemaan omaa musiikkiaan? Tutkimusongelma on kiehtova ja luonnollista jatkoa tälle tutkielmalle, mutta musiikintekijöiden sisällönkuvailutaitojen testaaminen ja mittaaminen vaatisivat huomattavasti haastavampien tutkimusmenetelmien käyttöä.

6 LÄHTEET

Audette-Longo, M. (2017). Hear the World's Sounds: Locality as Metadata in Two Music Platforms. *Imaginations* 8:2, 64-73. <http://imagination.s.glenndon.yorku.ca/?p=9962>. Viitattu 8.1.2019.

Bandcamp: About us. (2018). Verkkosivu. <https://bandcamp.com/about>. Viitattu 7.1.2018.

Bandcamp Daily. (2015). App update: browse by genre, location, and format. Blogiteksti. <https://daily.bandcamp.com/2015/07/07/app-update-browse-by-genre-location-and-format/>. Viitattu: 23.4.2019.

Cahn, W. L. (2016). *Creative Music Making*. Milton Park, Abingdon, Oxon: Routledge. Saatavilla: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=cookie,ip,uid&db=nlebk&AN=1233872&site=ehost-live&scope=site>

Carson, M., Lewis, T., & Shaw, S. M. (2004). *Girls rock!: Fifty years of women making music*. Saatavilla: <https://ebookcentral.proquest.com>

Daellenbach, K., Kusel, R., & Rod, M. (2015). The ties that bind? Online musicians and their fans. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 27(2), 168-190. Saatavilla: <https://doi.org/10.1108/APJML-08-2013-0095>

Devlin, J., Skrobik, Y., Gélinas, C., Needham, J., Slooter, A., Pandharipande, P., . . . Neufeld, K. (2018). Executive summary. *Critical Care Medicine*, 46(9), 1532-1548. Saatavilla: https://img1.wsimg.com/blobby/go/53aaa2d4-793a-4400-b6c9-95d6618809f9/downloads/1cgjrbs3b_761615.pdf

Diamond, E. (2010). "Oh No, Not Another Music Community!" The Bandcamp Blog. <https://daily.bandcamp.com/2010/02/11/oh-no-not-another-music-community/>. Viitattu 4.2.2019.

Eloranta, K. (2009). Yleisten kirjastojen musiikkitoiminnan vaihteita. Teoksessa: Mäkinen, I. (toim.) *Suomen yleisten kirjastojen historia*. Helsinki: BTJ Finland, 613-656.

Geleijnse, G., Schedl, M. & Knees, P. (2007). The quest for ground truth in musical artist tagging in the social web era. *Austrian Computer Society (OCG)*. Saatavilla: <https://pdfs.semanticscholar.org/0b69/47f38acbd12e8818ffeeafe0cd2ceee9c711.pdf>

Heikkilä, T. (2008). *Tilastollinen tutkimus* (7. uud. p.). Helsinki: Edita.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (2007). *Tutki ja kirjoita* (13. osin uud. laitos.). Helsinki: Tammi.

Hu, X., Cheong, C. W. L., Zhang, S., & Downie, J. S. (2018). Mood metadata on chinese music websites: An exploratory study with user feedback. *Online Information*

Review, 42(6), 864-879. Saatavilla: <https://www-emeraldinsight-com.libproxy.tuni.fi/doi/full/10.1108/OIR-01-2017-0023>

Hughes, C. L. (2015). *Country Soul : Making Music and Making Race in the American South*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press. Saatavilla: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=cookie,ip,uid&db=nlebk&AN=965058&site=ehost-live&scope=site>

Jawaheer, G., Szomszor, M., & Kostkova, P. (2010). Comparison of implicit and explicit feedback from an online music recommendation service. *HetRec '10 Proceedings of the 1st International Workshop on Information Heterogeneity and Fusion in Recommender Systems*. Pages, 47-51. Saatavilla: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1869453>

Kribs, K. (2016). *The Artist-as-Intermediary: Musician Labour in, & the Digitally Networked Era*. Saatavilla: <https://etopia.journals.yorku.ca/index.php/etopia/article/view/36768>

Kroski, E. (2005). *The hive mind: Folksonomies and user-based tagging*. Saatavilla: <http://web20bp.com/13f1b6019/wp-content/uploads/2013/03/The-Hive-Mind-Folksonomies-2005.pdf>

Kruse, H. (2010). Local identity and independent music scenes, online and off. *Popular Music and Society*, 33(5), 625-639. Saatavilla: <http://hollykruse.com/PM%26SArticle2011.pdf>

Lamere, P. (2008). Social tagging and music information retrieval. *Journal of New Music Research*, 37(2), 101-114. Saatavilla: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.492.2457&rep=rep1&type=pdf>

Lampola, S. (1993). *Musiikillisen tiedon hankinta: Kahden musiikin harrastajaryhmän vertailua*. Tampere: Tampereen yliopisto.

