

Opinnäytetyö (YAMK)

Kulttuuriala

Media- ja kulttuuriyrittäjyys

2020

Tuuli Meriläinen

# INSTAGRAMIN HYÖDYT KUVATAITEILIJOILLE

– Instagramista näkyvyyttä ja myyntiä

Tuuli Meriläinen

# INSTAGRAMIN HYÖDYT KUVATAITEILJOILLE

## Instagramista näkyvyyttä ja myyntiä

Tässä opinnäytetyössä tarkastelen kuvataiteilijoiden Instagramin käyttöä. Tavoitteena oli selvittää mitä hyötyjä taiteilijoille on Instagram-tilistä, joka esittelee heidän taidettaan.

Tarkastelin Instagramin eri hyötyjä kuvataiteilijoille tutkimuksia ja lehtiartikkeleita lähteinä hyödyntäen. Näistä kävi ilmi, että museot, taidegalleriat sekä taiteen keräilijät etsivät kasvavissa määrin taiteilijoita ja taidetta Instagramin kautta. Tämän ansiosta taiteilijoilla on hyvät verkostoitumismahdollisuudet Instagramissa sekä mahdollisuus löytää ostajia teoksilleen. Taiteen nettikauppa on kasvanut maailmanlaajuisesti ja Instagramin rooli siinä on merkittävä. Nettikauppa on voimakkaassa kasvussa myös Suomessa, ja taiteen nettikaupat käyttävät Instagramia aktiivisesti. Galleriat sekä taiteilijat myyvät teoksiaan suoraan Instagramin kautta asiakkailleen.

Osana opinnäytetyötäni olen pyrkinyt kehittämään omaa Instagram-tiliäni. Aloitin Instagram-tilin kehittämisen keväällä 2019. Kirjoitin julkaisujeni tiedot excel-tilukoksi ja viimeisimmät julkaisut ovat lokakuulta 2020. Tarkastelin julkaisujeni tykkäysmäärän keskiarvoa, näkyvyyttä sekä teosmyyntiä arvioidessani Instagram-tilini hyötyjä tällä ajanjaksolla. Hyödyiksi huomasin teosmyyntini kasvamisen, näkyvyyden sekä oman tekemisen rytmittymisen. Instagramista oli myös hyötyä näyttelyn markkinoinnissa.

Opinnäytetyötäni varten tein myös kyselyn Instagramissa toimiville kuvataiteilijoille. Kyselystä kävi ilmi suomalaisten taiteilijoiden enimmäkseen positiivinen suhtautuminen Instagramiin. Instagram koettiin helpoksi alustaksi käyttöä ja se palveli hyvin heidän tarpeitaan. Ongelmalliseksi mainittiin Instagramiin käytettävä aika, monet viettivät Instagramissa enemmän aikaa kuin olisivat halunneet.

## ASIASANAT:

Instagram, kuvataiteilija, sosiaalinen media, taiteenmyynti, markkinointi

MASTER'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Master's Degree in Culture and Arts, Cultural and Media Entrepreneurship

2020 | 36, 4

Tuuli Meriläinen

# ADVANTAGES OF INSTAGRAM FOR VISUAL ARTISTS

## Using Instagram to promote art and increase sales

In my thesis I study how professional artist use Instagram. My objective was to find what are the advantages of owning professional artist Instagram page.

Research show that museums, art galleries and art collectors prefer Instagram when looking for new artist and artworks. Because of this artist have a good chance to make connections to museums and galleries through Instagram. Artist can also find buyers for their art works via Instagram. Also, online sales have grown rapidly around the globe and Instagram plays a big part in it. Online art sales are also growing in Finland. Many Finnish online art platforms use Instagram to promote art.

As a part of my thesis I developed my artist page in Instagram. I started developing my page in June 2019. I recorded data on my Instagram posts in an excel spreadsheet and my latest post in excel is from October 2020. To find out if I succeeded at developing my Instagram page I focused on likes, reach of my posts and art sales via Instagram. I noticed that my art sales grew and my art works got more audience. Instagram affected positively my working by making it more regular. Instagram was useful at promoting exhibitions.

I conducted a survey of Finnish artist who are active in Instagram. The survey I learned that artists generally have positive attitude towards Instagram. Instagram was regarded as easy to use and was practical to use. Many artist spend more time in Instagram than they wanted.

### KEYWORDS:

Instagram, visual artist, social media, art sale, marketing

# SISÄLTÖ

<b>SANASTO</b>	<b>5</b>
<b>1 JOHDANTO</b>	<b>7</b>
<b>2 INSTAGRAMIN HYÖDYT JA HAITAT TAITEILIJOILLE</b>	<b>8</b>
2.1 Taiteilijat Instagramissa	8
2.2 Teosvarkaudet Instagramissa	8
2.2 Sosiaalisessa mediassa tapahtuva kansainvälinen taidekauppa	9
2.3 Instagramin käyttö Suomen taidepiireissä	10
<b>3 TEOSTEN MYYNTI INSTAGRAMISSA</b>	<b>12</b>
<b>4 NÄYTTELYN MARKKINOINTI</b>	<b>13</b>
4.1 Perinteinen näyttelyn markkinoiminen	13
4.2 Näyttelyn markkinoiminen Instagramissa	14
4.3 Omien Instagram sivujen luominen näyttelylle	16
<b>5 NÄKYVYYS</b>	<b>17</b>
5.1 Vuorovaikutuksen merkitys näkyvyyteen	17
5.2 Hyvä julkaisu	19
5.3 Sisällön lisääminen	20
5.4 Värien vaikutus tykkäysten määrään	21
5.5 Julkaisujen aiheet	25
5.6 Aikataulutus	25
5.7 Hashtagit	28
5.8 Henkilökohtaisen Instagram-tilini kehittämisen hyödyt ja haitat	29
<b>6 KYSELY INSTAGRAMISSA TOIMIVILLE TAITEILIJOILLE</b>	<b>30</b>
<b>8 YHTEENVETO</b>	<b>34</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>35</b>

## LIITTEET

Liite 1. Taulukko, Instagram-julkaisujen tiedot ajalta 25.1.2019–12.10.2020

## TAULUKOT

Taulukko 1. Värienkäyttö teoksissani 22

## KUVAT

Kuva 1. Näyttelyn markkinointi.	15
Kuva 2. Näyttelyn markkinoinnin teoskuva.	15
Kuva 3. Tarrat.	18
Kuva 4. Yleisilme omalla Instagram-tililläni.	20
Kuva 5. Inctober haasteen ensimmäinen teos.	23
Kuva 6. Inctober-maalaus Freeze.	24
Kuva 7. Punarinnan laulu.	27

## KUVIOT

Kuvio 1. Sprout social (Arens 2020)	26
Kuvio 2. Kysymys 9. Oletko saanut Instagramin kautta tilaustöitä, työtarjouksia tai gal- leriakontakteja? Vastaajien määrä: 34	26

# SANASTO

<b>Algoritmi</b>	Esimerkiksi tietokoneohjelmalle annettu täsmällinen toimintaohje, jonka avulla se toimittaa halutun asian.
<b>Tarinat</b>	Instagramin ominaisuus, jolla voi lisätä kuvia tai videoita, jotka näkyvät 24 tuntia.
<b>Syöte</b>	Instagramin avaussivu
<b>Tagi</b>	Tägäys on tapa, jolla voi merkitä muita tilejä Instagram julkaisuun. Instagramissa tägääminen tapahtuu laittamalla @-merkin ja tilin nimen merkin perään.
<b>Hashtagi</b>	Hashtagin lisääminen kuvatekstiin saa julkaisun näkymään hashtagi-sivulla. Esimerkiksi #kuvataiteilija tai #taide
<b>Sitouttaminen</b>	Sitouttaminen viittaa Instagram-tilin käyttäjien osoittamaan kiinnostukseen sekä vuorovaikutukseen, jonka Instagram-tilin seuraajat näyttävät kuvia, videoita, Instagram tarinoita ja muuta sisältöä kohtaan.

# 1 JOHDANTO

Opinnäytetyössäni tarkastelen, mitä hyötyjä Instagramin käytöstä on ammattikuvataiteilijoille. Valitsin tämän aiheen, sillä olen taiteilija ja huomannut sosiaalisen median tärkeyden työskennellessäni kuvataiteilijana. Instagram on suuri kansainvälinen alusta ja monet ulkomaalaiset taiteilijat käyttävät sitä ammattimaisesti. Osana opinnäytetyötäni olen pyrkinyt kehittämään omaa Instagram-taiteilijatiliani. Aloitin säännöllisen kuvien lisäämisen Instagramiin toukokuussa 2019, jolloin Instagram-tilini seuraajamäärä oli 550. Tällä hetkellä tilini seuraajamäärä on 940.

Osana opinnäytetyötäni tein anonyymin nettikyselyn suomalaisille kuvataiteilijoille. Lähetin kyselyn Instagramin yksityisviestien kautta 51 kuvataiteilijalle, joista 34 vastasi kyselyyn. Valitsin kyselyyn osallistujat näiden koulutuksen sekä Instagram-aktiivisuuden perusteella.

Tutkimuslähteinä olen käyttänyt Hiscoxin vuoden 2019 ja 2020 raportteja sekä artikkelia *Art in the Age of Social Media: Interaction Behavior Analysis of Instagram Art Accounts* (Kang, Chen & Kang 2019). Hiscoxin raportit perustuvat taiteen ostajien haastatteluihin. Kang, Chen & Kang haastattelivat kuvataiteilijoita, analysoivat sekä tekivät kyselyn Instagramissa menestyksekkäästi toimiville kuvataiteilijoille.

Opinnäytetyöhöni sisältyvän kehittämistoiminnan tavoitteena oli saada lisää näkyvyyttä, kontakteja ja teoksiani ostavia seuraajia. Oman Instagram-tilini kehittämisessä käytin apuna erilaisia oppaita, nettiblogeja sekä artikkeleita, jotka neuvoivat, kuinka saada lisää seuraajia Instagramissa. Yksi lukemistani oppaista on Instagramissa aktiivisesti toimivan taiteilijan Ekaterina Popovan kirjoittama. Popova markkinoi monipuolisesti omia teoksiaan ja tuotteitaan Instagramissa ja julkaisi keväällä 2019 *The Smartist Guide: Essential Art Career Tips for Emerging Artist* -oppaan taiteilijoille. Osa ohjeista oli linjassa Kang, Chen & Kangin tutkimusartikkelin tulosten kanssa.

## 2 INSTAGRAMIN HYÖDYT JA HAITAT TAITEILIJOILLE

### 2.1 Taiteilijat Instagramissa

Kang, Chen & Kangin teettämässä kyselyssä taiteilijoista 91 % kertoi Instagramin olevan ensisijainen käyttämänsä sosiaalisen median alusta (Kang, Chen & Kang. 2019, 15). Instagramista on taiteilijoille hyötyä teosten myynnissä sekä näkyvyyden saamisessa teoksille. Kuitenkin osa Instagramissa menestyneistä taiteilijoista pyrkii lopettamaan Instagramin käytön. (Phillips 2016.)

