



Osaamista  
ja oivallusta  
tulevaisuuden  
tekemiseen

Arttu Kuusisto

# Musiikkiteollisuuden muutosten vaikutus freelancemuusikon ammattiin

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Muusikko (AMK)

Musiikin tutkinto

Opinnäytetyö

17.05.2021

Tekijä Otsikko	Arttu Kuusisto Musiikkiteollisuuden muutosten vaikutus freelancemuusikon ammattiin
Sivumäärä Aika	51 sivua 17.05.2021
Tutkinto	Muusikko (AMK)
Tutkinto-ohjelma	Musiikin tutkinto
Suuntautumisvaihtoehto	Esittäjä, sähköbasso
Ohjaaja Arviointi	Lehtori Jukka Väisänen Lehtori Marko Liski
<p>Tämä opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Metropolia Ammattikorkeakoulun musiikin tutkinto-ohjelmalle. Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää miten musiikkiteollisuuden suuret muutokset vaikuttavat freelancemuusikon työ- ja ansaintamahdollisuuksiin. Tutkimuksen kohteena oli musikit, joiden pääasiallinen ansainta perustuu instrumentin soittamiseen. Kyseinen muusikkoryhmä on laaja, ja useissa suomalaisissa oppilaitoksissa profiloitutaan instrumentalisteiksi. Aiheesta löytyy kuitenkin vain vähän aikaisempaa tutkimusta. Musiikkiala muuttuu nopeasti, ja muusikoiden sekä oppilaitosten täytyy pystyä reagoimaan muutoksiin.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimustavaksi valikoitui narratiivinen kirjallisuuskatsaus. Kirjallisuuskatsaus mahdollisti kokonaisvaltaisen kuvan muodostamisen laajasta lähdeaineistosta. Tutkimuksen teoreettisessa viitekehyksessä käsiteltiin äänite- ja tapahtumateollisuuden muutoksia, alan tulevaisuuden näkymiä sekä uusia tapoja ansaita. Tutkimuskysymykset rakentuivat teoreettiseen viitekehykseen liittyvän muutostutkimuksen ympärille. Musiikkialan nykytilaa käsittelevä lähdeaineisto rajattiin vuosien 2015-2021 välille. Ajankohtaista lähdeaineistoa löytyi paremmin Suomen ulkopuolelta. Lähdeaineistoa vertailtiin kotimaisiin tutkimuksiin, kyselyihin ja barometreihin. Vertailun avulla pystyi muodostamaan kokonaiskuvan siitä, mitkä ilmiöt ovat globaaleja, ja mikä on kotimaisissa kyselytutkimuksissa esiin nousseiden vastausten teoriapohja.</p> <p>Opinnäytetyön keskeisiä havaintoja oli, että vaikka livemusiikin kokonaisarvo on noussut, kehitys näkyy monille freelancemuusikoille laskeneina tuloina ja vähentyneinä työmahdollisuuksina. Tulot jakautuvat epätasaisemmin, kuin fyysisten levyjen aikakaudella. Suurempi määrä toimijoita kilpailee pienemmästä määrästä rahaa, ja lisääntyneiden työnantajien määrä ei ole suorassa suhteessa suurentuneihin tuloihin, tai työmahdollisuuksiin. Teknologinen kehitys korvaa osan työpaikoista, mutta tarjoaa myös uusia tapoja ansaita. Livestream-keikat ja lisääntyneet mahdollisuudet tehdä työtä erilaisilla alustoilla toimivat potentiaalisina kompensattoreina vähentyneille tuloille ja työmahdollisuuksille. Musiikkiteollisuuden ansaintalogiikka on murroksessa, ja uuden teknologian omaksuminen osaksi ansaintaa vie aikaa. Kasvavaan omistuksen konsolidoitumiseen kohdistuu kritiikkiä, mutta lähdeaineistojen mukaan useat yksittäiset kasvun mahdollistajat tarvitsisivat globaalin ja merkittävän toimijan tukea.</p> <p>Tutkimusta rajoitti Suomen luovan talouden tilastoinnin paikoittainen epätasaisuus. Sen sijaan, että tämän tutkimuksen avulla olisi saatu tarkkoja kvantitatiivisia tuloksia suomalaisten freelancemuusikoiden tuloista ja työllistymisestä, tutkimuksen tärkein anti päättyi olemaan aiheiden taustalla olevien syy-seuraussuhteiden hahmottaminen. Tähän kirjallisuuskatsaukseen kerätty aineisto tarjoaa ajankohtaisen ja laajan kokonaiskuvan musiikkialan nykytilasta, ja toimii siten hyvänä pohjana jatkotutkimuksille.</p>	
Avainsanat	Digitalisaatio, musiikkibisnes, freelance, polarisoituminen

Author Title	Arttu Kuusisto The Impact of Changes in the Music Industry on a Freelance Musician's Profession
Number of Pages Date	51 pages 17 May 2021
Degree	Bachelor of Culture and Arts, Music
Degree Programme	Music
Specialisation Option	Performance
Instructor Examiner	Jukka Väisänen, MMus Marko Liski, MMus
<p>This thesis was commissioned by Metropolia Music Degree Programme. The purpose of this thesis was to find out how major changes in the music industry affect the job and earning opportunities of freelance musicians. This thesis focuses on those musicians whose main earnings are tied to playing an instrument. This group of musicians is a relatively large one, and a large number of students in the Finnish educational institutions profile themselves as instrumentalists. However, the topic lacks previous research. The music industry is changing rapidly, and musicians, as well as educational institutions, need to be able to respond to these changes.</p> <p>Narrative literature review was chosen as the research method of the thesis. The literature review made it possible to form a comprehensive picture using extensive source material. The theoretical framework of the study addressed changes in the recording and event industry, future prospects for the industry, and new ways to earn. Research questions were based on the theoretical framework, and they aimed to shed light on the changes that have taken place in the field. The source material on the current state of the music industry was limited to 2015-2021. Most of the source material came from non-Finnish sources, as the material produced in Finland was scarce. The source material was compared with surveys and barometers from Finland. It was this comparison that made it possible to form an overall picture of which of the phenomena emerging from the data are global, and which phenomena could be seen as influential factors in the responses given in the domestic surveys.</p> <p>The main finding of this thesis is as follows: the total value of live music has increased but for majority of freelance musicians, the salaries and job opportunities have decreased. Revenues are distributed more unevenly than in the era of physical recordings. Nowadays, a larger number of actors compete for a smaller sum of money. Even as the number of employers in the field has increased, it has not resulted in a proportionate increase in income and job opportunities. Technological development has replaced some jobs, but it also offers new ways of earning. Livestream gigs and increased opportunities to work on a variety of platforms serve as potential compensators for the reduced income and job opportunities. The earning logic of the music industry is undergoing a transformation, and adopting new technology takes time. The growing consolidation of ownership receives a lot of criticism, but the source data suggest that many of the individual growth enablers in the field would need the support of a global and significant actor.</p> <p>This study was limited by the occasional inaccuracy in Finnish creative economy statistics. Instead of producing exact, quantitative data on the Finnish musicians' earnings and employment, this thesis provides an overview of the causal relationships beneath the shifting paradigms in the field. The material collected in this literature review provides a current and comprehensive overview of the current state of the music industry, and thus serves as a good basis for future research.</p>	
Keywords	Digitalization, music business, freelance, polarization

## Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tutkimuskysymykset	2
2	Kuvaileva kirjallisuuskatsaus opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä	3
2.1	Tutkimusmenetelmän tarkennus, ja valintaperuste	3
2.2	Tiedonhakuprosessi	3
2.3	Lähteiden mukaanotto ja poissulku	4
3	Käsitteiden määrittely	5
3.1	Ansaintalogiikka, ansaintamalli ja tulonmuodostus	5
3.2	Vähittäismyyntihinta, tukkuhinta, liikevaihto, liikevoitto ja arvokuilu	6
4	Syyt musiikkialan muutosten taustalla	6
4.1	Teknologian kehitys	6
4.2	Musiikki ja mediayhtiöiden omistus keskittyy	7
5	CD-levystä suoratoistoon	8
5.1	CD-levystä suoratoistoon	8
5.2	Musiikinkulutustottumukset ja tavat	11
5.3	Ansaintalogiikan muutokset	12
5.4	Tulot fyysisistä levyistä vs. tulot suoratoistosta	12
5.5	Suoratoistopalveluiden soittolistat	17
5.6	Digitalisaatio aiheuttaa huolta musiikkialan barometreissa	18
6	Liveproduktioiden kehityskaari	19
6.1	Painoarvo äänitemyynnistä livemusiikkiin	19
6.2	360-sopimus	20
6.3	Livekentän polarisoituminen	20
6.4	Nauhoitetun musiikin ja livemusiikin suhde	21
6.5	Teknologian kehityksen vaikutus livekeikkojen musiikilliseen sisältöön	22
7	Uudet ansaintatavat ja alan tulevaisuudennäkymät	24
7.1	Verkkoalustojen tarjoamat mahdollisuudet	24
7.2	Musiikin synkronointi ja lohkoketjuteknologia	26
7.3	Ääniteteollisuuden tulevaisuuden ennusteet	27
7.4	Livemusiikin tulevaisuuden ennusteet	29

