

Edited by: Timo Bredenberg & Juha Suonpää

FAAO

Taiteen digitaaliset toimintaympäristöt

2018



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020

FAQ - Taiteen digitaaliset toimintaympäristöt

Timo Bredenberg & Juha Suonpää (toim.)

Tampereen ammattikorkeakoulun julkaisuja. Sarja B. Raportteja 105.

ISSN 1456-002X

ISBN 978-952-7266-07-6(PDF)

© Tampereen ammattikorkeakoulu ja tekijät

Graphic Design: Jonathan Keogh

Tampereen ammattikorkeakoulu

Tampere 2018

Taide•ART

Taiteilijan ansaintamallit, roolit ja toimeentulo

TURKU AMK 
TURKU UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES

LAPIN AMK 
Lapland University of Applied Sciences

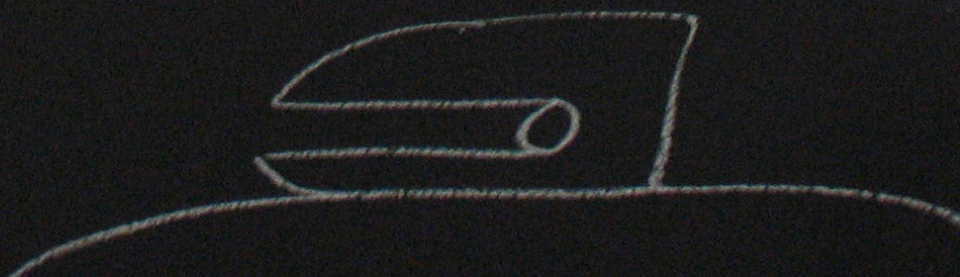
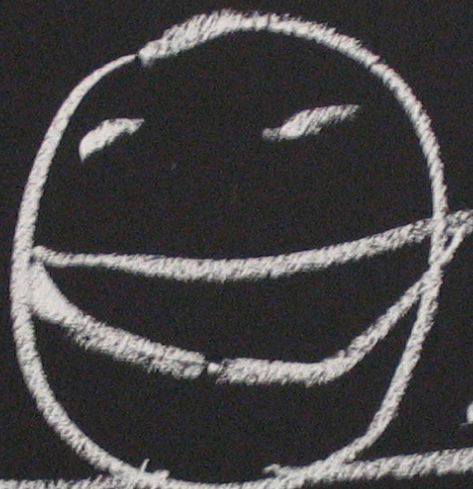
samk 

 **Saimaan**
ammattikorkeakoulu

NOVIA
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

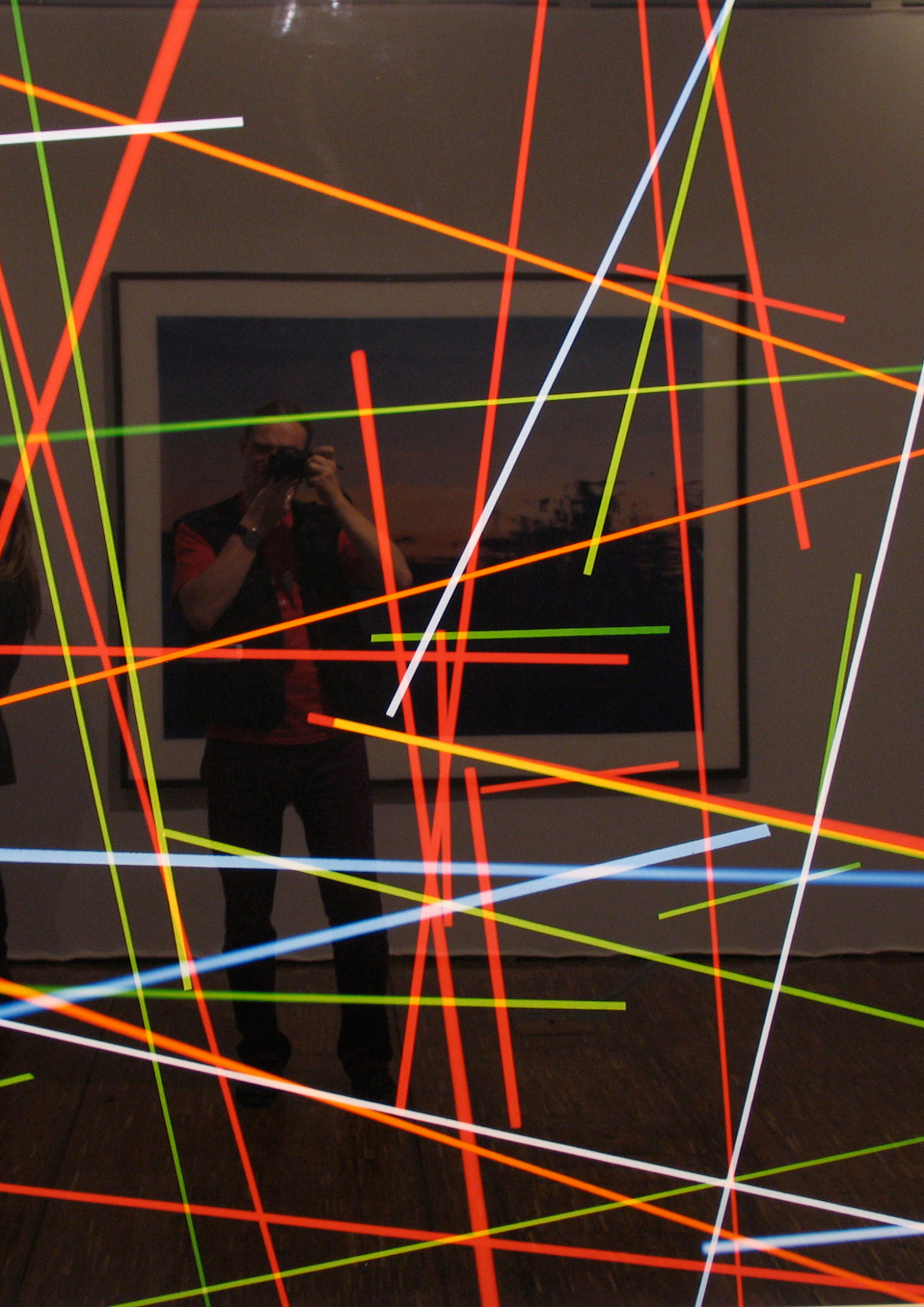

TAMPERE UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES

GROUP
SHOW



Sisällys

1. Juha Suonpää: Taiteen toimintaympäristöt
 2. Timo Bredenberg: Digitaalisen taiteen levitysalustat verkossa
 3. Ismo Luukkonen: Taide digitaalisessa murroksessa
 4. Peppi Reenkola: Superme - teosprosessi verkkopalveluissa
 5. Mikko Silvennoinen: Tärähtäneet ämmät
 6. Lavinia Colzani: Art and Branding
 7. Sanni Saari: International Art Collaborations
 8. Anitra Arkko-Saukkonen: Innovaatioita verkossa
 9. Khalid Imran & Hironori Yokochi: Planning artistic methods for immigrants
 10. Tomi Kuusimäki & Saija Mustaniemi: Digitalisaatio maaseudulla
 11. Marianne Viinikainen: Taide palveluna
 12. Janne Tauriainen: Musiikin digitaalinen jakelu
 13. Eva Forsman: What Entrepreneurship Means in Art?
-



1.

Taiteen toimintaympäristöt

Juha Suonpää,
Tampereen ammattikorkeakoulu

Kaadoin termospullosta teetä keväisenä aamuna Tampereen Keskustorilla. Jalustalla oleva laserskanneri pyöri vinhasti ympyrää ja keilasi massiivista datatiedostoa tallentaen torin yksityiskohdat millintarkasti aina 300 metrin etäisyyteen asti. Taideteos ei kuitenkaan ollut vielä valmis. Digitaalinen pistepilvidata siirrettiin videomuotoon, johon upotettiin sata vuotta vanhojen lasinegatiivien esittämiä mustavalkokuvia Suomen sisällissodan ajalta. Äänimaiseman sävelsivät Yhdysvalloissa Montanan osavaltiossa asuva improvisaatiosellisti ja meksikolainen taidemaalari. Kolmikanavainen videoinstallaatio sai maailman ensi-iltansa Tampereen taidemuseossa kansainvälisillä Backlight-festivaaleilla syksyllä 2017.

Edellä kuvatun IBIDEM- videoinstallaatioteoksen tuotantoprosessiin kuului "taiteilua" erilaisten toimijoiden ja asiantuntijoiden välillä. Koska työryhmämme oli kansainvälinen, työskentelimme pilvessä. Teoksen työversiota muokattiin verkkoympäristössä, jossa tekniikoiden, näkemysten, osaamisten ja aikataulujen yhdisteleminen vaati minulta uudentyypistä osaamista, joka ei noudattanut perinteisen taiteilijamyynnin kaavaa. Yksin ateljeessaan työskentelevän taiteilijakuvan sijasta teos määrittäi taiteilijaidentiteettiäni työryhmän toimivuuden kokonaisuutena.

Edellä esitetty esimerkki havainnollistaa taiteilijan nykykuvaa, jossa digitaalisuus on sekä luonnollinen osa taiteilijan työskentely-ympäristöä että taiteilijan identiteetin keskeinen määrittäjä. Digitaaliset tuotanto-, palvelu- ja jakelualustat mahdollistavat uudet ilmaisumuodot ja määrittävät taiteen vastaanottoa, levitystä ja markkinoita. Esimerkiksi musiikin alalla äänitteiden myynti ei enää välttämättä noudata musiikin alalla aiemmin vallinneita käytäntöjä. Perinteisten levyfirmojen hegemonia on ohi ja nähtäväksi jää miten käy taidegallerioille tulevaisuudessa, kun yhä enemmän visuaalista taidetta voidaan ihailta virtuaalisesti netissä. Muuttuvat tuotantomaailmat avaavat nuorille taiteilijoille uudet mahdollisuudet

erottautumiseen ja oman nimen rakentamiseen eli brändäämiseen kuten businessmaailmassa puhutaan.

Toisaalta digitaalisuus aukaisee kilpailukentän koko maapallon laajuiseksi: sinne myös katoaa helposti.

Digitaalisuuden haastaessa taiteen tekijöiden osaamistarpeita ja taiteen vastaanoton kulutuskäytäntöjä, kansallinen taiteen rahoitusmalli on muuttunut. Kun opiskelin 1980-1990-lukujen vaihteessa valokuvataidetta Taideteollisessa korkeakoulussa, haave kansallisten apurahojen varassa elävästä ammattitaiteilijasta oli opiskelijoiden joukossa vallitseva tulevaisuudenkuva. 2000-luvulla eletään tilanteessa, jossa taiteilijoiden välinen kilpailu on ennen näkemättömän kovaa rajallisilla apurahamarkkinoilla.

Taiteen itseisarvoa korostettaessa taide tunnustetaan taiteeksi ikään kuin sellaisenaan eikä teosten tarvitse tämän katsannon mukaan lähtökohtaisesti soveltua muihin käyttötarkoituksiin. Taiteen itseisarvon määrittelyn rinnalle on noussut parin viime vuosikymmenen aikana soveltavan taiteen tavoite, jonka mukaan taiteen tehtäväksi määrittyy aiempaa enemmän asiakaslähtöisyys ja kuluttajan eli usein myös taiteen maksajan näkökulma. Kärjistetyimmillään muuttuneessa tilanteessa syntyy taiteen arvon määrittelyn eräänlainen paradoksaalinen umpikuja, jossa yhtäältä taiteena tunnustettu itseisarvoinen taide nähdään hyödyttömänä toisaalta soveltava taide sitä vähempiarvoisena.

Koska onneksi monitulkintaiset taiteen teot ja teokset eivät määri pelkästään joko itseisarvoisena tai sovellettuna taiteena, syntyy kiinnostavia mahdollisuuksia tarjoava taiteen määrittelyn välimaasto, jossa digitaalisuudella on roolinsa. Taidekoulutuksen perinteisesti tarjoamaa taiteilijälähtöistä ajattelumallia unohtamatta voidaan digitaalisuuden synnyttämässä murroksessa nähdä myös uusia mahdollisuuksia sekä yleisöjen löytämiseksi taiteen ilmaisumuotojen muuttuessa että taideidentiteettiä vahvistavien uusien ansaintamallien luomiseksi.

Tässä julkaisussa pohditaan digitaalisuuden myötä liikkuvaa taiteen luonnetta ja sen myötä rakentuvia taiteilijan rooleja ja ansaintamalleja. Yksi keskeisistä muutoksista liittyy digitaalisiin verkkoympäristöihin. Koska ainakin toistaiseksi verkossa tapahtuva taiteen esittäminen rajaa vielä pois koko joukon aistimaailmamme

mahdollisuuksista, taiteilijan on syytä tunnistaa yhtäältä verkon tarjoamat mahdollisuudet ja toisaalta sen rajoitukset. Taidemuseossa tai konsertissa esitetyn originaalin taideteoksen synnyttämä uniikkisuuteen perustuva taidekokemus ei sellaisenaan toistu verkkoympäristössä, vaikka se teoriassa tarjoaakin maailmanlaajuisen yleisön, näkyvyyden ja levitysmahdollisuuden. Asetelma paljastaa yhden digitaalisten toimintaympäristöjen monista reunaehdoista. Vaikka digitalisuus tarjoaa rajattoman levityksen ja yleisön, vain osa taiteesta soveltuu sellaisenaan verkkoon.

Taiteilijan tulee tunnistaa verkkoon soveltuvan taiteen muoto ja levitysalustoihin liittyvä sopimustekniikka sekä lisensointi. Netin avulla tapahtuviin tilauksiin ja esimerkiksi mikromaksuihin perustuva rahaliikenne samoin kuin verkon tarjoamat rahoitusmallit taideteosten rahoittamiseksi ovat osa digiympäristöissä liikkuvan taiteilijan ansaintamallien osaamista. Verkkoihin tehdyn ja verkon ehdoilla aikaan saatetun taiteen tuotanto rinnastuu yrittäjyyteen ja siihen luonnollisesti liittyviin taloudellisiin riskeihin. Taiteilijan ansainnan kokonaiskuvassa verkkoympäristöjen rinnalle muodostuvalla julkisrahoituksen osuudella, esimerkiksi apurahoilla on kuitenkin myös paikkansa. Taiteilija on taiteilija vain silloin, jos hänet tunnustetaan osaksi taidemaailmaa, jossa on omat mekanisminsa (Bourdieu 1984). Taiteen kentällä kerätään niin sanottua symbolista pääomaa, joka karttuu toisinaan jopa taloudellisesti "huonoilla" sijoituksilla. Toisin sanoen taloudellisesti "älytön" verkkoympäristöön tehty taideprojekti, voi tulla huomatuksi taiteen ilmaisukeinojen uudistajana kerryttäen siten niin sanottua symbolista pääomaa, joka muuntaa taiteen vähitellen myös taloudelliseksi pääomaksi. Tämä näyttäytyy taidepuheessa eräänlaisena "tulovastuuttomuutena", jolla on lopulta kuitenkin taloudelliset tarkoitusperänsä.

Digitaalisten toimintaympäristöjen rajoittamattomuus synnyttää uusia taiteen kohderyhmiä ja häivyttää rajaa korkean ja matalan kulttuurin välillä. Jakelun helpottuessa ja saatavuuden parantuessa taiteen yleisöpohja voi laajentua, kun esimerkiksi musiikkia voi ladata ja ostaa rajattomasti digitaalisista jakelupalveluista. Samalla taiteilijan rooli tosin muuttuu. Pelkkä jakelu ei takaa tuotteen menestystä ja taiteilija tarvitsee edelleen markkinointia. Aiemmin levy-yhtiöiden vastuulla ollut artistien esittelyn ja markkinoinnin rinnalle on syntynyt digitaalisia promootiopalveluita, joista taiteilijan on osattava valita itselleen sopiva. Artistien lukumäärän kasvaessa ja jakelun helpottuessa, taiteilijan markkinointiosaaminen on noussut aiempaa tärkeämmäksi taidoksi.

Taiteilijan osaamistarpeet laajenevat siis mahdollisuuksien kasvaessa ja välineiden digitalisoituessa. Kiihtyvä virtuaalisten esittämismenetelmien tekninen muutos muuttaa taiteen välineellisiä suhteita. Tulevaisuudessa esimerkiksi videotaitteen nykyiset kaksiulotteiset esittämistavat jäänevät ainakin osittain virtuaalisen 3D:n jalkoihin. Taiteilijoiden osaamistarpeiden näkökulmasta digitekniikan muutosvauhti on kiivasta ja investointeja vaativat laiteinvestoinnit – opetussuunnitelmista puhumattakaan saattavat laahata kehityksen jäljessä. Koska myös digitaalisten taiteellisten toimintaympäristöjen soveltaminen edellyttää perinteisen taidekoulutuksen tapaan taitojen oppimista, on joistain perinteisesti taiteeksi tunnustettavista koulutuksen osa-alueista luovuttava taloudellisista ja ajallisista syistä, jotta digitalisoituneet taiteelliset ilmaisumuodot saadaan mahtumaan neljän vuoden koulutuskokonaisuuteen.

Nuoremmalle sukupolvelle digitaalisuus näyttyy itsestään selvyytenä. Vanhemmalle taiteilijapolvelle puolestaan muutoksena, jopa uhkakuvana. Tällöin ”perinteinen” ja ”digitaalinen” rakentuvat toistensa vastakohtiksi, mikä on omiaan jakamaan nykytaiteen kenttää. Kun digitaalisuus asettuu eräänlaiseksi vedenjakajaksi vanhemman ja nuoremman taiteilijapolven välille, kahtiajakautunut asetelma on omiaan heikentämään nykytaiteen rakentavaa muutosta. Digitaalisten ilmaisumuotojen hyödyntäminen taiteen tekemisessä on kuitenkin uudistumisen välttämättömyys, koska kriittinen ajattelu kehittyy tekemällä, kokeilemalla ja digitaalisuuden mahdollisuuksia testaamalla. Digitalisaatio ei ole kuitenkaan lähtökohtaisesti viaton tai itsestään selvä positiivinen konstruktio. Digitaaliseen todellisuuteen kuuluu sosiaalisen median hyödyntäminen ja sen myötä myös mielipidemaniipulaatio, valeuutiset, trollaus ja rakenteellinen väkivalta esimerkiksi sosiaalisen pelon levittäjänä. Tosin ajankohtaisuudessaan nekin ovat tärkeitä aiheita nykytaiteilijoille.

Tulevaisuuden taiteentekijöiden on yhtäältä muututtava nykyajan ehdoilla ja valittava ajankohtaiset aiheensa. Lisäksi taiteen koulutuksen on liikuttava ajan hermolla. Tampereen ammattikorkeakoulussa on uudistettu kuvataiteen koulutusta reippaalla kädellä. Vuonna 2014 taideopetus muuttui täysin kansainväliseksi ja kuvataide yhdistettiin osaksi suurempaa Media & Arts -koulutusohjelmaa. Opetussuunnitelmassa mahdollistetaan opiskelijan vapaa liikkuminen eri opintopolkujen: musiikin, interaktiivisen median, pelisuunnittelun ja kuvataiteen välillä.

Aiemmin perinteisen kuvataiteen taideopetuksen pohjana olleet grafiikan, veistotaiteen, piirustuksen ja maalauksen kaltaisten laajojen perusopintojen määrää on vähennetty ja tilalle on suunniteltu eri opintopolkujen tarjoamia puolen vuoden mittaisia opintokokonaisuuksia (30 op), joista opiskelija kokoaa itselleen sopivan henkilökohtaisen opintosuunnitelman neljän vuoden mittaisia opintojaan varten. Näin ollen opintojen alussa kuvataiteen polkuun valituille opiskelijoille muodostuu erilaisia yksilöllisiä osaamisia. Tulevaisuuden taiteilijan identiteettejä voivat olla jatkossa toistaiseksi vielä muotoansa hakevat kuvataiteilijaidentiteetit: peli-, pistepilvi-, 3D- ja virtuaalitaiteilijuus.

TaideART

Vaikka digitaaliset toimintaympäristöt ovat arkipäiväinen ja luonnollinen osa nykytodellisuuttamme, taiteilijoiden ansainnan näkökulmasta liikutaan uudella ja vanhat käytännöt haastavalla alueella. Käsillä oleva taiteilijoiden uusia ansaintamalleja ja rooleja käsittelevä julkaisu on syntynyt suomalaisten kuvataidekoulujen yhteisen TaideART- hankkeen yhtenä tuloksena. Reilut kaksi vuotta kestäneen EU-rahoitteisen projektin aikana kartoitettiin, kehitettiin ja koottiin yhteen digitaalisen toimintaympäristön uusia toimintamalleja yhteensä kuuden eri ammattikorkeakoulun toimesta. Tähän artikkeliin on koottu hankkeen työpa-joihin osallistuneiden asiantuntijoiden, opettajien ja opiskelijoiden ajankohtaisia kokemuksia ja kommentteja muuttuvalta taiteen kentältä. Julkaisun vierasperäin-en nimilyhenne FAQ viittaa sekä nykytaiteen kansainvälisiin toimintaympäristöihin että digitaalisuutta koskeviin usein kysytyihin kysymyksiin (Frequently Asked Questions).

Mediataiteilija Timo Bredenberg (TaM) luo katsauksen digitaalisissa toimintaympäristöissä tuotettuun taiteen nykytilaan ja nostaa esiin konkreettisia esimerkkejä internetin tarjoamista mahdollisuuksista, jotka soveltuvat digitaalisen taiteen tekemiseen ja jakamiseen. Nuorella nykytaiteilijalla on käytössään huomattava joukko ennen näkemättömiä verkkopalveluita, jotka rakentavat aiempaan nähden erilaisia nykytaiteilijan ansaintamalleja. Digitaaliset esitysmuodot synnyttävät uusia taiteilijan osaamishaasteita, joista taideteosten immateriaalien oikeuksien hallinta näyttyy erityisen tärkeänä osaamisalueena. Digitaaliset esitysalustat vaikuttavat olennaisesti myös sekä taiteen sisältöihin että taiteen yleisösuhte-

seen. Taide on helpommin saavutettavaa kuin ennen. Toisinaan se mahtuu jokaisen taskuun mobiililaitteen mahdollistamana.

Lehtori Ismo Luukkosen (TaT) mukaan digitaalisuuden hyödyntäminen kehittyi taiteen kentällä vähitellen tekniikoiden ja olosuhteiden muuttuessa. Kyseessä on eräänlainen jatkuva taiteen tekemisen välineiden evoluutioprosessi, joka reagoi ajankohtaisiin teemoihin ja tuottaa puheenvuoroja yhteiskunnalliseen arvokeskusteluun. Digitaalisissa toiminta- ja esittämisympäristöissä on vähitellen kehittymässä omansalaista taideilmaisua, jota ei voi toistaa analogisesti. Toisin sanoen digitaalisessa maailmassa nettisivut ja virtuaaliset teknologiat synnyttävät aivan uudentyyppisiä "maalauksia" ja taideteoksia, joilla ei ole mekaanista tai fysikaalista vastinetta. Kuvataiteilija (AMK) Peppi Reenkola esittelee artikkelissaan tapoja, joilla nykytaiteilija liikkuu luontevasti verkkoympäristöissä. Netti toimii taiteilijan inspiraation- ja tiedon lähteenä, erilaisten ilmaisupalvelujen tarjoajana ja julkaisualustana. Nuorelle kuvataiteilijalle netin verkostot tarjoavat uusia mahdollisuuksia kansainvälistymiseen kuten kuvataiteilija (AMK) Sanni Saari artikkelissaan toteaa. Kansainvälisten yhteistyöprojektien alkuvaiheessa tarvitaan selkeitä ja sovittuja kulttuurisia ja teknisiä käytäntöjä, jotta etäkommunikaatio esimerkiksi videoneuvotteluista ja -keskusteluista kehkeytyy hedelmällisiä vuorovaikutustilanteita. Globaalissa toimintaympäristössä avainasemassa ovat avoin tiedonkulku, saavutettavuus ja kulttuurierojen huomioiminen, jotta kielikyynykistä ei muodostu este luovalle innovaatiolle. Immateriaalioikeuksien hallinta ja niistä sopiminen korostuvat verkkoympäristöissä, joissa toimitaan jopa eri maiden lainsäädäntöjen piirissä. Verkko yhteistyö edellyttää myös yhteisöllisten arvojen määrittelyä. Yksilökeskeinen ideoitaa panttaava taiteilija ei menesty verkko yhteistyössä.

Sosiaalisen median avulla tehty aktiivinen vuorovaikutus taiteilijoiden ja yleisön välillä mahdollistaa yhteiskunnallisten puheenvuorojen syntymisen ja sosiaalisten kysymysten tarkastelemisen taiteen keinoin. Kuvataiteilija (AMK) Mikko Silvennoinen esittelee artikkelissaan Tärähtäneet ämmät-taiteilijakaksikon taideprojekteja, joissa verkkonäkyvyyden avulla nostetaan esiin aiemmin marginaaliin jääneitä sosiaalista epätasa-arvoa tuottavia yhteiskunnallisia ilmiöitä. Perinteisen taidenäyttelyn rinnalle muodostuu keskeiseen asemaan projektin synnyttämä verkko yhteisö ja julkisuuden myötä rakentuva fanien joukko, joka seuraa, kommentoi ja ostaa taideprojektien myötä syntyviä taidetuotteita.