Instagramissa taiteilijoita kiinnostaa uudenlainen vuorovaikutus taiteilijan ja yleisön välillä. Kang, Chen & Kangin raportin mukaan sosiaalinen media mahdollistaa uudenlaista yhteistyötä taiteilijan ja taiteen kuluttajan kanssa. Kun taiteilijan ja taiteen kuluttajan välissä ei enää ole museo tai galleria, se mahdollistaa näkyvyyden teoksille, jotka eivät muuten olisi saaneet suurta yleisöä. (Kang, Chen & Kang. 2019, 15)

Yhä useampi taiteilijoista käyttää Instagramia ja tuntee painetta olla sosiaalisessa mediassa. Vuonna 2018 Drew Zeiba kirjoitti artikkelin *Can You Make It As an Artist in 2018 Without Constantly Plugging Yourself on Instagram?* Artikkelin ilmestyi Vulture-lehdessä ja siinä haastateltiin Instagramin kautta menestykseen nousseita taiteilijoita, jotka ovat myöhemmin pyrkineet lopettamaan Instagramin käytön. Taiteilijat Andrea Crespo ja Brad Phillips kokivat Instagramin käytön liian koukuttavana ja sanoivat sillä olevan liian suuri vaikutus taiteen tekemiseen (Zeiba 2018). Instagramin hyötyinä on taideteosten helppo ostaminen. Negatiivisena ilmiönä sen sijaan on Instagramiin julkaistujen kuvien hallinnan menetys. Kuvien varastaminen Instagramista on helppoa ja kuvia käytetään ilman taiteilijan lupaa ja korvauksetta esimerkiksi julkaisuissa tai tuotteissa. Kuvat lähtevät helposti kiertämään, jolloin alkuperäinen taiteilijan nimi unohtuu ja myöhemmin taiteilijaa voidaan jopa syyttää oman työnsä plagioinnista. (Phillips 2016.)

### 2.2 Teosvarkaudet Instagramissa

Instagramissa toimivien taiteilijoiden suurimpia ongelmia on kuvien varastaminen, ja suurin osa suosituista Instagram-taiteilijoista on joutunut varkauden uhriksi. Varkauksia on erityyppisiä, ja osaa eivät kaikki luokittele varastamiseksi. Tästä esimerkkinä teoksen



kopioiminen jäljittelemällä alkuperäistä teosta, eli teoksen kopioiminen piirtämällä tai maalaamalla se täsmälleen alkuperäisen kuvan mukaan. Tätä ei pidetä varkautena sillä monet mieltävät sen olevan normaalia nuoren taiteilijan harjoittelua ja oman tyylin etsimistä. Kuitenkin muutamissa tapauksissa kopioita ja esimerkiksi kopioituja hahmoja on väitetty omiksi ja niitä on yritetty myydä. (Ward 2019.)

Taiteilijoiden teosten kuvia jaetaan paljon ja niitä esitellään sivuilla ilman mainintaa taiteilijasta tai tekijäksi mainitaan joku muu kuin teoksen alkuperäinen taiteilija. Tämän monet taiteilijat mieltävät varkaudeksi. Teoskuvia jaetaan ilman lupaa myös sivustoilla ja julkaisuissa, jotka saavat epäsuorasti rahallista hyötyä taiteilijan teosten, esittelystä. Tästä on myös vaikea saada tekijöitä vastuuseen sillä ei ole olemassa systeemiä, jolla varkauksista voisi ilmoittaa tehokkaasti. (Ward 2019.)

Kaikkein pahimpana varkautena taiteilijat pitävät kuvien käyttöä yritysten tuotteissa. Tällöin taidetta varastetaan, jotta sillä voidaan tehdä voittoa. Tämä voi tarkoittaa teoksen painattamista tuotteisiin kuten t-paitoihin tai mukeihin. Teoskuvan voi myös varastaa portfolioon, jossa varas esittelee teosta asiakkaille omanaan. Kun asiakas tilaa teoksen hän odottaa varastetun kuvan tyylistä teosta sitä saamatta. Tällöin kuvan varastaja hyötyy tästä taloudellisesti. (Ward 2019)

Vuonna 2015 taiteilija Richard Prince piti paljon kohua aiheuttaneen näyttelyn Gagosian-galleriassa New Yorkissa. Prince otti kuvakaappauksia muiden Instagram-julkaisuista ja printtasi ne näyttelyynsä. Teokset myytiin keskimäärin 90 000 dollarilla, josta alkuperäinen kuvan ottanut Instagram-käyttäjä ei saanut mitään. Näyttely herätti paljon keskustelua kuvien käyttäjän oikeuksista. (Battersby 2015.)

### 2.3 Sosiaalisessa mediassa tapahtuva kansainvälinen taidekauppa

Vuonna 2017 Instagram ohitti Facebookin taidemaailman suosituimpana alustana, ja siitä on tullut lyhyen ajan sisällä ylivoimainen muihin sosiaalisen median alustoihin verrattuna. Taiteen keräilijöistä 71 % on ostanut taidetta verkosta vuonna 2018, ja 48 % taiteen ostajista käyttää Instagramia. Instagramilla on suurin sitouttavuus kaikista sosiaalisen median alustoista. (Kang, Chen & Kang. 2019, 1.) Kansainvälistä taidekauppaa käsittelevän Hiscoxin (2019) raportin mukaan 65 % taidemaailman toimijoista valitsi Instagramin ensisijaiseksi alustakseen taiteeseen liittyvissä

toiminnoissaan vuonna 2019. Hiscoxin raportin tutkimusaineistona on käytetty suurimpia taidegallerioita sekä huutokauppoja, näistä esimerkkeinä Christies ja Sotheby.

Hiscoxin vuoden 2019 raportin mukaan 34 % kyselyyn vastanneista kertoi sosiaalisen median vaikuttavan päätöksentekoon taidetta ostaessa. Alle 35-vuotiaista 43% kertoi sosiaalisen median vaikuttavan päätöksentekoon taiteen ostamisessa. Raportin mukaan taiteen myyntiin sosiaalisessa mediassa vaikuttaa ratkaisevasti taiteilijoiden sosiaaliseen mediaan lisäämät kuvat teoksista sekä työhuoneesta. Tämän lisäksi 68 % kertoi taiteilijoita edustavien gallerioiden sosiaalisen median päivitysten olevan merkittäviä taiteen ostamista suunnitellessa. (Hiscox 2019, 2.)

Hiscoxin vuoden 2020 raportissa käy ilmi nettikaupan nopea kasvu sekä gallerioiden huoli siitä, että tulevina vuosina nettikauppa keskittyy vahvemmin suurien gallerioiden ja toimijoiden eduksi (Hiscox 2020, 3). Jo vuoden 2019 raportissa mietittiin, onko Instagramista tullut suurin uhka vai mahdollisuus taiteilijoille, perinteiselle taidekaupalle sekä jo toiminnassa oleville netin taidealustoille (Hiscox 2019, 2). Gallerioiden huoli Instagramista on taiteilija Brad Phillipsin vuonna 2016 kirjoittaman artikkelin mukaan aiheellinen mutta toisesta syystä. Aiemmin gallerian edustus on nähty osoituksena taiteilijan pätevyydestä ja teosten laadusta. Nykyisin harvempi ostaja on kiinnostunut galleriasta taiteilijan takana. Gallerian takuuta tärkeämpää on, kuinka usein taiteilijan nimi tulee esille esimerkiksi juhlissa ja messuilla. Vahva läsnäolo verkossa tarkoittaa nimen kiertämistä näissä piireissä. Taiteen keräilijät ostavat sitä taidetta, mitä ostetaan, ja monet ostavat taidetta Instagramista. Instagramista löytää kaikkein uusinta ja ajankohtaisinta taidetta ja suoraan taiteilijalta ostaessa hinnasta jää pois gallerioiden ottama provisio, jolloin hinta on edullisempi. (Phillips 2016.)

#### 2.4 Instagramin käyttö Suomen taidepiireissä

Hiscoxin raportti keskittyy kansainväliseen taidekauppaan, johon suomalaisten taidetta päätyy harvemmin myyntiin. Netissä tapahtuva taidekauppa on kasvussa myös Suomessa. Viime vuosina Suomessa on perustettu useita uusia taidemyyntialustoja. Näistä esimerkkeinä ovat Taiko (<https://www.taiko.art/>), Finnish Art Shop (<https://www.finnishartshop.fi/>), taidesivut.net (<http://taidesivut.net/>) ja Mikä-art (<https://www.mikae-art.com/>). Myös yksittäiset taiteilijat ovat luoneet omia nettikauppoja.

Yle Uutisten keväällä 2020 tekemässä haastattelussa Taikon verkkokauppa kertoi taiteen myyntinsä kasvaneen huomattavasti. Taikon toimitusjohtajan Patrik Edmanin mukaan suurin ostajaryhmä ovat 25–35-vuotiaat. Edman kertoo, että he ovat tottuneita netin sekä verkkokaupan käyttäjiä, ja teoksen ostamisesta on tehty helppoa. Hinnat vaihtelevat grafiikan muutamasta sadasta tuhansien eurojen maalauksiin. Edmanin mukaan paljon menee värikästä, abstraktia taidetta. (Rinta-Tassi 2020.) Taikon verkkokauppa toimii aktiivisesti Instagramissa.

Instagramin merkittävyys on huomattu myös museoissa. Suomessa museot kiinnittävät entistä enemmän huomiota some-houkuttelevuuteen. Museoissa järjestetään opastettuja Instagram-kierroksia, joilla kuvataan teoksia ja joissakin näyttelyissä varataan esimerkiksi taustaseinä kuvaamista varten. Kantolan (2017) haastattelema Helsingin kaupungin kulttuurin ja vapaa-ajan toimialan viestintä- ja markkinointipäällikkö Saara Suojoki kertoo Instagramin merkityksestä seuraavasti:

Näyttelyiden instagramaaminen on tätä päivää, ja tekijänoikeuksien puitteissa siihen annetaan mahdollisuus. Se on tehokas tapa saada ihmiset museoihin ja näyttelyihin. On myös tutkitusti todistettu, että henkilökohtainen suosittelu on toisinaan tehokkaampaa ja uskottavampaa kuin perinteinen markkinointiviestintä. (Kantola 2017.)

Helsingin sanomissa Säde Mäkipään kirjoittamassa artikkelissa pohditaan taas sitä, paljastaako Instagram liikaa näyttelyistä. Suosittu valotaidefestivaali Lux Helsinki innostaa ihmisiä lisäämään kuvia aktiivisesti sosiaaliseen mediaan ja tapahtuma on saanut Instagramissa kritiikkiä siitä, että festivaalin kaikki teokset ovat nähtävillä sosiaalisessa mediassa. Amos Rexin tiedottaja Iia Palovaara sanoo, että Amos Rexissä huomioidaan etukäteen teosten mahdollinen näkyminen sosiaalisessa mediassa. (Mäkipää 2020.)

Näyttelytyöryhmä arvioi, onko tulevassa näyttelyssä jotakin, mitä kävijä ei saisi nähdä etukäteen, ja jos on, se voidaan huomioida esimerkiksi kuvaamista rajoittamalla. Toistaiseksi sellaisia teoksia ei kuitenkaan ole ollut. Teokset näyttelyissämme ovat paljon muutakin kuin se, mitä näkee esimerkiksi valokuvassa, ne ovat tilallisia ja moniulotteisia. (Mäkipää 2020.)

### 3 TEOSTEN MYYNTI INSTAGRAMISSA

Hiscoxin raportin mukaan taidekaupan nettimyynti on kasvanut hiljalleen. Vuonna 2019 taiteen globaalissa nettikaupassa myynti oli 4,82 miljardia dollaria. Myynti on kasvanut 4 % vuodesta 2018, jolloin se oli 4,64 miljardia dollaria. (Hiscox 2020, 2.) Vuoden 2020 raportissa taiteen ostajista 96 % piti erittäin tärkeänä hinnan näkymistä, ja se lisäsi myös luottamusta myyjään. (Hiscox 2020, 24.) Vuonna 2019 teetetyssä raportissa Instagramin kautta suoraan möi 35 % gallerioista. Jopa 79 % nuorista alle 35-vuotiaista kertoi löytävänsä uusia taiteilijoita Instagramin kautta. (Hiscox, 2019).