8	Tulokset	30
8.1	Miten ääniteteollisuuden tila vaikuttaa työmahdollisuuksiin lähdeaineistojen näkökulmasta?	30
8.1.1	Lähdeaineistoihin perustuva pohdinta	32
8.2	Miten digitalisoitunut ja kaupallistunut livekenttä työllistää muusikoita, ja miten ansainnan painoarvon muuttuminen vaikuttaa tuloihin?	33
8.2.1	Polarisoitumisen vaikutukset muusikon työmahdollisuuksiin	33
8.2.2	Kokoonpanomuutokset	35
8.3	Mitä uusia ansaintamahdollisuuksia digitalisaatio on tuonut, ja mitkä ovat alan tulevaisuudennäkymät?	37
9	Johtopäätökset	39
10	Pohdinta	41
	Lähteet	43

## 1 Johdanto

Musiikkiteollisuuden ansaintalogiikka on muuttunut suuresti varsinkin viime vuosituhanen vaihteen jälkeen. Ääniteteollisuuden uudet formaatit ja nopeat jakelukanavat tuovat uusia mahdollisuuksia, mutta muutokset eivät ole kaikille pelkästään positiivisia. Musiikkialan ansaintalogiikka hakee vielä muotoaan, ja kilpailu on kovaa, koska musiikkia pystyy teknologian kehittymisen ansiosta tekemään helposti myös kotistudioissa, ja markkinoimaan pienemmällä budjetilla esimerkiksi sosiaalisen median avulla. Samanaikaisesti ajassa, jossa omakustanteinen julkaiseminen ja markkinointi ilman levy-yhtiön tukea on täysin mahdollista, suurin päätäntävalta on siirtynyt yritysostojen, lakimuutosten ja mediakentän polarisoitumisen vuoksi yhä harvalukuisemmalle määrälle suuria yrityksiä.

Suoratoistomalliin perustuva ääniteteollisuus on ollut useita vuosia noususuhteinen, mutta tulot eivät ole vielä lähelläkään CD-levyn kulta-aikoja. Suoratoistopalveluiden arvokuitu on CD-levyjä suurempi. Ansaintalogiikan painoarvo on siirtynyt enemmän live-musiikkiin, oheistuotteisiin, ja kokemusten sekä elämysten myymiseen. Teknologian merkitys on kasvanut myös liveproduktioissa. Avaan tähän opinnäytetyöhön liittyviä käsitteitä tarkemmin kappaleessa 3.

Aiemmissä tutkimuksissa on kiinnitetty huomiota ensisijaisesti siihen, miten muutokset vaikuttavat musiikintekijöihin ja niihin, keiden nimellä musiikkia myydään. Yksittäisen termin määrittäminen edellä kuvatulle ryhmälle on hankalaa, koska nykyään yhä useammin musiikin tekijä ei ole se, kuka esittää musiikkia livenä. Artistit ja bändit työllistävät myös paljon soittajia. Paremman termin puutteessa tätä ryhmää voisi kutsua esimerkiksi instrumentalistimuusikoiksi. Kyse on joka tapauksessa ryhmästä muusikkoja, joiden pääasiallinen tulonlähde ei ole oman musiikin tekeminen tai esittäminen, vaan instrumentin soittaminen. Yleisimmin tämä ryhmä identifioi itsensä freelancemuusikoiksi, koska tulot koostuvat usein useammasta lähteestä kuukausipalkkauksen sijaan. Englannin kielessä käytetään esimerkiksi käsitteitä performing musician, instrumentalist, sideman ja hired gun. Suomen kielessä instrumentalisti-sanaa käytetään melko vähän tutkimuskirjallisuudessa. Tämä opinnäytetyö tilaajana toimii Metropolia Ammattikorkeakoulun musiikin tutkinto-ohjelma. Metropolia Ammattikorkeakoulun musiikin tutkinto käyttää esittämisen-pääainekäsitettä linjasta, jonka opiskelijat ovat pääsääntöisesti instrumentalisteja. Tutkimuksen tavoitteena oli tuottaa tietokokonaisuus, jota pystyy hyödyntämään muusikon koulutuksen opetussisällön kehittämisessä sekä muusikoiden urasuunnittelussa.

Instrumentalistin ydinosaaamisalue on korkea soittotaso. Tämän opinnäytetyön aiheen valinnan taustalla on oletus, että vaikka populaarimusiikin ansainnan välineitä ovat populaarimusiikkia julkaisevat ja esittävät artistit ja bändit, suuret muutokset vaikuttavat myös soittajien tuloihin ja työmahdollisuuksiin.

On tärkeä huomioida, että musiikkibisnes perustuu pitkälti popmusiikkiin, eli musiikkiin, jonka tarkoitus on tavoittaa mahdollisimman suuri määrä kuluttajia. Musiikin suosittuutta mitataan myyntiluvuilla, ja erilaisten palveluiden ja medioiden kuuntelumääriin perustuvilla listoilla. (Owsinski 2016, luku 1.)

## 1.1 Tutkimuskysymykset

### **Miten ääniteteollisuuden tila vaikuttaa työmahdollisuuksiin lähdeaineistojen näkökulmasta?**

Tarkastelen ääniteteollisuuden tilaa pääosin vertaillen CD-aikaa ja suoratoisto-aikaa, tai fyysisten levyjen aikaa ja digitaalisen musiikin aikaa. Hypoteesina tutkimuksen taustalla on se, että mikäli äänitebisnes kukoistaa, myös muusikoilla on enemmän töitä. Tarkastelen myös sitä, että mitkä tahot ja ilmiöt vaikuttavat siihen mistä musiikista tulee suositua, ja jakautuuko suosio, ja sitä myöten työpaikat tasaisesti.

### **Miten digitalisoitunut ja kaupallistunut livekenttä työllistää muusikoita, ja miten ansainnan painoarvon muuttuminen vaikuttaa tuloihin?**

Livepuolella digitalisoituminen tarkoittaa tässä yhteydessä teknologisia innovaatioita, jotka ovat osa moderneja liveproduktioita. Tapahtumien järjestämisestä vastaa aikaisempaa pienempi määrä suuria yrityksiä. Ansaintalogiikan painopisteen siirtymisen myötä elävässä musiikissa liikkuu enemmän rahaa. Keskiössä on selvittää mitä ryhmää muutokset suosivat, ja miten ilmiö näkyy muusikon palkoissa.

### **Mitä uusia ansaintamahdollisuuksia digitalisaatio on tuonut, ja mitkä ovat alan tulevaisuudennäkymät?**

Aiheen tarkastelu laajempaa kokonaisuutena on olennaista tutkimuksen kannalta, koska äänite- ja tapahtumateollisuus ovat murroksessa. Uusien teknologisten innovaatioiden ja alustojen omaksuminen osaksi ansaintaa vie aikaa. Pelkästään vallitsevan hetken tarkastelu antaa nopeasti vanhenevan ja värittyneen kuvan tilanteesta.

## 2 Kuvaileva kirjallisuuskatsaus opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä

### 2.1 Tutkimusmenetelmän tarkennus, ja valintaperuste

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmäksi valikoitui kuvaileva kirjallisuuskatsaus, tarkemmin narratiivinen kirjallisuuskatsaus. Kuvaileva kirjallisuuskatsaus on eräänlainen yleiskatsaus ilman tarkkoja sääntöjä. Kuvaileva kirjallisuuskatsaus voidaan jakaa narratiiviseen ja integroivaan katsaukseen. Narratiivisen kirjallisuuskatsauksen avulla pystytään hahmottamaan käsiteltävän aiheen historiaa ja kehityskulkua, ja antamaan tarkasteltavasta aiheesta jonkinlainen lineaarinen kokonaiskuva. Narratiivisen kirjallisuuskatsauksen avulla on mahdollista tuottaa ajantasaista tietoa ja johtopäätöksiä, jota ei samanlaisena kokonaisuutena ole muualta saatavissa. Narratiivinen kirjallisuuskatsaus ei kuitenkaan tarjoa analyttisintä tulosta. (Salminen 2011, luku 2.1.)

