



Eija Martinmäki

OMAKUSTANNEÄÄNITTEEN KANNATTAVUUS

OMAKUSTANNEÄÄNITTEEN KANNATTAVUUS

Eija Martinmäki
Opinnäytetyö
Kevät 2012
Liiketalouden koulutusohjelma
Oulun seudun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

Tekijä: Eija Martinmäki

Opinnäytetyön nimi: Omakustanneäänitteen kannattavuus

Työn ohjaaja: Sami Niemelä

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2012

Sivumäärä: 54

Tämän opinnäytteen tarkoituksena oli tutkia omakustanneäänitteen kustannuksia ja kannattavuutta. Tutkimus tarkasteli ääniteteollisuutta yleensä sekä sitä, miksi omakustanneäänitteitä tehdään. Onko omakustanneäänitteen tarkoitus olla pienen piirin musiikin tallennusta, vai onko tarkoitus saada elantoa tai ansiota oman äänitteen julkaisulla? Tutkimus vertaili äänitteen teossa muodostuvia kustannuksia. Millaisia vaikutuksia kustannusrakenteella on äänitteen tuottavuuteen, ja millä keinoin kustannuksiin voi vaikuttaa? Tutkimus pohti aiheita, miksi omakustanneäänitteitä halutaan julkaista ja millaisia äänitys-, kopiointi- ja julkaisuvaihtoehtoja löytyy.

Tutkimusaihetta tarkasteltiin oman musiikkijulkaisun näkökulmasta. Oma omakustanneäänitteemme ilmestyi toukokuussa 2011. Levyä tehtiin syyskusta 2009 lähtien. Kimmokkeena levyn tekemiseen oli ajatus siitä, että omasta harrastuksesta jäisi jokin konkreettinen jälki. Musiikki on monesta muusta taidelajista poikkeava siinä, että siitä ei jää mitään näkyvää jälkeä. Kun esitys on ohi, ainoa, mitä jää jäljelle, on yleisön kokema tunnetila, toivottavasti yleensä mielihyvä. Esiintyjä ei saa tilannetta enää takaisin.

Oman äänitteemme markkinoinnissa tutkittiin sitä, millä tavalla saadaan pienillä panostuksilla levyä myytyä riittävä määrä kulujen peitoksi. Levyn kustannukset koostuivat matkakuluista, studiomaksuista ja monistuksesta. Musiikin harrastajina ei haluttu tehdä aggressiivista markkinointia, vaan ajatus oli, että ostajan täytyy haluta tuote omasta halustaan.

Artistin osuus äänitteen tuotosta voi eri lähteiden mukaan vaihdella kahden prosentin tuotosta 16 prosenttiin. Oman levymme tuottotavoitteeksi määräytyi Suomen Muusikkojen Liitto ry:n kustannuskaaviossa käyttämä neljän prosentin artistirojalti.

Markkinointia suunniteltiin tehtäväksi pienin kustannuksin, ensiksi omassa levynjulkistamistilaisuudessa ja muissa kesän mittaan tarjoutuvissa yleisötilaisuuksissa. Päämarkkina-alueena olisi oma paikkakunta, mutta myös naapurikunnat, sikäli kun esiintymis- tai yleisötapahtumia niihin järjestyisi.

Tämän tutkimuksen markkinointitoimenpiteet tapahtuivat kesä-joulukuussa 2011. Levyn markkinointi kuitenkin jatkuu kyseisen ajan jälkeen. Tuottotavoitteen saavuttamiselle ei ole asetettu mitään takarajaa, mutta levyn realistisena myyntiaikana voidaan pitää yhtä vuotta.

Tutkimuksessa käsiteltiin omakustanneäänitteen kustannusrakennetta myös muista kuin oman äänitteen lähtökohdista, jotta saatiin kokonaiskuva omakustanneäänitteen tuottavuudesta yleensä.

Asiasanat: omakustanne, musiikki, äänittäminen

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Economics

Author: Eija Martinmäki

Title of thesis: The Profitability of the Self-published CD-record

Supervisor: Sami Niemelä

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2012

Number of pages: 54

The purpose of this thesis is to study the costs and the profitability of the self-published CD-recording. The thesis studies partly the Finnish record industry and partly reasons why someone is producing music at his own expense. The thesis investigates what reasons there are to make a music record at one's own expense and what kind of possibilities and alternatives there are. How does the cost structure affect the probability of the record?

The subject of the thesis is researched from the point of view of the thesis author's own music publication. The CD-record came out in May 2011. The reason to make our own music-CD was to get a tangible permanent product of our hobby. As music is immaterial and invisible, the only thing that remains when having a presentation, is the feeling experienced by the public, which hopefully is enjoyment. The performer does not get the situation back any more.

In the marketing of the record it was studied how to sell the disk with small inputs still covering the expenses. The costs of the CD-record consisted of travel expense, studio expenses and production costs. According to different sources the artist's share of the yield of the CD-record can vary from 16 percent to two percent. The profit target of the recording studied was determined at 4 percent according to the artist royalty used by the Finnish Musician's Union.

The marketing was planned to be done at the small costs in various summer events. The primary market area was mostly musician's own municipality and neighboring towns. The marketing operations of this thesis took place in June-December 2011. However, the marketing of the disk continues and the realistic time of sales can be one year forward.

In the study the cost structure of the self-published music-CD is also dealt with from another viewpoint than our own record to get a general view of the profitability of the self-published CD-recording. Additionally, it is clarified what the average costs of the self-published record are and how they can be influenced by one's own choices. Any person who records music can benefit from this study.

Keywords: music, self-published music, recording music

SISÄLLYS

1. JOHDANTO	6
2. MUSIIKIN HISTORIA	8
2.1. Musiikin synty	8
2.2 Musiikin kehitys	8
2.3 Massojen musiikki	9
2.4 Äänilevyteollisuus Suomessa	9
2.4.1 Ääniteteollisuuden lukuja	10
2.4.2 Esiintyjän/artistin näkökulma	11
3. MUSIIKIN MERKITYS.....	12
3.1. Musiikin vaikutus	12
3.1.1 Merkitys kuulijalle	14
3.1.2 Taustamusiikki	15
3.1.3 Terapiakäyttö	15
3.2 Musiikki kulutustuotteena.....	16
4. MUSIIKIN TUOTTAMINEN	19
4.1. Musiikin tekemisen syitä	19
4.2. Äänilevyteollisuus	20
4.2.1 Kannattavuus	22
4.2.2 Immateriaalioikeudet	24
4.3. Omakustanne	25
4.3.1 Omakustanteen tekemisen syitä	28
4.3.2 Omakustanneäänitteen kustannukset	28
5. OMAN ÄÄNITTEEN SUUNNITTELU	36
5.1 Levyn tekemisen motiivi.....	36
5.2 Yleistä.....	36
5.3 Markkinoinnin suunnittelu	38
6. OMAN ÄÄNITTEEN TOTEUTUS	40
6.1 Omat tavoitteet	40
6.2 Kustannusanalyysit.....	41
6.3 Kustannuslaskelma	43
7. POHDINTA	49
8. LÄHTEET	52

1. JOHDANTO

Tämän tutkimuksen tarkoitus on perehtyä omakustanneäänitteen kustannusten muodostumiseen sekä tuotteen markkinointiin pienimmillä mahdollisilla kustannuksilla. Tutkimus rajataan koskemaan omakustanneäänitettä. Tutkimuksessa ei huomioida omakustannekirjoja eikä omakustanteiden jakelua verkkoympäristössä, vaan tutkimus kohdistuu CD-muodossa julkaistun äänitteen.

Äänilevyt ja -kasetit ovat perinteisesti olleet levy-yhtiöiden julkaisemia ja markkinoimia, mutta omakustanneäänite on tekijänsä itse kustantama ja markkinoima äänite. Levyntekijä on tällöin oman levynsä tuottaja. Omakustanneäänitteen tuotannossa voi olla myös erilaisia vaihtoehtoisia malleja.

Vaikka omakustanneäänitteitä ilmestyy jatkuvasti uusia, niiden lukumääristä ja kannattavuudesta ei löydy juurikaan tietoja. Säveltäjäin Tekijänoikeustoimisto Teosto ry. rekisteröi sellaiset omakustannejulkaisuisut, jotka sisältävät tekijänoikeuslain piiriin kuuluvaa materiaalia. Jos omakustanneäänite sisältää esittäjän itsensä tekemää materiaalia, se jää tilastojen ulkopuolelle, ellei tekijä vasten ilmoita omia teoksiaan Teoston tiedostoihin tekijänoikeuskorvausten toivossa. Tässä tutkimuksessa tarkastellaan äänitettä, jolla ei julkaista omia sävellyksiä tai sanoituksia, vaan jo aiemmin julkaistua ja sovitettua musiikkia.

Kustannuksia tarkastellaan muun muassa kriittisen pisteen näkökulmasta. Koska omakustanne voidaan toteuttaa hyvin monin eri tavoin ja vaihtelevilla kustannuspanoksilla, kustannusperusteinen tuottovaatimus voi olla huomattavan vaihteleva.

Tutkimuksen konkreettisena lähtökohtana on tutkia tietyn julkaistun omakustanne-CD:n kustannuksia, markkinointia ja kannattavuutta. Markkinointisuunnitelma tehdään pääosin erilaisten maksuttomien tapahtumien avulla, oman paikkakunnan ja lähialueen kesä- ja muita tapahtumia hyödyntäen. Pieni määrä levyjä menee helposti sukulaisille ja tutuille, mutta useamman sadan kappaleen myynti pienellä paikkakunnalla vaatii ponnisteluja.

Tutkimuksessa pohditaan, millaisia markkinointimahdollisuuksia voi käyttää ja millä toimenpiteillä on eniten vaikutusta tuotteen myyntiin. Tutkimus tarkastelee sitä, kuinka suuri kappalemääräinen myynti kattaa kulut ja onko pienehköllä omakustanneteoksella mahdollista saada voittoa.

Kun levy-yhtiön tuottaman äänitteen hinnasta vähittäiskaupan osuus, arvonlisävero, levy-yhtiön voitto-osuus sekä varastointi- ja jakelukustannukset muodostavat 60 %, niin omakustanteen tekijä voisi nopeasti ajatella saavansa yli puolet tuotteen myyntihinnasta itselleen.

Kustannusrakenne omakustanteella saattaa kuitenkin olla täysin levy-yhtiön mallista poikkeava. Omakustanteen myyntihintakin on yleensä edullisempi. Perinteiset levy-yhtiöiden julkaisemat CD-levyt näyttävät maksavan keskimäärin 20 euroa kappale, mutta niidenkin hinnat vaihtelevat tekijöiden ja ajankohdan mukaan. Kun näitä ”oikeiden” muusikoiden CD-levyjä voi ostaa kymmenellä eurolla ja sen alle, ei omakustanneäänitettä kannattane hinnoitella yli kymmenen euron.

Jos omakustanteen äänitys- ja monistustyöt tehdään äänitysstudioissa, niistä voi aiheutua suurin kuluerä. Kahdeksan tuntia äänitysstudioissa maksaa useita satoja euroja. Tunnin mittaisen tai lyhyemmänkin äänitteen tallentamiseen saattaa kulua monta työpäivää, samoin äänitteen miksausukseen ja masterointiin. Lisäkuluja aiheuttavat levyn monistus ja valmistus, tekijänoikeusmaksut, markkinointi, jakelu ja verot.

Tutkimuksen alkuosassa käsitellään musiikin historiaa, musiikin vaikutusta ihmiselle sekä musiikkia kulutustuotteena. Kappaleessa neljä selvitetään musiikkia liiketoiminnan osana ja pohditaan eroja levy-yhtiön tuottaman äänitteen ja omakustanneäänitteen tuottamisessa. Kappaleet viisi ja kuusi keskittyvät tutkimaan oman äänittemme tuotantovaiheita ja oman äänittemme kustannuksia ja kannattavuutta.

2. MUSIIKIN HISTORIA

2.1. Musiikin synty

Musiikki syntyi tuhansia vuosia sitten, ennen kuin sitä edes yritettiin merkitä muistiin. Todennäköisesti kaiken musiikin perusta ja lähtökohta on luonto, sen rytmit ja äänet (Lehtiranta 2005, 34). Wieniläisen musiikkiesteetikon Eduard Hanslickin mukaan musiikin sisältö on soiden liikkuvia muotoja, ja häntä nuoremman esteetikon Eugen Schmitzin mukaan musiikki on tunteiden kieltä. Musiikissa on kysymys kuulemisesta, akustisesta taiteesta. Arvostetun suomalaisen säveltäjän ja muusikon Joonas Kokkosen mukaan on olemassa elemetaarimusikaalisuutta ja emotionaalises-teettistä musikaalisuutta. Kokkosen mukaan henkilön ”taiteellinen vastaanottokyky voi olla täysin kypsytön, esimerkiksi imelän iskelmän asteelle pysähtynyt”. Valtaosaa ihmisistä ei voida jakaa musikaalisiin ja epämusikaalisiin ihmisiin, vaan on tarkoituksenmukaisempaa puhua musikaalisuuden erilaisesta asteesta, sanoo Kokkonen. Musiikin teoriassa musiikin elementeiksi luetaan rytmi, harmonia, melodia ja sointiväri. Ehjään musiikillisen kokonaisuuteen vaaditaan lisäksi muoto. (Kokkonen 1992, 176–177.)

2.2 Musiikin kehitys

Musiikki ympäröi nykyajan ihmistä lähes aina ja kaikkialla, musiikin tarjonta ja kysyntä on valtavan laajaa ja monitahoista. Tekniikan kehitys on tuonut musiikin kaikkien ulottuville. Reilussa puolessa vuosisadassa radio, gramofoni, magnetofoni, televisio ja nykyiset digitaaliset laitteet ovat tarjonneet sävelten maailmalle aivan uusia ulottuvuuksia.

Musiikin eri tyylikaudet heijastavat ihmiskunnan historian kulttuureita, vaiheita ja aatteita. Musiikki on seurannut ihmistä hänen kehityshistoriansa alkuvaiheista saakka. Musiikin perimätieto ja maagiset voimat olivat muinaisten poppamiesten hallussa. Jotakin tästä magiasta on säilynyt meidän päiviemme säveltaiteeseen saakka. (Kokkonen 1992, 220.)

Musiikki on muuttunut eri aikakausien mukana, ja musiikkityylejä on aikakausien mukaan nimettykin. Vaistomaisen ja sattumanvaraisen musisoinnin tilalle on tullut musiikin määrätietoinen viljely. Säveliä halutaan kuulla, soittaa ja laulaa niiden tarjoaman esteettisen nautinnon takia. (Kokkonen 1992, 184–185.)

2.3 Massojen musiikki

Todellista massojen musiikkia ei päässyt syntymään ennen levitysvälineitten syntymistä. 1800-luvun musiikki oli joko taidemusiikkia, kuten sinfoniaa, soitinkonserttoja, ooppera-arioita ja laulelmiä. Tanssisaleissa, kahviloissa ja näyttämöillä soitettiin kevyempää musiikkia, joka sekin olisi useassa tapauksessa voinut kuulua jonkun romantikon pienoistuotantoon.

Kevyen musiikin, tässä kohdin iskelmän, lähtökohtia ovat olleet niin sanottu taidemusiikki, musiikaalit, ooppera ja operetti, jazz, kansanmusiikki ja aiempi tanssimusiikki. Musiikin massatuotanto pääsi alulle, kun kuluttajalla oli mahdollisuus saada musiikkinsa valmiina, aluksi vaharullan, levyn tai kasettinauhan välittämänä. (Helistö, Pohjola & Urho 1973, 236–237.)

2.4 Äänilevyteollisuus Suomessa

1900-luvun alkupuolella musiikin tekijöiden tulot koostuivat nuottimyynnistä ja esittäjien tulot esiintymispalkkioista. Musiikin kustannusyhtiöt tekivät sopimuksia säveltäjien kanssa ja maksoivat heille sävellyspalkkioita. Sekä vakavamman musiikin että populaarimusiikin säveltäjät saattoivat myös käydä kauppamatkoilla kaupittelemassa nuottejaan. (Kurkela 2009, 136, 140.)

