ARTIKKELI

Musiikin suomalainen tagaus Bandcamp-artistifoorumilla

Niko Kolehmainen

Lappeenrannan kaupunginkirjasto

J. Tuomas Harviainen

Tampereen yliopisto

tuomas.harviainen@tuni.fi

<https://orcid.org/0000-0002-6085-5663>

Tässä artikkelissa tarkastelemme suomalaisten harrastaja-musiikintekijöiden tapoja asiasanoittaa (tagata) omaa musiikkiaan Internetin Bandcamp-palvelussa. Kuvaamme heidän asiasanavalintojaan, motiivejaan ja näkemyksiään sanavalintojen hyödyllisyydestä potentiaalisille kuuntelijoille. Tutkimuksen pohjana on 67 verkkokyselyyn saatua määrällistä ja laadullista vastausta. Tuloksena havaitaan, ettei selkeä enemmistö artisteista käyttänyt juuri lainkaan aikaa musiikkinsa genre-tai sisällönkuvailuun ja ettei artistien iällä, koulutusasteella tai statuksella ollut merkitystä tagien valintaan. Toisaalta lähes kaikki vastaajat myös käyttivät joitakin ulkoisia lähteitä sisällönkuvailuunsa ja pyrkivät markkinointietujen hakemisen sijasta täsmällisyyteen. Keskeisimmäksi tekijäksi nousi musiikin löydettävyys, mutta noin viidennes vastaajista ilmoitti myös hakeneensa jotakin tiettyä estetiikkaa, kuten esimerkiksi huumoria tai ”asennetta” valinnoillaan. He eivät pitäneet itseään erityisen osaavina sisällönkuvaajina, mutta silti vain alle neljännes vastaajista edes harkitsi asiasanojensa vaihtamista uusiin. Analysoimalla avointa, käyttäjälähtöistä asiasanoitusta, artikkeli tuottaa uutta tietoa sekä sisällönkuvailun että folksonomioiden tutkimukselle.

Avainsanat: tagaus; tagit; Bandcamp; folksonomiat; luettelointi; metadata

Artikkeli on lisensoitu Creative Commons Nimeä-EiKaupallinen-JaaSamoin 4.0 Kansainvälinen -lisenssillä

Pysyvä osoite: <https://doi.org/10.23978/inf.88557>

Johdanto

Tässä artikkelissa tarkastellaan musiikin suomalaista asiasanoitusta Bandcamp-palvelussa. Bandcamp on verkkosivusto, jolla eri maiden artistit julkaisevat itse tekemäänsä musiikkia ja jonka kautta heillä on mahdollisuus myös myydä sitä. Lähtökohtaisesti voisi olettaa, että artisti itse on oman musiikkinsa tyylilajien paras määrittelijä. Näin ei kuitenkaan ole, sillä monesti markkinointimateriaalit, eri musiikillisten genrejen konventiot, sekä yleisöjen oletukset muokkaavat asiasanojen ja arvosteluiden osuvuutta (Kolehmainen 2019). Varsinkin aineiston löydettävyyys palveluissa on tärkeää, koska artistit lataavat musiikkiaan niihin juurikin toisten ihmisten kuultavaksi.

Musiikin sisällönkuvailua on perinteisesti tehty osana sen luettelointia. Luettelointi on dokumenttien perusrekisteröintiä, jossa niiden ulkoiset piirteet määritellään. Sisällönkuvailu puolestaan avaa dokumenttien sisältöä potentiaalisille käyttäjille, niiden löytymisen helpottamiseksi ja sisällön relevanssin takaamiseksi (Suominen, Saarti & Tuomi 2009). Bandcampin kohdalla kyse on musiikkitiedostojen sisällöistä. Asiasanoitus puolestaan on yksi sisällönkuvailun osa. Kuten tässä artikkelissa nousee esiin, Bandcampin kohdalla sisällönkuvailun ja asiasanoituksen rajat hämärtyvät tavoilla, joita ei tyypillisesti tapahdu ammattimaisessa luetteloinnissa, jota määrittävät tarkat asiasanastot ja tiukasti sovitut luettelointiformaatit (vrt. esim. Poroila 2011).

Musiikin tekijälähtöistä kuvaamista voidaan kuitenkin toisaalta lähestyä myös eräänlaisena folksonomiana. Folksonomiat ovat käyttäjien itsensä tuottamaa metadataa dokumenteista (Kroski 2005). Folksonomia voidaan Saartin (2009, s. 16) mukaan määritellä ”*käyttäjien luomaksi taksonomiaksi erityisesti verkko-yhteisössä tapahtuvaa dokumenttien kuvailua avainsanojen – tai tagien (tags) kuten verkossa näitä nimitään – avulla.*” Mai (2011) esittää, että ne ovat syntyneet, koska monien ihmisten mielestä useat luokittelutavat edustavat vanhentunutta maailmankuvaa ja että näin ollen heille ei ole olemassa yhtä tiettyä tietoa yhdistävää tarkoitusta tai aktiviteettia. Kuten Saarti (2009, s. 17) toteaa, folksonomiat eivät ole kontrolloituja. Ne ovat joustavia ja mahdollistavat elämyksellisen kokemuksen kuvailun tavoilla, joka ei yleensä ole mahdollista tiukasti säädellyille asiasanoituksille.

Tutkimuksen kohteena olevan Bandcamp-verkkosivuston perustivat vuonna 2007 Ethan Diamond ja Shawn Grunberger. Sivuston tavoitteena oli tarjota varsinkin aloitteleville artisteille ja levy-yhtiöille vaihtoehtoinen julkaisukanava, joka olisi riippumaton suurista toimijoista (Audette-Longo 2017). Perustajien ajatuksena oli luoda alusta, joka on helppokäyttöinen sekä musiikin tekijöille että sen kuluttajille, ja joka ei sisällä mainoksia (Morrisson 2013). Palvelun käyttö on sekä musiikin kuuntelijoille että sen tuottajille

ilmaista. Bandcampin ansaintalogiikka pohjautuu prosenttiosuuteen sen kautta tapahtuvasta äänite- ja tuotemyynnistä. Se kerää provisiona 15% digitaalisista tuotteista ja 10% oheistuotteista, jotka myydään sivuston kautta, sekä tarjoaa lisäksi provisiostaan alennuksen niille artisteille, jotka myyvät riittävän paljon. Muut myyntitulot menevät suoraan artisteille – sivusto tosin ilmoittaa kyseisen osuuden olevan 80–85%, selittämättä mihin puuttuva 5% katoaa (Bandcamp 2019). Sivuston (ibid.) oman ilmoituksen mukaan sitä ovat käyttäneet miljoonat musiikin kuuntelijat, mukana on satoja tuhansia artisteja ja yli 3000 levymerkkiä. Bandcampin sivujen mukaan kuuntelijat ovat maksaneet musiikin tekijöille sen kautta 397 miljoonaa dollaria. Kyseessä siis on, riippumatta kuinka luotettavia sivuston markkinointitiedot ovat, erittäin suosittu musiikin verkkopalvelu, vaikka se onkin varsin pieni verrattuna Spotifyn ja YouTuben kaltaisiin markkinajohtajiin.

