

**”KUSTANTAJA TARJOSI DIILIÄ, KUN SEISOIN
KURALÄTÄKÖSSÄ...”**

**Kustannustoiminnan vahvuudet ja heikkoudet kevyen musiikin
tekijöiden näkökulmasta**

Eveliina Kostainen
Pro gradu -tutkielma
Musiikkitiede
Syksy 2005
Jyväskylän yliopisto

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty HUMANISTINEN	Laitos – Department MUSIIKIN LAITOS
Tekijä – Author EVELIINA KOSTIAINEN	
Työn nimi – Title ”KUSTANTAJA TARJOSI DIILIÄ, KUN SEISOIN KURALÄTÄKÖSSÄ...” Kustannustoiminnan vahvuudet ja heikkoudet kevyen musiikin tekijöiden näkökulmasta	
Oppiaine – Subject MUSIIKKITIEDE	Työn laji – Level PRO GRADU -TUTKIELMA
Aika – Month and year SYKSY 2005	Sivumäärä – Number of pages 59
Tiivistelmä – Abstract <p>Kevyen musiikin kustannustoiminta on ala, joka herättää tunteita puoleen ja toiseen. Kustannustoiminnan lähtökohdiana on tuottaa taloudellista hyötyä sopimuksen molemmille osapuolille: kustantajalle sekä musiikin tekijälle. Ala on kuitenkin jäänyt hieman epäselväksi jopa musiikin tekijöille itselleen.</p> <p>Tutkimus kartoittaa kevyen musiikin tekijöiden näkökulmia siitä, mitkä asiat he kokevat kustannustoiminnan nykytilassa vahvuuksiksi sekä heikkouksiksi. Aihetta ei ole aiemmin tästä näkökulmasta tutkittu. Tutkimusote on laadullinen sekä kartoittava. Pyrin avointen kysymysten avulla saamaan tekijöiltä vastauksia: kokemuksia, näkemyksiä sekä ajatuksia, niin kultuja kuin omakohtaisia. Tutkimus toteutettiin sähköpostikyselynä. Taustateoria on ollut apuna sekä kyselylomakkeen muodostamisessa että tukemassa analyysivaiheen teemoittelua.</p> <p>Musiikin tekijöiden mielipiteet jakautuvat sekä negatiivisesti että positiivisesti alaan suhtautuviin. Osa tekijöistä tekee sopimuksen jättääkseen teosten markkinoinnin kustantajalle keskittyen itse luovaan työhön. Osa puolestaan kokee kustantajan tuottaman hyödyn liian pieneksi ja haluaa siten säilyttää oikeudet teoksiinsa itsellään. Syyt kustannussopimuksen solmimiseen tai teosten manuksina (kustantamattomina) pitämiseen kietoutuvat usein toisiinsa. Kustannussopimusta puoltavina seikkoina mainitaan nuottijakelu, markkinointityö, teosten levytyksiin saaminen, kansainvälistymisen helpottuminen, kustannusyhtiöiden kokoerojen tuottamat hyödyt sekä taloudellinen hyöty ja edunvalvonta. Heikkouksia tekijöiden mielestä ovat tulojaolliset menetykset, omistus- ja määräämisoikeuksien menettäminen, omien suhteiden tai muiden väylien olemassaolo, kontekstin luomat rajoitteet sekä kytkökset levy- ja kustannussopimuksen välillä.</p>	
Asiasanat – Keywords kevyt musiikki, musiikin tekijät, musiikkikustantajat, musiikkikustannus, laadullinen tutkimus, kysely	
Säilytyspaikka – Depository	
Muita tietoja – Additional information	

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	TEOREETTINEN TAUSTA	6
2.1	Käsitteiden määrittelyä	6
2.2	Kevyen musiikin kustannustoiminnan vahvuudet	11
2.3	Kevyen musiikin kustannustoiminnan heikkoudet	14
3	TUTKIMUKSEN TAUSTAA	18
3.1	Tutkimusmenetelmä	18
3.2	Tutkimuksen kulku	22
3.3	Tutkimuksen merkitys	24
4	ANALYYSI JA TULOKSET	26
4.1	Kustannustoiminnan vahvuudet kevyen musiikin tekijöiden näkökulmasta	26
4.1.1	Nuottien painaminen ja jakelu	26
4.1.2	Yksittäisen teosten ja tekijän kokonaisvaltainen markkinointi	27
4.1.3	Levyt julkaisukanavina	29
4.1.4	Kansainvälistymisen helpottuminen	29
4.1.5	Kustannusyhtiöiden kokoerot hyötyinä	31
4.1.6	Taloudellinen hyöty ja edunvalvonta	32
4.1.7	Muut syyt	33
4.2	Kustannustoiminnan heikkoudet kevyen musiikin tekijöiden näkökulmasta	34
4.2.1	Tulonjaolliset seikat	34
4.2.2	Omistus- ja määräämisoikeuksien menettäminen	36
4.2.3	Omat suhteet ja muut väylät mahdollisuutena sekä kustannussopimuksen vaihtoehtona	38
4.2.4	Kokemukset katteettomista lupauksista	40
4.2.5	Kontekstin luomat rajoitteet	42
4.2.6	Kytökset levytys- ja kustannussopimuksen välillä	44
4.2.7	Muut syyt	46

4.3	Laulaja-lauluntekijöiden suhtautuminen kustannussopimukseen	48
5	PÄÄTÄNTÖ	51
	LÄHTEET	54
	LIITE	57

1 JOHDANTO

Keveyen musiikin kustannustoiminta on mielipiteitä jakava sekä kiivasta keskustelua herättävä aihe etenkin musiikin tekijöiden keskuudessa. Tämä on ymmärrettävää – koskeehan kustannustoiminta kaikkein pyhintä musiikin osaa, tekijöiden luovan työn tuloksia, musiikkiteoksia, ja niiden hyödyntämistä. Tekijöillä ei ole välttämättä tarpeeksi tietoa kustantajien toimintatavoista, mikä voi aiheuttaa negatiivisen asenteen kustantajien työtä kohtaan. Toisaalta onko kustantajilla tietoa siitä, mitkä seikat tekijöitä hiertävät? Lisäksi levy- ja kustannusyhtiöt joutuvat miettimään ratkaisuja paitsi taiteelliselta myös taloudelliselta kannalta – yhtiöt kun toimivat voittoa tavoittelevien liikeyritysten tavoin. Tilannetta ei helpota myöskään se, että Suomessa biisintekijöiden arvostus on heikkoa, kun isyysoikeutta rikotaan valtamediassa jatkuvasti jättämällä tekijän nimi mainitsematta kappaleen esityksen yhteydessä (Vehkaoja 2000, 81).

Musiikin kustannustoimintaa on tutkittu, mutta tutkimusten pääpaino on ollut historiallisessa kehityksessä (ks. Muikku 2001) ja kustantajien yleisissä toimintatavoissa (ks. Karhumaa 2000) sekä tekijöiden osalta taloudellisen toimeentulon kartoittamisessa (ks. Hansen 2001). Tutkimuksissa käsitellään myös sopimusasioita kustantajan ja tekijän välillä, mutta ne ovat keskittyneet lähinnä tekijänoikeudellisiin pulmiin. Lähdemateriaalista löytyy kyllä lyhyitä osioita kustannustoiminnan nykytilasta, sen ongelmakohdista ja vahvuuksista, mutta kokonaista kartoitettavaa tutkimusta ei ole tehty siitä, mitkä ovat musiikin tekijöiden syyt kustannussopimuksen solmimiseen tai teosten manuksina (kustantamattomina) pitämiseen. Oma aiheeni pyrkiikin kartoittamaan keveyen musiikin tekijöiden kokemuksia ja mielipiteitä siitä, mitkä seikat ovat kustannustoiminnan vahvuuksia ja heikkouksia sekä samalla syitä siihen, miksi kustannussopimus kannattaa tehdä tai jättää tekemättä. Lisäksi syvennän analyysiä siten, että tarkastelen vaikuttaako tekijän oman musiikin esittäminen heidän vastauksiinsa. Vastauksia peilaan siihen teoriapohjaan, joka kirjallisuudesta ja muista lähteistä muodostuu.

2 TEOREETTINEN TAUSTA

Määrittelen aluksi tärkeimmät käsitteet, joiden ymmärtäminen helpottaa tutkimuksen avautumista lukijalle. Tämän jälkeen kerron kahdessa alaluvussa niistä kustannustoiminnan vahvuuksista ja heikkouksista, jotka lähdemateriaalista tulevat esille. Tämä luo teoreettista taustaa sekä kyselylomakkeen muotoilemiselle että vastausten analysoinnille.

2.1 Käsitteiden määrittelyä

Kevyt musiikki on klassista musiikkia kevyempää, rakenteiltaan ja sisällöltään helpommin ymmärrettävää. Lisäksi se on lyhyempikestoista kuin klassinen (n. 2-4 minuuttia) sekä sisältää usein sanoituksen, jota voidaan käyttää toisessakin sävellyksessä. Tutkimuksessani kevyen musiikin kategoria sisältää rock-, pop-, dance- ja iskelmämusiikin – kustannusyhtiöiden omaa luokittelua mukaillen.

Kevyen musiikin tekijöihin kuuluvat säveltäjät, sanoittajat, sovittajat ja kääntäjät. Työnjako ei välttämättä ole tarkkarajaista ja yksi tekijöistä (yleensä sanoittaja) voi puuttua. Toisaalta tekijöitä voi yhdellä teoksella olla useitakin. Jokainen tekijä saa teoksen valmistuttua automaattisesti tekijänoikeudet omaan osuuteensa teoksesta, tosin aina tekijöiden panoksia ei voida erottaa toisistaan. (Karhumaa 2000, 51-52.)

Teos on yleisnimitys kaikille luomistyön tuloksille ja lisäksi tekijänoikeuslain terminologia määrittelee musiikin teoksiksi (Karhumaa 2000, 47-48). Kevyen musiikin puolella on tapana puhua biiseistä tai lauluista, mutta käytän tutkimuksessani pääosin teos-nimitystä yhtenäisyyden vuoksi. Huomattava seikka on, että musiikkikustannus-sopimuksen voi solmia paitsi kokonaisesta teoksesta tai sen osasta, myös omaperäisestä riffistä (Karhumaa 2000, 61).

Musiikin kustannustoiminta on liiketoimintaa, joka kohdistuu sävellyksiin ja sanoituksiin ja jossa kustantajan tärkein tehtävä on saattaa teos yleisön saataville (Muikku 2001, 263). Tekijän tehtävänä on siis säveltää, sanoittaa ja/tai sovittaa teoksia, jotka musiikkikustantaja saattaa suuren yleisön tietouteen. Sopimuksen perustana on teosten taloudellisten oikeuksien luovuttaminen kustantajalle, joka ottaa vastuun kaikesta liiketoiminnasta ja vapauttaa tekijän musiikin tekemiseen (Passman 1995, 225). Tällöin molemmilla on selvä rooli ja työnjako, mikä mahdollistaa keskittymisen omaan vahvuusalueeseen. Eräs kustantajan tehtävää kuvaava sanaparsi voisi olla ”talent managing”, eli suomeksi käännettynä ”lahjakkuuden lannoitus” (Frisk 2004, 37). Voidaan myös ajatella, että sana ´tekijänoikeus´ kuvaa osaltaan kustantajan työtä. Tekijä saa teoksen valmistuttua automaattisesti oikeudet teoksiinsa, joista kustannussopimuksella luovutetaan taloudellisia oikeuksia kustantajalle. Kustantajan tehtävänä on paitsi markkinoida teoksia myös huolehtia tekijän oikeuksista, eli että tekijä saa teosten käytöstä asianmukaiset korvaukset. Tulee lisäksi huomata, että moraaliset oikeudet säilyvät aina tekijälle itsellään. Moraalisilla oikeuksilla tarkoitetaan Karhumaan (2000, 54-55) mukaan isyysoikeutta ja respektioikeutta. Isyysoikeus tarkoittaa sitä, että tekijä on mainittava, kun teos esitetään julkisesti tai teoksesta tehdään tallenne ja se tarjotaan yleisön saataville. Respektioikeus puolestaan takaa sen, ettei teosta saa muuttaa tai julkistaa tavalla, joka loukkaa tekijän kunniaa eli tekijän nauttimaan arvonantoa. Lupa teoksen muuntelemiseen on siis kysyttävä tekijältä itseltään, kustantajan myöntämä lupa ei yksinään riitä. (Karhumaa 2000, 54-55.)

Kustantaminen liiketoimintana on syntynyt paljon ennen musiikin mekaanista tallentamista ja levy-yhtiöitä. Alunperin kustantaja oli mesenaatti, joka rahoitti köyhän säveltäjän elämää ja mahdollisti osaltaan musiikin elävät esitykset painattamalla sävellyksistä nuotit, jolloin teokset levisivät, samoin kuin tekijän maine. Tämä periaate on muuttunut vuosisatojen kuluessa, mutta kuten ennenkin, kustannustoiminta on luonteeltaan pidempikestoista ja pitkäjännitteisempää kuin muu musiikkibisnes. (Frisk 2004, 37.)

Kustantajan pääasiallisia keinoja teosten levittämiseen ovat mekanisointi (tallentaminen äänitteelle), synkronointi (tallentaminen kuvan yhteyteen), nuottien painaminen, julkisten esitysten hankkiminen sekä nykyään myös erilaiset digitaaliset kanavat, ku-

ten esimerkiksi matkapuhelimen soittoäänet ja internetin luomat erilaiset mahdollisuudet. Teknologian kehittymisen myötä painetun nuotin merkitys on vähentynyt ja muut teoksen edistämistavat tulleet tärkeämmiksi. Nuotteja jaetaan mielellään jopa korvauksetta, jotta niiden avulla saataisiin aikaan esitystuloja (Tosiasiaa musiikin kustantamisesta 1994). Whitsett (1997, 7) on jaotellut tulonlähdemallia tarkemmaksi, jolloin edellä mainittujen pääluokkien sisältä löytyvät tarkemmat kohteet, esimerkiksi mainittakoon videot, lelut, pelit, CD:t, jukeboxit, taustamusiikki, kirjat, lehdet, onnittelukortit, elokuvat, multimedia, mainokset, musiikkikirjastot. Karjalainen (2000, 43-44) on laatinut musiikkiteoksen taloudellisesta hyödyntämisestä selkeän ja kattavan luettelon, joka esittelee samalla kustantajan mahdollisuuksia viedä teosta eteenpäin, onhan kustantajan tehtävä juuri teoksen taloudellisen tuoton maksimoiminen. Taloudellista hyötyä voidaan Karjalaisen (2000, 43-44) mukaan saavuttaa teoksesta:

- painamalla siitä nuotti ja myymällä tai vuokraamalla siitä painettuja nuotteja
- myöntämällä teokseen sovitus-, sanoitus- ja käännöslupia
- esittämällä se julkisesti tai antamalla lupa siihen
- tallentamalla teoksesta tehty esitys esim. äänilevyille
- liittämällä tallennettu teos useamman taiteilijan kokoelma- tai taiteilijan omalle ns. greatest hits –levylle
- esittämällä esityksestä tehtyä tallennetta julkisesti esim. ravintolan tai aerobicsalin taustamusiikkina
- esittämällä teoksesta tehtyä esitystä tai siitä tehtyä tallennetta radiossa, televisiossa, elokuvateatterissa tai internetissä
- liittämällä teos elokuvaan (score-musiikki eli elokuvaan sävelletty elokuvamusiikki)
- liittämällä teoksesta tehty tallenne elokuvaan (synkronisointi) (at-source -musiikki eli elokuvan kohtaukseen liitetty kappale tai kappaleen osa)
- liittämällä score- tai at source –musiikki soundtracklevylle
- liittämällä teos tai siitä tehty tallenne mainokseen
- tuotteistamalla teos brändiksi ja valmistamalla siitä kappaleita merchandisekauppaan (esim. logo- tai levynnimi-t-paidat)
- myöntämällä lisenssejä kaiken edellä mainitun hyödyntämiseen

Kustannussopimuksen ymmärrettävyydellä on suuri merkitys, sillä lakipykälät eivät lausu mitään musiikkikustantajan ja tekijän suhteista muussa kuin teoksen graafisessa levittämisessä (Nuortila 1994, 28). Kustannussopimus määritellään tekijänoikeuslain §:ssä 31-38 nimenomaan tyyppisopimuksena (Karjalainen 2000, 46). Se ei ole

työsopimus eikä tekijä niin ikään toimi kustantajan lukuun, vaan kysymys on kahden itsenäisen osapuolen välisestä yhteistyöstä (Karhumaa 2000, 175). Musiikkikustannussopimuksessa siirretään teoksiin liittyviä taloudellisia oikeuksia tekijältä kustantajalle ja sopimuksen sisältö määrää tähän raamit (Karhumaa 2000, 61). Tekijä voi luovuttaa kaikki (taloudelliset) oikeudet tuleviin ja jo tehtyihin teoksiin, jolloin sopimusta sanotaan eksklusiiviseksi sopimukseksi. Sopimuksen voi tehdä vain yhdestä tai useammasta teoksesta.

Suomen Musiikkikustantajat ry:n, Suomen Säveltäjät ry:n sekä Säveltäjät ja Sanoittajat Elvis ry:n suosittama, vuonna 1996 käyttöön otettu musiikin mallikustannussopimus määrittelee tekijän/tekijöiden ja kustantajan yhteistyölle säännöt hyvinkin yksityiskohtaisesti (ks. esim. Karhumaa 2000, 239-242). Sopimusta voidaan kuitenkin muunnella ja osalla kustantajista on käytössään täysin oma sopimusmalli. Tämä johtuu osittain mallikustannussopimuksessakin mainittavasta seikasta, eli että julkaisemisella tarkoitetaan teoksen saattamista yleisön saataviin graafisessa muodossa. Nykyään, toimintatapojen muuttuessa, nuotit eivät ole tärkein levityskanava, vaan edellä mainitut mekanisointi, synkronointi ym. ovat yleisempiä julkaisutapoja. Tällöin on molempien osapuolten edunmukaista, että sopimuksessa lukee millä tavoin teosta tullaan julkaisemaan.

Kustannus- ja taiteilijasopimus on ymmärrettävä erillisinä sopimuksina. Taiteilijasopimuksen sisältö liittyy ensisijaisesti artistin esitysten tallentamisoikeuksiin (Karhumaa 2000, 75). Taiteilija- ja levytyssopimus tarkoittavat samaa – myös tallennussopimus on vakiintunut nimike (Karjalainen 2000, 48). Taiteilijasopimus on artistia koskeva ja kustannussopimus puolestaan musiikin tekijää koskeva sopimuskappale.