Levy, M., & Sandler, M. (2009). Music information retrieval using social tags and audio. *IEEE Transactions on Multimedia*, 11(3), 383-395. Saatavilla: <https://ieeexplore-ieee-org.libproxy.tuni.fi/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=4802376>

Levy, M. & Sandler, M. (2007). A semantic space for music derived from social tags. *Austrian Computer Society (OCG)*. Saatavilla: http://ismir2007.ismir.net/proceedings/ISMIR2007_p411_levy.pdf

Luokitusopas kirjallisuutta varten: sovitelma Melvin Dewey'n kymmenjärjestelmästä. (1925). Porvoo.

Mai, J. (2011). Folksonomies and the new order: Authority in the digital disorder. *Knowledge Organization*, 38(2), 114-122.

Mattsson, J. T., Peltoniemi, M., & Parvinen, P. M. T. (2010). Genre-deviating artist entry: The role of authenticity and fuzziness. *Management Decision*, 48(9), 1355-1364. Saatavilla: <https://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/00251741011082107>

Morrison, J. (2013). Easy listening (2nd ed.) Oxford University Press. Saatavilla: <http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780195314281.001.0001/acref-9780195314281-e-2524>

Musiikkikirjastotoiminnan käsikirja (1986). Helsinki: Kirjastopalvelu.

Nanopoulos, A., Rafailidis, D., Symeonidis, P., & Manolopoulos, Y. (2010). MusicBox: Personalized music recommendation based on cubic analysis of social tags. IEEE Transactions on Audio, Speech, and Language Processing, 18(2), 407-412. Saatavilla: <http://delab.csd.auth.gr/~draf/papers/MusicBox.pdf>

Parviainen, E. (1964). Musiikkimateriaalin järjestäminen ja luetteloiminen. Teoksessa:

Piispanen, R. (toim.). Musiikkikirjasto-opas. Helsinki: Suomen kirjastoseura., 48–67.

Peters, I. (2009). Folksonomies: Indexing and retrieval in Web 2.0. Berlin: De Gruyter. Saatavilla: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/tampere/detail.action?docID=511906>

Piispanen, R. (toim.) (1964). Musiikkikirjasto-opas. Helsinki: Suomen kirjastoseura.

Poroila, H. (2014). Vaikea ja vielä vaikeampi musiikin sisällönkuvailu. Seminaariesitys. Helsinki: Kansalliskirjasto. Saatavilla: https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/102252/Sisa%CC%88llo%CC%88nkuva_iluseminaari_20141120_Poroila.pdf?sequence=2

Poroila, H., & Mäkelä, K. (1993). Musiikin luetteloiminen ja sisällönkuvailu. Helsinki: Suomen musiikkikirjastoyhdistys.

Sisario, B. (2011). On smartphone, artists follow their fans. International Herald Tribune. <https://libproxy.tuni.fi/login?url=https://search-proquest-com.libproxy.tuni.fi/docview/854730557?accountid=14242>. Viitattu 28.4.2019.

Smiraglia, R. P. & Pavlovsky, T. (1997). Describing music materials: A manual for descriptive cataloging of printed and recorded music, music videos, and archival music collections, for use with AACR 2 and APPM (3. ed, rev. and enl.). Lake Crystal (Minn.): Soldier Creek Press.

Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön koulutus rakenne [verkkójulkaisu]. ISSN=1799-4586. (2017). Helsinki: Tilastokeskus. http://www.stat.fi/til/vkour/2017/vkour_2017_2018-11-02_tie_001_fi.html. Viitattu: 22.4.2019.

Suominen, V., Saarti, J. & Tuomi, P. (2009). Bibliografinen valvonta: Johdatus luetteloinnin ja sisällönkuvailun menetelmiin. Helsinki: BTJ.

Tilastokeskus. (2017). Musiikin harrastaminen, 15 vuotta täyttäneet (1981, 1991, 2002, 2009, 2017) %. Tilastokeskuksen PX-Web-tietokannat. Tilastotaulukko. http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_eli_vpa_Kulttuuriharrastuks_et/statfin_vpa_pxt_076.px#_ga=2.127712911.383941208.1555878262-643189225.1555878262. Viitattu: 21.4.2019.