Suomalainen äänilevyteollisuus sai alkunsa 1920-luvulla. Suomen Yleisradio perustettiin vuonna 1927. Ensimmäiset kotimaiset iskelmät levytettiin vuonna 1928, ja ne tuotti englantilainen His Master's Voice yhteistyössä Fazerin musiikkikaupan kanssa. Vuosikymmenien kuluessa tästä alun alkaen vaatimattomasta pienten piirien äänitetoiminnasta kasvoi monia tuotantoyhtiöitä työllistävä ääniteollisuuden ammattiala, samalla kun varsinkin kevyen musiikin ja iskelmien kuunteleminen ja tallennus laajenivat koko kansan ulottuville.

Saadakseen toiminnalleen katetta äänilevyteollisuus valikoi tarkasti lupaavimmat esiintyjät tarjokaiden joukosta. Laulajat ja esiintyjät saattoivat joutua omien sanojensa mukaan hattu kourassa anelemaan levytyssopimuksia. Paljon hyviä kykyjä karsiintui, tai saattoi käydä niinkin, että yhden musiikkijohtajan hylkäämästä artistista tuli toisen äänitehtiön huippuesiintyjä.

Tietotekniikan kehitys toi musiikin tallennuksen joka miehen ulottuville. Pienten kotistudioiden syntyminen teki mahdolliseksi oman musiikin tallennuksen ja oman äänitteen tekemisen kohtuullisilla kustannuksilla kaikille halukkaille. (Jalkanen 1992, 27; Muikku 2001, 59–61.)

2.4.1 Ääniteollisuuden lukuja

Musiikkituottajien jäsenyhtiöiden äänitteiden euromääräinen tukkumyynti oli Suomessa vuonna 2003 yhteensä noin 66 miljoonaa euroa. Luku sisältää singlet, kasetit, vinyylit ja CD-levyt. CD-levyjen osuus kaikista musiikkiääniteformaateista oli tuolloin 98 %. Vuonna 2010 oli CD-levyjen myynnin määrä 35 miljoonaa euroa ja digitaalisten äänitteiden sekä muiden uusien tulolähteiden yhteensä noin 12 miljoonaa euroa. (Musiikin tuottajat, tilastot, äänitteiden vuosimyynti.)

Musiikkituottajat – IFPI Finland ry. uutisoi elokuun lopussa 2010, että sen jäsenyhtiöiden tilastojen mukaan äänitemyynti lähti kasvuun vuosien taantumien jälkeen. Vuoden 2010 ensimmäisen puolen vuoden aikana fyysisten äänitteiden kappalemyynti kasvoi noin 4 %, mutta koska CD-levyjen keskihinta samanaikaisesti alentui, fyysisten äänitteiden myynnin arvo laski 3,5 %. (Musiikkituottajat - IFPI Finland ry. 2011, hakupäivä 27.9.2011.)

Äänitteiden kulutuksen euromääräinen vähennys ilmenee myös Tilastokeskuksen tutkimuksesta Joukkoviestintämarkkinoiden muutokset 2009–2010. Sen mukaan äänitteisiin käytetty rahamäärä vuonna 2010 oli 80 miljoonaa euroa ja siinä oli vähennystä edelliseen vuoteen 6 %. (Tilastokeskus 2010, hakupäivä 25.10.2011.)

2.4.2 Esiintyjän/artistin näkökulma

Artistilla on mahdollisuus tehdä levytyssopimus levy-yhtiön kanssa, jolloin levy-yhtiö maksaa myydyistä äänitteistä rojaltia eli lisenssimaksua. Artistirojalti on Suomen Muusikkojen Liitto ry:n arvion mukaan 4 % julkaisun myyntihinnasta. Rojalti on kuitenkin yleensä aina neuvoteltavissa. Levytyssopimuksessa yhtiölle annetaan yleensä määräajaksi yksinoikeus julkaista artistin tuotantoa äänitteinä. (Muusikko Online 2002, hakupäivä 15.5.2011.)

Muusikoita ja musiikinesittämistilaisuuksia on niin monenlaisia, että voidaan joko tehdä äänitteitä siksi, että niillä houkutellessa ihmisiä artistin live-esiintymisiä kuuntelemaan, tai tehdä keikkoja promootiona artistin uudelle levyille. Suosion huipulla olevat artistit keräävät keikkailemalla huippupalkkioita, mutta myös heidän levynmyyntinsä on tuottavaa. Kotimaisen CD-albumin myyntirajat ovat kultalevyllä 10 000 kappaletta, platinal levyllä 20 000 kappaletta, tuplaplatinal levyllä 40 000 kappaletta ja tripla-platinal levyllä 60 000 kappaletta. Vuosina 2000–2007 kultalevyn rajan saavutti vuosittain noin 60–70 kotimaista albumia, vuosina 2008–2010 rajan saavutti noin 40 albumia vuodessa. (Musiikkituottajat - IFPI Finland ry. 2011, hakupäivä 27.9.2011.)

3. MUSIIKIN MERKITYS

3.1. Musiikin vaikutus

Musiikkia on kautta aikojen käytetty ihmisten tarpeessa ilmaista itseään ilossa ja surussa. Musiikki on ollut tunteiden kieli aina. Sen avulla on ihminen voinut ilmaista muun muassa rakkautta, vihaa, iloa, pelkoa ja surua. Musiikki on auttanut ihmisiä kestämään yksinäisyyttä ja vaikeuksia, rauhoittanut, hallinnut ja kiihottanut, antanut tukea työhön, luonut alakulttuureja ja ollut mukana yhteiskunnan muutosprosesseissa. (Lauronen & Tikkanen 2002.)

Musiikin peruselementit ovat ääni, liike ja rytmi, jotka ovat juurtuneet ihmisen aisteihin jo paljon ennen syntymää. Näiden elementtien kokemiseen ei vaikuta, onko kyse musikaalisesta tai epämusikaalisesta henkilöstä. Ihminen, joka ei ole perehtynyt musiikkiin, voi kokea tai tajuta musiikin vähintään yhtä voimakkaasti kuin muusikko. Musiikki voi vaikuttaa elimistön toimintoihin. (Bojner-Horwitz & Bojner 2007, 34,48.)

Musiikin vaikutus alkaa jo vauvana äidin vatsassa. Todennäköisesti sikiö pystyy tallentamaan ja muistamaan äänivaikutelmia jo kahdeksannesta raskauskuukaudesta lähtien. Niinpä äidin tai isän hyräillessä pieni lapsi rauhoittuu ja itku loppuu. Alle kouluikäisille lapsille musiikki antaa mielekästä toimintaa, iloa, naurua, rytmitajua, oppimista ja leikkimielteä sekä auttaa rentoutumaan ja rauhoittumaan. (Bojner-Horwitz & Bojner 2007, 34,79,84.)

Korva on ensimmäinen elin, joka kehittyy täyteen toimintavalmiuteen ja myös ensimmäinen aistieliin, joka alkaa toimia. Korva on yksi tärkeimmistä väylistä tiedostamattomaan mieleemme, piilotajuntaan. Korva on myös aistieliin, joka lakkaa viimeisenä toimimasta. (Bojner-Horwitz & Bojner 2007, 23,24.)

Musiikki on meitä läsnä kaikkialla. Musiikki kuuluu arkeen ja juhlaan. Musiikista on tullut ihmisille niin jatkuva taustaaäni, että arjessa tuskin huomioimme sitä tietoisesti.

Musiikki vaikuttaa ihmisillä sekä mieleen että kehoon. Musiikin vaikutus voidaan huomata ihmisen sydämen sykkeessä, ihoreaktioissa, hengityksessä ja verenpaineessa. Musiikkia käytetään rentoutukseen ja jännityksen laukaisemiseen. Se etäännyttää vaikeat ja ahdistavat asiat symbolisen etäisyyden päähän, jolloin niiden käsittelyssä päästään eteenpäin. Professori Kimmo Lehtosen mukaan musiikin lajilla ei ole merkitystä musiikin vaikutukseen vaan sama musiikki voi vaikuttaa ihmisiin aivan eri tavoin. (Lehtonen 1995, hakupäivä 15.9.2011.)

Musiikki antaa vauhtia lenkipolulla, ja se tuo mahdollisuuden luoda ystävyys- ja rakkaussuhteita tanssin, karaoken ja musiikin kuuntelun yhteydessä. Musiikki helpottaa murheissa ja luo iloa ja yhteenkuuluvaisuutta. Musiikki auttaa ihmistä kokemaan tunteita ja käsittelemään niitä. Musiikki antaa tilaa mielikuvitukselle ja luovuudelle. (Lehtonen 1995, hakupäivä 15.9.2011.)

Musiikilla on suuri merkitys lapsille ja nuorille. Nuoret rauhoittuvat musiikin avulla ensisijaisesti silloin, kun he ovat yksin ja haluavat hiljentyä. Esimerkiksi aamulla musiikin avulla saatetaan rauhoittua tai koulupäivän jälkeen rentoutua. Musiikki myös piristää: pirteän kuuloisesta musiikista tulee hyvälle mielelle (Maunus 2003, 6, hakupäivä 4.10.2011).

Nykytutkimuksen mukaan musiikilla on fysiologisia, emotionaalisia, mentaalisia, terapeuttisia ja spirituaalisia vaikutuksia. Kun ihminen mielletään ajatuksen, tunteen ja tahdon kolminaisuudeksi, niin musiikin vastaavat perusparametrit ovat melodia, harmonia ja rytmi. Rytmi on musiikin kivijalka, melodia vaikuttaa eniten ajatuksiin ja ilmentää mentaalisuutta ja harmonia on musiikin sydän ja vaikuttaa suoraan tunteisiin. (Lehtiranta 2005, 74, 75, 81.)

3.1.1 Merkitys kuulijalle

Musiikkia on aina pidetty tunteita välittävänä taiteena. Lukuisat filosofit ja asiantuntijat ovat painottaneet sen tärkeyttä ihmisen mielelle ja hyvinvoinnille.

Musiikilla on ollut merkitystä monissa historiallisissa tapahtumissa. Jerikon muurit sortuivat pa-suunoiden soitosta, kuningas Daavid toimi kuningas Saulin musiikkiterapeuttina, lyyransoittaja Orfeuksen musiikissa oli maagisia voimia ja itse lääketieteen isä Hippokrates käytti musiikkia parantamaan erilaisia sairauksia. Musiikin merkitys näkyy omassakin kulttuurissamme. Kalevalassa Väinämöinen soittaa hauenluista tehtyä kanneltaan ja ”ei ollut sitä urosta eikä miestä urheata, ollut ei miestä eikä naista eikä kassan kantajata, kellen ei itkuksi käynyt, kenen syäntä ei sulanut”. (Lehtiranta 2005, 36.)

Kari Suoniemen tutkimuksen Havaintokyky, musikaalisuus ja musiikinkuuntelukokemukset mukaan musiikissa voi kokea kauneutta, älyllisyyttä, dramaattisuutta, vapautta, kaipuuta, rauhallisuutta, yhteisyyttä tai lohdutusta. Rakkautta, vapautta, hauskuutta ja seksuaalisuutta koetaan melko paljon kaikissa musiikkityyleissä. Musiikin herättämiä tunteita voivat tutkimuksen mukaan olla ilo, suru, inho, aggressio, pelko, hämmästyminen ja mielenkiinto. Edelleen saman tutkimuksen mukaan musiikilla voidaan vahvistaa itsetuntoa, lieventää stressiä, parantaa masennusta, auttaa ongelmissa ja lievittää kipua. (Suoniemi 2008, 95, 96, 101, 114.)

Suoniemen mukaan musiikin tunteiden fyysisiä vaikutuksia ovat hyvänolon tunne, sydämen tykytys, kylmänväreet ja negatiivisempia vaikutuksia päänsärky ja vatsaoireet. Musiikin aiheuttamia assosiaatiokokemuksia ovat muistot tapahtumista, tuoksujen tunteminen, sävelien näkeminen väreinä, tunnelmaan liittyvät mielikuvat, kosketuksen tunteet ja makuelämyksen kokeminen. (Suoniemi 2008, 53, 117, 180.)

Musiikin suurta merkitystä kuvaa kertomus benediktiiniläisluostarin munkkeista. Aiemmin luostarin aktiiviset ja iloiset munkit olivat odottamatta muuttuneet apaattisiksi, väsyneiksi ja haluttomiksi. Asiaa tutkittiin, ja syyksi paljastuivat Vatikaanin uudet määräykset munkkien päiväohjelmassa: munkkien laululle omistettu aika oli vähennetty minimiin. Kun täysimittainen laulu palautettiin

munkkien päiväohjelmaan, munkkiveljet saivat ennen pitkää takaisin voimansa, terveytensä ja elämänhalunsa. (Lehtiranta 2005, 150.)

3.1.2 Taustamusiikki

Teosto on tutkinut vuonna 2007, millä tavalla eri yritykset käyttävät musiikkia hyväkseen. Tutkimukseen osallistui 551 myymälää, 459 parturikampaamoja, 486 ravintolaa ja 384 taksia, ja otos vastasi noin 7 %:a Teoston taustamusiikkiasiakkaiden kokonaismäärästä. Suurin osa tutkittavista yrityksistä piti taustamusiikkia tärkeänä yritystoiminnalleen ja käytti sitä parantaakseen asiakkaidensa viihtyvyyttä. Suosituin taustamusiikin lähde oli radio, ja tärkein kriteeri radiokanavan valinnassa oli kanavalla soitettu musiikki.

Radion osuus käytetystä taustamusiikista oli 83 % ja CD-levyjen 9,2 %, loput olivat muita lähteitä. Myymälöissä radion osuus oli 61,7 % ja CD-levyjen 13,9 % sekä muut lähteet 20,2 %. Parturikampaamoissa ja takseissa radion osuus oli 90 %, sen sijaan ravintoloissa CD-levyjen osuus oli 28,4 %. (Teosto ry. Musiikinkäyttötutkimus 2007.)

3.1.3 Terapiakäyttö

Musiikki on ihmiselle terapiaa monenlaisissa elämäntilanteissa. Kappaleessa ”Työttömät ja syrjäytyneet” Bojner-Horwitz ja Bojner (2007,101) kirjoittavat musiikin merkityksestä muun muassa, että kaunis musiikki voi karkottaa mielestä sairauden, nälän ja kurjuuden, toisin sanoen musiikki saa unohtamaan ikävän arjen. Kirjan mukaan tanssimusiikin soittaminen vaikkapa hoitokodeissa on myönteistä musiikkitoimintaa ja musiikilla on suuri arvo, vaikka esitys ei täyttäisikään ammattimaisuuden kriteerejä.

Paitsi laitoksissa oleville vanhuksille musiikki on tervehdyttävä ja suurta iloa tuottava voimavara myös terveille tai liikuntarajoitteisille vanhuksille. Erilaiset yhteislaulutilaisuudet, kuorot, tanssi ja liikunta ovat tärkeitä musiikin tarjoamia tilaisuuksia kaiken ikäisille. (Bojner-Horwitz & Bojner 2007,103.)

Musiikki ja tunne ovat tiukasti sidoksissa toisiinsa. Eri musiikkilajit vaikuttavat ihmisiin eri tavoilla. Jokainen meistä voi ilmaista tunteitaan musiikin avulla, mutta jokainen tekee sen eri tavoin. Reaktiot ovat yhteydessä esimerkiksi ikään, kulttuuriperinteisiin ja musiikkimakuun. (Bojner-Horwitz & Bojner 2007,113.)

Musiikkia käytetään kuntouttavaan terapiaan sekä pääasiallisena hoitomuotona että muiden hoitomuotojen rinnalla. Musiikkiterapia sopii lapsille, nuorille, aikuisille ja vanhuksille. Sen perinteisiä sovellusalueita ovat psykiatria ja kehitysvammaisten kuntoutus ja uudempiä käyttöalueita esimerkiksi neurologiset ongelmat sekä päihteisiin, työuupumukseen ja kipuun liittyvät ongelmat. (Bojner-Horwitz & Bojner 2007,131.)

Musiikin avulla voi käsitellä vaikeitakin asioita turvallisesti, symbolisen etäisyyden päästä. Musiikki saa aikaan vuorovaikutusta, se tuottaa esteettisiä kokemuksia ja mielihyvää ja sen avulla voidaan stimuloida tai rauhoittaa.