Keväällä 2020 taiteilija Matthew Burrows laitto alulle kampanjan, jossa kannusti taiteilijoita tukemaan toisiaan. Instagram-kampanjassaan Burrows kannusti taiteilijoita lisäämään kuvia alle 200 puntaa maksavista teoksistaan hashtagilla #artistsupportpledge. Joka kerta kun taiteilijoiden myynnit ylittivät 1000 puntaa he lupaavat ostaa toisen taiteilijan teoksen 200 punnalla. Kesäkuussa 2020 kampanja oli saavuttanut jo 70 000 julkaisua ja määrä kasvoi jatkuvasti. Kampanjan myynti oli tuolloin arviolta 15 miljoonaa puntaa. (Hiscox 2020, 22.) Marraskuussa 2020 kampanja oli saavuttanut 441 299 julkaisua.

Kang, Chen & Kangin tutkimusartikkelissa kyselyyn osallistuneista taiteilijoista 94 % piti Instagramia parhaimpana alustana taideaiheisille toiminnoille. Artikkelin tulosten mukaan suurin motivaatio taiteilijoille sosiaalisen median käytössä on taideteosten jakaminen, myynti sekä muihin taiteilijoihin tutustuminen. (Kang, Chen & Kang, 2019, 14.) Noora Pinjamaa työskentelee Medialiitossa uuden kasvun asiantuntijana ja hänen mukaansa (Lingren 2018) some-vaikuttajan ensisijainen motiivi sosiaalisen median kanavien käyttöön ei ole alkuvaiheessa kaupallisen menestyksen luominen, some-vaikuttajat haluavat välittää omat ajatukset ja kommunikoida. Avicii-lehden haastattelussa Pinjamaa kertoo että, kaupallisuus on harvoin keskeisin osa taiteen tekemistä. Taiteessa, kuten muussakin ilmaisussa, pätee näkemys siitä, että hyvät jutut löydetään. Lähtökohtaisesti taiteilijana toteutat omaa intohimoasi ja vasta sen jälkeen mietitään, miten teokset löytävät kohdeyleisönsä. (Lingren 2018.)

## 4 NÄYTTELYN MARKKINOINTI

### 4.1 Perinteinen näyttelyn markkinoiminen

Lehdistötiedote ja näyttelyjuliste ovat perinteisiä näyttelyn markkinointikeinoja. Lehdistötiedote lähetetään näyttelypaikkakunnalla toimiviin lehtiin, ja näyttelyjulisteita jätetään esille paikkakunnan ilmoitustauluille ja muille julkisille paikoille. Havaintojeni mukaan lehdistötiedote on nykyisin useimmilla gallerioilla esillä myös nettisivuilla. Muita perinteisiä näyttelyn markkinointikeinoja ovat näyttelypaikan omat kontaktit sekä postituslistat. Nykyisin monet galleriat ja taiteilijat markkinoivat näyttelyään sähköisin uutiskirjein. Uutiskirjeitä lähetetään omalle postituslistalle sekä lähetetään edelleen taiteilijaseurojen ja liittojen sähköpostilistojen kautta. Uutiskirjeissä monet käyttävät avukseen lehdistötiedotetta.

Taiteilijoiden suhtautuminen uusiin markkinointitapoihin oli aiheena Terhi Varjosen kirjoittamassa Yle Uutisten artikkelissa vuonna 2016. Jutussa arveltiin, että vain harva taiteilija käyttää sosiaalista mediaa apunaan markkinoinnissa ja monet suhtautuvat taiteen ja rahan yhdistämiseen erittäin kielteisesti. Taiteilijan brändääminen ja teosten markkinointi koetaan taidepiireissä hankalaksi, ja jutussa haastateltu kuvataiteilija Cata Ahlbäck kertoo kollegoidensa suhtautuneen kielteisesti hänen tapaansa markkinoida teoksiaan sosiaalisessa mediassa. (Varjonen 2016.) Tätä väitettä tukee vuonna 2010 julkaistu selvitys *Nykytaiteen markkinarakenne, ansaintalogiikka ja uudet liiketoimintamallit*. Selvityksen mukaan kuvataiteilijoiden taidekentällä vieroksutaan kaupallisuutta, koska sen pelätään tekevän sisällön arveluttavaksi tai vesittäväksi sen. (Sjöberg 2010, 12) Kaupallisuus ja tuotelähtöisyys koetaan ongelmallisiksi erityisesti nykytaiteessa, jossa siirrytään yhä enemmän taiteeseen, jota on hyvin vaikeaa myydä perinteisin keinoin. (Sjöberg 2010, 11) Varjonen (2016) haastatteli jutussa myös Taideyliopiston Kuvataideakatemiaan opettajaa Irmeli Kokkoa. Kokko kertoi, että yhteiskunta ajaa taiteilijoita kohti yrittäjyyttä ja siihen kuuluu osana myös markkinointi. Kuvataideakatemiassa brändääminen ja markkinointi ei ollut omana oppikurssinaan, mutta aiheesta on keskusteltu. (Varjonen 2016.)

Näyttelyt ovat tärkeitä taiteilijan uran aktiivisuuden todistamisessa esimerkiksi apurahaa hakiessa. Kuitenkin nykyisin näkyvyyttä saa helpommin sosiaalisen median kautta. Näyttelyt vaativat teosten tekemisen, näyttelyn markkinoinnin, ripustamisen sekä

purkamisen. Kuvan lisääminen sosiaaliseen mediaan vaatii huomattavasti vähemmän työtä. Sosiaalisessa mediassa pienemmillä investoinneilla saa paljon katsomiskertoja teoksilleen ja sitä kautta myös mahdollisesti ostajia. Onkin kiinnostavaa nähdä, siirtyvätkö näyttelyt tulevaisuudessa kokonaan nettinäyttelyiksi ja riittääkö tulevaisuudessa aktiivisuuden todistamisessa apurahahakemuksia varten oma taiteilija Instagram-tili.

#### 4.2 Näyttelyn markkinointi Instagramissa

Minulla oli näyttely Galleria Kellokkaassa Äkäslompolossa 30.11.2019–15.1.2020. Aloitin näyttelyn maksullisen markkinoinnin Instagramissa kolme päivää ennen näyttelyn alkua. Markkinoin näyttelyä myös ilmaisilla julkaisuilla Instagram-sivuillani sekä tarinoissa. Käytin maksulliseen mainokseen yhteensä 40 € ja ajaksi asetin viikon. Valitsin markkinointikuvaksi värikkään ja minulle tyyppillisen kauris-aiheisen maalauksen. Teoksella oli ollut hyvä näkyvyys jo ennen markkinointia ja sen rajaus oli erityisen onnistunut (kuva 1 ja kuva 2). Maksullisessa mainoksessa voi myös valita markkina-alueen, kohderyhmän ja tavoitettavien tilien määrän. Lapissa on harvempi asutus kuin esimerkiksi Helsingissä, joten en voinut en voinut rajata kohderyhmää kiinnostuksen kohteiden perusteella, sillä kohderyhmä olisi mennyt liian pieneksi. Sen sijaan valitsin kunnan, jossa näyttely sijaitsee sekä läheiset kaupungit mainoksen kohdealueeksi.

Teoksella oli markkinoinnin päättyessä 10 947 näyttökertaa. Ennen markkinointia teoksella oli noin 1500 näyttökertaa. Näyttely oli avoinna reilun kuukauden ja markkinoin sitä lyhyesti vielä puolivälissä näyttelyn ollessa avoinna. Näyttelystä myin kaksi teosta ja sain yhden tilauksen. Ostajat kertoivat nähneensä teoksiani Instagramissani ja kiertäneensä varta vasten Äkäslompolossa, jotta näkevät näyttelyni.

← Markkinoinnin kävijätiedot



Julkaistu 27.11.2019 klo 11:19

♥ 399    💬 7    📌 3

---

**Käyttäjien toiminnot**

**40**  
Markkinoinnin klikkaukset

Käy profiilissa 48  
83 % markkinoinnista

Käy sivustolla 2  
100 % markkinoinnista

**Tutustuminen**

**3 975**  
Tavoitetut henkilöt  
88% ei seuraa sinua  
86% on peräisin markkinoinnistasi

Näyttökerrat 11 067  
76 % markkinoinnista

Seuraamiset 8

---

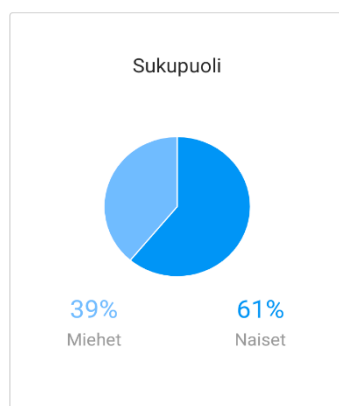
**Markkinointi**

**318 päivää**  
Kulunut markkinoinnissa  
Tämä on markkinointisi viimeinen päivä


Kulutettu 40 €  
100% 40 € budjetista

---

**Kohderyhmä**



Kuva 1. Näyttelyn markkinointi.

 **tuuli.merilainen.artist**  
Äkäslompola, Lappi, Finland



Näytä kävijätiedot

Markkinoi uudelleen



██████████ ja **398 muuta** tykkäävät

**tuuli.merilainen.artist** ✨ This one and many other new paintings will be in show at Galleria Kellokas. ✨ ... lisää

Näytä kaikki 7 kommenttia

██████████ Upea kuvassa, kohta saan nähdä liveinä! ❤️

**tuuli.merilainen.artist** ██████████ Kiitos! 😊  
Tervetuloa näyttelyyn! Tämä onkin hyvä nähdä liveinä kun on isompi kokoinen.

27. marraskuuta 2019

Kuva 2. Näyttelyn markkinoinnin teoskuva.

### 4.3 Omien Instagram-sivujen luominen näyttelylle

Näyttelyn mainostaminen omilla Instagram-taiteilijasivuilla oli varsin tehokasta. Minulla oli jo valmiiksi teoksistani kiinnostunut seuraajakunta ja sain sitä kautta näkyvyyttä julkaisuilleni. Näyttelyjulisteet ja avajaiskuvat olivat vähiten kommentoituja ja tykättyjä kuvia sivuillani, mutta ne antavat minusta aktiivisen kuvan taiteilijana. Joten vaikka kuvilla ei ollut vaikutusta uusien seuraajien hankkimisessa, se oli hyödyllistä oman brändini rakentamisen kannalta.

Kesällä 2020 järjestin pop up-ryhmänäyttelyn. Päätin testata, kuinka tehokkaasti saan markkinoitua näyttelyä luomalla sille oman Instagram-tilin. Tilille julkaisemisen aloitin kuukausi ennen näyttelyn avautumista. Ensin lisäsin muutamia kuvia taiteilijoilta teostietoineen ja hashtageineen yleisilmeen luomiseksi. Sen jälkeen lisäsin 3 kuvaa viikossa. Aloitin taiteilijaesittelyillä, panostin kuviin ja kävin ottamassa taiteilijoista kuvia teostensa äärellä. Sain myös ilmaista mainontaa, kun paikallinen markkinointiyritys jakoi Instagram-julkaisuni sivuillaan.

Näyttelyssä oli mukana paikallisia muusikkoja ja heidän esityksiään kuultiin gallerialla. Otin esityksistä lyhyitä videoita ja jaoin niitä tarinoissa sekä syötteessä. He myös jakoivat julkaisuja omilla sosiaalisen median sivuillaan.

Olin valvomassa näyttelyä ja suurin osa näyttelyn vieraista oli ulkopaikkakuntalaisia. Moni kertoi nähneensä näyttelyn mainoksen Facebookissa tai minun Instagram-sivuillani. Mainostus onnistui, mutta näyttelyn omilla Instagram-sivuilla ei ollut siihen suurta vaikutusta. Sivujen seuraajista suurin osa tuli minun henkilökohtaisten taiteilijasivujeni kautta ja seuraajia oli näyttelyn päättyessä yhteensä 67.