- Till, R. (2010). Pop cult: Religion and popular music. London: Continuum.
- Toiviainen, S. (1968). Suomalaisten musiikin harrastuksesta ja musiikkimausta. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Tozzi, J., Leiber, N., & Crise, S. (2011). The day after the music died. *Bloomberg Businessweek*, (4255), 59-61. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=cookie,ip,uid&db=bsh&AN=67346431&site=ehost-live&scope=site&authtype=sso&custid=s4778523>. Viitattu 8.1.2019.
- Tuomi, J. (2018). Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi (Uudistettu laitos.). Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Tuominen, K. (1992). Arkielämän tiedonhankinta. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Uljás, Y. (1935). Kuuluuko nuottikirjallisuus kansalaiskirjastoon? *KKL* 1935:7.
- Valli, R. (2018). Aineistonkeruu kyselylomakkeella. Teoksessa Raine Valli (toim.), *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1 - Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle* (4. ja 5., uudistettu painos). Jyväskylä: PS-kustannus.
- Vehkalahti, K. (2008). Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Tammi.
- Williams, J. P. (2006). Authentic identities: Straightedge subculture, music, and the internet. *Journal of Contemporary Ethnography*, 35(2), 173-200. Saatavilla: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0891241605285100>
- Vedenpää, V. (2018). Suurilla kansainvälisillä festivaaleilla pian puolet naisesiintyjä – Suomesta mukana ainoastaan Flow Festival: "Ei aivan ongelmattomaa". *Uutiskirjoitus*. Helsinki: Yle. <https://yle.fi/uutiset/3-103>. Viitattu 28.4.2019.

LIITTEET

Liite 1

Lista Bandcamp-artistisivun profiilinmuokkaustyökalun ehdottamista genreistä ja ohjeteksti 14.1.2019:

Acoustic
Alternative
Ambient
Audiobooks
Blues
Classical
Comedy
Country
Devotional
Electronic
Experimental
Folk
Funk
Hip-Hop/Rap
Jazz
Kids
Latin
Metal
Podcasts
PopPunk
R&B/Soul
Reggae
Rock
Soundtrack
Spoken Word
World

“Your genre selection determines where your music appears in [Bandcamp Discover](#). It's OK if you don't fit perfectly within one of these - just use the genre tag field, below, to provide more granularity.”

Liite 2

Verkkokyselylomake, jolla tutkielman aineisto kerättiin.

Taustatiedot

Ikä

- Alle 16 vuotta
- 16-19 vuotta
- 20-24 vuotta
- 25-29 vuotta
- 30-34 vuotta
- 35-39 vuotta
- 40-44 vuotta
- 45-49 vuotta
- 50-59 vuotta
- 60 vuotta tai yli

Sukupuoli

- Mies
- Nainen
- Muu
- En halua kertoa

Ylin suorittamasi koulutusaste tai ylin koulutusaste, jonka tutkintoa suoritat tällä hetkellä

- Perusaste (peruskoulu/keskikoulu/kansakoulu)
- Toinen aste (lukio / ammatillinen perustutkinto / opistotasoinen ammattikoulutus)
- Alempi korkea-aste (kandidaatin tutkinto / ammattikorkeakoulututkinto)
- Ylempi korkea-aste (maisterin tutkinto / ylempi AMK-tutkinto)
- Tutkijakoulutus (tohtorin tai lisensiaatin tutkinto)

Mikä seuraavista kuvaa sinua omasta mielestäsi parhaiten musiikintekijänä?

- Harrastelija
- Puoli-ammattilainen
- Ammattilainen

Halutessasi voit lyhyesti perustella vastaustasi edelliseen kysymykseen. (Vastaaminen ei

ole pakollista.) 

Tagien valinta

Tagit ovat tunnisteita, joita olet voinut halutessasi syöttää kuvaamaan musiikkiasi Bandcamp-artistisivullasi. Valitsemasi tagit näkyvät artistisivusi alareunassa. (ks. Kuva 1.)

Kuva 1.



Life In A Time Machine
by The Cleaners From Venus

Life In A Time Machine 00:00 / 02:55

CD-R
Compact Disc (CD) + Digital Album

CD-R
Compact Disc (CD) + Digital Album

Comes in a card case with artwork from Hilary Label. Includes a digital download of the album.