Bandcamp ei alun perin sisältänyt mahdollisuutta sisällönkuvailuun, mutta otti sen käyttöön vuonna 2010 (Diamond 2010). Sivusto sallii nykyisin kunkin artistin määrittää itselleen ja teoksilleen kaksi pakollista tietoa (genre ja lokaatio) sekä maksimissaan viisi asiasanaa, arkikielessä *tägiä* tai *tagia* (engl. tag), sekä lisäksi maksimissaan 400 merkkiä pitkän esittäjäkuvauksen (engl. artist bio). Tagit ovat tunnisteita, joilla verkkopalveluissa voidaan kuvata erilaisia asiasisältöjä, jotta käyttäjät helpommin löytäisivät heitä kiinnostavaa sisältöä (Geleijnse, Schedl & Knees 2007). Ne koostuvat tyypillisesti yhdestä tai muutamasta sanasta (Lamere 2008). Tagit eroavat luetteloinnin asiasanoista sillä, ettei useimmissa palveluissa ole minkäänlaista virallista asiasanastoa, joka määrittäisi tagien sisältöä, luonnetta tai kieliopillista muotoa. Ne voivat myös edustaa vain yhden käyttäjän mielipidettä (Geleijnse, Schedl & Knees 2007), tai sisältää epäoleellista tai harhaanjohtavaa tietoa (Levy & Sandler 2007; Nanopoulos et al. 2010). Monelta osin ne kuitenkin käytännössä noudattavat asiasanojen logiikkaa, esimerkiksi musiikin genren ja tuotantolokaation kohdalla. Siksi sovellamme tagivalintojen ymmärtämiseen myös ammatillisen sisällönkuvailun käytäntöjä ja keskusteluja.

Äänitallenteen sisältöä kuvataan kirjastoluetteloinnissa formaateilla, jotka ovat pitkälti strukturoituja. Tärkeimpinä tekijöinä voidaan pitää MARC-tiedostoformaatin käyttöön valittua variaatiota, sekä yhdenmukaistettuja asiasanastoja ja teosnimiä, joiden kohdalla voidaan todeta Suomessa tehdyn todella laadukasta työtä. Tiedot syötetään niille varattuihin kenttiin ja asiasanoja voidaan vakiintuneiden periaatteiden mukaan käyttää loogisina ketjuina, kuten *pop-musiikki : Ruotsi : 1990-luku* (ks. esim. Poroila 2011). Samalla toimintamalli kuitenkin rajoittaa ilmaisua, koska se määrittää hyvin tarkkaan, millainen sisällönkuvailu on missäkin kohdin sallittua.

Vaikka Bandcampin rakenne ei noudatakaan MARC-formaattia, sieltä on huomattavissa saman kaltaista jaottelua tietojen sijainnin suhteen. Osa artisteista kuvailee musiikkiaan myös esittäjäkuvauksessaan, mutta enemmistö keskittyy hyödyntämään tilan kertoen, milloin ja missä yhtye on perustettu, sen jäsenistön, sekä yhtyeen tulevia esiintymisiä. Koska tagit mahdollistavat yksittäisten teosten kuvaamisen, vain harvat artisteista sisällyttävät oman musiikkityylinsä kuvaamista kyseiseen kenttään. Paras tulos löydettävyydessä ilmeisestikin saavutetaan yhdistämällä esittäjäkuvaus sitä tukeviin, mutta erillisiin tageihin (Kolehmainen 2019). On tärkeää, että kuuntelijat vakuuttuvat artistin vilpittömyydestä (Daellenbach, Kuselin & Rodin 2015), sekä siitä että musiikin kuvaus vastaa kuulijoiden odotuksia (Mattsson, Peltoniemi & Järvinen 2010). Artistin itsensä laatimia esittäjäkuvausta ja kappaleiden tageja voidaan monella tapaa verrata kaunokirjallisuuden takakansiteksteihin (vrt. Kivimäki 1992) sekä kirjailijan kuvaukseen teoksen kansilehden sisäpuolella. Niiden tarkoitus on herättää kiinnostusta, määrittää teoksen mahdollinen sopivuus käyttäjälleen, sekä luoda mielikuvaa tekijästä.

Tutkimuksen kysymykset ja sen kohde

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää tapoja, joilla Bandcampia käyttävät suomalaiset muusikot kuvailevat teoksiaan, sekä heidän sisällönkuvailunsa motiiveja ja muusikkojen kokemuksia tagiensa hyödyllisyydestä. Työ ei ota kantaa heidän kykyynsä tai taitoonsa sisällönkuvailijoina millään tapaa. Koska musiikin tekijälähtöistä tagausta ei ole aiemmin tutkittu informaatiotutkimuksessa, lähestymme aihetta ammattimaisen, kirjastoissa ja arkistoissa tapahtuvan musiikin sisällönkuvailun ja asiasanoittamisen teorioiden kautta, rakentaen erityisesti Poroilan ja Mäkelän (1993) sekä Poroilan (2011) näkemysten varaan.

Artikkelin aineisto koostuu 67 vastauksesta, jotka saatiin Bandcampia käyttäviltä suomalaisilta ja/tai Suomessa asuvilta muusikoilta. Ne sisältävät sekä määrällisiä että laadullisia vastauksia. Kyselyn tuloksia analysoimalla vastaamme seuraaviin kolmeen tutkimuskysymykseen:

- 1. Kuinka paljon Bandcampin suomalaiset musiikintekijät panostavat tagien valitsemiseen aikaa ja vaivaa?**
- 2. Minkälaisia motiiveja näillä musiikintekijöillä on tagiensa valitsemiseen?**
- 3. Miten kyseiset musiikintekijät arvioivat tagien valitsemisen merkityksen musiikkinsa levittämisen kannalta?**

Kyselyn tagikategoriat luotiin hyödyntämällä aiempia tutkimuksia aihealueelta, analysoimalla joukkoistettua sisällönkuvailua hyödyntäviä musiikki-palveluita (Soundcloud, Last.fm), tarkastelemalla ammatillisen sisällönkuvailun ohjeita, sekä analysoimalla 200 Bandcampin artistiprofiilin tageja. Lamere (2008) esitti Last.fm-palvelun pohjalta kuutta kategoriaa: genre (genre), tyyli-laji (style), mieliala (mood), levymerkki (recording label), soitinnus (instrumentation) ja konteksti (context). Näistä viimeinen sisälsi myös lokaatiotietoja. Nanopoulos ja kumppanit (2010) lisäsivät niihin vielä luokan mielipide (opinion), joka menee lähelle mielialan kategoriaa, mutta on siitä erillinen. Tätä tutkimusta ja kyselylomaketta varten luotiin yhteensä 15 tagikategoriaa, koska todettiin, etteivät Lameren (2008) tai Nanopouloksen ja kollegojensa (2010) kategoriat olleet riittäviä. Valitut kategoriat olivat:

Tyyllilaji	Genre	Lokaatio
Kieli	Kansallinen tausta	Etninen tausta
Soitinnus	Fysikaaliset ominaisuudet	Historiallisuus
Julkaisija	Kulttuurinen tehtävä	Ideologinen tehtävä
Arkinen tehtävä	Vakaumus	Elämäntapa

Taulukko 1: Havaitut asiansanoituksen kategoriat.

Tyyllilaji ja genre. Näitä kahta kategoriaa on välillä vaikeaa erottaa toisistaan. Bandcampissa on pakollinen pudotusvalikkokenttä, josta artistin on valittava yksi ennalta määrätyistä 27 genreistä musiikilleen (tai muulle audiotuotteelle, kuten puhe-esitykselle, podcastille tai äänikirjalle). Sivuston mukaan valinnan epätarkkuus ei ole ongelma, koska artisti voi täydentää sitä vapaavalintaisilla tageillaan. Poroilan ja Mäkelän (1993) mukaan oikea genre-valinta vaatii perehtyneisyyttä itse musiikkilajiin. Valinta voi myös johtaa kuulijaa harhaan (Poroila 2014). On mahdollista kuulua useisiin genreihin yhtä aikaa, mutta jokainen määritelty genre liittyy teoksen johonkin ryhmään ja traditioon ja on siten arvo- ja odotuslatautunut (ks. esim. Hsu, Hannan & Pólos 2011).