## 5 NÄKYVYYS

### 5.1 Vuorovaikutuksen merkitys näkyvyyteen

Teosten näkymisestä Instagramissa vastaa algoritmi. Algoritmi säätelee mitä ihmiset näkevät ensimmäisenä, kun avaavat Instagram-tilinsä. Algoritmi kehittyy jatkuvasti, sillä se perustuu koneoppimiseen. Algoritmi kiinnittää huomiota käyttäjien tykkäysten, kommenttien, jakojen ja seuraamisten määrään jokaisen uuden julkaisun kohdalla ja vertaa niitä aiemmin sitouttaneisiin julkaisuihin. Näin käyttäjät näkevät heitä eniten kiinnostavat julkaisut ensimmäisenä syötteessään (Cooper 2020). Jotta teoksilleen saisi enemmän näkyvyyttä, julkaisuissa kannattaa ottaa huomioon käyttäjien kannustaminen kommentointiin ja muuhun vuorovaikuttamiseen.

Kang, Chen & Kangin vuoden 2019 tutkimusraportissa kerrottiin, että kaikkein tykättyimpien ja eniten kommentoitujen taideteosten yhteinen tekijä on syvempi vuorovaikuttaminen seuraajien kanssa. Vuorovaikuttaminen esittämällä kysymyksiä tai esittelemällä taiteilijan omaa taidetta ja yksityiselämää saa seuraajat kokemaan, että he ovat taiteilijan ystäviä ja pystyvät osallistumaan taiteilijan elämään ja työskentelyyn. Vuorovaikutus sosiaalisessa mediassa saa seuraajat uskomaan, että heidän osallistumisensa on tärkeää. Tämä poikkeaa hyvin paljon perinteisestä vuorovaikuttamisesta taiteilijan ja katsojan välillä. Perinteisesti taiteen alan ammattilaiset tai organisaatiot esittelivät valitsemaansa taidetta, jolloin vuorovaikutus katsojalta taiteilijalle jää puuttumaan. (Kang, Chen & Kang. 2019,12.)

Lisää näkyvyyttä julkaisuilleen saa myös markkinoimalla omaa julkaisuaan Instagram-tarinoissa. Instagram-tarinat näkyvät Instagramin etusivulla 24 tuntia. Tarinoihin voi lisätä kuvia tai videoita. Kun uutta julkaisua markkinoi Instagram-tarinoissa, useampi seuraaja huomaa uuden julkaisun. Olen itse markkinoinut omia julkaisujani tarinoissa, ja ne ovat menestyneet huomattavasti paremmin kuin ne, joita en ole maininnut tarinoissani. Julkaisut, joita markkinoin tarinoissani saivat enemmän tykkäyksiä kuin ne, joita en markkinoinut.

Julkaisuissani olen muutaman kerran pyytänyt mielipidettä teoksestani tai kysellyt kuulumisia. Lisäsin kuvan teoksestani muokattuna tarroiksi (Kuva 3) 10.4.2019 ja kysyin, mikä näistä neljästä muokatusta kuvasta sopisi heidän mielestään parhaiten tarraksi. Julkaisua kommentoitiin 11 kertaa ja se on eniten kommentoituja julkaisujani. Olen

huomannut olevani todella huono kysymysten esittäjä ja kommentointiin kannustaja. Kysymykset ja kommentit eivät tule minulta luonnostaan, vaan joudun miettimään niitä pidemmän aikaa. Ne eivät myöskään menestyneet muita julkaisujani paremmin, joten muutaman yrityksen jälkeen jätin kommentoinnin ja kommentointiin kannustamisen pois. Kuitenkin Kang, Chen & Kangin (2019,4) tutkimusraportin mukaan juuri kommentointiin kannustaminen on tehokkainta.



Näytä kävijätiedot


Markkinoi



 ja 59 muuta tykkäävät

**tuuli.merilainen.artist** I plan to print some stickers from my paintings. Which one from these 4 models is the best? 🙄

Näytä kaikki 13 kommenttia

 1 ja 2. Vaikea valita! :D Ja muuten myös nelonen mut tulee mieleen et väännyiskö sirot jalat oikeille paikoilleen liimatessa. Tietämättä siis yhtään millaiselle tarra-arkille oot ajatellu teettää näitä! :D

 Second one was my first instinct

10. huhtikuuta 2019 · Näytä käännös



Kuva 3. Tarrat.

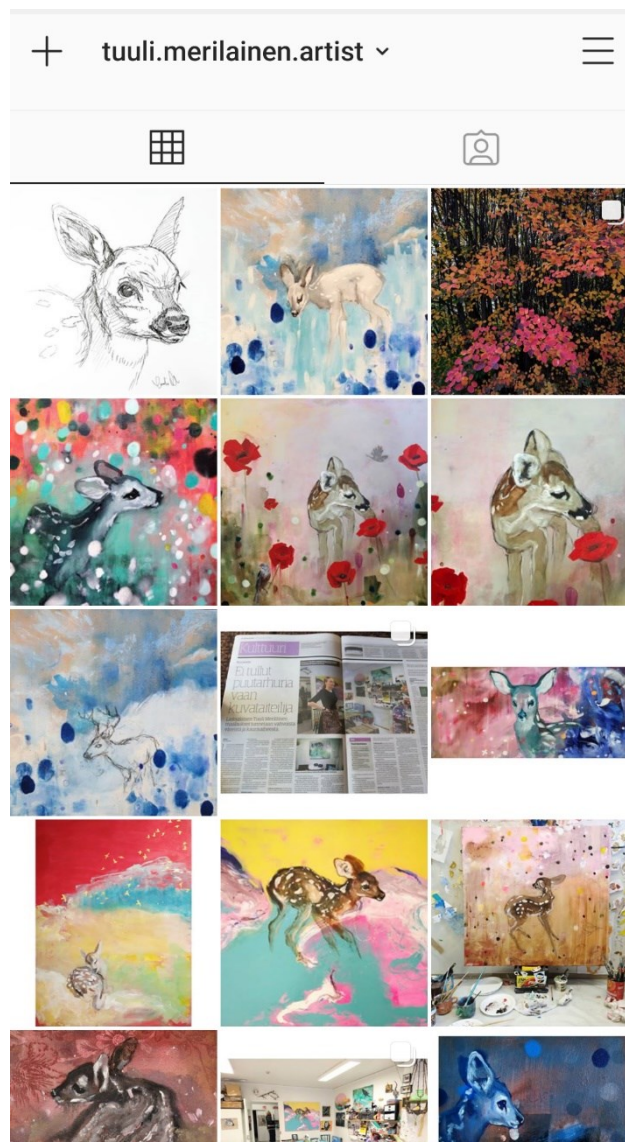
## 5.2 Hyvä julkaisu

Mikä tekee hyvän julkaisun? Onko hyvä julkaisu tykättyin, kommentoituin vai sellainen, joka saa teoksen myytyä? Big Commerce -blogin mukaan julkaisujen jakaminen ja tykkääminen kertovat tietyn julkaisun suosiosta, mutta tätä tärkeämpää on seuraamisten määrä. Seuraamiset kertovat suuremmasta kiinnostuksesta julkaisuja kohtaan. Seuraajat haluavat nähdä julkaisuja säännöllisesti ja tätä kiinnostusta voisi verrata uutiskirjeen tilaamiseen. (Big Commerce 2020.)

Omassa Instagramin käytössäni analysoin ja vertailin suosituimpia julkaisujani teosten aiheiden ja värien sekä tekstin perusteella (ks. liite 1). Huomasin kauris-aiheen ja runsaiden värien toimivan kohdallani parhaiten. Suosituin markkinoimaton julkaisuni vuosilta 2019 ja 2020 on Punarinnan laulu -maalauk (kuva 7, aikataulut 5.7. 27). Maalauksessa on vaalea pastellin sävyinen värimaailma sekä suloinen makaava kauris ja punarintalintu.

### 5.3 Sisällön lisääminen

Medialiiton uuden kasvun asiantuntijan, Noora Pinjamaan mukaan tärkeintä oman sisällön jakamisessa on tutuus ja johdonmukaisuus. Sosiaalisen median yleisöille on kerrottava, millainen taiteilija on kyseessä. Pinjamaa sanoo että yleisöt tarvitseva selkeän mielikuvan siitä, miksi he jotakuta seuraavat ja minkä tyylistä sisältöä he tältä odottavat. Jos sisältö vaihtelee radikaalisti, se on kuluttajalle hämmentävää ja vähentää aitouden tunnetta. (Lindgren 2018.)



Kuva 4. Yleisilme omalla Instagram-tililläni.

Taiteilijat, joita seuraan Instagramissa kiinnittävät paljon huomiota sivujensa yhdenmukaisuuteen ja sivun luomaan ensivaikutelmaan. Heidän sivunsa ovat selkeät ja kertovat heti, millaisia teoksia he tekevät. Juuri sen vuoksi olenkin seurannut heitä. Ekaterina Popova (2019, 57) painottaa kirjoittamassaan taiteilijan oppaassa, että jokaisen postauksen kohdalla kannattaa miettiä, kuinka se sopii muihin julkaisuihin visuaalisesti ja sisällöllisesti. Kun aloitin tämän projektin, ensimmäinen asia, jonka tein oli oman Instagram-tilini siivoaminen. Poistin kaikki kuvat, jotka eivät liittyneet taiteen tekemiseen tai olleet visuaalisesti sopivia taideteosteni kanssa. Olin pitänyt Instagramia enemmän kuvapäiväkirjana ja tapana pitää yhteyttä ulkomaalaisiin ystäviini. Siivouksen jälkeen Instagram-tilini näytti välittömästi visuaalisesti houkuttelevammalta ja selkeältä (Kuva 4).

Tein itselleni julkaisemista varten säännöt. Popova (2019) mainitsee, että työhön liittyvät matkat, referenssikuvat, inspiraationlähteet ja muut taiteelliseen työskentelyyn liittyvät kuvat ovat sallittuja taiteilijan Instagram-tilillä. Olen lisännyt niitä silloin, kun minulla on ollut hyviä kuvia lisättäväksi. Popova suosittelee ajattelemaan Instagram-sivua enemmin näyttelynä kuin yksittäisenä taideteoksena. Hän myös sanoo, että ihmiset haluavat nähdä taiteilijan teosten takana. Työvaihekuvat, työhuonekuvat, sotkuiset paletit ja taiteilijaselfiet tuovat seuraajia lähemmäksi taiteilijaa ja luovat yhteyden katsojan ja taiteilijan välille. (Popova 2019, 57.)

#### 5.4 Värien vaikutus tykkäysten määrään

Jotta voisin helpommin vertailla julkaisujeni eroja, tein taulukon värienkäytöstäni teoksissani (Taulukko 1). Luokittelin julkaisut niiden näkyvimmän ja vaikuttavimman värin mukaan ja laskin kuhunkin värikategoriaan tykkäysten keskiarvon. Taulukko oli myös mielenkiintoinen dokumentti omasta värienkäytöstäni.

Suosituimmat julkaisuni ovat Taulukko 1. Värien käyttö teoksissani

violetteja tai monivärisiä. Olen kuitenkin markkinoinut osaa julkaisuistani. Markkinointi jakautui suhteellisen tasaisesti eri väreihin, joten sen vaikutus tähän tilastoon ei ole merkittävä.