Narratiivisen kirjallisuuskatsauksen pääasiallinen tarkoitus on tuottaa lukijalle kokonaisvaltainen kuva laajasta aiheesta, ja tarjota pohjaa tuleville tutkimuksille. Lähteet valitaan huolella, mutta kriteerit yksittäisten lähteiden valintaan eivät ole aina näkyvää tietoa lukijalle. Tästä syystä narratiivisen kirjallisuuskatsaus on perusteltu menetelmä tutkimukseen, jossa johtopäätös täytyy muodostaa laajasta lähdeaineistosta. (Cronin, Ryan & Coughlan 2008.)

Valitsemaani aiheeseen liittyen löytyi lähinnä artisteja, bändejä ja musiikintekijöitä koskevia tutkimuksia. Instrumentalistimuusikoiden painoarvo tutkimuksissa oli pieni tai olematon. Narratiivinen kirjallisuuskatsaus tuntui perustellulta valinnalta, koska tilastoja ja tutkimuksia yhdistelemällä pystyi tutustumaan asioihin, jotka vaikuttavat freelancemuusikon toimeentulon taustalla, mutta joita ei ole sellaisenaan nivottu yhdeksi kokonaisuudeksi.

### 2.2 Tiedonhakuprosessi

Varsinainen tiedonhakuprosessi alkoi syyskuussa 2020, ja aineisto oli kasassa 2021 alkupuolella. Tiedonhaku oli alussa hankalaa, koska täysin samaa aihetta käsitteleviä tutkimuksia ei löytynyt, ja kesti aikansa hahmottaa mitkä musiikkiteollisuuden muutokset ovat merkittäviä freelancemuusikon kannalta. Eniten aikaa tiedonhaussa vei se, että jouduin etsimään tietoa kautta linjan perustuen omiin hypoteeseihin. Useissa tapauksissa omaa oletusta koskevia tutkimuksia joutui etsimään kauan, tai niitä ei löytynyt ollenkaan.



Aloitin tiedonhaun etsimällä mahdollisimman ajan tasalla olevaa kirjallisuutta musiikkiteollisuuden tilasta kokonaisuutena. Valtaosa kirjallisuudesta oli englanninkielistä, ja uusimpia kirjoja ei löytynyt kirjastoista, tai tietokannoista. Vasta aihealueen kirjoja lukemalla aloin hahmottaa oman opinnäytetyöni kannalta merkittävät yksityiskohdat, ja sitä myöten alkoi löytyä täsmällisempiä hakusanoja. Etsin tutkimuksia pääosin Google Scholarista, Proquestista ja Ebscosta. Merkittävä apu löytyi Statistasta, josta löytyy paljon ajantasaista dataa myös Suomen musiikkialasta. Kotimaisen musiikkiteollisuuden tilaa auttoi hahmottamaan esimerkiksi Music Finlandin, Suomen musiikkituottajien, ja Teoston julkaisemat tilastot, tutkimukset ja raportit. The Recording Industry Association of America (RIAA) auttoi hahmottamaan levyteollisuuden tilaa, koska tietoa löytyi paljon, ja tutkimus oli ajantasaista. Huomionarvoinen seikka tämän työn lähdeviitteissä on, että suurin kirjallisuudesta on e-kirjoja, ja sivunumeroiden sijasta on käytetty kappaleviittauksia.

### 2.3 Lähteiden mukaanotto ja poissulku

Lähteiden etsintää hankaloitti se, että musiikkiala muuttuu niin nopeasti. Kaksi vuotta vanha kirja saattaa sisältää jo täysin vanhentunutta tietoa. Lähteiden valinnassa täytyi myös käyttää jonkinlaista omaa tuntumaa siitä, minkä maan musiikkibisnes olisi rinnastettavissa Suomen musiikkibisnekseen, että tuloksista voisi tehdä Suomen tilannetta koskevia johtopäätöksiä. Tilastojen osalta tilannetta hankaloitti se, että kaikkia opinnäytetyön kannalta olennaisia kotimaisia tilastoja ei ollut ollenkaan, tai niitä ei löytynyt.

Taulukko 1. Lähteiden aineistotyyppit ja sisäänottokriteerit

Aineistotyyppi	Sisäänottokriteerit
Kirjallisuus	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Musiikkialan nykytilaa tarkastelevat kirjat vuosilta 2015-2021</li> <li>- Musiikkialan historiaa tarkastelevat kirjat vuosilta 2009-2021</li> <li>- Englanninkielinen tai suomenkielinen</li> </ul>

Tutkimukset ja tilastot	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vertaisarvioidut tutkimukset</li> <li>- Musiikkialan nykytilaa tarkastelevat tutkimukset vuosilta 2016-2021</li> <li>- Ensisijaisesti pohjoismaista tai Yhdysvalloista</li> </ul>
Verkkajulkaisut	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tutkimustietoon ja tilastoihin perustuvat julkaisut tunnetuilta musiikkimediaoilta.</li> <li>- Julkaisut, joissa on esitetty jotain musiikkialan historiaa koskevia yksinkertaisia faktoja, ja joiden todennukaisuuden varmistin useammasta lähteestä.</li> </ul>

### 3 Käsitteiden määrittely

Käsittelen tässä kappaleessa muutamia käsitteitä kokonaisuuksina, koska ne liittyvät opinnäytetyössäni vahvasti toisiinsa.

#### 3.1 Ansaintalogiikka, ansaintamalli ja tulonmuodostus

Ansaintalogiikka tarkoittaa laajempänä käsitteenä sitä tapaa millä, ja miten rahaa tehdään. Ansaintamalli tarkoittaa sitä, miten ja mistä tulo saadaan. (Pekuri & Haapasalo, 2011.) Tässä yhteydessä käytän ansaintalogiikka-käsitettä kuvaamaan musiikkialan tulonmuodostuksen suurempia kehityslinjoja. Ansaintamalli-käsitettä käytän kuvaamaan yksittäisen yrityksen hinnoittelupolitiikkaa, tai sitä miten tulo muodostetaan strategisena ratkaisuna. Tulonmuodostuksella tarkoitetaan konkreettista rahan liikkumista, johon ansaintalogiikan ja ansaintamallin on tarkoitus johtaa.

### 3.2 Vähittäismyyntihinta, tukkuhinta, liikevaihto, liikevoitto ja arvokuilu

Vähittäismyyntihinta tarkoittaa hintaa, jonka kuluttaja maksaa. Tukkuhinta on hinta, jonka tuotteen välittävä porras maksaa. Liikevaihto on yrityksen myyntivoitot, joista on vähennetty arvonlisävero. Liikevoitto on liikevaihdon ja yrityksen muiden tuottojen summa, josta on miinustettu kulut.

Käsitteet ovat yksittäin selkeitä, mutta avaan ne, koska ääniteteollisuuden siirtyminen fyysisistä tuotteista digitaalisiin tuotteisiin ja palveluihin aiheuttaa helposti sekaannusta termeissä. Ääniteteollisuuden arvoa mitatessa käytetään usein vähittäismyyntiarvoa, eli CD-levyjen tapauksessa kuluttajien CD-levystä maksamaa hintaa, ja suoratoiston tapauksessa kuluttajan maksamaa kuukausimaksua. Suoratoistopalvelut ovat rinnastettavissa CD-ajan vähittäismyyntiin, ja tukkuhinnaksi voi rinnastaa osuuden, jonka suoratoistopalvelu maksaa takaisin oikeuksien omistajalle. Suoratoistopalveluille jäävä osuus on keskimäärin prosentuaalisesti suurempi, kuin CD-levyjä välittävän tahon osuus. Arvokuilu kuvaa tässä kontekstissa sitä, että osa musiikin arvosta jää suoratoistopalveluille, sen sijaan, että se palautuisi oikeuksien omistajille (Satuli 2017). Digitaalisen musiikin arvokuilu on työn kirjoitushetkellä fyysisten levyjen aikaa suurempi. Palaan tämän kappaleen aiheisiin tarkemmin luvussa 5.4.

## 4 Syyt musiikkialan muutosten taustalla

### 4.1 Teknologian kehitys

Modernin musiikkialan merkittävin muutos sai alkunsa, kun kotitalouksiin alettiin myydä internet-yhteyksiä vuonna 1993. Ennen internetiä media-yhtiöillä oli täysi kontrolli mediasisällön jakelussa, eli käytännössä yritykset pystyivät määrittämään miten ja millä hinnalla tuotettuun sisältöön pääsee käsiksi. (Perry 2012.) Ensimmäinen mp3-tiedosto jaettiin verkossa vuonna 1994 (Owinski 2016, luku 1). Laajemmalla tasolla muutoksen taustalla oli sosiokulttuurinen muutos, ja muutokseen reagoineet voittoa tavoittelevat, etenkin kuluttajaelektroniikkaa valmistavat, yritykset. Kuluttajaelektroniikan osalta ääniteteollisuuden historian suurimpaan muutokseen vaikuttivat eniten kotitietokoneet ja kannettavat musiikinkuuntelulaitteet. (Hesmondhalgh & Meier 2018, luvut 1-3.)