Karjalaisen (2000, 47) mukaan kustantajan oikeuksia ovat sopimuksen solmimisen jälkeen, tietysti sen sisällöstä riippuen, päättää valmistettavien vuokra- ja myyntinuottien painoksesta, julkaisuajankohdasta, myyntihinnasta ja myyntikanavista. Lisäksi sopimuksessa sovitaan teoksista, territorioista, sopimusajasta, kustantajan oikeudesta päättää tekijän puolesta teoksen muunteluoikeuksista ja nuottimyyntiennakoista. (Karjalainen 2000, 47.) Kustantajalle syntyy sopimuksen myötä myös julkaisuvelvoite, mikä tarkoittaa sellaista sopimuksen kohtaa, jossa määritellään, missä

ajassa kustantajan on julkaistava teos tai etsittävä sille julkaisija saatuaan teoksen (Karhumaa 2000, 65).

Teosto edustaa sekä tekijöitä että musiikkikustantajia. Kustannussopimuksesta toimitetaan Teostolle tieto niiden teosten osalta, joita sopimus koskee. Tämän jälkeen teoksen julkisesta esittämisestä ja tallennusluvista perittävistä korvauksista saatavat, tekijöille maksettavat korvaukset jaetaan tekijöiden sekä kustantajan kesken – kustantaja saa 33,3 – 50 % tekijälle maksettavasta Teoston tai NCB:n korvauksesta. Kustannussopimuksella siirretään teoksiin liittyviä taloudellisia oikeuksia vain siltä osin, kun ne eivät vielä ole Teoston hallinnassa. Sellaiset tekijät, jotka ovat Teoston asiakkaita, eivätkä vielä ole solmineet ainoatakaan kustannussopimusta, voivat solmia sopimuksen myös niiden teosten osalta, jotka ovat Teoston ylläpitämässä teosrekisterissä. (Karhumaa 2000, 60-63.) Toisaalta jos musiikintekijällä on kustannussopimus, hän voi tehdä suoraan kustantajan kanssa vain valikoituja, teoskohtaisia hallinnointisopimuksia, jotka eivät koske koko tuotantoa, eikä hänen tarvitse liittyä tekijänoikeusjärjestöön. Mahdollista on myös teosten hallinnointi itse, jolloin musiikin tekijä omatoimisesti neuvottelee teoksilleen esitysluvat sekä käyttökorvaukset ja huolehtii korvausten keräämisestä. (Pönni ja Tuomola 2003, 69.) Teoston osalta on huomattava, ettei se valvo moraalisia oikeuksia eikä teoksen käyttöä graafisessa muodossa (Aalto-Setälä, Donner, Heikkilä & Lahtinen s.a.).

Musiikkikustannusalan tuntemattomuus saattaa johtaa siihen, että kirjan- ja musiikkikustannusta verrataan toisiinsa. Niemisen (2000) mukaan tämä on kuitenkin vaikeaa ja ehkä vaarallistakin. Voidaan sen sijaan todeta, että kirjankustantamista tulisi verrata pikemminkin äänitetuotantoon kuin musiikkikustantamiseen. Ensimmäinen eroavaisuus on tulovirroissa. Musiikkikustantajat saavat nykyisin valtaosan tuloistaan tekijänoikeusjärjestöjen kautta. Samaiset järjestöt keräävät ja maksavat myös tekijöiden osuuden, joten kustantajan ei juurikaan tarvitse huolehtia rojaltien maksamisesta. Kirjankustantamisessa sen sijaan tärkein tulonlähde on edelleen kustantajan painamien teoskappaleiden myynti, jolloin raha kulkee jakelijalta kustannustaloon, joka maksaa rojaltin tekijälle. Kevyessä musiikissahan siis kustantajat eivät enää juuri painata ja markkinoi nuotteja, vaikka sopimus tähän ehkä velvoittaisikin. Toiseksi kirjailija ja kustantaja tekevät sopimuksen, jossa kustantaja saa eräänlaisen ”viipale-

oikeuden” koko kakusta. Kaikki muut oikeudet jäävät edelleen kirjailijalle, tärkeimpinä käänös-, näytelmä-, elokuva- ja sähkökirjaoikeudet. Jos musiikintekijä ottaisi oppia kirjailijasta, antaisi hän kustantajalleen vain option teostensa markkinointiin eri alueilla. Jos tuloksia ei syntyisi kohtuullisessa ajassa, olisi mahdollista vaihtaa agenttia. (Nieminen, 2000.)

2.2 Kevyen musiikin kustannustoiminnan vahvuudet

Edellä mainitut kustantajan pääasiallisen keinot saattaa teosta eteenpäin osoittavat, että tulonlähteitä on huomattavan paljon, kun ne osataan ammattitaitoisesti hyödyntää – tähän kustantajalla voi olla paremmat resurssit kuin luovan työn tekijällä. Musiikillinen luovuus ja hyvä liikemiesvaisto kun eivät välttämättä kulje käsi kädessä. Tekijöillä ei aina ole myöskään aikaa omistautua sekä luovalle työlle että oman musiikkinsa ja persoonansa koti- ja ulkomaiselle markkinoinnille. (Tosiasiaa musiikin kustantamisesta 1994.) Ja kuten Frisk (2004, 42) toteaa, kustantajalla on kontaktit levy-yhtiöihin, tuottajiin ja toisiin lauluntekijöihin. Tämä takaa paitsi markkinointihyödyn myös sen, että tekijä saa kustantajan kautta tietoa markkinoilta ja osaa tehdä oikeanlaisia biisejä, oikealla hetkellä ja oikealle artistille. Kustantaja voi lisäksi tekijän niin halutessa valmentaa tekijää tulemaan ammattilaiseksi. (Frisk 2004, 42.) Karhumaa (2000, 45) jatkaa, että aktiiviset musiikkikustantajat ovatkin tänä päivänä varsinaisia hittitehtaita, joiden suojiin yhä useampi tekijä haluaisi päästä.

Kai Airinen (Kaarsalo 2004) näkee manus/kustannettu teos -debatin keskeisenä. Pohjalla on kysymys siitä, onko kustantajan ja tekijöiden välille syntynyt niin hyvä ja luottamuksellinen suhde, että tekijä voi nähdä kustannustoiminnan kautta tulevan todennäköisen hyödyn ja teoksen elinkaaren turvaamisen tärkeyden. Kustannuttamisen ja kustantamisen mielekkyys voikin syntyä vain molemminpuolisen lisäarvon löytymisen kautta. Peruskustannustoimintaan kuuluu kokonaisvaltainen kustantaja-tekijäsuhde eikä siihen saisi liittyä vastentahtoisia elementtejä. Ei kuitenkaan liene mahdollista, että kustantaja aina ja kaikissa tapauksissa voisi vain onnistua, mutta juuri näissä mahdollisissa epäonnisemmissa tilanteissa yhteistyön sisältö ja syvyys punnitaan. (Kaarsalo 2004.)

Weissman (1990, 81) huomauttaa, että on järjetöntä solmia eksklusiivinen sopimus, jos kustantaja ei ole halukas tarjoamaan ennakkomaksua tai palkkaa. Käytännössä kustantaja voi ennakkomaksulla (esimerkiksi nuottimyyntiennakot tai ”signing fee”) saada tekijän vakuuttuneeksi siitä, että kustantaja todellakin työskentelee teosten esille saattamiseksi. Toisaalta teosten radiosoitot ja levymyynnit eivät tuo Suomessa huomattavia rahoja, jonka vuoksi kustantajan kyky ja halu maksaa ennakkoa on kotimarkkinoilla pieni (Frisk 2004, 43).

Kustantajan rooli muuttuu erityisen tärkeäksi silloin, kun markkina-alueet laajenevat (Kaipainen 2001,18). Tekijän olisi lähes mahdotonta valvoa itse teostensa oikeuksia ulkomailla kaikissa musiikin käyttötarkoituksissa, joten kustannussopimuksen voi olettaa tuottavan lisäarvoa ainakin kansainvälistymisen yhteydessä. Kustantajan selkeä taloudellinen intressi ja erityiskiinnostus juuri kyseisen tekijän teoksiin tekee siitä tehokkaan partnerin, vaikkakin Teosto ja muut tekijänoikeusseurat ovat ammatillaisia ja auttavat teosten kansainvälisessä hallinnoinnissa (Frisk 2004, 43). Lisäksi Frisk (2004, 43) huomauttaa, että koska kustannustoiminta on kansainvälisesti arvostettua ja kustantajaa pidetään elimellisenä osana menestyvän artistin tai bändin taustajoukkoja, ei ilman kustantajaa kansainvälisille markkinoille pyrkivää oteta useinkaan tosissaan.

Kustantajien mahdollistama co-writing -toiminta tarjoaa tekijöille mahdollisuuksia kansainväliseen yhteistyöhön. Co-writing -toiminnalla tarkoitetaan kansainvälistä yhteistyötä tekijöiden kesken, jolloin esimerkiksi suomalainen säveltäjä, saksalainen sanoittaja ja englantilainen sovittaja muodostavat tiimin, jonka toiminta tähtää kappaleiden laadun paranemiseen, nimekkäiden tekijöiden tuomaan kaupalliseen lisäarvoon sekä suomalaisten tekijöiden tunnetuksi tekemiseen. (Vehkaoja 2000, 81.)

Housewriting -toiminta perustuu puolestaan sille, että kaikki sopimuskauden aikana syntyneet kappaleet ostetaan yhtiölle. Kustantaja etsii valmiille kappaleille artistin ja julkaisijan. Housewritereita voidaan markkinoida talon sisällä eri maihin (monikanallisessa yhtiössä), jolloin paikallinen yhtiö kuuntelee teokset ja toimittaa ne sopiville tuottajille. Toisaalta on todettu, että harvaa suomalaista biisintekijää voi markkinoida suoraan ulkomaille. (Vehkaoja 2000, 81-82.) Housewriting-sopimuksen solmi-

neet tekijät saattavat myös saada käyttöönsä kustantajan ylläpitämät studio- ja työkentelytilat sekä työvälit (Karhumaa 2000, 61). Muikku (2001, 268) toteaa, että housewriting-toiminta on tärkeää erityisesti kotimaisen iskelmän piirissä, sillä alkuperäisen kotimaisen materiaalin merkitys kasvoi huomattavasti 1980-luvulla uuden tekijäsukupolven esiintulon myötä. Poe (1997, 88) esittää asiaan näkökulman kustantajan suunnalta, eli että usein housewriter-sopimusta tehtäessä kustantajan on oltava tekijän aiemman näytön tai suosion perusteella varma, että tekijän kanssa on kannattavaa solmia pidempiaikainen, eksklusiivinen sopimus.

Aloittelevan yhtyeen kanssa työskennellessään kustantaja voi auttaa levy-yhtiön ja radioiden kiinnostuksen herättämisessä sekä taloudellisen että sisällöllisen tuen muodossa. Vakiintunut ja kansainvälinen nimi sen sijaan voi saada kustantajalta selkeän riskikertoimen sisältävän ennakon. Näiden tapausten väliin jää Suomessa toimiva, vain kotimarkkinoille tähtäävä ja jo levytyssopimuksen omaava bändi. Se ei välttämättä näe mielekkääksi kustannussopimuksen tekemistä, jollei sitten mielekkyys löydy kipeästi kaivatun ennakon lisäksi esimerkiksi levy-yhtiölle maksettavan markkinointi- ja videotuen muodossa. (Frisk 2004, 42-43.) Maksetut ennakot vähennetään yleensä sopimuksen kohteena olevien teosten tulevasta tuotosta. Nuottimyyntiennakko on kuitenkin sikäli harhaanjohtava käsite, että se on perinteisen musiikkikustannustoiminnan jäänteitä. Nykyisin nuoteilla ei ole aiempaa vastaavaa taloudellista merkitystä, ellei niiden sisältö päädy äänitteelle. (Karhumaa 2000, 63-64.)

Uutta ajattelua edustaa se, että kustannusyhtiö kiinnittää yhtyeestä ainoastaan keskeisimmän lauluntekijän, ja hänen tuotannolleen ryhdytään aktiivisesti etsimään sopivia esittäjiä laajalta alueelta. On myös todettu, että kustantajan tehtävä on etsiä parasta vaihtoehtoa säveltäjälle ja sanoittajalle: pyrkimys olla uskottava kustantaja. Jos musiikkiaan itse esittävän lauluntekijän kannalta sopivin vaihtoehto ei löydy saman ryhmän levy-yhtiöstä, nykyaikainen kustantaja hakeutuu kontaktiin kilpailevaa ryhmää edustavan tai itsenäisen levy-yhtiön kanssa. (Pönni ym. 2003, 190.)

2.3 Kevyen musiikin kustannustoiminnan heikkoudet

Pönnin ym. (2003, 190) selvityksessä suomalaisen musiikkitoimialan taloudesta ja tulevaisuudesta musiikkikustannustoimialan heikkoudeksi mainitaan sen julkisen roolin epämääräisyys. Työnjako levytuotannon ja teosten kustantamisen välillä on jäänyt epäselväksi suurelle osalle asiakaskuntaa, jopa itse musiikintekijöille. Yksi syy tähän on kustannusalan pienet henkilöstöresurssit: tiedottamiseen, kouluttamiseen ja pr-työhön ei yksinkertaisesti jää aikaa. Toinen syy on se, että nimenomaan kevyen musiikin ja erityisesti rockin puolella kustannustoiminta on usein ollut levy-yhtiön johdon oman toimensa ohella hoitamaa ”pöytälaatikkobisnestä”. Tällöin artistin, joka itse säveltää oman materiaalinsa, levy-yhtiölle äänittämän levyn sisältämästä uustuotannosta on automaattisesti tehty kustannussopimus sisarfirman kanssa. (Pönni ym. 2003, 190.) Karvinen (2000, 65) esittää puolestaan, että musiikin kustantaminen on musiikkiteollisuuden ala, joka kehittyy ja muuttuu alituisesti. Se on ala, joka on välillä ollut vailla selvää roolia ja jopa kyseenalaistettu bisnes, mutta aina joku lahjakas kustantaja on keksinyt itselleen uuden roolin ja pystynyt osoittamaan oman tarpeellisuutensa. (Karvinen 2000, 65.) Fuhrmann (1997) jatkaa, että kun koko toiminnassa törmää yhteen tekijänoikeus- ja sopimuslainsäädäntö, moraalit ja kohtuus sekä tekijöiden ja kustantajien keskinäiset valtasuhteet, voi tekijän ääni jäädä kuulumattomiin. Gould (2003) puolestaan tiivistää asian siten, että vaikka musiikkikustannustoiminta on ollut pitkään vakiintunut toimiala, on se silti yhä ”dark art”, eli ”tunteamaton ammatti”.

Kustannustoimialaa hallitsevat suuret yritykset, ja kuten Pönni ym. (2003, 185) SWOT -analyysissään toteavat, eritoten kustannustoiminnan korkea keskittyneisyys on suomalaisen musiikkitoimialan heikkous. Markkinoiden pienuus ei ole taloudellisista syistä mahdollistanut erillisten kustannusmarkkinoiden syntyä. Keskittyneisyys estää myöskin tasavertaisen kilpailun, sillä uusille kilpailijoille jää varsin vähän mahdollisuuksia rakentaa riittävän laajoja ja kilpailukykyisiä katalogeja. Lisäksi lähes kaiken keskeisen materiaalin keskittyminen yhdelle yhtiölle on hidastanut oleellisesti alan kehitystä yleensä. (Muikku 2001, 264; 268.) Fried (2003) huomauttaa myös, että kustannusyhtiöt ovat tulleet yhä suuremmiksi ja markkinaosuuden tavoittelu näyttää nousseen lupaavien kykyjen etsimisen ohi.

Nykyään monet tekijät esittävät itse tuotantoaan, mikä saattaa johtaa ongelmiin sopimuskäytännöissä ja siten myös yhteen kustannustoiminnan epäkohdista: kustannussopimuksen ja taiteilijasopimuksen kytköksiin, eli levy-yhtiön panostus esittäjään pienenee, jos hän ei luovuta kustannusoikeuksiaan taiteilijasopimuksen yhteydessä (Karhumaa 2000, 64). Kuitenkin, kuten Vehkaoja (2000, 79) kirjoittaa, kustannussopimus ei saa olla levytyssopimuksen ehto. Kustannussopimuksen ja taiteilijasopimuksen (joka tarkoittaa samaa kuin levytyssopimus) ero on siinä, että kustannussopimuksen osapuolet ovat kustantaja ja tekijä/tekijät, kun taas taiteilijasopimuksen solmivat artisti ja äänitteen kustantaja (Karhumaa 2000, 18-20). Säveltäjien ja sanoittajien asiaa ajava Elvis ry pyysi vuonna 1995 Kilpailuvirastoa selvittämään kustantamisen ja äänitetuotannon välisiä yhteyksiä. Kilpailuoikeudellisesti Elvis ry:n mainitsemää menettelyä, jossa kustannussopimuksen solmiminen olisi kytketty teoksen saamiseen äänilevyille, voidaan pitää sitomisenä. Sidonta on kilpailunrajoitus, jossa hyödyke myydään tai ostetaan vain sillä ehdolla, että asiakas hankkii toisenkin hyödykkeen samalta elinkeinonharjoittajalta. Toisaalta virasto toteaa, että kahden hyödykkeen samanaikainen hankkiminen saattaa olla myös asiakkaan edun mukaista. Kilpailuvirasto toteaa, ottamatta tarkemman tiedon puuttuessa kantaa sitomisen vahingollisuuteen, että jotkut äänitetuottajat ovat asettaneet kustannussopimuksen tekemisen edellytykseksi sille, että tietty teos otetaan yhtiön äänitteelle. (Jämsen 1997, 12-13.) Huomattavaa on edelleen se, että osa musiikkikustannustoiminnasta tapahtuu juridisesti levy-yhtiön nimen alla (Pönni ym. 2003, 116). Tämän tarkempi tarkastelu avaisi varmastikin näkökulmia myös sopimusten yhteennivomiseen.