Lokaatio. Lokaatiolla viitataan musiikin toteuttamis- tai julkaisupaikkaan. Bandcamp tarjoaa yhden ”Location”-kentän, mutta kelpuuttaa siihen vain oikeita maan-, osavaltion- ja paikannimiä, joiden on löydettävä Google Mapsista. Tästä johtuen artisti saattaa joutua lisäämään muitakin lokaatiota koskevia tageja, halutessaan esimerkiksi sekä maan että kaupungin näkyviin. Lokaatio on genren ohella erittäin merkittävä tagi, koska se viestii esimerkiksi alueellisista historioista ja ”skeneistä” (Audette-Longo 2017). Ammattimaisessa sisällönkuvailussa artistien tarkkaa kotipaikkaa ei normaalisti kirjata,

mutta julkaisijan kylläkin, jos se on tiedossa tai pääteltävissä (Poroila & Mäkelä 1993). Lähtökohtana voidaan pitää, että ammattimaisessa kuvailussa artistin kotimaa merkitään, mutta kaupunkia ei, paitsi jos teos kuuluu johonkin tietyn kaupungin mukaan nimettyyn genreen tai traditioon (esim. Tampere ja ”manserock”). Bandcampissa sen sijaan on mahdollista mainita yksittäinen kaupunki ja houkutella sen kautta paikallista yleisöä. Rajallinen tagimäärä toisaalta herkästi estää esimerkiksi artistin syntymä- ja asuinpaikkojen listaamisen, mikä voi olla ammattilaisuetteloinnissa hyvinkin tarpeen (vrt. Poroila 2011, s. 158).

Kieli ja artistin etninen tai kansallinen tausta. Ammatillisessa sisällönkuvailussa tietoihin merkitään kappaleen esityskieli, mikäli sellainen on olemassa (Poroila & Mäkelä 1993). Bandcampissakin tämä on mahdollista, mutta varsin harvinaista, varsinkin jos esityskielenä on englanti. Kieli voi siellä myös mennä sekaisin kansallisuutta kuvaavan tiedon kanssa, kuten esimerkiksi ”Japanese”, koska toisin kuin esimerkiksi standardisoiduissa MARC-tietueissa, Bandcampissa ei ole erillisiä kenttiä, jotka toimitaisivat tunnisteina. Siellä ei ole myöskään standardisoituja kirjausmuotoja (esim. ”kuoromusiikki”, mutta ”mieskuorot”), jotka selkiyttäisivät sanojen merkityksiä. Myös artistin etninen tausta on joissakin tapauksissa merkittävä elementti. Sitä laatiessaan artisti on paremmassa asemassa kuin ammatillinen luetteloija, sillä hän tietää itse oman taustansa.

Soitinnus, fysikaaliset ominaisuudet sekä historiallisuus. Ammatillisessa asiansanoituksessa musiikin soitinnusta, eli sen luomiseen käytettyjä äänilähteitä, kuvataan tarkasti ja selkeiden sääntöjen mukaan (Poroila & Mäkelä 1993; Smiraglia & Pavlovsky 1997). Bandcampissa tilanne on huomattavasti vapaamuotoisempi. Esimerkiksi tagilla ”violin” voidaan ilmaista niin sooloviulua kuin viulun tärkeää roolia esimerkiksi rock-yhtyen tuotannossa. Kitaraa tai sähkökitaraa ei sen sijaan merkitä rock-musiikin yhteyteen, koska sen läsnäoloa voidaan pitää kyseisessä genressä itsestäänselvytenä. Musiikin historiallisuuden osalta vuosiluvut vastaavasti viittaavat Bandcampissa paljon yleisemmin genrepiirteisiin (”70s Disco”) kuin tuotantoajankohtaan (”1960-luku”). Näin siksi, että useimmat palvelun käyttäjistä ovat tuoreehkoja artisteja, joilla ei ole vielä vuosikymmeniä omaa tuotantoa.

Julkaisija. Tiettyjen julkaisijoiden, tuottajien ja levymerkkien profilit ovat muodostuneet tavaramerkeiksi ja laadun takeiksi tavoilla, jotka näkyvät myös Bandcampissa. Käyttäjät voivat esimerkiksi etsiä suoraan jonkin tietyn julkaisijan nimellä, artistien sijaan. Tämä mahdollistaa varsinkin tietyissä harvinaisemmissa genreissä (esim. noise) säännöllisen seuraajakunnan myös hyvin pienille toimijoille.

Musiikin kulttuurinen, ideologinen tai arkinen tehtävä. Osaa musiikista määrittää erityisesti sen funktio. Poroilan ja Mäkelän (1993, 129) mukaan yksi musiikin luokitusperuste on musiikin "kulttuurinen tehtävä ja tarkoitus". Musiikin "kulttuurinen tehtävä" on kuitenkin erittäin monitulkintainen käsite. Musiikkikirjastotoiminnan käsikirjassa (1986, 10) "kulttuurinen" määritellään "kulttuuria arvostava, kulttuurin ominaisuuksista lähtevä". Tässä tutkimuksessa kategoria nähtiin järkeväksi jakaa neljään eri alalajiin, sekä selkeyttä että kattavuutta varten. Kaikki alalajeista ovat Bandcampissa runsaasti edustettuina. Ammatillisessa sisällönkuvailussa musiikin funktio, jos sillä on sellainen, merkitään kuvailutietoihin (Smiraglia & Pavlovsky 1997). Esimerkkejä tästä ovat häät ja hautajaiset. Bandcampissa käytetään kuitenkin laajempaa kirjoa funktioita, joten sanojen kuten "wedding" lisäksi on mahdollista löytää runsaasti käyttäjälähtöisiä tageja kuten "workout", "party" tai "studying". Kiinnostavaa on, että myös artistit itse merkkäavat näillä käyttötarkoituksilla musiikkiaan. Ideologinen tehtävä näkyy Bandcampin tageissa kuten "feminist", "political" tai "liberal". Joissakin tapauksissa musiikin ideologinen funktio voi jopa olla itse musiikkia tai sen genreä tärkeämpi asia (Williams 2006).

Vakaumus tai elämäntapa. Artisteilla voi ideologian ohella olla myös muita vakaumuksellisia syitä musiikkinsa tekemiseen. Tämä näkyy jo genressä (esim. gospel, black metal), mutta moni Bandcampin käyttäjästä haluaa vielä alleviivata asiaa, sekä samalla helpottaa musiikkinsa löydettävyyttä kohdeyleisölle. Tageja, joilla artistit ovat kuvanneet vakaumuksellista musiikkiaan, ovat esimerkiksi "christian", "atheist", "rastafari" ja "satanism". Tagit voivat varsinkin tietyissä musiikkigenreissä olla keskeinen uskottavuustekijä. Bandcampissa se näkyy artistien syöttäminä "rappiollisina" tageina (drugs, sex, 420, drinking music, devil worship), tai tageina, jotka tekevät ideologisen pesäeron valtavirtaan (straight edge, spiritual, vegan).