Perinteisten teosten tuottamisen rinnalla taiteen ansaintalogiikkaa voidaan tarkastella myös palveluna, jotka syntyvät tyypillisesti yksittäisen taiteilijan puurtamisen sijaan tiimityöskentelyn avulla. Taiteilijan tärkeäksi osaamisiksi muodostuu sekä sosiaaliset taidot että taiteilijan kyky asettua katsojan tai kokijan rooliin taiteen vastaanottajana. Tämä käy ilmi Marianne Viinikaisen (KTM) artikkelista, jossa haastatellaan pitkän linjan yrittäjää ja hänen kokemuksiaan erilaisten luovien palvelujen tuottajana. Toisin kuin monitulkintaisen nykytaiteen äärellä, liiketalouden logiikassa selkeys synnyttää lisäarvon, jonka havaitsemiseksi tarvitaan asiakaskokemuksen analyysiä. Taiteellinen kriittinen toisin näkeminen soveltuu yritysten toiminnan luovaan kehittämiseen. Erilaisista innovaatioprosessimalleista Anitra Arkko-Saukkonen (TaM) esittelee verkkoympäristöön kehitetyn Creative Steps -mallin, jossa hyödynnetään taideopiskelijoiden luovaa ajattelua yritystoiminnan innovaatioiden kehittämisessä. Tampereen ammattikorkeakoulun kansainvälisen Media & Arts -koulutusohjelman opiskelijat Kahlid Imran ja Hironori Yokochi esittelevät puolestaan verkkoon suunniteltua Art Integration -verkkopalvelumallia, joka edesauttaa maahanmuuttajien kotoutumista taiteen keinoin. Haasteellisen suomen kielen opiskeluun liittyvää turhautuista voidaan purkaa taiteellisia ilmaisumetodeja hyödyntämällä, jolloin vuorovaikutus ja ymmärrys erilaisten kielellisten kulttuurien välillä kurotaan umpeen verkkopalveluna kehitetyn "taiteellisen kielen" avulla.

Taiteen tekemisen ja esittämisen prosesseissa paikalla on sijansa. Suuriin metropoleihin keskittyvä taide saa eniten huomiota ja taiteen kentän käytännöt määrittyvät tämän mukaan. Toisaalta digitaaliset verkkoympäristöt mahdollistavat keskuksista tarkastellen myös syrjäisiin paikkoihin sijoitetun taiteen uuden tyyppisen esilletulon. Kuvataiteilija (AMK) Saija Mustaniemi ja tradenomi (ylempi AMK) Tomi Kuusimäki nostavat artikkelissaan esiin verkkoympäristössä esitetyn maaseututaiteen mahdollisuuden haastaa taiteen vastaanottoa, olemusta ja määritelmää taiteen tapahtumapaikkana.

Taiteen tekemiseen liittyvän yrittäjyyden korostamisesta puhuttaessa tulee tutkija Eva Forsmanin (TaM) mukaan suhtautua myös kriittisesti. Kun painotetaan liiketaloudellista retoriikkaa, moni taiteilija lukeutuu pois taloudellisen menestysyrittäjyyden määritelmän piiristä. Yrittäjyyden kapea määritelmä redusoi taiteilijan markkinoille tuotteitaan myyväksi yrittäjäksi, jota puhe taide- tai kulttuuriyrittä-

yydestä korostaa. Forsmanin mukaan yrittäjyyttä on syytä tarkastella myös niin sanotun laajan yrittäjyyden määritelmän näkökulmasta, jolloin taide voidaan nähdä yhteiskunnallisesti sellaisenaan tärkeänä "tuotteena". Forsman toteaa, että taidekoulutuksessa esitellään yrittäjyyden määritelmä usein turhan kapeasta näkökulmasta.

Lehtori Janne Tauriainen (TaM) käsittelee artikkelissaan digitaalisuuden synnyttämiä rakenteellisia muutoksia, jotka liittyvät musiikin digitaalisiin tuotantorakenteisiin ja nykyiseen ansaintalogiikkaan. Aiempaan nähden artistin on mahdollista saada teoksensa julkaistuksi netissä helpommin kuin koskaan ennen, mutta samalla näkyvyyden tuottamisesta ja verkkoympäristön hallinnasta on muodostunut osa taiteilijaosaamista. Tämä käy ilmi myös Lavinia Colzanin (BCA) artikkelista, jossa pohditaan nuoren taiteilijan näkökulmasta avautuneita sosiaalisen median mahdollisuuksia oman taiteilijauran rakentumisessa.

Tässä julkaisussa kirjoittajat nostavat esiin taiteen kentän toimintaympäristön muutoksen, jossa erityisesti digitaalisuus luo uusia mahdollisuuksia, mutta myös ehtoja tulevaisuuden kuvataiteilijuudelle. Kuvataiteen ammattirooli ja osaamistarpeet muuttuvat, ja taiteilija sen mukana. Cuporen vuonna 2013 julkaisemassa selvityksessä kyselyyn vastanneiden kuvataiteilijoiden vastauksissa korostuu paine taiteellisen osaamisen laajentamiseksi (Herranen, Houni & Karttunen 2013). Muutos on siis haaste, joka herättää koko joukon uusia kysymyksiä, joita on seuraavaksi syytä tarkastella lähemmin.

Lähteet:

Bourdieu, Pierre (1984) *Distinction : a social critique of the judgement of taste*. Alkup. *La Distinction: critique sociale du jugement*. Cambridge, Massachusetts : Harvard University Press.

Herranen, Kaisa & Houni Pia & Sari Karttunen (2013). Pitäisi laajentaa työalansa. Kuvataiteilijan ammattirooli ja osaamistarpeet tulevaisuuden työelämässä. Cuporen julkaisuja 21.



2.

Digitaalisen taiteen levitysalustat verkossa

Timo Bredenberg
Tampereen ammattikorkeakoulu

Johdanto

Verkossa on useita digitaaliselle taiteelle, verkkotaiteelle ja mediataiteelle suunnattuja alustoja: suoratoistopalveluita, online-gallerioita, nettiresidenssejä ja virtuaalimaailmoja. On syntynyt myös verkkotaiteen kokoelmia, joita kuraoidaan ja ylläpidetään kuten fyysisen maailman kokoelmia. Esimerkiksi Rhizomen Net Art Anthology on keskittynyt verkkotaiteen historian taltioimiseen. Museot ja galleriat ovat digitaalisten taidemuotojen parissa työskentelevälle vain yksi esityspaikka muiden joukossa.

Tämä artikkeli tarkastelee verkkoalustojen ja verkon luomia mahdollisuuksia ansainnalle erityisesti verkossa työskentelevän uusmediataiteilijan näkökulmasta. Millä tavoin verkossa voi levittää digitaalisessa muodossa olevaa taidetta? Millä tavoin verkossa leviävällä taiteella voisi ansaita? Tarkastelen erityisesti taide ja -kulttuurialoille suunnattuja verkkoalustoja, joissa digitaalinen jakelu ja lisensointi nivoutuvat yhteen. Lisäksi nostan esille kaksi verkon mahdollistamaa rahoitustapaa: joukkorahoituksen ja mikromaksut. Aihealue on rajauksesta huolimatta varsin laaja. Niinpä esimerkiksi tuotelisensointi ja fyysisten tuotteiden verkkokauppa jäävät tarkastelun ulkopuolelle. Aiheesta on saatavilla tietoa mm. Heikki Laanisen opinnäytetyössä Taidelisensointi - Kaupallisuutta taiteen takana?

Verkkoon ja muihin digitaalisiin ympäristöihin siirtyessään taiteen tuotantorakenteissa ja yleisösuhteessa on tapahtunut useita muutoksia. Esittelemäni taiteen verkkoalustat vaikuttavat olennaisesti taiteen sisältöihin jo esityskontekstinsa vuoksi. Teoksen kokeminen museon puolijulkisessa tilassa on toisenlainen kokemus kuin teoksen katsominen älypuhelimien näytöltä kotisohvalla löhöillessä. Esityskonteksti muuttuu mobiililaitteen kulkiessa käyttäjänsä mukana.

Mahdollinen rahoituksen muuttuminen asiantuntijalautakuntien arviointiin pohjautuvasta apurahajärjestelmästä joukkorahoituksen tai suoratoistopalveluiden yleisöltä kerättäviin maksuihin vaikuttaa todennäköisesti myös sisältöihin. Marginaalista verkkotaidetta soisi rahoitettavan aiempaa enemmän myös apurahoilla, vaikka verkkoalustat mahdollistavatkin taiteen esittämisen ja myymisen yleisöille pienillä välityskustannuksilla (etenkin jos tilannetta verrataan galleriamyyntiin).

Ansainnan kannalta digitaalisen tai digitaaliseen muotoon muunnetun taiteen merkittävä mahdollisuus on siirtyminen perinteisistä pienistä editioista rajattomiin kopioihin. Rajatut editiot syntyivät painotekniikan rajoitteista (painolaatan laatu heikkeni käytettäessä) mutta myöhemmin siitä tuli keinotekoinen menetelmä ylläpitää taiteen ainutlaatuisuuden auraa ja sen myötä korkeaa hintaa. Rajattomien editioiden mahdollistama ansaintalogiikka on toki kulkenut mukana taiteen historiassa aina antiikin ruukuista valokuvataiteeseen. Digitaaliset verkot ovat kuitenkin kiihdyttäneet jakelun nopeutta, madaltaneet jakelun kustannuksia ja kasvattaneet jakeluverkon maailmanlaajuiseksi. Uudet matalan latenssin verkkotekniikat ovat mahdollistaneet käytännössä reaaliaikaisen live-esitysten seuraamisen globaalisti. Samaan aikaan on syytä muistaa että verkko tavoittaa alle puolet maailman väestöstä (Internet World Stats, 2017).

Digitaalinen taide

1990-luvulla yleistyneen uusmediataiteen (new media art) sateenkaarikäsitteen alle paikantuu laaja kirjo eri taiteen ja digitaalisen kulttuurin traditioista muotoutuneita taidemuotoja: digitaalinen taide, verkkotaide, taidepelit, äänitaide, generatiiviset installaatiot ja live-visualisoinnit vain joitakin mainitakseni. Digitaalisuus ei kuitenkaan enää 2010-luvulla ole ollut riittävä keino rajata taidetta, kun lähes kaikista taidemuodoista on tullut ainakin jossain määrin digitaalisia. Perinteisillä työvälineillä työskentelevät taiteilijat, kuten graafikot, maalarit ja kuvanveistäjät hakevat usein aiheensa Googlen kuvahaulla. Googlen hakualgoritmit muovaavat teosaiheiden syntymistä ja sen myötä teosten kuvakieltä.

Digitaalisuuden käsite kattaa monimutkaisen ilmiökokonaisuuden. Sen voidaan nähdä luovan erityisen digitaalisen kulttuurin. (Gere 2006, 14-15) Keskustelu digitaalisuudesta ja digitaalisesta kulttuurista oli erityisen vilkasta 1990-luvun

lopussa ja vuosituhanen vaihteessa. Digitaalinen kulttuuri ja digitaalinen taide ovat käsitteinä kuitenkin nykyisessä post digitaalisessa maailmassa turhan laveita. Digitaalinen teos voi olla esimerkiksi digitaaliseen muotoon siirretty äänite, videotiedosto, peli, kuvatiedosto tai 3d-malli. Toisin sanoen mikä tahansa objekti, jota voidaan jaella tiedostoina. Teknologialähtöinen määrittely auttaa konkretisoimaan muutoin hankalasti hahmotettavia digitaalisen taiteen ansaintalogiikoita ja hahmottamaan mitä taiteesta ylipäätään voidaan digitalisoida.

Eri teokset ja taidemuodot vaativat vaihtuvien yleisöpohjien ja teknisten rajoitteiden vuoksi omat levitysalustansa ja -kanavansa sekä omat tuotantorakenteet ja ansaintalogiikan. On mahdotonta muotoilla kaikenkattavaa opasta digitaalisen taiteen ansainnalle. Kunkin taiteilijan on sovellettava tarjottuja alustoja ja malleja omia tarpeitaan silmällä pitäen.

Digitaalisen verkkojakelun alustoja

Taideuran alkuvaiheessa on käytännöllistä hyödyntää verkon valmiita jakelualustoja. Näiden etuna ovat etenkin valmiit yleisöpohjat sekä helppokäyttöisyys. Kaikkia teknisiä ratkaisuja ei tarvitse toteuttaa itse alusta alkaen. On myös helpompi laittaa omia teoksia myyntiin kun kohdeyleisö on selvillä.

Digitaalisten teosten jakelu voi tapahtua suoratoistona (streaming) tai tiedostojen jakeluna. Pyrkimyksiä soveltaa suoratoistopalvelumalleja taiteen jakelussa on useita. Videotheque on suoratoistopalvelu erityisesti videotaiteelle. Tilaajan näkökulmasta palvelu toimii tilausmallilla (subscription model), jossa hän maksaa kuukausimaksua (vrt. Spotify, Netflix jne.) ja saa sitä vastaan toistaa palvelussa olevia videoteoksia medialaitteissaan. Palvelun taiteilijat on kuratoitu ja heille maksetaan rojaltituloja teosten toistokertojen mukaan. Lisenssisopimus solmitaan vuodeksi kerrallaan. Videotheque mainitsee sivuillaan maksavansa huomattavan osuuden taiteilijoille, mutta ei kerro tarkemmin korvauksen suuruutta. Taiteilija säilyttää palvelussa tekijänoikeudet teokseen mutta ei voi rajata esimerkiksi teoksen esityspaikkaa. (<http://www.videothequeartstream.com/faq>)

Artcast puolestaan keskittyy maalauksista tehtyjen digitaalisten reproduktioiden suoratoistoon näytöissä ja mobiililaitteiden ruuduilla. Palvelussa on saat-

avilla myös valokuvataidetta. Artcastin asiakkaina on sairaaloita, lentoyhtiöitä ja matkailualan yrityksiä. Taiteilijaksi voi hakeutua sivustolla olevan lomakkeen kautta. Sivustolta ei löydy tietoa korvauksista vaan ne sovitaan sopimusta tehdessä. Taiteilija säilyttää tekijänoikeudet teoksiinsa. (<http://artcast.tv/wp-content/uploads/2017/03/Artcast-Featured-Artists.pdf>)

Daata Editions palvelun kautta voi ostaa erityisesti uuden sukupolven video ja äänitaidetta (<https://daata-editions.com/info/about>). Daata Editions toisintaa perinteisiä taidemaailman toimintatapoja: sen listoilla on rajattu joukko taiteilijoita, se toimii yhteistyössä vakiintuneiden kuraattoreiden ja taideorganisaatioiden kanssa ja rajattomien kopioiden sijaan turvautuu pieniin editioihin.

Kuten edellä mainituista esimerkeistä huomataan verkkoalustat eivät ole poistaneet välittäjätahojen osuutta taiteellisen laadun arvioinnissa. Asiantuntijalähtöinen taiteen määrittely elää vahvana. Myös perinteiset instituutiot ostavat asiantuntijuutta alustoilta. Esimerkiksi Nykyaikaisen taiteen museo Kiasma osti Daata Editionsilta teoksia ARS17 verkkonäyttelyä varten (<http://www.kiasma.fi/en/collections/new-works-for-collections/>).

Suuret ohjelmistoalan yritykset kuten Adobe houkuttelevat luovan alan toimijoita omien maksullisten ohjelmistojensa käyttäjiksi tarjoamalla näiden rinnalla ilmaisia showcase- ja portfoliopalveluita. Adoben Behance yhdistää portfolio- ja työnhakupalvelut sekä sosiaalisen median. Kirjoittamishetkellä yksikään suomalainen työnantaja ei tosin ilmoittanut avoimista työpaikoista sivustolla. Behance perustuu käyttäjien keskinäiselle arvioinnille sosiaalisen median toimintatapojen mukaisesti. Muita portfolioihin keskittyviä alustoja ovat mm. Works.io ja Saatchi art.

Verkkoalustoja syntyy ja häviää jatkuvasti. Toimintaympäristön muuttuminen edellyttää teknisten taitojen uudelleen opettelua ja sisältöjen muokkaamista kullekin alustalle sopivaksi. Jää nähtäväksi miten kestäviä edellä mainituista alustoista ja niiden rahoitusmalleista kehittyvät ja miten lukuisat alustat tavoittavat yleisönsä. Palveluista ainakin Artcast on saavuttanut laajan asiakaspohjan (<http://artcast.tv/distribution/>).

Sisällöntuottajan näkökulmasta on haastavaa, että etenkin suuret verkkoalustat

ovat jo tulvillaan sisältöjä. Kilpailu alustoilla on kovaa ja ilman markkinointia erinomaiset sisällöt hukkuvat helposti. Myös alustat kilpailevat keskenään. Nuoren taiteilijan kannattaa kokeilla useita alustoja ja tutkia mitkä jakelualustat tukevat parhaiten teosta. On syytä selvittää missä teosten yleisöt liikkuvat. Lisenssiehdot ja rojalitit on usein määritelty ennalta mikä helpottaa vertailua. Mikäli palvelussa ei ole ehtoja esillä, ne on syytä saada kirjallisena ennen sopimuksen hyväksymistä.

Lisensointi

Immateriaalioikeuksien ja lisensoinnin hallinta ovat tärkeitä osaamisalueita erityisesti verkkoympäristöissä toimittaessa. Digitaalisia sisältöjä on helppo kopioida ja muuntaa, jolloin niiden metadata (tekijätiedot jne.) häviää herkästi. Tekijätietojen säilyminen on tekijänoikeuden toteutumiseksi keskeistä ollyksessä kaupallinen tai ei-kaupallinen käyttö.

Lisensointi ei ole yksiselitteinen käsite vaan esiintyy hieman eri merkityksissä eri yhteyksissä. Tuotelisensoinnin yhteydessä lisensoinnin ymmärretään olevan markkinointia, jonka avulla kasvatetaan teoksen tunnettavuutta ja ansaitaan rojaliti-tuloja (Laaninen 2014, 40). Usein lisensoinnilla pyritään nimenomaan kaupallisen käytön rajoittamiseen kun esimerkiksi halutaan turvata jonkin yhteisresurssin (commons) säilyminen.

Lisensointi on käyttöoikeuden lainaamista sopimuksen pohjalta. Oikeuksien omistaja (licensee) lainaa käyttöoikeuden lisenssinhaltijalle. (Uusi-Rauva 2017, 3) Karkeasti lisenssit voidaan jakaa rajoitetun käyttöoikeuden lisensseihin ja vapaampiin lisensseihin. Rajoitetun käyttöoikeuden lisensseillä voidaan rajoittaa mm. kopioiden ja käyttäjien määrää, käyttötarkoitusta, käyttöaikaa ja käyttöpaikkaa (<https://wiki.aalto.fi/pages/viewpage.action?pageId=56199993>).

Vapaammat lisenssit

Vapaammilla lisensseillä viitataan esimerkiksi Creative commons -lisensseihin (CC).

Myös vapaammissa lisenssiehdoissa lähdetään siitä olettamasta, että tekijällä on yksinoikeus määrätä teoksestaan ja sen taloudellisesta hyödyntämisestä. Id-

eana on se, että tekijänoikeudella suojattuun kohteeseen luovutetaan hieman normaalia lisenssisopimusta laajempi käyttöoikeus. (<https://wiki.aalto.fi/display/copyright/4.+Creative+Commons+-+lisenssit>)

CC-lisenssit sisältävät sekä yleiset että erityiset ehdot. Yleiset ehdot toimivat samalla eräänlaisena pohjalisenssinä (peruslisenssi), joka antaa valittavina olevista CC-lisensseistä käyttäjälle laajimmat oikeudet. (<https://wiki.aalto.fi/display/copyright/4.+Creative+Commons+-+lisenssit>) Erityisiä ehtoja lisäämällä lisenssin antaja voi säädellä haluamiaan rajoitteita lisenssiin. Lisenssin luomista on helpotettu creativecommons.org sivuston verkkosovelluksella, joka ohjaa lisenssin valinnassa.

Vapaammat lisenssit voivat nopeuttaa teoksen leviämistä verkossa ja auttaa etenkin aloittelevaa tekijää tavoittamaan uusia yleisöjä ja saamaan näkyvyyttä. Vapaampien lisenssien käyttäjät luottavat että osa heidän yleisöstään haluaa tukea luovaa työtä esimerkiksi lahjoituksina tai ostamalla teoksen fyysisen kopion. Verkkonäkyvyyden myötä taiteilija voi saada tuloja myös asiantuntijatehtävistä, esiintymispalkkioista ja teoksen esityskorvauksista. Ansainta rakennetaan palveluista teoksen tai taideprojektin ympärille. Samaa mallia hyödynnetään kaupallisessa toiminnassa laajemminkin.

Verkkonäkyvyyden tai symbolisen pääoman varassa ei voi elää. On tunnistettava tilanteet, joissa on ilmaistyön tai hyväksikäytön riski. On myös paikannettava ne tulonlähteet, joista ansainta koostuu.

Apua lisensointiin

Taiteilija voi myös luovuttaa oikeuden hallinnoida lisensointia esimerkiksi Kuvastolle. Kuvasto on visuaalisen alan taiteilijoiden tekijänoikeusjärjestö, jonka keräämät tekijänoikeuskorvaukset tilitetään kuvataiteilijoille ja oikeudenhaltijoille. Tilityksistä vähennetään hallintokuluprosentti, jolla katetaan Kuvaston toiminnan kulut. (<http://kuvasto.fi/tietoa-kuvastosta/>) Kuvaston sopimus edellyttää kirjallista ilmoitusta rinnakkaissopimuksista. Tämä pätee myös verkkoympäristöihin. (http://kuvasto.fi/hallinta/wp-content/uploads/2014/12/Kuvasto-ry-asiakassopimus_final.pdf) Agentin ja lakimiehen palvelut voivat olla tarpeen lisensoinnin kasvaessa merkittäväksi tulonlähteeksi.

Lisenssi- ja lisensointiosaamisen lisäksi sopimuskäytäntöjen hallinta auttaa hahmottamaan ansaintaa. Sopimus takaa lakisuojan ja selkeyttää ansaintamallia. Luoville aloille soveltuvia sopimusmalleja on saatavilla mm. taiteilijaseurojen ja taideyliopistojen tietopankeista. Myös taiteilijaseurojen lakimiehet neuvovat tarvittaessa sopimusasioissa. Yleisempää taiteilijoille hyödyllistä tietoa immateriaalioikeuksien suojaamisesta on saatavilla esimerkiksi Teollisuustaiteen Liitto Ornamon sivuilta.

Joukkorahoitus

Joukkorahoituksella, josta puhutaan myös yhteisörahoituksena tai vertaisrahoituksena tarkoitetaan rahoitusmallia, jossa projekti rahoitetaan yhteisöltä tai yleisöltä kerättävillä summilla. Erityisesti verkkopalveluiden varaan rakentuva joukkorahoitus on noussut merkittäväksi rahoitustavaksi myös taide ja kulttuuri-alalla.

Joukkorahoituksessa ei sinällään ole mitään uutta. Kun ostaja maksaa tuotteen jo ennen sen valmistumista on rahoitusmallina tunnettu varsin pitkään. Marginaalisten taidemuotojen näkökulmasta on kuitenkin huomattavaa että verkossa on mahdollista tavoittaa pienet maantieteellisesti hajautuneet yleisöt.

Taiteen edistämiskeskuksen (Taike) Pirkanmaan toimipiste ja Suomen Kulttuurirahaston (SKR) Pirkanmaan rahasto järjestivät yhteistyössä Luovien alojen rahoitusseminaarin Tampereella 24.1.2017. Joukkorahoitusta koskevissa puheenvuoroissa korostui että joukkorahoitus soveltuu etenkin ideoiden testaamiseen eräänlaisena starttirahana. Projektiluontoisuutensa vuoksi sitä voi olla hankala soveltaa pitkäjänteiseen työskentelyyn. Suomessa lahjoituksia voi nykyisin kerätä ainoastaan rekisteröity yhdistys, jolla on poliisihallituksen myöntämä rahankeräyslupa. Tästä syystä joukkorahoitusta käyttävän on annettava aina jotakin vastineeksi rahoittajille. Joukkorahoituksella saatavat tulot ovat veronalaisia. Tämä tulee huomioida jo joukkorahoituskampanjaa suunniteltaessa.

Joukkorahoituskampanjoiden suunnitteluun on saatavilla apua mm. Mesenaatti.me verkkopalvelusta. Mesenaatti.me on suomalainen vastikepohjainen

joukkorahoitusala ja tukee siten hyvin erityisesti suomessa toteutettavia projekteja. Mesenaatti.me palvelussa on myös kulttuurille oma osio.

Joukkorahoitusala valitessa kannattaa pohtia mikä alusta tukee projektin luonnetta parhaiten. Mitä palveluita mahdolliset yleisösi jo ennestään selailevat? Haluatko projektillesi rahoitusta ainoastaan kotimaasta vai olisiko paras tähdätä suoraan maailmalle?

Joukkorahoituksessa korostuu tekijän ja yleisön välinen suhde. Tuotantotyö lisääntyy merkittävästi kun taiteilijan on ylläpidettävä suhdetta yleisöön, sitouttava, toimitettava vastikkeita jne. Yleisösuhteen ylläpitoon kuluva aika on huomioitava osaksi tuotantoprosessia. Taiteilijoiden yhteistyötaidot ovat eduksi joukkorahoituksessa. Esimerkiksi yhteisötaiteen menetelmät ovat rakentuneet yhteisön ja taiteilijan välisen dialogin ympärille. Ainakin tältä osin taiteen traditiot antavat vahvan pohjan yhteisön huomioiville projekteille.

Joukkorahoitus herättää joukon kiinnostavia ja ajankohtaisia kysymyksiä. Miten käy taiteen yleisösuhteelle? Muuttuuko joukkorahoituksella tuotetun taiteen yleisösuhde välineelliseksi? Entä jättääkö joukkorahoitus riittävästi aikaa taiteen tekemiselle some-markkinoinnin ja -seurannan välillä? Toisaalta vahvan yleisösuhteen etu on että taiteen tekemisestä ja rahoituksesta tulee näkyvää yleisölle. Taiteeseen käytetyn työn määrä tulee perusteltua yleisölle jo rahoitusvaiheessa. Tämä puolestaan voi johtaa aiempaa laajempaan taide- ja kulttuuri-alan arvostukseen.

Mikromaksut

Mikromaksuilla (micropayment) tarkoitetaan erittäin pieniä maksuja, joiden tyypillinen käyttöpaikka ovat olleet esimerkiksi verkkopelien sisäiset maksutoimitukset. Yleisiä mikromaksukohteita pelien lisäksi ovat blogit ja nettilehdet, jotka voivat myydä pääsylippuja vain tiettyihin artikkeleihin sen sijaan, että asiakas tilaa koko lehden tai pääsyn kaikkiin blogin artikkeleihin (Matero 2015, 7). Mikromaksut ovat tulleet mahdolliseksi välityskulujen pienennyttyä. Tulevaisuudessa mm. hajautettujen digitaalisten valuuttojen sekä lohkoketju- (blockchain) tai hashgraph -teknologioiden yleistymisen voi mahdollistaa välityskulujen pienenemisen entisestään.