Yhtenä epäkohtana nähdään kustannussopimuksen pitkä kesto aika. Tavallinen kustannussopimus on voimassa copyrightin keston ajan, eli oikeudet pysyvät kustantajalla, kunnes tekijän kuolemasta on kulunut 70 vuotta (Vehkaoja 2000, 80). Elvis ry:n Kilpailuvirastolle jättämässä selvityspyynnössä Elvis ry esitti, että kymmentä vuotta pitempiä kustannussopimuksia saisi tehdä ainoastaan poikkeustapauksissa ja vain silloin, kun se ei todistettavasti vaaranna teosmarkkinoiden toimivuutta. Musiikkikustantajat totesivat tähän, että yksittäinen tekijä ja kustantaja voivat sopia kustannussopimuksen keston haluamakseen, mikä on otettu huomioon säveltäjä- ja kustantajajärjestöjen yhteisessä tammikuussa 1996 voimaan tulleessa mallikustannussopimuksessa. Kilpailuviraston mukaan yksinoikeuksia sisältävien kustannussopimus-

ten pitkä kesto aika saattaa jäykistää alan kilpailutilannetta. Kilpailuvirasto ei kuitenkaan katso kilpailun turvaamisen kannalta olevan perusteltua, että kustannussopimukselle määrättäisiin Elvis ry:n ehdottama enimmäiskesto aika. Toisaalta määräaikaiset sopimukset voisivat osaltaan helpottaa uusien kustantajayrittäjien alalle tuloa ja kilpailuttaa kustantajia tekijöille tarjoamalla palveluilla. (Jämsen 1997, 12-13.) Tokihan sopimukseen voidaan, jos molemmat osapuolet tähän suostuvat, kirjata se aika, jolloin kustantajan on saatava teos markkinoitua eteenpäin, yleensä levyille. Jos näin ei tapahdu, palautuvat oikeudet takaisin tekijälle. (Poe 1997, 89.)

Edelleen samassa Kilpailuviraston päätöksessä todetaan, että musiikin tekijöiden ja kustantajien välillä solmittuihin kustannussopimukseen liittyvät ongelmat näyttävät monissa tapauksissa johtuneen siitä, että toiselle osapuolelle on annettu vääriä tai harhaanjohtavia tietoja alan sopimuskäytännöstä. Samoin virasto toteaa, etteivät musiikin tekijät ole kustannussopimuksia solmiessaan välttämättä osanneet arvioida sopimukseen liitettyjen erilaisten ehtojen vaikutuksia toimintaansa. Kilpailuvirasto arvioikin, että nimenomaan tekijöiden sopimuksia koskevan tietämyksen lisääminen saattaisi monissa tapauksissa poistaa kustannussopimusten solmimiseen liittyviä ongelmia. (Jämsen 1997, 12-13.)

Kustannussopimuksen kannattavuus täytyy aina punnita tapauskohtaisesti. Asiasta tulee myös keskustella kustantajan kanssa, sillä kustantajakaan ei ole kiinnostunut kaikesta musiikista. (Frisk 2004, 44.) Karjalainen (2000, 47) tuo aiheeseen uuden näkökulman. Hän pohtii, että muutos kustantajan ottamaan 33,3-50 % osuuteen tekijän palkkiosta lisäisi kustantajan paineita tuottaa lisää palveluita tekijöille. Samalla tekijät voisivat valita tarkoituksiinsa parhaiten sopivan kustantajan nykyistä paremmin. (Karjalainen 2000, 47.) Batory (2003) myöntääkin, että on olemassa sekä ”hyviä”, että ”huonoja” kustantajia. Hyvät kustantajat ovat valmiita löytämään ja hankkimaan lahjakkuuksia sekä huolehtimaan heistä. Tämän jälkeen he tekevät reiluja sopimuksia, maksavat tekijöille sovitut palkkiot yms. ”Huonot” kustantajat sen sijaan eivät toteuta mainittuja tehtäviä. (Batory 2003.)

Shawnin (1997) esityksestä tulee ilmi näkemys siitä, että pienemmät yhtiöt ovat valmiita työskentelemään suuria yhtiöitä voimakkaammin saadakseen etenkin aloittele-

vien tekijöiden teoksia esille. Poe (1997, 83) liittää samaan asiaan näkökulman siitä, eli että uudet yhtiöt saattavat olla liian pieniä tarjotakseen tekijälle suurta kertakorvasta tai rahasummaa yleensä, mutta ne voivat olla suuria yrityksiä innokkaampia markkinoimaan teosta eteenpäin (Poe 1997, 83). Toisaalta ei sovi unohtaa musiikin tekijän mahdollisuutta perustaa oma musiikkikustannusyritys. Kuitenkin, kuten Shawn (1997) huomauttaa, tällöin työ täytyy tehdä itse ja maksaa asianajajalle rojaltien keräämisestä sekä tekijänoikeuksien rekisteröinnistä yms., ainakin toiminnan alkaessa.

Koska kevyessä musiikissa nuotin merkitys vaihtelee, on sopimuksessa syytä mainita, onko kustantajalla myöhemmin oikeus nuotin valmistamiseen ja miten hän tällöin menettelee. Lisäksi epäselvyyksiä ja ”kateettomien sopimusten” tuntua vähentääkseen kannattaa kirjata, onko tekijällä ja millaisin edellytyksin, oikeus vaatia kustantajaa myöhemmin valmistamaan teoksesta nuotti. Tällöin on myös syytä sopia, miten tekijä tässä tilanteessa menettelee. (Musiikinkustantamisen hyvä käytäntö 1999.)

3 TUTKIMUKSEN TAUSTAA

Laajennan vuonna 2003 valmistunutta kandidaatintutkielmaani, jossa kartoitin kevyen musiikin tekijöiden ajatuksia kustannustoiminnan positiivisista sekä negatiivisista puolista. Tätä tutkimustani varten aineisto laajenee siten, että samalla kysymyslomakkeella kaksinkertaistan otannan. Aineisto käsitellään samalla tavoin kuin kandidaatintutkielmassani. Aineiston käsittelyä esittelen alaluvuissa. Pureudun lisäksi tekijöiden vastauksiin tarkemmin, eli erittelen taustatietokysymysten avulla, kuinka oman musiikin esittäminen vaikuttaa asenteisiin kustannussopimuksia kohtaan. Kuten lähdekirjallisuudestakin ilmenee, kustannus- ja levytyssopimusten yhteennivominen on usein ongelmallista. Tekijät saattavat kokea, että jos he eivät anna teostensa kustannusoikeuksia levytyssopimusta neuvoteltaessa levy-yhtiön alaisena toimivalle kustantajalle, voi sopimuksen saaminen vaikeutua huomattavasti. Myös taustateorian ja -kirjallisuuden käsittely on tässä tutkimuksessani laajentunut uusien lähteiden löytymisen myötä.

Sama kysely lähetettiin myös kevyen musiikin kustantajille, tarkoituksena vertailla musiikin tekijöiden ja kustantajien välisiä näkemyksiä, mutta vastausprosentti jäi uusintakyselynkin jälkeen kustantajien kohdalla niin alhaiseksi, ettei analyysi ollut tarkoituksenmukainen. Jatkossa kustantajien osalta olisi mahdollista käyttää haastattelua tiedonkeruumenetelmänä. Tämä tulee ajankohtaiseksi jatkotutkimuksessa.

3.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimus on luonteeltaan kvalitatiivinen ja kartoittava. Pyrin laajojen avointen kysymysten avulla saamaan musiikin tekijöiltä vastauksia, jotka tuovat esille heidän mielestään tärkeitä asioita – mielipiteitä, kokemuksia ja näkökulmia kustannustoiminnan nykytilasta: sen ongelmakohdista ja positiivisista toimintamalleista. Laajat tutkimuskysymykset mahdollistavat vastaajien omien näkemysten esilletuomisen. Lisäksi, koska aihetta ei ole aiemmin juurikaan tutkittu ja kirjallisuudesta löytyvä tieto on melko kirjavaa, en koe mielekkääksi eksaktien, tarkasti muotoiltujen kysy-

mysten esittämistä, jolloin painopisteen ja tärkeysjärjestyksen muodostaminen ei olisi aiheesta omakohtaista kokemusta omaavilla, vastaajilla. Samalla joitain tärkeitä seikkoja voisi jäädä huomioimatta johtuen tutkijan johdattelevasta tutkimusasetelmasta. Toki eri skaala-asteikoin muodostetuilla kysymyksillä voisi tutkia mielipiteiden painokkuutta, mutta uskon silti, että avoimet kysymykset mahdollistavat parhaiten vastaajien omien ajatusten esilletuomisen.

Taustateorian muodostaa kirjallisuuden antama kokonaiskäsitelmä musiikkikustannuksen toimialasta, eli luku kaksi, jossa ensin määrittelen tutkimusaiheen kannalta tärkeitä käsitteitä ja tämän jälkeen kartoitan teoriataustaa kirjoitetun materiaalin (artikkelit, teokset yms.) valossa. Toisaalta kirjallisuus on pureutunut aiheeseen lähinnä esittelemällä alan toimintamalleja – ei siis tuoden julki sopimusosapuolten näkemyksiä muutoin kuin yksittäisinä paloina. Kokoamalla näitä paloja ja toimintamalleja yhteen, muodostuu kuitenkin taustalle käsitelmä vahvuuksista ja heikkouksista, jota vasten kyselyni tuloksia on mahdollisuus heijastaa ja vertailla.

Tukeudun Varton (1992, 101-102) käsitykseen siitä, että teorianmuodostukseen ei ole sinänsä mitään kaavaa, jonka avulla pitäisi edetä, etenkin laadullisessa tutkimuksessa. Laadullisen tutkimuksen alussa esitetyt hypoteesit harvoin säilyvät tutkimuksen loppuun saakka eivätkä siten voi toimia teorian alkupisteinä. Sen sijaan teorianmuodostuksessa pyritään yleistyksiin, jotka johtavat huomion sekä jokaisen kohteen ainutlaatuisuuteen, että tämän käsitteelliseen yleisyyteen. (Varto 1992, 101-102.) Vaikka kirjoitan erillisen teorialuvun, en pidä siinä esitettyjä asioita eksakteina, hypoteettisina lähtökohtina, vaan lähtökohtana on kerätä musiikin tekijöiltä tietoa heidän kokemuksistaan ja mielipiteistään, sekä vertailla näitä kirjallisuudesta löytyviä faktoja vasten. Tulkintateoriaani eivät siten täsmällisesti ohjaa tarkasti määritellyt tai kirjallisuuden pohjalta muodostetut ennakkokäsitykset, vaan ennakkokäsitykset kulkevat kyselyni rinnalla luoden vertailupohjaa tuloksille, jolloin teoria on mukana sekä kysymyslomakkeen muodostamisessa että vastausten analysoinnissa: lähinnä vastausluokkien muodostamisessa. Lisäksi teoriapohjasta nousee kysymys siitä, kuinka laulaja-lauluntekijät suhtautuvat kustannussopimukseen, jota käsitelen luvussa 4.3. Näin ollen voidaan puhua tutkimuksesta eikä selvityksestä, sillä kuten Eskola

ja Suoranta (1998, 81-82) toteavat, teorian käyttö erottaa tutkimuksen selvityksestä: selvityksessä teorian käyttö on täysin toissijaista.

Poimin palautetuista vastauslomakkeista yksittäisiä vastauksia muodostaen niistä laajempia luokkia teemoittelun periaatteella. Käytännössä yhdistän purkamis- ja koodaamisvaiheen edeten analyysiin. Suurempien luokkien lisäksi luokasta ”muut” löytyvät ne seikat, joita on mahdotonta asettaa minkään laajemman luokan alle. Tämä ”muut” -luokka mahdollistaa jokaisen yksittäisen vastauksen esilletulon. Juuri näiden yksittäisten, teoriapohjasta poikkeavien vastausten uskon tuovan esille niitä asioita, jotka ovat olemassa, mutta joita ei niiden yksittäisten tapausten luonteen perusteella löydy kirjallisuudesta. Analyysi-luvussa nostan aineistosta suoria lainauksia elävöittämään tekstiä, luomaan aineistoa kuvaavia esimerkkejä sekä myös perustelevaan omaa tulkintaani.

En pyri erittelemään luotujen teemojen yleisyyttä kvantitatiivisella tasolla, vaan analysoin vastaukset luokittelemalla ne yleisimpien teemojen mukaisesti pääluokkiin ja esittelemällä mahdollisimman tarkasti erilaiset näkemykset. Koska kyseessä on kvalitatiivinen tutkimus, ei vastausten toistuvuudella ole merkitystä, vaan jokainen uusi näkökulma on merkittävä. Kvantitatiivinen analyysikin olisi mahdollinen, mutta se muuttaisi tutkimusasetelmaani. Peruslähtökohtana on kuitenkin kartoittavan tutkimuksen tekeminen uudesta tutkimusongelmasta, joten uskon kvalitatiivisen sekä kartoittavan tutkimusotteen soveltuvan tähän parhaiten.

Myös muut kvalitatiivisen aineiston analyysitavat voisivat olla hedelmällisiä, mutta koen, etten tässä tapauksessa, kartoittavaa tutkimusta tehdessäni, tarvitse niitä valitsemani analyysitavan rinnalle. Esimerkiksi sisällön erittely, keskusteluanalyysi tai diskurssianalyysi voisivat tuoda uuden näkökulman ja otteen aineiston käsittelyyn, mutta tutkimuksen luonteen ja tarkoituksen huomioonottaen en koe niitä nyt tarpeellisiksi.

Pidän sekä aineistoa että kirjallisuuden luomaa teoriapohjaa teoreettisen ajatteluni lähtökohtana. Kuten Eskola ym. (1998, 146-147) toteavat, laadullista aineistoa voidaan lähestyä ns. Grounded-mallin mukaisesti rakentaen tulkintoja tiiviisti aineistosta

käsin. Tai vaihtoehtoisesti toinen tapa on pitää aineistoa tutkijan teoreettisen ajattelun lähtökohtana, apuvälineenä tai lähtökohtana tulkinnoille. (Eskola ym. 1998, 146-147.) Näistä jälkimmäinen soveltuu omaan tutkimukseeni, sillä uusi tutkimuskohde vaatineee joustavuutta analyysivaiheessa – tarkoittaen eri analyysivaiheiden kietoutumista toisiinsa kuitenkin validiteetin säilyttäen. Ensin mainittua Grounded Theorya käyttäen olisin vapaa kaikista ennakko-oletuksista. Olen kuitenkin jo luetun kirjallisuuden pohjalta muodostunut tiettyjä oletuksia, joiden mukaan esimerkiksi kyselylomakkeen kysymykset on muotoiltu. Näin ollen en voi todeta olevani täysin aineiston muodostaman teorian varassa.

Miten takaan tutkimukseni luotettavuuden? Kuten Eskola ym. (1998, 209) toteavat, kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkija joutuu jatkuvasti pohtimaan tekemiään ratkaisuja ja ottamaan yhtä aikaa kantaa sekä analyysin kattavuuteen että tekemänsä työn luotettavuuteen. Tämän vuoksi pyrin avaamaan analyysivaiheen mahdollisimman selkeäksi – tämän takaa vastausten luokittelu sekä osaltaan luokka ”muut”, johon voin ottaa mukaan kaikki ne vastaukset, jotka eivät sovellu minkään suuremman luokan sisälle. Myös järjestelmällisen epäilyn periaate on käytössä tutkimuksessani. Arvioin tutkimuksen kulkua sekä analyysia itsearvioinnin keinoin ja pyrin osoittamaan päätelmäni johdonmukaisuuden.

Oletan, että tutkimuksen lukijalla on merkitystä siinä, kuinka luotettavaksi hän tutkimuksen mieltää. Kysymys on Eskolan ym. (1998, 211-212) mukaan kokemusmaailmoiden yhteneväisyydestä. Joissain tutkimuksissa lukija kokee raportoidut havainnot todemmantuntuiseksi kuin toisissa. (Eskola ym. 1998, 211-212.) Lukija voi olla esimerkiksi musiikin kustantaja, joka kokee asiat toisella tavoin kuin musiikin tekijät. Tuon kuitenkin analyysivaiheessa esille kaikki vastauksissa mainittavat mielipiteet ja näkemykset, jolloin siis pyrin mahdollisimman tarkasti avaamaan tutkimusaineistoa lukijan ulottuville. Myös ns. poikkeustapaukset ovat mukana analyysissa luokassa ”muut”.

3.2 Tutkimuksen kulku

Suoritin kyselyn sähköpostitse, jossa kuitenkin tarjosin mahdollisuuden vastata myös postikyselynä (ks. Liite). Viisi vastaajista palautti lomakkeen postitse. Kyselyn alussa pyysin vastaamaan neljään monivalintakysymykseen, joiden avulla sain selville vastaajien taustatietoja. Varsinaiset tutkimuskysymykset muotoilin avoimiksi, mutta lisäsin kumpaankin kysymykseen muutaman kirjallisuuden pohjalta esille nousseen esimerkin, jotta vastaamiskynnys madaltuisi. Kyselyn kohteena olevien kevyen musiikin tekijöiden yhteystiedot poimin Suomen Säveltäjät ja Sanoittajat Elvis ry:n ylläpitämältä listalta sen mukaan, miten heidän sinne antamat tietonsa vastasivat kevyen musiikin luokittelua (pop-, rock-, iskelmä- ja dancemusiikki). Lisäksi kysymistäni kuudesta kustannusyhtiöstä kaksi antoi heidän sopimuksen alaisina toimivien tekijöiden sähköpostiosoitteet. Otosta tehdessäni en siis tarkalleen tiennyt kuinka moni tekijöistä toimi kustannussopimuksen alaisena tai kuinka monella oli aiempaa kokemusta kustantajan toiminnasta, mikä saattoi osaltaan vaikuttaa vastausprosenttiin olettaen, että ne joilla kokemusta ei ole, jättivät vastaamatta.

Lähetin ensimmäisen kyselyn vuonna 2003 45:lle tekijälle ja kolmen viikon päästä edelleen uusintakyselyn niille, joiden vastausta en vielä tähän mennessä ollut saanut. Vastauksia sain lopulta 25, joten vastausprosentiksi muodostui 55,6 %. Laajennettu otanta käsitti 48 tekijää samoin perustein kuin edellinen kysely. Vastauksia sain 25, joten vastausprosentiksi tämän kyselyn osalta muodostui 52,1% ja tutkimuksen kokonaisvastausprosentiksi siten 53,8 %.

Nimettömyyden takaamiseksi viittaa tekstissä vain ”tekijöihin” tai ”tekijään”. Kyselylomakkeessa mainitsin, ettei vastaajien nimiä julkaista missään vaiheessa, mikä tekijöiden palautteen mukaan vaikutti positiivisesti vastaamishalukkuuteen. Samalla he, suoran palautteen mukaan, uskalsivat kertoa negatiivisiakin kokemuksia ilman pelkoa työtilaisuuksien menettämisestä. Lisäksi kolme tekijöistä soitti minulle puhelimitse valottaen vastauksiaan tarkemmin tai antaen taustatietoja kustannustoiminnasta yleensä.