Vaikka selkeä enemmistö Bandcampin tageista noudattaa asiansanastojen kaltaista logiikkaa, sivustolla hyödynnetään myös paljon artistien itsensä luomia sanayhdistelmiä. Koska yksi tagi voi sisältää monta sanaa (yhteensä 32 merkkiin asti), niillä voidaan ilmaista tyyliä tarkemmin, tai osoittaa huumoria, tai tehdä vertauksia. Esimerkkejä tästä ovat esimerkiksi "tampere drug rock" ja "humanist zz top". Näistä jälkimmäinen sisältää myös toisen sivuston erityispiirteen suhteessa ammattimaiseen sisällönkuvailuun: viittauksen tunnetumpaan artistiin kuvauksena siitä, miltä yhtyeen oma musiikki kuulostaa, tai siihen mikä on ollut inspiraationa (esim. tagi "shakespeare"). Käyttöfunktioltaan tämä vastaa tiettyjen kaunokirjallisuuden lukijoiden tapaa kysyä jonkun kirjailijan tyyliä muistuttavia kirjoja (ks. Saarti 1999, s. 35). Nämä

kaikki tagityypit toki myös lisäävät teoksen tai artistin todennäköisyyttä nousta esiin hakukoneissa.

Tutkimuksen toteutus

Tutkimuksen aineisto kerättiin standardoidulla verkkolomakkeella, eli jokaiselta vastaajalta kysyttiin samat kysymykset. Kyselyn kohteeksi valittiin Bandcamp sen erityisen tagirakenteen vuoksi, mutta kyselyssä ei avoimesti painotettu tageja, vaan haettiin Bandcampissa julkaisseita tai julkaisevia artisteja. Tällä pyrittiin välttämään ongelma siitä, että joku jättäisi vastaamatta, koska ei kokisi tietävänsä riittävästi tagauksesta. Tavoitteena oli saada tuloksia, jotka olisi mahdollista sekä analysoida laadullisesti että esittää tilastoina (Vehkalahti 2008). Laadullinen analyysi suoritettiin käyttämällä aineistolähtöistä sisällönanalyysia.

Vastaajia kerättiin erilaisilta suomalaisilta musiikin harrastajien verkkofoorumeilta, kuten muusikoiden.net, imperiumi.net, redrum-187.com, punkinfinland.net sekä erilaisilta musiikin ammattilaisten sekä harrastajien Facebook-ryhmistä: Lappeenrannan soittajat, Mikkelin seudun soittajat ja Joensuun bändit. Linkki kyselylomakkeeseen jaettiin myös Kolehmaisen henkilökohtaisella Facebook-sivulla. Aineisto kerättiin 4.12.2018–14.12.2018 välisenä aikana. Vastauksia saatiin yhteensä 67 itseään musiikintekijäksi määritelleeltä henkilöltä. Vastaukset ovat painottuneet tiettyjen musiikkigenrejen (rock, punk, metalli) suuntaan. Näille genreille on enemmän foorumeita, mistä seurasi, että niillä olleiden ilmoitusten kautta löytyi enemmän vastaajia. Bandcamp näyttää myös olevan erityisen suosittu juuri näiden musiikkilajien piirissä, siinä missä esimerkiksi konemusiikin tai DJ-settien tekijät näyttävät pikemminkin suosivan Soundcloudia.

Kyselylomake jakautui kuuteen osioon. Ensimmäisessä selvitettiin musiikintekijöiden taustatietoja, kuten ikä ja koulutusaste, jotka toimivat olennaisina taustamuuttujina tutkimusaineiston erittelyssä. Toisessa osiossa kerättiin kvantitatiivista tietoa musiikintekijöiden tagien käytöstä. Esimerkiksi kuinka paljon tageja he olivat käyttäneet musiikkinsa sisällön kuvailuun, tai kuinka paljon tagien valintaan oli käytetty aikaa. Kolmannessa osiossa musiikintekijöiltä kerättiin kvantitatiivista dataa siitä, minkälaisia tageja he olivat sisällönkuvailuunsa käyttäneet.

Neljännessä osiossa kerättiin sekä määrällistä että laadullista dataa musiikintekijöiden tagien valitsemisen taustalla vaikuttavista motiiveista. Viidennessä osiossa musiikintekijät arvioivat tagien merkitystä ja omaa sisällönkuvailun osaamistaan valmiiksi annettujen vastausvaihtoehtojen

avulla, joita voitiin analysoida kvantitatiivisesti. Lomakkeen viimeinen, ”Vapaa sana” -osio, oli kyselyn vastaajille täysin vapaaehtoinen osio, jossa he saivat halutessaan kertoa kyselyn herättämistä ajatuksista tai vain antaa palautetta kyselystä.

Taustamuuttujia kartoitettiin neljä: sukupuoli, ikä, koulutusaste ja musiikintekijän ”status” musiikintekijänä. Näistä ensimmäinen osoittautui kuitenkin hyödyttömäksi, koska vastaajajoukko oli erittäin miesvoittoinen, vain yhden vastaajan ilmoittaessa olevansa nainen ja kahden haluavansa olla vastaamatta. Toisaalta, myös miesvaltaisuus itsessään on kiinnostava, joskaan ei yllättävä, havainto. Vastaajien enemmistö oli varsin nuoria, suurimpina ryhminä 25–29v (43%), 30–34v (22%) ja 20–24v (16,4%). Alle 20- ja yli 50-vuotiaita vastaajia ei ollut lainkaan. Tämä, samoin kuin status, kuvastavat hyvin sitä, millaisiin kohderyhmiin ja käyttäjäkuntiin Bandcamp erityisesti vetoaa. Vastaajista 52,2% oli suorittanut perusasteen tai toisen asteen tutkinnon, tai teki parhaillaan toisen asteen tutkintoa. Vain kaksi oli suorittanut pelkän perusasteen, jatkamatta opintoja. 47,8% opiskeli korkeakoulussa tai oli suorittanut alemman korkeakoulututkinnon tai enemmän, mutta vain kahdella oli tutkijakoulutusta. ”Musiikintekijän status musiikintekijänä” tuotti lähinnä vastauksia erilaisilta ei-ammattilaisilta, joista osa mielsi itsensä harrastelijoiksi (61%) ja osa puoliammattilaisiksi (36%). Bandcampilla ei selvästikään ole tarjottavaa suurelle osalle jo paikkansa vakiinnuttaneista musiikkiammattilaisista. Taustamuuttujia käsitellään seuraavassa alaluvussa niillä kohdin, joissa muuttujilla havaittiin olevan merkitystä vastauksiin.

Tagaamisen prosessi ja käytänteet

Bandcampin tageista vain osa kuvailee musiikkia musiikillisista lähtökohdista. Näitä ovat musiikillinen tyyli, esityskieli, alagenre ja soitinnus. Lisäksi voidaan erotella lukuisia erilaisia tagityyppejä, joilla pyritään kuvailemaan musiikkia ulkomusiikillisista lähtökohdista. Esimerkkejä tästä ovat artistin tai yhtyeen kotipaikka, musiikin kulttuurinen funktio ja artistin ideologinen tai uskonnollinen vakaumus, mikäli se heijastuu hänen musiikkiinsa. Tässä artikkelissa tagityypit on kategorisoitu, jotta on mahdollista hahmottaa artistien motiiveja niiden käyttöön. On kuitenkin tärkeää huomioida, että kuuli-joilla voi puolestaan olla hyvin erilaisia funktioita tageille ja niiden valinnoille. Esimerkkinä tästä ovat vaikkapa mielentilat ja tunteet, joita musiikki kuultaessa herättää. Siksi tässä artikkelissa analyysi on rajattu pelkästään artistien itsensä tuottamaan sisällönkuvailuun.