Myös studioteknologia on kehittynyt merkittävästi. Nykyään ammattimaisen kotistudion saa pienellä budjetilla. DAW, eli lyhenne sanoista Digital Audio Workstation, on vakiintunut yleiskäsite digitaalisille äänitysohjelmille myös suomen kielessä. Ensimmäiset DAW-ohjelmat tulivat käyttöön jo 70-80 -luvun vaihteessa. Vuoteen 1996 mennessä 32-raitaiset DAW-ohjelmat olivat muodostuneet alan standardeiksi. (Recording Connection n.d.) Vuonna 1997 julkaistu Steinberg Cubase VST mahdollisti nauhoitetun audion prosessoinnin ilman kalliita analogisia studiolaitteita. Vuonna 1999 Steinberg julkaisi ensimmäisen softasyntetisaattorin, nimeltään Neon. (Musicradar 2008.) Nykyään on vaikeaa löytää top-listoilta musiikkia, jossa ei ole käytetty virtuaali-instrumentteja. Ensimmäistä kertaa musiikin historiassa musiikin tekemisen, markkinoimisen ja myymisen riittää kannettava tietokone (Freeman 2016, luku 1).

#### 4.2 Musiikki ja mediayhtiöiden omistus keskittyy

Musiikkiteollisuuden suuret muutokset eivät johdu pelkästään formaattien ja jakelukanavien muutoksista. Mediayhtiöiden omistus on keskittynyt ajan saatossa suuremmille toimijoille, ja yksittäisten toimijoiden määrä on vähentynyt. Bill Clinton allekirjoitti vuonna 1996 Telecommunications Act -lakimuutoksen. Käytännössä laki vaikutti Yhdysvalloissa musiikkialaan eniten siten, että radiokanavien paikalliseen omistukseen liittyvät rajoitukset poistuivat, ja yksi yritys sai aikaisemman neljänkymmenen kanavan sijaan omistaa rajattoman määrän kanavia. Yhdysvalloissa pinnalla oleva musiikki on vaikuttanut koko maailman musiikkimarkkinoihin. Vuonna 1983 90% media- ja viihdealan yrityksistä oli noin viidenkymmenen yrityksen omistuksessa. Lain myötä valta siirtyi kuudelle suuryhtiölle; Comcastille, Walt Disneylle, 20th Century Foxille, Time Warnerille, CBS:lle ja Viacomille. Muutokset yksipuolistivat radion tarjontaa, koska valta siirtyi suurten yritysten musiikkipäälliköille. (Swindali 2019, luku 1.)

Suomen suurin mediayhtiö, Sanoma Media, on myös ollut Suomen suurin festivaalijärjestäjä vuodesta 2018 asti (Vedenpää, 2018). Kansainväliseen Live Nation Entertainmentiin kuuluva Live Nation Finland on Suomen suurin tapahtumajärjestäjä (Tietoja Live Nation Finlandista, n.d). Käsittelen edellä mainittujen yritysten historiaa ja asemaa tarkemmin kappaleessa 6.5.

Myös suurimmat levy-yhtiöt, Sony, Universal ja Warner, ovat tehneet merkittäviä yrityskauppoja vuosien varrella. Sony osti vuonna 1987 CBN-Recordsin. Vuonna 2004 Sony ja BMG yhdistivät voimansa, ja syntyi Sony BMG. Vuonna 2008 Sony osti merkittävän

osuuden BMG:stä, ja muutti nimensä Sony Music Entertainmentiksi. Universal Music-konsernin alla toimii useita levy-yhtiöitä. Yksi merkittävä Universal Musicin tekemä kauppa tapahtui vuonna 2012, kun Universal osti EMI:n. Warner Musicin levy-yhtiötoiminta alkoi Warner Bros elokuvayhtiöstä, ja nykyään myös Warnerin alla toimii useita merkittäviä levymerkkejä, kuten Elektra Records ja Atlantic Records. (Music Business Worldwide n.d.)

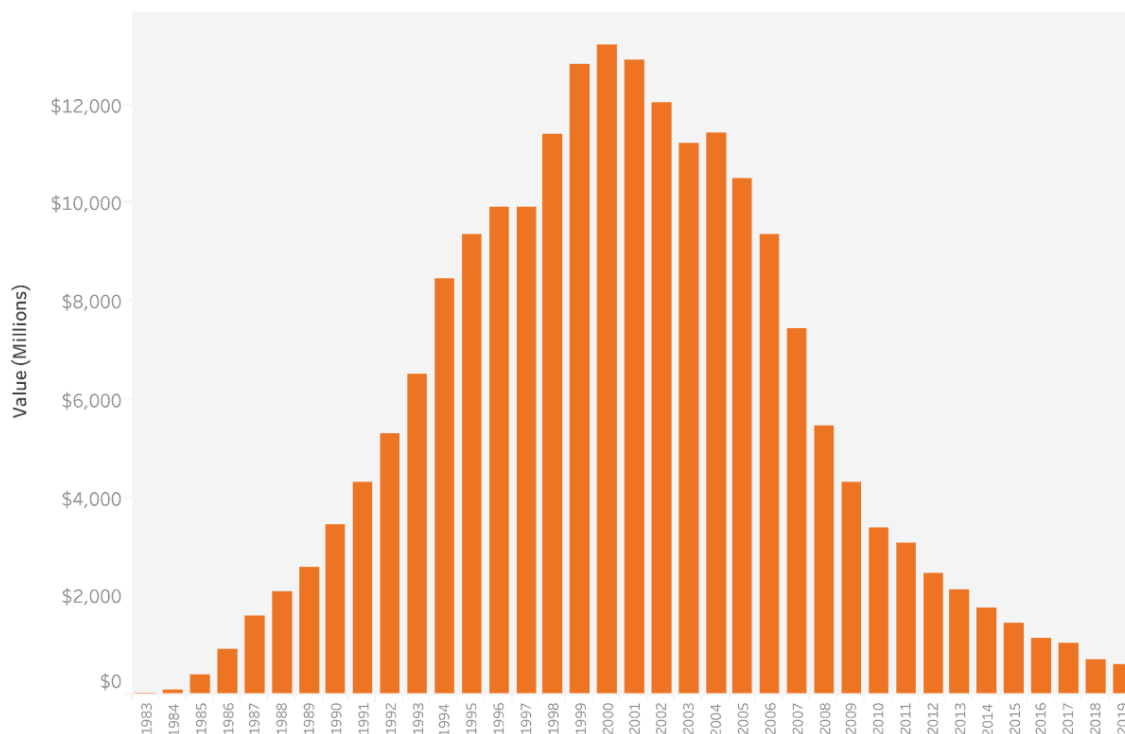
Suurimpien levy-yhtiöiden, Warnerin, Universalin ja Sonyn julkaisujen osuus Billboard top 10 – listan kappaleista oli vuosina 2010-2018 yli 90% (Carter 2019). Huolimatta kolmen suurimman levy-yhtiön merkittävästä markkinaosuudesta, levy-yhtiön tuki ei ole ainut tapa saada musiikkiaan esille. Sosiaalisen median, teknologian ja nopeiden jakelukanavien aika on synnyttänyt ensimmäisiä jättisuuria artisteja, joilla ei ole levytysoppimusta. Vuonna 2019 itsenäisesti julkaistun musiikin kokonaisarvo musiikkialalla oli yli 2 miljardia dollaria (Herstand 2019, johdanto).

Edellä olevat ovat yksittäisiä esimerkkejä suurista musiikkialaa muovaavista yrityskaupoista. Lopputulema omistuksen konsolidoitumisesta on se, että pienempi määrä yrityksiä vastaa suuremmasta määrästä päätöksiä. Tarkasteltavan aiheen kannalta yksi mielenkiintoisimmista kysymyksistä on se, mikä on suoratoistojättien, kuten Spotifyn, palvelutarjonta tulevaisuudessa.

## **5 CD-levystä suoratoistoon**

### **5.1 CD-levystä suoratoistoon**

Ennen viime vuosituhatvuotien vaihdetta levymyynti oli ollut jo pitkään nousujohteista, ja musiikkialalla meni paremmin kuin koskaan. Vuosi 1999 jäi historiaan paitsi yhtenä levyteollisuuden huippuvuosista, myös vertaisverkko-ohjelma Napsterin perustamisvuotena. Napster käynnisti piratismien aikakauden, ja antoi alkusysäyksen fyysisten levyjen laskusuhdanteelle (Kuvio 1). Vertaisverkkoteknologian avulla tiedostoja pystyy jakamaan ilman keskuspalvelinta käyttäjien tietokoneiden välillä. Vuonna 1999 perustettiin myös vastaava alusta, mp3.com. (Owsinski 2016, luku 1.)