Taustatietokysymysten tarkoituksena oli selvittää mitä tekijöiden työnkuvaan kuuluu, esittävätkö he itse tekemäänsä musiikkia, onko heillä kokemusta musiikkikustannussopimuksesta (onko/onko joskus ollut sopimus) ja millainen mahdollinen sopimus on/on ollut. Oletuksena on, että jos kokemusta ei ole, vastaukset perustuvat paljolti mielipiteisiin ja kuultuihin tai luettuihin asioihin. Kuitenkin 86 % vastanneista kertoo, että heillä on ollut tai on tällä hetkellä kustannussopimus. Tämän valossa voidaan todeta, että pääosa vastauksista perustuu kokemuksellisuuteen.

66 % vastanneista esittää musiikkiaan itse. Taustakirjallisuudesta käy ilmi, että ne, jotka esittävät tekemäänsä musiikkia, saattavat joutua hankalaan tilanteeseen solmimessaan levytyssopimusta, johon usein sisälletään kustannussopimus ikään kuin sivutuotteena. Tätä tarkastelen tarkemmin luvussa 4.3.

Se, miten tekijän työnkuva (säveltäjä, sanoittaja, sovittaja yms.) vaikuttaa tuloksiin, on ilman ennakkokäsityksiä. Suuremmalla otoksella tämän tutkiminen saattaisi avata uusia näkökulmia, mutta tässä tutkimuksessani en pureudu aiheeseen tarkemmin otannan rajallisuuden vuoksi.

Otantaan tehdessäni en tiennyt taustatietojen jakautumista. Seuraavassa jaottelu kysymysten mukaisesti.

1. Mikä alla olevista vaihtoehdoista parhaiten kuvaa työtehtäviänne?

a. säveltäjä	3
b. sanoittaja	5
c. sovittaja	-
d. säveltäjä + sanoittaja	13
e. säveltäjä + sovittaja	6
f. sanoittaja + sovittaja	-
g. säveltäjä + sanoittaja + sovittaja	19
h. ei tietoa	4

2. Esitättekö itse tekemäänne musiikkia?

a. esittää	33
------------	----

b. ei esitä	17
3. Onko teillä omakohtaista kokemusta kustannussopimuksesta?	
a. kyllä	43
b. ei ole	7
4. Jos vastasitte kyllä edelliseen kysymykseen, millainen sopimuksenne on/oli?	
a. koko sopimuskauden tuotantoa koskeva	7
b. sopimus osaan tuotantoa (yksittäiset kappaleet)	32
c. oma kustannusyhtiö	2
d. ei tietoa	2

Kolmannen kysymyksen kohdalla kysymyksenasettelu (ks. Liite) oli sikäli huono, että tekijät eivät eritelleet, onko heillä tällä hetkellä vaiko aiemmin ollut sopimus, vaan he vastasivat yleisesti kyllä tai ei. Tämän vuoksi olen yllä olevassa esityksessä muodostanut asetelmaksi ”Onko teillä omakohtaista kokemusta kustannussopimuksesta”. Tässä asetelussa ei siis ole väliä, onko sopimus voimassa nyt, vaan olen vastauksista kartoittanut sen, onko heillä koskaan ollut sopimusta ja siten omakohtaista kokemusta siitä.

3.3 Tutkimuksen merkitys

Tutkimus on kartoittava perustutkimus, jolla pyrin saamaan vastauksia siihen, mitkä asiat kevyen musiikin kustannustoiminnassa ovat tällä hetkellä sekä vahvuuksia että heikkouksia. Tarkoituksena ei ole luoda kiinteitä sääntömalleja siitä, kuinka tekijöiden on hyödyllistä toimia tai mitä asioita heidän kannattaa välttää tai vaihtoehtoisesti hyödyntää kustannussopimusta neuvoteltaessa. Jokainen tapaus on sinänsä ainutlaatuinen: riippuen muun muassa musiikkigenrestä, esittääkö tekijä musiikkiaan itse, toimiiko hän vain Suomessa vai harkitseeko kansainvälistymistä tms. Uskon kuitenkin, että vastauksista voi lukea päälimmäisiä tyytyväisyyden ja huolen aiheita, jotka saattavat olla avuksi niin tekijöille kuin jatkotutkimustakin ajatellen.

Tekijöiden palaute vastausten yhteydessä on ollut positiivista. Osa on soittanut ja kertonut mielipiteitään, osa on kirjoittanut vastausten loppuun kommentteja. Pääosa palautteesta on liittynyt siihen, että aiheen tutkiminen nähdään positiivisena. Aiemminhan näitä käsityksiä ei ole järjestelmällisesti tutkittu. Lisäksi osa tekijöistä on palautteen mukaan alkanut miettiä, onko tai olisiko kustannussopimuksen solmiminen kannattavaa. Ilmeisesti vastausten kirjoittaminen on ollut eräänlainen ajattelun työstämisprosessi, jonka aikana on rauhassa mietitty, mikä on kannattavaa, mitä tiedetään tai ei tiedetä ja mitä asioita kannattaisi selvittää sopimukseen sekä kustantajan toimintaan liittyen.

Jatkotutkimus on suunnitteilla kustantajien näkemysten selvittämiseksi. Menetelmänä kyselylomake ei ollut kustantajien kohdalla tehokas, vaan syvähaastattelut tuovat todennäköisesti heidän näkemyksiään paremmin esille.

4 ANALYYSI JA TULOKSET

4.1 Kustannustoiminnan vahvuudet kevyen musiikin tekijöiden näkökulmasta

Mitkä ovat niitä hyötyjä, joita kustannussopimuksen solmimisella saavutetaan? Mitä asioita kevyen musiikin tekijät arvostavat kustannustoiminnassa ja mitä lisäarvoa he kokevat alan tuovat omaan työhönsä? Vastausten luokittelu menee osittain päällekkäin, eli samassa tekijän vastauksessa voidaan todeta useampia perustelua mielipiteelle. Olen kuitenkin eritellyt teemat omiksi luokikseen ja pyrkinyt avaamaan myös erilaisten näkemysten vastakkainasettelua.

4.1.1 Nuottien painaminen ja jakelu

Nuotit olivat aiemmin pääasiallinen musiikin jakelukanava. Kustantajat painoivat tai painattivat teoksista nuotteja ja levittivät niitä eteenpäin esitysten ja sitä myötä esityskorvausten saamiseksi sekä teoksen ja tekijän kokonaisvaltaiseksi markkinoimiseksi. Nykyään, vaikka musiikin jakelumuodot ovat monipuolistuneet, osa musiikin tekijöistä kokee edelleen kustannustoiminnan erääksi vahvuudeksi nuottien painamisen. Jatkosovitusien tekeminen tuo tekijälle lisätuloja esityskorvausten muodossa ja toisaalta Suomesta löytyy useita tanssibändejä, jotka käyttävät ohjelmistossaan muuta kuin omatekemää materiaalia. Esityskorvausten lisäksi teos tulee tunnetuksi ja markkinoi jatkossa ikään kuin itse itseään.

Eräs tekijä korostaa, että Suomessa Toivelaulukirjat ovat suosittuja ja teoksen näihin saaminen on kustantajan työn yksi vahvuus. Myös erilaiset nuottijulkaisut ja katalogit ovat varteenotettavia levityskanavia. Tekijät kokevat, ettei heillä itsellään välttämättä riitä aikaa tai osaamista nuottien painamiseen ja niiden edelleen markkinoimiseen, vaikka nykyään nuotinnusohjelmat ovatkin suurena apuna. Kustantaja koetaan siis yhä edelleen ensiarvoisena nuottijakelijana, etenkin kun kyse on erilaisista nuot-

tikokoelmista. Vastauksista tulee kuitenkin esille se, että internet levityskanavana mahdollistaa oman nuottilevityksen, mutta kaikki musiikin tekijät eivät luota ammattitaitoonsa tässä suhteessa. Lisäksi on muistettava, että jos kustannussopimuksessa sovitaan nuottien painamisesta, on kustantajan tämä tehtävä, vaikka siitä ei suurempaa taloudellista hyötyä olisikaan.

4.1.2 Yksittäisten teosten ja tekijän kokonaisvaltainen markkinointi

Tekijöiden vastauksista ilmenee, että suurimman hyödyn tuottaa kustantajan ammattitaitoinen markkinointityö. Tämän voi havaita kommentteista: ”Ammattitaitoni ja aikani ja rahani eivät riitä kustantajan tekemiin satsauksiin.”, ”Tärkeimpiä asioita on biisien markkinointi eteenpäin, jolloin niillä on suurempi mahdollisuus päästä esille.” sekä ”Tekijä itse ei ole markkinamiehenä ja musiikkikauppiaina parhaimmillaan.”

Käytännössä markkinointityö kytkeytyy työnjakoon, eli kustannussopimuksen avulla tekijä voi keskittyä tuotantoon ja jättää liiketoiminnan kustannusyhtiölle. Lisäksi tekijänoikeuksien valvonta ja yleensäkin musiikkibisneksen sääntöjen tunteminen vaatii ammattitaitoa, joten eräs tekijä korostaa, että ”ainakin aloittelevalla tekijällä mainustoiminta olisi paljon hitaampaa ja tuotollisesti pienempää”. Kaikilla ei ole myöskään mielenkiintoa ottaa selvää markkinoinnin ja koko musiikkibisneksen ehkä hie- man vaikeaselkoisistakin toimintatavoista.

Osa tekijöistä uskoo, että etenkin, jos tekijä kirjoittaa teoksia ulkopuolisille artisteille, kustantaja auttaa esittäjien löytämisessä ja ahkeran esilläpidon myötä teokset voivat avautua yleisölle uudella tavalla esimerkiksi elokuvien, mainosten sekä erilaisten teemakokoelmien kautta. Seuraava esimerkki valottaa markkinointityötä hyvin:

Kun tekee kustannussopimuksen, samalla sovitaan myös niistä markkinointi ym. tavoista, joita kustantaja (levy-yhtiö) tuotteen eteen tulee tekemään. Samoin levy-yhtiö sopii lehtihaastattelut, levyn julkistamistilaisuudet, yleensä hoitaa toimintaa, mihin liittyy kustannuksia, joita artistin itse ei tarvitse maksaa eikä niistä huolehtia. Tietysti levy-yhtiön sisällä on eri arvoisia artisteja, joiden eteen tehdään eri tavalla töitä, mutta niinhän se on muutenkin tässä maailmassa. En ole tehnyt manus-juttuja juuri em. syistä, koska ammattitaitoni ja aikani ja rahani eivät riitä levy-yhtiön (kustantajan) tekemiin satsauksiin.

Käytännössä kustantaja ottaa palkkioksi oman siivunsa tekijältä, eli yleensä 33% Teosto-tuloista. Tekijät kokevat, että jos kustantaja tuottaa lisäarvoa tuon verran tai sen yli, on sopimuksen teko kannattavaa. He myös kokevat, että tuo osuus on kustantajaa eteenpäin vievä voima, jolloin oman palkkionsa saadakseen, kustantaja tekee markkinointityötä sekä yksittäisten teosten, että tekijän kokonaisvaltaisen markkinoinnin osalta. Tästä esimerkkeinä mainittakoon, että ”kaikenlainen jatkomarkkinointi kiinnostanee kustantajaa, joka pistää lanttinsa likoon ja sehän tuo onnistuessaan lisää liksaa myös tekijöille” sekä ”kustantaja, joka tekee työnsä tunnollisesti ja levittää todella teosta voi tuoda tekijöilleen enemmän rahaa kuin manuksena oleva tuote, sillä kustantajalla on motiivia julkaista kustantamiaan tuotteita yrityksensä useimmilla äänitteillä tai nuottijulkaisuilla”. Kokonaisvaltaisella markkinoinnilla tekijät tarkoittavat vastauksissaan lähinnä sitä, että tekijä saa nimeä ja sitä kautta enemmän töitä.

Markkinointikanavia on useita. Näistä tekijät mainitsevat äänitteet, levy-yhtiöt, tuottajat, artistit, bändit, nuottijulkaisut, elokuvat, tv, erilaiset teemakokoelmat, mainokset sekä yleisesti ”ynnämuut kohteet”. Varsinaisen markkinointityön ja sitä kautta saatavien lisätulojen ohella mainitaan merkittävät satsaukset muihin markkinointikustannuksiin, kuten demo-tuottamiseen. Tämä tulee kyseeseen siinä tilanteessa, jossa musiikin tekijä itse esittää musiikkiaan, joko yksin tai bändin mukana.

Eräs tekijä hoitaa markkinointityötä osin itse, mutta on harkinnut ”ylijäämäteosten” antamista kustantajan käsiin seuraavalla tavalla:

Sillä (kustannussopimuksella) saattaa olla minulle lauluntekijänä merkitystä, jollen löydä omatoimisesti artistia viime aikoina valmistuneille iskelmä-teoksille. Olen harkinnut nimittäin myös niiden heittämistä kustantajalle sillä mielellä, että etsikää näille sopiva artisti teidän näkökulmastanne ja hommatkaa sille levytys.

Myös seuraava lainaus luo kokonaiskuvaa siitä, mitä monet tekijät ajattelevat kustantajan suorittamasta markkinointityöstä:

Käytännössä luovuttamalla kustantajalle kolmannes tuotosta ja oikeuksista on usein ainoa tapa varmistaa, että teos tulee tallennetuksi ja sitä kautta kaupalliseen käyttöön. Optimitapauksessa tällä saavuttaa mainontaedun ja kustantaja työskentelee aktiivisesti teoksen käytön ja leviämisen edistämiseksi

4.1.3 Levyt julkaisukanavina

Edelleen liittyen teosten markkinointiin tuon erillisenä osiona esille teosten saamisen eri artistien levytyksiin ja sitä kautta korvausten kotiuttamisen. Tekijät kokevat, että teosten levyille saaminen on nykyään verrattavissa aiempaan haluan saada teokset painetuksi nuoteille. He korostavat tätä erillisenä osa-alueena markkinoinnista yleensä. Toisaalta tämä liittyy myös siihen epäkohtaan, että teoksia on vaikea saada esille (lähinnä juuri levyille), jos tekijä ei luovuta saman yhtiön kustantajalle kustannusoi-keuksiaan. Eräs tekijä toteaa, että ”kustis (kustannussopimus) voi helpottaa yksittäisten biisien päätymistä artistien levyille”. Toinen näkökulma on se, että ”jos olen saanut teokseni läpi levy-yhtiössä (levytyks), niin jatkossa mahdollisuudet saada sävellyksiä levyille paranevat solmiessani kustannussopimuksen, varsinkin jos on tekijänä alkutaipaleella”.

Käytännössä vastauksista käy ilmi, että levytykset ovat se väline, josta koetaan nykypäivänä olevan huomattava hyöty tulonjaolliselta kannalta. Tekijät myös uskovat, että teosten saaminen levytyksiin vaatii kustantajan mukanaolon – joko heidän ammattitaitoisien markkinoinnin kannalta tai siitä näkökulmasta, että muutoin teosten levyille saaminen on sopimusten osittaisen päällekkäisyyden vuoksi hankalaa.

Ilmeisesti levyt ovat hieman karrikoidusti sanoen eräänlainen välivaihe nuottien ja digitekniikan luomien uusien musiikin pakkausmuotojen välissä. Nuotit ovat väistymässä, vaikkakin ne ovat tekijöiden vastausten mukaan yhä tärkeitä etenkin iskelmämusiikissa. Digitekniikka taas mahdollistaa muun muassa tehokkaan musiikin internet-jakelun. Vaikka levyt säilynevät jatkossakin tärkeänä kulutushyödykkeenä, voi tekijöiden vastauksista lukea, että uudet mahdollisuudet kiinnostavat. Sitä, kuinka ne vaikuttavat kustannussopimuksen solmimiseen, ei vastauksissa vielä pohdita.

4.1.4 Kansainvälistymisen helpottuminen

Selvä hyöty kustannussopimuksen solmimisesta tekijöiden näkökulmasta on kansainvälistymisen helpottuminen. Kustannussopimus koetaan monesti ainoaksi vaih-

toehdoksi saada sävellyksiä tarjotuksi ulkomaisille levy-yhtiöille ja musiikin tuottajille. Tämän lisäksi omien etujen valvominen ja tekijänoikeuskorvauksien kotiuttaminen ilman osaavaa sopimuskumppania, usein juuri kustantajaa, on lähes mahdotonta. Tämä näkökulma on kuitenkin melko uusi, kuten seuraavista vastauksista käy ilmi:

Nykyään musiikki on kansainvälistymässä yhä enemmän, eikä enää ole paljonkaan merkitystä sillä, mistä maasta musiikki tulee, toisin sanoen myös pienet musiikkimaat, kuten Suomi on, voivat päästä suurille musiikkimarkkinoille helpommin kuin ennen.

Kustannussopimuksen teko on tullut vuosi vuodelta puhutummaksi ja ajankohtaisemmaksi aiheeksi. Havittelevathan yhä useammat musiikin tekijät ulkomaisten markkinoita - jos ei esittäjänä artistina niin ainakin sanoittajana tai säveltäjän. Silloin hyvä, aktiivinen kustantaja voi olla isokin apu. Ilman kustantajaahan ei käytännössä ”suureen maailmaan” voi mennä.

Tekijöiden vastauksista voi myös lukea, että jatkossa tavoitteet ovat yhä enemmän kotimaan ulkopuolella, riippuen tietysti musiikkigenrestä. Iskelmämusiikin tekijät eivät koe kansainvälistymistä niinkään tärkeänä kuin esimerkiksi rock- ja popmusiikin tekijät. Rock- ja poppuolella sen sijaan edeltävijät, olkoonkin että ne ovat olleet bändejä, ovat rohkaisseet tekijöitä koettamaan siipiään myös Suomen rajojen ulkopuolella.

Kansainvälistymiseen liittyen co-writing –toiminta on yksi kustantajan tuottamista lisäarvoista. Tämä on erään tekijän mukaan hyvä ja usein paras työtapo popmusiikissa. Co-writingilla tarkoitetaan toimintaa, jossa esimerkiksi suomalainen säveltäjä tekee yhteistyötä saksalaisen sovittajan ja hollantilaisen sanoittajan kanssa. Näin voidaan koota kansainvälisiä, huippuammattimaisia ja innovatiivisia tiimejä. Toki siis tässäkin musiikkilajilla on vaikutusta. Eräs tekijöistä toteaa, että ”kustantaja tarjoaa loistavia co-writing -mahdollisuuksia muiden maiden kirjoittajien kanssa, joita taas ilman kustannussopimusta olisi paljon vaikeampi järjestää”.

Vastauksista ilmenee kuitenkin, että Suomessa ollaan vielä jäljessä sekä kansainvälistymisen että co-writing –toiminnan osalta, mutta tekijät uskovat kustantajan työn helpottavan rajojen avautumista ulkomaiselle yhteistyölle.