Aika ja vaiva

Tagien syöttöajankohta. Ensimmäisenä musiikintekijöiltä kysyttiin, kuinka kauan on aikaa siitä, kun he ovat viimeksi syöttäneet tageja Bandcamp-artistisivulleen. Tällä kysymyksellä selvitettiin, kuinka ajantasaisia musiikintekijöiden kokemukset tagien syöttämisestä olivat, sekä korreloiko syöttöajankohta millään tavalla sen kanssa, kuinka tärkeinä tagien valintaa pidetään.

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

Tagien syöttämiseen käytetty aika. Vastaajista 91% kertoi käyttäneensä Bandcampin tagien valitsemiseen vain 5 minuuttia, joka oli lyhin mahdollinen vaihtoehto lomakkeessa. Viisi prosenttia vastaajista kertoi käyttäneensä tagien valintaan 15 minuuttia, ja yksi vastaaja ilmoitti käyttäneensä aikaa 30 minuuttia. Yksi vastaaja oli vastannut käyttäneensä tagien valitsemiseen useita tunteja, joka oli pisin mahdollinen vastausvaihtoehto. Taustamuutujilla ei havaittu olevan tilastollisesti merkityksellistä vaikutusta vastauksiin.

Syitä nopeuteen voi olla monia. Ensimmäiset määrittävät tagit syötetään osana artistisivun luomista, ja ne voivat sekä tulla pakollisena yllätyksenä että jäädä ”pois alta” hoidettavaksi osuudeksi kuvien ja kappaleiden lataamisen lomassa. Moni artisti myös tietää valmiiksi musiikkinsa oletettavan genren, oman lokaationsa ja keskeiset vaikutteensa. Hän on voinut pohtia niitä jo pitkään ennen sanallistamista tageiksi, sekä katsoa mitä tageja muut samantyyppiset artistit ovat käyttäneet Bandcampissa tai jossakin muussa palvelussa. Lyhyt aika kuitenkin nostaa esiin myös eräitä mielenkiintoisia kysymyksiä, joihin palaamme analyysiosuudessa.

Tagien määrä. 93% vastaajista oli sitä mieltä, että viisi vapaavalintaista tagia oli heille itselleen sopiva määrä. Noin neljännes silti kannatti muille mahdollisuutta käyttää tarvittaessa enemmän, eli 10–15 tagia. Noin 43% vastaajista oli käyttänyt kaikki viisi tagia. Toisin kuin olisi voinut olettaa, tagien käyttö oli runsainta ikäryhmässä 30–39 vuotiaat ($n=22$) jotka käyttivät keskimäärin 4,1 tagia. 20–29 vuotiailla ($n=40$) keskiarvo oli 3,4. Yli 40-vuotiaalla keskiarvo putosi selvästi jo alle kolmen.

Vastaavasti ehkä myös koulutustaso korreloi tagien määrän kanssa. Toisen asteen tutkintoa opiskelevat tai sen suorittaneet ($n=33$) tyytyivät kuvaamaan musiikkia 2,8 vapaavalintaisella tagilla, kun taas alemman korkea-asteen suorittaneet ja opiskelijat ($n=23$) käyttivät tageja keskimäärin jopa 4 kappa-

letta ja ylemmän korkea-asteen tai tutkijakoulutuksen suorittaneet tai opiskelijat (n=9) sanoivat käyttäneensä keskimäärin 4,6 vapaavalintaista tagia. Puoli-ammattilaisiksi itsensä määritelleet (n=24) käyttivät keskimäärin 0,3 tagia enemmän kuin harrastelijat (n=41). Otosten kokoeron takia tästä tuloksesta ei kuitenkaan voida tehdä yleistyksiä.

Lähteet. Toisin kuin tutkimuksen alussa oletimme, tämä kategoria osoitautui ylivoimaisesti ongelmallisimmaksi. Kyselykaavake tiedusteli ainoastaan sitä, mitä mahdollisia lähteitä tagivalinnassa käytettiin, mutta ei siihen käytettyä aikaa. Kysymyksen tarkoituksena oli mitata sitä, olivatko vastaajat motivoituneita käyttämään tagivalintoihin huolellisuutta ja vaivaa, mutta analyysin aikana tuli selväksi, että se oli riittämätön raja. Kyselyn muotoilu ei tuottanut riittävää tulosta syvyydestä, jolla valintoihin paneuduttiin. Tästä huolimatta on mahdollista tehdä joitakin selkeitä havaintoja.

92,5 prosenttia vastaajista ilmoitti käyttäneensä tagien valinnassa apuna jotain lähdettä. Lisäksi jopa 23,9 prosenttia eli lähes neljännes vastaajista ilmoitti käyttäneensä tagien valinnassa apuna vähintään kolmea erilaista lähdetyyppiä. Tämä määrä on suuri etenkin siihen nähden, että 91 prosenttia kyselyn vastaajista arvioi käyttäneensä tagien valitsemiseen aikaa vain noin 5 minuuttia. 35,8 prosentille eli reilulle kolmannekselle vastaajista riitti vain yksi lähdetyyppi. 7,5 prosenttia vastaajista ei ollut käyttänyt tagien valinnassa apuna minkäänlaisia lähteitä, kun joukkoon lisättiin myös vastaaja, joka oli ilmoittanut ainoaksi käyttämäkseen lähteeksi ”oman pään”.

Kuvio 1: Tagien valinnassa käytetyt lähdetyypit.

Kuvio 1 nostaa esiin tulosten ensimmäisen ja keskeisimmän ongelman. Vastaajista 37 ilmoitti käyttäneensä valintaan jotakin musiikin asiasanastoa, mutta huomioiden ajankäyttönsä ”5 minuuttia” valinneiden 91% vastaajajoukon, tuloksissa on selkeä ristiriita. Lisäksi kyseessä on lähdetyyppi, joka oli selkeästi yleisin niiden vastaajien joukossa, jotka sanoivat käyttäneensä vain yhtä lähdettä. Oletamme, että kyseessä on ikään kuin musiikintekijöiden meta-arvaus, heidän käytettyään esimerkiksi genre- ja/tai soitinnussanastoa, jonka he ovat olettaneet löytyvän myös ammattimaisen sisällönkuvailun asiasanastoista.

Lähes yhtä moni vastasi käyttäneensä tagien valinnassa apuna joko muita Bandcamp-artistisivuja (41,8%) tai henkilölähteitä (40,3%). Muiden samankaltaisten artistien sivut ovat luonteva lähde, koska ne ovat tageja syöttäessä helposti saatavilla (vrt. Huvila 2016; Haider & Sundin 2019). Lisäksi monilla musiikintekijöillä on varmasti halu tarkastaa muilta artistisivuilta, miten niillä on otettu huomioon Bandcampin mahdolliset tagauskonventiot. Monet vastaajista myös ilmoittivat käyttäneensä lähteinä muita musiikkisivustoja, kuten Soundcloudia ja Last.fm:ää, sekä Wikipediaa ja kuuntelijoiden luokittelu- ja arvostelupalvelua Rate Your Music.

Myös henkilölähteet olivat suosittuja, erityisesti huomioitaessa, että Bandcampin sisällön kohdalla ne sisältävät myös tagit kirjaavan artistin yhteytoverit, jotka ovat luonnollisia mielipiteenmäärittäjiä kuvattaessa yhtyeen musiikkia. Arkisissa tiedonhankinnan tilanteissa on myös muutenkin varsin tyypillistä kääntyä muiden ihmisten puoleen formaalimpien tiedonlähteiden sijasta, varsinkin alkuvaiheessa (Ellis 1989; ks. myös. Savolainen 1995; McKenzie 2003).