Osallistuin Instagramissa olevaan Inktober-haasteeseen lokakuussa 2019. Inktober

Väri	Julkaisujen määrä	Tykkäysten määrä
Violetti	11	214
Monivärinen	9	188,8
Ruskea	10	176
Punainen	35	155,7
Musta	13	147,5
Vihreä	18	134,8
Sininen	22	128,8
Oranssi	6	127,6
Valkoinen	15	120,4
Keltainen	8	110

haastaa maalaamaan musteella yhden teoksen päivässä yhteisen teemakalenterin mukaan. Haasteessa oleellista on maalata mustavalkoisia teoksia. (Inktober 2020.) Omat teokseni ovat erittäin värikkäitä ja väreistä sekä kauriista minut parhaiten tunnetaankin. Inktoberiin osallistuminen oli haaste sekä oman ilmaisuni että julkaisujen tiheyden kannalta. Instagramiin tuli lisätä yksi teos päivässä. Haasteessa olevat teemat vaihtuivat päivittäin, mutta kuvasin niitä kauriiden avulla. Näin sain pidettyä Instagram-tilini johdonmukaisena. Tarkoitukseni oli julkaista teokset suoraan syötteeseeni, mutta teosten laatu vaihteli, joten lisäsin osan teoksista Instagram-tarinoihin.

Inktober-haasteesta erityisen teki sen suosio. Monet kuvataiteilijat osallistuivat haasteeseen ja Inktoberilla on omat sivut suomalaisille osallistujille sekä kansainvälisille osallistujille. Tagasin postauksissani Suomen sekä virallisen ulkomaan Inktober-sivuston, teokseni jaettiin Suomen sivustolla muutaman kerran. Suomen sivusto oli seuraajamäärältään samaa luokkaa oman sivuni kanssa, joten en saanut huomattavaa määrää uusia seuraajia sitä kautta.

Ensimmäinen Inktober-julkaisuni sai muihin julkaisuihini verrattuna hyvän määrän tykkäyksiä (kuva 5). Sen jälkeen tulleet julkaisut jäivät kuitenkin tästä jälkeen. Kokeilin markkinoida yhtä haasteen aikana maalaamistani teoksista, jonka tykkäysmäärä oli jäänyt pieneksi mutta josta itse pidin. Freeze-teosta (kuva 6) markkinoitin 15 eurolla kolmen päivän ajan. Teoksen sitouttaminen jäi kuitenkin pienemmäksi verrattuna aiemmin julkaisemiini värikkäisiin markkinoimattomiin kaurismaalauksiin. Haasteen hyödyt jäivät Instagramin seuraajamäärissä sekä tykkäyksissä pieniksi. Pidin kuitenkin haasteesta maalata joka päivä ja huomasin kehittymistä omassa tekemisessäni, joten taiteellisesti kokeilu oli onnistunut.





tuuli.merilainen.artist



Näytä kävijätiedot

Markkinoi



ja 146 muuta tykkäävät

tuuli.merilainen.artist This year I wanted to try @inktober challenge. Draw or paint one art piece everyday this... lisää

Näytä kaikki 4 kommenttia

tuuli.merilainen.artist @fiebink thank you! 😊

tuuli.merilainen.artist @iinuskah kiitos! ❤️



1. lokakuuta 2019 • Näytä käännös

Kuva 5. Inctober haasteen ensimmäinen teos.



tuuli.merilainen.artist



Näytä kävijätiedot

Markkinoi uudelleen



ja 241 muuta tykkäävät

tuuli.merilainen.artist Inktober day 4. Freeze. ❄️☁️ Really spot on theme! 😊 It is currently snowing here. .

.

.

@inktoberfinland @inktober #inktober2019 #inktoberfinland #inktoberday4 #freeze #ink #blackandwhite #artistbook #instaartist #instagramart #kuvataiteilija #kuvataide #taidemaalaus #muste #finnishartist #fawnart #animalart

Kuva 6. Inktober-maalaus Freeze.



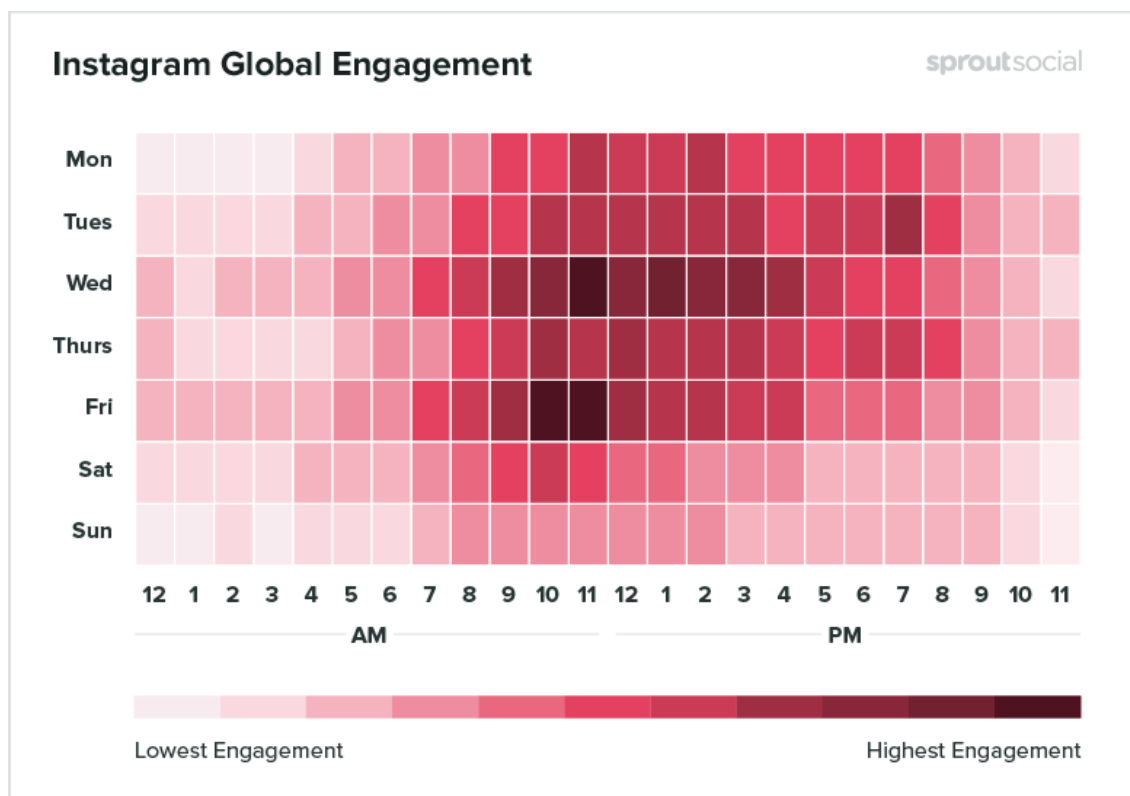
## 5.5 Julkaisujen aiheet

Olen maalannut kauriita vuodesta 2016 lähtien. Kauriissa minua viehättää niiden herkkyys ja haavoittuvuus. Pysin tekemään tunnelmallisia ja visuaalisesti miellyttäviä maalauksia, jotka koskettavat ihmisiä. Haluan teoksillani luoda positiivisuutta ja hyvää mieltä enemmän kuin ahdistusta. Olen pitäytynyt tiiviisti kauris-teemassa myös eri haasteisiin osallistuessani. Olen huomannut kauris-teeman suosion kasvun myös muiden Instagram-taiteilijoiden keskuudessa.

Kauriit ovat kuvattuna suurimmassa osassa teoksiani ja käytän niiden hashtagina #fawnart- ja #kauris- hashtagia. Nämä hashtagit ovat vielä julkaisuiltaan pieniä, joten saan niiden kautta lisää näkyvyyttä. Hashtagit, jotka ovat julkaisuiltaan pieniä päivittyvät hitaammin, joten julkaisu näkyy haussa pidempään. Hashtagien julkaisuiltaan suurimmat sivustot päivittyvät niin nopeaan tahtiin, että riskinä on teoksen katoaminen muiden julkaisujen joukkoon (Newberry 2020). Pysin myös käyttämään Suomen luonto - aiheisia hashtagia, sillä niillä on runsaasti seuraajia ja teosteni aiheet liittyvät usein luontoon. Luonto ja eläinhashtagien lisänä olen testannut sisustusaiheisia hashtagia. Päätin että maalaukseni ostajakunta on luultavasti kiinnostunut kodin sisustamisesta, joten olen käyttänyt #kodinsisustus ja #design hashtagia ahkerasti. Sisustamiseen liittyen olen tehnyt muutaman julkaisun taideteoksesta ostajan seinällä.

## 5.6 Aikataulukus

Instagramin julkaisuajankohdat kiinnostavat monia ja julkaisuajoista on tehty paljon artikkeleita ja blogijulkaisuja. Julkaisuajankohta vaikuttaa siihen, kuinka moni näkee julkaisun. Sprout social -sivusto teki kuvion siitä, milloin Instagramiin on kirjautuneena eniten ihmisiä. Kuvion lähteenä käytettiin Sprout social -sivuston 20 000 asiakkaalta kerättyjä tietoja. (Kuvio 1.) Kuvion mukaan eniten ihmisiä Instagramiin on kirjautuneena keskiviikkona klo 11.00 ja perjantaina klo 10.00–11.00. Suosituin päivä on keskiviikko ja vähiten suosittu on sunnuntai. Taulukko on kuitenkin kansainvälinen keskiarvo ajankohdista ja eri aikavyöhykkeiden takia sen soveltaminen esimerkiksi Suomessa on hankalaa. Tehokkaampaa on käyttää hyväksi oman Instagram-tilin tilistietoja. Instagramin yritystilillä näkyy minä päivänä ja mihin aikaan tilin seuraajat ovat aktiivisimmillaan. (Arens 2020.)



Kuvio 1. Suosituimmat ajat lisätä kuvia Instagramiin

Punarinnan laulu -maalaukseni (kuva 7) on lisätty Instagramiin maanantaina 18.5.2020 iltapäivällä. Julkaisu menestyi paremmin kuin aikaisemmat julkaisuni. Yritin tästä innostuneena julkaista kuvia enemmän maanantaisin. Ajalla 25.1.2019–12.10.2020 olen lisännyt maanantaisin 24 julkaisua (Liite1). Maanantaisin lisäämäni julkaisut ovat menestyneet kohtalaisesti. Eniten olen lisännyt kuvia keskiviikkoisin, jolloin olen lisännyt yhteensä 30 julkaisua. Keskiviikkoisin tykkäysmäärät ovat olleet keskimäärin hieman alhaisempia kuin maanantaina. Torstaisin teokseni saivat paremmin tykkäyksiä kuin perjantain julkaisut. Tein itselleni julkaisuajataulun, joten julkaisin kuvia maanantaina, keskiviikkona sekä torstaina. Viikonloput olen yrittänyt pitää vapaana.

Alkuun pyrin tekemään kolme julkaisua viikossa. Yksi teoskuva, yksi valokuva työhuoneelta ja yksi yksityiskohta keskeneräisestä tai valmiista maalauksesta tai vanhasta teoksesta, jota en ollut vielä lisännyt Instagramiin. Valitettavasti en kyennyt maalaamaan kyllin nopeasti, jotta olisin pysynyt mukana omassa aikataulussani. Ongelmana oli myös kuvien ja teosten laadun heikkeneminen. Halusin pitää Instagram-sivuni mahdollisimman yhdenmukaisena ja kuratoituna, joten vähensin kesällä 2020 julkaisut yhteen tai kahteen viikossa.



tuuli.merilainen.artist



Näytä kävijätiedot

Markkinoi



ja 278 muuta tykkäävät

tuuli.merilainen.artist ✨🎵Punarinnan laulu 🎵✨

30cm x 30cm... lisää

Näytä kaikki 11 kommenttia

ihana 🥰❤️



tuuli.merilainen.artist



18. toukokuuta

Kuva 7. Punarinnan laulu.