4.1.5 Kustannusyhtiöiden kokoerot hyötyinä

Tekijät erottelevat suurten ja pienien kustannusyhtiöiden tuottamia hyötyjä. Tähän on osasyynä se, että levy- ja kustannusyhtiöt ovat melko usein yhteydessä toisiinsa. Tällöin tekijät kokevat, että suuret tuotantoyhtiöt, joissa on sekä levy-, että kustannusyhtiötoiminta saman katon alla, saattavat tuottaa enemmän etuja kuin pienet kustantamot. Lisäksi isoissa taloissa kustannettu teos julkaistaan useammalla äänitteellä ja erilaisilla kokoelmilla. Käytännössä siis kustantaja ei joudu etsimään kaukaa markkinoita, vaan ne löytyvät ehkä jo viereisestä työhuoneesta. Äänitteiden lisäksi tekijät kokevat, että suuret kustantamot tekevät hanakammin nuottivihkoja myyntiin ja jaettavaksi esimerkiksi tanssiorkestereille, jolloin teos soi useamman esittäjän toimesta keikkapaikoilla ja kerryttää esityskorvauksia. Suurella yhtiöllä koetaan olevan kontakteja paitsi kotimaassa, myös kansainvälisillä markkinoilla. Lisäksi vastauksista ilmenee, että suurten levy-yhtiöiden kokoelmalevyt ovat tavoittelemisen arvoisia tulonlähteitä. Eräänä esimerkkinä suuren kustantamon hyödyistä:

Isoissa taloissa kustannettu teos julkaistaan usein useammalla äänitteellä (erilaiset kokoelmat). Usein he tekevät myös nuottivihkoja myyntiin ja jaettavaksi esim. tanssiorkestereille, jolloin teos soi useamman esittäjän toimesta keikkapaikoilla ja kerryttää Teoston kautta tulevia esityskorvauksia. Minulla on voittopuolisesti hyviä kokemuksia käyttämästäni kustantajista.

Toisaalta osa tekijöistä kokee pienten kustannusyhtiöiden edut paremmiksi. Pientä kustannusyhtiötä pidetään jollain tapaa turvallisempana, ikään kuin ”kodikkaampana” ja osa tekijöistä uskoo, että pienessä kustantamossa kustantajilla on enemmän tarmoa paneutua teosten markkinointiin, kun taas heidän mielestään suurissa kustantamoissa markkinointi painottuu vaan tiettyjen tekijöiden hittibiiseihin.

Mitään selvää jakaumaa siihen, kuinka moni suosii suuria ja kuinka moni puolestaan pieniä kustantamoja ei vastauksista voi eritellä. Osa huomauttaa sivulauseessa, että kustannussopimus on hyödyllistä solmia suuren kustantamon kanssa. Osa taas, ehkä negatiivisesta kokemuksesta suuren kustannusyhtiön kanssa toimittaessa johtuen, haluaa kumppanikseen pienemmän kustantamon. Varmasti tähän vaikuttaa myös se, onko tarkoituksena pysytellä Suomen rajojen sisäpuolella vaiko laajentaa tuotantoa

ulkomaille. Suurten yhtiöiden kun koetaan olevan hyödyksi juuri kansainvälistyvän musiikintekijän markkinoinnissa.

4.1.6 Taloudellinen hyöty ja edunvalvonta

Taloudellisen hyödyn saavuttaminen kytkeytyy yleisesti koko kustannustoimintaan ja kaikkiin edellä mainittuihin osioihin. Ilman taloudellisen hyödyn tavoittelemista ja saavuttamista olisi sekä tekijän että kustantajan hyödytöntä tehdä yhteistyötä – tai työtä ylipäänsä, ellei sitten tekijän motiivina ole luova ilmaisu ilman taloudellista tuloshakuisuutta. Taloudellinen hyöty tuntuu kuitenkin olevan tekijöille tärkeä seikka, koska he erittelevät sen vastauksissaan omaksi kohdakseen.

Taloudellinen hyöty kertyy joko Teosto-tuloina, esityskorvauksina tms. tai kertakorvauksena sopimuksen solmimisen yhteydessä. Kustantaja voi myös auttaa rahallisesti muilla tavoin:

Sopimuksen allekirjoituksesta saamani, ensikertalaiseksi kohtuullisen korkea, teoskohtainen korvaus mahdollisti kuitenkin minulle taloudellisesti riskittömän master-nauhan tuottamisen, joka oli tässä levytyssopimustapauksessa minun vastuullani. Laskin, että varmistaakseni oman taloudellisen satsaukseni riskittömyyden uuden ja vieraan sopimuskumppanin kanssa, minun oli edullista tehdä kustannussopimus, koska sopimus koski ainoastaan levylleni päätyviä kappaleita. Teosto-korvauksista menettämäni osuus on tällä hetkellä minun kannaltani vielä jonkin verran plussan puolella.

Esimerkki osoittaa, että musiikin tekijä, joka myös itse esittää teoksiaan, sai mahdollisuuden avata uraansa kustantajan myötävaikutuksella. Kuitenkin myös kokeneemmat ja tunnetummat musiikin tekijät kokevat kustantajan satsausten tuovan tekijälle enemmän rahaa kuin teosten manuksina pitäminen. Toisaalta rahaan on myös muunlaisia näkökulmia:

Kun laulun saa meneen jollekin levyille, on monesti akuutti rahantarve ja tulee myytyä laulun kustannusoikeudet. Raha on kohtuu korvaus jos laulu jää levyllä vain ns. rivibiisiksi.

Voidaan toki puhua riskipelistäkin, jossa riski on sekä kustantajalla että musiikin tekijällä. Kustantaja ottaa riskin maksaessaan ennakkoa joko sopimuksen tekemisen yhteydessä tai tuottaessaan kustannuksellaan master-nauhan. Tekijä puolestaan ei

välttämättä ennakkoon osaa aavistaa, kuinka teos tulee menestymään ja tuoko kustannussopimus lisää tuloja yksittäisen teoksen osalta vai olisiko teoksen manuksena säilyttäminen parempi vaihtoehto.

Yksi vastaajista huomauttaa, että kuukausipalkkasysteemiin pääseminen, eli ns. housewriterinä toimiminen on eräs kustannustoiminnan positiivinen puoli. Tällöin tekijä toimii sovitun ajan kustantajan alaisena ja kustantaja saa oikeudet sopimuskauden aikana syntyneisiin teoksiin. Tekijä puolestaan nauttii kuukausipalkkaa ja voi saada käyttönsä työskentelytilat sekä -välineet. Eräs tekijä toteaa myös, että tällöin kustantajalla on intressi edistää teosten julkaisua parhaalla mahdollisella tavalla.

Tulopuoleen kiinteästi liittyvä asia on kustantajan toiminen tekijän edunvalvojana. Kustantaja huolehtii siitä, että tekijä saa ansaitsemansa esitys- yms. korvaukset kolmannelta osapuolelta tai kustantaja edelleen tilittää nämä tekijälle. Eräs tekijä toteaa:

Kustannussopimus parhaimmillaan takaa tekijän oikeudet niin nuottien kuin äänitallenteidenkin osalta. Auttaa kustantajan markkinointityötä ja sen kautta kerryttää tekijän myynti- ja tekijänoikeuskorvauksia.

Toinen tekijä huomauttaa, että ”on myös ainakin oletettavaa, että jos teosta kopioidaan tai väärinkäytetään laittomasti, kustantajalla on paremmat edellytykset puuttua asiaan kuin yksittäisellä tekijällä”. Tämä korostuu etenkin ulkomaille siirryttäessä, kuten olen jo aiemmin todennut. Ilman tekijänoikeuskorvauksien kotiuttamista ja tulovirtojen valvomista, tulot voisivat jäädä minimiin – jopa nolville.

4.1.7 Muut syyt

Tekijöillä on myös muita, yksittäisiä ja uniikkeja näkemyksiä siitä, miksi kustannussopimus on hyödyllinen. Eräänä mainittakoon se, että kustantajaa pidetään eräänlaisena neuvonantajana paitsi työn sisällön osalta, myös siinä, että tekijä saa tietoonsa musiikkimarkkinoiden tarpeet ja tulevaisuudennäkymät. Kiinteä yhteistyö koetaan erityisen antoisana paitsi taloudellisesti, myös luovan työn ja työn merkityksellisyyden kannalta. Musiikin tekijöiden työ saattaa olla melko yksinäistä puurtamista, jossa

kontaktit kustantajaan voidaan kokea työntoa piristävinä. Lainaus tähän liittyen valottaa asiaa:

On tietysti aidosti sydämestään ajattelevia kustantajia, jotka pitävät tekijöistään huolta, ja tekijä saa sitä kautta kannustusta ja toimeentuloa teoksen myydessään.

Tekijät painottavat lisäksi sitä, että sopimus on tapauskohtainen ja myös siitä saatava hyöty tai hyöty-haittasuhde on harkittava jokaisessa tapauksessa erikseen. Ei voida olettaa, että vakiintuneet mallit sopivat jokaisen tekijän kohdalle, tai että henkilökeimiat pelaavat kaikkien kustantajien kanssa. Hedelmällisintä on kilpailuttaa kustantajia niin paljon kuin mahdollista, ja etsiä siten paras mahdollinen vaihtoehto. Vaikka yleisesti ottaen tekijöiden kokemat kustannustoiminnan vahvuudet ovatkin melko helposti koottavissa yhteen, löytyy jokaisesta vastauksesta omia erityispiirteitä. Tämäkin osoittaa, ettei voida piirtää mitään tiettyä, kaikille sopivaa ”hyötykaaviota”, vaan jokainen tapaus on käsiteltävä ainutlaatuisena ja avoimen keskustelun periaatetta noudattaen.

4.2 Kustannustoiminnan heikkoudet kevyen musiikin tekijöiden näkökulmasta

Käsittelen tässä luvussa kustannustoiminnan heikkouksia kevyen musiikin tekijöiden näkökulmasta – samalla periaatteella kuin edellisen luvun vahvuuksia. Teemoittelu ja luokkien luominen on myös tehty samoin periaattein.

4.2.1 Tulonjaolliset seikat

Melko yleisenä syynä teosten manuksina säilyttämiseen mainitaan raha ja tulonjako. Mielenpitoet kuitenkin vaihtelevat ehdottomasta mielenpiteestä joustavampaan: yksi tekijöistä toteaa, että ”tottakai 33,33 % menetys joka risauksestakin vaikuttaa asiaan”

kun taas toinen huomauttaa, että ”ainoa miinus on kustantajan osuus, mutta neuvotte-
lukysymyshän tämäkin on”. Vastauksista voi tulkita, että tulojen menetys kietoutuu
usein muihin syihin olla solmimatta kustannussopimus. Jos tekijä on tyytyväinen
kustantajan tuottamaan lisäarvoon, hän ei todennäköisesti koe kolmasosan menetystä
tekijänoikeustuloista liian suureksi. Tätä käsitystä tukee esimerkiksi kommentti ”joku
satunnainen nuotti ei ole 1/3 teostomaksujen arvoinen”. Tekijä ei siis koe kustantajan
tuovan satunnaisten nuottipainosten lisäksi mitään muuta hyötyä. Toisesta näkökul-
masta esimerkkinä mainittakoon, että ”manuksena koko potti itselle, mutta myös työ
täytyy tehdä itse”. Käytännössähän kustantajan tulisi tuottaa oma Teosto-osuutensa
takaisin tekijälle, jotta tekijän mielestä olisi järkevää solmia kustannussopimus.

Tulojen menetystä kommentoidaan melko suorasanaisilla ja lyhyillä lauseilla tekijöi-
den vastauksissa, esimerkkeinä muun muassa ”haluan pitää teostotulot itselläni”,
”haittana tulojen jakautuminen”, ”koko potti itselle”, ”tietysti kyse on rahasta” ja
”tekijälle palautuva tekijänoikeuskorvaus on kolmannesta suurempi”. Osa vastauk-
sista ja mielipiteistä vaikuttaa siten melko ehdottomilta.

Eräs tekijä huomauttaa, että ”ei päätoimisesti” musiikkia tekevien tulot musiikkimaa-
ilmasta ovat hakusessa muutoinkin. Toinen vastaaja taas kokee, että tekijä jää loppu-
peleissä aina miinukselle, sillä vaikka kustantaja maksaa kertamaksun, hän vie jat-
kossa kaikista teostotuloista kolmanneksen. Hän jatkaa, että kyse saattaa olla vain
ennakkorahan saamisesta. Tekijä tarvitsee sopimuksen tekohetkellä rahaa, mutta
myöhemmin sopimuksen teko kaduttaa. Asiaa valottaa myös kommentti: ”pienikin
raha meillä tekijöillä on ilmeisesti motiivi kustannuttaa laulu”. Toisaalta sopimus
saattaa siltikin olla kannattava:

Tulojen jakautuminen voi olla sopimuskohtaista ja hyvinkin toisenpuoleista hyötyä jossakin
tapauksessa. Riippuu joka tapauksessa sopimuksesta. En tiedä kaikkea kustantajan päätösval-
lasta, mutta luulin että järkevä kustantaja keskustele aina ehdoista säveltäjän kanssa.

Lisänäkemyksen aiheeseen tuo myös toteamus: ”kun marginaalimusiikissa teoksesta
tekee itse nuotin ja jakaa ne kaikille niille orkestereille ja artisteille, jotka tekevät
esiintymisilmoituksen kuten pitää, pienistä senteistä syntyy isoja euroja ajan mit-
taan”. Musiikkilaji saattaa siten vaikuttaa asiaan, samoin sopimuksen kesto: ”haitta

on se, että luovutat 33% teoksesta kustantajalle kuolemaan saakka” ja ”sen perinteisen 30% osuuden maksaminen tallennus- ja esityskorvauksista kustantajalle on mielestäni kuitenkin liikaa, eritoten jos siihen liittyisi ”ikuinen” kustannussopimus (se tekijän kuolemasta ...50-70 vuotta)”.

Suurena ongelmana tuntuu olevan myös, ettei tekijä voi arvioida sopimuksen taloudellista kannattavuutta etukäteen:

Jos esimerkiksi laulusta tulee joskus myöhemmin hitti, voi tekijän kannalta huonon kustannussopimuksen solmiminen ennen laulun hitiksi muodostumista johtaa myöhemmin kohtuuttoman pieneen korvaukseen suhteessa laulun suosioon, esittämiskertoihin tms.

Tulojen menetystä saattaa tapahtua, jos kustannussopimus on tekijälle epäedullinen eli tekijälle tuleva prosenttijakauma jää pieneksi. On vaikea arvioida kuinka kustantajan suorittama mahdollinen markkinointi kompensoi tätä.

Haittaa koituu vasta, jos joku laulu on ihan hillitön hitti, toisaalta mun sadasta julkaistusta biisistä on 10 hittiä joista ehkä 1 klassikko. Olen saanut kustannussopimuskorvauksen niistä albumiraidoista joita ei koskaan ole soitettu radiossa.

Tulojen menettäminen vaikuttaa yksiselitteiseltä, mutta osassa vastauksia aihe kiehtoutuu tiiviisti muihin kategorioihin. Lisäksi epävarmuus siitä, mitä kustantaja tulee tekemään teoksen eteen ja epätietoisuus toimialasta yleensä heijastuvat vastauksiin.

4.2.2 Omistus- ja määräämisoikeuksien menettäminen

Omistus- ja määräämisoikeudet liittyvät teosten hallintaan. Teosten manuksina säilyttäminen takaa oman, täyden päätäntävällän työn tuloksiin, jolloin tekijöiden ei tarvitse hankkia lupia uudelleenkäyttöön, julkaisutoimintaan tai uudelleenmuokkaukseen. Täytyy kuitenkin muistaa, että moraalisia oikeuksiaan tekijä valvoo itse, jolloin teoksia ei kustannussopimuksen alaisenakaan voi muuttaa tai julkaista tavalla, joka loukkaa tekijän kunniaa. Samoin isyysoikeuden mukaisesti tekijä on mainittava, kun teos esitetään julkisesti tai siitä tehdään tallenne ja se ohjataan yleisön saataville.

Eräs tekijä on päätenyt ohjailemaan itse sitä miten teoksia kohdellaan, koska hän ei ole halunnut antaa niitä esimerkiksi mainosmusiikiksi ja jotkut huonot sovitukset ovat jääneet julkaisematta. Samainen tekijä huomauttaa myös, että alkuperäisesittäjä

ja musiikki ovat kuulijan näkökulmasta monesti erottamattomat, eikä hän siten halua ”bisnesmiehiä siihen väliin lyhyentähtäimen ajattelutapoineen”. Eräs tekijä on puolestaan kokenut, että kustantaja on toiminut suoranaisena jarruna, kun tekijä olisi joissain kokonaisuuksissa tarvinnut pientä käyttöoikeutta laululle:

Joissakin kokonaisuuksissa olisin tarvinnut pientä ”käyttöoikeutta” laululle, mutta se tuntui niin vaikealta, että luovuin asiasta ja tein tilalle uutta materiaalia. Kyse ei ollut edes rahasta. Uskon että siinä olisi saanut ”markkinoitua” laulua esille. Mielestäni kyseessä olisi ollut sekä kustantajan että tekijöiden etu. Toisaalta ymmärrän kustantajan omat intressit, mutta käytännön järjen käyttö lienee sallittua.

Myös ulkomaille suunnattaessa eräs tekijä kokee, että

jos teen tai olen tehnyt niin hyvän biisin, jonka joku joskus Suomen ulkopuolella haluaa, tahdon itse sopia siitä tapaus/biisi/bändi-kohtaisesti.

Hänen näkemyksensä on osin ristiriidassa sen ajatuksen kanssa, että kustantaja on ulkomaille suunnattaessa suurena apuna esimerkiksi kontaktien luomisessa ja oikeuksien valvomisessa. Toki tekijän on punnittava mitä hän pitää tärkeimpinä asioina.

Tässäkin aspektissa, omistus- ja määräämisoikeuksista puhuttaessa, monet tekijöiden kommentit ovat lyhyitä ja napakoita, esimerkiksi ”manuksena biisit säilyy kaikkialla mun omistuksessa”, ”biisi jää silloin ´jumiin´ eli sen hyödyntäminen myöhemmin on aika vaikeaa”, ”haluan itse ohjailla sitä, miten biisejäni kohdellaan” ja ”kappaleiden kohtalo ei ole enää päätettävissä”. Mielipiteet tuntuvat olevan yksiselitteisen vahvoja, eli osa tekijöistä todellakin haluaa, niin pitkälle kuin mahdollista, määrätä itse siitä, kuka heidän teoksiaan käyttää.