Tagien vaihtaminen. Vain 22% vastaajista oli vaihtanut tageja sivullaan, mikä on huomattavan pieni prosentti huomioiden, että enemmistö tageista syötetään sivua perustettaessa. Heistä lähes yhdeksän kymmenestä kykeni nimeämään ainakin yhden syyn vaihtoon.

”Tarkensin alkuperäisiä, hieman hätäisesti keksittyjä tageja.”

”Jotta tietyn marginaaligenren harrastajat voisivat löytää musiikkiani.”

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

Keskeinen syy tagien vaihtoon oli musiikin määrittelyn tarkentaminen, jotta potentiaaliset kuulijat löytäisivät sen helpommin. Kaksi vastaajista oli myös käyttänyt lisää tageja, määritellen kunkin kappaleensa tarkemmin kuin mitä artistikuvauksessa luki.

Valinnan motiivit ja merkitys

Tagien luotettavuus. Tagien valinnan motiivit keskittyivät kapeaan joukkoon teemoja: musiikin löydettävyyttä, uusien kuulijoiden tavoittelu, haettu estetiikka ja tagien eri kategorioiden hyödyntäminen. On hyvin oleellista erottaa toisistaan kaksi ensimmäistä näistä tavoitteista. Löydettävyydessä vastaajien tavoitteena oli kuvata sisältöä mahdollisimman osuvasti, jotta siitä kiinnostuneet henkilöt löytävät artistin musiikin riittävän helposti. Kuulijoiden tavoittelussa tarkoituksena puolestaan oli houkutella uusia kuulijoita, riippumatta siitä, olivatko nämä kiinnostuneita juuri kyseisestä genrestä.

Näissä kahdessa strategiassa oli havaittavissa aineiston pohjalta selkeitä eroja. Löydettävyyttä painottaneet artistit valitsivat tarkkoja alagenrejä ja tyyllilajeja, sekä tarvittaessa myös aatteellisia tai provokatiivisia tageja. Suurempaa kuulijakuntaa hakeneet henkilöt puolestaan hyödynsivät laajempia genrekategorioita, välttelivät tageja, jotka voisivat vieraannuttaa osan potentiaalisista kuulijoista ja yhdistelivät aktiivisesti eri genrejä, kuten vaikkapa ”rock”, ”punk” ja/tai ”metalli”.

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

Vastaajista 68,7% sanoi valinneensa tageja parantaakseen löydettävyyttä ja 59,7% kasvattaakseen kuulijamääriä. 55,2% ilmoitti yrittäneensä tehdä molempia, mikä vastaa varsin tarkkaan osuuksien potentiaalista päällekkäisyyttä. Tulos tuottaa kuitenkin hienoisia ongelmia, kun huomioidaan, että 28,4% ei omien sanojensa mukaan pyrkinyt kumpaankaan. Syitä haluttomuuteen voivat olla esimerkiksi ei-kaupallinen ajattelu sekä puutteellinen ymmärrys tagien toimintaperiaatteista, joka näkyi myös osasta avovastauksia. Tästä tulosten yhdistelmästä voimme joka tapauksessa olettaa, että vastaajien enemmistö on suurelta osin käyttänyt molempia strategioita ja että he ovat kykeneviä kuvaamaan erilaisia valintaperiaatteita, joilla kyseiset strategiat heidän mielestään toimivat. Lisäksi oli havaittavissa, että puoliammattilaiset olivat selkeästi harrastelijoita aktiivisempia sekä löydettävyyttä kuulijoidenhankintapyrkimyksissä.

Ammatillisessa sisällönkuvailussa on erittäin tärkeää välttää harhaanjohtavia tai virheellisiä asiasanoja (Poroila 2011, s. 89). Folksonomioita eivät

kuitenkaan koske samat säännöt. Vastaajista 58% ei ollut koskaan käyttänyt harhaanjohtavia tageja houkutellakseen kuulijoita, 4% ilmoitti käyttäneensä niitä ja 34% jätti kokonaan vastaamatta kysymykseen. Vastauksista erottui, että harhaanjohtaminen koettiin teeskentelynä, joka tuntui vastenmieliseltä tai riskialttiilta oman alakulttuuriuskottavuuden kannalta. Näkemys tiivistyy hyvin erääseen avoimista vastauksista: *”Olen tätäkin kokeillut huumorimielessä, mutta se ei tunnu hyvältä. Aitouden estetiikka on lopulta hyvin tärkeää.”*

Tavoiteltu estetiikka. Juurikin estetiikka vaikuttaa olleen monen valinnan juurisyyinä, mutta ei kaikkien. Kolehmaisen (2019) tekemässä taustaselvityksessä noin 200 Bandcampin suomalaisesta artistisivusta havaittiin selkein tekijöinä huumori, huolimattoman vaikutelman viestiminen, ”asenne” sekä tietty kustannustehokkuus, jota voidaan ehkä parhaiten kuvailla minimalisminä. Tätä koskeissa kysymyksissä 32,8% osallistujista jätti kuitenkin kokonaan vastaamatta, joten tulosta ei voida pitää täysin luotettavana. Noin viidennes vastaajista sanoi panostaneensa huumoriin ja huolimattomaan vaikutelmaan, joiden tarkoitus oli herättää sopivan rento ja tyyliin sopiva mielikuva.

”Tavoittelin huolimatonta ja välinpitämätöntä vaikutelmaa. Olihan kyse sentään nihilistisistä punk-yhtyeistä.”

”Rokki meno on tärkeä.”

Varsinaisten vastaustenkin ulkopuolelta, sekä myös pohjakartoituksesta, voidaankin vahvasti olettaa, että useassa kohden genreen sopivan imagon luominen on ollut monille artisteille tärkeä osa tagausprosessia, silloinkin kun sen ensisijaiseksi syyksi annetaan esimerkiksi löydettävyyys. Musiikin tekeminen on imagollinen asia, jossa kuvattu genre ja erilaiset alakategoriat ovat usein viestejä paitsi itse musiikista, myös tuottavat mielikuvaa sen tekijöistä ihmisinä. Tässä kohden, vaikka useimmat Bandcampin artisteista eivät ole päätoimisia ammattilaisia, tilanne rinnastuu haluun luoda ”autenttista” uraa tekemättä liikaa kompromisseja (esim. Peterson 2005; Svejenova 2005). Samaa on havaittu esimerkiksi indie-pelintekijöiden kohdalla (esim. Juul 2019), joihin Bandcampin artistit on luontevaa rinnastaa.

Keskustelu

Aineistosta nousee vahvasti esiin, että kolme tagikategoriaa – musiikkityyli, alagenre ja lokaatio – olivat selkeästi muita suositumpia ja niitä käytettiin myös aktiivisesti yhdessä. Näiden kolmen tagityypin prosenttiosuus oli jokai-

sella yli 50% vastaajista, kun taas muista korkeimmat käyttömäärät olivat 17% tai vielä vähemmän. On myös tärkeää huomioda, että osalle artisteja viiden tagin raja on väistämättä ollut haastava, varsinkin jos heidän musiikkinsa on ollut useisiin genreihin asettuva, tai niitä yhdistelevä, esimerkiksi “punk” ja “metal” tarpeellisine alakategorioineen.

Kategoriasta “Uskonnollinen tai filosofinen vakaumus” tageja oli valinnut 11,9% ja kategorioista “Musiikin kulttuurinen tai ideologinen tehtävä” sekä “Lifestyle/elämäntavat” oli molemmista tageja valinnut 9% vastaajista. Vaikka prosenttiosuudet ovat näissä sinällään pieniä ja kategoriat ovat ehkä osittain päällekkäisiä, ne osoittavat että aatteellis-elämäntavallisuudella on silti selkeä rooli musiikin kuvauksessa huomattavalle osalle Bandcampin artisteista. Useat heistä olivat käyttäneet useampaa kuin yhtä edellä mainituista kategorioista, tai jopa kaikkia. Toisaalta esimerkiksi musiikin käyttöfunktio ei sen sijaan saanut kuin yksittäisen myönteisen vastauksen.