Includes unlimited streaming of Life In A Time Machine via the free Bandcamp app, plus high-quality download in MP3, FLAC and more. ships out within 3 days

Buy Compact Disc **£8** cash or more
Send as Gift

Digital Album
Streaming + Download

Includes unlimited streaming via the free Bandcamp app, plus high-quality download in MP3, FLAC and more.

Buy Digital Album **£6** cash
Send as Gift

1. Bohemia Road 03:21
2. Life In A Time Machine 02:55
3. Dandy On The Circle Line 03:20
4. The Children of Waterloo Square 03:19
5. Jackdaw Days 03:17
6. The Kensington Girl 03:30
7. Timothy Silverapoon 03:24
8. Dandelion Falling 03:03
9. Rainy Rose 03:24
10. Flash Your Lights 03:19
11. In A Courtyard 03:25
12. Let's Steal A Train 03:24

Made in 2018 on a Teacorn 8-track portastudio.

All songs written by Martin Newell who remains a keen amateur pop musician.

Thanks due to MW Records for track ordering, Johnny Vertigan at Karakasa for general ordering and Hilary Label for art and design.

Martin Newell may be examined in further detail on Facebook, Twitter, Instagram and all over the internet.

www.martinnewell.co.uk

released October 26, 2018

all rights reserved

Tags
pop diy indie jangle pop lo-fi power pop Wivertone

supported by

discography

contact / help

Contact The Cleaners From Venus

Streaming and Download help

Redeem code

Tällä hetkellä Bandcamp sallii artistien syöttää musiikkityylin ja sijainnin lisäksi viisi vapaavalintaista tagia musiikin kuvailuun. (ks. Kuva 2.)

Kuva 2.



HUOM! Ennen vapaavalintaisesti syötettävien tagien määrä oli suurempi. Jos tagien syöttämisestä on kulunut enemmän aikaa, artistisivullasi saattaa siis edelleen näkyä suurempi määrä syötettyjä tageja.

1. Kuinka paljon arvioisit olevan aikaa siitä, kun olet viimeksi syöttänyt tageja Bandcamp-artistisivullesi?

- Alle vuosi
- 1-2 vuotta
- 3-4 vuotta
- Yli 5 vuotta

2. Kuinka paljon arvioisit käyttäneesi aikaa tagien valitsemiseen bandcamp-artistisivullasi suurin piirtein?

- 5 minuuttia
- 15 minuuttia
- 30 minuuttia
- Tunnin
- Useita tunteja

3. Kuinka monta vapaavalintaista tagia olet musiikkisi kuvailemiseen käyttänyt?

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4

5 (tai enemmän sen ollessa aiemmin mahdollista)

4. Onko viisi vapaavalintaista tagia sinulle riittävä määrä musiikkisi kuvailemiseen?

Kyllä

Ei

Jos vastasit edelliseen kysymykseen "Ei", mikä olisi sinulle riittävä määrä? (esim. 12)

5. Pitäisikö viisi vapaavalintaista tagia olla mielestäsi kaikille artisteille riittävä määrä musiikkinsa kuvailemiseen?

Kyllä

Ei

Jos vastasit edelliseen kysymykseen "Ei", minkä pitäisi olla mielestäsi kaikille artisteille

riittävä määrä?

6. Merkitse lähteet, joita olet käyttänyt apunasi tagien valinnassa

Muut Bandcamp-artistisivut

Tagit muissa musiikkipalveluissa (esim. Last.fm tai Soundcloud)

Henkilölähteet (muut muusikot, tuttavat, läheiset ym.)

Musiikin asiasanastot

Muut asiasanastot

Jokin muu käyttämäsi lähde

Jokin muu käyttämäsi lähde, mikä?

7. Oletko vaihtanut valitsemiasi tageja ensimmäisen syöttökerran jälkeen?

Kyllä

En

8. Miksi olet vaihtanut tageja? Mikä siihen innoitti? (Voit ohittaa kysymyksen, jos vastasit

edelliseen kohtaan "En".)

A screenshot of a text input field. The field is empty and has a light gray border. To the right of the field are three small square buttons with upward, downward, and leftward arrows. Below the field is a horizontal scrollbar with a left arrow, a right arrow, and a central slider.

Tagien kategoriat

Jos mahdollista, avaa Bandcamp-artistisivusi toiseen selainikkunaan ja tarkastele valitsemiasi tageja.