Tekijät pohtivat myös, arvostavatko he täyttä vapautta – voitaisiinko puhua ”taiteilijan vapaudesta” – vai luovuttavatko he osan vapaudestaan kustantajataholle, joka saattaa tuottaa lisäarvoa toiminnallaan. Ensimmäistä kantaa puolustaa seuraava näkemys:

Tekijällä on suurempia vapauksia teoksensa kanssa, ei tarvitse miettiä tai kysellä keneltäkään tai mistään lupia uudelleenkäyttöön, julkaisutoimintaan tai uudelleenmuokkaukseen.

Määräämisoikeudet liittyvät siis melko tiiviisti siihen, luottaako tekijä kustantajan tuottamaan lisäarvoon. Jos kustantaja ei nauti tekijän täyttä luottamusta, tekijä saattaa kokea sopimuspykälät jarruina. Lisäksi pitkä sopimusaika ja oikeuksien jääminen kustantajalle ikään kuin jumiin, koetaan ongelmana, kuten seuraavista esimerkeistä ilmenee.

Kustantaja vaatii useimmiten sopimusta -> takaa näin omat tulot ja mahdollisesta biisin menestyksestä saa enemmän ja ”sitoo” tavallaan itselleen. Biisiä ei voi vapaasti viedä eteenpäin, vaikka menekkiä ja kysyntää biisille olisi.

Biisin voi antaa vapaammin mennä eteenpäin uudelle yrittäjälle -> ei tarvitse luovuttaa osuutta kust. sopimusosapuolelle. Biisi on sopimuksen jälkeen usein vankina -> ei voi antaa vapaasti eteenpäin. Ja jos se menee eteenpäin ja menestyy niin kustannussopimuksen tekijät hyötyvät.

Teosten käyttöä koskevan päätäntävällän heikkeneminen kolahti minulle tiedustellessani kappaleestani mahdollisesti tehtävän videon näyttämistäni kotisivuillani. Tiedustelin mahdollisuutta ja mahdollisia korvauskäytänteitä Teoston asiakaspalvelusta, josta sain vastauksen, että kustannussopimusten alaisista teoksista tehtyjen videoiden näyttäminen kokonaisuudessaan on kiellettyä. Tämä vaatimus on lähtenyt nimenomaan kustantajilta, näin ainakin asian ymmärsin.

Tekijällä ei ole juuri mahdollisuuksia hyödyntää taloudellisesti kustantajan markkinointikoneistoa niin, että isompi päätäntävalta asiassa olisi tekijällä. Siksi on hyvä, että tästä asiasta keskustellaan julkisuudesta ja tehdään tällaista tutkimusta.

Sellainenkin pointti vielä, että kun aikoinaan solmin kustannussopimuksia, ne tehtiin ”ikuisiksi ajoiksi” – toisin sanoen, jos tänään itse markkinoin jotain vanhaa biisiäni ja siitä tulisi hitti, nappaa kustantaja edelleenkin sen kolmasosan tekijänoikeuskorvauksista, vaikka minä itse tein sen työn edistääkseni biisin käyttöä. Olen toki asiasta viisastuneena solminut joitakin kustannussopimuksia määräaikaisina – viidestä kymmeneen vuoteen – joten näiltä osin tilanne on valoisampi, etenkin, kun näissä biiseissä on edelleen potentiaalia. Eivät ne ole vanhentuneet varsinaisesti, vaan niitä sovitellaan uudestaan ja tarjotaan uusille esittäjille .

Viimeisestä esimerkistä ilmenee, että sopimuksen voi tehdä lyhyemmäksi aikaa. Tästä ei tekijöillä ilmeisesti kuitenkaan ole täyttä tietoutta, eikä lyhyempää sopimuksen voimassaoloaikaa siten osata vaatia neuvotteluissa kustantajan kanssa.

4.2.3 Omat suhteet ja muut väylät mahdollisuutena sekä kustannussopimuksen vaihtoehtona

Tekijä, joka itse aktiivisesti markkinoi teoksiaan, jättää teoksensa helpommin manuksiksi. Asia jakaa mielipiteet kahtia siten, että osa haluaa keskittyä luovaan työhön

jättäen kaiken markkinointi- ja hallinnointityön kustantajalle. Toiset taas haluavat pitää kaikki oikeudet itsellään: joko ajatellen tuloja, kiinnostuksesta markkinointiin tai haluten täyden päätäntävällän teoksiinsa.

Eräs tekijä ei näe järkevänä lahjoittaa rahojaan vapaaehtoisesti jollekin taholle, joka yleensä ei tule tekemään juuri mitään, koska hänen mukaan ”thanks to internet” väy- liä on nykyään paljon muitakin. Internetiä pidetään yleisesti tekijöiden keskuudessa hyvänä keinona saattaa teokset yleisön tietouteen: ”teoksensa voi markkinoida itse ja nettiyhteydet ovat tätä päivää” sekä ”mihin tarvitaan kustantajaa, kun nykyään voi halutessaan laittaa nuotin nettikauppaan, josta asiakas maksua vastaan noutaa sen itselleen”. Internet jakelukanavana painottuu vastausten perusteella kuitenkin erityi- sesti nuottien levittämiseen.

Toisena mahdollisuutena, minkä avulla voidaan saattaa teoksia esimerkiksi levytyk- siin, nähdään suhdeverkostot, eli ”jos omaa omasta takaa laajan verkon musiikin tuottajiin, on hyvä mahdollisuus tehdä töitä manus-pohjalta”. Eräs tekijä huomauttaa myös, että tämän päivän musiikkielämässä pärjää ja saa julkisuutta, jos materiaali on hyvää. Toisaalta nämä näkemykset ovat ristiriidassa verrattuna näkemykseen siitä, että teoksia olisi mahdotonta saada manuksina levytettyä mihinkään yhtiöön.

Omien suhteiden väylä kytkeytyy lisäksi siihen, suuntautuuko tekijä kotimaan mark- kinoille vaiko ulkomaille:

Kuvittelisin tilanteen, jossa tekijä on erittäin itsenäinen ja tekee musiikkia vain kotimaahan, eikä näin ollen tarvitse kustantajan tarjoamia lisäetuja.

Kotimaassa varmasti onkin helpompi luoda suhdeverkostoa itsenäisesti. Ulkomailla taas kustantajan mukanaolo saattaa olla vakiintunut käytäntö, jolloin omien suhteiden luominen on lähes mahdotonta.

Eräänä näkökulmana tekijät tuovat esiin sen, että eri osa-alueiden palvelut voidaan ostaa, jos niitä tarvitaan. Lisäksi studiot voi vuokrata itse, samoin muusikot vaikka Suomen huipulta. Nämäkin näkökulmat ovat sinänsä yksittäisiä, että aloittelevalle musiikintekijälle, jolla ei vielä ole tuloja, muusikoiden ja ulkopuolisen studion vuok-

raaminen saattaa olla liian kallista. Tässä tilanteessa kustantajan tarjoama ennakkomaksu voi helpottaa demon tuottamista ja siten levy-yhtiön edustajien lähestymistä.

Nuottien osalta osa tekijöistä on sitä mieltä, että nykyään tietokoneella saa aikaan tarpeeksi hyvän tuloksen, jonka jälkeen nuottikokoelman itse kasaamalla saavuttaa tarvittavan hyödyn ilman kustantajan apua. Toki nuotit ja kokoelmat on markkinoitava ja niille on löydettävä sopivat jakelukanavat, jolloin joko kustantaja tai esimerkiksi internet ovat vaihtoehtoisia väyliä.

4.2.4 Kokemukset katteettomista lupauksista

Katteettomat lupaukset ovat tekijöiden mukaan suuri epäkohta, joka aiheuttaa epävarmuutta kustannussopimuksen solmimisen kannattavuudesta. Katteettomat lupaukset on terminä melko radikaali, mutta tuo nimitys tulee suoraan esille tekijöiden vastauksista. Useimmiten katteettomaksi lupaukseksi koetaan sopimus, jossa kustantaja ei tee mitään teosten markkinoimiseksi: hankitaan oikeuksia tekijöiltä, mutta lisäarvon tuottaminen jää joko puolitiehen tai kokonaan tekemättä. Toisaalta tulee aina muistaa, että niin teoksia kuin tekijöitäkin on monenlaisia, eivätkä kustantajan yrityksistä huolimatta kaikki teokset koskaan päädy levyille. Kuitenkin tekijät toteavat seuraavaa: ”Jos kustantaja ottaa sen oman osansa tuloista tekemättä mitään biisin eteen, on itsestään selvää, ettei sellaiseen mielellään lähde.” sekä ”Jotkut kustantajat eivät tee kerta kaikkiaan mitään laulun/nuotin eteen, hyvä jos edes painavat nuotin eli sanotaanko, että aika härskiä toimintaa.” Vielä karkeammin toteaa eräs tekijä: ”Kustarit yritetään tehdä vanhan käytännön mukaisesti siten, että herkät ja emotionaaliset ja hölmöt taiteilijat eivät ymmärrä tai ainakaan huomaa niistä mitään”. Yksi tekijöistä on lopettanut yhteistyön kustantajan kanssa kertoen:

Lopetin, koska mikään luetelluista eduista ei kohdallani toteutunut. Kustantaja ei pyrkinyt sijoittamaan teoksiani ulkomaille. Kotimainen markkinointi hyytyi vähitellen. Tuntui epäoikeudenmukaiselta luovuttaa kaikki olemassa olevat ja tulevat oikeudet ilman merkittäviä vastapalveluksia. Tuntui, että kustantaja haluaa vain kustannusosuuden.

Edellisen esimerkin kertojalla oli siis koko tuotantoa koskeva sopimus. Samaa linjaa jatkaa tekijä, joka kertoo käytännön kokemuksensa:

...kustannusyhtiö vaatii tehtäväksi kustannussopimuksen pakolla kaikista uusista sävellyksistä joita yhtiö julkaisee. Julkaisusopimus heille, muuten kappale ei pääse levyille. Palkkiona sävellysoikeuksien jakamisesta yhtiö ei tee mitään sävellyksen markkinoinniksi eteenpäin. Ei ainuttakaan puhelinsoittoa. Kannattaa kysyä vaikka yhtiöltä itseltään. Mielenkiintoinen aidosti kotimainen toimintamalli.

Tekijöiden näkemykset ovat yleisesti ottaen melko kärkkäitä. Sitä miksi näin on, voidaan pohtia monesta näkökulmasta. Petetyksi tullut kertoo helposti asioista eteenpäin ja tällöin koettua ei varmastikaan kaunistella. Toisaalta alan tuntemattomuus johtaa helposti sopimukseen, jotka ovat epäselviä toiselle osapuolelle. Tällöin omien odotusten toteutumatta jääminen aiheuttaa katkeruutta. Huonot kokemukset muistetaan pitkään ja nämä saatetaan yleistää koskemaan koko kustannusalaan, eli jos yksi ei toimi hyvin, eivät sitten toimi muutkaan.

Myös kuulopuheet ja niihin uskominen ovat seikka, joka johtuneen alan tuntemattomuudesta. Eräänä esimerkkinä tästä seuraava:

Olen hieman skeptinen sen kustantajan tekemän kohdemarkkinoinninkin suhteen, voin tosin olla väärässä, sillä minulla ei ole suoranaista havaintoa siitä. Ehkä kustannusyhtiöissä tehdään todellista työtä uusien (ja varmasti tehdäänkin eritoten heidän kustantamiensa vanhojen laulujen) saamiseksi uudelleen levytettäväksi ja esitettäväksi ja rahavirtojen kääntämiseksi heidän yhtiönsä tuloksen hyväksi. Tuskin siinä pätkääkään ajatellaan biisien tekijöitä. Me olemme vain heidän käyttövoimaansa. Hyvässä kustannussuhteessa se varmaan toimii molempia osapuolia hyödyttävästi, mutta historia on osoittanut, että susia on enemmän ollut tuolla kustantajapuolella kuin tekijäpuolella tässä mielessä.

Tämän epäkohdan yleisyyttä en lähde arvioimaan, kuten en myöskään voi lukea tekijöiden vastauksista suoria syitä siihen, miksi katteettomia lupauksia edelleen annetaan. Onko syynä yllä mainitsemani alan tuntemattomuus vai todellakin kustantajien asema eräänlaisina diktaattoreina?

Musiikin tekijät antavat vastauksissaan lisäksi ohjeita kollegoilleen, kuten esimerkiksi ”pitää lukea pienellä printattu osa tosi tarkkaan, koska kaikenlaisia temppuja yritetään tehdä” ”olen kuullut ´kuukausipalkkatyöläisistä´, joilta kuitenkin myöhemmin haukataan suuri osa teostotuloista eli tulo on ikäänkuin vain forskottia”, ”kustantaja maksoi teoksesta tekopalkkaa sen sijoittamisen yhteydessä, mutta se kirjattiin kuitenkin ennakkomaksuksi nuottimyynnistä, joten tekijä ei käytännössä saanut nuotti-

myynnistä mitään” tai ”kustantajat soittelevat kun on teosilmoituksen aika ja yrittävät saada biisikohtaista diiliä”.

Jotkut tekijät ovat vieneet asiaa eteenpäin muiden tahojen myötäavustuksella:

Olen purkanut sopimuksia, jotka ovat tähänneet pelkkään tulonsiirtoon tekijältä kustantajalle. Purkamiseen on tarvittu juristin apua, rahamaailma on kiinnostunut eduistaan, eikä anna helposti periksi.

On aivan turha antaa kustantajalle kolmasosa tekijänoikeuskorvauksista vastineeksi ei mistään. Tälläkin hetkellä minulla on muutama riitatapaus eri instanssien käsittelyssä juuri siksi, että kustantaja ei ole täyttänyt velvollisuuksiaan. Eräskin kustantaja oli muka julkaissut nuotit biiseistäni: oli monistanut minun nuottikäsitteitä (joissa oli yliviivauksia, muita korjauksia ja käsin kirjoitettua tekstiä) huonolaatuisia kopioita. Hoh-hoijaa!

Muita esimerkkejä ovat seuraavat:

Lisäksi joitain sopimuksia muutetaan sisällöltään siten, että tekijä luulee allekirjoittavansa sen vanha-ehtoisen sopimuksen, vaikka sisältöä onkin muutettu kustantajan eduksi. Tästä ei luonnollisesti kustantaja mainitse tekijöille mitään. Joka sopimus on aina luettava uudestaan, vaikka vaikuttaakin ”vanhanmalliselta”...

Härskeimmät yritykset eräällä monikansallisella saksalaisella yhtiöllä oli: kustantaja on oikeutettu pyytämään tekijältä valtakirja, jonka avulla kustantaja voi halutessaan pidättää tekijöiden teosto-tulot kokonaan 90 päivän Tekijänoikeuskorvauksien maksamisesta alkaen. Siis kustantaja pyörittää firmaansa 3 kuukautta tekijöiden rahoilla. Entäs, jos kustantaja asetetaan tuona aikana selvitystilaan? Todella ovelaa.

Vaikka en lähde arvailemaan tämän epäkohdan yleisyyttä ja sen perimmäisiä syitä, vastauksista päätellen on selvää, että epäkohta on todellinen. Vaikka yleensäkin negatiivinen palaute tuodaan voimakkaammin esille kuin positiivinen, ei tätä voida mielipiteiden kärkevyyden vuoksi sivuuttaa. Tai ehkä juuri siksi sitä olisi tarkemmin tutkittava.

4.2.5 Kontekstin luomat rajoitteet

Toiminnan kontekstilla tarkoitan tässä sitä ympäröivää todellisuutta, missä tekijät ja kustantajat toimivat. Konteksti voi olla esimerkiksi maantieteellinen aluerajaus, työtehtävien muodostama rajaus, musiikkigenre tms.

Vastauksista voi päätellä, että jos tekijä on teostensa esittäjä, sopimukseen liittyy tiettyjä ongelmakohtia, kuten kustantamon kytkökset levy-yhtiöön negatiivisessa sävyssä. Tätä olen käsitellyt jo aiemmin, joten en tartu siihen tässä kohdassa syvemmin. Toisena näkökulmana on musiikkigenren vaikutus siihen, kuinka kannattavana kustannussopimuksen solmiminen koetaan. Eräs tekijä toteaa, että Suomen oloissa, etenkin rock- ja popmusiikissa kustantajasta ei tunnu olevan käytännön hyötyä. Muita huomautuksia asiaan ovat seuraavat:

Itse en usko kustantajan tuomiin lisämyynteihin kun puhutaan suomalaisesta iskelmäpopista. Kyse on siis vain ennakkorahan saamisesta. Loppupelissä jää kuitenkin aina miinukselle. Näin käy ainakin kun yksittäin kustantaa biisin ja kustantaja maksaa ns. kertamaksun ja vie sitten 30% teostoista. Kustantaja kuitenkin maksaa vain jo julkaistuista teoksista, eli ei ota riskiä ja markkinoisi biisejä. En ole vielä saanut selvää näyttöä omalla kohdallani (suomimusiikki) että kustantaja olisi vaikuttanut mitenkään biisieni elämänkaareen.

Jos tekee musiikkia pelkästään Suomen markkinoille, ja suomenkielellä, niin ei ole mitään järkeä tehdä kustannussopimusta. Toinen asia on, saako biisejään eri yhtiöiden artisteille, jos ei suostu tekemään kustannussopimusta.

Uudenlaisen näkökulman kritiikin muodossa tuo mielipide siitä, ettei suomalaisten kustannusyhtiöiden edustajilla ole tarvittavia kontakteja ulkomaille, jotka edesauttaisivat tekijöidemme tunkeutumista maailmanmarkkinoille.

Eräs tekijä huomauttaa, että koska hän tekee vuodessa vain noin 5-10 tekstiä eri artistien levyille, ei kyseisillä määrillä ole hänelle eikä kustantajalle kovin järkevää tehdä sopimuksia – jos määrät olisivat suurempia, asia voisi olla toinen. Lisäksi huomauteaan, että jos kyseessä on marginaalimusiikki, joka ei todennäköisesti tule ikinä pääsemään niin sanotuille soittolistoilta, on teosten manuksina pitäminen hyvä vaihtoehto. Samainen vastaaja huomauttaa, että tällöin tekijä saa koko jako-osuuden itselleen tai jakaa sen muiden tekijöiden kanssa. Osittainhan tämä liittyy Suomen musiikki-markkinoiden pienuuteen.

Melko yllättävänä asiana tulee vastauksista ilmi radion voimasoiton vaikutus, joka on osa nykyistä musiikkimaailmaa luoden oman kontekstinsa musiikin tekemiselle sekä kuluttamiselle. Tähän liittyy kaksi näkökulmaa, ensimmäinen taloudelliseen ajatteluun liittyvä:

Ensisijainen radiosoittoon vaikuttava voima on levy-yhtiöillä ja niiden promootiokoneistolla, olkoonkin, että levy- ja kustannusyhtiöiden omistussuhteet ovat jossain määrin yhteydessä toisiinsa. Kustantajan mahdollisuudet radiosoiton edistämässä ovat rajalliset.