Tageja jossakin määrin hyödyllisinä löydettävyydelle piti 41,8% ja kuulijoiden saamiselle 43,3%. Tulos on erittäin merkittävä metadatan käytön suhteen, erityisesti koska vain muutama prosentti piti niitä merkityksellisinä kyseisiin tavoitteisiin – tai toisaalta yhtä harvoin paljon merkitsevinä. Lisäksi 23,9% totesi tämän tutkimuksen inspiroineen heitä valitsemaan uudelleen tagejaan, mikä kertoo sekä valintaperiaatteiden laajuuden hahmottamisesta että toisaalta siitä, että suuri enemmistö vastaajista oli yhä riittävän tyytyväisiä aiempiin valintoihinsa. Pieni mutta selkeä vähemmistö vastanneista tosin totesi suoraan, ettei ole koskaan ymmärtänyt, miten tagit toimivat.

Tulosten rajallisuudessa on huomioitava sekä sukupuolijakauma että ongelmalliset vastaukset, joiden prosenttiosuudet eivät täsmää, tai joiden tulokset ovat epäluotettavia. Kyselylomakkeessa olisi selkeästi pitänyt vaihtoehdon “musiikin asiansanastot” perään ehdottomasti lisätä esimerkkinä nimeltä jokin musiikin asiansanasto, tai mielellään useampi. Samalla tavalla olisi pitänyt menetellä vastausvaihtoehdon “muut asiansanastot” kanssa, vaikka vastaukset sen käyttämisestä apuna tagien valinnassa eivät ole yhtä epäuskoittavia. On kuitenkin syytä arvioida, että ainakin osa vastaajista on ymmärtänyt nämä vastausvaihtoehdot väärin. Osa on myös saattanut sisällyttää tagien kaltaista tietoa sivuston tarjoamaan 400 merkin ”Artist Bio” -osuuteen, mutta jättänyt sen huomioimatta vastatessaan kyselyyn.

Näistä haasteista huolimatta asiansanastojen käytöllä voidaan olettaa olleen vähintäänkin epäsuoraa vaikutusta. Niiden logiikkaa näytetään seuraavan yhä myös kirjastojen ulkopuolella, kenties koska monet musiikkiharrastajista ovat joko käyttäneet kirjastojen musiikkikokoelmia, tai ainakin suoratoistopalveluja, joiden sisällönkuvailuperiaatteissa on havaittavissa selvää vaikutusta kirjastojen formaattikäytännöistä, vaikka niistä usein puuttuukin

asiasanojen ketjutus. Tätä alleviivaa myös vastausten suhde: jos 91% vastanneista oli käyttänyt valintoihinsa alle viisi minuuttia, heillä voidaan olettaa olleen vahvoja pohjakäsityksiä sopivista sanoista, vaikka vastaus sellaisenaan onkin ristiriidassa mm. asiasanastojen käyttöä koskevien numeroiden kanssa. Jatkotutkimuksissa on syytä selvittää siis myös, millaisten taustatietojen varassa tagausvalintoja tehdään. Kuten Pharo ja Järvelin (2006) ovat havainneet, ihmisillä on luontainen taipumus suosia muutamia lähteitä yli muiden. On siis syytä selvittää, mitkä ne lähteet tagauksen kohdalla todella ovat.

Johtopäätökset

Olemme tässä artikkelissa käsitelleet Bandcamp-palvelussa tapahtuvien tagien valintaa. Aihe on tärkeä musiikin harrastajaluetteloinnin logiikkojen ymmärtämisen kannalta ja tuottaa uutta tietoa siitä, miten musiikin asiasanoitus käyttäjälähtöisesti koetaan, ainakin omaa tuotantoaan kuvailevien harrastaja-artistien itsensä perspektiivistä. Se liittyy laajemmin myös kysymyksiin esimerkiksi kuvailuformaattien vaikutuksesta harrastajien kirjaamien tietojen priorisointiin rajallisen tietuemuodon sisällä, tässä tapauksessa vain viiteen tagiin, pakollisiin tietoihin, sekä artist bio -kenttään (vrt. Harviainen & Björk 2018), mediaa kuvaavan metadatan käyttöperiaatteisiin (esim. Lee & Waterman 2012; Lee, Clarke & Perti 2015), sekä varsinkin käyttäjälähtöiseen, vapaamuotoiseen sisällönkuvailuun ja asiasanoitukseen, eli folksonomiaan (esim. Saarti 2009).

Myös sisällönkuvailun taustalla piilevien motiivien erittely on tärkeää, koska kuvailijan rooli ei kuitenkaan yksiselitteisesti aina määrittele motiivia, vaikka se usein onkin selkeä. Ammatikseen sisällönkuvailua tekevällä on yleensä selkeä tavoite työllään mahdollistaa sisältöjen helppo säilytys ja löydettävyyttä (esimerkiksi tieto- ja muistiorganisaatiot: kirjastot, arkistot sekä museot) tai lisätä sisältöjen houkuttelevuutta taloudellisia voittoja tai näkyvyyttä tavoitellakseen (kaupan, myynnin ja markkinoinnin ala). Luomalla sisällönkuvailulle huolella valittuja standardeja, eri motiiveistakin lähtöisin oleva sisällönkuvailu voidaan kuitenkin valjastaa niin, että se tuottaa lähes poikkeuksetta hyödyllistä kuvailutietoa.

Bandcamp on tässä jo melko esimerkillinen toimija, koska siellä musiikille on pakko asettaa vähintään sitä kuvaava sijainti ja tyyli (muuten musiikkia ei voi sivulla julkaista). Sivusto myös kannustaa käyttäjiään tagaamaan. Kuten Bandcampin toinen perustaja Diamond (2010) kirjoituksessaan sanoo, tagaaminen hyödyttää kaikkia osapuolia. Musiikki on helpommin löydettävissä siitä kiinnostuneille kuuntelijoille. Artistit saavat musiikkinsa siitä kiinnostu-

neiden ulottuville ja Bandcamp sekä artistit saavat sitä enemmän tuloja, mitä enemmän kuuntelijoita he tavoittavat. Samalla syntyy kuvailutietoja ilman ammattimaisen sisällönkuvailun vaatimia resursseja – eli pienellä vaivalla ja ”ilmaiseksi”. Kun löydetään tällaisia toimivia käytäntöjä vapaaehtoisen sisällönkuvailutyön lisäämiseksi, niitä voidaan myös soveltaa erilaisten sisältöjen kanssa.

On kuitenkin myös huomioitava nykyiset markkinat ymmärtävä, aineistosta nouseva ”bändi markkinoi itseään parhaiten lavalla” -asenne. Tagit ovat vain yksi, vaikkakin huolella huomioitu, keino tavoittaa kuulijoita. Muita keinoja voivat olla esimerkiksi menestyneen levy-yhtiön markkinointi tai aktivistiverkostossa tapahtuva viraalinen viestintä. Tägeilla on selkeä osuutensa artistien näkyvyydessä tässä tutkimuksessa analysoidulla foorumilla, mutta se on todennäköisesti vain osa kokonaisuutta.