Flattr (<https://flattr.com/>) on internetin sisällöntuottajille ja rahoittajille tarkoitettu mikromaksuja välittävä palvelu. Mikromaksut kerätään kuukausittain käyttäjiltä, jotka hallinnoivat tilaustaan Flattr-verkkopalvelun kautta. Käyttäjä määrittelee itselleen kuukausittaisen budjetin. Flattr seuraa käyttäjän aktiivisuutta Flattria hyödyntävillä verkkosivuilla ja jakaa lahjoitussumman sivustojen kesken.

Mikäli Flattr onnistuu keräämään verkon ilmaisiin sisältöihin tottuneita käyttäjiä palveluunsa se voisi tervehdyttää verkon sisällöntuotantoa. Yhdistämällä tilaajamalli ja mikromaksut olisi mahdollista taata myös rahoituksen jatkuvuus. Joukkorahoituksen tavoin sisällöntuottajalta vaaditaan sisällöntuotannon lisäksi aktiivista yhteyksien ylläpitoa yhteisöön, jonka käyttämä aika sisältöjen parissa on rahoituksen jatkuvuuden elinehto.

Yhteenveto

Luovan työn rahoitus muodostuu jatkossakin silppumaisesti eri kanavista sillä joukkorahoitus, mikromaksut, apurahat, teosmyynti, näyttelykorvaukset, luentopalkkiot sekä muut palvelut harvoin tuottavat riittävää ansaintaa yksinään. Edellä esiteltyjä palveluita ja niiden mahdollistamia ansaintamalleja kannattaa hyödyntää projektikohtaisesti.

Verkkoalustojen varaan rakentuva rahoitus edellyttää että tulot kerätään jatkuvana virtana useasta lähteestä sisällöntuotannon aikana. Jotta sisällöntuotanto ylipäättään olisi mahdollista tarvitaan alkuinvestointeja digitaalisiin työvälineisiin. Tähän tarvitaan joukkorahoitusta ja apurahoja, jotka tukevat myös ohjelmisto- ja laitehankintoja. Tulevaisuudessa joukkorahoitusmallit voivat toki kehittyä tukemaan myös pitkäjänteistä työskentelyä. Yksittäisen taiteilijan joukkorahoitusta hankaloittaa se että he eivät voi edelleenkään kerätä lahjoituksia Suomessa. Joukkorahoituksessa tekijän tulee antaa vastikkeita, joka puolestaan edellyttää logistiikan hallintaa.

Apurahojen osalta projektityöskentelytukien rinnalle tarvittaisiin pitkäjänteisempiä tukimuotoja. Nykyinen apurahajärjestelmä ei tue riittäväällä tavalla verkoon toteutettavia projekteja vaikka mm. AVEKilla on tukia digitaalisiin pääte-

laitteisiin soveltuvien uusien audiovisuaalisten tai muiden kulttuurisisältöjen tuotekehitykseen (http://www.kopiosto.fi/avek/tuen_hakeminen/digidemo/fi_FI/digidemo_yleista/).

Edellä mainitsemistani verkkopalveluista ainoastaan koko verkon sisällöntuotannon rahoitusmalleja uudistava Flattr mahdollistaisi pitkäjänteisen työskentelyn verkossa. Palvelun yleistyminen vaatii kuitenkin yleistä ajattelutapojen muutosta. Verkon käyttäjät odottavat edelleen saavansa sisällöt ilmaiseksi. Näennäisesti ilmaisten sisältöjen hintana ovat mainosbannerit, klikkien kalastelu-otsikot ja sisältöjen tason heikentyminen.

Digitaalisen myynnin ja levityksen kannalta taiteen haasteena on useimmiten pienet yleisömäärät ja siten korkeaksi muodostuvat hinnat. Rajatuista editioista pitäisi siirtyä rajattomiin kopioihin, jotta taiteen ansaintamahdollisuudet ja näkyvyys paranisivat verkossa. Esimerkiksi musiikki- ja pelialan kasvu verkossa on ollut mahdollista pienten rajakustannusten ansiosta (rajakustannus tarkoittaa kopion valmistamisesta aiheutuvia kuluja). Tämä toki muuttaa merkittävästi myös taiteen luonnetta.

Välittäjätahot määrittelevät taiteellisen laadun useissa taiteilijoille suunnatuissa verkkoalustoissa. Taiteen verkkopalveluissa ei pelialan tavoin luoteta yleisö- tai käyttäjälähtöiseen arviointiin. Monissa taiteilijoille suunnatuissa verkkoalustoissa jää myös epäselväksi taiteilijalle myönnettävän korvauksen suuruus. Rahoitusta tulisi ohjata myös taiteilijoiden omistamien verkkopalveluiden kehittämiseen, jotta esimerkiksi taiteilijoiden rojaltituloja saataisiin kasvatettua ja välityskuluja pienennettyä. Vertaisverkkojen (peer-to-peer network) ja hajautettujen autonomisten organisaatioiden (distributed autonomous organization) tuomia mahdollisuuksia ei olla hyödynnetty riittävästi taidekentällä. Suomen taidekenttä on taiteilijavetoista. Tämä olisi hyvä pohja vertaisverkoille rakentuvien palveluiden kehittämiseen.

Myös kuvataidekoulutuksessa tulisi olla tilaa taiteen ja teknologian kehitystyölle. Yhteistyötä tulisi tehdä digitaalisen jakelun osalta erityisesti pelialan koulutuksen ja pienten toimijoiden kanssa. Esimerkiksi indie- ja taidepelien jakelun osaaminen olisi syytä saattaa laajemmin digitaalisten taiteiden käyttöön.

Digitalisaation muovatessa yhteiskuntaa ja tuotantorakenteita kiihtyvällä tahdilla unohtuvat helposti taiteen pitkäaikaiset vaikutukset. Tulisi muistaa että taide on aina toiminut digitaalisten innovaatioiden yhtenä alkuun panevana voimana. Taiteen elinvoimaisuus ja uudistumiskyky ovat kummuneet eräänlaisesta tuulosvastuuttomuudesta. Nekin taiteelliset menetelmät ja välineet, jotka näyttävät nyt auttamattomasti vanhentuneilta kätkevät sisäänsä ratkaisuja ennen kaikkea post digitaalisen ajan haasteisiin.

Lähteet

Daata Editions. About <https://daata-editions.com/info/about> (luettu: elokuu 2017)

DigiDemo-ohjelman avustukset. URL http://www.kopiosto.fi/avek/tuen_hakeminen/digidemo/fi_FI/digidemo_yleista/ (luettu: elokuu 2017)

Gere, Charlie. (2006) Digitaalinen kulttuuri. Turku: FAROS/EETOS.

Internet World Stats. World Internet Users and 2017 Population Stats. URL <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (luettu: elokuu 2017)

Kiasma. New works for the collections. <http://www.kiasma.fi/en/collections/new-works-for-collections/> (luettu: elokuu 2017)

Kuvasto. Tietoa Kuvastosta. URL <http://kuvasto.fi/tietoa-kuvastosta/> (luettu: elokuu 2017)

Kuvasto. Kuvasto ry asiakassopimus. URL http://kuvasto.fi/hallinta/wp-content/uploads/2014/12/Kuvasto-ry-asiakassopimus_final.pdf

Laaninen, Heikki (2014) Taidelisensointi - Kaupallisuutta taiteen takana? Pori: Aalto Yliopisto, Taiteen laitos, Creative Business Management.

Matero, Sami (2015) Mikromaksut unity-pelikehitysympäristössä.
Oulu: Oulun Ammattikorkeakoulu, Tietotekniikan koulutusohjelma. URL
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/99441/Matero_Sami.pdf (luet-
tu: elokuu 2017)

Taideyliopistojen tekijänoikeuspalvelu:

Creative Commons - lisenssit URL [https://wiki.aalto.fi/display/copy-
right/4.+Creative+Commons+-+lisenssit](https://wiki.aalto.fi/display/copy-right/4.+Creative+Commons+-+lisenssit)

Rajoitetun käyttöoikeuden lisenssit URL [https://wiki.aalto.fi/pages/viewpage.
action?pageId=56199993](https://wiki.aalto.fi/pages/viewpage.action?pageId=56199993)

(luettu: elokuu 2017)

Uusi-Rauva, Kati (2017) TaideART Luovien tuotteiden ja sisältöjen lisensointi:
Kumppanien avulla laajempaa näkyvyyttä ja liiketoimintaa. Esitys Mediapolis
15.2.2017

Videothèque Art Stream. FAQS URL [http://www.videothequeartstream.com/
faq](http://www.videothequeartstream.com/faq) (luettu: elokuu 2017)

Kirjallisuus

ArtCast. URL <http://artcast.tv/> (luettu: elokuu 2017)

Daata Editions. URL <https://daata-editions.com> (luettu: elokuu 2017)

Hokkanen, Matti Sakari (2007) Musiikin digitaalinen jakelu. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/19128/URN_NBN_fi_jyu-200811035849.pdf?sequence=1 (luettu: elokuu 2017)

Kempainen, Jaakko (2016) Marginaalista valtavraksi - indie-pelien vuosikymmen.

URL <http://www.pelitutkimus.fi/vuosikirja2016/marginaalista-valtavirraksi-indie-pelien-vuosikymmen> (luettu: elokuu 2017)

Mattila, Anni Onnistunut joukkorahoituskampanja. URL <https://mesenaatti.me/onnistunut-joukkorahoituskampanja/> (luettu: elokuu 2017)

Ornamo:

Muista suojata tavaramerkkisi! URL <https://www.ornamo.fi/fi/artikkeli/muista-suojata-tavaramerkkisi/>

IPR-strategia tuo kilpailuetua URL <https://www.ornamo.fi/fi/blogi/ipr-strategia-tuo-kilpailuetua/> (luettu: elokuu 2017)

Rhizome Net Art Anthology <https://anthology.rhizome.org/> (luettu: elokuu 2017)

Suomen Taiteilijaseura Sopimusmallit. URL <http://artists.fi/kategoria/kuinka-elaakuvataiteella/sopimusmallit/> (luettu: elokuu 2017)

Taideyliopistojen tekijänoikeuspalvelu:

Sopimusesimerkkejä. URL <https://wiki.aalto.fi/pages/viewpage.action?pageId=62030491> (luettu: elokuu 2017)

Videothèque Art Stream URL <http://www.videothequeartstream.com>

3.

Taide digitaalisessa murroksessa

Ismo Luukkonen,
Turun Ammattikorkeakoulu

Yhteiskunnan eri toimien digitalisoituminen määrittää voimakkaasti yhteiskunnallista muutosta 1900-luvun lopussa ja 2000-luvun alussa. Tähän kehitykseen kuuluu erilaisten toimintojen siirtyminen tietokoneilla tehtäväksi, internetin mahdollistama verkottuminen sekä viimeisimmässä vaiheessa siirtyminen mobiiliin teknologiaan, joka mahdollistaa jatkuvan läsnäolon digitaalisissa verkostoissa. Digitalisoitumista luonnehtii myös sen kattavuus, joka määrittää muutosta lähes jokaisella elämänalueella kaikkein yksityisimmästä kaikkein yleisimpään.

Taiteen osalta kehitys noudattaa osittain laajempaa yhteiskunnallista muutosta, kuitenkin sillä erolla, että taiteen vahvat traditiot eivät ole kadonneet, vaan digitaalisuus on tullut näiden rinnalle. Tämä on toteutunut niin näkyvyyden, tekniikan kuin taiteen sisältöjenkin tasolla.

Tässä artikkelissa tarkastelen esimerkkitapausten kautta sitä, kuinka digitaalisuus on lomittunut kuvataiteeseen ja millaisia uusia mahdollisuuksia se tarjoaa.

Näkyvyys, tekniikka ja sisältö

Pragmaattisimmillaan digitaalisuus näyttäytyy taiteessa uusina tapoina olla esillä. Nettisivujen ja sosiaalisen median kautta taidetta ja taiteilijoita voidaan tuoda näkyville entistä laajemmin ja laadukkaammin. Ammattimaisesti toimivalle taiteilijalle verkkonäkyvyys on tänä päivänä välttämättömyys. Verkkosivut ja näkyvyys sosiaalisessa mediassa eivät kuitenkaan yleensä ole itsessään taidetta, vaan näiden avulla esitellään teoksia, jotka toteutuvat toisella tekniikalla, esimerkiksi maalauksina tai näyttelyinstallaatioina. Tässä odotan kuitenkin muutosta, sillä ihmisten verkkoläsnäolon lisääntyessä tuntuu luontevalta, että siitä tulee myös paikka kohdata taidetta, joka on myös tehty verkkoa ajatellen.

Toisaalta digitaalisuus näkyy taiteessa uusina ja kehittyneinä teknisinä ratkaisuina. Valokuvataiteen digitalisoituminen on tästä hyvä esimerkki. Uudet dig-

itaaliset tekniikat on ensin otettu varovaisesti käyttöön, mutta menetelmien kehittyessä ne on hyväksytty laajemmin. Pimiöistä on siirrytty digitaaliseen kuvankäsittelyyn ja tulostamiseen. Filmin sijasta valon vastaanottaa usein digikameran kenno. (Ks. esim. Salo 2015, 173–249.) Vanha tekniikka ei kuitenkaan ole kokonaan kadonnut, filmille kuvataan edelleen, mutta suhtautuminen siihen on muuttunut. Tämän huomaa erityisesti opiskelijoiden töistä keskusteltaessa. Digitaalisuus on nyt valtavirtaa ja perinteinen filmikuvaus poikkeus. Ennen virheinä pidetyt filmikuvauksen puutteellisuudet, kehitysvirheet ja roskat, ovat nyt ilmaisullisia ominaisuuksia, joilla tavoitellaan esimerkiksi autenttisuuden tunnetta tai viitataan menneeseen aikaan.

Yhteiskunnallinen muutos näkyy myös taiteen sisällöissä. Esimerkiksi Eetu Kevarinmäen opinnäytetyö ”Vihapuheen estetiikka” (2017) käsittelee digitaalisessa ympäristössä, sosiaalisessa mediassa esiintyvää vihapuhetta. Kevarinmäki poimii verkkokeskustelijoiden profiilikuvia, avaa kuvatiedostojen digitaalisen koodin ja lisää sinne otteita keskustelijoiden omista vihapurkauksista. Kun manipuloitu kuvatiedosto avataan uudelleen, sen sisältämä kuva näyttäytyy värin ja muodon kakofoniana tai graafisina pelkistyksinä. Valmiit kuvat Kevarinmäki esittää galleriassa digitaalisina tulosteina.

Kevarinmäen teos ei kuitenkaan vie digitaalisuutta loppuun saakka (mikä ei tässä tapauksessa ollut myöskään teoksen tarkoitus), vaan on jonkinasteinen hybridi. Vaikka käsiteltävä aihe on sidoksissa digitaaliseen verkkokeskusteluun ja toteutus hyödyntää digitaalisen kuvan manipulointimahdollisuuksia, lopullinen teos esitetään perinteisesti vedoksina galleriaympäristössä. Voisiko taidetta kuitenkin toteuttaa täysin digitaalisena? Niin että teos olisi esillä digitaalisesti ja sitä ei voisi esittää muussa muodossa, ilman että sen viesti tai kokemus teoksesta olisi olennaisella tavalla toinen. Esittelen seuraavaksi kolme tapausta, joissa taiteen digitaalisuus toteutuu.

Nettisivu teoksena

Hollantilais-brasilialainen kuvataiteilija Rafaël Rozendaal käyttää omien sanojensa mukaan internetiä maalauskanakanaan. Rozendaalin keskeisenä tekniikkana ovat nettisivut. Teokset muodostuvat sivusta ja verkkotunnuksesta. (Rozendaal 2017.) Teokset leikittelevät usein digitaalisuuden mahdollistamalla loputtomuuden tunteella. Teoksessa ”<http://www.stagnationmeansdecline.com/>” dollaripinot kasvavat ikuisesti ja teoksen ”<http://www.likethisforever.com/>” kukka

on jatkuvassa avautumisen tilassa. Toisaalta teoksiin voi liittyä interaktiivisia elementtejä. Karuimmillaan interaktiivisuus esiintyy teoksen "<http://www.onandoff.org/>" katkaisijassa, jonka voi kääntää on- tai off-asentoon, ilman että se vaikuttaa mihinkään muuhun. Teoksessa "<http://www.roomwarp.com/>" hiirtä liikuttamalla voi vaikuttaa liki abstraktin teoksen väriihin, muotoihin ja ääniin. Toisinaan teokset lähestyvät muodoltaan yksinkertaisia pelejä, mutta niistä puuttuvat peleihin kuuluvat pistelasku ja rajallisuus, kuten teoksessa "<http://www.whywashesad.com/>".

Rozendaal lähtee ajatuksesta, että nettiin tehdyn taiteen on oltava kenen tahansa katsottavissa. Saavutettavuus on nettisivuteoksen ominaisuus. Toisaalta teosten tulee olla ostettavia ja keräilijöiden saatavissa. Tähän tarkoitukseen Rozendaal on luonut sopimusmallin nettisivuteosten myyntiin. Myyntiehtoihin kuuluu, että myydyn teoksen tulee olla jatkuvasti verkon kautta nähtävissä, eikä se saa olla osa ostajan verkkosivuja tai muuten kaupallistettu. Ostaja (keräilijä) saa nimensä näkyviin teoksen lähdekoodiin ja sivun otsikkoon. Sopimusmalli on netissä omalla verkkotunnuksellaan <http://www.artwebsitesalescontract.com/> ja se on vapaasti käytettävissä. (Rozendaal 2017.)

Rozendaalin nettisivuteokset ovat lähtökohtaisesti digitaalisia. Niiden olomuoto on digitaalinen koodi, joka kutsutaan verkon kautta katsojan päätteelle. Teosten perusolemus ei ole muunnettavissa analogiseen muotoon. Teokset on myös suunniteltu mukautumaan erilaisiin digitaalisiin katsomisympäristöihin. Ne toimivat yhtä lailla älypuhelimien näytöllä, pöytäkoneen ruudulla kuin kaupunkitilaan projisoituna (Rozendaal 2017).

Taidepeli

Pelaaminen on yksi digitaalisuuden näkyvimmistä ilmenemismuodoista. Kuvataiteilija Lauri Tujula pohtii kirjallisessa opinnäytetyössään pelien suhdetta taiteeseen ja erityisesti taidepelejä. Käsite on vakiintumaton, mutta lähtökohtaisesti taidepeleihin liittyy kokeellisuus ja tarinan painottuminen. Usein taidepeli rikkoo tuttuja pelikonventioita tai muutoin käsittelee asioita taiteelle ominaisella tavalla. (Tujula 2017, 14-16.) Taidepelejä voi pitää uudenaikaisena taiteen muotona tai alustana, jonka digitaalisuus on mahdollistanut. Taidepelissä taide on mukana tietenkin visuaalisessa muodossa, mutta vielä olennaisemmin pelin sisällössä, siinä mitä se käsittelee.

Yhtenä esimerkkinä tarinallisesta taidepelistä Tujula esittelee Jason Rohrerin

vuonna 2007 luoman "Passage"-pelin. "Passagen" pelinäköymä on panoraamainen näköymä, kooltaan 16 x 100 pikseliä. Noin viiden minuutin peli kattaa koko pelihahmon elämänkaaren. Pelissä elämän eteneminen näyttäytyy liikkeenä vasemmalta oikealle. Alussa edessä on paljon avointa kenttää ja tulevaisuus oikeassa reunassa on epämääräinen. Tärkein valinta tehdään myös alkuvaiheessa. Jatketaanko matkaa yksin vai kumppanin kanssa. Yksin kulkiessa esteet ohittaa sujuvammin, mutta pisteitä kertyy hitaammin. Peli sinänsä on varsin yksinkertainen etenemispeli, jossa väistellään esteitä ja kerätään aarteita. Pelin edetessä hahmot kuitenkin ikääntyvät ja harmaantuvat. Samalla tulevaisuus muuttuu selvemmäksi, mutta menneisyys epämääräiseksi. Tämä on toteutettu graafisesti pienillä mutta hyvin taitavilla muutoksilla. (Tujula 2017, 22-23.) Pienimuotoiseen peliin on tiivistetty metafora ihmiselämästä. Vaatimattomista mitoistaan huolimatta se tavoittaa jotain olennaista ihmiselämästä ja onnistuu koskettamaan.

Virtuaalitodellisuus teoksena

Lauri Tujulan oman opinnäytetyön taiteellinen osuus "Walden" oli esillä Titanik-galleriassa Turussa 31.3.-16.4.2017. Näyttelyn ytimenä oli taiteilijan luoma virtuaalinen saari. Virtuaalilaseilla, kuulokkeilla ja ohjaimella varustettuna katsoja pystyi astumaan saareen gallerian sisällä ja vaeltamaan tekijänsä muistojen pohjalta rakennetuissa tiloissa ja tapahtumissa. Low poly -graafiikalla toteutettu virtuaalimaailma ei ole valokuvantarkka, mutta siitä huolimatta maailma ottaa mukaansa ja synnyttää aisteja hämäävän illuusion todellisesta tilasta. Tämä kävi konkreettisesti ilmi, kun virtuaalisen tornin ylätasanteella tunsin korkean paikan kammoa, vaikka hyvin tiesin seisovani gallerian tasaisella lattialla.

Virtuaalimaailmassa oli nähtävillä myös tekijän aikaisempia näyttelyitä virtuaalissa muodossa. Myös näyttelyn fyysinen paikka, Titanik-galleria löytyi saarelta, tosin esillä olevasta näyttelystä virtuaaligalleriassa oli läsnä vain yksi teos ja tila oli saanut lisäksi kodinomaisia elementtejä. Kokemus virtuaalisesta galleriatilasta gallerian sisällä oli kerroksellinen ja kiinnostava.

Virtuaalimaailmassa kehollisuus tuli vastaan uudella tavalla. Näkö- ja kuuloaistin synnyttämä tilan tunne ei saanut tukea muilta aisteilta. Pystyin työntämään käteni ilman vastusta seinän tai puun läpi. Tai oikeastaan kädessä olevan ohjaimen, sillä itse käsi, kuten koko kehoni oli virtuaalimaailmassa näkymätön. Pudotessani tornista tai portailta huomasin sen vain näkökulman muuttumisesta, tuntoaisti ei tätä tapahtumaa välittänyt. Toisenlainen kehollinen kokemus liittyi näkökulmiin.

Joitakin matalalle asetettuja asioita saattoi tarkastella vain menemällä konkreettisesti kyykkyyn. Tällainen oli esimerkiksi tekijän muistikuvaan perustuva hylätty pakastin metsän keskellä.

Virtuaalimaailma tarjoaa lähes rajattomia mahdollisuuksia toteuttaa fysiikan lakeja ja rikkovia tapahtumia ja rakennelmia. Teleportaation avulla tapahtuvaa liikkuamista lukuunottamatta "Walden" on kuitenkin melko realistinen maailma. Kasvit ja rakennukset jäljittelevät esikuviaan reaali maailmassa. Ainoana merkittävänä poikkeuksena on lapsuudenkuvitelmiin perustuva ufoilmiö (Tujula 2017, 59). Omiin kokemuksiin ja muistoihin perustuvassa teoksessa realismi on perusteltua. Se luo teokseen vakuuttavuutta, on kuin todella pääsisin sisälle toisen henkilön kokemuksiin.

Tujulan "Walden" vakuutti virtuaalimaailman taiteellisista mahdollisuuksista. Saareen sijoittuvaa maailmaa tarkasteli kiinnostuksella ei pelkästään teknisen toteutuksensa vaan myös taiteellisen sisältönsä takia. Samalla heräsi kysymys, mihin kaikkeen virtuaalimaailma vielä antaakaan mahdollisuuksia.

Digitaalisen ajan taide

Digitaaliseen muotoon muunnettu data välittää ajatuksia ja aistimuksia mutta myös luo lisää. Valokuvat, video- ja äänitallenteet välittyvät verkon kautta reaaliajassa tai tallennettuina, mutta yhtä lailla verkon kautta voi välittyä virtuaalisesti luotu maailma. Esimerkiksi pelien kautta katsojalle luodaan uusia mahdollisia tiloja ja kokemuksia. Lisätyn todellisuuden sovellusten kautta reaali maailman ja virtuaalimaailman rajapinta on hämärtyneessä. Jo nyt erilaiset pelit ja muut sovellukset lisäävät älypuhelimien kameran tuottamaan kuvaan virtuaalisen kerroksen. Digitaalisuus on vielä tuore tulokas taiteen kentällä, mutta jo nyt sen mahdollisuudet välittää reaali maailmaa, virtuaalisia maailmoja sekä reaali sen ja virtuaalisen sekoitusta muuttavat tapamme katsoa ja hahmottaa todellisuutta. Tämä paitsi antaa valtavia mahdollisuuksia taiteilijoille myös velvoittaa tarttumaan mahdollisuuksiin. Koska taide on osa todellisuutta mutta myös kommentoi ja muuntaa sitä, on syytä kysyä, kuinka taide asettuu digitaaliseen maailmaan. Vastaus löytyy vain tekemällä taidetta.

Lähteet

Kevarinmäki, Eetu (2017). Vihapuheen estetiikka. URL <https://nytt.turkuamk.fi/eetu-kevarinmaki/> (tarkastettu: toukokuu 2017).

Rozendaal, Rafaël (2017). Rafaël Rozendaal – Official Website. URL <http://www.newrafael.com/> (tarkastettu: huhtikuu 2017).

Salo, Merja (2015). Jokapaikan valokuva. Suomalaisen valokuvauksen digitalisointuminen 1992-2015. Helsinki: Aalto ARTS Books & Musta Taide.

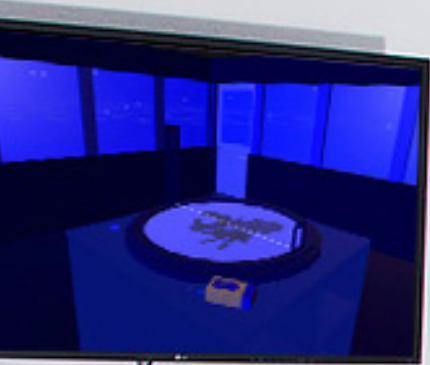
Tujula, Lauri (2017). Taikapiiri – taidepeli ja peli osana taiteellista työskentelyä. Opinnäytetyö. Turun Taideakatemia, kuvataiteen koulutus.