Toinen näkökulma puolestaan liittyy taiteellisuuden ja luovuuden ideologian vaalimiseen:

Myynnillisesti menestyvän musiikin ilmeikkyyden, monipuolisuuden ja omaperäisyyden kärsivät suuresti tässä nykyisessä musiikkimaailman kiihtyvässä, kaupallisessa kilpailussa, jossa kaupalliset radioasemat käyttävät soittolistoja (n. 150 teosta/kk/asema) erottuen näin toisistaan ja kohderyhmistään ja palvelen mainosasiakkaita näin ”paremmin” (valitettavasti myös Suomen YLE tekee näin). Tämä aiheuttaa sen, että markkinat hallitsevat musiikkia ja n. 90-95% tuotetusta musiikista ei saa soittoaikaa radioasemilla lainkaan. Tämä tietysti johtaa siihen, että musiikkimarkkinat muuttuvat aina vain ammattimaisemmiksi, kuten jo nyt asia on. Sehän voisi olla hyväkin, mutta kyllä siitä maksetaan luovuuden ja yksilöllisyyden häviämisen.

Aiheeseen liittyy myös voimasoiton lisäksi musiikkimaailman teollistuminen yleensä, joka käy ilmi seuraavasta esimerkistä:

Jos tällaista kysyttäisiin, heittäisin kritiikkiä musiikkimaailman suuntaan: jos musiikkia tehtäisiin vähemmän, laadukkaampaa eikä liukuhihnatuotantona kuten nykyään, ehkäpä sopimuskäytäntöihin ja –pykäliin olisi itse kullakin osapuolella aikaa perehtyä. Kevyen musiikin massatuotanto, ”idolisointi” ja tuotteistaminen huonontavat esitettävän musiikin laatua edistäen näin myös ”villii” kustannussopimuskäytäntöä kaikkien tällaiseen osallistuvien hakiessa itselleen lyhytkestoisia voittoja. Tavallaanhan tämä on kuitenkin ymmärrettävää, koska se joukko, joka Suomessa elää päätoimisesti lauluja tekemällä, on erittäin pieni.

Etenkin luovan työn tekijöiden keskuudessa aihe on varmasti polttava. Saatetaan miettiä, mitä tekijät itse tai kustantajat voisivat asialle tehdä? Vai onko ilmiö tullut musiikkiteollisuuteen jäädäkseen?

4.2.6 Kytkökset levytys- ja kustannussopimuksen välillä

Sopimuskytkökset liittyvät kustantamojen ja levy-yhtiöiden väliseen suhteeseen. Kustannus- ja levy-yhtiö saattavat toimia saman katon alla. Tekijä, joka itse esittää musiikkiaan kokee, ettei saa levytyssopimusta, jos ei allekirjoita samalla sopimusta kustantajan kanssa. Tästä esimerkkeinä: ”On myös kustantajia, jotka sanovat suoraan säveltäjille ja sanoittajille, että he eivät ota teoksia tuotantoonsa, elleivät saa kustannusoikeuksia.”, ”Miltei kaikissa tapauksissa annetaan ymmärtää, että kustari on parempi tehdä tai kappale ei tule ulos.” ja ”Jotkut kustantajat vaativat sopimusta, jotta

laulu menee levytykseen. Tähän ei tietenkään ole pakko suostua, mutta joissakin tapauksissa se vaan näin on.” Tekijät kuitenkin ymmärtävät, että tämä johtuu juuri kahden toimijan välisestä suhteesta, vaikkakaan tätä ei välttämättä hyväksytä:

Suomessa – kuulemani mukaan – edelleen kuulee levy-yhtiön ilmoittavan, että ilman kustannussopimusta artisti/yhtye ei saa levytyssopimustakaan. Näissä tapauksissa kustannusyhtiö on levy-yhtiön omistuksessa tai sen tytäryhtiö.

Kustannussopimus on lähes poikkeuksetta edellytys teoksen julkaisemiselle. Vain harvoin kustantaja todella tekee jotain kustannusosuutensa eteen. Kustannustoiminta on vain ”kiertotie” lisärahalle, kustannusyhtiö yleensä levypomon oma pikku rahasampo..

Olen erittäin skeptinen suhtautuessani suomalaisen kevyen musiikin kustannustoimintaan yleisesti. Se johtuu siitä, että kustannusyhtiöt ovat aina olleet suoraan kytköksissä levy-yhtiöihin ja niitä pyörittävät sellaiset henkilöt, jotka myös itse tuottavat sävellys- ja sanoitusmateriaalia. Näin ollen on ilmiselvää, että heidän tuotantonsa on etusijalla uusia projekteja suunniteltaessa.

Jotenkin se on sidoksissa levyjen äänitteiden markkinointiin ihan varmasti vieläkin, vaikka se ei saa siltä julkisesti eikä viranomaisille näyttääkään.

Asiaa ei helpota, jos musiikin tekijä on aloittelija eikä siten osaa erotella sopimuksia tai vaikka osaisikin, hän luottaa kustantajan vakuutteluihin sopimuksen kannattavuudesta. Eräs aloitteleva tekijä toteaa: ”alkutaipaleella olevan musiikintekijän on vaikea alkaa neuvotella erikseen, pitää vain kiltisti allekirjoittaa valmiit sopimukset”. Tokihan joissain tilanteissa, esimerkiksi niiden laulujen osalta, jotka jäävät ikään kuin yli, eli joita tekijä ei esitä itse, voi kustantajasta olla arvokas hyöty markkinamiehenä. Kuitenkin sopimuskytkökset koetaan usein tekijöiden taholta ”härskiksi toiminnaksi”

Tekijöiden kokemukset vaihtelevat myös kustantamoiden koon mukaan. Pienet kustantamot toimivat vastausten mukaan usein erillään levy-yhtiöstä, kun taas suurilla saattaisi olla motiivia nivoa sopimukset yhteen:

Mielestäni isojen levy-yhtiöiden imagon kannalta jo on tärkeää kustantaa biisit. Silloinhan on vain yksi luukku mistä asioida, jos joku haluaa kysyä jotain, kääntää biisin tai vastaavaa. Ajattele mikä hässäkkä isoissa yhtiöissä olisi, jos kaikki olisivat manuksena. Mitkään pyynnöt tai luvat eivät hoituisi alta vuoden.

Edelleen on kuitenkin pidettävä mielessä, mitä asioita kukin tekijä pitää tärkeänä: tuottavatko suuret vaiko pienet kustantamot enemmän etua ja lisäarvoa.

4.2.7 Muut syyt

Eräs tekijä toteaa, että sama lopputulos saavutetaan manuksena vähemmällä julkisuudella ja sen kiroilla. Lisäksi Elvis ry mainitaan etujärjestönä, joka toimii etujen valvojana edustaen sanoittajia ja säveltäjiä Teostoonkin päin ja on muokkaamassa tekijänoikeuslainsäädäntöä tekijöille edunmukaiseksi auttaen samalla tekijöiden itsensä esilletuomista. Tekijä kokee siis, että hän saa tarpeeksi turvaa Elvis ry:ltä, esimerkiksi oikeuksiensa valvomisen osalta, eikä siten tarvitse kustantajaa tähän työhön säästäen kustantajan palkkion.

Yksi näkökulma on, että varsinkin kokemattomat tekijät, joilla ei vielä ole 'nimeä', eivät uskalla pitää puoliaan kustannussopimusta kirjoitettaessa, saaticka sitten että uskaltaisivat kieltäytyä siitä kokonaan. Ilmeisesti tällöin ei ymmärretä, että kustannussopimus ei ole levytyssopimuksen ehto ja toisaalta voi olla, etteivät tekijät hanki tai edes saa tarpeeksi tietoa sopimuksen ehdoista tai sen haitoista. "Piireihin" pääseminen helpottaakin tiedonkulkua:

Kaiken kaikkiaan suomalaisessa kustannus- ja levypolitiikassa vallitsee sanattomat lait. Eli alalla olevat tietävät käytännön kulun. Eli musiikkipolitiikassa vallitsee aika pienet piirit.

Erään tekijän omakohtainen kokemus on hieman itseironinen, vaikkakin tulojen menettämisen valossa varmasti ongelmallinen. Kustantaja otti tekijään yhteyttä, jolloin tekijä luuli sopimuksen teon olevan välttämättömyys laulujen julki saamiseksi. Siitä eteenpäin hän sai jossain vaiheessa kuulla ettei sopimus ole pakollinen, mutta ennakkomaksujen tarpeessa teki niitä edelleen tähän päivään asti. Loppukaneettina hän lisää:

Kysykää neuvoa teostosta tai vanhemmilta, kokeneilta tekijöiltä; mikä kannattaa mikä ei. Minulta ei kannata kysyä; olen haaveileva huithapeli, joka ei vielääkään ole sitä vertaa vaivautunut ottamaan asioista selvää, että tietäisi edes voiko purkaa voimassa olevat kustannussopimukset.

Edellinen kommentti viittaa siihen, että ainakin osa tekijöistä todella keskittyy vain luovaan työhön ja haluaa siten unohtaa taloudellisen puolen. Toki voisi kuvitella, että rehellinen kustantaja, joka toivoo molempia osapuolia hyödyttävää sopimusta, ker-

toisi sopimuksen ehdoista ja mahdollisuuksista tekijälle perusteellisesti. Toisaalta, kuten Whittset (1997, 9) toteaa: ”Never forget: Music publishing is a business.”

Markkinoivatko kustantajat tekijää kokonaisvaltaisesti? Vaiko vain yksittäisiä teoksia? Eräs tekijän vastaa:

En ole juurikaan julkisuudessa Suomessa törmännyt siihen, että kustannusyhtiö olisi markkinoinut ”biisintekijää biisintekijänä”... mutta kyllä siihen että joku markkinoi tekijää levyttävänä ja esittävänä artistina. Siis kuulostaa erittäin harvinaiselta, että pelkästään tai eritoten muille lauluja tekevää biisintekijää joku kustantaja olisi lähtenyt voimakkaasti markkinoimaan julkisuudessa. Kyllä tekijät ovat itse keskuudestaan nostaneet (viittaan Elvis ja Teosto) henkilöitä esiin merkkipaaluiksi jo tehdyn työn ja ansioiden perusteella.

Tässäkin tulee esille muiden instanssien (Teosto ja Elvis ry) vaikutus. Lisäksi vastauksesta heijastuu vallalla oleva ”esittäjäkeskeisyys”, eli kovin usein hitin syntyessä vain esittäjän nimi mainitaan – ei niinkään teoksen tekijää.

Tekijöillä on huoli myös siitä, miten oikeuksille käy yritysten fuusion yhteydessä:

Itse kukin joutuu tekemään omat päätöksensä siitä, mitä oikeuksia luovuttaa, mihin hintaan ja miten pitkäksi aikaa ja varsinkin se, mitä tapahtuu teokseni oikeuksille sitten kun puulaaki menee konkurssiin tai myydään jollekulle isommalle kustannusyhtiölle vaikkapa Ruotsiin tai Jenkkilään tai Japaniin. Se on sopimustilanteessa iso haaste, varsinkin kun tekijä on aina se ”pienempi” osapuoli.

Onko tekijä siis todellakin aina se pienempi ja heikompi osapuoli? Varmasti näin koetaan olevan etenkin silloin, kun kaikki ei mene suunnitelmien mukaisesti. Toisaalta eräänä tulevaisuuden skenaariona mainitaan tilanne, jossa tekijä nostaisi asemansa kustantajiin nähden ja voisi kilpailuttaa useampaa kustantajaa:

Voisiko tekijä jatkossa asettaa kaksi kustantajaa kilpailutilanteeseen keskenään? Siis meinillä, se saa teoksistani kustannussopimuksen, joka antaa paremmat edut parempaan hintaan. Tällä hetkellä tilanne taitaa olla aika lailla päinvastainen: Kustantaja tarjoaa nämä, nämä ja nämä edut (lue: tulovirrat meille, saat biisisi tän julkkiksen levyille) – ota tai jätä... en tiedä varmuudella onko tämä todellisuutta vaiko ennakkoluuloa, koska näistä asioista ei paljoa puhuta julkisesti vielääkään. Tämän käsityksen olen kuitenkin toisilta tekijöiltä saanut.

Kilpailuttamisen mahdollistuminen saattaisikin poistaa sekä tämän että muita edellä mainittuja epäkohtia olettaen, että tällöin osapuolten tasa-puolisuus toteutuisi paremmin.

4.3 Laulaja-lauluntekijöiden suhtautuminen kustannussopimukseen

Teoreettisena oletuksena voidaan pitää sitä, että jos tekijä esittää itse musiikkiaan, saattavat kustannussopimuksen ja levytyssopimuksen kytkökset olla ongelmallisia. Tämä tulee esille kirjallisuudessa sekä erinäisissä artikkeleissa. Myös Kilpailuvirasto on tutkinut aihetta päätyen kuitenkin siihen, etteivät he tarkemman tiedon puuttuessa halua ottaa kantaa sopimusten sitomisen haitallisuuteen. Asetelma voi heidän mukaansa olla joissain tapauksissa haitallinen, joissain taas kahden hyödykkeen samanaikaisesta hankkimisesta saattaa olla tekijälle hyötyä.

Luvussa 4.2.6 olen käsitellyt aihetta tekijöiden vastausten pohjalta, mutta tässä luvussa tarkastelen hieman tarkemmin asiaa esitetyn taustakysymyksen pohjalta (Esi-tättekö itse tekemäännne musiikkia?). Lähinnä haen tietoa siitä, kuinka usein seuraavat lähtökohtaoletukset esiintyvät vastauksissa ja kuinka tekijät asiaa painottavat, vai painottavatko ollenkaan. Lähtökohtaoletuksena voidaan pitää paitsi negatiivista suhtautumista kytköksiin, myös käsitystä siitä, että joissain tapauksissa kustantajasta voi olla taloudellista hyötyä. Tämä näkökulma nousi esille musiikin tekijöiden vastauksista. Aihe on mielenkiintoinen myös siksi, että Kilpailuviraston selvityksen mukaan sekä hyötyjä että haittoja on olemassa, mutta he eivät eritelleet näitä yksityiskohtaisemmin. Tässä tapauksessa selvitän aineistoni pohjalta, kuinka tekijät kokevat asian. Tulosten en odota olevan laajalti yleistettäviä, vaan lähinnä suuntaa antavia ja jatko-tutkimukselle tietä avaavia. Koska kustannustoiminnasta puhuttaessa tämä seikka tulee usein esille, on mielenkiintoista nähdä, kuinka se tutkimukseni otannassa esiin-tyy. Käytännössähän en ole omaa musiikkiaan esittävän tekijän mielipidettä tai aja-tuksia suoraan kysynyt (vaan olen tehnyt kyselyn musiikin tekijöille yleisesti), joten tekijät ovat, jos ovat, tuoneet sen vastauksissa omaehtoisesti esille.

Tekijöistä 66 % ilmoittaa esittävänsä itse musiikkiaan. Muutamat heistä puhuvat kus-tannussopimuksesta, joka solmitaan levy-yhtiön kanssa tai he viittaavat vastauksis-saan vain levytyssopimukseen, vaikka tarkoittavat vastauksen sisällöstä päätellen kustannussopimusta. Käsitteet ja rooli-jaot musiikkiteollisuuden sisällä eivät siis ole

täysin selviä: joko ne eivät ole sitä todellisuudessaakaan tai kyseessä on erehdys/väärinymmärrys musiikin tekijän osalta.

Itse musiikkiaan esittäväistä noin puolet (51,5 %) mainitsevat vastauksissaan erinäisissä yhteyksissä viittauksia levy-yhtiöön tai sen oletuksen, että jos kustannusoikeuksia ei luovuteta, levytyssopimuksen saaminen vaikeutuu. Vastauksista nousee kuitenkin esille myös kytköksen positiivisia puolia. Prosentuaalisesti itse musiikkiaan esittävien, tämän aiheen mainitsevien vastauksista 23,5 % on positiivisesti sopimuskytköksiin suhtautuvia, 29,5 % erittelevät sekä hyviä että huonoja puolia ja 47 % pitävät kytköksiä negatiivisena asiana.

Positiivisia näkökulmia ovat seuraavat. Eräs tekijä on saanut kustannuskorvauksen niistä albumiraidoista joita ei ole koskaan soitettu radiossa. Näin tapahtuu tässä tapauksessa silloin, kun tekijä itse esittää musiikkiaan. Eli vaikka omalta levyltä ei osa kappaleista ajaudu suuren yleisön tietouteen, tekijä saa näistäkin rahallisen korvauksen kustantajalta. Toinen näkökulma on, että kustannus- ja levy-yhtiö saattavat tuottaa laulaja-lauluntekijän produktioita demo-mielessä, jotta voisivat myydä niitä ulkomaisille levytuottajille. Tällöin markkinointikustannuksiin satsaaminen on merkittävää – ilman kyseistä apua olisi markkinointi usein taloudellisesti liian suuri riski. Tässä siis kyse on tekijän omasta levystä, jolloin hän saa nimeä laulaja-lauluntekijänä, ei ainoastaan musiikin säveltäjänä tai sanoittajana. Eräs selkeä hyöty on edelliseen näkökulmaan liittyvä master-nauhan tuottaminen, joka kustantajan panostuksen jälkeen muuttuu laulaja-lauluntekijälle riskittömäksi. Lisäksi yksi vastaajista toteaa, että sopimuksen myötä myös lehtihaastatteluiden, levyn julkistamistilaisuuksien ja yleensä kustannuksia tuottavan oheistoiminnan hoitaminen helpottuu, jos tekijä solmii saman yhtiön kanssa, samalla kertaa sekä kustannus- että levytyssopimuksen. Tekijä kertoo, että nämä toimitatavat kirjataan ylös heti sopimuksen solmimisen yhteydessä. Kaiken kaikkiaan positiivisia puolia erittelevistä vastauksista käy ilmi, että kustantamon ja levy-yhtiön yhteistoiminnallisuus näyttäytyy tekijään päin hänen työtään helpottavana asiana. Yhteistyö on hedelmällistä ja taloudellisesti kannattavaa.

Entäpä negatiiviset seikat? Viitataan lukuun 4.2.6, jossa olen eritellyt sopimuskytkösten negatiivisia puolia. Tiivistetysti tekijät siis kokevat, että ilman kustannusoikeuksien luovuttamista ei ole mahdollista saada levytyssopimusta.