3.2 Musiikki kulutustuotteena

Äänite on mitä tahansa ääntä sisältävä tallenne tai tiedosto, kuten muun muassa cd-levy, mini-disc, c-kasetti, lp-levy, ääninauha tai esimerkiksi tietokoneen muistissa tai USB-tikulla oleva äänitiedosto (Gramex ry. 2011, hakupäivä 27.10.2011).

Musiikin kulutus ja sen kuuntelumahdollisuudet ovat muuttuneet huimasti lähivuosikymmenten aikana. Tässä muutamia merkittäviä kehityksen vuosilukuja:

- Raha-automaattiyhdistyksen jukeboxit ilmestyvät liikkeisiin vuonna 1962.
- Vuonna 1970 äänitteiden eli vinyylilevyjen myynti ylittää miljoonan kappaletta ensimmäisen kerran sitten 1920-luvun lopun savikiekkon ja gramofonikuumeen.
- Vuonna 1973 markkinat kasvavat huimasti: äänitteitä myydään yli 2 miljoonaa kappaletta.

- Vinyylilevy saa haastajan vuonna 1977, jolloin C-kasetti vie äänitteiden myynnistä 48 prosenttia. Yleisradion monopoli murtuu vuonna 1985, jolloin valtioneuvosto antaa toimiluvan 33 yksityiselle radiotoiminnan harjoittajalle.
- Samana vuonna 1985 ilmestyy Suomen ensimmäinen CD-muotoon äänitetty albumi, joka on Riki Sorsan Kellot ja peilit.
- Vuonna 1992 CD-levy ohittaa kappalemyynnissä C-kasetin ja LP-levyn.
- Vuonna 2006 tulee voimaan uusi tekijänoikeuslaki. Piratismi ja ilmaiset nettilataukset herättävät paljon keskustelua.
- 2007 CD-myynti laskee mutta konserttitoiminta nousee: Suomen kesä täyttyy rockfestivaaleista ja stadionspektaakkeleista. Digitaalinen musiikki saa jalansijaa. (Mäkelä 2008, hakupäivä 20.10.2011.)

Digitaalinen tuote on kaupan oleva hyödyke, joka toimitetaan tietoverkon välityksellä aineettomasti myyjältä asiakkaalle. Digitaaliset tuotteet jakautuvat kolmeen ryhmään: tallenteet, datavirta ja digitaaliset palvelut. Tallenteet ovat ikään kuin tavaroita, jotka toimitetaan tietoverkon kautta. Datavirta tarkoittaa suoraa yksisuuntaista joukkoviestintää, lähinnä radio- tai televisiolähetystä tietoverkossa. Digitaaliset palvelut ovat tietoverkon kautta toimitettavia palveluita. (Salste 2000, 2, hakupäivä 30.9.2011.)

Vielä kymmenen vuotta sitten musiikin lataaminen Internetin kautta oli käytössä olevilla yhteysnopeuksilla varsin hidasta. Vaikka digitaalinen toimitus voittikin nopeudessa aineellisen, saattoi lataamiseen kulua enemmän aikaa kuin varsinaiseen kuunteluun eikä digitaalisen musiikin kehityksen nähty olevan kovin nopeaa. Tiedostomuotojen kehittymättömyys oli myös rajoittavana tekijänä musiikin lataamisessa kuunneltavaan muotoon. Digitaalisen musiikin käytössäkin nähtiin ongelmia: ”Digitaalisen äänitteen kuuntelu mikrotietokoneella ei vastaa levyn tai kasetin kuuntelua, koska kuuntelutilanne on erilainen: asiakas joutuu ehkä kuuntelemaan musiikkia tietokoneensa äärellä; kone puolestaan saattaa hurista ikävästi.” (Salste 2000, 78, hakupäivä 30.9.2011.)

Tekniikan ja laajakaistayhteyksien kehittymisen sekä hintojen halpenemisen myötä tietokoneesta on tullut tärkeä väline musiikin kuuntelussa. Tilastokeskuksen tutkimuksen mukaan tietokone ja Internet-yhteys ovat yleistyneet niin, että ne olivat vuonna 2010 käytettävissä jo 86 %:lla suomalaisista. Television katselu, radion kuuntelu, lukeminen ja vapaa-ajan matkustelu vähentyivät ajanjaksona 1999–2009, mutta tietokoneen käyttö lisääntyi. Yleisimpiä käyttötarkoituksia tietoko-

neella vuonna 2010 olivat musiikin kuuntelu, musiikin lataaminen ja hallinta sekä valokuvien käsittely. Näitä harrasti lähes puolet tietokoneen käyttäjistä. Vaikka Internetin käyttö on yleistynyt vartuneemmankin väestön keskuudessa, 55–64-vuotiaista vain viidesosa käytti Internetiä musiikin kuunteluun ja 65–74-vuotiaista vain noin kymmenesosa. Musiikin kuuntelu Internetissä oli sitä yleisempää, mitä nuoremmasta ikäryhmästä oli kyse. 16–24-vuotiasta Internetiä käytti musiikin kuunteluun 85 %. (Tilastokeskus 2011, hakupäivä 30.11.2011.)

Digitaalisen musiikin kasvu on ollut nopeaa. Tekniikka ja talous -lehti kertoo, että esimerkiksi Anttilan verkkotavaratalo NetAnttilassa digitaalisen musiikin myynti ylitti perinteisten CD-levyjen myynnin ensimmäistä kertaa kesällä 2006. Digitaalisen musiikin myynti ylitti CD-levyjen myynnin vuoden kuluessa digitaalisen palvelun lanseerauksesta. (Hänninen 2006, hakupäivä 27.10.2011.)

Musiikkituottajat on Suomessa toimivien musiikkia julkaisevien ja myyvien yhtiöiden kattojärjestö, jonka jäseninä on yli 20 tuotantoyhtiötä. Musiikkituottajien jäsenyhtiöt edustavat n. 95 %:a Suomen äänitemarkkinoista. Musiikkituottajat ry:n 7.2.2011 julkaisemien tilastojen mukaan digitaalisen musiikin kulutus Suomessa kasvoi 88 % vuonna 2010. Digitaalinen musiikkikauppa muodostaa lähes viidenneksen äänitemyynnin kokonaisvolyymistä. Kasvu tuli pääosin uudentyyppisistä digitaalisista musiikkipalveluista, kuten Spotify- ja Nokian Ovi Musiikki Unlimited -palveluista. Kotimaisen musiikin osuus kokonaismarkkinoista ylsi vuonna 2010 ennätysuureksi muodostaen jo 63 % äänitteiden euromääräisestä myynnistä. (Musiikkituottajat - IFPI Finland ry. 2011, hakupäivä 27.9.2011.)

Teoston hyvitysmaksun tutkimustyöryhmän ja Otantatutkimuksen keväällä 2010 tekemä tutkimus osoittaa, että vaikka musiikkia tallennetaan eniten tietokoneen sisäisille kovalevyille, MP3-soittimiin, matkapuhelimiin, ulkoisille kovalevyille, USB-muistitikuille ja muille tallennusmuodoille, 40 % tallennettavan musiikin lähteistä on kuitenkin valmiilta CD-musiikkiäänitteeltä peräisin. (Tietokone ja yksityinen kopiointi 2010, hakupäivä 28.10.2011.)

4. MUSIIKIN TUOTTAMINEN

4.1. Musiikin tekemisen syitä

On todettu, että syntymätön vauva jo aistii musiikkia ja tallentaa muistikuvia kuulemastaan. Niin kauan kuin tiedän maailmassa olevan ainakin yhden ihmisen, jolle luomallani teoksella on jotakin annettavaa, jotakin merkitystä, tunnen tekeväni arvokasta työtä, sanoo Joonas Kokkonen. Kuten laulun esittäjää, ei laulun tekijääkään aina innoita raha tai maine. Musiikki syntyy inspiraatiosta ja intuitiosta, omista sisäisistä tunteista ja niiden ilmenemisestä sävelinä ja sanoina. Laulaja ja lauluntekijä Jukka Kuoppamäki kertoo, että hän tuntee lähes pelonsekaista kunnioitusta valmista sanoitustaan ja sävellystään kohtaan. Hänen mukaansa lauluntekijän ”arkiminä” ja ”säveltäjämänä” ovat kaksi eri henkilöä. Kun Kuoppamäki säveltää, hän ei näe eikä kuule mitään muuta. Kun idea tulee, jokin napsahtaa päälle, ja kun henki on päällä, saattaa hänen mukaansa syntyä tekstejä ja sävelmiä, joita jälkepäin itsekin ihmettelee.

Nuotti on kuin hieroglyfi: vasta laulajan ja kuulijan vuorovaikutuksessa se alkaa elää, ja paperille vangittu salaperäinen olento muuttuu korvin kuultavaksi, sanoiltaan ymmärrettäväksi viestiksi, jonka toinen lähettää ja toinen vastaanottaa (Kuoppamäki 1998, 22).

Tunnetuin kansanpelimannimme Konsta Jylhä aloitti säveltämisensä vasta 54-vuotiaana, pelimanniystävänsä kehotuksesta. ”Ei taira minusta olla sellaiseen”, totesi Konsta aluksi, mutta siten sävellyksiä alkoi tulla, metsissä kävellessä ja vesurilla oksia katkoessa. Konstan mukaan kappaleet syntyivät itsekseen monien metsäkävelyjen aikana. Sitten vain oli kiire kotiin pistämään sävelmä ja soinnut paperille. (Helistö 1997, 71–72.)

Lauluntekijöiden motiivit ovat usein juuri omien ajatusten julkituomista ja omien sisäisten näkemysten kertomista muille. Kuinka paljon lauluja tehdään sisäisestä palosta ja kuinka paljon ansaintamielessä? Lauluntekijä ei voi etukäteen tietää, tuleeko laulusta suosittu.

Artistin näkökulmasta musiikkiäänitteen tekoa ajatellaan liiketoimintana, jolla on taloudellisia tavoitteita. Ennen kuin musiikin äänittäminen tuli mahdolliseksi ja yleistyi, artisti sai rahallista korvausta toiminnastaan käymällä kiertueilla maakunnissa tai konsertoimalla eri paikkakuntien saelloissa. Musiikin äänitys antoi mahdollisuuden niin musiikin tekijöille kuin sen esittäjillekin levittää omaa tuotantoaan suuremmalle joukolle kuuntelijoita. Artisti ja tämän tuotanto saadaan laajaan levitykseen viemättä artistia itseään paikan päälle. Kiertueet ovat ansaintatarkoituksen lisäksi tapa vauhdittaa äänitemyyntiä. (Karhumaa 2000, 32–33.)

Myös musiikin esittäjällä musiikkiäänitteen tekemisen syitä voivat olla halu tallentaa henkilökohtaisia muistoja, halu tallentaa lempimusiikkia omina tulkintoina tai halu saada omille esityksille laajempi kuulijakunta.

4.2. Äänilevyteollisuus

Äänitystekniikan kehittymisen myötä syntyi musiikkiteollisuus. Kun musiikin sarjatuotanto tuli mahdolliseksi, ainoita tulonlähteitä eivät enää olleet esiintymispalkkiot ja nuottimyyntin tulot. Musiikkialalle virtasi pääomaa, ja rahoittajat kiinnostuivat uuden ja kasvavan alan saamasta suosiosista. Äänite oli käyttökelpoinen musiikin jakelumuoto, mutta artistilla ei yleensä ollut äänittämiseen tarvittavaa pääomaa. (Karhumaa 2000, 37–38.)

Musiikkiteollisuus liitetään ammattimaiseen musiikin tekemiseen, jolla harrastustoiminta rajataan ulkopuolelle. Musiikkiteollisuuteen on syntynyt erikoistumista jokaiselle musiikin osa-alueelle. Kehitys on tuonut kokonaan uusia ammattikuntia. Ääniteteollisuus on vain yksi musiikkiteollisuuden osa, vaikka äänitteen merkitys kokonaistuotannossa onkin suuri. (Karhumaa 2000, 43.)

Perinteisessä tuotantomallissa tuottajayhtiö, yleensä levy-yhtiö, maksaa tuotannon. Mukana voi olla myös tuotantoyhtiö, joka myy tai lisensoi masterin eteenpäin julkaisevalle levy-yhtiölle. Tuotannon mukaan artisti voi maksaa studiotuotannon masteriksi asti itse, tai levy-yhtiö antaa artistin käyttöön rojaltiliennakkoa, jolla artisti vastaa master-tuotannon kustannuksista. Molemmissa tapauksissa artisti katsotaan master-nauhan tuottajaksi. Mitä useamman portaan läpi tuotanto kulkee ennen julkaisua, sitä enemmän tuotosta häviää matkalle — jokaisen portaan on saatava jotta-

kin mukana olonsa ja panoksensa kattamiseksi. (Suomen Muusikkojen Liitto ry. 2011, hakupäivä 15.10.2011.)

Nykyään yhä useampi artisti vastaa itse ainakin osasta äänitetuotantoa. Artisti voi tuottaa ja julkaista äänitteen kokonaan itse niin kutsuttuna omakustanteena tai vastata julkaisuvalmiin äänitteen tuottamisesta ja lisensoida äänitteen julkaistavaksi levy-yhtiölle. (Suomen Muusikkojen Liitto ry. 2011, hakupäivä 15.10.2011.)

Levy-yhtiöitä on erikokoisia, ja ne saattavat olla keskittyneitä eri musiikkilajeihin, eri markkina-alueille tai erilaisiin kuluttajaryhmiin. Suuressa yhtiössä artisti saattaa joskus kokea jäävänsä vaille yksilöllistä huomiota, kun taas pienen yhtiön resurssit esimerkiksi markkinoinnissa tai jakelukanavissa saattavat olla rajalliset. (Suomen Muusikkojen Liitto ry. 2011, hakupäivä 15.10.2011.)

Levy-yhtiöt pystyvät tuottamaan äänitteitä yleensä vain sellaisille artisteille, joilla on potentiaalisia asiakkaita ja ostajia koko Suomessa, toisin sanoen myyntivolyymien täytyy olla riittävän suuri. Teoston v. 2011 valitun puheenjohtaja Kim Kuusen mukaan teosten ja musiikin tekeminen on kautta aikain ollut riskialtista toimintaa eikä etukäteen tiedä, syntyykö työstä sisältöä, jolla on tulevaisuudessa taloudellista arvoa. (Korhonen 2011, hakupäivä 27.10.2011.)

Musiikkia voidaan kopioida ja levittää myös laittomasti. Piratismi on toisten teosten laitonta kopiointia ja levittämistä. Sitä voidaan tehdä fyysisinä kappaleina tai Internetissä. Suomen laki kieltää piraattitallenteiden myymisen ja maahantuonnin. Tekijänoikeuslailla kielletään piraattimusiikin ja ohjelmien sekä luvaton jakaminen että imurointi. Kun tietokoneen käyttäjä liittyy vertaisverkkoihin, hän antaa yleensä samalla muille luvan kopioida oman koneensa vastaavia tiedostoja. Näin hän syyllistyy myös itse laittomaan tiedostojen jakeluun, jos tiedostot sisältävät tekijänoikeudella suojattua materiaalia. Vertaisverkoista musiikkia lataava ei tule ajatelleksi, että on yhtä väärin hankkia levyistä piraattikopio Internetin kautta kuin varastaa se kaupasta. Kummassakin tapauksessa henkilö saa haluamansa tavaran, mutta sen tekijät eivät mitään. (Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus ry 2008, hakupäivä 15.10.2011.)

Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajien (ÄKT ry.) apulaisjohtaja Tommi Kyyrän mielestä CD-äänitteiden hinta ei ole ratkaiseva piratismiin kannalta. Hän arvioi, että usein CD-äänitteiden hinto-

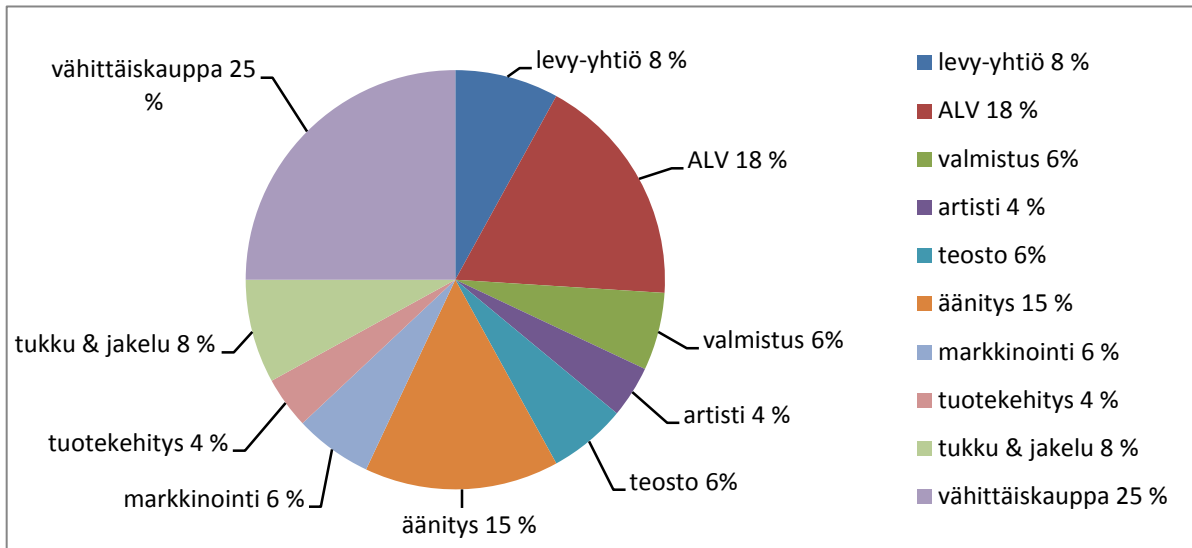
ja liioitellaan. Uudet albumit näyttävät maksavan pääasiassa alle 20 euroa, arvioi Kyyrä. (Lehto 2007, hakupäivä 20.10.2011.)

Arvellaan, että yli 90 % digitaalisen musiikin kulutuksesta tapahtuu Suomessa laittomista palveluista. Musiikkialalla lasketaan, että suomalainen musiikkiala menetti vuonna 2009 vähittäiskauppa-arvolla laskettuna noin 70 miljoonaa euroa luvattoman verkkolevityksen vuoksi. Näin suurella rahallisella tappiolla on vaikutusta työllisyyteen. Liikevaihdon pienenemisen myötä alan työpaikat ovat Suomessa lähes puolittuneet vuosituhaten alusta. Kauppapaikkojen väheneminen taas aiheuttaa sen, että fyysisten tuotteiden ostopaikat vähenevät ja niiden hankinta tulee hankalamaksi. (Musiikkituottajat - IFPI Finland ry. 2011, hakupäivä 15.10.2011.)

4.2.1 Kannattavuus

Levyn tuottamisen kustannukset ovat isoilla ääniteyhtiöillä melko vakiintuneet eivätkä riipu paljostaan musiikin lajista, esittäjästä tai muista ulkoisista seikoista. Kuviossa 1. Suomen ääni- ja kuvataallennetuottajat kuvaavat keskimääräisen kotimaisen CD-levyn hintarakennetta arvioituna levyille, jonka hinta kaupassa on 21,86 euroa ja jota myydään 5 000 kappaletta. Prosenttiosuudet on laskettu täydestä verollisesta hinnasta aikana, jolloin yleinen veroprosenttikanta oli 22 %. Suomen ääni- ja kuvataallennetuottajat ry. on laskenut, että CD-äänitteen verollisesta myyntihinnasta suurimman osan, noin neljänneksen, muodostaa vähittäiskaupan palkkio. Äänilevyn arvonlisävero on kautta Euroopan korkeampi kuin muiden kulttuurituotteiden. Esimerkiksi kirjan tai taide-esineen ALV Suomessa on 9 %, mutta äänitteiden ALV on yleisen verotuskannan mukainen 23 %. (<http://www.vero.fi>) Vähittäiskaupan ja arvonlisäveron yhteinen osuus äänilevyn hinnasta on tällöin lähes puolet levyn myyntihinnasta.

Levy-yhtiössä CD-äänitteen äänityskustannukset ovat 15 %. Levy-yhtiön oma palkkio levyn tuottamisesta on noin 8 %. Yksi kolmasosa jakaantuu valmistuskuluihin, tekijänoikeusmaksuihin, markkinointiin, tuotekehitykseen ja tukku- ja jakelukustannuksiin. 4 % jää artistin tuloiksi koko CD-äänitteen myyntihinnasta.



KUVIO 1. CD-äänitteen kustannusten muodostuminen prosentteina. (Muusikko Online 2002, hakupäivä 15.5.2011.)

Eri lähteistä ilmenee, että rojaltin suuruus voi olla hyvin vaihteleva ja se riippuu kulloisestakin levytyssopimuksesta. Voi olla, että sopimus sitoo artistin osallistumaan omalla osuudellaan myös markkinointiin, jolloin suurikaan levymyynti ei tuo artistille tuloja. Erilaiset vähennykset ja rojaltialennukset saattavat alentaa todellisen rojaltiprosentin määrää. Rojaltin laskentaperusteena oleva hinta ei välttämättä olekaan levyn veroton tukkuhinta, vaan se voi olla jokin muu hinta. Rojaltiin kohdistuu usein erilaisia vähennyksiä. Niin kutsutun break even -ehdon perusteella artisti saa rojaltia vasta, kun sovittu myyntimäärä on saavutettu. Vaikka break even -raja saavutettaisiin, jäävät äänitteen tuottajaoikeudet yleensä levy-yhtiölle.

Suomen Muusikkojen liitto ry:n lakiasianpäällikön Lottaliina Lehtisen mukaan artisti saa levy-yhtiöltä äänitemyyntiin perustuvan prosentuaalisen korvauksen, rojaltin, korvauksena työstä ja luovutetuista tekijänoikeuksista. Lehtisen mukaan sen suuruus aloittelijalle on yleensä enintään kahdeksan prosenttiyksikköä laskettuna äänitteen arvonlisäverottomasta tukkuhinnasta. Kun täysihintaisen äänitteen arvonlisäveroton tukkuhinta on noin 12 euroa, artisti saa jokaista myytyä

levyä kohti rojaltia enintään 0,96 euroa. Artisti voi olla myös yhtye, jolloin rojalit jaetaan yhtyeen artistien kesken. (Lehtinen 2008, hakupäivä 15.9.2011.)

Kun otetaan huomioon kaikkien aikuisten suomalaisten tulot, mukaan lukien osa-aikaiset, eläkeläiset, kotiäidit ja työttömät, saa suomalainen rahaa keskimäärin noin 1900 euroa kuukaudessa. Päästäkseen äänitemyynnillä tuohon tuloon Suomen ääni- ja kuvatallennetuottajien arvioimalla neljän prosentin tuotolla tulisi artistin 20 euron arvoista CD-levyä myydä lähes 30 000 kappaletta. Vuonna 2009 myytiin kahdeksan suomalaisen esiintyjän CD-albumia yli 30 000 kappaletta, vuonna 2010 lukumäärä oli viisi ja vuonna 2011 marraskuuhun mennessä kaksi.

4.2.2 Immateriaalioikeudet

Suomessa hyväksyttiin vuonna 1927 tekijänoikeuslaki, joka antoi suomalaisille säveltäjille yksinoikeuden teoksiinsa ja myös oikeuden vaatia korvauksia sävellystensä julkisesta esittämisestä. Tekijänoikeudet jaetaan moraalisiin ja taloudellisiin oikeuksiin. Moraaliset oikeudet kieltävät muun muassa plagioimasta, väärentämästä tai käyttämästä loukkaavalla tavalla toisen henkilön tekemää teosta. Kun teosta käytetään, tulee mainita tekijän nimi. Tekijän taloudelliset oikeudet sisältävät oikeuden päättää, saako teoksesta valmistaa uusia kappaleita, ja oikeuden neuvotella korvausta teoksen hyödyntämisestä. Teoskappaleen tekijänoikeus säilyy tekijällä, vaikka teoskappale tai sellaisen sisältävä tallenne myydään. Luovan alan ansiotoiminta on oikeuksien ostamista ja myymistä. (Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus ry 2008, hakupäivä 15.10.2011.)

Tekijänoikeuslain mukaista suojaa saa kolme tahoa: teoksen tekijä, teoksen esittäjä ja teoksesta levyn, elokuvan, kirjan tai muun tuotoksen rahoittava yrittäjä saa suojaa näin syntyvälle tuotteelle, osa suoraan lain nojalla, osa taas ostamalla oikeuksia tekijöiltä ja esittäjiltä. Esittävien taiteilijoiden ja tuottajien oikeudet ovat voimassa 50 vuotta tallenteen, kuten CD-levyn, tallennus- tai julkaisuvuodesta. (Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus ry 2008, hakupäivä 15.10.2011.)

Säveltäjien, sanoittajien, sovittajien ja musiikin kustantajien tekijänoikeuksia ajaa Suomessa Teosto ry. Se kerää ja tilittää musiikin tekijöille ja kustantajille korvauksia heidän musiikkinsa julkisesta esittämisestä ja tallentamisesta. (Teosto 2010, hakupäivä 22.10.2011.)

Teoston toiminta perustuu tekijänoikeuslakiin. Lain perusteella jokaisella, joka saa aikaan itsenäisen ja omaperäisen teoksen, on tekijänoikeus teokseensa. Tekijänoikeussopimusten kohtuullisuudesta ei tekijänoikeuslaissamme ole erityissäätelyä. Laissa ei esimerkiksi edellytetä korvauksen maksamista tekijänoikeuden luovuttamisesta sopimuksella. Vaikka tekijänoikeuslaki on työsopimuslain tavoin heikomman suojaksi säädetty laki, ei sen avulla käytännössä aina pystytä takaamaan tekijöille ja taiteilijoille tasapuolista neuvotteluasemaa ja kohtuullisia sopimusehtoja. (Lehtinen 2008, hakupäivä 15.9.2011.)

Toinen tekijänoikeuksista huolehtiva järjestö Suomessa on Gramex, joka hoitaa korvaus- ja käyttöluupa-asioita äänitemusiikin, kuten muun muassa radion tai äänilevyjen sekä musiikkivideoiden, käytöstä. Gramex-maksuja kerätään silloin, kun CD-levy tai muuta äänitemusiikkia esitetään julkisesti tai tallennetaan muuhun kuin yksityiskäyttöön tai kun musiikkivideoita esitetään julkisesti. Gramex-korvauksia maksavat radioasemat, taustamusiikkia käyttävät kaupat ja laitokset, taustamusiikkikoosteiden tallentajat sekä audiovisuaaliset tuottajat. ”Äänitemusiikin esitystekniikka ei vaikuta siihen, meneekö korvaus. Musiikki on musiikkia, soi se sitten radiosta, tietokoneelta, cd-levyltä tai vaikka kännykästä.” (Gramex ry. 2011, hakupäivä 27.10.2011.)

Artistit ovat hyvin erilaisessa asemassa tekijänoikeuksien valossa. Paras asema on aina tekijänoikeuksien haltijoilla. Artisti, joka on osallistunut sekä kappaleen tekemiseen että sen esittämiseen äänitteellä, on oikeutettu sekä Teosto- että Gramex-korvauksiin ja saa lisäksi rojalteina tuloja äänitteen myynnistä saaduista tuloista. Toinen artisti, joka on mukana äänitteellä, mutta ei tekijänä, voi saada Gramex-korvauksia teoksen julkisista esityksistä sekä rojalteita äänitemyynnistä. Muusikkona keikoilla esiintyvä artisti saa vain keikkapalkkion. (Karhumaa 2000, 208.)

4.3. Omakustanne

Nykyinen studio- ja äänitystekniikka antaa mahdollisuudet tehdä laadukkaita äänitteitä myös pienemmillä tavoitteilla. Erilaisia paikallisia musiikkiäänitteitä alkaa olla tarjolla useilla musiikkia harrastavilla ryhmillä ja yksittäisillä artisteilla. Markkinointi on usein puutteellista, ja useat sadat äänitteet jäävät tappiollisina pölyttymään tuottajiensa varastoihin.

Omakustanne on tekijän itsensä kustantama teos. Teoksen julkistamisessa ei ole mukana ulkopuolisia tuottajia tai muita vastaavia kustannuksiin osallistujia. Omakustanteena julkaistaan erityisesti musiikkia ja kirjoja. Omakustannekirjasta on helposti mielikuva laaduttomasta sepustuksesta, vaikka omakustannekirjoja julkaistaan kaikilta mahdollisilta elämänalueilta ja kirjoittajat voivat olla ammattikirjailijoita ja alansa asiantuntijoita.

Omakustanneäänite ei synnytä yhtä voimakasta mielikuvaa laadusta, vaan omakustanneäänitteen tuottajaa voidaan arvostaa jopa kunniakkaana oman tiensä kulkijana. Omakustanneäänite voi olla paikalliskulttuurin tallennusta, mutta se voidaan tehdä myös julkiseen levytykseen. Kullakin alueella on esiintyjä, jotka voivat ovat oman alueensa suosikkeja, mutta joista toisaalla Suomessa ei tiedetä mitään.

Tunnettuja omakustanteen julkaisijoita Suomessa ovat muun muassa Apulanta, Klamydia, Fredrik sekä suomenkielistä trash-metallimusiikkia soittava Mokoma-yhtye (Wikipedia 2011, hakupäivä 18.10.2011).

Omakustanneäänitteellä on tuntemattomallakin artistilla mahdollisuus päästä julkisuuteen. Esimerkkinä on vaikkapa laulaja ja lauluntekijä Arttu Wiskari, jonka läpimurtosingle oli kesällä 2010 julkaistu omakustanne Mökkitie. Muutamilla radiokanavilla singlestä tuli hyvin suosittu, ja pian levy-yhtiöt kiinnostuivat uudesta tulokkaasta.

Wiskari solmi kolmen levyn levytyssopimuksen Warner Music Finlandin kanssa lokakuussa 2010. Wiskarin nimeä kantava esikoisalbumi julkaistiin virallisesti 15. kesäkuuta 2011, mutta se oli kuunneltavissa Internetissä musiikkipalvelu Spotifyssa jo kaksi päivää aiemmin. Albumi sijoittui ensimmäisellä viikollaan Suomen virallisen listan kolmannelle sijalle. Albumia myytiin kultalevyyn oikeuttavat 10 000 kappaletta kolmessa viikossa. Seitsemännellä listaviikollaan albumi nousi listan ensimmäiselle sijalle. Albumi voitti radioiden Kuukauden Levy -äänestyksen kesäkuussa 2011. Albumia myytiin platinallevyyn oikeuttavat 20 000 kappaletta 28. lokakuuta 2011 mennessä. (Wikipedia 2011, hakupäivä 18.10.2011.)

Arttu Wiskarin omalla kotisivulla on linkit, joilta pääsee joko tilaamaan fyysisen CD-levyn tai kuuntelemaan hänen musiikkiaan Spotify-palvelimella tai pääsee lataamaan musiikkia digitaalisesti iTunes-sivustolta (Arttu Wiskari 2011, hakupäivä 15.9.2011).

Äänitysstudioita tai ammattitaitoisia äänityshenkilöitä on jo kaikkialla Suomessa. Se antaa mahdollisuuden paikallisille kulttuurintuottajille taltioida esityksensä. Internetsivusto Telehaku.fi löytää hakusanalla ”äänitys” 320 suomalaista yritystä, joiden toimialaan kuuluu äänitys ja äänitteiden valmistus. 140 yritystä näistä sijaitsee Uudellamaalla, loput hajaantuvat muualle Suomeen. Pohjois-Pohjanmaalla sijaitsee 15 yritystä.