## 5.7 Hashtagit

Hashtagit ovat aihetunnisteita eli avainsanoja, joita käytetään eri sosiaalisen median kanavilla. Hashtageja käytetään erityisen yleisesti Twitterissä ja Instagramissa. Hashtag korostaa Instagramissa olevaa aihepiiriä sekä toimii samalla hakusanana. (Valtari 2017)

Hootsuite-blogin (Newberry 2020) mukaan hashtagit voi jaotella yhdeksään eri tyyppiin. Tuote- ja palveluhashtagit ovat perusavainsanoja tuotteiden kuvaamiseen. Ammattihashtagit kuvaavat tarkemmin, mihin kategoriaan sijoitut alallasi. Ammattihashtagista esimerkkinä toimii vaikkapa #travelblogger tai #foodblogger. Teollisuuden eri aloja kuvaavat Instagramin yhteisöhashtagit ovat tietyn alan omia sanastoja ja niiden avulla löytää oman yhteisön. Esimerkkinä yhteisöhashtageista on #gardenersofinstagram tai #craftersofinstagram. Tapahtuma- ja kausihashtageilla voi viitata lomaan ja sesonkeihin, kuten #summerdays tai niitä voi käyttää virallisiin juhlapäiviin, kuten #itsenäisyyspäivä tai #suomalaisenkirjallisuudenpäivä. Paikkahashtagit ovat hyvä lisä, vaikka merkitsisit postauksiisi sijaintisi. Jokaisella päivällä on myös omat hashtaginsa, kuten #Mondayblues tai #SundayFunday. (Newberry 2020.)

Relevantit oman alan yhteisön erikoissanastot yhdistelevät tuote-, ammatti- ja yhteisösanastoa. Yksinkertaistettuna ne ovat sanontoja, joita ihmiset käyttävät Instagramissa yhdistääkseen eri yhteisöjä. Esimerkkinä yhteisöjä yhdistävistä hashtageista on #amwriting tai #shewhowanders. Lyhennehashtageista tunnetuimpia on #TBT, joka tarkoittaa Throwback Thursday. Muita suosittuja lyhennehashtageja ovat #OOTD (Outfit of the day) ja #FBF (Flashback Friday). Emojihashhtagit voivat sisältää emojiä, kuten #:) tai sanoja tai lyhenteitä liitettynä emojiihin. (Newberry 2020.) Omassa Instagramin käytössäni käytän näitä kaikkia hashtageja vaihtelevasti. Instagramin julkaisuun voi lisätä maksimissaan 30 hashtagia (Instagram 2020).

Hashtagien käyttö on ollut minulle haastavaa. Olen tutkinut seuraamieni taiteilijoiden käyttämiä hashtageja ja ottanut samoja käyttöön omille julkaisuilleni. Ongelmana on se, että heillä on jo suuri seuraajamäärä, joten samojen hashtagien käyttö ei ole minun käytössäni yhtä tehokasta. He käyttivät suosittuja hashtageja, joilla oli tuhansia uusia julkaisuja päivässä. Suositut hashtagit ovat hyödyllisiä silloin kun oma seuraajamäärä on huomattava, tällöin julkaisut saavat tarpeeksi tykkäyksiä, jotta ne näkyvät hashtagin suositut osiossa. Lainaamistani hashtageista minulle parhaiten toimivat alle 100 000

julkaisua sisältävät hashtagit. Vuonna 2019 käytin alkuun suosittuja hashtageja, joilla oli miljoonia julkaisuja. Vähensin suosittujen hashtagien määrää keväällä 2020 ja julkaisuni saivat sen jälkeen enemmän tykkäyksiä hashtagien kautta. Hashtagien kautta tulevat teoksen katselut näkee yritystilin tiedoista.

Alkuun käytin paljon englanninkielisiä hashtageja ja osa niistä toimi ja sain hiljalleen ulkomaalaisia seuraajia. Aloin miettimään tarkemmin, millaista seuraajakuntaa haluan. Ulkomaalaiset seuraajani tykkäävät julkaisuistani ja kommentoivat, mutta harvemmin ottavat yhteyttä ostomielessä. Sinä aikana, kun olen ollut Instagramissa, minulla on ollut ulkomaalainen ostajaehdokas vain kaksi kertaa. Molemmilla kerroilla osto on peruuntunut liian korkean teoksen hinnan sekä rahdin kustannusten takia. Keväällä 2020 aloin käyttämään enemmän suomenkielisiä hashtageja. Suomenkielisillä hashtageilla kuten #kuvataiteilija ja #taidetakotiin on huomattavasti vähemmän julkaisuja kuin englanninkielisillä vastineillaan. Näillä hashtageilla teokseni jäivät suosituimmat osioon, joten teokseni näkyivät kauemmin haussa. Suomenkielisillä hashtageilla saavutin myös paremmin suomalaisia ostajaehdokkaista.

## 5.8 Henkilökohtaisen Instagram-tilini kehittämisen hyödyt ja haitat

Instagram-tilini kehittämisestä aiheutuvia hyötyjä on vaikea arvioida tarkasti. Pystyn kuitenkin arvioimaan karkeasti myyntituloni Instagramin kautta myydyistä teoksista. Järjestämäni näyttelyt ovat myös saaneet lisää kävijöitä Instagram-mainostuksen ansiosta. Negatiivisena ilmiönä olen huomannut sen, kuinka kourkuttava ja aikaa vievä Instagram-sovellus on.

Teosmyynnistäni noin 40 % tapahtui Instagramin kautta ajalla helmikuu 2019 – syyskuu 2020. Tähän on laskettu ne, jotka myytiin suoraan Instagramin yksityisviestien kautta. En osannut arvioida kuinka moni näki ensin teoksiani Instagramissa ja sen jälkeen otti minuun sähköpostitse yhteyttä. En myöskään laskenut mukaan teosmyyntejä, jotka myytiin näyttelystä, jota markkinoitiin Instagramissa. Näyttelystä ostaneet kertoivat vierailleensa näyttelyssä koska näkivät näyttelyn mainoksen Instagramissa.

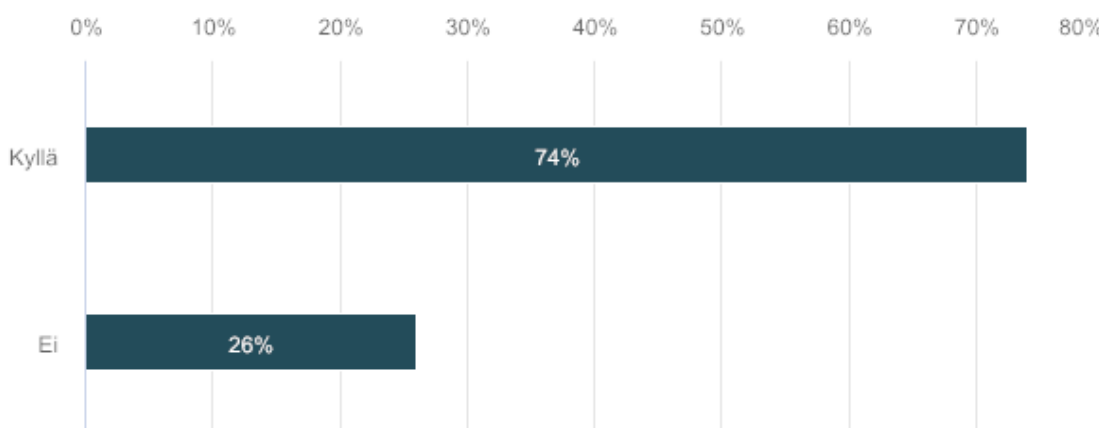
## 6 KYSELY INSTAGRAMISSA TOIMIVILLE TAITEILIJOILLE.

Opinnäytetyöni osana tein anonyymien kyselyjen Instagramissa toimiville ammattikuvataiteilijoille. Lähetin linkin Webropol-kyselyyn 51 taiteilijalle yksityisviestinä Instagramin kautta. Valikoin vastaajat koulutuksen sekä Instagramaktiivisuuden perusteella. Kyselyyni vastasi 34 taiteilijaa eli 66,67 % niistä, joille lähetin kyselyn.

Vastaajista 31 eli 91 % kertoi käyttävänsä Instagramia aktiivisesti. Seuraajamäärän kasvattamista piti tärkeänä 27 (81,82 %) vastaajaa mutta vain 15 (44,12 %) vastaajaa pyrki aktiivisesti kasvattamaan seuraajamääräänsä.

Kyselyyn vastanneista 13 (38,23 %) lisäsi kuvia Instagramiin kerran viikossa. Päivittäin tai useita kertoja viikossa lisäsi 7 (20,59 %) vastanneista ja pari kertaa kuukaudessa tai harvemmin lisäsi 14 (41,18 %) vastaajaa. Kang, Chen & Kangin tutkimusartikkelissa tutkittiin taiteilijoita, joilla on yli 10 000 seuraajaa. Näistä taiteilijoista 37 % lisää 5–10 kuvaa viikossa Instagramiin (Kang, Chen & Kang, 2019, 3). Kang, Chen & Kanging kyselyyn osallistui kuitenkin huomattavan paljon enemmän taiteilijoita kuin omaan kyselyyni ja kyselyyn osallistumisen kriteerit olivat erilaiset, joten vertaaminen on vain suuntaa antavaa.

Taideteoksiaan Instagramin kautta on myynyt 19 (55,88 %) kyselyyni vastaajista. Taiteilijat, jotka vastasivat myyneensä teoksiaan, saivat lisäkysymyksen: Kuinka suuri osa teosmyynneistäsi tapahtuu Instagramin kautta? Kysymykseen vastasi 19 taiteilijaa ja heistä 11 kertoi myyvänsä suhteellisen hyvin ja loput 8 kertoivat teosmyynnin olevan vähäistä. Kysyin myös: Oletko saanut Instagramin kautta tilaustöitä, työtarjouksia tai galleria kontakteja? (Kuvio 2) Taiteilijoista 25 (73,53 %) vastasi kysymykseen myönteisesti.



	n	Prosentti
Kyllä	25	73,53%
Ei	9	26,47%

Kuvio 1. Kysymys 9. Oletko saanut Instagramin kautta tilaustöitä, työtarjouksia tai galleriakontakteja? Vastaajien määrä: 34

Vastaajilta kysyttiin, onko Instagramin käyttö vaikuttanut vastaajien työskentelyyn tai esimerkiksi aihevalintoihin. Lisäsin tämän kysymyksen kyselyyn, sillä huomasin Instagramin vaikuttaneen omaan taiteelliseen työskentelyyni. Kysymykseen myönteisesti vastasi kuitenkin vain 11 taiteilijaa (32 %). Myönteisesti vastanneet kertoivat Instagramin inspiroivan ja motivoivan työskentelyyn.

Kysyin ovatko vastaajat osallistuneet Instagramissa oleviin taidehaasteisiin kuten Inktoberiin. Vastanneista suurin osa eli 26 (76,47 %) ei ole osallistunut haasteisiin. Myönteisesti vastanneet kertoivat Inktoberiin osallistumisen olevan taiteellisesti palkitsevaa ja joskus hyödyllistä uusien seuraajien saamisessa. Negatiivisena mainittiin se, että haasteisiin osallistuminen vie paljon aikaa.

Kyselyssä kysyin myös covid-19 vaikutuksia Instagramin käyttöön. Vastaajista 13 kertoi korona pandemian vaikuttaneen Instagramin käyttöön. Vastaajista taas 20 kertoi, ettei epidemialla ole ollut vaikutusta heidän Instagramin käyttöönsä.

Kysymys numero 10 oli avokysymys, jossa tiedustelin minkälaisia tilaustöitä, työtarjouksia tai galleriakontakteja vastaajat ovat saaneet Instagramin kautta ja ovatko kontaktit johtaneet myyntiin tai yhteistyöhön. Kysymykseen vastasi 24 (70,59 %) ja vastauksissa kävi ilmi monipuolinen valikoima yhteydenottoja, mutta useissa toistui samat aiheet. Yhdeksän vastaajista oli saanut kontakteja maksullisilta tai epämääräisiltä gallerioilta tai sivustoilta. Pidin tätä mielenkiintoisena sillä olen itsekin saanut kyseisiä yhteydenottoja. Myös tilaustöitä oli tarjottu 11 (32,25 %) vastaajalle.