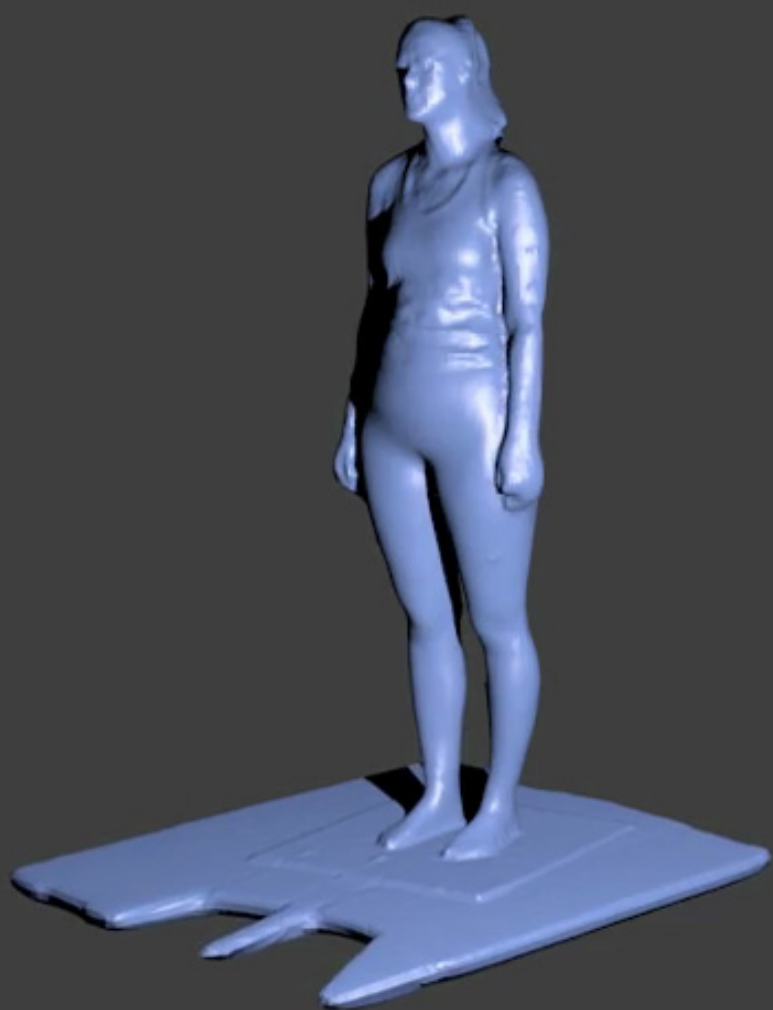
Kuvat

Eetu Kevarinmäki: Teoksesta ”Sata suomalaista vihapuhujaa” (2017), mustesuihkutuloste paperille, 150 cm x 150 cm

Jason Rohrer: Passage (2006), peli, 16 x 100 pikseliä

Lauri Tujula: Walden (2017), näkymä installaatiosta





4.

Superme - teosprosessi verkkopalveluissa

Peppi Reenkola, Kuvataiteilija (AMK)

Tässä artikkelissa käsittelen sitä, miten taiteilijat voivat hyödyntää digitaalisia verkkopalveluita työssään. Tarkastelen aihetta kuvataiteen opinnäytetyöni ja muutamien esimerkkitaiteilijoiden avulla.

Kuvataiteilijat voivat hyötyä erilaisista internetin verkkopalveluista kahdella tapaa. Ensinnäkin taiteilija voi käyttää sosiaalisen median kanavia sekä tiedonhakupalveluita välillisesti, esimerkiksi taiteellisen työn taustatutkimukseen, oman taiteellisen työn markkinointiin tai kontaktien luomiseen. Toinen vaihtoehto on rakentaa teos kokonaan verkkopalvelussa, jolloin se myös toimii taideteoksen tapahtumapaikkana.

Ensimmäisessä tapauksessa nämä palvelut voivat muun muassa edistää taiteellista työskentelyä ja hyödyttää taiteilijaa itseään, teoksen kuitenkin ollessa materiaallinen, fyysinen taideteos. Teos saattaa jopa rakentua sisällöllisesti verkkopalveluissa ja imitoida niissä tuotetun sisällön ulkoasua esitystavan kuitenkin sitoessa teoksen perinteiseen muotoon gallerian kautta. Lopputyöni työprosessi toimi juuri näin. Käytin hyväkseni lukuisia erilaisia verkkopalveluita: YouTubea, Googlea, Duolingoa ja Instagramia, mutta teoksen varsinaisena esityspaikkana toimi galleriatila, johon installoin teoksen.

Superme oli taiteellinen opinnäytetyöni ja pyrkimykseni muuttaa oma kehoni erilaisten harjoitteiden kautta länsimaalaisen yhteiskunnan ihanneyksilöksi älyllisesti, henkisesti ja fyysisesti. Lopputyönäyttelyssä esillä ollut installaatio oli dokumentaatio taiteellisesta prosessista. Internetin ilmaiset tiedon- ja kuvanjakopalvelut olivat teoksen sisällön tuottamisessa tärkeitä. Käytin treeniohjelmaa luodessani useita eri verkkopalveluita. Rakensin treeniohjelmani erilaisista kuntoharjoituksista, älyllisistä harjoitteista, meditaatiosta sekä vegaanisesta ruokavalioista. Pyrin valitsemaan vain sellaisia harjoitteita, joiden äärelle kenellä tahansa

internet-yhteyden omistavalla olisi vapaa pääsy. Näin projekti olisi helposti myös kenen tahansa toisen toisinnettavissa. Käytännössä kokosin kaiken materiaalin ohjatuista jumppavideoista tieteellisiin artikkeleihin ja älypeleihin Googlen avulla. Valintojani ohjasi saavutettavuus. Päädyin käyttämään sivustoja, jotka olivat ilmaisia ja helppokäyttöisiä, kuten esimerkiksi kielen oppimiseen tarkoitettu Duolingo tai aivojen ja muistin harjoittamiseen tarkoitettu Brainscale.net-sivusto.

Hankalinta oli löytää valtavasta tarjonnasta itselle toimivat sivustot tai käyttäjät, joiden uskoin edistävän projektiani. Esimerkiksi YouTubesta löytyy lukemattomia videokoosteita, joissa ihmiset ovat taltioineet omien urheilusuoritusten kehittymistä. Videot olivat korvaamaton apu sekä informaation, kuin inspiraationkin takia. Sosiaalinen media on tehnyt myös entistä helpommaksi omien saavutusten jakamisen. Ihmiset jakavat myös ilmaiseksi tietoutta ja ohjeita erilaisissa sosiaalisen median kanavissa ja yhteisöissä. On mielenkiintoista pohtia, millaiseksi tekijän ja katsojan suhde muodostuu sosiaalisessa mediassa ja yhteisöpalveluissa. Onko omien suoritusten jakaminen vain oman egon rakentamista vailla todellista mahdollisuutta dialogiin? Etäännyimmekö tuottamaan kuvia, jotka loppujen lopuksi eristävät meidät ainoastaan omaan kuplaamme? Vai voivatko sosiaalisen median verkkopalvelut tarjota ennennäkemättömät mahdollisuudet uudenlaiseen yhteisöllisyyteen?

Hyödynsin projektissani eri verkkopalveluita luodakseni treeniohjelman, joka toimi taiteellisen työni metodina. Käytin ilmaisen mielenterveyspalvelusivuston nettitestejä arvioidakseni henkistä hyvinvointiani projektin eri vaiheissa. Varsinainen dokumentaatio prosessista ei kuitenkaan päätenyt yhteenkään verkkopalveluun, vaikka alkuperäinen ajatukseni oli luoda projektilleni oma YouTube-kanava. Tällöin teoskin olisi pelannut samoilla säännöillä, kuin prosessissa käyttämäni videot. Lopulta päädyin perinteisempään esitystapaan ajanhallintasyistä. Sosiaalinen media toimii nopealla temmolla ja vloggaamisen eli videoblogin pitämisen olisi pitänyt tapahtua reaaliajassa, kun taas editoimalla yhden videokoosteen koko harjoitusajalta näyttelyyn, pystyin kontrolloimaan paremmin sisällön koontia.

Videotutoriaalit ovat myös tehneet YouTubesta uudenlaisen oppimisympäristön. Mitä tahansa voi opetella tekemään itsenäisesti nykypäivänä, kunhan vain osaa etsiä ohjeet internetistä. Kootessani materiaaliani neljän kuukauden harjoittelua-

jalta, jouduin opettelemaan itsenäisesti, kuinka käyttää Blender -animointiohjelmaa voidakseni esittää kehostani ennen ja jälkeen otetut 3D-laserskannauksen tulokset järkevällä tavalla katsojille. Blender on niin ikään ilmainen ohjelmisto, jonka ympärille on kehittynyt laaja yhteisö, jossa voi jakaa tietouttaan ja esitellä taitojaan muille.

Vähemmälle huomiolle on toistaiseksi jäänyt verkko-palveluiden potentiaali taiteen tapahtumapaikkana,

vaikka tästä onkin esimerkkejä yhä enemmän. Taideteos voi rakentua täysin esimerkiksi sosiaalisen median palvelussa kuten argentiinalaissyntyisen Amalia Ulmanin teos *Excellences and Perfections*. Ulman toteutti performanssinsa Instagramissa jakamalla itsestään selfieitä, jotka olivat osa tarkkaan mietittyä teosta. Teos kommentoi naisen rooleja nyky-yhteiskunnassa. Useimmat Ulmanin yli 50 000 seuraajista ottivat taiteilijan performanssin täysin todesta. Taiteilija itse kertoo Telegraph-lehden verkkojulkaisun haastattelussa, miten eräs galleristi otti häneen yhteyttä ja pyytänyt lopettamaan Instagramin-tilin, koska hän menettäisi uskottavuutensa taiteilijana. Ulmanin lopulta paljastettua kyseessä olleen performanssi, on teos jo ehditty nimetä yhdeksi tämän aikakauden mestariteokseksi (Sooke 2016).

Uudet esittämisen kanavat kutsuvat taiteilijoita iästä ja kokemuksesta riippumatta. Taidemaailma kohahti, kun Cindy Sherman julkisti selfieillä täytetyn yksityisen Instagram-tilinsä. Tämä sai muun muassa Noah Beckerin pohtimaan valokuvan tilaa artikkelissaan, joka ilmestyi The Guardian lehden verkkojulkaisussa. Sherman ei toistaiseksi ole suostunut kommentoimaan teostaan, mutta vaikuttaa siltä, että se on nimenomaan suunniteltu Instagramiin eikä valokuvia ole tarkoitettu esitettäväksi perinteisessä galleria kontekstissa. (Becker 2017). Nähtäväksi jää, mikä tulee olemaan perinteisten fyysisten taideteosten ja digitaalisten ei-materiaalisten esitystapojen suhde tulevina vuosina.

Lähteet

Becker, Noah (2017) How Cindy Sherman's Instagram selfies are changing the face of photography

URL <https://www.theguardian.com/artanddesign/2017/aug/09/cindy-sherman-instagram-selfies-filtering-life> (Tarkastettu: 20.9.2017)

Sooke, Alastair (2016) Is this the first Instagram masterpiece? URL <http://www.telegraph.co.uk/photography/what-to-see/is-this-the-first-instagram-masterpiece/> (Tarkastettu: 20.9.2017)

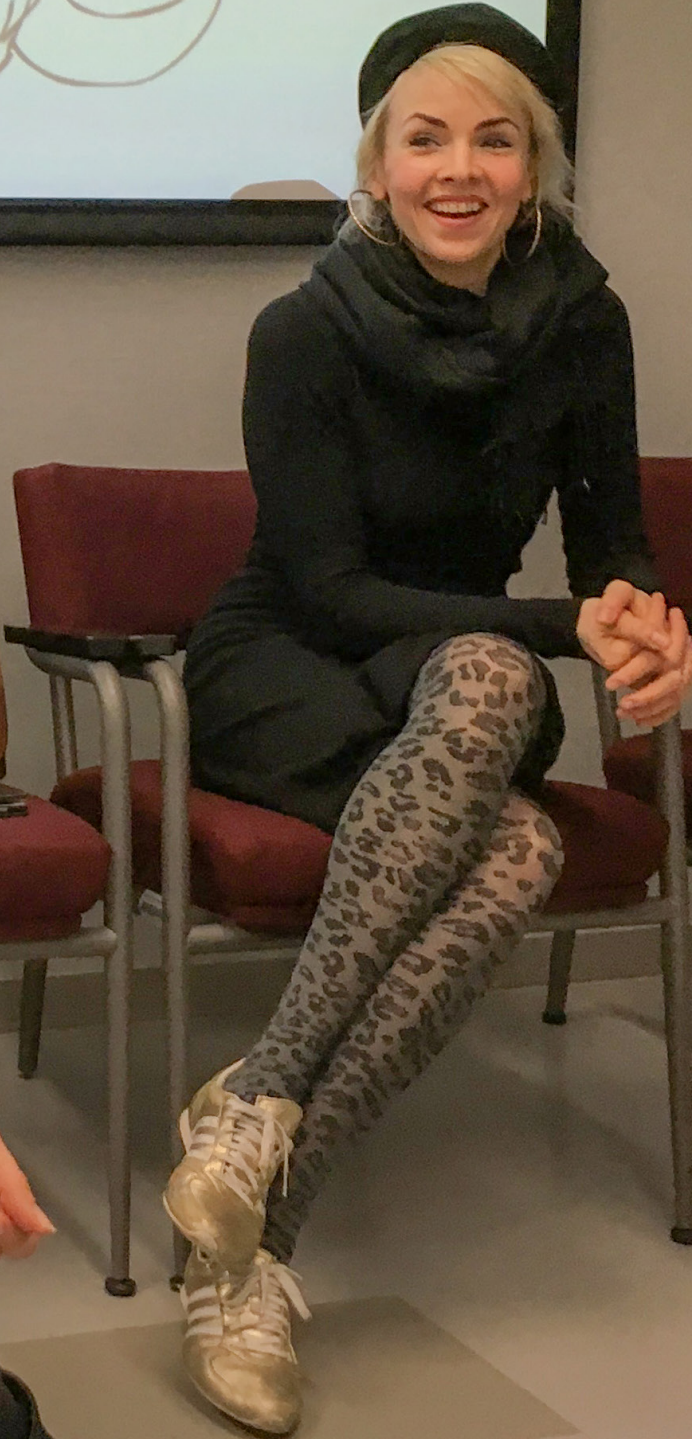
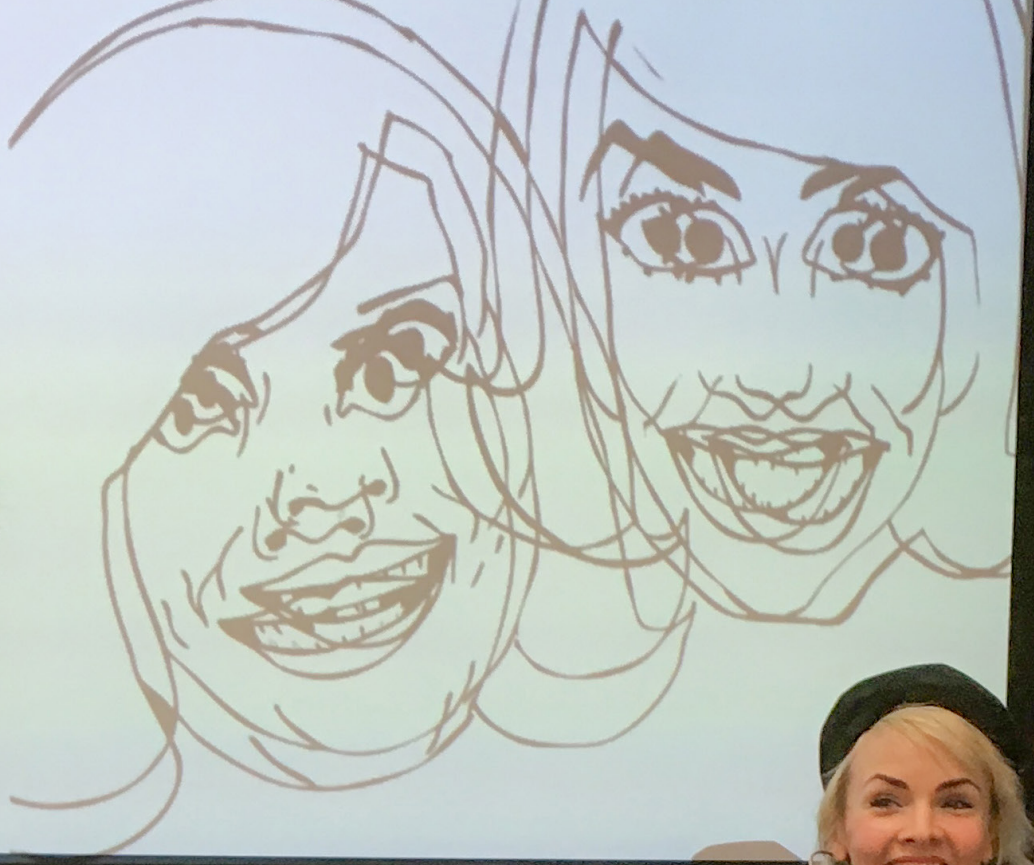
Instagram:

Amalia's Instagram (@amaliaulman) URL <https://www.instagram.com/amaliaulman/> (Tarkastettu: 20.9.2017)

cindy sherman (@_cindysherman_) URL https://www.instagram.com/_cindysherman_/ (Tarkastettu: 20.9.2017)

SIAL
T

al impact.



5.

TÄRÄHTÄNEET ÄMMÄT

Mikko Silvennoinen, Kuvataiteilija (AMK)

Tärähtäneet ämmät on Katriina Haikalan ja Vilma Metterin vuonna 2007 perustama taiteilijakaksikko, joka tekee sosiaalisesti sitoutunutta taidetta. Taiteessaan he kyseenalaistavat vallitsevia valtarakenteita ja luovat keskustelua sosiaalisesta epätasa-arvosta yhteiskunnassa ja yhteisöissä. (<http://www.shaken-not-blurred.com/about/>) Huhtikuussa 2017 osallistuin Tärähtäneiden ämmien työpajaan, joka järjestettiin osana TAMKin taide, musiikki ja media -yksikön kansainvälistä viikkoa ja TaideART -hanketta. Työpajassaan Haikala ja Metteri kävivät läpi projektiansa Hairy underwear, Dystopia/Utopia ja Monokini 2.0 sosiaalisia ja tuotannollisia ulottuvuuksia. Näitä projekteja esimerkkinä käyttäen käsittelen verkkonäkyvyyden tuomia mahdollisuuksia taiteilijalle. Aluksi avaan lyhyesti Internetin virtuaaliseen maailmaan ja verkkoyhteisöihin liittyviä käsitteitä.

Internetin maailma tuli 1990-luvulla uudeksi ihmisten kanssakäymisen ja kommunikoinnin alueeksi. Internetin suosioon vaikutti merkittävästi mediateknologian kehitys 2000-luvulla, joka aiheutti varsinaisen median, joukkoviestinnän ja julkisuuden mullistuksen. Sosiaalinen kanssakäyminen ja yhteisyys ovat myös muuttuneet rajusti media- ja verkkovälitteisen kanssakäymisen seurauksena. (Kangaspunta 2011, 26, 28.) Yhteisöllisyys ilmenee ihmisten kokemana yhteenkuuluvuuden tunteena ja sitoutumisena yhteisiin arvoihin tai asioihin. (Mäkinen 2009, 90.) Verkkomaailma sisältää alati kasvavia ja monitasoisia vuorovaikutuksen ja yhteisyyden muotoja, jotka toimivat yhdessä ns. fyysisen maailman kanssa (Kangaspunta 2011, 30). Taiteen kenttä ja sen toimijat ovat myös heränneet verkkomaailmaan ja sen tuomiin mahdollisuuksiin.

Tärähtäneille ämmille ovi verkkomaailmaan aukeni vuonna 2008 Hairy underwear -projektin myötä. Projekti sai alkunsa, kun Aalto-yliopiston opiskelijat Metteri ja Haikala valmistivat joulumyyjäisiä varten pienen erän alusvaatteita, joihin oli painettu erilaisia häpykarvoituksia. He olivat provosoituneet intiimialueen

karvoitukseen liittyvistä odotuksista ja halusivat tällä projektilla ilmaista, että kaikenlainen karvoitus on kaunista. Onnekkain sattumuksen seurauksena Hairy underwear mainittiin yhdysvaltalaisen Coco Perezin laajasti seuratussa muotibloggissa.

Blogikirjoitus herätti paljon kiinnostusta ja Tärähtäneet ämmät saivat valtavan määrän yhteydenottoja henkilöiltä, jotka olivat kiinnostuneita ostamaan Hairy underwear -alusasuja. Kahden viikon kuluttua tästä Tärähtäneet ämmät olivat perustaneet kotisivut, netti-kaupan ja aloittaneet alusajujen tuotannon.

Metteri ja Haikala ovat pyörittäneet Hairy underwear -yritystään nyt jo seitsemän vuotta.

Dystopia/Utopia -valokuvasarja on vuonna 2013 alkunsa saanut projekti, joka kuvaa 12 - 17 -vuotiaita nuoria ja heidän mielikuviaan tulevaisuudesta utopian ja dystopian käsitteiden kautta. Projekti on toteutettu viisi kertaa yhteistyössä eri tahojen kanssa ja sitä on rahoittanut Koneen säätiö, Myrsky ja Taaleri Oy. (Tärähtäneet ämmät. Dystopia/Utopia 2017.) Varainhoitoa ja rahoitusta tarjoavan kasvuyritys Taaleri Oy:n mukanaolo on hyvä esimerkki Tärähtäneiden ämmien halusta liikkua taidekenttää laajemmilla vesillä. Työpajassa Metteri ja Haikala puhuivat paljon siitä, kuinka taidekenttä on kapea ja hierarkkinen alue, ja kuinka he ovat toimintansa alusta asti halunneet viedä taidettaan galleria- ja museotilojen ulkopuolelle ja tavoittaa henkilöitä, jotka eivät koe olevansa erityisemmin kiinnostuneita taiteesta. Kiinnostus toimia osittain taidekentän ulkopuolella on vaikuttanut myös siihen, että Tärähtäneet ämmät on ollut enemmän näkyvillä muissa medioissa (esim. uutiset, politiikka ja muoti) kuin taideyhteyksissä.

Monokini 2.0 sai alkunsa vuonna 2013, kun Tärähtäneisiin ämmiin otti yhteyttä henkilö, jolle oli suoritettu mastektomia eli rinnanpoistoleikkaus. Hän oli huomannut, että yksirintaisille naisille ei ole sopivia uima-asuja ja ajatteli tämän havainnon herättävän myös Tärähtäneiden ämmien mielenkiinnon. Tästä yhteydenotosta seurasi projekti, jossa kymmenen suomalaista muotisuunnittelijaa su-

unnitteli kymmenen uima-asua mastektomian läpikäyneille naisille. Projektista on syntynyt kaksi muotinäytöstä sekä maailmanlaajuisesti esitetty valokuvanäyttely. Monokini 2.0 sai paljon huomiota osakseen verkossa. Kuvia julkaistiin muun muassa linkinjako- ja keskustelusivusto Redditissä ja kuvanjakosivusto Imgurissa. Monokini 2.0 -projektin verkkonäkyvyyttä kasvatti myös Lady Gagan perustaman Born this way -säätien maininta projektista Facebook-sivustollaan. Näkyvyys näillä sivustoilla mahdollisti huomattavan suuren ihmismäärän tavoittamisen.

Kysyin Haikalalta ja Metteriltä, mitä hyötyä heille on ollut verkkonäkyvyydestä. Heidän vastauksensa oli laajan ja uskollisen fanikunnan muodostuminen. Sosiaalisesti sitoutuneen taiteen tekijöinä heidän tavoitteensa on ymmärrettävä. Tärähtäneet ämmät on puhutellut monia verkkomaailman yhteisöjä. Verkkomaailma ei ole suljettu systeemi, vaan se toimii yhdessä fyysisen maailman kanssa. Erilaisten verkkoyhteisöjen jäsenet kuljettavat tietoa verkkomaailmasta fyysiseen maailmaan ja takaisin. Sana liikkuu sekä leviää, ja samalla on vuosien saatossa kasvanut myös Tärähtäneiden ämmien tunnettuus ja fanikunta.

Kuvataiteilijalle verkkonäkyvyyden suurin hyöty vaikuttaisi olevan ihmisten tavoittaminen. Sana leviää, kun yksilöt kuljettavat kiinnostavaksi kokemaansa asiaa sivulta sivulle ja yhteisöltä yhteisölle. Parhaimmillaan tällaisesta liikehdinnästä voi muodostua vuosia kestävä dominoefekti. Julkisuus rakentaa julkisuutta, syntyy seuraajia, fanikunta. Laaja näkyvyys mahdollistaa myös erilaisten yhteistyöstä kiinnostuneiden tahojen tavoittamisen ja luo täten myös uusia mahdollisuuksia taiteellisen työn rahoittamiseen. Taiteilijan on oltava jatkuvasti aktiivinen - pysyä näkyvillä.

Lähteet

Kangaspunta, Seppo (2011) Traditionaalista yhteisöstä verkkoyhteisyyteen. Teoksessa Seppo Kangaspunta (toim.) Yksilöllinen yhteisöllisyys. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy, 15 - 34

Mäkinen, Maarit (2009) Digitaalinen voimistaminen paikallisten yhteisöjen kehittämässä. Väitöskirja. Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos, tiedotusoppi. Tampere: Tampere University Press. URL <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/66438/978-951-44-7642-6.pdf?sequence=1> (tarkastettu: toukokuu 2017)

Tärähtäneet ämmät (2017) About. Suom. Mikko Silvennoinen. URL <http://www.shaken-not-blurred.com/about/> (tarkastettu: toukokuu 2017)

Tärähtäneet ämmät (2017) Dystopia/Utopia. Suom. Mikko Silvennoinen. URL <http://www.shaken-not-blurred.com/projects/#/dystopiautopia/> (tarkastettu: toukokuu 2017)

VAGUE

SUOMI

the trash issue

6.