On vaikea verrata artistin itse kustantaman CD-levyn kustannuksia vastaavan digitaalisen äänitteen kustannuksiin. Digitaalisen musiikin ja CD-levyn tuottamisen kustannusperusteet ovat erilaiset. CD-levyn kustannukset muodostuvat lähinnä alkuinvestoinnista, levykohtaisesta monistuskulusta ja jakelukustannuksista. Digitaalisen äänitteen kustannukset muodostuvat puolestaan alkuinvestoinnista ja tietoliikenteen kuukausimaksusta. Kustannusrakenteen muutos voi madaltaa kynnystä tulla alalle. Sekä itse kustannetun CD-levyn että digitaalisen äänitteen tekijä pystyy ohittamaan väliportaita ja voi pitää enemmän kontrollia ja taiteellista vapautta itsellään. Hän ei ole riippuvainen levy-yhtiöistä ja tukku- tai vähittäiskaupasta. (Salste 2000,73, hakupäivä 30.9.2011)

Mikäli haluaa jakaa omat äänitteensä Internetin kautta, sieltä löytyy erityisesti musiikintekijöiden käyttöön suunniteltuja palveluja, joissa musiikin lisääminen ja kuuntelu on tehty helpoksi. Spotify on levy-yhtiöiden omistama musiikkipalvelu, joka jakaa musiikkia maksua vastaan. Spotifyllä on myös ilmainen mainosrahoitteinen versio. Spotify on saanut artisteilta kovaa kritiikkiä sen vähäisestä korvauksista. Kotimainen Hitlantis-sivusto on Internetissä toimiva musiikkipalvelu riippumattomille artisteille. Sivuston kautta voi kuunnella yhtyeiden itse sinne lähettämää musiikkia. Sen lisäksi sieltä voi ostaa ja ladata musiikkia omille laitteilleen.

Omakustanneäänite voi olla myös pienimuotoisempi demolevy, jonka artistit ja yhtyeet tuottavat. Demolevyllä on yleensä vain muutama kappale esittäjän tuotannosta. Demolevy tehdään esittelymielessä ja se toimitetaan levy-yhtiöille levytyssopimuksen toivossa ja myös radioasemille soittavaksi.

4.3.1 Omakustanteen tekemisen syitä

Omakustanneäänitteen tekemisen syitä on monia. Joku uskoo saavansa levynmyynnistä hyvää tuloa. Jonkun ajatuksena on toteuttaa omia laulunaiheitaan tai saada mainetta paikallisessa kulttuuriympäristössä. Yksi haluaa tallettaa henkilökohtaisia muistojaan äänitteen muodossa. Toinen tahtoo saada ikuistettua muiston omasta harrastuksestaan jälkipolville. Jollakin äänite syntyy vain tekemisen ilosta. Levyn teosta saa mielihyvää itselleen ja muille. Joku toinen on kenties turhaan yrittänyt vakuuttaa levy-yhtiöitä siitä, että oma musiikki olisi suurta yleisöä kiinnostava taoudellinen sijoitus. Omakustannemyynti saattaa herättää myös levy-yhtiöt. Jos artistin omakustanne myy paljon, levy-yhtiöt kiinnostuvat artistista. Oman äänitteen julkaisulla voidaan tavoitella lisää yleisöä esiintymistilaisuuksiin ja ylipäänsä esiintymistilaisuuksia lisää.

Mikäli haluaa omalle äänitteelleen julkisuutta ja näkyvyyttä, sitä on mahdollisuus saavuttaa myös omakustanneäänitteellä. Gramexin palstalla Tiedotuksia ja uutisia kerrotaan, että omakustanne voi saada radiosoittoa samalla tavalla kuin levy-yhtiön julkaisut.

4.3.2 Omakustanneäänitteen kustannukset

Tulos kertoo onko yritys kannattava. Tulos saadaan, kun myyntikatteesta vähennetään kiinteät kulut. Suhteellinen tulosprosentti lasketaan myyntituotosta. Loogisesti jos tulos on negatiivinen, niin toiminta on tappiollista, ja jos tulos on positiivinen, niin toiminta on kannattavaa. Kriittisessä pisteessä (KRP) myyntituotto (liikevaihto) on juuri sen suuruinen, että liiketoiminnan kulut saadaan katettua. Tunnusluku siis osoittaa sen toiminnan laajuuden, jolla liiketoiminta muuttuu kannattavaksi. Kriittisessä pisteessä tulos on nolla. Tällöin ei synny voittoa eikä tappiota. Kriittinen piste lasketaan joko euroin tai tuoteyksikköinä. (Wikikirjasto 2011, hakupäivä 20.10.2011.)

Omakustanneäänitteen kustannuksia ovat äänityskulut, mahdolliset matkakulut, monistuskulut ja markkinointikulut. Laskelmissa käsitellään CD-levyä, joka ei sisällä itse tehtyä eikä esimerkiksi uudelleen sovitettua musiikkia vaan äänitetään muiden tekemää musiikkia valmiina sovituksina. Omakustanneäänitteen kustannukset muodostuvat sen mukaan, kuinka tasokas äänite halutaan ja kuinka paljon resursseja halutaan käyttää. Tekijä voi vaikuttaa erittäin paljon äänitteen hintaan ja omilla valinnoillaan. Äänityksen voi tehdä omalla tietokoneella käyttäen ilmaisohjelmia ja edullisia

liitettäviä mikrofoneja. Halvimmillaan tuotos syntyy, kun artisti äänittää musiikit omalla kotikoneellaan, polttaa levyn itse ja ottaa siitä kopioita. Musiikin äänittämiseen löytyy ilmaisohjelmia, joilla on mahdollisuus kohtalaisen tasokkaaseen äänitykseen ja joilla raitoja voi muokata. Jos äänitteen hintaan ei sisällytetä tietokoneen ja oheisohjelmien hankintahintoja, levyn karkeiksi kustannuksiksi jäävät CD-polttolevyjen hinta sekä mahdolliset tekijänoikeusmaksut ja markkinointiin käytettävä summa. Jos äänitteellä on Teoston maksuihin velvoittavaa musiikkia, levyjä ei saa monistaa ilman Teoston lupaa.

Laadukkaita ja arvokkaita studiotyökaluja voidaan hankkia myös kotiin. Äänityksen tasoa voi kotistudiossa nostaa käyttämällä erilaisia tietokoneeseen tai muihin tallentimiin liitettäviä studio-laitteita. Näiden laitteiden hintavaihtelut ovat suuria, muutamasta sadasta eurosta muutamaa tuhanteen, ja yli kymmenen tuhannen euron arvoisiakin laitteita on myynnissä. Monet innokkaat musiikintuottajat sijoittavat suuria summia omiin studiolaitteisiinsa vain saadakseen tuottaa haluamaansa musiikkia. (Verkkokauppa Thomann 2011, hakupäivä 4.10.2011; F-musiikki 2011 hakupäivä 4.10.2011.)

Useat omakustanteen tekijät saattavat julkaista ehkä vain yhden äänitteen. Silloin ei kannata sijoittaa omiin äänityslaitteisiin, vaan voidaan käyttää äänitysstudioiden palveluja. Äänitysstudiot ovat tekniikan kehityksen myötä yleistyneet, ja niitä alkaa olla useilla paikkakunnilla.

Studioäänitys nostaa hinnat eri lukemiin. Useimmiten studioäänitystä varten joutuu liikkumaan eri paikkakuntien välillä ja syntyy matkakuluja. Studioäänitykseen käytetty aika vaikuttaa suoraan äänitteen kustannuksiin. Hyvin harjoitellut kappaleet saadaan nopeasti tallennettua vähillä otoilla. Huonosti hallittua esitystä voidaan joutua uusimaan lukuisia kertoja. Yksittäisten kappaleitten ja koko levyn miksaus on tällöin aikaa vievää työtä.

Äänitysstudioiden työn hinnat ja hinnoitteluperusteet vaihtelevat. Internetissä löytyy hinnastoja muun muassa tuntiveloituksella tai vuorokausiveloituksella ja oheistuotteena voi olla majoitusta tai erä valmiita äänitteitä samaan hintaan. Studiovuorokausi äänittäjineen voi maksaa esimerkiksi 800 euroa tai viiden vuorokauden äänityspaketti 2000 euroa. Tarjolla on myös paketteja, jotka

sisältävät laulujen äänityksen, miksauksen, masteroinnin ja niistä 100–500 kappaleen monistuksen fyysiseksi CD-levyksi.

Studion vuokraaminen vuorokaudeksi kerrallaan on hyvä tapa silloin, kun äänitystä ei halua tehdä yhteen kyytiin. Silloin artisti voi hioa ja harjoitella kappaleita tarpeellisen ajan ja käydä äänittämässä, kun kappaleet menevät sujuvasti. Jos kappaleet ovat kaikki hyvin hallinnassa, viiden vuorokauden paketti riittää yhden albumin äänittämiseen. Usean vuorokauden studiopakettien hintaan sisältyy usein myös majoitus.

Kun äänite on tallennettu ja miksattu, tarvitaan vielä levyn masterointi. Kappaleista pyritään muodostamaan mahdollisimman tasapainoinen ja ehyt kokonaisuus sekä optimoimaan se soveltuvaksi mahdollisimman monelle erilaiselle äänentoistolaitteistolle. Masterointi on luova, taiteellinen ja täysin tekninen työvaihe, jonka tekee yleensä äänitteen muuhun valmistukseen liittymätön, erillinen äänityöläinen. (Suonikko 2009, 7, hakupäivä 16.10.2011.)

Masterointi tehdään muun muassa siksi, että musiikki saataisiin kuulostamaan hyvältä riippumatta kuunteluympäristöstä. Jos kysymys on pitkäsoitosta, täytyy levyn olla ehjä kokonaisuus äänellisesti. Materiaalin täytyy myös olla kilpailukykyinen ääneltään verrattuna kaikkeen muuhun materiaaliin, jota on markkinoilla. Toisin sanoen masteroinnilla pyritään laadun maksimointiin. Tämä vaatii masteroijan kuunteluympäristöltä riittävää neutraaliutta ja masteroijan kokemusta, taitoa ja näkemystä. (Turunen 2011, hakupäivä 15.10.2011.)

Masterointi vaatii huolellista työtä. Levyn valmistuksen osana masterointi on kymmenesosa työstä, mutta se voi viedä 90 % ajasta. Masteroijan työnkulku sisältää editointia, puhdistusta, äänien tason asettelua ja tuotteen jalostusta lopulliseen muotoon. Masterointiin voi harjaantua vain kuuntelemalla musiikkia eri tasoilla. (Katz 2002, 20, 25, 41–42.)

Masteroinnista muodostuu äänitteelle huomattava kuluerä. Masterointityö laskutetaan yleensä kappalemääräisesti, esimerkiksi 40–60 euroa/laulu. Jos äänitteellä on 12 laulua, masterointikulut koko äänitteelle tekevät 480–720 euroa.

Kun äänite on äänitetty, mikseerattu ja masteroitu, siitä monistetaan haluttu määrä fyysisiä CD-levyjä. Suomessa löytyy runsaasti yrityksiä, jotka hoitavat CD-kopiointipalvelua. Teoston tallen-

nuslupa edellyttää, että CD:t monistetaan Teoston hyväksymässä monistamossa. Lista hyväksytyistä monistamoista löytyy Teoston Internet-sivuilta. Tallennuslupa ei oikeuta polttamaan CD-levyjä itse ilman, että asiasta sovitaan Teoston kanssa. (Karhumaa 2000, 59.)

Levyn kopiointipalveluja löytyy runsaasti Internetin sivustoilta. Kopiointipalvelun hinnat sadan kappaleen erälle näyttäisivät vaihtelevan 250 eurosta 500 euroon. Yleisimmin näyttää, että sadan kappaleen CD-levyn monistus maksaa noin 300 euroa.

Jos näiden yllä mainittujen tietojen perusteella laskisi keskimääräiset kustannukset 12 – 14 kappaletta sisältävälle omakustanneäänitteelle, kulut ilman matka- ja markkinointikustannuksia olisivat seuraavat: äänitys ja miksaus 2000 euroa, masterointi 600 euroa ja monistus 100 kpl 300 euroa.

Kuluja levyille aiheuttavat myös grafiikka, valokuvaus, ulkoasusuunnittelu ja tekijänoikeusmaksut. Teoston tallennuslupa kattaa Teoston edustamien koti- ja ulkomaisten tekijäasiakkaiden musiikin käytön äänitteellä, ja tallennuskorvaus määräytyy sen mukaan, onko äänite tarkoitettu myyntiin vai ilmaisjakeluun. Tallennusluvan vähimmäisveloitus on 65 euroa/lasku. Silloin, kun tuottaja myy äänitteen suoraan kuluttajalle, Teosto-maksua menee 7,4 % verottomasta kuluttajahinnasta. Kun myynti tapahtuu jakelijan kautta, maksua menee 9,009 % verottomasta tukkuhinnasta. (Teosto ry. 2011, hakupäivä 4.10.2011.)

Jos kyseessä on äänitteen ensipainos ja painoksen suuruus on vähintään 500 kappaletta, tuottaja voi saada osan äänitteistä vapaakappaleina. Tallennuskorvauksista voidaan tuolloin vapauttaa enintään 250 kappaletta. Vapaakappaleissa tulee olla erillinen maksuttomuutta ilmaiseva merkintä, ja ne voidaan jakaa myynninedistämistarkoituksessa muun muassa toimittajille, radioasemille, kriitikoille ja DJ:lle. Muista ilmaiseksi jaettavista äänitteistä Teosto perii äänitetyyppikohtaisen vähimmäiskorvauksen. (Teosto ry. 2011, hakupäivä 4.10.2011.)

Jakelukustannuksia syntyy muun muassa siitä, jos haluaa äänitteensä jakeluun eri radiokanaville. Jakelu yksittäin Suomen monilukuisille radioasemille voi olla hankalaa, mutta ainakin jotkut ääni-

tysstudiot hoitavat lisämaksusta jakelun radiokanaville. Internetistä löytyy studioita, joilla on lisäpalveluna postitus sopimuksen mukaan noin 80 kotimaiselle radioasemalle 100–150 eurolla sekä postitus noin 35 kotimaiseen musiikkilehteen tai nettijulkaisuun 50–70 eurolla.

Erialaisten Internetistä ja muualta löytyvien hinnastojen perusteella kustannusvaihtelut voivat olla todella suuria, ja niihin voi vaikuttaa omilla valinnoilla. Mitä suuremman erän äänitteitä haluaa tilata, sitä pienemmäksi käy tuotteen yksikköhinta.

Verolain mukaan suomalaisen verovelvollisen on suoritettava arvonlisäveroa valtiolle liiketoiminnan muodossa Suomessa tapahtuvasta tavarantoiminnan ja palvelun myynnistä. Tämä ei koske kuitenkaan vähäistä toimintaa. Myyjä ei ole verovelvollinen, jos tilikauden liikevaihto on enintään 8 500 euroa, ellei häntä ole oman ilmoituksen perusteella merkitty verovelvolliseksi. Äänitteitä verotetaan yleisen arvonlisäverokannan mukaisesti. Veroprosentti on 1.7.2010 tehdyn muutoksen jälkeen 23 %. (Arvonlisäverolaki 2003, hakupäivä 1.12.2011; Arvonlisäverolaki 2009, hakupäivä 1.12.2011.)

Esimerkkinä omakustanne-CD:n kannattavuudesta on alla oleviin taulukoihin ja kuvioihin etsitty tietoa Internetistä löytyneiden useiden eri studioiden kotisivuilta. Matkakulut ovat arvioita, markkinointiin on laskelmassa käytetty pienehkö summa, ja CD:n myyntihinnaksi Teoston maksujen määräytymistä varten on arviotu 10 euroa. Kulut ovat hyvin keskimääräisiä, ja juuri näihin tuottaja pystyy omilla valinnoillaan vaikuttamaan paljon.