Joitakin muotokuvatilaustöitä olen saanut tilini kautta, joskaan en mainosta tätä mahdollisuutta tililläni aktiivisesti. Myös joitakin gallerioita seuraa tiliäni somessa, mutta en laske tätä varsinaiseksi kontaktiksi. Minua aktiivisesti lähestyvät kansainväliset galleriat ovat osoittautuneet tähän mennessä lähinnä näkyvyydellä rahastukseksi ja taiteellisesti melko heikkotasoisiksi.

Instagramissa olevan sähköpostiosoitteeni kautta saan paljon yhteydenottoja, joista useimmat eivät kiinnosta minua. Usein tarjotut tilaisuudet ovat jollain tapaa maksullisia ja tapahtuvat ulkomailla. Olen saanut myös kyselyitä tilaustöistä, mutten tällä hetkellä tee niitä.

Avoimessa kysymyksessä tiedustelin, minkä taiteilijat kokivat olevan vaikeinta Instagramin käytössä. Useampi vastaajista koki painetta päivittää ja piti Instagramin nopeaa tempoa ongelmana. Myös ajan hukkaaminen nousi useissa vastauksissa esille. Vaikeana koettiin erityisesti Instagramin käytön rajoittaminen, jottei sen käyttöön menisi liian paljon aikaa päivästä. Seuraajien saaminen sekä oman kiinnostuksen ylläpito mainittiin myös useissa kommentteissa. Muutamissa kommentteissa vaikeuksia tuotti myös tarinat, algoritmi sekä oikeiden hashtagien käyttö. Kolme vastaajaa kertoi, etteivät koe Instagramin käytössä olevan mitään vaikeaa.

Kysymys 18 oli avoin kysymys ja siinä kysyttiin mitkä ovat Instagramin suurimmat hyödyt kuvataiteilijoille. Vastauksissa hyötyinä mainittiin:

1. Nopea tempo
2. Verkostoituminen sekä kommunikointi muiden taiteilijoiden sekä mahdollisten ostajien kanssa
3. Inspiraation lähde
4. Näyttelyn mainostus Instagramin kautta helppoa ja tehokasta
5. Covid-19-epidemian aikana näyttelyiden ja taiteilijoiden seuraaminen onnistuu Instagramin kautta



6. Näkyvyyden saaminen
7. Hyvä myyntikanava
8. Kansainvälisyys
9. Helppo käyttää
10. Instagramin kuvapainotteisuus
11. Uusien yleisöjen löytäminen
12. Ilmainen portfolio
13. Hyvä tiedotuskanava
14. Löytää uusia taiteilijoita
15. Tekoprosessit näkyville ja läpinäkyvyys

Kyselyyn vastaajista 33 (97 %) suosittelee Instagramin käyttöä muille taiteilijoille.

## 7 YHTEENVETO

Hyödyntämäni lähdekirjallisuuden sekä omien kokemusteni perusteella kuvataiteilijoiden kannattaa liittyä Instagramiin. Omaan taidetta esittelevästä Instagram-tilistä on paljon hyötyä ja Instagramin merkittävyyden esimerkiksi taiteen myynnissä voi olettaa kasvavan tulevina vuosina. Instagramia käyttävät kasvavissa määrin taiteilijoiden lisäksi taiteen keräilijät, museot sekä galleriat. Instagram on ilmainen portfolio, jonka yksinkertaisuus ja helppokäyttöisyys sopii taiteilijoille.

Tekemästäni kyselystä käy ilmi, että Instagramia aktiivisesti käyttävät taiteilijat kokevat hyötывänsä Instagramista. Instagramin käyttö koettiin helpoksi mutta ei ongelmattomaksi. Ongelmallisena koettiin Instagramin nopea tempo sekä paineet päivittää säännöllisesti omaa tiliä. Haasteita tuotti myös seuraajamäärän kasvattaminen sekä kiinnostuksen ylläpitäminen.

Oman kehittämistehtäväni tavoitteena oli saada teoksilleni lisää näkyvyyttä, kontakteja ja teoksiani ostavia seuraajia. Arvioin tavoitteeni onnistuneen. Aloitin säännöllisen kuvien lisäämisen Instagramiin toukokuussa 2019, jolloin Instagram-tilini seuraajamäärä oli 550. Tällä hetkellä seuraajamääräni on 940. Vaikka seuraajamääräni ei ole kasvanut paljoa, olen huomannut säännöllisen päivittämisen sekä markkinoinnin hyödyt. Olen saanut aidosti taiteestani kiinnostuneita seuraajia, joista osasta on tullut teosteni keräilijöitä.

Instagramin taloudelliset hyödyt minulle ovat olleet merkittäviä. Taloudellisten hyötyjen lisäksi Instagram on inspiroinut sekä auttanut minua löytämään uusia taiteilijoita, joiden teoksia ihailen. Koen myös hieman painetta lisätä kuvia Instagramiin, mutta miellän tämän kuitenkin positiivisena asiana. Teen töitä ahkerammin paineen alla.

## LÄHTEET

Arens, E. 2020. The best times to post on social media in 2020 <https://sproutsocial.com/insights/best-times-to-post-on-social-media/#times-ig> Viitattu 6.12.2020

Artsy. 2017. The Gatekeepers and Tastemakers Who Decide What We Call “Art”. Viitattu 20.11.2020 <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-gatekeepers-tastemakers-decide-call-art>

Battersby, M. 2015. Stolen Instagram photo sells for \$90,000. Viitattu 21.11.2020 <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/art/news/stolen-instagram-photo-sells-90-000-10274267.html>

Big commerce. 2020. What is social media engagement? Viitattu 15.10.2020 <https://www.bigcommerce.com/ecommerce-answers/what-is-social-media-engagement/>

Hiscox. 2019. Hiscox online art trade report 2019 <https://www.hiscox.co.uk/sites/uk/files/documents/2019-04/hiscox-online-art-trade-report-2019.pdf>

Instagram. 2020. [https://help.instagram.com/351460621611097?es\\_p=7003709](https://help.instagram.com/351460621611097?es_p=7003709)

Kang, X.; Chen, W. & Kang, J. 2019. Art in the Age of Social Media: Interaction Behavior Analysis of Instagram Art Accounts. Informatics 2019, 6, 52. <https://doi.org/10.3390/informatics6040052>

Kantola, E. 2017. Instaajat ovat vallanneet taidenäyttelyt – sosiaalinen media tuo näkyvyyttä taiteilijoille. Viitattu 5.10.2020 <https://taiteilijalehti.fi/instaajat-ovat-vallanneet-aidenayttelyt-sosiaalinen-media-tuo-nakyvyytta-taiteilijoille/>

Lindgren, A. 2018. Taidetta ruudulla – Yhä useampi taiteilija jakaa teoksiaan Instagramissa, mutta miksi? Viitattu 13.10.2020 <https://www.aviisi.fi/2018/10/taidetta-ruudulla-yha-useampi-taiteilija-jakaa-teoksiaan-instagramissa/>

Manovich, L. 2017. Instagram and Contemporary Image [http://manovich.net/content/04-projects/151-instagram-and-contemporary-image/instagram\\_book\\_manovich\\_2017.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/151-instagram-and-contemporary-image/instagram_book_manovich_2017.pdf)

Mäkipää, S. 2020. Näkykö hittinäyttelyistä jo liikaa kuvia sosiaalisessa mediassa? Taiteilijat pohtivat, pitäisikö näyttelyiden ”spoilaamisesta” varoittaa. Viitattu 1.10.2020 <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000006410325.html>

Newberry, C. 2020. The 2020 Instagram Hashtag Guide—How to Use Them and Get Results. Viitattu 14.11.2020 <https://blog.hootsuite.com/instagram-hashtags/>

Page, C 2020. How the Instagram Algorithm Works in 2020 (And How to Work With It). Viitattu 15.10.2020 <https://blog.hootsuite.com/instagram-algorithm/>

Popova, E 2019. The Smartist Guide <https://createmagazine.com/book>

Phillips, B 2016. How Instagram Is Changing the Art World. Viitattu 13.11.2020 <https://www.vice.com/en/article/zn8ezy/how-instagram-is-changing-the-art-world>

Sorbus. 2018. Sorbus-galleria kommentoi näyttelyvuokria: Taiteesta toimeentuloa – myös taiteilijoille? Viitattu 20.11.2020 <https://taiteilijalehti.fi/sorbus-galleria-komentoi-nayttelyvuokria-taiteesta-toimeentuloa-myos-taiteilijoille/>

Inktober. 2020. Viitattu 14.11.2020 <https://inktober.com/>

Valtari, M. 2017. Mikä on hashtag eli aihetunniste? Viitattu 21.11.2020 <https://lmsomeco.fi/blogi/mika-on-hashtag-eli-aihetunniste/>

Ward, C.J. 2019. Online art theft goes unregulated on Instagram. Viitattu 22.11.2020 <https://scotscoop.com/online-art-theft-goes-unregulated-on-instagram/>

Zeiba, D 2018. Can You Make It As an Artist in 2018 Without Constantly Plugging Yourself on Instagram? Viitattu 14.11.2020 <https://www.vulture.com/2018/12/why-these-artists-are-quitting-instagram.html>

# Liitteet

Liite 1. Taulukko, Instagram -julkaisujen tiedot ajalta 25.1.2019–12.10.2020

Postaus	Päivämäärä	Päivä	Seuraar	Tykkäykse	Näyttökerrat	Suosikit	Värit	Teema	Kommen	Toiminn	Maarkk
Hope. Acrylic on canvas.	18.2.2020 ti		63	840	12749	23	violetti, pinkki	Kauris	6	252	Kyllä
Most of my dreams are some	21.5.2019 ti		5	759	8168	4	Vihreä, tumma	Vene, muu	6	40	Kyllä
Boys old treehouse	2.6.2019 su		9	736	6420	6	värikäs	muu	0	22	Kyllä
Acrylic on canvas	29.8.2019 torstai		68	582	7272	17	vaaleanpunainen, harmaa, kauris	muu	11	185	Kyllä
Finished work	7.9.2020 ma		17	573	6702	11	ruskea, harmaa, punainen kauris, kukat	muu	7	7	kyllä
This one and many more...	27.11.2019 ke		8	399	11047	3	pinkki, violetti	kauris	4	40	Kyllä
I went hiking in Lapland few..	8.10.2019 ti		14	339	4029	3	violetti, ruska, keltainen	kauris	3	56	Kyllä
Punarinnan laulu	18.5.2020 ma		11	274	1887	6	vaalea, sininen, turkoosi	kauris	7	52	
Inktober day 4. freeze	4.10.2019 pe		3	241	3476	1	piirustus, musta valkea	Kauris	1	3	Kyllä
Commission work	8.7.2020 ke		7	222	1255	7	sininen, värikäs	kauris	6	26	
This one is older work that I..	20.5.2020 ke		8	200	1132	1	valkoinen	kauris	4	39	
This big eared dreamer...	31.8.2019 la		2	199	1663	7	vihreä, sininen	kauris	0	8	Kyllä
Black fawn	6.4.2020 ma		5	188	1410	2	oranssi, musta	kauris	2	21	
Wip.	13.8.2020 torstai		4	178	1785	1	vaaleanpunainen, ruskea	kauris	1	40	
Commission work	8.1.2020 ke		2	174	887	2	vihreä	kauris	3	14	
How many balls can you coun	28.9.2020 ke		4	174	1461	3	monivärinen	kauris	5	37	
One of my older paintings fr..	30.6.2020 ti		6	167	957	3	oranssi, värikäs	kauris	3	42	
New small painting	13.4.2020 ma		0	166	1398	1	vihreä, sininen, värikäs	kauris	1	31	
Acrylic on canvas	13.7.2020 ma		0	165	1270	2	sininen, violetti, punainen	kauris	3	24	
I just realised	16.8.2020 su		4	160	1826	2	keltainen, turkoosi, pinkki	kauris	1	33	
Acrylic on canvas	13.2.2020 torstai		1	153	905	3	punainen, pinkki	kauris	6	9	
Acrylic on canvas	11.2.2020 ti		4	151	3929	2	tumma	kauris	2	51	Kyllä
Söpsykkä	12.8.2020 ke		1	147	964	1	punainen, ruskea	kauris	0	15	
Next week I'm going to set..	19.11.2019 ti		0	146	1141	2	vaaleanpunainen, valkoinen, musta	jänis, muu	2	10	
Acrylic on canvas..	5.12.2019 torstai		4	146	860	1	keltainen	kauris	2	17	
Talven helmiä	8.4.2020 ke		0	146	1180	2	violetti, vihreä, musta	kauris	1	33	
This year I wanted to try inktc	1.10.2019 ti		0	145	991	1	piirustus, musta valkea	Muste, kauri	2	12	
Happy Valentines day!	14.2.2020 pe		3	144	835	3	sininen, vihreä	Kauris	2	17	
Work in progress	4.9.2020 ti		1	142	814	4	ruskea, harmaa, punainen	kauris, kukat	1	15	
Talven sydän	30.1.2020 torstai		0	139	764	2	valkoinen, vaaleanpunainen	kauris	2	14	
Finished painting	20.1.2020 ma		1	133	799	2	ruska, värikäs	kauris	1	18	
Ready	4.10.2020 su		4	131	694	2	sininen, valkoinen	kauris	6	27	