ART AND BRANDING

Lavinia Colzani,
Bachelor of Culture and Arts

There is an obvious connection in between art and branding; and this is not because the brand is wholly visual; but it's because the artistic approach to the image could bring, in the long term benefits for both the artists and the brand managers (Baumgarth & O'Reilly 2014) and create a bridge connecting the two fields. Traditionally there have been two types of artists; the "high" artists, whose primary objective is to create for themselves and only eventually sell, and the "low" artists, who creates to cater to an already - existent public (Rodner & Kerrigan 2014). This classification underlines the widespread belief that intellectual activities should not be openly interested in financial gains but be more concerned in the earning of symbolic capital; however, symbolic capital might as well, in time, translate in economic gain for the artist (Rodner & Kerrigan 2014).

The artist's work, the one of turning relatively cheap material (canvases, brushes, paper) into objects of a much higher value, is directly dependent from the skills of the artist to market themselves. And, however the romanticised idea of the artist who creates for the sake of intellectual satisfaction is still prevalent, as Schroeder (2005) states "The art market is all about money, value and investment, and artists - at least most of the well-known examples - are tremendously occupied with successfully selling their images".

In order to monetise the symbolic capital, however, there are a series of steps to be taken into consideration; first and foremost, are there artists who successfully branded their name and practice to gain economically? And how do we translate their branding techniques into the digital environment which has developed steadily during the past ten years? And moreover: can artists use corporations and brands strategies, in order to enhance the possibilities of economic gain? Last but not least; which channels can be considered and used for this purpose in between the myriads of on-line possibilities?

But the related qualities of art and branding do not stop here; because a brand generates a meaning only in the cultural context it is placed (Schroeder 2005) it is undeniable that art currents and movements do shape the branding techniques of companies and influence brand managers in their decision.

What Rodner and Thomson (2012) describe as the “Art Machine”, can be nowadays enlarged to include the internet, and social media with it in order to become more effective. The agents recognised by Rodner and Thomson are: in primis, the art school, here considered as a way to being officially recognised as an agent in the market (as pointed out, it is true that creativity is not born with education; art education is, however, necessary in order to learn the context and the techniques of artistic practice); and coming straight after, the art dealers and the gallery owners, whose own reputation validates their taste; as Rodner and Thomson go on to describe, these professionals are right now the direct link in between the art and its transformation from symbolic capital to economic gain. The next agent taken into consideration is the art critic; albeit their effective power is declining, the art critics have been for a long time the link in between the artist’s work and the general public. After this come the auction houses; thanks to their own branding and history, agents such as Sotheby’s and Christie’s are trustable sources of quality art. Collectors, albeit private investors, are important agents in the art machine and play an important role in the economic gain of the emerging artist, not exclusively because of the immediate monetary gain, but because of the recognition collectors have in the art field, which gets translated to artists whose works are in the collection.

Last but not least, art fairs and exhibition seal the skills and recognise the artists’ definitive weight in the art machine. Biennials and Triennials (such as i.e. Venice or Dokumenta) give to the artist excellent chances of international exposure (Schroeder 2005). What can be added to Rodner and Thomson’s Art Machine theory is the net; the exponential growth of social media can and must insert itself into the branding process; with most of the agents in the market already having a major presence on the net, artists should also exploit these channels to their fullest.

But how to translate these economic principles into practical strategies which

emerging artists can put into place in the digital era? In October 2017 I started a long term artistic project which due to its nature, could enhance and offer great possibilities in terms of personal branding strategy. In this paper I will discuss how, with a systematic approach to social media usage and branding, this process can be started already in the art school, and I want to analyse the branding strategy in connection to my own artistic practice and my developing project "Vague" magazine.

The artistic project "Vague" Magazine is a fashion and lifestyle publication based on the famous Vogue magazine. "Vague" does not fully replicate Vogue; completely; albeit the content is consistent with the field. The first issue, "The Trash Issue" due to be ready in September 2017.

As for the personal branding strategizing, Vague offers me a wide array of possibilities. Before "Vague" and this thesis, I had not really personally thought of my own "commercial" branding as an artist; I believed in the grant system and the possibilities offered by galleries. Vague, however, is different; it cannot be confined in between four walls (even though it'd benefit from the marketing which the gallery can provide), and to be effective as an art piece, it needs to be seen and commented by the general population.

As far as the on-line branding strategies, there are few ways in which Vague can contribute to my personal brand; first and foremost, by placing me in my own niche market, on the limit in between fashion and art, which is the framework I've been working in for a while now. I know this can cause some drawbacks, given the resistance of the art world towards works which could have commercial scopes/sides. I know that by working on Vague, I risk not to be recognised as a pure artist; as my work could have commercial derivatives and could place me in the commercial framework. However, and this is of course my own point of view, notwithstanding the aversion of the art world at large, this world would place me in a smaller market than both pure artists and pure commercial professionals, which is, my opinion, not only an advantage to myself, but also smart in the grand schemes of things, as I do believe that in the long run it'd be extremely beneficial (and lucrative) for artists if more artistic concepts and practices would be used in the commercial world.

Under this point of view, I believe the creation of a website for Vague is at the base of Vague's (and my) promotion. Core sections are going to be "From the kitchen to the Bathroom - Natural Beauty Tutorials"; "What's on in Tampere" publicity and commentary on cultural/art events; "Seen in Kirppis - fashion this week" pieces found in the kirppis; a blog section - where mostly political and social issues will be discussed; and of course the current issue of Vague will be available (either in pdf or in a slideshow).

Together with this, a Facebook account and a Instagram account for Vague will be set up, the Instagram featuring mostly "Kirppis outfit of the day" and the Facebook pushing itself as far as cross posting from the website and commenting on contemporary art and fashion issues.

Another platform which would be useful for Vague is Issuu (<https://issuu.com>) which is a digital publishing platform, where anyone can publish and follow other publications. Moreover, writing for Vague will allow me to publish on pulse, and gain even more audience.

Conclusions

Vague will be a possible branding starting point to launch my career as an emerging artist; its themes are wide enough to have a wide resonance within both the art and the commercial world and moreover, its relatable to by the general population. Of course a project like this is going to absorb lots of my energies, and require a different skillset (such as styling, graphic designing) which would present myself as a complete professional, and more than that, an opinionated one (which, is definitely part of my brand, as I cannot be a hypocrite and faking to be someone I'm not). Vague is honest and true to what I am (interested in fashion, culture and lifestyle, and it entrails cultural elements from both my birth land, Italy, and my homeland, Finland) and moreover, considering the world's economic condition, I do place myself in a niche where there is audience, which is mostly being ignored by the main publications right now. All of these elements will constitute my "brand", which will appeal to my target audience.

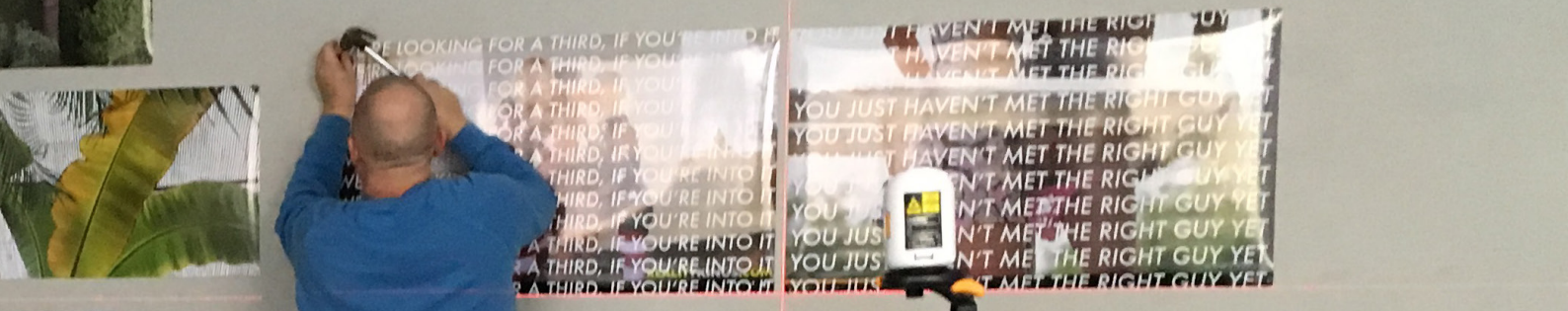
References

Baumgarth, C. & O'Reilly, D. 2014. Brands in the arts and culture sector. *Arts Marketing: an international Journal*. Vol. 4, 1/2, 2014. England: Emerald Group Publishing, 2 - 9.

Rodner, V. & Kerrigan, F. 2014. The art of branding - lessons from visual artists. *Arts Marketing: an international Journal*. Vol. 4, 1/2, 2014. England: Emerald Group Publishing, 101 - 118.

Rodner, V. & Thomson, E. 2013. The art machine: dynamics of a value generating mechanism for contemporary art. *Arts Marketing: An International Journal*. Vol. 3, 2013. England: Emerald Group Publishing, 58 - 72.

Schroeder, J. 2005 The artist and the brand. *European Journal of Marketing*, Vol. 39 11/12, 2005. England: Emerald Group Publishing 1291-1305.



7.

International Art Collaborations

Sanni Saari, Kuvataiteilija (AMK)

Kello on 13:00 Tampereen ammattikorkeakoulun luokassa, jossa odotamme videopuhelua Kanadasta. Ilmassa on kutkuttavaa innostuneisuutta uudenlaisesta kohtaamisesta. Näytölle ilmestyy kuvake saapuvasta puhelusta ja pian välittyy suora yhteys aamuiseen Torontoon. Hymyilevät, mutta hieman väsyneen näköiset kanadalaiset opiskelijat ovat heränneet aikaisin tutustuakseen Tampereen opiskelijoihin videopuhelun välityksellä. Esittäydymme toisillemme ja tarkkailemme mielenkiinnolla uusia tuntemattomia yhteistyökumppaneita videopuhelun välityksellä. Seuraavaksi soitamme Etelä-Koreaan, jossa on myöhäisen ilta.

Internetin ja sosiaalisen median aikakautena kansainvälisten verkostojen luomisesta on tullut yhä helpompaa ja ajankohtaisempaa. Verkko on ylittänyt maantieteelliset rajat ja yhteyden ottamisesta on tullut vaivattomampaa. Uudet digitaaliset työskentelyalustat tarjoavat nuorelle taiteilijalle mahdollisuuksia rakentaa yhä kansainvälisempiä yhteisöjä.

Toimin osana kansainvälistä International Art Collaboration (INTAC) -kurssia opiskeluvuosina 2014-2017. Siinä yhteistyötä tekevät: Tampereen ammattikorkeakoulu, Ontario College of Art and Design (Kanada), BTK Berlin (Saksa), Chung-Ang University (Etelä-Korea), Osaka University of Arts (Japani) ja National Institute of Art and Design (Intia).

Eri koulujen taideopiskelijat muodostivat internetin välityksellä yhteisiä kansainvälisiä valokuvataideprojekteja ja videoinstallaatioita. INTAC on järjestänyt useita näyttelyitä eri puolilla maailmaa muun muassa Osakassa, Berliinissä, Torontossa ja Tampereella. Matkustaminen näyttelypaikkoihin on toiminut monille yhteistyöhön osallistuville opiskelijoille kohtamispaikkana muutoin internetin välityksellä tapahtuneen kommunikoinnin ohella.

Olin keväällä 2017 mukana Osakan yliopiston Turmoil -näyttelyn toteutuksessa ja ripustuksessa. Ripustuksen yhteydessä yliopiston galleria täyttyi eri puolilta maailmaa tulevista opiskelijoista ja opettajista. Tapasin ensimmäistä kertaa kasvojen ihmisiä, joiden kanssa olin tehnyt yhteistyötä muutaman vuoden ainoastaan internetin välityksellä. Vuoden kestänyt kansainvälinen etäyhteistyö sai loppuhuipennuksen näyttelyssä, jossa valmiit projektit olivat yleisölle esillä ja yhteistyökumppanit läsnä.

Digitaalisten verkostojen luomiseen ja kommunikointiin olemme hyödyntäneet monipuolisesti eri internetin tarjoamia viestintäohjelmia ja pilvipalveluita. Periaatteena on ollut avoimuus ja helposti lähestyttävät viestintäkanavat. Yhteydenpidon tärkeitä medioita ovat olleet myös eri yhteisöpalvelut. Facebook on pääsääntöisesti yhdistänyt kaikki opiskelijat samaan palveluun ja yhteydenpito on ollut kohdallani toimivaa. Olemme käyttäneet yhteisöpalveluja ryhmien luomiseen ja pikaviestittelyyn. Kuvanjakopalvelu ja sosiaalinen verkosto Instagram ovat toimineet esitysvälineinä. Yhteisöpalvelut julkaisualustana antavat mahdollisuuden projektien julkaisuun ja markkinointiin yhä laajemmille yleisöille.

Eri yhteisöpalveluiden käyttö tuo haasteita, koska kaikkia ei eri syistä johtuen ole mahdollista tavoittaa palvelun kautta. Perinteinen sähköposti on ollut tukena yhteydenpidossa erityisesti niihin henkilöihin, joita ei tavoita muiden suosittujen sosiaalisten verkostojen kautta. Myös aktiivisuus yhteisöpalveluissa on tärkeää, kun työskennellään projektilähtöisesti. Yhteisöpalveluiden runsaan sisällön kannalta informaatiota on tarpeellista lajitella palvelussa muun muassa ryhmien avulla. Silti informaatiotulvan ja erilaisten päivitysten takia oleellista tietoa on paikoitellen vaikea erottaa yhteisöpalveluiden tarjoamasta sisällöstä ja siksi sähköposti on luotettavampi tapa lähettää tärkeää tietoa.

Blogi-palvelut kuten Tumblr on toiminut projektien esittelyn väylänä. Palvelun hyötynä on sisällön muodostaminen usean eri käyttäjän välillä sekä julkaisujen järjestäytyminen ajankohdan mukaan. Blogi-palveluiden käyttäminen on ollut hyödyksi, kun tavoitteena on välittää sisältöä useammalle ihmiselle laajemman näkyvyyden saavuttamiseksi.

Toteutimme kuvalliseen kommunikointiin perustuvan Broken Message -projektin verkon välityksellä. Projekti toteutui yhteistyönä Suomen ja Saksan välillä ja sen idea sai alkunsa rikkinäinen puhelin -leikistä. Tutkimme miten viestin sisältö ja muoto muuttuu lähettäjältä toiselle. Käytimme Tumbria julkaisualustana julkiseen työskentelyyn sekä visuaaliseen kommunikointiin. Projektissa hyödynsimme kokeellisesti eri medioita valokuvasta videoon. Viesti saattoi olla piirros ja sen elementtien pohjalta pystyi viestiin vastaamaan millä tavalla vain esimerkiksi video- tai ääniviestinä. Toteutimme projektin nopealla aikataululla, joten hyödynsimme eri laitteita blogin päivittämiseen. Käytimme editointiin erilaisia nopeasti käytettäviä sovelluksia sekä mukana kulkevaa älypuhelimien kameraa.

Kommunikointi on paikoitellen ollut haasteellista ja parhaiten vaativampaan viestintään on mielestäni toiminut eri videopuheluita tarjoavat pikaviestintäohjelmat. Esimerkiksi Skype tai Facetime -ohjelmissa on mahdollista liittää useampi henkilö yhtäaikaisesti ryhmäpuheluun, jolloin reaaliajassa kommunikointi on ollut mahdollista sijainnista riippumatta. Haasteita videopuheluiden onnistumiselle ovat aiheuttaneet aikaerot eri mantereiden välillä ja sopivan ajankohdan löytäminen erityisesti ryhmäpuheluita soittaessa. Kanadaa soittaessa aikaero on seitsemän tuntia jäljessä Suomen ajasta, kun taas aikaero Etelä-Koreaan on kuusi tuntia edellä. Aikaeron lisäksi heikko internet-yhteys, osallistujien vaihtelevat teknologiset taidot sekä aktiivisuus verkkopalveluissa ovat aiheuttaneet haasteita yhteistyölle.

Projekteissa on tärkeässä roolissa ollut tiedostojen jakaminen ja siihen otollisia ovat olleet tiedostojen siirtoa varten käytetyt verkkopalvelut esimerkiksi Google Drive, Dropbox ja WeTransfer. Tiedonsiirtoon tarkoitettujen sovellusten avulla voidaan synkronoida tiedostoja useiden eri laitteiden välillä ja niitä on myös helppo jakaa muille. Näyttelyä varten tulostettavien valokuvien tai videotiedostojen suuret tiedostokoot ovat aikaisemmin olleet haastavia siirtää internetin välityksellä, mutta nykyään tiedostojen jakosovellukset ovat kasvattaneet mahdollisuuksia siirtää yhä suurempia tiedostoja verkon välityksellä.

Erilaisia verkkotyöskentelyyn tarkoitettuja palveluita on monia ja uusia tulee koko ajan lisää. Yleisesti käytössä olevat yhteisöpalvelut ja pikaviestintelyohjelmat muuttuvat palveluiden tarjoamien uusien ominaisuuksien ja suosion mukaan. Kuvataiteilijalle on eduksi pysyä ajan tasalla digitaalisesta kehityksestä, jotta pystyy hyödyntämään verkkopalveluiden potentiaalin.

Nuoren vastavalmistuneen kuvataiteilijan näkökulmasta INTAC on ollut hyödyllinen verkosto kansainvälisesti suuntautuvalle taiteilijalle. INTAC on antanut kokemusta verkossa tapahtuvaan kansainväliseen toimintaan ja opettanut tapoja rakentaa uusia verkostoja.

Kokemus kansainvälisestä tiimityöskentelystä ja teknologian hyödyntämisestä etäyhteistyössä on hyödyksi tulevaisuudessa, kuvataiteilijan työnkuvan muuttuessa yhä kansainvälisemmäksi. Digitalisaatio on myös osana itsensä työllistävän kuvataiteilijan ammattia ja kyky mukautua uusiin mahdollisuuksiin toimii voimavarana tulevaisuuden työnkuvaa ajatellen.

Broken Message

<https://brokenmessage.tumblr.com/>



CREATIVE STEPS 2.0

STEPS TOWARDS INNOVATION



0. THE FRAMEWORK OF A BUSINESS CASE - LAUNCHING CS 2.0 WORKSHOP

I IDENTIFYING THE BUSINESS CASE

II ENABLING ONLINE TOOLS

III UNDERSTANDING THE BUSINESS CASE

IV FORMULATING A POTENTIAL BUSINESS IDEA

V IDEA EVALUATION CHECKPOINT

VI ENHANCING BUSINESS EXPERTISE

VII CREATIVE CLINIC

VIII BUSINESS IDEA PROTOTYPING

IX PROVING MARKET DEMAND

X PITCHING

Guided step-by-step ideation process to help the business to reach new height.

Climb through innovation by following safe path to the new prototype.

Jump into international cross-border collaboration by using online tools. Virtual world offers efficient way to connect across the borders.

8.

Innovaatioita verkossa

Anitra Arkko-Saukkonen,
Lapin ammattikorkeakoulu

Digitaalisuus tuo luovan alan toimijalle mahdollisuuksia kansallisen toiminnan ohessa kansainväliseen yhteistyöhön ja verkostoitumiseen erityisesti silloin, kun aktiivisesti hyödynnetään verkkotyökaluja. Tässä artikkelissa esittelen, miten Creative Steps 2.0 -malli (ks. esim. Arkko-Saukkonen & Krastina 2018) voi auttaa luovan alan yrittäjää tai opiskelijaa ja miten opetushenkilökunta voi käyttää mallia kansainvälisen yhteistoiminnan rakentamiseen.

Luovan alan yrittäjyys voi saada uutta potkua kansainvälisellä yrityskohtaamisella. Lapin ammattikorkeakoulussa Creative Momentum -hankkeen aikana kehitetty Creative Steps innovaatiomalli tarjoaa yhteisöllistä työskentelyä innovaatioprosessin parissa. Työskentelyn painoarvo tulee verkkovälineiden hyödyntämisestä. Silloin mahdollisuudet eivät rajoitu maantieteellisesti vaan toiminnan kenttä laajenee kansainväliselle areenalle. (Arkko-Saukkonen & Krastina 2016.)

Creative Steps 2.0 (CS 2.0) -työpajassa tavoitteena on muodostaa kansainvälisiä yrityspareja, joille innovoidaan opiskelijatiimin (Creative Team) avulla uusia tuotteita tai palveluita ja luodaan lisäarvoa kummallekin yritykselle. Kansainvälinen raati (Creative Cave Pool) arvioi lopullisia prototyyppejä opiskelijoiden esitysten pohjalta. Prosessia tukevat valmentajat sekä mukaan kutsutut asiantuntijat, jotka avaavat uusia näkökulmia innovointityöhön luovan klinikan (Creative Clinic) aikana.

Digitaalisuus luo uusia toimintaympäristöjä

Yhteiskunnan muutoksen myötä työ organisoituu uudella tavalla. Digitaalisuus ja verkon välityksellä toimiminen luovat uudenlaisia yhteisöllisiä toimintaympäristöjä, tiimityöskentelyn mahdollistajia, silloin kun ei anneta maantieteellisten rajojen

olla tiellä. Digitaalisessa toimintaympäristössä mukana olevat ihmiset kartuttavat osaamistaan etäisyyksien hallitsijoina ja verkkotyöskentelyn asiantuntijoina oman toimintansa kautta. Suomessa digitalisaation kärkihankkeen avulla halutaan ylläpitää luottamusta digitaaliseen toimintaympäristöön. Tavoitteena on tehdä Suomesta suotuisa digitaalisuutta tukeva toimintaympäristö, jossa digitaalisille palveluille samoin kuin digitaalisuuteen perustuville liiketoimintamalleille on mahdollisuuksia. (Liikenne- ja viestintäministeriö 2017.)

Creative Steps 2.0 on strukturoitu toimintamalli, jossa 10 + 1 askeleen kautta valmentajat ohjaavat innovointiprosessia (Arkko-Saukkonen & Krastina 2017). Mallia pilotoitiin Suomessa vuonna 2016, jolloin CS 2.0 -työpajassa oli mukana kahdeksan kansainvälistä luovan alan yritystä sekä neljä monialaista opiskelijatiimiä (16 opiskelijaa). Opiskelijatiimit toimivat aktiivisesti yritysten tukena ja loivat yritysten tarpeiden ja tavoitteiden perusteella prosessoitavan toimeksiannon. Vuorovaikutus oli aktiivista opiskelijatiimien ja yrittäjien välillä. Toiminta tapahtui joko blended-menetelmin, jossa osa työskentelystä tapahtui verkon välityksellä ja osa kasvokkain, tai pelkästään verkon välityksellä. Kansainväliset yritykset osallistuivat etäyhteyksin tapaamisiin. Mukaan kutsutut ulkopuoliset asiantuntijat osaltaan auttoivat prosessia, jossa he herättelivät yrityksistä ja opiskelijoista muodostettua "luovaa tiimiä" löytämään uusia näkökulmia innovointityöhön. Kansainvälinen asiantuntijaraati arvioi lopuksi uusien prototyyppien mahdollisuudet ja markkinakelpoisuuden.

Yhtenä esimerkkinä kansainvälisestä kohtaamisesta Creative Steps 2.0 -pilotti-työpajassa (2016) kutsuimme mukaan suomalaisen tekstiili- ja kudontayrityksen Susivillan sekä irlantilaisen käsityöyrittäjän Sallyann's Bagin (Creative Steps Blog 2016). Molemmilla yrityksillä oli tarve laajentaa toimintaa kansainvälisesti ja löytää verkostoja. Creative Steps 2.0 -työpajan aikana he saivat opiskelijaryhmän avukseen innovointitoiminnassa.

Yrityksillä oli samanlainen toimintakenttä, eli kumpikin työskentelee tekstiilisuunnittelun parissa valmistaen vain erilaisia tuotteita eri materiaaleista. Toisaalta on hyvä löytää yrityspareja, jotka toimivat eri sektoreilla luovalla alalla, jolloin todellisia innovaatioaloituksia voi mahdollisesti syntyä. Yritykset verkostoituivat keskenään, ja samalla verkosto laajeni heidän omiin verkostoihinsa. Irlantilainen yrittäjä koki saaneensa rohkeutta lähteä suunnittelemaan omaa kangasta tu-

otteisiinsa, joihin hän aiemmin oli hyödyntänyt muiden suunnittelema kankaita (Sallyanns Bags Blog 2016). Suomalaisen yrittäjän avustuksella hän verkostoitui suomalaisten suunnittelijoiden kanssa, ja yhteistyö jatkuu edelleen.

Yritykset synnyttivät opiskelijatiimin avustuksella lopputuloksen, joka myöhemmin työllisti opiskelijan toteuttamaan suunnitelmaa. Työpajan aikana yritykset osallistuivat innovointiprosessiin verkon välityksellä, mutta heille tarjoutui myöhemmin mahdollisuus tavata kasvokkain ja toteuttaa suunniteltu prototyyppi yhdessä mukaan valitun opiskelijan kanssa. Verkon kautta toimiminen kasvatti myös osallistujien etätyöskentelyosaamista.

Verkkotyöskentelyn kautta etäisyyksien hallitsijaksi

CS 2.0 -työpajan aikana ylitetään kansainväliset rajat toimimalla verkon välityksellä. Samalla mukana olevat tahot oppivat tulevaisuuden taitoja eli tiimityöskentelyä, luovia ongelmanratkaisutaitoja, innovointimenetelmiä, verkkovälineiden käyttöä ja etäisyyksien hallintaa, sillä entistä enemmän digitaaliset pinnat muokkaavat toimintaa tulevaisuudessa.

Verkkotyöskentelyssä erilaiset verkkotyövälineet ja alustat ovat tarpeen. Ne voidaan jakaa erilaisiin ryhmiin niiden käyttötavan mukaan. Yhteisöllinen prosesityökalu on sellainen, missä voidaan toimia joko synkronisesti tai asynkronisesti eli reaaliaikaisesti tai sitten työtä voi edistää omana aikanaan yhteiselle alustalle. Usein opiskelijat valitsevat tutun Facebookin, johon voidaan rakentaa oma ryhmä. Työprosessi tulee hyvin näkyviin kyseisellä alustalla. Visuaalisuutensa ja reaaliaikaisuutensa takia se on tykätty ja käyttökelpoinen alusta. Vaihtoehtona voi olla Yammer tai Slack ja isommassa, laajemmassa yhteisöllisessä toiminnassa esim. Basecamp.