Kuvio 1: CD-levyjen dollarimääräinen myynti Yhdysvalloissa (RIAA 2020).

Napsterin kaltaiset palvelut olivat mahdollisia mp3-formaatin ansiosta. Vertaisverkkoteknologian ansiosta laitonta tiedostojen jakamista on hankalampi jäljittää. Lukuisten oikeushaasteiden jälkeen Napster lopetettiin vuonna 2001, ja mp3.com vuonna 2003, mutta teknologia oli tullut jäädäkseen. (Owsinski 2016, luku 1.)

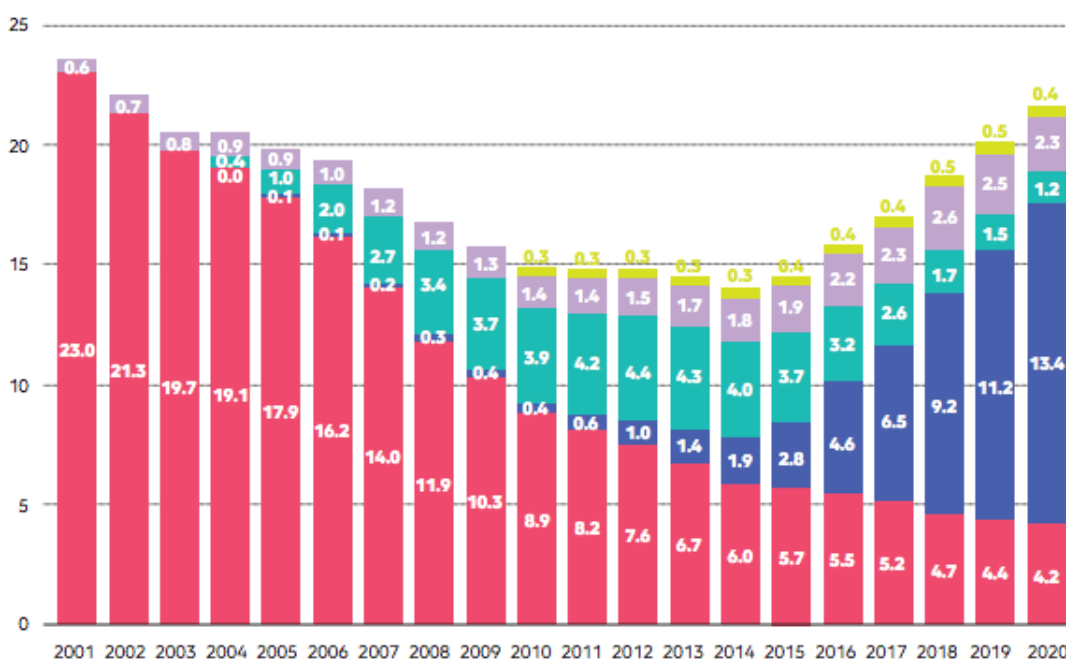
Musiikkialalla oltiin tietoisia mp3-formaatin potentiaalista ja riskeistä jo ennen Napsteria. Vuonna 1998 perustetun todella suuren ja monialaisen lautakunnan, Secure Digital Music Intiativen, tarkoituksena oli kehittää turvallinen ja kopiosuojattu tapa musiikin digitaaliseen kuluttamiseen. Vertaisverkkoalustojen aiheuttaman shokin jälkeen oli selvää, että musiikkialan oli pakko yrittää iskeä takaisin kehittämällä digitaaliseen musiikkiin perustuvaa laillista ja kannattavaa liiketoimintaa. SDMI ei kuitenkaan onnistunut monivaiheisen prosessinsa aikana kehittämään toimivaa järjestelmää. (Knopper 2009, luku 4.) Steve Jobs keksi nopeammin paremman idean.

Musiikkialan seuraava selkeä mullistus päättyi olemaan iPod ja iTunes Store. Apple osti Bill Kincaidin, Jeff Robbinin ja Dave Hellerin kehittämän Soundjam MP-mediasoitimen vuonna 2000, ja kehitti soittimen koodin pohjalta ensimmäisen version iTunesista. Elokuussa 2001 Apple julkaisi ensimmäisen iPodinsa. Seuraava tehtävä oli saada iPodiin digitaalista musiikkia laillisesti. Steve Jobsin varsinainen innovaatio oli yhdistää iTunes-mediasoitin iTunes Storeen. Käyttäjä pystyi ostamaan yksittäisiä kappaleita hintaan 99c

samalta alustalta, jolla musiikkia kuunneltiin, ja siirtämään musiikin iTunesilla iPodiin. iTunes Store avattiin kuluttajille huhtikuussa 2003. Vuoteen 2007 mennessä 70% digimarkkinoista oli Applen hallussa. (Knopper 2009, luku 5.)

Merkittävästä digimarkkinaosuudesta huolimatta Apple oli kuitenkin musiikkiteollisuuden näkökulmasta hieman myöhässä, koska toimivasta digitaalisesta alustasta huolimatta ääniteteollisuuden kokonaismyynti laski vuosi vuodelta. iTunes Store oli kuitenkin alkusysäys yksittäisiin kappaleisiin perustuvaan musiikin kulutukseen, ja täysin uudenlaiseen ansaintalogiikkaan. Vasta kuukausimaksuun perustuvien suoratoistopalveluiden yleistyminen onnistui kääntämään musiikkialan kokonaisarvon uuteen nousuun (Kuvio 2). Kuukausimaksuun perustuvia suoratoistopalveluita on ollut olemassa ja kehitteillä jo 2000-luvun alkupuolella. Ensimmäisenä suoratoistopalveluna pidetään vuonna 2001 perustettua Rhapsodya (Catalano 2018). NPD Groupin vuonna 2007 julkaiseman tutkimuksen mukaan Rhapsodyn kaltaiset palvelut kiinnostivat alkuvaiheissa vain kahta ja puolta prosenttia kuluttajista. Samassa tutkimuksessa vertailun vuoksi kiinnostus iTunesia kohtaan oli 17%. (Knopper 2009, luku 7.)

Nykyinen markkinajohtaja Spotify on julkaistu Euroopassa 2008, ja palvelu on levinnyt Yhdysvaltoihin vuonna 2011 (Grannell 2018). Streamauksen varsinaista vallankumousta on helpompi hahmottaa kuvion 2 avulla. Punainen väri kuvaa fyysisiä levyjä, ja sininen väri suoratoistoa. Luku on liikevaihto miljardeina dollareina.

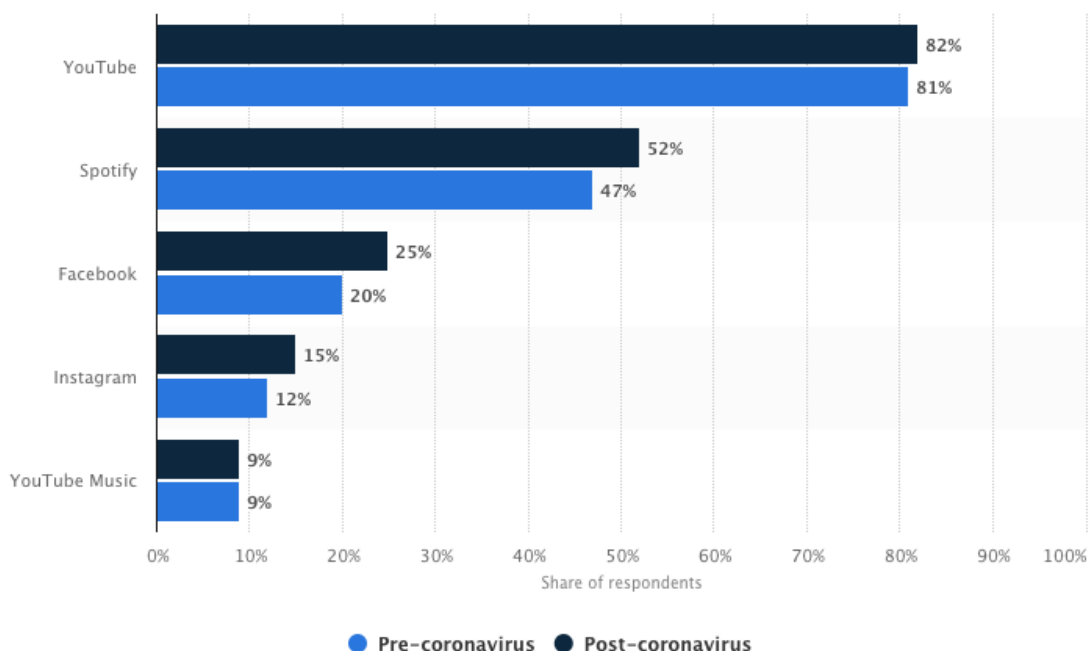


Kuvio 2: Maailmanlaajuinen nauhoitetun musiikin kokonaisarvo 2001-2020 (IFPI 2021).