TAULUKKO 1. Omakustanneäänitteen keskimääräiset kokonaiskustannukset

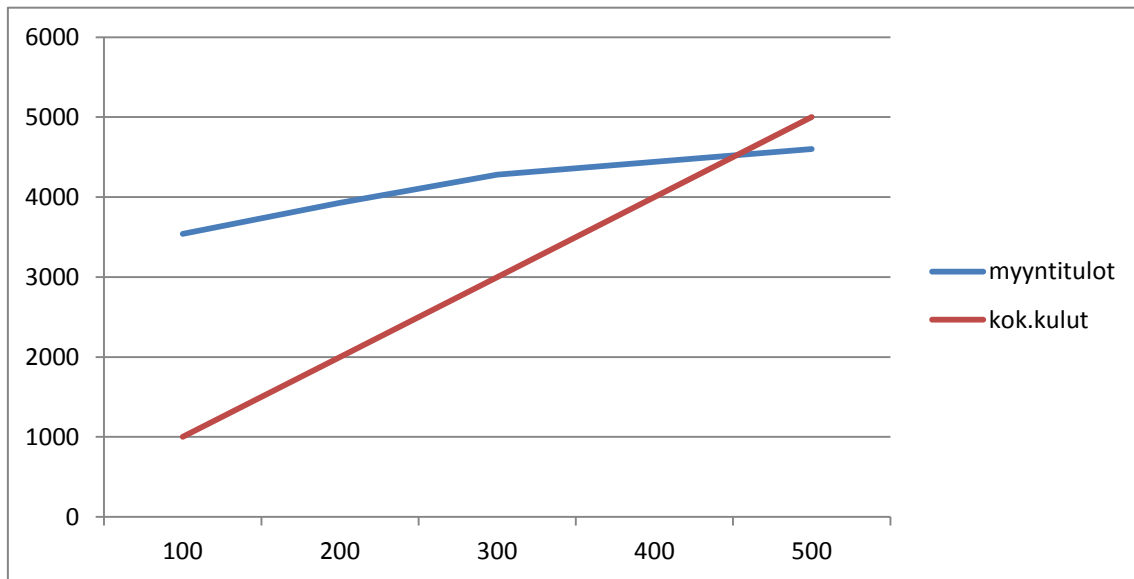
kpl	äänitys	masterointi	markkinointi	jakelu	matkakulut	grafiikka	Teosto	monistus	kok.kulut
100	2000	600	100	150	200	100	90	300	3540
200	2000	600	100	150	200	100	180	600	3930
300	2000	600	100	150	200	100	270	860	4280
400	2000	600	100	150	200	100	360	930	4440
500	2000	600	100	150	200	100	450	1000	4600

Kokonaiskustannusten perusteella saadaan tuotteen yksikköhinta. Taulukosta 2. selviää, että kyseisillä kustannuksilla ja valitulla 10 euron myyntihinnalla ei vielä neljän sadan kappaleen myynnillä saavuteta tuotteen myynnin kriittistä pistettä.

TAULUKKO 2. Omakustanne-CD:n yksikkökustannukset annetulla kulurakenteella.

kpl	kok.kulut	yksikkökust.
100	3540	35,40
200	3930	19,65
300	4280	14,27
400	4440	11,10
500	4600	9,20

Kun levyjä monistaa yli 500 kappaletta, on mahdollista käyttää Teoston vapaakappale-ehtoa. Tuolloin levyn yksikkökustannus olisi vain 8,75 euroa, mutta koska vapaakappaleita (250 kpl) ei saa myydä, todellinen yksikkökustannus olisi 17,50 euroa 500 levyn erälle laskettuna.



KUVIO 2. Myynnin kriittinen piste.

Taulukon 1. ja kuvion 2. perusteella nähdään, että myynnin kriittinen piste on 400:n ja 500:n kappaleen välillä. Lasketaan tarkka kriittinen piste kaavan avulla 500 kappaleen kustannusrakenteella.

Kun 500 kappaleen myyntitulot ovat 5000 euroa ja muuttuvat kustannukset 1450 euroa, saadaan katetuotoksi 3550 euroa ja katetuotto prosentiksi 71 %. Kiinteät kustannukset ovat 3150 euroa, jolloin saadaan kriittinen piste euroina 4437 euroa. Kappalemääräiseksi kriittiseksi pisteeksi muodostuu 444 kappaletta.

Koska äänitteen teon alkukustannukset ovat isot ja mahdolliset myyntitulot ja voitot saatavissa vasta jälkeinpäin, artisti voi hakea äänitteelleen sponsoreita joko yksityishenkilöistä tai yrityksistä. Gramexin yhteydessä toimiva Esittävän säveltaiteen edistämiskeskus ESEK antaa tukea äänitteen tuottamiseen, markkinointiin ja vientiin. Esek tukee myös erilaisia elävän musiikin tilaisuuksia ja työskentelyä esittävän säveltaiteen alalla.

Vuonna 2010 äänitetukea myönnettiin 350 000 euroa 239 uudelle kotimaiselle tuotannolle, josta Musiikkituottajat ry:n jäsenyhtiöiden osuus oli 31 % ja muiden tuottajien ja omakustanteiden osuus oli 69 %. (Gramex ry. 2011, hakupäivä 27.10.2011.)

5. OMAN ÄÄNITTEEN SUUNNITTELU

5.1 Levyn tekemisen motiivi

Markkinointitutkimuskohteena olevan omakustanneäänitteen äänitys aloitettiin vuoden 2009 syksyllä ja levy saatiin painosta ulos keväällä 2011.

Levyn teon motiivina oli ajatus, että vuosien musiikkiharrastuksesta jäisi jokin pysyvä ja konkreettinen muisto itselle ja muille läheisille. Äänitteen tekemisestä sai myös hyvän motiivin soiton ja laulun harjoitteluun. Yksi levyn tekemiseen vaikuttanut asia oli se, että aiemmin tehdyn levyn ostaneet ihmiset kyselivät usein, joko uusi levy on tekeillä. Toiveita ihmisiltä tuli aika paljon, ja usein lupailtiin, että kyllä toinenkin levy tehdään.

5.2 Yleistä

Äänitteelle päätyvän materiaalin harjoittelua varten hankittiin omaan tietokoneeseen äänitysmahdollisuus. Näin kappaleet saattoi harjoituksissa äänittää ja tarvittaessa parannella hiomista vaativia kohtia jo ennen varsinaista studioäänitystä.

Äänitys studiossa tehtiin siten, että ensin tallennettiin yhdessä laulu, kitara ja harmonikka. Kappale äänitettiin kokonaisuudessaan rungoksi ilman katkoja. Jokin kappale saattoi mennä kertatalennuksella, jokin toinen uusittiin useamman kerran, ja sitten pohjaksi valittiin parhaiten onnistunut. Hyvän pohjan päälle lisättiin basso ja rummut ja harmonikalla toinen ääni.

Äänitykselle ei asetettu varsinaista aikataulua, vaan levy haluttiin tehdä kaikessa rauhassa. Yksi äänitysilta kesti yleensä kolmisen tuntia, ja siinä ajassa saatiin tallennettua yleensä kahden kappaleen rungot. Levyn kuuntelut, uudelleen otot ja hiomiset veivät oman aikansa. Rumpujen liisääminen kaksinkertaisti studion äänitysajan ja samoin basson äänitys.

Studiossa tehtiin äänitteen hiomista, poistettiin mahdollisia ylimääräisiä rapsahduksia tai muita häiriötekijöitä, että lopputulos olisi mahdollisimman puhdas. Musiikin äänitystasoja laulun ja eri soittimien suhteen täytyi miettiä ja hienosäätää. Levyn äänitys ja masterointi tehtiin JSA-studiolla Kalajoella.

Masterointi on tärkeää siksi, että musiikkia kuunnellaan monilla erilaisilla laitteilla. Jokainen laadukas äänite ansaitsee saada kunnollisen masteroinnin soidakseen hyvin riippumatta kuuntelulaitteistosta. Masterointi on sekä yksittäisen kappaleen että koko äänitteen kokonaisuuden viimeistelyä. (Turunen 2011, hakupäivä 15.10.2011.)

Levylle tulevien kappaleiden valinta oli tavallaan tehty siinä vaiheessa, kun valittiin harjoiteltavaksi kappaleita yleensä. Laulut olivat sellaisia, jotka tuntuivat omilta ja jotka parhaiten istuivat esitystyylisiin ja esittäjien omaan musiikkimakuun.

Jokaisessa esitettyssä laulussa on jokin oma sanoma, joka laulun ja soiton keinoin yritetään mahdollisimman hyvin välittää kuulijalle. Laulut on tarkoitettu kuunneltaviksi, ei taustamusiikiksi johonkin hällisevään kaupan tuulikaappiin.

Nimikappaleeksi hahmottui Jäniksen vuosi -elokuvasta tuttu Markku Kopiston Nuotiotunnelmalaulu, ja siitä syntyi levyn nimi Nuotiotunnelmia. Levyn sisältämät muut kappaleet niveltivät hyvin tuon otsikon alle, sopivathan sinne hyvin muun muassa Kaksi vanhaa tukkijätkää, Kaksi ystävää, Pohjolan tähtien alla sekä Viimeinen tukkilainen.

Levyn kansikuvaksi piti saada aiheeseen sopiva tunnelmakuva nuotion ääreltä. Saimme luvan ottaa kuvat etu- ja takakanteen Puttaan Kartanon kodassa Pyhäjoella. Levyn monistamisen hoiti aiemman levyn tekemisestä tuttu alaveteliäinen studio.

5.3 Markkinoinnin suunnittelu

Levyn markkinointi päätettiin tehdä mahdollisimman vähillä kustannuksilla, mahdollisesti nollobudjetilla. Tarkoitus oli hyödyntää pienimuotoisesti kaikki esiintymistilaisuudet, joissa kesän aikana esiintyisimme. Paitsi tekijöiltä itseltään, levyä olisi saatavissa Pyhäjoen kirjastosta. Levyä haluttiin markkinoida, mutta maltillisesti ja hyvällä maulla.

Kesällä 2011 oli tiedossa paljon soittotapahtumia. Osa niistä oli sellaisia, joissa ei haluttu tuoda omaa levyä esille. Tällaisia olivat muun muassa jotkut suunnitteilla olevat hää- tai syntymäpäiväjuhlat. Katsottiin, että oman levyn markkinointi ei sovi niihin tapahtumiin, vaan ne ovat järjestäjänsä yksityistilaisuuksia. Levyjä oli kuitenkin tarkoitus pitää mukana, koska kysyjä saattaisi olla missä tilaisuudessa tahansa.

Levyn markkinoinnin aloitukseksi suunniteltiin, että tarjotaan paikallislehtien toimittajille haastattelu levyä valmistuttua. Näin yleisölle saataisiin tiedotettua levystä. Yhdeksi lehdeksi suunniteltiin Pyhäjoen Kuulumiset -lehteä, joka on Pyhäjoen lukion oppilaitten toimittama ilmaisjakelu. Sitä jaetaan Pyhäjoella joka talouteen, ja se on hyvä tiedon välittäjä kunnassa tavoittaen noin 4000 lukijaa. Pyhäjoen Kuulumisten Kesäkuulumiset -numeroa jaetaan myös muualla asuville Pyhäjoen kesäasukkaille sekä Raahen, Vihannin ja Siikajoen alueiden asukkaille. Sitä on vapaassa julkelussa Kielosaaren leirintäalueella ja Pyhäjoen kaupoissa ja virastoissa, joten tässä numerossa julkaistu tieto tavoittaa Pyhäjoen kantaväestön lisäksi runsaasti entisiä pyhäjokisia ja vielä turisteja ja satunnaisia kulkijoita. (Pyhäjoen Kuulumiset -lehti 2011, hakupäivä 11.9.2011.)

Toiseksi sanomalehdeksi kaavailtiin sanomalehteä Raahen Seutu/Raahelainen, joka jaetaan maanantaisin, tiistaisin, keskiviikkoisin, torstaisin ja perjantaisin tilattuna 9067 talouteen sekä lauantaisin 17020 talouteen (Mediatiedot 2011, hakupäivä 11.9.2011).

Ensimmäiseksi suunniteltiin, että järjestettäisiin jonkinlainen oma levynjulkistustapahtuma. Mahdollisia tapahtumapaikkoja voisivat olla Kielosaaren leirintäalueen terassikahvio tai ulkoilmatapahtuma Puhtolan torin alueella. Tapahtuman voisi järjestää yhteislaulutilaisuutena, jonne kaikilla olisi vapaa pääsy ja jossa levyä olisi saatavilla. Tämä tapahtuma voisi toimia vaikkapa yhtenä

Pyhäjoen Kotiseutuviikon oheistapahtumana. Tällöin tapahtuman ilmoittelu näkyisi kotiseutuviikon ilmoittelun yhteydessä.

Koska Pyhäjoen kirjasto on ollut hyvä ja luotettava paikka uusien ja harvinaisempienkin nuottien jäljittämässä, haluttiin tarjota sinne levynjulkistuksen myötä jonkinlaista musiikkitapahtumaa. Kirjasto oli ottanut aiempaakin levyä tiloihinsa myyntiin ja ostanut sitä omiin kokoelmiinsa, joten ajateltiin, että samoin kävisi tämän äänitteen kohdalla.

Muita mahdollisia levynmyyntitilaisuuksia voisivat olla Pyhäjoella kotiseutuviikolla järjestettävät muut tapahtumat. Näitä olisivat ainakin Varttuneen väen tapahtuma Annalan museolla, kyläilta Keskikylän koululla ja ehkä sunnuntain kotiseutupäivä Annalassa. Markkinointisuunnitelmaan sisältyvät mahdolliset esiintymiset Raahen kesätapahtumissa ja Kalajoen kesätapahtumissa.

Levyn markkinointi näissä olisi mielenkiintoinen yritys, koska tulos olisi arvoitus. Olisi jännittävää nähdä, kuinka paljon tunnettuus vaikuttaisi levyn ostoon. Raahessa ja Kalajoella tarjonta kohdistuisi pääasiassa outohin ihmisiin. Olisivatko ihmiset kiinnostuneita? Musiikkityylistä ja levyn sisällöstä voisi antaa näytteitä, jos esiintyjät olisivat paikan päällä.

Omien esiintymistilaisuuksien lisäksi levyä tarjottaisiin myyntiin ainakin Pyhäjoen kirjastolle ja ehkä Kielosaareen. Muualle ulottuvia soittomatkoja voisivat olla Iin Pikkujuhannus ja Kaustisen Kansanmusiikkijuhlat. Näissäkin olisi tarkoitus markkinoida levyä vain kysyttäessä. Liiallinen levyn tyrkyttäminen ei tuntunut sopivalta missään tilaisuudessa. Ehkä haluttiin välttää sitä liikaa esille tuomista, mitä näkyy kaikissa musiikkitapahtumissa: esiintyjät kaivavat melkein ensi töikseen CD:t esille ja alkavat myydä niitä.

6. OMAN ÄÄNITTEEN TOTEUTUS

6.1 Omat tavoitteet

Miksi teen musiikkia? Artist ABC -kirjan mukaan pitkän linjan artistien pohjimmaisia motiiveja työlleen ovat yleensä rakkaus musiikkiin, halu esiintyä, säveltää, soittaa – elää musiikkia ja jakaa kokemastaan muille. Kirjan mukaan noista lähtökohdista ponnistaen mahdollisuus päästä tavoitteisiinsa musiikin parissa on ratkaisevasti suurempi kuin tähteyden ulkoisiin piirteisiin ihastuneilla. (Ahokas, Nikula & Pesonen 2004, 15.)

Oma tavoitteemme on harrastaa musiikkia ilman isoja taloudellisia tavoitteita. Kuluja syntyy erilaisen laitteiden hankinnoista ja harjoittelutilojen vuokrasta sekä matkakuluista. Näitä kuluja katetaan esiintymisistä tulevilla palkkioilla.

Oman äänitteen tekemisen lähtökohta ei ollut taloudellisen edun tavoittelu. Äänitteen tekemisen motiivi oli halu tallentaa oman harjoittelun tuloksia itselle, perheenjäsenille ja muille kiinnostuneille.

Äänitteen myötä esiintyjä asettuu alttiiksi julkiselle arvioinnille. Kaikki esiintyjän saama palaute on arvokasta. Levymyynnin määrä on yksi tapa saada palautetta. Omia taitoja ei ole aina helppo arvioida. Palautteen hakeminen, vastaanottaminen ja käsittely vaativat tervettä itsetuntoa. (Ahokas ym. 2004, 17–18.)

Äänitteen teon yksi osa on uuden ohjelmiston harjoittelu. Uuden oppiminen on aina hauskaa ja mielenkiintoista. Soittaessa ja laulaessa huomaa erityisen hyvin, kuinka työnteko kannattaa. Soittaminen ja laulaminen on myös sosiaalista toimintaa. Harjoittelemisen säilyminen mielekkäänä ja hauskana on tärkeää senkin vuoksi, että se kuuluu artistin toimenkuvaan läpi koko uran. (Ahokas ym. 2004, 19.)