Etätapaamiseen tarkoitetut työvälineet kuten Skype tai Adobe Connect ovat tarpeellisia yhteisten tapaamisten avuksi. Näin saadaan työskentelyyn jokaiselta kasvot ja ääni, koska yksi tärkeä verkkotyöskentelyn ominaisuus on digitaalinen läsnäolo, näkyminen (Jäminki 2017). Ideointityökalut auttavat yhdessä kehittämään ideoita, ja yhteisölliselle alustalle voidaan tuottaa omia ideoita joko reaaliaikaisesti tai eriaikaisesti (mm. Padlet, Coggle, RealtimeBoard, Stormboard). Esitystyökaluja hyödynnetään valmiin prototyypin esittelyssä arviointiraadille.

Perinteisten (mm. PowerPoint) esitystyökalujen lisäksi on myös luovia tapoja rakentaa esitys hyödyntämällä eri verkkosovelluksia kuten Prezi, Padlet, Sway tai jopa Thinglink. Esitys voi olla myös videomuotoinen kuten YouTubeen videostreamin kautta tuotettu video. (Arkko-Saukkonen 2017.)

Nyky-yhteiskunnassa sosiaalinen kanssakäyminen tapahtuu verkon välityksellä, ja samoin kuin markkinointi myös kaupankäynti on siirtynyt digitaalisiin väyliin. Oman osaamisen esittely, henkilöbrändääminen ja yrityksen brändääminen saavat monimuotoisia mahdollisuuksia erilaisten digitaalisten ratkaisujen kautta, samoin verkostomainen toiminta verkon välityksellä. Luovan alan osaajan siinä missä kenen tahansa muunkin yhteydenpitoa helpottaa verkkoratkaisujen luomat mahdollisuudet. Lokaali muuttuu globaaliksi klikkauksen kautta, ja digitaaliset toimintaympäristöt antavat hyviä yhteisöllisiä mahdollisuuksia toimia yhteisten kiinnostusten kohteiden parissa oli oma sijainti missä tahansa.

Verkkotyöskentelyn haasteet kuriin

Verkon kautta toimiminen tuo aina haasteita osallistujille. Sen takia osaava ohjaus ja etukäteisvalmistelut sekä prosessin aikainen tuki varmistavat osaltaan työskentelyn toimivuuden (Mehtälä & Pruikkonen 2011, 88). Kaikesta huolimatta kaikkia teknisiä ongelmia ei voi poistaa, mutta niitä voidaan hallita luomalla ymmärrys digitaalisen työskentelyn perusasioista. Tiimien on hyvä luoda itselleen yhteiset toiminnan periaatteet (Jäminki 2017), joissa jokainen sitoutuu työskentelyyn.

Ennakkoon on tärkeää kartoittaa verkkotyökaluja, esitellä eri vaihtoehtoja ja ohjata niiden käyttöä. Osallistujille kannattaa antaa mahdollisuus itse pohtia käyttökelpoisia verkkotyövälineitä ja alustoja tiimityöskentelyn käyttöön. Etätyöskentelyn tukeminen sisällön ohjauksen kautta on tärkeää. ”Pehmeät taidot” nostavat päätään verkkotyöskentelyssä. Ryhmytyminen, yhteisten pelisääntöjen luominen ja erityisesti luottamuksen rakentaminen luovat pohjan työskentelylle (Jäminki 2017). Tekniset ongelmat ovat tavanomaisin turhautumisen syy. Verkkotyöskentelyn hallintaan kuuluvat kärsivällisyys, ymmärrys haasteita kohtaan, luova ongelmanratkaisukyky ja mukautuminen.

Luovan alan osaajan – opiskelijan, taiteilijan – kannattaa tarkastella mahdollisuuks-

siaan hyödyntää digitaalisia ratkaisuja toimintaa tukevana vaihtoehtona. Digitaalinen ansaintalogiikka voi olla kokonaan sidoksissa uusiin verkkoratkaisuihin, jotka voidaan aloittaa CS 2.0 -menetelmän ja 10 + 1 askeleen kautta. Prototyyppejä kehitetään valmiiksi palveluksi ja tuotteeksi, jota kannattaa arviointikierrosten kautta kehittää edelleen. Luovan alan osaaja voi rakentaa digitaalisen ansainnan verkkovälitteiseksi hyödyntämällä markkinoinnissa ja myynnissä verkkoratkaisuja.

Useamman toimijan verkostoyrittäjyys on yksi vaihtoehto, jossa etsitään synergiaa toimijoiden kesken. Opettajat voivat ottaa työkaluna CS 2.0 -mallin käyttöön kansallista tai kansainvälistä toimintaa avaavana mahdollisuutena. Malli voi olla yhteistyön käynnistäjä, jossa lähdetään ensin ideoimaan esimerkiksi opiskelijoiden välisen yhteisen projektin aihioita, jotka viedään lopulta konkreettiselle tasolle ja rakennetaan yhteistyöprojekti. Ideointiosuus voidaan tehdä verkon välityksellä, jonka jälkeen mietitään jatketaanko työskentelyä suunnitellun projektin parissa etäyhteyksin vai kasvokkain kansainvälisten opiskelijoiden tai kumppaneiden kanssa.

Creative Steps 2.0 -malli muovautuu moneen käyttötarkoitukseen. Se antaa perusraamit työskentelylle ja ohjaa askelten kautta idea-, aihe-, tuote- tai palveluprototyyppeihin. Sen lähtökohtainen tarkoitus on ollut antaa innovaatiotyöhön menetelmä, jolla tuetaan luovan alan yrittäjien kansainvälistä kohtaamista. Samalla opiskelijat ovat saaneet oivan näköalapaikan luovan alan yrityksiin ja päässeet toimimaan yritysten kanssa kehittämistyössä.

Käytännönläheinen oppiminen avaa opiskelijoidenkin silmiä luovan alan yrittäjyydestä ja rohkaisee heitä kokeilemaan omia siipiään yrittäjinä (Krastina & Arkko-Saukkonen 2017). Creative Steps 2.0 -malli tarjoaa mahdollisuuden kansainväliseen innovointitoimintaan sekä luovan alan yrittäjälle että opiskelijalle. Oppilaitos voi tukea prosessia toteutuksen järjestämisestä, jolloin opiskelijat samoin kuin mukana olevat yrittäjät ja asiantuntijat luovat kohtaamisia, verkostoja sekä vuorovaikutusta, jonka vaikutukset näkyvät tulevaisuudessa.

Digitaaliset taidot kehittyvät yhteisöllisessä työskentelyssä, ja osallistujista kasvaa innovaatio-osaajia sekä verkkotyöskentelyn taitajia. Yrittäjät saavat kehittämisapua. Yhteinen työskentely synnyttää uusia ajatuksia siitä, miten tulevaisuudessa voisi toimia verkostomaisesti kansainväliset rajat ylittäen luovan alan osaajien

kanssa mutta myös muiden sektoreiden välillä. Luovan alan osaajia tarvitaan, ja siihen Creative Steps 2.0 voi tarjota myös mahdollisuuden. CS 2.0 -työpajan avulla voidaan kartoittaa sektoreiden välistä yhteistoimintaa ja lähteä kehittämään uusia innovaatioita; uusia aloituksia, jotka tuottavat lisäarvoa mukana oleville tahoille ja työmahdollisuuksia luovan alan osaajalle.

Lähteet

Arkko-Saukkonen, Anitra (2017) Carousel of Digital Tools. URL <https://padlet.com/aarkko/e3742do4jcz6> (luettu syyskuu 2017).

Arkko-Saukkonen, Anitra & Krastina, Anzelika (2018) Creative Step by step guidelines. Creative Steps 2.0. innovation workshop. Lapland University of Applied Sciences publication. Serie C. Study Material 1/2018. Rovaniemi: Lapin ammattikorkeakoulu. URL <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-316-212-9> (julkaistu 15.2.2018).

Arkko-Saukkonen, Anitra & Krastina, Anzelika (2016) Creative Steps 2.0. Step by step guidelines to business idea. Lapland University of Applied Sciences publication. Serie C. Study Material 5/2016. Rovaniemi: Lapin ammattikorkeakoulu. URL <http://www.theseus.fi/handle/10024/141312> (julkaistu 19.12.2016).

Arkko-Saukkonen, Anitra & Krastina, Anzelika (2017) 10+1 Steps. URL <https://creativestepsblog.wordpress.com/10-steps/> (luettu syyskuu 2017).

Creative Steps Blog (2016) Interview with Participants – Annika Konttaniemi with her company Susivilla. URL <https://creativestepsblog.wordpress.com/2016/11/09/interview-with-participants-annika-konttaniemi-with-her-company-susivilla/> (julkaistu 9.11.2016).

Jäminki, Seija (2017) Epäonnistuneen verkkotiimin kuolinsyytutkimus. Pohjoisen tekijät -blogi. Rovaniemi: Lapin ammattikorkeakoulu. URL _ (julkaistu 27.6.2017).

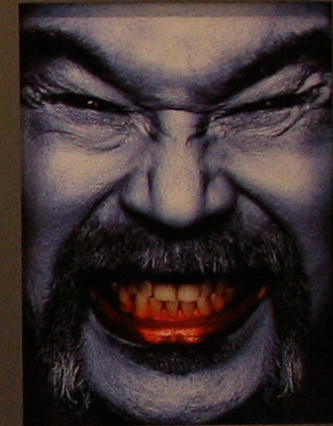
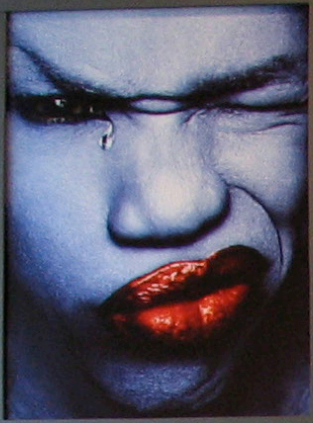
Krastina, Anzelika & Arkko, Anitra (2017) Encouraging Arctic Cross-Border Entrepreneurship Through Collaborative Creative Steps 2.0 Methodology. Teoksessa Lassi Heininen, Heather Exner-Pirot & Joël Plouffe (toim.) Arctic Yearbook 2017.

Akureyri, Iceland: Northern Research Forum, 217- 219. URL https://issuu.com/arcticportal/docs/ay17_final_pdf_for_arctic_portal_oc (julkaistu 12.10.2017).

Liikenne- ja viestintäministeriö (2017) Digitaalisen liiketoiminnan kasvu ympäristön rakentaminen. URL <https://www.lvm.fi/digitalisaatio> (luettu syyskuu 2017).

Mehtälä, Marko & Pruikkonen, Anu (2011) Kuokasta kuulokkeisiin - Syntykö satoa? Teoksessa Sirpa Kokkonen & Marko Mehtälä (toim.) Lapin etäopetuksen tukipalvelut. Omalla tyylillä, samoilla välineillä, kohti yhteistä maalia. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulun julkaisuja Sarja B. Raportit ja selvitykset 4/2011. Tornio: Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu, 85-90. URL <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-5897-14-2>.

Sallyanns Bags Blog (2016) It's here. Sallyanns New Fabric. URL <http://sallyanns-bags.com/2016/11/its-here-sallyanns-new-fabric/> (julkaistu 1.11.2016).



9.

Planning artistic methods for immigrants

Khalid Imran & Hironori Yokochi,
TAMK Media & Arts students

Introduction

Since 2013 Fine Art student Khalid Imran has been practicing community art with unemployed immigrants who are going through their integration process. With his artist colleagues he has been developing and using applied artistic methods combining visual art and drama to encourage empowerment and further the integration of the immigrant participants. He has been working on a project called Kotio, funded by the European Social Fund, as an artist/group leader (taiteilijaohjaaja). The project is implemented during 1.4.2017–30.9.2019. The target group of this project are young adult immigrants who are going through their integration process. The artists working on the project include both native Finns as well as immigrant artists. The artistic methods range from music pedagogy to drama instruction and visual arts.

In Finland many artists and artist groups are working with immigrants, doing community art projects, that eventually help the immigrants with their integration process (kotouttamisprosessi). However there isn't a single unique place, an online platform or such, where one could find information about these artists, their works, why they're doing it and what are the goals and results.

Together with Hironori Yokochi, a student of Interactive Media, the goal is to develop an online platform where the diverse artistic methods used in integration processes around Finland can be gathered and combined. The platform will allow the artists to network and share methods, ideas and experiences online. The platform will also provide information and services to institutions and municipalities seeking to use artistic methods as a part of the integration services they offer. It is discussed in this article, how artistic methods can be carried into the integration training.

Communication through Art

The main goal of integration process for immigrants in Finland is to make the immigrants positively cope with Finnish society, learn Finnishness, and be ready for the Finnish labour market as quickly as possible. The integration process starts with Finnish language learning. In a regular integration training for immigrants, the lessons are mostly based on sitting in the classroom and having lectures. It also happens so that people from around the world, with different academic or life skills, different cultural background with different mother tongue are all mixed in the same lesson and forced to follow the same method of studies. The method of teaching Finnish language is 'Finnish to Finnish'. So obviously there is a big lack of common factor of communication. The diversity of cultures is rarely used as a tool of studying in the classroom. The lessons are mostly based on 'how not to make mistakes'. People from different nationalities and different educational and professional backgrounds are all required to take the same lessons. The existing practice and quality of the integration process also somewhat differs between different cities and municipalities.

The combination of aspects mentioned above makes the learning process sometimes long, rigid and even boring. Thus heavy frustration is experienced among immigrant students and also among the teachers. This kind of learning process doesn't bring the group together. Besides, in the case of asylum seekers, who have had a rough past in most cases, making them going through such long, frustrating process is simply not an effective way of positively integrating and making them ready for Finnish labour market.

Integrating art in the study process allows the students to make "good" mistakes and learn from those. As it is in the core of making art to allow oneself to make be creative, and it is not a severe problem if "mistakes" happen, students are not afraid of pushing themselves out from comfort zone. Thus a safe environment is created in the classroom and students can speak more freely. Students are more likely to set free from the pressure of learning and a stressless learning process is born.

Some findings can be found when art is integrated in language studies:

- Students are involved, confident and productive.

- Motivation increases when students share artwork with classmates.
- Art actively engages students in their own learning processes on a personal, intellectual and physical level.
- When students cooperate with each other to create visual images and tell their stories, the class develops a sense of group unity, and individual and cultural differences are accepted.
- Student-created images can introduce new subject matter because they are more real, vivid, and meaningful to the students' lives. Thus the writing is contextualized and personal.
- Second language education goes beyond language itself to the study of culture and society.
- The integration of art experiences has an important role to play here. Art helps students to link the language to its culture they are learning.
- Through the creation of images students have the opportunity to use skills that may be stronger for them than more traditional academic skills. It provides the students with a combination of holistic and cognitive educational experience.

From above findings, can be said that doing art brings hope. Having an artistic approach for the integration process in general will bring the groups and communities together under positive light more effectively. One of the participants, of Kotio project commented: "For the first time in 1.5 years in Finland, I feel hope." Most of the other participants immediately agreed with him. This comment was given after participating in a workshop of only two weeks. If two weeks can bring hope, one can only imagine what kind of positive impact could happen when two weeks turns into two years or more.

Integration is a two-way process: the immigrant needs to integrate to the Finnish society, and the native Finns need to integrate to the increasingly multinational environment. Art can work as a universal tool to use the differences and similarities to allow diverse voices in this discussion.

Remarks and comments of existing online solutions

As a part of our background research, benchmarking was conducted to find out what kind of tools are available to clients when they are seeking for artist services. One online platform and two websites were found: Pirkanmaan Lastenkulttuuripankki (<http://www.lakupankki.fi>) and Catalysti (<http://www.catalysti.fi>).

On Pirkanmaan Lastenkulttuuripankki, users can search for the workshops and cultural activities for hire in Pirkanmaa region. As the title of the page suggests, target group of the workshops and activities are young children.

Navigation is rather simple and intuitive. Users can see the list of activities with price, organiser and contact information. If a user wishes to see the past workshops or examples, a user has to go to the link of the each artist group if they provide one. The problem on this is that a user has to go to the different pages to see what kind of groups they are and what kind of workshops they do in detail. The information provided on the page is not detailed.

The second page Catalysti, works as an information hub for mainly foreign artists in Finland. It provides information which benefits artists, such as grants and events. Also it has a dossier of foreign artists in each area. Unfortunately it seems that the website is not too active outside Helsinki metropolitan area. The target group of this website are international artists who live in Finland, especially Helsinki region as they state on the website.

Both websites partially share similar concept with ours. However, both websites only serve to one side of the group, either for artists or their clients. Based on these benchmarks and findings in previous chapter, a model for online platform

where a client can find the artists and artist groups who do similar kind of activities was created.

Thirdly a social media based model for online platform is called Pando. Pando, the name of the online platform means "I spread" in Latin. It is also a name of a tree which creates a forest as one organism. Pando incorporates our wish to help artists and clients connect as one organism to create a larger forest of creative social community. Since one of the main goals of the platform was to connect artists and clients, this social network model is suitable approach for the online platform, including following:

- Profile pages

By creating profile page for artist groups and individual artists, it will provide more clear vision for clients how the group of artists work and which artists belong to which groups.

- Reviews

To provide users some ideas on quality of workshop the artist group gives, it is essential to add some review from past clients who purchased your services previously. This kind of review can be used as a tool for artist groups to gain credibility in the market.

- Approvals

During the interview for this article, we were advised by an artist that if an artist wants to sell their service, they need to get an approval that their method works or there is clear vision on their workshops from other artists on the website. This is due to maintain the quality of the workshop which is available on this platform. (It may sound intimidating or narrowing the diversity of the platform, it will actually help artists and their reputations.)

- Opportunities

If an artist who does not belong to any artist group, he, she or they can start with creating your own individual profile and start contacting with artists who are working on the field which interest them, in other words this website can be a place for an artist to seek for opportunities.

Value propositions for artists using the platform

Availability and visibility - you can get offer anytime and you do not have to be present when a potential client gives you offer. Also even if they do not offer you a project at that time, they still can browse through your website, portfolio and past work examples, hence they know you exist and it could easily lead you to get an offer from them when they need a service which is in your expertise.

Possibility - since now your services are more visible you could get an offer from places that you never worked before. Or kind of clients that you have never worked with before.

Expanding your connection - You are visible not only to potential clients but also your fellow artists, which means you can see who is doing what in your vicinity and other areas, which opens the possibility for exchanging your thoughts and joint workshops!

Value propositions for clients using the platform

Accessibility - you can find artist groups you are interested in easily, we are planning to add "tags" on the platform which can be used to narrow down the search results. For example, if you are looking for an artist group who handles workshops using music as a teaching tool for kids in Tampere, you can simply use the tags "music", "kids", "workshop" and "Tampere". It is a lot easier to search specific artist group than searching on Google.

Reviews - Since user reviews are visible and highly recommended to users to write reviews and feedbacks to the artist groups after workshops, it is easier for you to see how the workshops will be like. From that you can see what kind of methods the artist group uses and what kind of positive impact the workshop gives to participants. Which certainly helps you to make the purchase decision.

Possibilities - For example when you are planning a workshop which uses painting and music as methods of teaching. If you can not find an artist group which uses both music and painting, you can simply find two artist groups which deal painting and music separately, and you can propose a joint workshop project to both. In other words, this platform opens new possibility to custom make the service which suit your need.

Value propositions for both using the platform

Statement - On the artist/artist group profile page artists can write their general artist statements and agendas which clarify what the artists are aiming to do. Also by providing statements on each workshops, artists can point out what they are aiming to achieve through each workshops they provide. Which helps to connect artists and buyers who share similar values.

Conclusion

Integrating artistic methods in studies are becoming more recognized in recent years, known in the term as "Arts Integration", as the John F. Kennedy Center for the Performing Arts defines. Arts Integration is an approach to teaching in which students construct and demonstrate understanding through an art form. Students engage in a creative process which connects an art form and another subject area and meets evolving objective in both. (<http://artsedge.kennedy-center.org/educators/how-to/arts-integration/what-is-arts-integration>)

Since the studies around the subject have been active for more than a decade, it is matter of time that Arts Integration becomes more recognised and put into practices in wider areas. We feel it is right time to create such a platform we are aiming to create. At this stage, we are concentrating on Art Integration in integration training for immigrants as a target subject to develop this platform on. However we see far more possibilities to widen this platform for other creative services.

Bibliography

Poldberg, Monique M., Trainin, Guy & Andrzejczak, Nancy (2013) Rocking your Writing Program: Integration of Visual Art, Language Arts, & Science. *Journal for Learning through the Arts* 9:1.

The New York State Education Department (2010) Art as a Tool for Teachers of English Language Learners. Available online: http://steinhardt.nyu.edu/scmsAdmin/media/users/nbm3/art_tool.pdf (Accessed 31.08.2017).

Žemberová, Ivana (2014) Art in Foreign Language Education. *Journal of Language and Cultural Education* 2:3, 240-253.

McGregor, Elaine & Ragab, Nora (2016) The Role of Culture and the Arts in the Integration of Refugees and Migrants. European Expert Network on Culture and Audiovisual (EENCA).

L,Silverstein., S,Layne. The John F. Kennedy Center for the Performing Arts. What is Arts Integration? Explore the Kennedy Center's comprehensive definition. [ONLINE] Available at: <http://artsedge.kennedy-center.org/educators/how-to-arts-integration/what-is-arts-integration> . (Accessed 25 September 2017).

D,Gehl. 2017. Business Insider. 11 Smart Ways To Sell Services Online. [ONLINE] Available at: <http://www.businessinsider.com/11-tips-for-creating-an-impressive-website-for-your-service-based-business-2011-4?op=1&r=US&IR=T&IR=T/#ll-yourself-1> (Accessed 25 August 2017).

Schade, A, 2014. Designing for 5 Types of E-Commerce Shoppers. Nielsen Norman Group, [Online]. 1, 1. Available at: <https://www.nngroup.com/articles/ecommerce-shoppers/> (Accessed 26 August 2017).

Nielsen, J, 1999. Why People Shop on the Web. Nielsen Norman Group, [Online]. 1, 1. Available at: <https://www.nngroup.com/articles/why-people-shop-on-the-web/> (Accessed 26 August 2017).



10.

Digitalisaatio maaseudulla

Saija Mustaniemi ja Tomi Kuusimäki
Satakunnan ammattikorkeakoulu

Yhteinen tila. Toiset läsnä, toiset enemmän poissa. Pieniä pilkahduksia, ei tylsiä totuuksia vain ajatelmia ja puolihuolimattomuuksia, sellaisia jotka osuvat kaikista tarkimmin. Tarinoita, joita ei osata, eikä uskalleta kuunnella.

Jokaisella on omansa, ajan kanssa muokkautunut;

seinät eri paikoista, ihmiset hädin tuskin puolituttuja, silti läheisiä.

Onnellisia ovat ne, jotka saavat kertoa oman tarinansa itse.

*Tarinan, jossa todellisuus ei ole vaivaamassa
eikä esittämässä väitteitään.*

Kuuntelijan pitää olla juhlavieraana;

jokaista varten on uusi tarina, uusilla hahmoilla.

Pitää kuunnella ja uskoa, uudelleen ja vielä uudelleen.

- Kollaasinovellit, Jyllin Kodit

Nykytaiteen museo Kiasman suurnäyttelyn ARS17 teemana oli digitaalinen murros. Näyttelyn tiedotteessa todetaan: Internet ja digitaaliset palvelut ovat muuttaneet arkeamme. Ne ovat muovanneet työtä, vapaa-aikaa, kulttuuria ja taloutta sekä luoneet uusia tapoja olla yhteydessä toisiimme. Verkossa rakennamme identiteettiämme ja ilmaisemme tunteitamme. Kaikki tämä on vaikuttanut myös taiteeseen. (<http://www.kiasma.fi/nayttelyt-ja-ohjelmisto/ars-17>)

ARS17-näyttelystä löytyi myös teos #Alonetgether. Teoksen taustalla on tekijäryhmä Shia LaBeouf, Nastja Säde Rönkkö ja Luke Turner. Teos on mökki. Mökissä on yksinkertaisuudessaan kolme näyttöä ja jokaisen näytön takana on Suomen Lapissa, eristyksessä majailevat teoksen tekijät, joihin saa yhteyden ainoastaan mökin livestreamin välityksellä. Teoksen kokijalle tarjotaan myös mahdollisuus

vaikuttaa teoksen kulkuun kommunikoimalla. Performatiivinen ja vuorovaikutteinen teos näyttää digitaaliselta viestimiseltä taiteen kontekstissa. Teoksen tarkoituksena on tutkia kommunikaatiota ja vuorovaikutusta ihmisten välillä sekä teknologian vaikutusta siihen.

#Alonetogether-teoksen ympärillä rakentuvat teemat: kommunikaatio ja paikan käsite, jotka ovat olleet mukana myös kaikissa Satakunnan ammattikorkeakoulun (SAMK) TaideART-hankkeen piloteissa sekä oppimisympäristöissä. Kommunikaation ja paikan käsitteet ovat nousseet esiin pilottien pohdinnoissa ja arvailuissa digitalisaation vaikutuksista taiteen sisältöihin sekä taiteilijoiden laajenevaan työnkuvaan.

Taiteilijoiden keskuudessa ja arkipuheessa esiintyy kahtiajako "oikean" maailman ja erillisen digitaalisen virtuaalisen maailman välillä. Voidaankin kysyä missä on taiteen digitaalinen maailma ja ollaanko siellä vain osittain? Myös Kiasma tarjosi digitaalisille taidesisällöille tutun ja turvallisen museoympäristön konkreettisine seinineen.

Kaksijakoinen ajattelumalli digitaalisesta taideympäristöstä taiteilijoiden keskuudessa lisää mielenkiintoa ja toimintamallien kehittämisen haastavuutta. Digitalisaatio on taiteessa muuttanut paikan ja tilan käsitteitä sekä uudistanut niiden sijaintia tai sijaitsemattomuutta. Digitaaliset toimintaympäristöt luovat uusia näkökulmia. Ne osoittavat, että taiteen paikka ei ole ainoastaan fyysisessä tilassa. Taide mahdollistuu myös tarinallisena sekä yhteisöllisenä olotilana.

Taiteesta ja taidekokemuksesta puhutaan usein eräänlaisena kolmantena tilana. Kolmas muodostuu teoksen ja katsojan kokemuksen välille. Kolmas tila on katsojalle vapauttava ja antaa mahdollisuuden irtiottoon jyrkistä vastakohtista. Kolmas tila ei kannata joko-tai -ajattelua, vaan korostaa vastavuoroisuutta. Kolmas tila voidaan nähdä myös kommunikaation ja vuorovaikutteisuuden paikana. Miten ja missä digitaalisesti levitetystä tai tuotetussa taiteessa kolmas tila toteutuu ja onko sen toteutuminen välttämätöntä, jotta taide tai taidekokemus syntyisi?