Lähes kolmannes (29,5 %) laulaja-lauluntekijöistä erittelee vastauksissaan sekä hyviä että huonoja puolia. Päälimmäisenä vastauksista tulee esille se, että niiden teosten osalta, joita tekijä itse esittää, rahan menetys kustannussopimuksen myötä on tappiollista, mutta sellaiset kappaleet, jotka on tarkoitettu muiden esitettäväksi kannattaa kustannuttaa. Uraansa aloittelevan laulaja-lauluntekijän kohdalla tämä koetaan kuitenkin hankalaksi. Hän ei useinkaan pysty tai osaa neuvotella sopimuksista erikseen, vaan päätyy, mahdollisesti pienen painostuksen alla, allekirjoittamaan molemmat sopimukset. Oman näkökulmansa asiaan tuo eräs tekijä:

Jos kustantajan markkinointiponnistukset (jotka teoksen tekijä maksaa teostokorvauksistaan kustannussopimuksen perusteella) sattuisivat vielä menemään, kuten ennenmuinoin, levy-yhtiön tekemän äänitemarkkinoinnin kuluihin, niin se on mielestäni väärin. Levy-yhtiö markkinoikoon levynsä ja artistinsa kuluttajille, ja kustannusyhtiö suoraan esittäjille tai levy-yhtiöille.

Myös osa niistä tekijöistä, jotka eivät itse esitä musiikkiaan, tuovat esille samankaltaisia näkökulmia kuin laulaja-lauluntekijät. Merkittävää onkin huomata ja tiedostaa se, etteivät sopimuskytköksistä johtuvat ongelmat ilmene pelkästään laulaja-lauluntekijöillä, vaan niistä voi olla vastausten perusteella haittaa myös silloin, jos tekijä saa teoksensa ulkopuolisen artistin levyille ja kustantamo sekä levy-yhtiö painostavat tekijää tämän vuoksi solmimaan kustannussopimuksen. Eli manus-tuotetta on vaikea saada levy-yhtiöiden levyille ilman samaan pakettiin sisältyvän kustannussopimuksen allekirjoittamista, koska osa levy-yhtiöistä toimii kiinteässä yhteydessä kustantamojen kanssa. Tekijät kokevat epäkohdan pelkkänä rahastamisena, sillä hyöty suhteessa tulojen ja omistusoikeuksien menetykseen saattaa olla vähäinen. Teos-han olisi joka tapauksessa jo levyllä, eikä kustantajan työ siis välttämättä toisi enää mitään lisäarvoa.

Vastauksista ei tämän otannan perusteella voi poimia tiettyä vahvasti esiintyvää teemaa, vaikkakin näkökulmat ovat osin yhteneviä. Kuitenkin vastausten jakautuminen sekä positiivisesti että negatiivisesti painottuneisiin näkemyksiin kuvaa sitä, etteivät kytkökset kaikissa tilanteissa ole vain negatiivisia. Se milloin näin on ja kuinka so-

pimus tulee muotoilla ja mitä tekijän tulee neuvotteluissa ottaa huomioon sekä vaatia, ovat selvittämisen arvoisia seikkoja. Ilman tarkempaa selvitystä ei ole tarkoituksenmukaista tehdä yleistyksiä suuntaan eikä toiseen.

5 PÄÄTÄNTÖ

Oma tutkimukseni lähti kartoittamaan sitä, millaiseksi musiikin tekijät kokevat kustannustoiminnan nykyhetken: kuinka kustannussopimus auttaa tekijän uraa ja mitkä ovat alan ongelmakohtia heidän näkökulmastaan. Lisäksi alkuperäisenä ajatuksena oli kerätä vastaavaa tietoa musiikkikustantajilta ja edelleen vertailla näitä kahta näkökulmaa toisiinsa, mutta kustantajien vastausprosentti jäi liian alhaiseksi uusintakyselykierroksen jälkeenkin. Tulevaisuudessa on suunnitteilla jatkotutkimus, jossa kartoitan kustantajien näkemyksiä eri menetelmällä: tähän tarvittaneen syvähaastattelumenetelmää, joka on kustantajien lukumäärän ja aiheen laajuuden huomioon ottaen pidempi prosessi.

Tämän tutkimuksen tulokset paitsi testasivat taustalla olevaa, lähdemateriaalista esiin nousevaa teoriaa, toivat myös uusia näkökulmia kustannustoimintakenttään. Tutkimuksen perustarkoitus oli toimia musiikin tekijöiden näkökulmaa avaavana kartoituksena, josta olisi edelleen jatkotutkimuksessa mahdollista nostaa ilmeneviä asioita tarkempaan tarkasteluun – kevyen musiikin tekijöiden näkökulmat kustannustoiminnasta kun ovat järjestelmällisenä tutkimusaiheena jääneet vähälle.

Uudet näkökulmat tulivat luokitelluiksi lähinnä luvuissa ”Muut”, mutta joitain kokemuksia, joita ei löydy teoriapohjasta esiintyy myös pääluokkien alla. Vastaukset lisäksi tarkensivat lähdekirjallisuuden tietoutta. Aivan uusia, teoriapohjassa mainitsemattomia näkökulmia olivat muun muassa seuraavat. Tekijät kokivat musiikkibisnekseen syntyneen taloudellisen ajattelutavan syrjäyttäneen luovuuden ideologian myös kustannustoiminnassa. Tämä aiheuttaa helposti hittitehtailua, jolloin mainstream-musiikin ulkopuoliset tekijät kokevat jäävänsä taka-alalle ja jopa ilman korva-

usta tekemästään työstä (luku 4.2.5). Lisäksi huomattavaa on se, että tekijät mielsivät työnsä melko yksinäiseksi puurtamiseksi, jolloin kustantaja tuo heidän avukseen paitsi ammattitaitoa auttaen tekijää taloudellisen hyödyn maksimoinnissa, myös neuvoja ja kokonaisvaltaista tukea työssä jaksamiseen (luku 4.1.7). Taustakirjallisuudessa melko vahvasti esiintynyt tekijän kokonaisvaltainen markkinointi sen sijaan ei saanut jalansijaa vastauksissa. Tekijät kokivat, että markkinointi kohdistuu lähinnä yksittäisiin teoksiin ja että tekijöiden arvostus syntyy lähinnä eri järjestöjen taholta – ei kustantajien aktiivisella tekijän nimen markkinoinnilla. Tähän voidaan liittää sekin näkökulma, että koska musiikkibisnes on melko artistikeskeistä, ei medialta liikene juurikaan samanlaista kiinnostusta musiikin tekijöitä kuin sen esittäjiä kohtaan (luku 4.2.7). Myös kustannusyhtiöiden kokoeroja käsiteltiin sekä negatiivisessa että positiivisessa hengessä (luku 4.1.5): osa koki pienten kustantamojen edut paremmiksi, osa kannatti suurien yritysten toimintatapoja. Sen sijaan laulaja-lauluntekijä -osion (luku 4.3) tulokset vahvistivat teorian siitä, etteivät sopimuskytkökset ole vain negatiivinen asia, vaikka hieman useammin tämän tutkimuksen vastauksissa näin mainittiinkin.

Teoria oli koko tutkimuksen ajan osana tutkimusprosessia. Vaikka lähtökohtana oli kartoittaa kyselymenetelmällä kevyen musiikin tekijöiden näkökulmia, taustateoria muovasi kyselylomaketta ja oli mukana vastausten analysoinnissa, auttaen lähinnä vastausluokkien muodostamisessa. Aiheen monitasoisuuden vuoksi ilman teoriapohjaa ei tutkimuksen tekeminen olisi ollut edes mahdollista: koska aiheesta ei ollut järjestelmällistä tutkimusta ja kustannustoiminta on jopa musiikin tekijöille itselleen hieman hämärän peitossa oleva toimiala, olisi ymmärrettävän tutkimuksen ja tutkimusraportin tekeminen ollut mahdotonta ilman niitä pieniä rakennuspalikoita, joita taustateoria antoi.

Tutkimuksen suurin rajoite oli kustantajien alhainen vastausprosentti, joka on sikäli hämmentävää, että tekijöiden vastausprosentti nousi yli viiteenkymmeneen. Syitä tähän on vaikea lähteä arvailemaan: voi olla, että ala on tekijöille tuntematon ja herättää siten vastaushalukkuutta, mutta kustantajille alan toimintakäytännöt ovat selviä. Tämän vuoksi tutkimus koetaan liian muodolliseksi ja liikaa alan perusteisiin painottuvaksi. Uskon kuitenkin, että jatkotutkimukseen suunniteltu haastattelumene-

telmä selvittää paitsi vastauksen tähän, myös niihin kysymyksiin, joita yritin kyselymenetelmällä kartoittaa.

Potentiaalisia jatkotutkimusaiheita olisi myös esiin nousseiden luokkien tarkempi tarkastelu ja sopimuskäytäntöjen tutkiminen. Uskon lisäksi, että kvantitatiivinen ote samaan aiheeseen loisi uutta näkökulmaa ja ulottuvuutta. Tällöin olisi mahdollista tarkastella, miten mielipiteet määrällisesti jakautuvat.

Mitä seuraamuksia tutkimuksesta on alan käytännöille? Kuten tekijät palautteessaan totesivat, vastausten kirjoittaminen sai osan heistä pohtimaan kustannussopimusta tarkemmin – sen hyviä ja huonoja puolia. Lisäksi osa heistä totesi tehneensä sopimuksen ilman tarkkoja tietoja sen kannattavuudesta, joten toivon, että tutkimus avaa joitain näkökohtia helpottaakseen tekijöiden päätöksentekoa. En kuitenkaan voi tämän tutkimuksen perusteella luoda yleisiä, vedenpitäviä sääntöjä senkään vuoksi, että jokainen sopimus ja sen kohde sekä osapuolet ovat ainutlaatuisia, joten sopimukset on muokattava tekijän ja kustantajan sen hetkisiä tarpeita ajatellen. Toisaalta toivon, että tutkimukseni piirtää jonkinlaisia suuntaviivoja, joiden sisällön tarkempi tarkastelu mahdollistaisi karkeiden ohjeiden antamisen.

”Kustantaja tarjosi diiliä, kun seisoin kuralätäkössä...”. Autoiko kustantaja kyseistä musiikin tekijää jatkamaan matkaa kuivin jaloin vai nousiko vedenpinta entisestään? Tai ehkä voimat riittivät vielä omin voimin kuivan maan löytämiseen? Otsikon anekdoottiin lienee useita ratkaisumahdollisuuksia, joiden valitsemiseen yllä olevasta tekstistä löytyy toivottavasti pieniä ratkaisun avaimia.

LÄHTEET

- AALTO-SETÄLÄ, Minna – DONNER Henrik Otto – HEIKKILÄ Martti & LAHTINEN Satu s.a. Tekijä, kustantaja ja sopimus.
- BATORY, Michael 2003. Music Publisher and Senior Lecturer in Music Industry Management. [WWW-dokumentti].
<<http://www.musicjournal.org/03michaelbatory.htm>>. (Luettu 25.10.2003).
- ESKOLA, Jari & SUORANTA, Juha 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Jyväskylä: Vastapaino.
- FRIED, Mark 2003. Publishing's Real Economics. [WWW-dokumentti].
<<http://search.epnet.com/direct.asp?an=10208715&dp=afh&loginpage=Login.asp&site=ehost>>. (Luettu 25.10.2003).
- FRISK, Tom 2004. Musiikin kustantaja. Tekijänoikeus. Mitkä ovat kustantajan keskeisimmät tehtävät? Miksi kustannussopimus? Miten raha liikkuu. Teoksessa Pauliina Ahokas, Jone Nikula & Raimo Pesonen (toim.). Artist ABC: avaa ikkunoita musiikin maailmaan. Helsinki: T2 Promotions Oy.
- FUHRMANN, Arthur 1997. Mikä se sellainen kustanne oikein on? [WWW-dokumentti]. <<http://www.musicfinland.com/elvis/497/arthur.html>>. (Luettu 28.02.2003).
- GOULD, JoJo 2003. Music Publishing: A Guide To Understand the Management of Songs. [WWW-dokumentti].
<<http://www.musicjournal.org/01publishingresource.html>>. (Luettu 20.01.2004).
- HANSEN, Aino-Maria 2001. Säveltäjien, sanoittajien ja sovittajien taloudellinen asema Suomessa. Turku: Turun kauppakorkeakoulu.
- JÄMSEN, Kalle 1997. Kilpailuvirasto tutki musiikinkustannustoiminnan ja äänite-tuotannon sidoksia, Teostory 1/97, 12-13.
- KAARSALO, Juha 2004. Kaikki lähtee tekijänoikeudesta. [WWW-dokumentti].
<<http://www.elvisry.fi/022004/F-story3.html>>. (Luettu 10.10.2005).
- KAIPAINEN, Sauli 2001. Kustantaja etsii teoksille markkinoita. Musa.fi 4/2001, 18-19.

- KARHUMAA, Mika 2000. Musiikkibisnes: kevyt musiikki ammattina ja liiketoimintana. Helsinki: Edita.
- KARJALAINEN, Kari 2000. Tekijänoikeudet musiikkiteollisuuden sopimuskentässä. Teoksessa Katri Halonen & Juha Lassila (toim.), Back Stage Pass. Näkökulmia musiikin managerointiin. Sibelius-Akatemian koulutuskeskuksen julkaisusarja 3.
- KARVINEN, Harri 2000. Musiikin kustantamisen historiaa Suomessa ja Yhdysvalloissa. Teoksessa Katri Halonen & Juha Lassila (toim.), Back Stage Pass. Näkökulmia musiikin managerointiin. Sibelius-Akatemian koulutuskeskuksen julkaisusarja 3.
- MUIKKU, Jari 2001. Musiikkia kaikkiruokaisille. Suomalaisen populaarimusiikin äänitetuotanto 1945-1990. Tampere: Gaudeamus.
- MUSIIKINKUSTANTAMISEN HYVÄ KÄYTÄNTÖ 1999. Suomen Musiikkikustantajat ry. Säveltäjät ja Sanoittajat Elvis ry. Suomen Säveltäjät ry.
- NIEMINEN, Jouni 2000. Kirja ja Musiikki kustannusobjekteina - kirjoista voi oppia. [WWW-dokumentti].
<http://www.musicfinland.com/sml/muusikko_2000/11_kirja_ja_musiikki.html>. (Luettu 20.01.2004).
- NUORTILA, Hanna 1994. Digitaalitekniikka ja musiikin kustantaminen. Teoksessa Musiikki digitaaliajassa. Katsaus digitaalitekniikan vaikutuksista musiikkiin. Tekijänoikeusinstituutin Julkaisuja Nro 6 (1994).
- PASSMAN, Donald S. 1995. All You Need to Know About the Music Business. UK Edition. London: Penguin Group.
- POE, Randy 1997. Music Publishing: A Songwriter's Guide. Second Edition. Cincinnati: Writer's Digest Books.
- PÖNNI, Veijo & TUOMOLA, Arto (toim.) 2003. Anna mulle tähtitaivas. Selvitys suomalaisen musiikkitoimialan taloudesta ja tulevaisuudesta. Mediaryhmä. Yritystoiminnan tutkimus- ja koulutuskeskus. Turun kauppakorkeakoulu.
- SHAWN, Rhea E. 1997. Turning melodies into royalties. [WWW-dokumentti].
<http://www.findarticles.com/p/articles/mi_m1365/is_n5_v28/ai_20048730/page_3>. (Luettu 14.11.2005).
- TOSIASIAA MUSIIKIN KUSTANTAMISESTA 1994. Suomen Musiikkikustantajat ry.

- VARTO, Juha 1992. Laadullisen tutkimuksen metodologia. Tampere: Kirjayhtymä Oy.
- VEHKAJOJA, Mikael 2000. Takapiruja ja onnenpekkoja – Aktiivinen kustannustoiminta Suomessa. Teoksessa Katri Halonen & Juha Lassila (toim.), Back Stage Pass. Näkökulmia musiikin managerointiin. Sibelius-Akatemian koulutuskeskuksen julkaisusarja 3.
- WEISSMAN, Dick 2000. The Music Business. Career Opportunities and Self-defense. Second Edition. New York: Crown Trade Paperbacks.
- WHITSETT, Tim 1997. Music Publishing. The Real Road to Music Business Success. Fourth Edition. Michigan: Mix Books.

LIITE

Hei,

Olen musiikkitieteen opiskelija Jyväskylän yliopistosta ja teen Gradua suomalaisen kevyen musiikin kustannuskäytännöistä. Tutkimus on luonteeltaan kartoittava ja johdantane jatkotutkimukseen, jos aihetta tähän ilmenee. Koska kustannustoimintaa ei ole aiemmin juurikaan tutkittu, ovat kysymykset melko yleisluonteisia ja avaavat siten ikkunoita uusiin, tarkennettuihin kysymyksiin jatkotutkimuksissa. Tässä tutkimuksessani vertailen musiikin tekijöiden sekä kustantajien näkemyksiä, joten vastauksenne olisi erittäin tärkeä tutkimuksen onnistumisen kannalta.

Vastaukset käsittelem ehdottoman luottamuksellisesti eikä vastaajien henkilöllisyyttä tai profiilia julkaista missään vaiheessa. Sopimusta ja työtehtäviä koskevat kysymykset lomakkeen alussa auttavat minua hahmottamaan vastausmateriaalia, mutta ne eivät ole tutkimuksen varsinaista aineistoa.

Toivoisin ystävällisesti vastaustanne kahden viikon kuluessa. Jos kysyttävää / kommentoitavaa tms. ilmenee, yhteystietoni ovat alla. Jos haluatte täyttää kyselyn paperimuodossa, se onnistuu tulostamalla ja postittamalla kyselylomake alla olevaan osoitteeseen.

Yhteistyöterveisin,
Eveliina Kostainen
Hallituskatu 18 b 34
13100 Hämeenlinna
p. 040-584 5474
eveliina.kostiainen@cc.jyu.fi

Yhteystietonne on poimittu Elvis ry:n tekijähakemistosta.

KYSELY

1. Mikä alla olevista vaihtoehdoista kuvaa parhaiten työtehtäviänne? (voitte poistaa tarpeettomat vaihtoehdot, kursivoida oikean tms.)
 - a. säveltäjä
 - b. sanoittaja
 - c. sovittaja
 - d. säveltäjä + sanoittaja
 - e. säveltäjä + sovittaja
 - f. sanoittaja + sovittaja
 - g. säveltäjä + sanoittaja + sovittaja

2. Esitättekö itse tekemäänne musiikkia?

3. Onko Teillä tällä hetkellä voimassa oleva kustannussopimus? Jos ei, onko Teillä aiemmin ollut musiikkikustannussopimus?

4. Jos vastasitte kyllä edelliseen kysymykseen, millainen sopimuksenne oli? Esim. sopimus osaan tuotantoa, koko sopimuskauden tuotantoa koskeva tms?