Verkko-osoite Bandcamp-palvelun etusivulle: <https://bandcamp.com/>

9. Merkitse kaikki kategoriat, jonka mukaisia tageja olet syöttänyt artistisivullesi

Lokaatio (esim. Tampere, Helsinki, Joensuu, Finland)

Esityskieli (esim. English, Japanese, Hebrew)

Musiikkityyli (esim. folk, hip-hop, electronic, rock, jazz, metal, classical, country)

Alagenre (esim. acid jazz, witch house, krautrock, black metal)

Historiallisuus (esim. 60s pop, 70s disco, 00s)

Kansallinen / etninen tausta (esim. Finnish, Spanish, Australian, African American)

Musiikin fyysiset ominaisuudet / soitinnus (esim. instrumental, acoustic, lo-fi, electronic, cello, female vocals)

Musiikin subjektiivinen kokemus / "mood" (esim. happy, sad, depressive, angry, hope, alone, melancholic, weird)

Musiikin arkinen/juhlallinen funktio (esim. workout music, relaxation, party, background music, wedding)

Samankaltaiset artistit tai artistit, joilta musiikki on saanut vaikutteita (esim. jj cale, ramones, eminem, pj harvey)

Musiikin julkaisijat (esim. svart records, ekstro, creepy crawl, helmi levyt, kill rock stars)

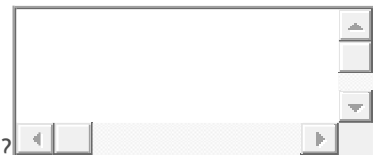
Musiikin kulttuurinen / ideologinen tehtävä tai luonne (esim. diy, political, feminism, free speech)

Uskonnollinen tai filosofinen vakaumus (esim. christian, atheist, rastafari, satanism)

Lifestyle/elämäntavat (esim. spiritual, drugs, straight edge, devil worship)

Itse luomasi tagiyhdistelmät / "nonsense" (esim. mikkelicore, nihilist madonna, only dorks could listen to this)

10. Miksi olet valinnut tageja merkitsemistäsi kategorioista?



Tagien valinnan motiivit

11. Oletko tageja valitsemalla yrittänyt parantaa musiikkisi löydettävyyttä?

- Kyllä
- En

12. Oletko tageja valitsemalla yrittänyt tavoittaa lisää kuuntelijoita?

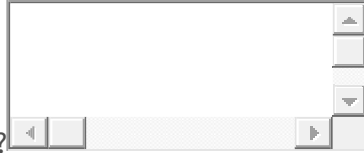
- Kyllä
- En

13. Oletko yrittänyt houkutella lisää kuuntelijoita valitsemalla tietoisesti tageja, jotka eivät tosiasiaa parhaiten kuvaile musiikkiasi? Miten? (esim. suosittujen tai

trendikkäiden alagenrenimien tai artistien nimien käyttö tageina ym.)



14. Oletko tavoitellut tagien valinnassa jotain tietynlaista estetiikkaa? (esim. minimalistinen ulkoasu, yhtenäinen tyyli, huolimaton vaikutelma, huumori tms.)



Minkälaista ja miksi?

Tagien valinnan arviointi

15. Kuinka paljon uskot Bandcamp-artistisivulle valituilla tageilla olevan merkitystä musiikin löydettävyyden kannalta?

- Paljon
- Jonkin verran
- Vähän
- Ei ollenkaan
- En osaa sanoa

16. Kuinka paljon uskot valituilla tageilla olevan merkitystä potentiaalisten kuuntelijoiden tavoittamisen kannalta?

- Paljon
- Jonkin verran
- Vähän
- Ei ollenkaan
- En osaa sanoa

17. Kuinka hyvin uskot valitsemiesi tagien kuvaavan musiikkiasi potentiaalisten kuuntelijoidesi mielestä?

- Hyvin
- Melko hyvin
- Melko huonosti
- Huonosti

En osaa sanoa

18. Osaatko mielestäsi valita parhaat tagit omiin tavoitteisiisi nähden? (paras löydettävyys, tavoiteltu estetiikka tms.)

Osaan

Luultavasti osaan

Luultavasti en osaa

En osaa

En osaa sanoa

19. Tähän kyselyyn vastatessasi olet tarkastellut Bandcamp-artistisivusi tageja. Onko tarkastelu motivoinut valitsemaan tageja uudelleen?

Kyllä on

Ei ole

En osaa sanoa

Lopuksi

20. Vapaa sana, ole hyvä. Tähän kenttään voit halutessasi jättää palautetta koskien kyselyä tai kertoa ajatuksista, joita kyselyyn vastaaminen sinussa herätti.