Läsnäolo

Mediavälitteinen kokeminen taiteen yhteydessä herättää ajatuksia läsnäolosta ja poissaolosta. Läsnäolon merkitys taiteessa korostui erityisesti SAMKin Jyllin Kodeille tuottamissa taidesisällöissä. Jyllin Kodit on seniorikeskus Ikaalisten keskustassa Länsi-Pirkanmaalla, joka tarjoaa senioreille mahdollisuudet elinikäiseen asumiseen Jyllin Kodissa tai tukea mahdollisimman pitkään kotona asumiseksi (<http://www.jyllinkodit.fi/yleista>).

TaideART -hankkeessa SAMK tuotti Jyllin Kodeilla taiteilijaohjauksessa moniaistisia taidehetkiä, joissa maalaamalla, piirtämällä ja tarinoimalla tuotettiin sanallista sekä kuvallista kerrontaa muistisairaiden osallistujien taidekokemuksista. Lopputulos julkaistiin Kollaasinovelleja -kirjana. Kollaasinovellien tarkoitus on toimia tarinallisena kokemusten mieleen palauttajana, eräänlaisena muistipolkuna ja yhteisön kommunikaation välineenä.

Kollaasinovellit voidaan nähdä eräänlaisena ohjekirjana, jolla toimintaan osallistuneet hahmottavat ja kokevat taidehetkiä uudelleen. Kollaasinovellien lähtökohtana oli, että taide on kokemus ja jokaisen kokemus on taidetta, varsinkin kun se on yhteisesti koettavissa ja jaettavissa. Kollaasinovelleja voidaan ajatella myös taidekokemuksen tai syntyvän taiteen sijoituspaikkana; moniulotteisena ja siten myös ilmiselvien tulkintojen ulkopuolella olevana.

Taiteilijan ensimmäinen askel on välittää muille taidekokemusta, antamalla sille tilaa, aikaa ja paikka. Taiteilijan pitää kuunnella ja tarjota välineitä kokemuksen tallentamiselle ja jakamiselle. Muutaman kuukauden ajan taidemenetelmiä tarjottiin asukkaiden, hoitohenkilökunnan sekä omaisten kommunikaation välineiksi. Jyllin Kodeilla tehokkaaksi havaittu toimintamalli kokemusten välittämiseen oli taiteilijan taidehetki-interventio.

Jyllin Kotien sisältöjen, toiminnan rakenteen suunnittelussa sekä merkityksellistämässä havaittiin, että kuluttajaystävällinen sekä -hintainen teknologia voi mahdollistaa monipuolisen ja moniaistisen kokemuksen jakamisen toiminta- ja aistirajoittuneille vanhuksille. Muistisairaiden ja kommunikaatorajoittuneiden henkilöiden taidekokemuksen mittauksilla voisi jatkossa saada jatkuvuutta taidetoiminnalle sekä uusille taideperustaisille palvelu- ja toimintamalleille.

hoiva- ja hoitosektorilla. Näin syntyisi myös uusia työskentelymahdollisuuksia erityisesti soveltavan taiteen tekijöille.

Paikka maalla

Paikkaa voidaan pohtia maantieteellisestä, yhteiskunnalliselta tai taiteellisesta näkökulmasta. Taiteessa ihminen ja ihmiset ovat aina osa paikan olemusta ja käsitettä. Paikan olemusta tarkasteleva taiteellinen näkökulma korostaa muun muassa John Agnewin ja Yu-Fi Tuanin ajatusta, sense of place, missä paikan taju on tunteisiin pohjaavaa kiinnittymistä. Esimerkiksi matkaillessa, moni matkustaa luotuihin mielikuviin ja tarinoihin paikasta, ei pelkkiin koordinaatteihin.

Taiteen yhteydessä esiin nostettu paikan käsite saa usein seurakseen keskustelua julkisesta tilasta. Julkinen tila käsittää myös virtuaaliset ja lisätyn todellisuuden paikat sekä foorumit. Digitaalinen ja virtuaalinen julkinen tila aiheuttaa omia huomioon otettavia seikkoja. Ketkä ovat tilan käyttäjiä, mitä sääntöjä siellä on, kuka on ylläpitäjä ja niin edelleen.

SAMK on TaideART-hankkeessa halunnut uudistaa ja tutkia taiteellista ilmaisua ja taidetoimintaa erityisesti maaseutukontekstissa. Maaseututaiteeseen kiinnostavan lisän tuovat näkyvyyttä ja kosketuspintaa lisäävät digitaaliset viestintä-, levittämis- ja yhteistuotantomallit. Ympäristö- ja yhteisötaidetta testattiin Siikaisten Iso Leppijärvellä. Pilotin sisällöllisenä teemana oli, kuinka taide voi nostaa esiin pienen maalaisjärven tilan sekä kyläyhteisön. Harva ympäristö pystyy antamaan taiteen temmellyskentäksi jopa 40:n hehtaarin alueen. Voisiko digitaalisella taiteella tai sovelluksilla olla mahdollisuus nostaa Iso Leppijärven tärkeät teemat ja persoonallisuus myös laajempaan tietoisuuteen ja mitä tarvetta tai yleisöä se palvelisi? Miten hyvin pienimuotoinen ja konkreettinen luonnonmateriaaleista tehty teos ja tarina voisi toimia laajennetussa tai lisätyssä muodossa ja kiinnostaisiko tämä myös ulkopuolisia? Olisiko rehevöityneen Iso Leppijärven tarina mahdollista jakaa laajemmille yleisöille vuorovaikutteisena, kuten Kiasmassa toimineen etämökin? Vai vaatiiko taiteena esitetty digitaalinen sisältö sille määrittävät instituutionaaliset puitteet ja tekijät, jotta kiinnostus syntyisi?

Maaseututaiteeseen liittyy vahvasti paikkasidonnaisuus ja tarinallisuus. Digitaalisessa muodossa maaseudun tarinat voivat herättää kiinnostusta maaseudun

konkreettiseen kokemiseen. Maaseudulla toimivien taiteilijoiden työskentelyn kannalta on olennaista digitaalisten tarinoiden pukeminen kokemukselliseen muotoon ja sijoittaminen paikkaan. Digitalisoiduilla tarinoilla on mahdollisuus luoda maaseudulle maailmoja ja verkkoyhteisöjä, joita reaali maailmassa ei pystytä kokoamaan tai jakamaan. Maaseututaiteessa paikan kokeminen voisi tulla mielenkiintoisemmaksi hyödyntämällä lisätyn todellisuuden sovelluksia. Lisätyn todellisuuden sisältö olisi käyttäjän saatavilla, hänen niin halutessa, muttei kuitenkaan häiritsisi luontoarvoja tai retriitinomaista paikan tuntua.

Samalla kun taiteen digitalisoituminen lähentää, antaa se mahdollisuuden ottaa etäisyyttä. Moni taiteilija tekee tulkintoja tietyn etäisyyden päässä kohteestaan. Maaseudulla myös kunta- ja hallintorakenteet ovat usein matalampia, joten monialaiset ja kokeelliset yhteistyökuviot mahdollistuvat mutkattomammin.

Tärkeintä on sisältö

Taiteen digikeskustelussa taiteen tekijyyden syntyminen ja määrittely on relevantti aihe. Yhteisöllisillä sekä kollektiivisissa taidetuotannoissa ja projekteissa on monesti havaittu, että tekijyys tai tekijyydet hämärtyvät. Osallistavan, jaettavan sekä vuorovaikutteisen taiteen myötä tekijän ja kokijan asettelu on muutoksessa. Kuinka määritellä esimerkiksi digitaalisen kollektiivisen sekä osallistavan teoksen tekijää, teoksen paikkaa tai kestoja? Tekoälyn tuottamat generoidut taidesisällöt haastavat tulevaisuudessa taiteen tekijyyden määrittelyn aivan uudesta näkökulmasta. Luominen, tuottaminen ja kuluttaminen sekoittuvat kuvataiteessa. Taiteilijan kyky luoda luovan prosessin verkostoja korostuu entisestään.

Sisältö on tärkein digitaalisessa toimintaympäristössä.

Digitaalisen esitystekniikan tai jakelukanavan uutuuden viehätöksen poistuessa jää jäljelle tärkein eli viestin sisältö. Jos itse sisältö ei ole kokijan kannalta merkityksellinen, kokemus ja yhteys jää syntymättä.

Taiteilijalla on 2020-luvulla yhtäältä mahdollisuus paikasta riippumatta olla yhteisöllinen prosessien käynnistäjä toisaalta toimia persoonallisten uusien sisältöjen luojana ja tuottajana.

Taiteen sisällöt poikkeavat olennaisesti monista muista tuotteista tai tarjonnasta, sillä taiteella on taiteelle ominainen mahdollisuus muokata ihmisten käsityksiä. Taide tuottaa arvoja, jotka eivät aina ole kaupallistettavissa.

Kirjallisuutta:

Haarni, T.; Karvinen, M.; Koskela, H.; Tani, S. (toim.) (1997) Tila, paikka ja maisema : tutkimusretkiä uuteen maantieteeseen. Tampere: Vastapaino.

Kester, Grant H. (2004) Conversation pieces, community + communication in modern art, Berkeley and Los Angeles, California: University of California Press.

Margo Handwerker, Richard Saxton (toim.) (2014), A Decade of Country Hits: Art on the Rural Frontier Heijninger, Netherlands: Jap Sam Books.

Stenvall-Virtanen, S.; Grönlund, M.; Norberg, A.; Pönni, V.; & Toivonen, T. (2010) Digitalisoitumisen vaikutukset luovien toimialojen liiketoimintamalleihin, Luovan Suomen julkaisuja 4. Luova Suomi / Cupore 2011

Verkkolähteitä:

Jyllin Kodit - Yleistä. URL <http://www.jyllinkodit.fi/yleista> (Tarkastettu 25.10.2017)

Kiasma ARS17. URL <http://www.kiasma.fi/nayttelyt-ja-ohjelmisto/ars-17> (Tarkastettu 25.10.2017)

Ansikte

Huden i ditt ansikte utsätts för stora påfrestringar och behöver din omsorg varje dag. Varje hudtyp har speciella behov. Välj därför hudvårdsprodukter utifrån din hudtyp: normal, fet, torr eller känslig.

Ögon

Huden kring ögonen är mycket ömtålig. Använd ögonkräm från Apoteket som ger näring på rätt sätt. Ögonkrämer bör vara vårdande och lätta, utan tyngande fetter som kan skapa svullnad och påsighet.

Makeup

Var rädd om din hy. Makeupprodukter från Apoteket är oparfymierade och innehåller noggrant utvalda ämnen som din hy mår bra av och som minskar risken för allergier.

Akne

För att behandla akne, rusta dig med Apotekets produkter och en dos läsmod – det kan ta upp till 6 veckor innan resultatet visar sig. Grunderna är tre steg: rengöring, behandling och efterbehandling.

Läppar

Skydda och värda dina läppar med Careal – särskilt på vintern då det är kallt och läpparnas lätt spricker. Careals feta, mjukgörande ämnen passar för just läppens där huden är tunnare än någon annanstans på kroppen.

Rengöring

Rengöring är grunden till en frisk och vacker hy. Använd en rengöringskräm som passar din hudtyp två gånger per dag. Följ upp med ansiktsvatten och en fuktighetsbevarande smältkräm.



Apoteket

Apoteker SHOP

11.

Taide palveluna

Marianne Viinikainen,
Saimaan ammattikorkeakoulu

Palvelumuotoilun tavoitteena on luoda asiakkaan palvelukokemuksesta, siihen liittyvästä kohtaamisesta, mielikuvasta ja tunteiden summasta positiivinen. Palvelumuotoilu on palveluiden käyttäjälähtöistä suunnittelua ja innovointia, jossa palveluntarjoajan liiketoiminnalliset tavoitteet huomioidaan. Tässä artikkelissa palvelumuotoilua lähestytään palvelumuotoilun asiantuntijan haastattelun avulla taiteen ja erityisesti kuvataiteilijan näkökulmasta ja vastataan kysymykseen mitä mahdollisuuksia palvelumuotoilulla voidaan luoda sekä perinteisten taideteosten että digitaalisten ansainnalle.

Suomessa palveluliiketoiminnan kasvu on luonut tarpeen palveluiden innovoinnille ja näin myös kiinnostus palvelumuotoiluun on kasvanut. Palvelumuotoilu onkin kasvava ala niin Suomessa kuin maailmalla. Palvelumuotoilu ei ole käsitteenä yksiselitteinen. Siihen sisältyvät visuaalinen ilme, tuotteet ja tavarat, osallistuvat osapuolet ja ympäristö, joilla pyritään parantamaan palvelun laatua ja vuorovaikutusta asiakkaan (tässä taiteen ostajan) ja palveluntarjoajan (tässä taiteilijan tai taiteen välittäjän) välillä. Palvelumuotoilun tavoitteena on synnyttää palvelutuotteita, jotka ovat taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti kestäviä. Palvelumuotoilu on kehittyvä tieteenala ja sitä voidaan lähestyä eri näkökulmista useamman tieteenalan sekä työkalun ja menetelmän kautta. Palvelumuotoilu ei ole uusi innovaatio, vaan lähinnä tapa yhdistää vanhoja muotoilusta tuttuja asioita uudella tavalla palvelun kehityksen menetelmiin. (Tuulaniemi 2013, 24 - 27.) Palvelumuotoilun keskeisimpiin lähtökohtiin kuuluu asiakasarvon muodostuminen ja asiakkaalle annettava arvolupaus. Organisaatioiden perusidea on luoda arvoa asiakkaille. Arvo voidaan rinnastaa myös hyödyllisyyteen ja se on aina suh-

teessa aikaisempiin kokemuksiin. Arvolupaus määrittää, miten erotutaan muista ja mitä asiakkaalle tarjotaan. (Tuulaniemi 2013, 31.)

Palvelumuotoilun keskeisiä elementtejä ovat palvelupolku, palvelutuokiot ja kontaktipisteet. Palvelupolussa tehdään vaiheittainen kuvaus asiakkaan kokemasta palvelun kulusta, jotta sen arviointi ja suunnittelu olisi helpompaa. Palvelupolku koostuu pienemmistä osakokonaisuuksista, joita nimitetään palvelutuokioiksi. Nämä palvelutuokiot muodostavat asiakkaalle arvoa tuottavan palvelun kokonaisuuden. Palvelutuokiot voidaan edelleen jakaa palvelun kontaktipisteisiin, jotka voivat olla mikä tahansa kohta tai tilanne, jossa asiakas aistii palvelun. Kun palvelupolku hahmotettu, voidaan palvelupolun eripituisia osia tarkastella ja kehittää. (Tuulaniemi 2013, 78 - 79.)

Palvelun idea

Hannu Ripatti on toiminut konseptisuunnittelijana, graafisena suunnittelijana, animoijana ja koodarina. Hän aloitti 20 vuotta sitten ja on vähitellen siirtynyt palveluliiketoiminnan kehittämiseen. Asiakastyön lisäksi Hannu kiertää säännöllisesti puhumassa, kouluttamassa ja pitämässä työpajoja palvelumuotoilun teoriasta ja käytännöstä. Passi & Ripatti yhtiön perustajajäsenenä hänellä on kokemusta yhteistyöstä myös taidemaailman toimijoiden parissa. Passi & Ripatti on tehnyt pari vuotta töitä Helsinki Contemporary -gallerian kanssa ja auttanut heitä luomaan uutta konseptia, jonka avulla galleria kehittää sekä liiketoimintaansa että edistää gallerian edustamien taiteilijoiden urakehitystä.

Toimisto auttaa asiakkaita uuden liiketoiminnan ja palvelukonseptien suunnittelussa. Seuraavassa hän kertoo kokemuksistaan ja vastaa 10 kysymykseen palvelumuotoilusta taiteen kentässä. Ensimmäiseksi Ripatilta kysyttiin, mitä on palvelumuotoilu ja miten kuvataiteilija voi hyötyä palvelumuotoilusta? Ripatin mukaan palvelumuotoilun keskeisin ajatus on ymmärtää, mistä arvo asiakkaalle ja palvelun käyttäjälle syntyy:

Arvo on häilyvä, hankalasti tunnistettava ja määriteltävä käsite. Sitä voi syntyä ihmiselle monesta asiasta. Jossain palvelussa arvo voi olla nopeutta, toisessa helppoutta, kolmannessa vaihtoehtoja ja valinnanvapautta ja neljännessä vaikka statusta. Arvo voi olla myös kaikkien näiden yhdistelmä.

Kun palvelun asiakasarvo on tunnistettu, siirrytään miettimään konseptia ja toi-

menpiteitä, jolla arvoa tuotetaan. Ripatin mukaan tämä tarkoittaa usein valintoja: Erilaiset asiakkaat kaipaavat erilaista arvoa, joten heille pitäisi tuottaa erilaista palvelua. Tämä taas vaatii paljon resursseja, joita ei monestikaan ole. Itse pidän valintoja hyvänä asiana. Silloin oikeasti mietitään, mitä arvoa tässä tuotetaan ja löytyy tapa erottautua muista vastaavista toimijoista. Kaikkea kaikille on usein sama, kun ei kenellekään mitään.

Ripatin korostaa, että palvelumuotoiluajattelu luo hyötyä kuvataiteilijalle, kun tämä tunnistaa asiakasarvon:

Jos ymmärtää paremmin asiakkaiden kaipaamaa arvoa, voi miettiä mitä arvoa itse tuottaa ja miten se kannattaisi tehdä. Tässä tulee tunnistaa omat vahvuudet.

Yhteistyössä Helsinki Contemporaryn kanssa Ripatti huomasi, että tietyt taiteilijat tekevät töitä, jotka toimivat sosiaalisessa mediassa hyvin, herättävät kiinnostusta ja saavat ihmiset käymään näyttelyssä. Ripatin mukaan, taiteilijan kannattaakin miettiä, olisiko hänelle kyvykkyyttä sosiaalisen median hyödyntämiseen.

Tietenkään ei kannata väkisin tehdä sellaista, mikä ei tunnu luontevalta, Ripatti huomauttaa.

Kuvataiteen näkökulmasta uusien kohderyhmien löytäminen on tärkeää. Ripatin mukaan, helpointa on aloittaa potentiaalisten asiakkaiden jututtamisella, ja mielellään myös sellaisten, jotka eivät ole taiteeseen niin perehtyneitä. Pitää haastatella ihmisiä ja yrittää ymmärtää, miksi taidetta hankitaan ja millaisessa elämäntilanteissa taiteen hankkiminen voisi olla ajankohtaista?

Esimerkkinä vaikka uuden asunnon hankkijat tai rakentajat. Jos on valmis laittamaan rahaa uuteen asuntoon, niin voisiko pienen osan budjetista varata taitteelle? Miten tämän voisi tehdä helpommaksi? Ei tarvitsisi lähteä muun hässäkän keskellä galleriaan etsimään sopivaa teosta, vaan voisi miettiä sitä samalla kuin muitakin sisustusratkaisuja?

Ripatti suosittelee kuvataiteilijoille palvelumuotoilun työkalujen ja menetelmien rohkeaa kokeilua.

Olemme koonneet palvelumuotoilun työpakin, mikä on ladattavissa ilmaiseksi nettisivuiltamme (<http://passiripatti.fi/pr-book/#tyokalut>). Uskomme, että palvelumuotoilusta on paljon hyötyä ja haluamme, että menetelmät ovat kaikkien saatavilla ja hyödynnettävissä.

Empatiakartta on oma suosikkini. Sen tarkoituksena on auttaa asettumaan asiakkaan "housuihin" ja pohtimaan maailmaa hänen näkökulmastaan. Liittyy yllä olevaan ajatukseen asiakkaiden haastattelemisesta, mutta jo tälläkin pääsee lämmittelemään ja pohtimaan, mitä asiakkaat oikeasti voisivat kaivata.

Taiteen kansainväliset markkinat ovat haasteelliset. Internetin ja verkkokaupan hyödyntäminen toimii monella muulla alalla, mutta taiteen osalta asia on hankalampi, koska teosten lähettäminen ja kuljettaminen ulkomaille ei ole niin yksinkertaista kuin vaikkapa tekstiilien.

Teoksen hintaan tulee helposti toinen mokoma lisää, kun se kuljetetaan asianmukaisesti ja ehjänä perille asti. Lähtisin miettimään, miten netin tuomia mahdollisuuksia voisi hyödyntää. Missä kanavissa omaa yleisöä voisi olla ja miten siellä pitäisi toimia, jotta kiinnostus herää?

Seuraavaksi Ripatilta kysyttiin, onko hänellä esimerkkejä taide- ja sisältölähtöisestä palvelumuotoilusta? Ripatin mukaan, tämä on ehkä kiinnostavin ja samalla vaikein asia taidekentässä.

Taiteen markkinoinnista ja myynnistä tekee vaikean juuri se, että se on taidetta. Liiketoimintaa harjoittavat tahot lähtevät yleensä asiakastarpeesta ja yrittävät tuottaa siihen mahdollisimman hyvän ratkaisun. Taiteessa taas tuottaminen lähtee useimmiten taiteilijan omasta näkemyksestä, joka osuu yleisön mielessä johonkin "maailman hienoin asia" ja "ei kiinnosta ketään" välille. Liikeryrityksen taru on nopeasti lopussa, jos tuotettava asia ei kiinnosta asiakkaita. Liiketoiminnan tarkoitus onkin aina pyrkiä vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin, mutta taiteen osalta näin ei välttämättä ole.

Toinen tähän liittyvä asia on taiteen "tuotantoprosessi". Taiteilija ei tietoisesti lähdä tuottamaan tiettyä "formaattia" tai edes tiettyä määrää teoksia. Jonain vuonna

voi syntyä 50 pientä teosta, seuraavana muutama suuri. Jos verrataan liiketoimintaan, niin on mahdollista tehdä mitään pitkäjänteistä, jos tehtaalta tulee ulos ensimmäisenä vuonna paljon pieniä ruuvimeisseleitä ja seuraavana muutama jättikokoinen leka.

Minulla ei ole mitään ratkaisua tähän, mutta sanoisin, että kaupallisesti ajatteleva taiteilija voisi pohtia omaa tuotettaan ja yrittää tuottaa sellaista "mallistoa", joka olisi jotenkin yhtenäistä, jotta asiakkaat tietävät mitä on tulossa. Tarkoituksena ei kuitenkaan ole ajaa kohti kaupallisuutta, koska jossain vaiheessa ei sitten enää olla taiteen kentällä vaan hypätään johonkin muuhun.

Palvelumuotoilussa käsite arvolupaus tiivistää sen, mitä asiakkaalle tarjotaan ja miten erotutaan kilpailijoista. Ripatin mukaan kuvataiteilijan arvolupaukseen kuuluu mm. seuraavaa:

Kun haastattelimme taiteen ostajia Helsinki Contemporary -gallerian toimeksiantosta, niin sieltä löytyi erilaisia mahdollisuuksia arvolupaukselle. Toiset ihmiset ovat keräilijöitä, toisille taide liittyy sisustamiseen. Joillekin se voi olla muisto merkkipäivästä tai muusta tärkeästä elämäntilanteesta. Jotkut asiakkaat haluavat tietää taitelijasta kaiken. Päästä vierailemaan taiteilijan työhuoneelle ja juttelemaan taiteilijan kanssa. Toiset taas haluavat pysyä mahdollisimman kaukana ja ajatella taiteilijaa vähän myyttisenä hahmona, joka luo tyhjästä koskettavia teoksia.

Tässä palaan aikaisempaan: kun haastattelee potentiaalisia asiakkaita, voi ruveta tunnistamaan näitä asioita ja peilata niitä omiin vahvuuksiin. Haluavatko ihmisten tulla työhuoneelle ja haluanko minä taiteilijana, että vieraita käy? Voisinko kertoa tarinoita teoksistani vai onko parempi, että ne jäävät katsojan tulkittaviksi? Vaihtoehtoja ja yhdistelmiä on paljon, joista jokaisen on löydettävä oma sopiva yhdistelmä. Mitään patenttiratkaisua ei ole.

Taiteen hinnoittelu on tärkeä ja samalla vaativa sekä monivaiheinen ja -säikeinen asia. Taideteoksen hinta kertoo sen arvon rahassa mitassa. Hinnoittelun avulla voidaan vaikuttaa siihen, kuinka paljon taidetta saadaan kaupaksi ja kuinka paljon taiteen myynnistä jää voittoa. Kustannusperusteinen hinnoittelu on lähtökohta taiteenkin hinnoittelussa, mutta se harvoin yksinään riittää. Kustannusperusteisen hinnoittelun rinnalla tulisi käyttää myös muita hinnoittelumenetelmiä,

kuten markkina- tai arvoperusteista tarkastelua. Ripatilta kysyttiin, mitä keinoja kuvataiteilijalla voisi olla hinnoittelussa arvon muodostumisen perusteella, tilanteessa jossa markkinaverrokkeja eli ns. yleistä hintatasoa ei tunneta.

Hinnoittelu on myös asia, jota olen pohtinut. Asiakstarpeita voisi helpoiten ottaa huomioon niin, että varmistaa että tarjolla on erilaisille asiakkaille eri hintaisia teoksia. Jotkut asiakkaat voisivat käyttää muutaman kymppin pieneen teokseen, toiset voivat panostaa paljonkin olohuoneen paraatipaikan teokseen.

Ei ole tarkoitus ohjata kohti kaupallisuutta, mutta on selvää, että asiakkailla on eri budjetteja, joten jos vaikkapa tekee vain isoja ja kalliita teoksia, niin väistämättä menettää ne joilla on pienempi budjetti. Hinnoittelu on liiketoiminnassa oiva keino profiloida johonkin suuntaan, joten sitä kannattaa oikeasti pohtia.

Viimeiseksi pohdittiin kuvataiteen saatavuutta ja näkyvyyttä. Ripatilta kysyttiin, miten hän kehittäisi kuvataiteen saatavuutta ja miten lisätä taiteilijan ja taiteen näkyvyyttä?