Asiasanoituksen kannalta on kuitenkin oleellista myös hahmottaa, että tagit edustavat kiinnostavalla tavalla musiikin tekijöiden omaa logiikkaa hahmottaa teoksiaan ja siten tekijälähtöistä folksonomiaa. Niitä olisi siksi mahdollista hyödyntää myös ammattimaisessa sisällönkuvailussa. Seuraava askel sitä ennen olisi kuitenkin tutkimus siitä, missä määrin musiikin kuluttajat kokevat tagit ja ammattilaistuotetun metadatan hyödyllisiksi. Näin niitä voidaan sopivilla tavoilla painottaa jatkossa.

Kiitokset

Tämä artikkeli pohjautuu Niko Kolehmaisen julkaisemattomaan pro gradu -työhön (2019). Kirjoittajat haluavat kiittää Heikki Keskustaloa sekä hyödyllisistä kommentteista koskien kyseistä opinnäytettä että parannusehdotuksista tähän artikkeliin, sekä *Informaatiotutkimuksen* arvioitsijoita heidän erittäin hyödyllisistä lausunnoistaan. Harviainen haluaa lisäksi kiittää Urpo Hartikaista, Heikki Poroilaa ja Tommi Viitamiestä sekä Helmetin musiikin luetteloinnin keskustelulistan muita jäseniä huolellisesta perehdytyksestä musiikkiaineistojen sisällönkuvailun erityispiirteisiin vuosina 2012–2015.

Lähteet

- Audette-Longo, M. (2017). Hear the world's sounds: Locality as metadata in two music platforms. *Imaginations*, 8(2), 64–73.
- Bandcamp: About us. (2019). Verkkosivu. Viitattu 5.7.2019: <https://bandcamp.com/about>
- Daellenbach, K., Kusel, R., & Rod, M. (2015). The ties that bind? Online musicians and their fans. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 27(2), 168–190.
- Diamond, E. (2010). “Oh No, Not Another Music Community!” *The Bandcamp Blog*. Viitattu 5.7.2019: <https://daily.bandcamp.com/2010/02/11/oh-no-not-another-music-community/>
- Ellis, D. (1989). A behavioural approach to information retrieval system design. *Journal of Documentation*, 45(3), 171–212.
- Geleijnse, G., Schedl, M., & Knees, P. (2007). The quest for ground truth in musical artist tagging in the social web era. *Austrian Computer Society (OCG)*. Viitattu 5.7.2019: <https://pdfs.semanticscholar.org/0b69/47f38acbd12e8818ffeeafe0cd2ceee9c711.pdf>
- Haider, J. & Sundin, O. (2019). *Invisible search and online search engines. The ubiquity of search in everyday life*. New York, NY: Routledge.
- Harviainen, J. T. & Björk, B.-C. (2018). Genealogy, GEDCOM, and popularity implications. *Informaatiotutkimus*, 37(3), 4–14.
- Hsu, G., Hannan, M. T. & Pólos, L. (2011). Typecasting, legitimation, and form emergence: A formal theory. *Sociological Theory*, 29(2), 97–123.
- Huvila, I. (2016). Affective capitalism of knowing and the search engine. *Aslib Journal of Information Management*, 68(5), 566–588.
- Juul, J. (2019). *Handmade pixels: Independent video games and the quest for authenticity*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Kivimäki, S. (1992). Takakansi romaanin tuoteselosteena: kotimaisten romaanien takakansitekstit vuosina 1930–1989. *Kulttuuritutkimus*, 9(4), 12–23, 48.
- Kolehmainen, N. (2019). *Tagien mahdollisuudet musiikintekijöiden näkökulmasta*. Pro gradu -työ, Tampereen yliopisto.
- Kroski, E. (2005). The hive mind: Folksonomies and user-based tagging. Viitattu 5.7.2019: <http://web20bp.com/13f1b6019/wp-content/uploads/2013/03/The-Hive-Mind-Folksonomies-2005.pdf>
- Lamere, P. (2008). Social tagging and music information retrieval. *Journal of New Music Research*, 37(2), 101–114.
- Lee, J.-H., Clarke, R. I., & Perti A. (2015). Empirical evaluation of metadata for video games and interactive media. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 66(12), 2609–2625.
- Lee, J.-H. & Waterman, N. M. (2012). Understanding user requirements for music information services. *13th International Society for Music Information Retrieval Conference*.
- Levy, M. & Sandler, M. (2007). A semantic space for music derived from social tags. *Austrian Computer Society*.
- Mai, J.-E. (2011). Folksonomies and the new order: Authority in the digital disorder. *Knowledge Organization*, 38(2), 114–122.
- Mattsson, J. T., Peltoniemi, M., & Parvinen, P. M. T. (2010). Genre-deviating artist entry: The role of authenticity and fuzziness. *Management Decision*, 48(9), 1355–1364.

- McKenzie, P. J. (2003). A model of information practices in accounts of everyday-life information seeking. *Journal of documentation*, 59(1), 19–40.
- Morrison, J. (2013). *Easy listening* (2nd ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Nanopoulos, A., Rafailidis, D., Symeonidis, P., & Manolopoulos, Y. (2010). MusicBox: Personalized music recommendation based on cubic analysis of social tags. *IEEE Transactions on Audio, Speech, and Language Processing*, 18(2), 407–412.
- Peterson, R. A. (2005). In search of authenticity. *Journal of Management Studies*, 42(5), 1083–1098.
- Pharo, N. & Järvelin, K. (2006). ‘Irrational’ searchers and IR-rational researchers. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 57(2), 222–232.
- Poroila, H. (2011). *Asiakasta ajatellen: ajatuksia hyvästä musiikin dokumentoinnista*. Helsinki: Suomen musiikkikirjastoyhdistys.
- Poroila, H. (2014). Vaikea ja vielä vaikeampi musiikin sisällönkuvailu. Seminaariesitys. Helsinki: Kansalliskirjasto. Viitattu 5.7.2019: https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/102252/Sisa%CC%8811lo%CC%88nkuvailuseminaari_20141120_Po-roila.pdf?sequence=2
- Poroila, H. & Mäkelä, K. (1993). *Musiikin luettelointi ja sisällönkuvailu*. Helsinki: Suomen musiikkikirjastoyhdistys.
- Saarti, J. (1999). *Kaunokirjallisuuden sisällönkuvailun aspektit: kirjastoammattilaisten ja kirjastonkäyttäjien tekemien romaanien tiivistelmien ja asiasanoitusten yhdenmukaisuus*. Oulu: Oulun yliopisto.
- Saarti, J. (2009). Folksonomiat ja kontrolloidut sanastot kaunokirjallisuuden kuvailussa. *Informaatiotutkimus*, 28(1), 14–18.
- Savolainen, R. (1995). Everyday life information seeking: approaching information seeking in the context of “way of life”. *Library & Information Science Research*, 17(3), 259–294.
- Smiraglia, R. P. & Pavlovsky, T. (1997). *Describing music materials: A manual for descriptive cataloging of printed and recorded music, music videos, and archival music collections, for use with AACR 2 and APPM* (3. ed, rev. and enl.). Lake Crystal (Minn.): Soldier Creek Press.
- Suominen, V., Saarti, J., & Tuomi, P. (2009). *Bibliografinen valvonta: Johdatus luetteloinnin ja sisällönkuvailun menetelmiin*. Helsinki: BTJ.
- Svejenova, S. (2005). ‘The path within the heart’: creating the authentic career. *Journal of Management Studies*, 42(5), 947–974.
- Vehkalahti, K. (2008). *Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät*. Helsinki: Tammi.
- Williams, J. P. (2006). Authentic identities: Straightedge subculture, music, and the internet. *Journal of Contemporary Ethnography*, 35(2), 173–200.