Musiikin tekeminen on jatkuvaa kehittymistä, ja se koostuu pienistä ja suurista tavoitteista. Erilaisia haasteita ovat muun muassa kehittyminen esiintyjänä ja tulkitsijana, levyttäminen, ensimmäinen esiintyminen elävän yleisön edessä, yleisömäärien kasvattaminen tai uuden instrumentin hallitseminen. Välietapit tekevät etenemisestä mielekäästä. (Ahokas ym. 2004, 28–29.)

Vaikka alun perin taloudellista tavoitetta ei asetettu, niin opinnäytteen myötä minimitavoitteeksi asetettiin myynnin kriittinen piste ja vielä hieman tarkentaen haettiin tavoitteeksi Musiikintekijäin Liiton antama 4 %:n tuottotavoite.

Äänitteen valmistumiselle ei asetettu ajallisia tavoitteita. Studioäänitys tapahtui osaksi kahden viikon välein kahden kolmen tunnin työskentelynä, osaksi vielä harvemmin. Välissä oli muutamia pitempiä ajanjaksoja, jolloin äänityksiä ei tehty ollenkaan. Ensimmäisestä äänityskerrasta levyn valmistumiseen kului noin puolitoista vuotta. Opinnäytteessä käsitellyt myyntitapahtumat muodostuvat levyn valmistuksen jälkeisten kuuden kuukauden myynneistä.

6.2 Kustannusanalyysit

Kustannusanalyysillä selvitetään tuotteen todellisia ja tulevia tuotanto- ja kokonaiskustannuksia. Kustannusanalyysillä voidaan varmistaa, että hinnoitteluperusteet ovat oikeat ja vähintään kustannuksia vastaavat. Koska olimme jo aiemmin tuottaneet samankaltaisen äänitteen, oli mahdollista arvioida melko luotettavasti eri kustannustekijöitä.

Omaa äänitettämme varten valittiin mahdollisuus käydä äänittämässä harvakseltaan, parin viikon välein tai vielä harvemmin. Näin saimme aikaa valmistautua kulloiseenkin äänitettävään kappaleeseen huolellisesti. Äänitysstudion vuokraaminen viikoksi olisi ehkä ollut edullisempi ratkaisu, mutta liian tiivis paketti meidän tarkoitukseemme.

Meidän tarkoituksiimme sopiva äänitysstudio sijaitsi Kalajoella. Opinnäytteen kustannusanalyysissä ja -laskelmassa huomioitiin todelliset matkakulut, jotka syntyivät, kun kuljettiin äänittämässä Pyhäjoelta Kalajoelle, noin kolmenkymmenen kilometrin matka yhteen suuntaan.

Oman levymme alkuperäisessä budjetissa oletettiin tulevan kiinteitä kuluja äänityskuluista, matkakuluista sekä monistus- ja markkinointikuluista. Jakelukuluja ei muodostuisi, sillä myisimme tuotteita itse esiintymistilaisuuksissa ja hyödyntäisimme muita ilmaisia jakelukanavia. Radioasemajakelusta luovuttiin, koska se ei ilmeisestikään tuottaisi mitään, vaan aiheuttaisi vain lisäkustannuksia.

CD-äänitteelle syntyy kustannuksia levyn etu- ja takakannen grafiikoista. Omalle äänittellemme ei budjetoitu kuluja grafiikalle, vaan se suunniteltiin toteutettavaksi omin voimin ja perheenjäsenten avustuksella. Kuvat otettaisiin omalla hyvälaatuisella kameralla ja suunniteltaisiin tekstit, sisältö ja sommittelu itse.

Alla on taulukko 3 alkuperäisestä kustannuslaskelmasta. Taulukko osoittaa, että yksikkökustannukset 300 myydyin levyn kohdalla ovat pienemmät kuin myyntihinta 10 euroa. Laskemalla saadaan kappalemääräinen kriittinen piste. Kiinteät kustannukset koostuvat äänitys-, masterointi-, matka- ja markkinointikuluista ja muuttuvat kustannukset Teosto- ja monistuskuluista.

TAULUKKO 3. Oman äänitteen etukäteen arvioidut kustannukset

kpl	100	200	300	320	350
äänitys	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00
matkakulut	115,20	115,20	115,20	115,20	115,20
markkinointi	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Teosto	75,00	150,00	225,00	240,00	262,50
monistus	297,00	594,00	891,00	950,40	1039,50
kulut yht.	2087,20	2459,20	2831,20	2905,60	3017,20
yksikkökulut	20,87	12,30	9,44	9,08	8,62

Taulukon perusteella saadaan katetuotto 628 euroa, katetuottoprosentti 62,8, kriittinen piste euroina 2731,21 ja kappaleina 273. Levyjämme olisi näin myytävä vähintään 273 kappaletta kriittisen pisteen saavuttamiseksi.

6.3 Kustannuslaskelma

Seuraavaksi tarkastellaan oman äänitteen tuottamisessa syntyneitä todellisia kuluja. Kun myytävänä oli vain yhtä tuotetta, kannatti tässä tapauksessa laskea kriittinen piste tuoteyksikkönä. Kriittisen pisteen yksikkömäärä ilmoittaa silloin, kuinka monen tuoteyksikön katetuotto tarvitaan kiinteiden kustannusten kattamiseen. Tuotteen myyntihinnaksi oli päätetty 10 euroa kappaleelta.

Laskelmassa monistus- ja tekijänoikeuskulut kaksinkertaistuivat aina 100:aa kappaletta kohden, sillä emme halunneet ottaa suoraan vaikkapa 500 kappaleen painosta, vaan aina 100 kerrallaan. Monistushinta ja tallennuslupa olisivat edullisempia isompia eriä tilattaessa, mutta suurempi riski tulisi mahdollisesti myymättä jäävistä levyistä. Koska äänitteen jakelu tapahtui suoraan kuluttajalle, Teosto-maksu oli 7,4 %.

Toteutunut kustannusrakenne verrattuna alkuperäiseen laskelmaan oli suunniteltua kevyempi, esimerkiksi markkinointikuluja ei syntynyt. Levyn tekemisen kiinteät kustannukset koostuivat äänitys- ja matkakuluista. Äänityskuluihin pystyi eniten vaikuttamaan äänitystavan valinnalla. Äänityksen laatua ja miellyttävää studioympäristöä pidettiin yhtenä kriteerinä äänitystavan ja paikan valinnassa. Koska haluttiin selvittää vaivattomasti sekä äänityksestä että levyn masteroinnista, valittiin äänitysstudio, josta oli jo aiempia hyviä kokemuksia. Äänityshinta muodostui tuntiperusteisena. Mitä useampia ottoja tarvittiin ja mitä enemmän hiomista tarvittiin, sitä suuremmaksi kustannukset muodostuivat. Alla on taulukko 4 oman äänitteen toteutuneista kuluista.

TAULUKKO 4. Oman äänitteen toteutuneitten kulujen jakauma.

kpl	100	200	300
äänitys	1500,00	1500,00	1500,00
matkakulut	115,20	115,20	115,20
Teosto	75,00	150,00	225,00
monistus	297,00	594,00	891,00
kulut yht.	1987,20	2359,20	2731,20

Näistä luvuista saatiin katetuotto, katetuottoprosentti ja myynnin kriittinen piste euroina ja kappa-
leina.

Katetuotto: $100 \text{ kpl} * 10\text{€} - (75\text{€} + 297\text{€}) = 628 \text{ euroa}$

Katetuottoprosentti:

$$\frac{628}{1000} * 100 = 62,80$$

Kriittinen piste euroina

$$\frac{1615,20}{62,80} * 100 = 2572 \text{ euroa}$$

Kriittinen piste kappaleina

$$\frac{2572}{10} = 257 \text{ kpl}$$

Levyjä olisi myytävä 257 kappaletta, jotta kaikki kulut peittyisivät.

Koska levyille haluttiin neljän prosentin tuotto myyntihinnasta, lasketaan vielä levyn kriittinen piste sillä tavalla, että lisätään levyn muuttuviin kuluihin neljä prosenttia. (Taulukko 5.)

TAULUKKO 5. Oman äänitteen toteutuneet kokonaiskustannukset.

kpl	100	200	300
äänitys	1500	1500	1500
matkakulut	115,2	115,2	115,2
Teosto	75	150	225
monistus	297	594	891
tuotto 4 %	40	80	120
kulut yht.	2027	2439	2851

Katetuotto: $100 \text{ kpl} * 10\text{€} - (75\text{€} + 297\text{€} + 40\text{€}) = 588 \text{ euroa}$

Katetuottoprosentti:

$$\frac{588}{1000} * 100 = 58,80$$

Kriittinen piste euroina

$$\frac{1615,20}{58,80} * 100 = 2747 \text{ euroa}$$

Kriittinen piste kappaleina

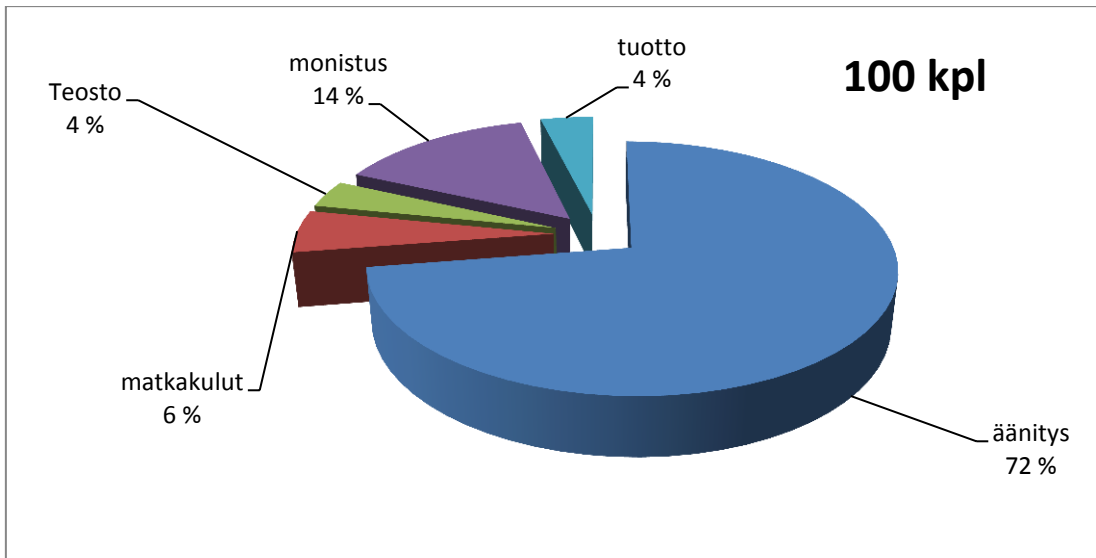
$$\frac{2747}{10} = 275 \text{ kpl}$$

Jotta saadaan kulut peitettyä ja vielä 4 % tuottoa, levyä pitäisi myydä 275 kappaletta.

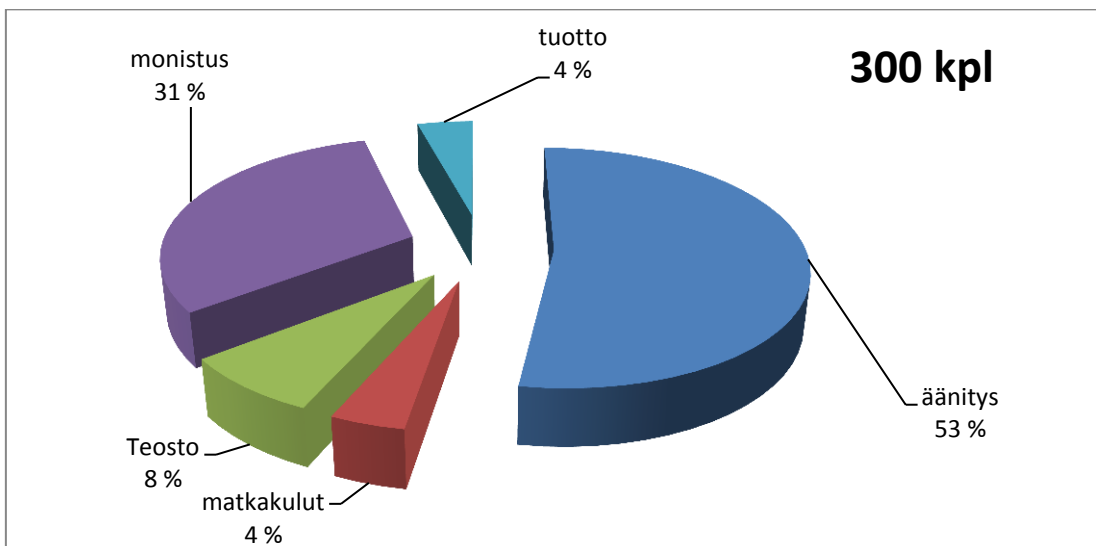
Myyntitapahtumat toteutuivat lähes suunnitelman mukaan. Kesän 2011 aikana esiintymisiä oli muun muassa Pyhäjoen kirjastolla, Puhtolan torilla, Kielosaaren leirintäalueella, muutamilla syntymäpäivillä, häissä, erilaisten yhdistysten tapahtumissa, pelimannitapahtumissa lissä, kotiseutuviikon eri tapahtumissa ja kyläilloissa. Raahessa oli useampia esiintymisiä. Esiinnyimme myös muun muassa heinäkuussa Kaustisen kansanmusiikkijuhlilla, lokakuussa Lappajärvellä kylpylä Kivitiipun pelimanniviikolla ja marraskuussa Nivalassa.

Tiedotus uudesta levystä tapahtui ilman omaa rahallista panosta. Uusi levymme sai julkisuutta muun muassa kirjaston julkaisemassa tapahtumatiedotteessa, paikallisen lehden lehtiartikkelissa ja Pyhäjoen kunnan kesätapahtumien ilmoittelussa. Paikallinen market otti levymme myyntiin, ja levy oli siellä näkyvästi esillä. Kielosaaren leirintäalua ja muut yhteistyökumppanit toivat levyämme esille tiedotuksissaan. Tietoa on kulkenut hyvin myös ihmiseltä toiselle. Lehtiartikkelit ilmesivät Raahelaisessa ja Pyhäjokiseudussa. Facebook välitti avoimen kutsun levynjulkistustapahtumaan.

Opinnäytteen valmistumiseen saakka on myyntiaikaa ollut seitsemän kuukautta. Potentiaalista levyjen myyntiaikaa on vuoden 2012 loppuun saakka. Myyntitulos opinnäytteen valmistumisen aikaan on kohtuullisen hyvä ja tavoitteiden mukainen. 200 kappaleen levyn raja on rikkoutumassa ilman erikoisempia markkinointiponnisteluja ja ilman erillisiä markkinointikustannuksia.



KUVIO 3. Kustannusten jakaantuminen sadan kappaleen äänite-erässä



KUVIO 4. Kustannusten jakaantuminen kolmen sadan kappaleen äänite-erässä

Levy-yhtiön kuviossa kuvio 1 (s. 21) äänityskulut ovat 5000 äänitteen erälle laskettuna 15 %. Kuvion 3 mukaan oman äänitteemme äänityskulut laskettuna 100 kappaleen erälle ovat 72 % ja kuvion 4 mukaan laskettuna 300 kappaleen erälle 53 %. Levy-yhtiön kuviossa Teosto-kulut ovat 6 %. Omassa kuviossamme laskettuna 300 kappaleen perusteella Teosto-kulut ovat 8 %. Levy-yhtiön kuviossa valmistuskulut ovat 6 %. Omassa kuviossamme laskettuna 300 kappaleen erälle monistuskulut ovat 31 %.

7. POHDINTA

Omakustanneäänitteitä voi olla monenlaisia. Äänitteen julkaisun tavoitteet ovat vaihtelevia. Kun pohtii omat tavoitteensa ja selvittää omat rajoitteensa ja omat ylivoimaisuutensa, on helppo lähteä omaa äänitettään toteuttamaan.

Äänitteen tekemisen kustannuksiin voi vaikuttaa merkittävästi omilla valinnoilla. Omassa ääniteprojektissamme haluttiin saada ammattimainen jälki studioäänityksineen. Äänityskustannukset olivat siten suurin kustannustekijä. Koska palvelut sijaitsivat toisella paikkakunnalla, tuli myös matkakustannuksia.