## 5.2 Musiikinkulutustottumukset ja tavat

Musiikkialan ansaintalogiikan muutoksen keskiössä on ihmisten muuttuneet musiikin kuuntelutottumukset ja tavat. Suoratoistopalveluiden merkitys artistien ja bändien nousussa on merkittävä. Radiosoitto on edelleen paras tapa päästä suureen suosioon, mutta radion rooli ei ole enää luoda artisteja. Kaupalliset radiot minimoivat taloudellisia riskejä ottamalla soittolistoilleen musiikkia, joka on jo valmiiksi suosittua. Eli tavallaan radio vain nostaa jo saavutettua suosiota. (Herstand 2019, luku 5.) Nuoret ovat nopeita omaksumaan uutta teknologiaa. Music Finlandin julkaisemassa useita kuuntelutottumustutkimuksia koostavassa artikkelissa todetaan, että suuri osa uudesta musiikista nousee suosioon alle 20-vuotiaiden kautta, ja nuorten kuuntelutottumukset vaikuttavat vähitellen radion kautta laajempiin kuluttajaryhmiin. (Music Finland 2018.)

IFPI Finlandin ja Teoston tuoreimman selvityksen mukaan suomalaiset kuuntelevat eniten musiikkia autoradiosta (Tervonen 2020). Nuoremmalla ikäluokalla on siis vaikutus myös siihen, mitä vanhempi ikäluokka kuulee radiosta, koska radiota kuuntelevat eniten autoilevat, eli täysi-ikäiset ihmiset. Koronapandemia on lisännyt suomalaisten musiikin suoratoistopalveluiden käyttöä (Kuvio 3).



Kuvio 3: Koronaviruksen vaikutukset suomalaisten suoratoistopalveluiden käyttöön (Statista 2020).



### 5.3 Ansaintalogiikan muutokset

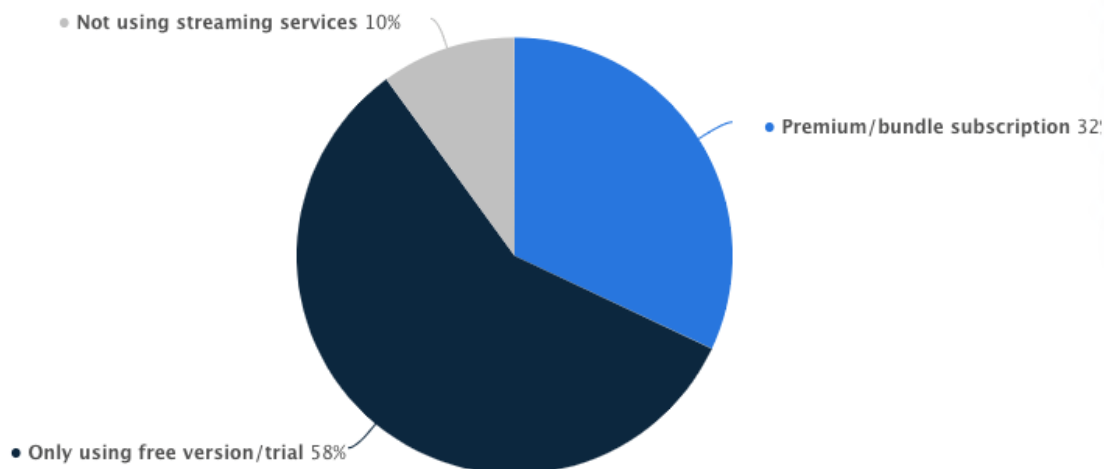
Thomas Edison keksi fonografisylinterin ja fonografin vuonna 1877. Edisonin keksimä teknologia mahdollisti musiikin tallentamisen fonografisylinteriin fyysiseksi äänitteeksi, ja äänitettä pystyi toistamaan fonografista. (Barth 2013, luku 1.) Keksintöjä voi pitää kaupallisen musiikin alkujuurina, koska levyt ovat olleet ensimmäisiä musiikkiin liittyviä kullattajatuotteita. Koska oli jotain mitä myydä, musiikin ympärille pystyi rakentamaan liiketoimintaa.

Musiikkialan ansaintalogiikka on muuttunut Edisonin keksinnöstä lähtien eniten viimeisen muutaman vuoden aikana. Aina on pyritty myymään jotain, on se ollut sitten fonografisylintereitä, vinyylejä, kasetteja, tai CD:itä. Teknologia on tuonut musiikkibisneksen siihen pisteeseen, että musiikkialan ansainta ei perustu enää samalla tavalla konkreettisten hyödykkeiden myymiseen. (Passman 2020, luku 1.)

### 5.4 Tulot fyysisistä levyistä vs. tulot suoratoistosta

Suomessa myytiin eniten CD-levyjä vuonna 2003. Havainnollistan suoratoiston ääniteollisuuden pelastavaa potentiaalia laskelmalla. Laskelman pohjana on IFPI:n tilasto vuoden 2003 levymyynnistä Suomessa, ja Statistan julkaisemat tutkimukset suomalaisien suoratoistopalveluiden käytöstä vuonna 2020 (IFPI 2003; Statista 2020). Ideana on laskea, kuinka kaukana suoratoistopalveluiden käyttöaste on Suomessa siitä, että Suomen levyteollisuus kerryttäisi yhtä paljon liikevaihtoa kuin vuonna 2003 CD-levyjen myynnillä. Perustelen vertailun sillä, että CD-levy oli vuonna 2003 ylivoimaisesti merkittävin levyteollisuuden tulonlähde, ja suoratoisto on samassa roolissa vuonna 2020.

Statistan julkaiseman tutkimuksen mukaan 90 prosenttia suomalaisista toistaa musiikkia suoratoistopalveluista. Tutkimuksen mukaan 32 prosenttia suomalaisista maksaa suoratoistopalveluiden käytöstä, 10 prosenttia ei käytä suoratoistopalveluita, ja jäljelle jäävät 58 prosenttia käyttävät ilmaisia palveluita. Tutkimus on tehty haastattelututkimuksena, mutta tulokset on painotettu vastaamaan koko väestöä. (Statista 2020)



Kuvio 4: Digitaalisten musiikkipalveluiden käyttö Suomessa (Statista 2020).

Suomalaisten suosimat maksulliset suoratoistopalvelut ovat Spotify, Tidal, Deezer ja Apple Music (Statista 2020). Suoratoistopalveluilla läpinäkyvää tietoa on ARPU, eli keskimääräinen liikevaihto käyttäjää kohden. ARPU on tärkeä mittari suoratoistopalveluiden kannattavuudelle. Spotifyn keskimääräinen **premium**-tilaajan tuoma liikevaihto/kk oli vuonna 2020 4,32e. Luku on laskettu itse Spotifyn vuoden 2020 kvartaaliraporteista (Spotify Financials 2020). Käytän Spotifyn ARPU:a laskelmassa, koska Spotify on huomattavasti muita vastaavia palveluita suosittu Suomessa. Tämän lisäksi jokaisen kappaleen alussa mainitun neljän suoratoistopalvelun hinnoittelupolitiikka on kilpailuasetelman vuoksi keskenään suhteellisen samankaltainen.

IFPI:n 2003 tilastossa on julkaistu levymyynnin kappalemäärät ja verottomat tukkuhinnat aikaväliltä 01.01.2003-31.11.2003. Suomessa myytiin vuonna 2003 8 725 575 kappaletta CD-levyjä, yhteensä 64 572 451e verottomaan tukkuhintaan (IFPI 2003). Verottomaan tukkuhintaan tulee lisäksi arvonlisävero ja jälleenmyyjän osuus. Vuoden 2003 yleinen arvonlisäverokanta oli 22% (Arvonlisäveron historiaa Suomessa n.d). Jälleenmyyjän osuus vuonna 2002 myydyin CD:n kuluttajahinnasta oli noin 25% (Muusikko Online 2002). Myös Helsingin Sanomissa 1993 julkaistussa artikkelissa todetaan, että jälleenmyyjän osuus Suomessa on noin 25% (Kotirinta 2003).