Happy mothers day	10.5.2020 su	0	127	785	1 vaaleanpunainen, valkoinen ihminen, mu	3	20
New little one	19.9.2019 torstai	3	126	928	2 tumma, pinkki	1	23
Karjalainen	20.8.2020 torstai	0	126	742	0	3	23
Wip. Acrylic on canvas	25.11.2019 ma	3	125	855	1 värikäs	1	21
Shelter	19.5.2020 ti	2	123	656	1 vaaleanpunainen, punainen kauris	0	15
Details	6.2.2020 torstai	0	122	688	3 tumma	1	7
Acrylic on canvas	12.2.2020 ke	1	122	803	2 keltainen, värikäs	4	8
Something abandoned	2.3.2020 ma	1	122	817	3 keltainen, oranssi	2	13
Acrylic on canvas	26.3.2019 ti		121		3 violetti, ruskea, vaaleanpui kauris	6	
Looking back at 2016	6.2.2019 ke		119		4 Oranssi, ruskea		
Cleaned my studio	12.8.2020 ke	0	118	875	2	1	17
Tomorrow this one will..	9.10.2019 ke	0	115	1044	2 ruska, värikäs	3	18
Details from new commission	5.2.2020 ke	0	113	724	1 okra	0	5
Acrylic on canvas.	14.7.2020 ti	1	111	596	0 sininen, tumma	1	16
First painting made this year	25.1.2019 pe		110		4 Värikäs, punainen		
Ilta, acrylic on canvas	3.9.2019 ti	0	110	777	5 violetti, tumma	0	8
Acrylic on canvas	12.9.2019 torstai	0	108	771	5 sininen, turkoosi	0	12
Western yellow wagtail.	4.3.2019 ma		107		0 keltainen, turkoosi	2	
Acrylic on canvas	19.8.2020 ke	1	107	597	1 pinkki, sininen, turkoosi	2	6
Moon series	31.12.2019 ti	3	105	654	1 violetti	1	4
I did some sketching	25.3.2019 ma		104		4 piirustus, musta valkea	3	
Winter fawn	29.1.2019 ti		103		1 sininen, kylmä		
I wanted to paint something..	26.2.2019 ti		102		1 vihreä, ruskea	3	
Some fast sketch for Monday	12.10.2020 ma	0	102	505	1 mustavalkoinen, piirustus	1	5
Little daydreamer	22.2.2019 pe		99		6 turkoosi, vaaleanpunainen kauris	4	
Nyt olisi saatavilla edullisesti.	29.6.2020 ma	0	99	712	0 valkoinen, pinkki, musta	0	62
Acrylic on plywood	23.9.2019 ma	0	98	745	5 pinkki, oranssi, sininen	0	7
Work in progress	21.10.2019 ma	0	98	802	3 värikäs	2	10
Better picture of bluethroat b	30.9.2019 ma	0	97	946	1 sininen, vihreä	1	8
Finished!	27.3.2019 ke		96		5 Turkoosi, sininen, värikäs	4	
Back to 2017 I made	17.8.2020 ma	0	95	625	1 punainen, värikäs	1	9
I'm participating in the sales..	20.2.2019 ke		94		4 Turkoosi, värikäs	3	
Roses.	11.7.2019 torstai	0	93	741	1 Vihreä, vaaleanpunainen	3	2



My older collage work.	18.12.2019 ke	0	93	750	1 valkoinen, vihreä	ihminen, mu	1	4
My exhibition in Lapland is nc	29.11.2019 pe	1	92	821		kuvakooste,	0	8
Hiiren juonia.	11.12.2019 ke	2	92	721	1 violetti, punainen	hiiri, muu	2	9
I made this back at 2017	11.2.2019 ma		91		0 Punainen, värikäs	Kauris		
Wip	23.8.2020 su	0	91	456	0 sininen, valkoinen	kauris	1	6
Acrylic on canvas. 20cm x 20c	30.12.2019 ma	1	90	704	0 punainen, violetti	kauris	1	5
When I was a little I went to f	12.5.2019 su	0	89	580	3 vaaleanpunainen, värikäs	muu	3	10
Wip..	18.1.2020 la	1	89	737	1 punainen, violetti	työväihe, stu	1	20
Detail of my newest painting	9.7.2019 ti	1	88	651	2 vihreä, sininen	lintu, muu	2	8
Wip.	20.11.2019 ke	0	86	897	2 vihreä	ketu, muu	0	5
Lapin kansa	9.1.2020 torstai	0	86	836	0	lehtijuttu	0	6
Work in progress	20.3.2019 la		84		2 Turkoosi, sininen, värikäs	kauris, luonn	0	
Another detail of work in pro	16.8.2019 pe	0	84	688	1 pinkki	perhonen, m	5	7
Im really happy with colours..	19.2.2019 ti		83		2 Vihreä, vaaleanpunainen	Kauris		
Acrylic on canvas	1.3.2019 pe		83		2 värikäs	lintu, muu	0	
And another cute one	27.2.2019 ke		81		0 vaaleanpunainen, värikäs	jänis, muu	1	
Details from another work...	19.8.2019 ma	1	80	845	4 oliivin vihreä	perhonen, m	2	10
Autumn colors	29.9.2020 torstai	0	80	525	0 valokuva	luonto valok	1	7
Fast sketch.	16.5.2019 torstai	0	79	595	1 piirustus, musta valkea	kauris	3	9
Work in progress	10.7.2019 ke	0	78	654	3 vihreä, sininen	perhonen, jä	0	6
Experimenting. I wanted to...	4.4.2019 torstai	0	77	601	0 Sininen, värikäs, graafinen	Panda, muu	4	8
Kind of gloomy	13.2.2019 ke		76		1 Ruskea, keltainen, valkoin	Vene, muu		
Salu-lehelind bird	7.5.2019 ti	0	76	606	0 Pinkki, hiekka	lintu, muu	4	12
Tiny painting on glass	19.5.2019 su	0	76	550	1 keltainen, sininen	lintu, muu	2	5
Today's inktober	23.10.2019 ke	1	76	726	0 piirustus, musta valkea	Muste kauris	1	4
Hmm. I normally paint anima	7.3.2019 torstai		74		1 vihreä	muu	2	
It's been a while	20.6.2019 ke	1	74	830	1 piirustus, musta valkea	Pöllöt, muu	0	10
Holiday in Edinburgh	23.2.2020 su	0	74	751	0 pinkki	valokuva, luc	2	4
This one was really relaxing...	22.5.2019 ke	0	73	557	0 violetti, ruskea, vaaleanpui	hiiri, muu	4	2
I might continue this	8.2.2019 pe		72		2 ornessi, turkoosi, violetti,	pt kauris		
Studio view. I had spring clea	9.5.2019 torstai	0	71	681	0	Studio	1	2
I normally never paint human	11.3.2019 ma		70		4 vihreä	ihminen, mu	2	
Some details from my messy.	25.3.2020 ke	2	70	726	0	valokuva, stu	2	3

Studio helper Lillukka	4.7.2019 torstai	0	69	783	1 pinkki	Studio, lilluki	0	1
Detail of a new painting in in.	14.8.2019 ke	0	68	714	1 keltainen, pinkki	lintu, muu	1	8
Creative mess...	26.8.2019 ma	1	67	711	1	studio	0	5
Some really inspiring nature..	9.7.2020 torstai	1	67	564	2	valokuva, luc	2	9
Detail	28.1.2019 ma		66		2 punainen, vihreä	Lintu		
My artwork found new home	7.2.2019 torstai		66		0 harmaa	teos myyty		
I took some reference to the..	28.2.2019 torstai		65		2 värikäs	lintu, muu	0	
Detail of work in progress	25.4.2019 torstai	0	64	520	3 Turkoosi, sininen, värikäs	kalat, muu	2	10
Hidden valley	6.5.2019 ma	1	64	508	0 Värikäs, luonnos	Kauris	2	8
Something new and round	30.1.2019 ke		63		3 värikäs, violetti	Lintu		
Detail of my new painting.	14.2.2019 torstai		63		2 Vihreä	Kauris		
Morning mist	7.9.2019 la	1	63	902	0	valokuva, luc	1	8
Ice-scating	24.1.2020 pe	0	63	686	0	video	2	5
Studio view	31.1.2019 torstai		62		0	Työhuone kuva		
I plan to print some stickers..	10.4.2019 ke	0	60	692	Turkoosi, värikäs	Kauris	11	2
Inktober day 5. build	5.10.2019 la	0	60	813	0 piirustus, musta valkea	Muste, kauri	1	2
Inktober day 6. Husky	6.10.2019 su	0	59	772	1 piirustus, musta valkea	Muste, kauri	0	4
Few years ago I was driving..	14.5.2019 ti	1	55	614	1 vaaleanpunainen, värikäs	päakallo, mu	3	12
Happy New Year!	1.1.2020 ke	0	54	658	0	valokuva, luc	0	6
Article about me	1.2.2019 pe		53		1	Lehtijuttu		
All ready to go!	27.8.2019 ti	0	51	746	1	studio	1	2
Studio view from last evening	21.8.2019 ke	0	50	667	1 tumma	studio	1	1
Messy studio	5.2.2019 ti		47		1 Vihreä	Tyävaihe/studio		
Jos satutte olemaan Lieksan..	28.6.2020 su	0	43	521	2	juliste	0	5
Taiko new catalogue	28.9.2019 la	0	40	846	0	Lehtijuttu, k:	0	4
Article about Mitä! Modern a	16.9.2019 ma	0	38	944	1	lehtijuttu	0	4
Exhibition is now open..	14.9.2019 la	0	35	635	0	juliste	0	7
Studio view	4.12.2019 ke	0	32	604	0	studio	0	1
Group exhibition coming!	5.7.2019 su	0	28	807	1 juliste	juliste	1	0
Really fast scetch	4.2.2019 ma					Video		
Filming while drawing is so h:	12.2.2019 ti					Video		