Näissä edellä mainituissa kuluissa taitava ohjelmistojen käyttäjä voi säästää ja saada omat äänityksensä lähes ilmaiseksi, jos mukaan ei halua laskea omiin laitteisiin, muun muassa tietokoneeseen ja äänitys- ja miksausohjelmiin, käytettyä rahaa. Pienimmillä vaatimuksilla ja tavoitteilla voi tehdä äänitteen omaan käyttöön aivan materiaalikustannuksilla. Jos äänite sisältää tekijänoikeuksien alaista musiikkia, Teosto-maksut pienimmillään on 65 euroa. Jos hankkii edullisimpia tyhjiä CD-levyjä, ainakin verkkokaupoista on mahdollista saada sata levyä 20 eurolla. Sadan kappaleen itse tehdyn äänitteen hinnaksi tulisi näin 85 euroa.

Kun tavoitteet kasvavat, ja jos haluaa musiikkiaan julkiseen levitykseen, kustannukset lisääntyvät. Aiemmin opinnäytteessä laskettiin omakustanne-CD:n keskimääräiset kustannukset.

Mikäli haluaa panostaa laatuun, markkinointiin ja jakeluun, kustannuksille ei taida olla ylärajaa. Korkeatasoiset äänitysstudiot sijoittavat paljon huipputason laitteisiin, äänitystilaan ja kuuntelutilaan. Äänitteen tuottaja tai tekijä joutuu miettimään, minkä verran kannattaa sijoittaa korkealaatuisesti tehtyyn äänitteeseen, kun CD-tallenteita useimmiten kuitenkin kuunnellaan keskinkertaisesti ääntä toistavilla CD-soittimilla arkipäivän taustamusiikkina tai automatkojen aikana.

Ajatus opinnäytteen aiheesta syntyi, kun äänitteemme äänitys ja julkaiseminen osuivat sopivasti opinnäytteen aloittamisen aikaan. Työtä oli mielenkiintoista tehdä, kun aihe oli niin läheinen. Kos-

ka musiikki on itselleni tärkeä aihe, halusin mukaan omat osiot musiikin historiasta ja merkityksestä. Näiden tietojen pohjalta tutkimukseen tulisi syvyyttä, ja ne tarkentaisivat tämän hetken musiikintekijöiden tavoitteita ja auttaisivat ymmärtämään musiikin kuluttajan tarpeita.

Esittämämme ja harjoittelemamme musiikki on iskelmää, tanssimusiikkia ja laulelmia. Musiikkimme kohderyhmä muodostuu pääosin keski-ikäisistä ja sitä vanhemmista ihmisistä. Käymme esiintymässä muun muassa kotiseututapahtumissa, kesätahtumissa, pelimannitapahtumissa, eläkeläisten tapahtumissa ja myös vanhainkodeissa.

Näitä ihmisiä ja meitä itseämme ajatellen ainoa oikea tallennemuoto kohdallamme oli omakustanne-CD. Vaikka kuluttajalla on valta valita monenlaisista musiikkilähteistä, kuten Internet, matkapuhelimet ja MP3-soittimet, meidän kohderyhmämme ottaa hitaammin käyttöön uutta teknistä välineistöä. CD-soitin sen sijaan löytyy melkein joka kodista ja autosta. Yksikään levy-yhtiö ei luultavasti kiinnostuisi meidän musiikistamme, eivätkä taas meidän kuulijamme luultavasti haluaisi etsiä musiikkiamme Internetin maailmasta.

CD-levyn on ennustettu tallennemuotona häviävän, mutta näyttää siltä, että sekä CD-levyt että LP-levytkin pitävät puolensa. Niissä vahva puoli on juuri konkreettinen levy, jota voi pitää kädessä ja säilyttää kokoelmissaan. Levyissä ja kansissa säilyvät musiikkitiedot ja musiikin esittäjien valokuva tai muu aiheeseen liittyvä kuva. CD-levyt ovat helppokäyttöisiä ja helposti säilytettäviä. CD-levyn hinta on kilpailukykyinen verkossa jaetun musiikin kanssa. Tästä summittain haettuna esimerkkinä on Antti Tuiskun esittämä Kaunis kaaos – kokoelma, joka maksaa CD-levynä 8,95 euroa, mutta Internetin verkkokaupasta ladattuna MP3-muodossa 9,90 euroa.

Lähdemateriaalia musiikista yleensä sekä myös musiikin tekemisestä ja äänittämisestä on käsitettävää runsaasti. Mielenkiintoisen lähdeaineiston tutkiminen vei paljon aikaa. Aineiston rajoittaminen ja aiheen käsittelyn rajaaminen ei ollut helppoa. Vähemmän lähdemateriaalin kanssa työskentely olisi ollut helpompaa. Työpöydälläni oli pino kiinnostavia musiikkiaiheisia teoksia laidasta laitaan, oli Veksi Salmen Vinyylin rahinaa, Tarja Hautamäen Laulajan opas, oli myös englanninkieliset Arnold Whittallin Music since the First World War ja Bob Katzin Mastering Audio, the art and the science.

Internet on nopea ja ajantasainen tietolähde erilaisten tilastojen hakuun. Koska musiikkiala ja siinä käytetyt muodot ja sen jakelu ovat jatkuvassa nopeassa muutoksessa, eivät muut tietolähteet pysty kilpailemaan Internetin kanssa alan viimeisten suuntausten, tilastojen ja kuluttajatottumusten kuvaamisessa.

Kuten kaikesta edellä kirjoitetusta voi huomata, musiikki-CD:n tekemisen syitä on paljon ja tuotantomenetelmiä lukematon määrä. Omat tavoitteet on hyvä selvittää hyvissä ajoin, kun alkaa suunnitella äänitettä.

Omilla valinnoilla pystyy erittäin paljon vaikuttamaan äänitteen kustannuksiin ja sitä kautta kannattavuuteen. Digitaalinen musiikki on vuonna 2011 jo ajanut edelle perinteistä tuotantomuodosta ja perinteisistä jakelukanavista, mutta musiikin kopioinnin lähteenä äänitetty CD-levy on edelleen prosentuaalisesti suurin.

Omakustanneäänitteellä on sijansa sekä CD:nä että digitaalisessa muodossa. Täysin tuntemattomat musiikin harrastajat voivat Internetin kautta saada musiikkiaan esille edullisesti. Erilaisten ilmaisten jakelujen lisäksi Internetistä löytyy kanavia, joiden avulla omia äänitteitään voi myydä ladattavaksi suoraan verkosta.

Jos on jo tunnettu artisti tai riittävän yritteliäs tulokas, voi päästä julkaisemaan musiikkiaan jonkin tuotantoyhtiön levytys sopimuksen avulla. Siinä tapauksessa yhtiö huolehtii äänityksen ja äänitteen markkinoinnin. Artistin tulot riippuvat siitä, kuinka hyvän sopimuksen hän on onnistunut tekemään. Levy-yhtiöt myyvät fyysisiä CD-levyjä sekä tavaomaisissa kaupoissa että verkkokaupoissa.

Koska omassa tuotannossa on suuri mahdollisuus päättää äänitteen kulurakenteesta, omakustanteella pääsee vaivattomasti samoihin tuotto-odotuksiin kuin levy-yhtiöiden kappalemääräisesti suuremmillakin CD-äänitteillä. Omakustanneäänitteen tekijällä on myös Internetin ja paikallisten radioasemien avulla mahdollisuus lähes yhtä tehokkaaseen jakeluun kuin suurilla levy-yhtiöilläkin, jopa kansainväliseen jakeluun.

8. LÄHTEET:

- Ahokas, P., Nikula, N. & Pesonen, R. 2004. Artist ABC. Helsinki: T2 Promotions Oy.
- Arttu Wiskarin kotisivut. 2011. Hakupäivä 15.9.2011 <http://www.arttuwiskari.com/>.
- Arvonlisäverolaki 2003. Vähäinen toiminta 3 § (30.12.2003/1301) Hakupäivä 1.12.2011 <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1993/19931501>.
- Arvonlisäverolaki 2009. Verokanta. 84 § (29.12.2009/1780) Hakupäivä 1.12.2011 <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1993/19931501>.
- Bojner-Horwitz, E. & Bojner, G. 2007. Mielihyvää musiikista. Vantaa: Dark Oy.
- F-musiikki 2011. Verkkokauppa. Tuotteet. Hakupäivä 4.10.2011 <http://www.f-musiikki.fi/tuotteet>.
- Gramex ry. 2011. Hakupäivä 27.10.2011 http://www.gramex.fi/fi/tietoa_gramexista.
- Helistö, P., Pohjola, E. & Urho, E. Musiikki eilen ja tänään 2.1973. Helsinki:Musiikki Fazer.
- Helistö, P. 1997. Konsta. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino Oy.
- Joukkoviestintämarkkinoiden muutokset 2009–2010 Hakupäivä 25.10.2011 http://www.stat.fi/til/jvie/2010/jvie_2010_2011-05-26_tie_001_fi.html.
- Hänninen, H. 2006. Digitaalisen musiikin myynti ylittää cd-levyjen myynnin. Tekniikka ja talouslehti 24.10. 2006. Hakupäivä 27.10.2011. <http://www.tekniikkatalous.fi/ict/digitaalisen+musiikin+myynti+ylittaa+cdlevyjen+myynnin/a39111>.
- Jalkanen, P. 1992. Pohjolan yössä. Helsinki: Kirjastopalvelu Oy.
- Katz, B. 2002. Mastering Audio, the art and the science. Oxford 20,25,41–42.
- Kokkonen, J. 1992. Ihminen ja musiikki. Helsinki: Gaudeamus Oy.
- Korhonen, T. 2011. Monipuolinen musiikkimies Kim Kuusi Teoston johtoon Teostory 2011 2, 11. Hakupäivä 27.10.2011 [http://www.teosto.fi/teosto/websivut.nsf/0/d4c241eb3d1699f1c225729f004510a0/\\$FILE/teostory_2-11_web.pdf](http://www.teosto.fi/teosto/websivut.nsf/0/d4c241eb3d1699f1c225729f004510a0/$FILE/teostory_2-11_web.pdf).
- Kukkonen, E. 1980. Isoisän gramofoni. Jyväskylä: Kustannuskolmio.
- Kuoppamäki, J.1998. Elämän valtatie. Jyväskylä: Gummerrus kirjapaino Oy, toimitus Virpi Kari.
- Lauronen, N. & Tikkanen, M. 2002 Musiikkiterapia Kajaanin ammattikorkeakoulu, STH1SB Mielenterveystyön vaihtoehtoiset ammattiopinnot. Hakupäivä 4.10.2011 <http://gallia.kajak.fi/opmateriaalit/yleinen/ahorai/mielentervvehto/musiikkiterapia.htm>.
- Lehtinen, L. 2008. Artisti maksaa kiltisti. IPRinfo-lehti. Hakupäivä 15.9.2011 http://www.iprinfo.com/lehtiarkisto?action=articleDetails&a_id=679&id=44.
- Lehtiranta, E. 2005. Musiikin korkeammat oktaavit. Helsinki: Hakapaino Oy.
- Lehto T. 2007. ÄKT: Tekijänoikeusuudistus vähensi piratismia. Tietokone 1 2007. Hakupäivä 20.10.2011 http://www.tietokone.fi/uutiset/2007/akt_tekijanoikeusuudistus_vahensi_piratismia.

- Lehtonen, K. 1995. Musiikin harrastaminen on itsehoitoa. Hakupäivä 15.9.2011
<http://www.kirjastot.fi/fi-Fi/kirjallisuus/haastatteluja/lehtonen>.
- Maunus 2003. Musiikinkuuntelu nuoren vapaa-ajalla ja koulussa. Hakupäivä 4.10.2011
<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/9917/G0000200.pdf?sequence=1>.
- Muikku, J.2001. Musiikkia kaikkiruokaisille.Helsinki: Gaudeamus.
- Musiikkituottajat – IFPI Finland ry. 2010. Tavoitteet hallituskaudella 2011–2015. Hakupäivä 15.10.2011
www.ifpi.fi/info/.../Tavoitteet%20hallituskaudella%202011-2015.pdf.
- Musiikkituottajat - IFPI Finland ry. 2011. Tilastot. Hakupäivä 27.9.2011
<http://www.ifpi.fi/tilastot/>.
- Musiikkituottajat - IFPI Finland ry. 2011. Tilastot. Hakupäivä 27.9.2011
<http://www.ifpi.fi/tilastot/myontamisrajat>.
- Muusikko Online. 2002. 2. Pääkirjoitus. Hakupäivä 15.5.2011.
http://www.musicfinland.com/sml/muusikko/muusikko_2002/2_paakirjoitus.html.
- Mäkelä, J. 2008. Suomalaisen populaarimusiikin uusin historia – aikajana. Suomen Jazz & Pop Arkisto. Hakupäivä 20.10.2011
<http://www.jazzpoparkisto.net/aikajana.php>.
- Pyhäjoen Kuulumiset -lehti. 2011. Hakupäivä 11.9.2011
<http://kuulumiset.pyhajoki.fi>.
- Raahen seutu/ Raahelainen Mediatiedot 2011. Hakupäivä 11.9.2011
<http://stream.almamedia.fi/rse/static/PDF/mediakortti.pdf>.
- Salste T. 2000. Digitaalisten tuotteiden menestymisen edellytykset internetissä. Helsingin Kaup-
 pakorkeakoulu, Markkinoinnin suuntautumisvaihtoehto, Markkinoinnin pro gradu-tutkielma.
<http://www.tuomas.salste.net/gradu/gradu.pdf> Hakupäivä 30.9.2011.
- Suomen Musikkojen Liitto ry., Levytyssopimukset. Hakupäivä 15.10.2011
http://www.musicfinland.com/sml/faq/faq_levy.html.
- Suoniemi, K. 2008 Havaintokyky, musikaalisuus ja musiikinkuuntelukokemukset Tampere: Tam-
 pereen Yliopisto.
- Suonikko, J. 2009. Audiomasteroinnin peruskäsitteitä. Pirkanmaan ammattikorkeakoulu. Musiikin
 koulutusohjelma. Musiikkiteknologian suuntautumisvaihtoehto. Opinnäytetyö. Hakupäivä
 16.10.2011
<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-200905182903>
- Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus ry 2008. Hakupäivä 15.10.2011
<http://www.tslt.fi/>.
- Tekijänoikeuslaki, www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1961/19610404.
- Teosto ry. 2010. Vuosikertomus. Hakupäivä 22.10.2011
http://www.teosto.fi/vuosikertomus2010/teosto_vsk2010_fin.pdf.
- Teosto ry. 2011. Musiikinkäyttötutkimus, 2007. <http://www.teosto.fi/fi/musiikinkayttotutkimus.html>.
- Teosto ry. 2011. Äänitteiden tallennusluvut. Hakupäivä 4.10.2011
<http://www.teosto.fi/fi/tallennuslupa.html>.

Tietokone ja yksityinen kopiointi 2010, Hyvitysmaksuyksikkö/Otantatutkimus. Hakupäivä 28.10.2011
[http://www.hyvitysmaksu.fi/Teosto/hymysivut.nsf/0/eb25b89f5bb8cb43c22574ea002be6a6/\\$FILE/20100922%20Tietokone%20ja%20yksityinen%20kopiointi%202010_WEB.pdf](http://www.hyvitysmaksu.fi/Teosto/hymysivut.nsf/0/eb25b89f5bb8cb43c22574ea002be6a6/$FILE/20100922%20Tietokone%20ja%20yksityinen%20kopiointi%202010_WEB.pdf).

Tilastokeskus 2011, Tieto- ja viestintätekniiikan käyttö. Hakupäivä 30.11.2011:
http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2010/sutivi_2010_2010-10-26_tie_001_fi.html.

Turunen, O. 2011. Miksi masteroidaan? Masterointi.fi 2011. Hakupäivä 15.10.2011
<http://masterointi.fi/miksi-masterointi-tehdaan/>.

Verkkokauppa Thomann, 2011 Studoilaitteet. Hakupäivä 4.10.2011
<http://www.thomann.de/fi/studiolaitteet.html>.

Wikikirjasto 2011. Hakupäivä 20.10.2011
<http://fi.wikibooks.org/wiki/Talousmatematiikka/Katelaskuja>.

Wikipedia 2011. Hakupäivä 18.10.2011 <http://fi.wikipedia.org/wiki/Omakustanne>.