Jos vaikkapa haluaisi tavoittaa ihmisiä, jotka ovat kiinnostuneita sisustamisesta ja siitä että koti näyttää hyvältä ja siellä on viihtyisää, niin sitten pitää olla läsnä niissä kanavissa, joissa hekin ovat. Lehdet, netti, tapahtumat... mahdollisuuksia on paljon. Sieltä pitää löytää oma "konsepti" tavoiteltavien ihmisten ja omien vahvuuksien yhdistelmästä.

Toisaalta kaikki lähtee tuotteesta ja palvelusta, mitä ollaan tarjoamassa. Jos perusta ei ole kunnossa, niin mitkään kikat eivät auta. En ole taiteen asiantuntija, joten en osaa sanoa miten taiteesta tehdään kiinnostavaa, jos siitä lähtökohdasta edes taidetta voi tehdä... jotkut taiteilijat varmaan tekevät, mutta missä jokaisen oma raja meneekin, on eri asia.

Jos ei oteta kantaa itse taiteeseen, niin kyllä kiinnostavuus lähtee henkilön omista vahvuuksista. Maailmassa on mahdottoman paljon vaihtoehtoisia tapoja, joiden avulla omaa asiaansa voi edistää. Tässäkin pitää löytää oma juttu: joku voi olla kiinnostava kirjoittaja, toinen on hyvä puhumaan, kolmas osaa kiteyttää kiinnostavan näkemyksenä maailmasta 140 merkkiin. Kanavia sitten sen mukaan, vaikkapa blogaaminen, videoiden tekeminen tai Twitter.

Eli kehottaisin kokeilemaan erilaisia keinoja jonkin aikaa ja pysymään niissä, jotka tuntuvat luontevilta ja herättävät jotain vastakaikua. Joka päivä netissä näkee

”päivän hittejä”. Näissä satunnainen henkilö tekee yhtäkkiä jotain sellaista, mikä kiinnostaa miljoonia ihmisiä. Tämä on valitettavasti harhaa, vaikka joidenkin kohdalle ”lottovoitto” osuukin. Suurin osa joutuu tekemään päivästä toiseen raakaa työtä ja vuoden, kahden tai kolmen päästä huomaakin, että yleisöä on ihan mukavasti.

Mielestäni taiteilijoilla on hyvä mahdollisuus olla kiinnostavia, onhan heillä jonkinlainen sisäinen tarve luomiseen. Voiko sitä tarvetta hyödyntää myös näkyvyyden osalta? Tuoda teosten rinnalle toisen kanavan ja tavan luoda, jonka tarkoituksena on osittain näkyvyyden parantaminen. Eli ei ihan puhdasta taidetta, mutta luovaa tuotantoa kuitenkin.

Palvelumuotoilu on systemaattinen ja kokonaisvaltainen tapa kehittää liiketoimintaa, taiteen myymistä tai taiteellisen työn ansaintaa. Se on konkreettista toimintaa eri työvälineitä- ja menetelmiä hyödyntäen, ajatuksena parempi asiakaskokemus, jota voidaan kutsua myös elämykseksi. Paremmat palvelut johtavat parempaan asiakasuskollisuuteen, palveluita käyttävät useammat ihmiset ja he ovat valmiita maksamaan enemmän. Palvelumuotoilulla olisi annettavaa myös taidekentällä ja sillä voisi olla positiivinen vaikutus myös taiteilijoiden ansaintaan.

Lähteet

Tuulaniemi, Juha (2013) Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum Media Oy
Hannu Ripatin haastattelu 3.5.2017



12.

Musiikin digitaalinen jakelu

Janne Tauriainen,
Tampereen Ammattikorkeakoulu

Vaikka musiikin kuuntelu ja kuluttaminen ovat olleet viime vuosina isojen muutosten kohteena. Vuonna 2015 Yhdysvalloissa julkaistussa tutkimuksessa fyysisten julkaisujen myynti oli laskussa riippumatta formaatista. Digitaalisten latausten määrä oli myös laskussa. Kuitenkin musiikin kulutus oli noussut 3 % ja kyseessä on maailmanlaajuisesti yli 50 miljardin dollarin bisnes.

Musiikin suoratoisto oli ensimmäisen kerran ohittanut digitaalisen myynnin kasvattaen markkinaosuutensa 38% musiikin kokonaiskulutuksesta. Huomioitavaa on myös että vuoden 2015 ja 2016 välillä musiikin suoratoisto kasvoi 76,4 %. Vuonna 2016 Yhdysvalloissa suoratoistoja oli yhteensä 431,7 miljardia eli 1,2 miljardia suoratoistoa joka vuorokausi ja 49,3 miljoonaa suoratoistoa per tunti. Maksullisten käyttäjien (subscription) määrä kasvoi vuodesta 2015 vuoteen 2016 124%. (Brea 2017.)

Musiikin jakelu on aina ollut tärkeässä osassa musiikkibisnestä niin isoille kuin pienille artisteille. Jakelun kautta julkaisut, kuten levyt, singlet sekä EP:t ovat saavuttaneet kuulijansa. Aikaisemmin jakeluyhtiöt huolehtivat, että cd tai vinyyli julkaisu oli myynnissä oikeissa kaupoissa oikeaan aikaan. Perinteisessä mallissa jokainen välillinen tekijä otti oman prosentuaalisen osansa julkaisun tuotosta itselleen.

Vielä muutama vuosi sitten aloittelevilla artisteilla oli hankalaa saada julkaisut kaappoihin. Syynä tähän oli se, että levytysbudjetteihin täytyi lisätä levyjen painatus, varastointi ja jakelulogistiikka kaappoihin. Ongelma tuli esiin erityisesti pienlevy-yhtiöissä tai artistien omakustanteissa, joissa mekaaniset kustannukset piti maksaa etukäteen. (Brea 2017.)

Viimeisen vuosikymmenen aikana digitaalinen julkaisukanava on kuitenkin nous-

sut vaihtoehdoksi fyysisen julkaisun rinnalle. Suurin syy tähän on internet. Ihmiset viettävät enemmän aikaa internetissä ja käyttävät vähemmän rahaa fyysisten julkaisujen ostamiseen. Digitaalinen jakelu taas poistaa vanhasta mallista sekä levy-yhtiön osuuden että fyysisen jakelijan osuuden. Miten tämä käytännössä toimii ja mitä hyötyä tästä on erityisesti uusille, tuleville artisteille?

Fyysisten tuotteiden jakelun sijaan suurin osa pienjakeluyhtiöistä keskittyy nykyään pelkästään digitaaliseen jakeluun. Digitaalisen jakelijan pääasiallinen tehtävä on toimittaa julkaisu useisiin online-kauppoihin ja palveluihin kuten iTunes, Spotify ja Pandora. Kyseessä ei ole pelkästään äänitiedostojen lähettäminen vaan jakelijan täytyy ottaa huomioon eri palvelujen formaatit, kuten tiedostotyypit, raitamäärät ja editointi. Kyseisen informaation muokkaaminen manuaalasti on aikaa vievää, joten digitaaliset jakeluyhtiöt ovat kehittäneet erilaisia algoritmeja automatisoimaan tätä toimintaa. (Voogt 2017.)

Digitaalinen jakelu

Digitaalinen jakelu voidaan ajatella digitaalisena musiikkikauppana. Kun julkaisu on ladattu oikeilla spekseillä iTunes:iin ja Spotify:hin, kuulijat voivat ladata, suoratoistaa tai ostaa artistin musiikkia. Artistit saavat palkkion rojaltien muodossa latausten, ostojen sekä suoratoistojen määrän perusteella. Jakelijat eivät siis lähetä postitse laatikkokaupalla vinyylejä tai cd:tä kauppoihin vaan tiedostot lähetetään muutamalla klikkauksella eteenpäin. (Trandafir 2016.)

Digitaaliseen jakeluun keskittyvä yhtiö toimii eri tavalla kuin fyysiseen jakeluun keskittynyt yhtiö. Digijakelijalla ei tarvitse olla varastoa fyysisille tuotteille, ei postituksia eikä huolta painomääristä. Yhtiön pääasiallinen tehtävä on toimittaa äänitiedostot tietyin spekseihin online-kauppoihin, kerätä soitoista kertyneet tulot ja lähettää ne edelleen julkaisujen omistajille oli kyseessä sitten artisti tai levy-yhtiö. Tämä mahdollistaa suuren asiakasmäärän hoitamisen pienellä henkilökunnalla ja pienillä kuluilla.

Digitaaliset jakeluyhtiöt tienaa kahdella eri tavalla. Ensimmäinen tapa on laskea artistia tai levy-yhtiötä kertasummalla, joka on singlestä 10-20 € (1-2 kappaletta) ja 40-60 € ep:stä tai pitkäsoitosta. Toinen tapa on, että jakelija ottaa osan rojalteista, mikä on yleensä 15%. Tässä tapauksessa jakelija tekee tietoisien riskien.

Voi olla että julkaisua ei osteta eikä suoratoisteta, joten jakelija ei välttämättä saa osuuttaan rojalteista tai osuus jää pieneksi. Tästä syystä suurin osa digitaalisista jakelijoista käyttää ensin mainittua mallia. (Voogt 2017.)

Digitaalisia jakeluyhtiöitä on viime aikoina syntynyt yhä enemmän. Kaikista verkkokaupoista iTunes, Spotify ja Amazon jakavat suurimman osan markkinaosuudesta. Näin ollen artistin on hyvä käyttää jakelijaa joka saa julkaisut ladattua ainakin edellä mainittuihin palveluihin.

Pienemmät online-kaupat voivat erikoistua myös tiettyihin genreihin kuten esimerkiksi Beatport ja Junodownload, jotka ovat erikoistuneet Dance-musiikin genreen. Näiden lisäksi suosiota ovat kasvattaneet viime aikoina Deezer ja Rdio. Varsinkin eri genreihin erikoistuneet online-kaupat saattavat olla tarkkoja siitä, mitä musiikkia he julkaisevat. Näin ollen julkaisujen saanti tiettyihin kauppoihin ei ole aina 100% varmaa. Esimerkiksi Beatport, Pandora ja Junodownload haluavat ensin arvioida musiikin tai artistin ennen julkaisua.

(Voogt 2017.)

Digitaaliset jakelijat tarjoavat palveluita hieman eri spekseihin ja erilaisiin sopimuksiin riippuen jakelijasta. Seuraavassa esimerkkejä jakelijoista:

CD-Baby on yksi vanhimmista digijakelijoista. Digitaalisen jakelun lisäksi he tarjoavat myös fyysisen julkaisun jakelun sekä mahdollisuuden lisensoida musiikkia televisioon, elokuvaan ja peleihin. CD-Babylle maksetaan yksi hinta jokaista julkaisua kohden eli ei vuosimaksua. (Herstand 2014.)

Distrokid on muusikko Phillip Kaplanin suunnittelema palvelu, joka aloitti toimintansa vuonna 2013. Tällä hetkellä palvelua käyttää noin 90 000 artistia ja sen kautta on jaettu yli 700 000 biisiä. Distrokid:ssä on 19,99 dollarin vuosimaksu jonka jälkeen jakeluun voi ladata periaatteessa rajattoman määrän biisejä vuoden aikana. Distrokid maksaa rojalteita suoraan kaikille biisien tekijöille.

(Herstand 2014.)

Tunecore on tällä hetkellä yksi isoimmista digijakelijoista. Tunecore ei ota komissiota. Singlen jakelu maksaa 9,99 dollaria per vuosi, kokopitkän levyn jakelu maksaa 29,99 dollaria per vuosi. Lisäksi he tarjoavat lisensointipalvelua 75 dol-

larin hintaa joka ei ole vuosimaksu. (Herstand 2014.)

Mondotunesin jakelu on tällä hetkellä laajin maailmassa. Vuosittainen maksu on 39,99 dollaria jonka jälkeen palveluun voi ladata rajattoman määrän biisejä vuoden aikana. Heidän kauttaan julkaisut saadaan jakeluun 750 online kauppaan yli 140 maassa. Lisäksi he tarjoavat online promootiopaketteja. Mondotunesin digitaalisen jakelun laajuus perustuu yhteistyöhön Universal Music:in kanssa. (Brea 2017.)

Promootio ja some

Pelkkä jakelu ei tietenkään takaa julkaisun menestystä. Ilman jakelua tukevaa promootiokampanjaa julkaisu häviää todennäköisesti bittiavaruuteen ilman kuulijoita. Aikaisemmin jakelua tukeva markkinointi, promootio sekä mainonta oli levy-yhtiöiden vastuulla. Pienlevy-yhtiöiden sekä itsenäisten artistien onneksi digitaaliset jakelijat ovat alkaneet vähitellen lisätä promootiokampanjoita jakelun lisäksi erillistä maksua vastaan

Tällä hetkellä suurimpana promootioalustana toimii internet. Aikaisemmin mainittu Mondotunes tarjoaa esimerkiksi kahta erilaista promootiopakettia jakelun lisäksi. MondoBio maksaa 49,99 dollaria per kampanja. Tässä paketissa Mondotunesin tiimi tekee bion artistin lähettämien tietojen pohjalta. Lisäksi Mondotunes tarjoaa MondoBlast pakettia. Tämä sisältää bion, musiikkijournalistin joka kirjoittaa tiedotteet sekä tiedotteiden julkaisun tärkeillä online sivustoilla. Tämä kyseinen kampanja maksaa 99,99 dollaria kampanjaa kohden. (Mondotunes 2017.)

Tämä ei pelkästään riitä vielä julkaisun onnistuneeseen promootioon. Uuden artistin täytyy olla aktiivinen erityisesti sosiaalisen media alueella. Facebook-kampanjat, Instagram, Twitter ja Snapchat -julkaisut ovat artisteille tätä päivää. Kyseisiä väyliä hyväksi käyttäen fanit pääsevät lähemmäksi artistia kuin koskaan aikaisemmin.

Youtube on myös noussut viime vuosina hyväksi promootiokanavaksi. Nykyään sekä isot että pienet artistit julkaisevat uusista tuotoksistaan ns. lyriikkavideoita. Tämä on erittäin kustannustehokas tapa tuoda uutta musiikkia kuuntelijoiden tietoisuuteen. Lyriikkavideon kustannukset ovat murto-osa perinteiseen musiikkivideon verrattuna.

Ylläolevien promootiokanavien lisäksi artisti voi aina palkata tiedottajan, joka tekee julkaisusta promootiopaketin radiolle, lehdistölle sekä online lehdistölle. Tämä on edelleen hyvä vaihtoehto mutta hyvä tiedottaja maksaa huomattavasti enemmän kuin omatoiminen mainonta sosiaalisen median välityksellä.

Uudelle artistille digitaalinen jakelu mahdollistaa julkaisun saamisen kuluttajille kustannustehokkaasti. Ongelma on se, että miten erottua joukosta. Artistin täytyy uskoa omaan tuotteeseen, rakentaa hyvä ja mielenkiintoinen tarina julkaisun ympärille sekä käyttää hyväksi sosiaalisen median eri väyliä jotta julkaisu saavuttaa kuulijansa.

Lähteet

Brea, Michael C (2017) New Channels in Music Distribution, Focal Press.

Herstand, Ari (2014) Want to Know the Best Digital Music Distribution Company? URL: <https://www.digitalmusicnews.com/2014/05/29/digital-distribution-company-review/> (tarkastettu Elokuu 2017)

Promote Your Music Worldwide

URL: <http://www.mondotunes.com/promote-your-music> (tarkastettu Elokuu 2017)

Trandafir, Leticia (2016) Everything Musicians Need to Know About Music Distribution

URL: <http://blog.landr.com/everything-musicians-need-know-digital-music-distribution/> (tarkastettu Elokuu 2017)

Voogt, Budi (2017) The Indie Musicians' Guide to Digital Distribution URL:

<https://heroic.academy/indie-musicians-guide-to-digital-distribution/> (tarkastettu Elokuu 2017)

13.

What Entrepreneurship Means in Art?

Eva Forsman, Yrkeshögskolan Novia

The world has become more complex, abstract, and global than ever before. Globalization, international politics, and climate change shapes our world. The current financialized condition is often perceived as challenging, and the individual struggles with finding ways of both interpreting and acting within an increasingly complex world. The contemporary individual has become an entrepreneur, and is considered solely responsible for his success and failure. He must be effective and creative when solving problems, both in the professional as well as the personal part of life. Entrepreneurship has become a keyword for (economic) success and is highly valued in today's society. Today, we are expected to act entrepreneurially as individuals and we are educated as early as primary school to become entrepreneurial citizens of today's society. But, what is considered entrepreneurial behavior? How is it defined? What possibilities and limitations are inherent in current definitions? How does that affect views on entrepreneurship within the field of arts?

Our approach to work in the artistic field is based on the self-realization of ideas and a desire to influence and discuss issues that are of importance to us. Through our actions, we express values and our artistic identity. The realization of artistic work involves a number of funding models through which income is generated by mixing different forms of employment and financial support or grants. The consumer of artistic experiences is seldom taken into consideration in the production process, particularly if he or she is not perceived as a co-creator in the process. The consumer rarely generates income for the artist directly, rather, their interest in art creates the potential for presenting artistic work to an audience. Long-term employment opportunities in which educated artists practice their profession are few. A combination of temporary project employment, teaching positions, commissions, scholarships, and temporary side jobs are often ways of making a living as an artist. Is it possible that the freelance lifestyle

of the artist can be defined as entrepreneurial? Is the artist an entrepreneur when he creates his own reality by being creative and innovative when producing artistic work and making a living through limited resources? Are our current views on entrepreneurship and success connected to an economic discourse? Does this render most artists un-entrepreneurial? As a profession, do we need to become better at running businesses?

We live, according to Costas Lapavistas, in a financialized era in which political determinations define what is "realistic" in today's society (Lapavistas 2014). We must keep in mind that what is currently seen as realistic was once impossible, and could not have been thought of or imagined as becoming a part of a future reality. While what was once possible is now seen as unrealistic. Mark Fisher describes his concept of "capitalist realism," the reality of the current form of capitalism as "... a persuasive atmosphere, conditioning not only the production of culture but also the regulation of work and education, acting as a kind of invisible barrier constraining thought and action" (Fisher 2009, 16). How we perceive the world is determined by the current language used. Language, as the means by which we think, serves as the bridge between the contemplative mind and the world. Hannah Arendt, as well as many others, identifies (using a philosophical approach to language), the role of language in knowledge production while attempting to demonstrate how our use of language and its concepts affects our thinking (Arendt 1978).

Today, the language used for describing the citizen or the individual in society is dominated by their place as an entrepreneur and an economic subject. Michel Foucault has described the redefined economic figure "...as [the] entrepreneur of himself, being for himself his own capital, being for himself his own producer, being for himself the source of [his] earnings" (Foucault 2008). An approach to life, work, and the individual as an enterprise one is responsible for managing. This imbues one's perception of oneself and others with expectations as to how one should act in today's society. But what does it mean to act entrepreneurially in different fields or industries today? How does the artist act as an entrepreneur?

Entrepreneurship is a controversial subject within art education. The concept brings forth negative associations due to its perceived connection to capitalism and profit-seeking.

Many artists today do not see themselves as entrepreneurs even though their actions and way of life can be viewed as entrepreneurial.

I would say that entrepreneurship is and has been a natural part of the artistic profession, as there are not and have not been many employment opportunities in the field. As such, many artists have been forced into being innovative in finding ways of making a living. The problem is current views on entrepreneurship and its connection to an economic discourse. To be an entrepreneur today, many believe, is to run a business successfully. From this point of view, most artists cannot be considered entrepreneurs.

Entrepreneurship education within the arts is seldom adapted to the field. In many surveys and studies a lack of preparatory working-life experience is evident. One reason may be that students at the BA level have difficulty addressing employment issues after their studies. But, more likely, the problem could be that an overly narrow view of entrepreneurship is being presented in art education. Chris Steyaert and Daniel Hjorth et al. try to broaden views of and create new movements in entrepreneurship by approaching entrepreneurship not only as an economic phenomenon but as something that involves the whole of society, not merely the economy (Chris Steyaert and Daniel Hjorth et al. 2003, 2004, 2006, 2009). While the dominant narrow view is based on identifying and exploiting opportunities for creating a change in the market, the broad view is focused on an ongoing creative process, one driven not by personal gain but by an idea that must be realized within, and with the help of, society. With the aim of strengthening the links between entrepreneurship and society, we invite others to take part, others that are excluded by the current language used in describing entrepreneurial behavior. With this broadening, we open the way for the production of different kinds of knowledge and begin to recognize it as important. We create new narratives, outside of the dominant ones, by interpreting social, cultural, ecological, and artistic aspects and identifying them as entrepreneurial. According to Hjorth and Björn Bjerke, "entrepreneurship is about

the everyday, daily life; the civic practices of living, rather than an extraordinary accomplishment" (Hjorth and Bjerke 2006, 100).

I suggest we use Hjorth's and Bjerke's concept of public entrepreneurship (Hjorth and Bjerke 2006) when describing artistic actions and activities in society rather than using concepts such as "artistic entrepreneurship" or "cultural entrepreneurship," as it reduces the agency of the artist to a producer of market-based products. The artist's working environment is the public sphere and through the production and presentation of artistic work to the public, he or she also takes a political position. While the "social entrepreneur," as a product of an enterprising society, approaches social problems as economic ones, solvable by business logic, the "public entrepreneur" does not try to make such corrections, rather attempting to get people in a community to share and feel participation. Hjorth, Bjerke, and Steyaert makes us aware of the language used in entrepreneurial discourse, as they attempt to adapt the vocabulary in order to enable others that are excluded (for example, artists) to talk about their practice in an entrepreneurial context.

In a discussion on entrepreneurship, the concept of freedom is often highlighted. Artists many times relate to a "freedom as autonomy" within a European Philosophical tradition, based on individual self-consciousness as a means of maintaining a distance between the self and the world. An approach that is separated, according to Christian Maravelias, from the ruling perspective of "freedom as potential" within the entrepreneurship discourse, wherein the individual is free to exploit the numerous opportunities and chances offered by the world. If freedom as autonomy entails a liberation from power, then freedom as potential in fact requires power, according to Maravelias, "... power to act and seize on opportunities" (Maravelias 2009, 16). The independence and autonomy that the artist seeks has been "kidnapped," as some artists see it, into something else by entrepreneurial language. Many do not relate to the entrepreneurial opportunist as he or she is playing by the rules of the game as an active player within the market.

In order to maintain the freedom so central to the arts, we must broaden the contemporary view of entrepreneurship, to become something involving the whole of society and not merely the economy. At the same time, we open the

way for the production of various types of knowledge and begin to recognize artistic aspects as important.

Concepts like creativity and innovation are central to entrepreneurship, but as the concepts are discussed from an economic perspective, it is difficult to highlight the artist's professional skills in the same discussion.

Instead, artists are often educated to master entrepreneurial tools in the same manner as other professions. Many self-organized models within the arts are entrepreneurial. The self-organized and the public entrepreneurial have much in common. They are both project-based, often small-scale, and have a connection to physical, virtual, discursive, and emotional places and spaces. Both take on projects that engage others in paying attention to marginalized thinking and phenomena, and making them more central. The art world and the greater cultural field is based on network economics, and an understanding of how the economy works is important. In most cases, after finishing their studies, young artists create communities/studio spaces with other former students. Eventually, they collaborate on different projects and become, more often than not, a non-profit gallery space. After several years as their individual networks expands, they head off in different directions to create new communities with others. Since the art market is a reality for very few artists, many must find ways of practicing an artistic profession by acting publicly entrepreneurial with others.

Sources

Arendt, Hannah (1978) *The Life of the Mind*, vol. 1, *Thinking*. New York: Harcourt.

Lapavistas, Costa (2014) *Profiting Without Producing: How Finance Exploits Us All*. <https://www.youtube.com/watch?v=6GoQWkyVZq4> (accessed: February 2015)

Fisher, Mark (2009) *Capitalist Realism*. Hants: O Books.

Foucault, Michel (2008) *The Birth of Biopolitic*, Lectures at Collège de France, 1978-79. Transl. Graham Burchell. New York: Palgrave Macmillan.

Hjorth, Daniel and Bjerke, Björn (2006) *Public Entrepreneurship: Moving from Social/Consumer to Public/Citizen*. In Daniel Hjorth and Chris Steyaert (eds.) *Entrepreneurship as Social Change: A Third Movements in Entrepreneurship Book*. Cheltenham, UK & Northampton, MA, USA: Edward Eglar, 79-102. DOI: <http://dx.doi.org/10.4337/9781847204424>

Maravelias, Christian (2009) *Freedom, Opportunism and Entrepreneurialism in Post-Bureaucratic Organizations*. In Daniel Hjorth and Chris Steyaert (eds.) *The Politics and Aesthetics of Entrepreneurship: A Fourth Movements in Entrepreneurship Book*. Cheltenham, UK & Northampton, MA, USA: Edward Eglar, 13-30.

Steyaert Chris and Hjorth Daniel (eds.) (2003) *Movements in Entrepreneurship: New Movements in Entrepreneurship*.

Steyaert Chris and Hjorth Daniel (eds.) (2004) *Narrative and Discursive Approaches in Entrepreneurship: A Second Movements in Entrepreneurship Book*.

Steyaert Chris and Hjorth Daniel (eds.) (2006) *Entrepreneurship as Social Change: A Third Movements in Entrepreneurship Book*.

Steyaert Chris and Hjorth Daniel (eds.) (2009) *The Politics and Aesthetics of Entrepreneurship: A Fourth Movements in Entrepreneurship Book*.

Kuvat

0. Sisällys - Juha Suonpää
 1. Taiteen toimintaympäristöt - Juha Suonpää
 2. Digitaalisen taiteen levitysalustat verkossa - Juha Suonpää
 3. Taide digitaalisessa murroksessa - Eetu Kevarinmäki / Lauri Tujula
 4. Superme - teosprosessi verkkopalveluissa - Sanni Saari
 5. Tärhtäneet ämmät - Mikko Silvennoinen
 6. Art and Branding - Lavinia Colzani
 7. International Art Collaborations - Juha Suonpää
 8. Innovaatioita verkossa - Anitra Arkko-Saukkonen
 9. Planning artistic methods for immigrants - Juha Suonpää
 10. Digitalisaatio maaseudulla - Saija Mustaniemi
 11. Taide palveluna - Juha Suonpää
 12. Musiikin digitaalinen jakelu - Juha Suonpää
 13. What Entrepreneurship Means in Art? - Eva Forsman
 14. Kuvat - Juha Suonpää
-



2018 **FAQ**

Taiteen digitaaliset toimintaympäristöt