Taulukko 2. Vuosi 2003

Asukasluku	5 219 732
Yleinen Alv-kanta	22%
Myydyt CD-levyt (kpl.)	8 725 575
Veroton tukkumyynti (eur.)	64 572 451
á veroton tukkuhinta (eur.)	$(64\,572\,451) / (8\,725\,575) \approx 7,4e$
Kateprosentti, jolla myyjän osuus 25% kuluttajahinnasta (laskettu kateprosenttilaskurilla)	30,5%
Keskimääräinen vähittäismyyntihinta	13e (Katteen osuus 3,25e = 25% 13e loppusummasta)
2020 rahan arvoon suhteutettu vähittäismyyntihinta	$\approx 16,25e$ (Rahan arvo on 1,25 kertainen vuonna 2020)
Tammi-marraskuun tarkastelujaksolla suomalaisten CD-levyihin käyttämä inflaatiokompensoitu rahamäärä	$(16,25 * 8\,725\,575) = 141\,790\,594e$
Kuukaudessa CD-levymyynnin liikevaihto per capita	$(141\,790\,594 / 11kk) / 5\,219\,732 \sim 2,47e$

Taulukko 3. Vuosi 2020

Asukasluku	5 536 146
Maksullisia suoratoistopalveluja käyttävien osuus väestöstä (Statista)	32%
ARPU Q1 + Q2 + Q3 + Q4 / 4 =	4,32e
32% väestöstä henkilömääränä	$\approx 1\,771\,567$
Vastaavalla 11kk tarkastelujaksolla äänitteisiin käytetty raha vs. 141 790 594e (2003)	$(1\,771\,567 * 4,32) * 11 = 84\,184\,721,28e$
Kuukaudessa suoratoistosta maksavan asiakkaan liikevaihtoa nostattava arvo per capita	$\sim 1,38e$

Taulukko 4. Kuukausi per capita – tuloksen käyttö vertailulukuna

<b>2003 CD-levyteollisuuden liikevaihto kuukaudessa per capita</b>	<b>2020 suoratoiston liikevaihto kuukaudessa per capita</b>
<b>2,47e</b>	<b>1,38e <math>\approx</math> 41% vähemmän vs 2003</b>

Jos laskelman per capita arvoa käytetään vertailulukuna, Suomessa pitäisi olla 41% enemmän, eli vuoden 2020 väkiluvulla noin 2,5 miljoonaa maksavaa käyttäjää, että yksistään suoratoistopalveluista maksaminen tuottaisi yhtä paljon liikevaihtoa, kun CD-levyt 2003. Laskelma on suuntaa antava, koska Spotify ei julkaise maakohtaista premium-käyttäjän ARPU:a, tai maakohtaisia käyttäjämääriä, ja suuria kertoimia käyttäessä pienillä pyörityksillä on huomion arvioinen vaikutus. Hinnoittelupolitiikka perustuu samankaltaiseen 9,99e kuussa/9,33\$ kuussa/9,99£ kuussa – ajatukseen valuuttakursseista huolimatta. Spotify Premium - ARPU:a alentaa perhe- ja opiskelija-alennukset.

Suoratoisto ei kuitenkaan nykyisellään tuota yhtä paljon liikevoittoa levy-yhtiöille, vaikka suoratoistopalveluihin käytettäisiin saman verran rahaa. Kuten aikaisemmin todettu, suoratoistopalvelut ovat kasvattaneet arvokilua. Spotifyn toimitusjohtaja Daniel Ek ilmoitti vuoden 2021 Stream On – tilaisuudessa, että yritys maksoi 5 miljardia dollaria rojalteja vuonna 2020 (Aswack 2021). Osuus on kvartaalituloksista laskettuna noin 52 prosenttia Spotifyn koko vuoden liikevaihdosta (Spotify Financials 2020). Prosenttiluku on sama, joka on ilmoitettu useissa lähteissä suurten levy-yhtiöiden ja Spotifyn ja Apple Musicin välisiksi sopimuksiksi (Ingham 2020; Clark 2018; Warwick 2021). Jos Spotifyn rinnastaa tukkumyyjään ja vähittäismyyjään, jotka aikaisemmin mainitun musiikko-online CD-levyn kuluttajahintarakenneselvityksen mukaan ottivat yhteensä noin 33% osuuden myyntihinnasta, oikeuksien haltijoiden osuus suoratoistotuloista on CD-aikaa pienempi (Musiikko Online 2002.).

On otettava kuitenkin huomioon, että Spotify on vielä kasvava yritys, ja musiikkialan ansainta hakee muotoaan. Suoratoistopalvelut ovat osa luonnollista teknologiasykliä, joiden aikana uusia toimintamalleja kehitetään, ja menee oma aikansa, ennen kuin lopputulemat tyydyttävät kaikkia osapuolia (Passman 2020, luku 5). Vuoden 2021 Stream On-tilaisuudessa Spotify julkaisi myös kuukausihinnaltaan kalliimman Spotify HiFi-version (Spotify Newsroom 2021). HiFi-versio on esimerkki siitä, miten yritys yrittää nostaa premium-käyttäjän ARPU:a, joka taas mahdollisesti nostaa yrityksen kannattavuutta. Positiivinen ajattelutapa tilanteeseen voisi olla se, että jos musiikin oikeuksien omistajille maksettaisiin tällä hetkellä heidän määrittämänsä osuus suoratoistopalveluiden tuloista, rahat olisivat pois innovaatioilta, kehitykseltä ja kasvulta, jotka saattavat johdattaa tasaiseen ja tyydyttävään tilanteeseen tulevaisuudessa.

Usein ongelmana pidetään sitä, että Spotify maksaa liian vähän artisteille, mutta Spotify:n tämänhetkinen tilanne ja liiketoimintamalli ei tarjoa korkeampaan maksuun mahdollisuutta. Spotify teki kansainvälisessä toiminnassaan 698 miljoonaa dollaria tappiota vuonna 2020. Spotifyn vuoden 2020 neljännellä kvartaalilla 45% käyttäjistä oli Premium-tilaajia, ja 55% mainosrahoitteisen ilmaismallin käyttäjiä. Kvartaalin tuloksesta kuitenkin vain 13% tuli ilmaiskäyttäjiltä. (Spotify Financials 2020.) Ilmaiskäyttäjien suuri osuus ja samanaikaisesti mainostulojen merkittävän pieni tuotto on suuri ongelma musiikkialalle. YouTube on suurempi suoratoistopalvelu kuin kaikki muut suoratoistopalvelut yhteensä, ja YouTubella on ilmaiskäyttäjiä suhteessa merkittävästi enemmän, kuin maksavia käyttäjiä (Passman 2020, 162). Lokakuussa 2020 YouTubella oli 30 miljoonaa maksavaa käyttäjää, ja YouTube'n virallisen blogin mukaan yrityksellä on kaksi miljardia päivittäistä käyttäjää (King 2020; YouTube Official Blog n.d).

Johtopäätös on se, että ääniteteollisuus kasvaa, jos suoratoistopalvelut saavat huomattavasti enemmän maksavia käyttäjiä, jos premium-käyttäjien ARPU on suurempi, jos ilmaiskäyttäjien osuus on vähäisempi, arvokuilu pienempi, tai kaikki nämä. Hinnoittelu- ja ansaintamallin ongelma on se, että aktiiviset CD-levyjen ostajat pystyivät aikaisemmin nostamaan esimerkiksi aikaisemmassa laskelmassa esitettyä per capita -arvoa käyttämällä huomattavasti enemmän rahaa vuodessa levyihin, vaikka arvioisi premium-käyttäjien keskimääräisen kuukausimaksun välille 5-15e miten hyvänsä. Nykyään kovinkin suoratoisto-ajan siirtynyt musiikkifani käyttää vain maksimissaan alle 200e vuodessa suoratoistopalveluihin. Vastavuoroisesti suoratoistopalvelut saattavat olla liian kalliita ihmisille, jotka ostivat aikaisemmin vaikka muutaman levyn vuodessa, puhumattakaan tilanteesta, jossa perushintoja nostettaisiin.

Aluksi ajateltiin, että kasettinauhurit tappavat musiikkialan, sitten ajateltiin, että CD-levyjen polttaminen tappaa musiikkialan, sitten ajateltiin, että piratismi tappaa musiikkialan, ja nyt puhutaan siitä, että suoratoisto tappaa musiikkialan. Suoratoisto on uutta teknologiaa ja suoratoiston vaihtoehto on piratismi. Kun Taylor Swift veti musiikkinsa pois suoratoistopalveluista protestina maksupolitiikkaa vastaan vuonna 2014, hänen uusin levynsä 1989 päätyi vertaisverkkopalvelu The Pirate Bayn ladatuimmaksi levyksi. (Hertsand 2019, luku 7.)

Kuvitteellisessa tilanteessa, jossa suoratoistopalvelut palvelut tuottavaisivat rahaa yhtä paljon kuin CD-levyt, tulot jakautuisivat silti eri tavalla. Syyt ilmiön takana kuulostavat

pieneltä, mutta niillä on suuri vaikutus. Fyysisten levyjen aikaan pystyi ostamaan useamman eri musiikin tekijän levyn kerrallaan, mutta nyt pystyy kuuntelemaan vain yhtä kappaletta kerrallaan. Kun kuuntelee yhtä kappaletta, ei pysty kuuntelemaan toista kappaletta samaan aikaan, ja se mitä kuuntelee, on pois jonkun toisen tienesteistä. Fyysisestä levystä saa saman rojaltin, vaikka levy jäisi muoveihin. (Passman 2020, luku 1.)

CD-levyjen aikaan artistien rojalti laskettiin tukkuhinnasta. Spotify jakaa levy-yhtiöiden kuukausittaiset jako-osuudet sen mukaan, miten suuri prosentuaalinen osuus kullakin yhtiöllä on ollut Spotifyn kaikista kuukausittaisista kuunteluista. Levy-yhtiö jakaa rahan artisteille sen mukaan, kuinka suuri osa heidän yrityksensä kuukausittaisista kuunteluista on tullut miltäkin artistilta. Artisti taas saa hänen kerryttämien kuunteluiden osuudesta sopimukseen perustuvan rojaltiosuuden, joka on artistin kokoluokasta riippuen 15% osuudesta ylöspäin. (Passman 2020, luku 7.) Spotifyn tyyli jakaa tulot on nimeltään *pro-rata*. Vaihtoehtona olisi *user-centric-malli*, jossa käyttäjän maksama raha jakautuisi suoraan niille artisteille, joita hän on kuunnellut eniten.

## 5.5 Suoratoistopalveluiden soittolistat

Uuden musiikin löytämisen evoluutio on kulkenut yökerhoista, painetuista arvosteluista, radioista ja blogeista suoratoistopalveluiden soittolistoihin. John Mayer otti The Night Game – nimisen yhtyeen kiertueensa lämmittelijäksi löydettyään sen hänelle räätälöidyltä Spotifyn Discover Weekly – soittolistalta. Spotifyn tapauksessa soittolistoja on kolmen tyyliä; Spotifyn hallinnoimat soittolistat, käyttäjien hallinnoimat soittolistat ja algoritmien luomat soittolistat. (Herstand 2019, luku 5.)

EU-komission asiantuntijaryhmän tekemän selvityksen mukaan suoratoistoalustoilla on useita kannusteita ohjata kuluttajaa sellaisen sisällön pariin, josta alusta hyötyy eniten, ja toimintaa tulisi seurata tarkemmin (Work stream on Differentiated treatment 2021, 26). Spotify ei ole julkistanut tietoa siitä, millä perusteella korvaus per. stream -summa lasketaan. Spotifyn Daniel Ek ilmoitti vuonna 2020, että Spotify tarjoaa musiikin tekijöille enemmän näkyvyyttä, jos he suostuvat pienempiin tekijänoikeuskorvauksiin (Dean 2020). Ehdotus paljastaa ainakin sen, että epäilykset liittyvät tiedostettuun ansaintamahdollisuuteen. Spotifyn suuri rooli suosittujen artistien luomisessa tuo myös vastuuta, koska algoritmit alkavat yksilöimään kuuntelukokemusta välittömästi.

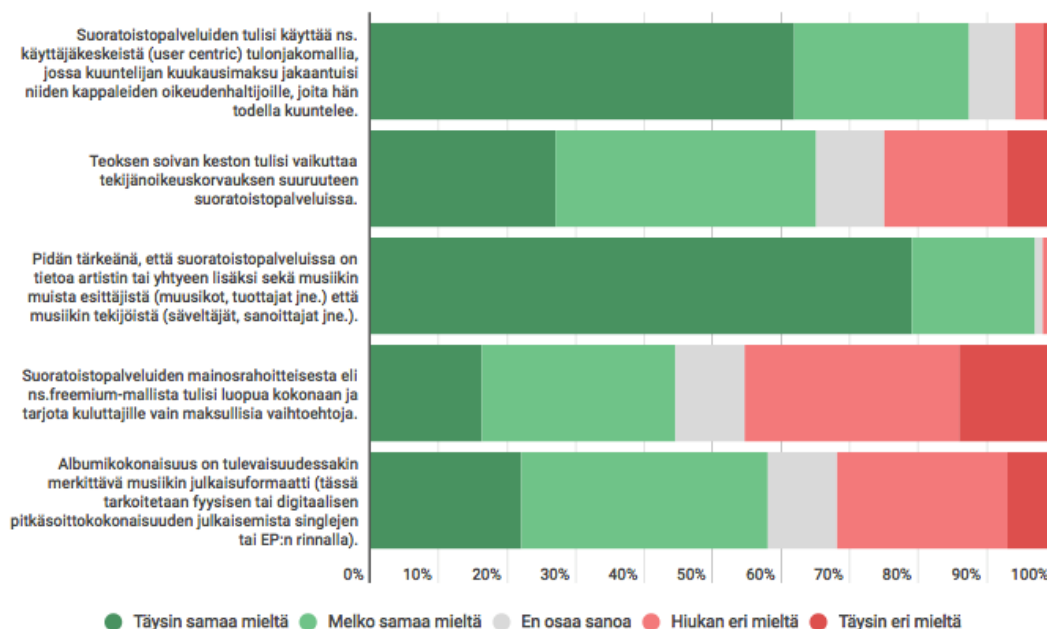
Spotifyn algoritmeja koskevasta tutkimuksesta on kirjoitettu kirja nimeltään Spotify Tear-down. Spotify yritti saada Ruotsin tutkimusneuvoston luopumaan lupaamastaan yhdeksän miljoonan kruunun rahoituksesta (Rolling Stone 2019). Kirja perustuu tutkimukseen nimeltä The Spotify Radio Loop Experiment. Tutkimusryhmä laittoi 160 tekaistua ilmaista käyttäjätiliä kuuntelemaan personoituja soittolistoja. Yhdelläkään boteista ei ollut kuunteluhistoriaa. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, miten Spotifyn personointialgoritmi toimii, ja tutkia syrjiikö algoritmit nousevia artisteja ja marginaalisempia genrejä. Spotify markkinoi algoritmiaan loputtomaksi, ja täysin personoiduksi. Tutkimusryhmä huomasi, että musiikki toistuu tietyn mittaisina looppina, ja kappalevirta ei ole loputon. Toinen merkittävä huomio oli, että aloitti kappaleradion joko suosituista tai marginaalisemmasta saman musiikkityylin, saman maan ja saman aikakauden kappaleesta, ja vaikka botit keskeyttivät ja vaihtelivat kappaleita mielivaltaisesti, kappaleradiosta tulleet kappaleet olivat suhteellisen samoja, eikä algoritmi juurikaan hyödyntänyt Spotifyn laajaa katalogia. Suosittu biisi tuli myös useammin uudestaan, kuin vähemmän suosittu. (Eriksson, Fleischer, Johansson, Snickars & Vonderau 2019, luku 2.)

Norjassa tutkittiin vuonna 2019 digitalisaation vaikutusta Norjan musiikkialan ekosysteemiin. Tutkimuksen mukaan suoratoistopalveluiden musiikkialan ekosysteemiä muovavaan vaikutukseen liittyy eräänlainen paradoksi. Samanaikaisesti teoriassa kaikki musiikki on kaikkien saatavilla, mutta ihmiset kuuntelevat kuitenkin aikaisempaa enemmän samankaltaista musiikkia keskenään. Syyksi selitetään se, että suoratoistopalvelualustat keskittyvät tuomaan esille kaikista suosituinta musiikkia. Tutkimuksessa todetaan myös, että suoratoistopalveluiden toiminnan läpinäkymättömyyden vuoksi palveluilla on täysi valta ohjata käyttäjää kohti palvelun etujen mukaista sisältöä. Norjalainen tutkimus on myös vain yksittäinen tutkimus, mutta löydökset ovat monelta osin linjassa The Spotify Radio Loop Experimentin löydöksen kanssa. (Eidsvold-Tøien, Torp, Theie, Molde, Gaustad, Sommerstad, Espelien & Gran 2019.)

## 5.6 Digitalisaatio aiheuttaa huolta musiikkialan barometreissa

Music Finlandin vuonna 2019 julkaiseman barometrin (Kuvio 5) mukaan merkittävin osa vastaajista kannattaa user centric -mallia. Kuten aikaisemmin todettu, ilmaiskäyttäjillä on suuri rooli musiikkialan arvoon. Ilmaistilit jakavat mielipiteitä melko tasaisesti. Myös kappalekohtaisiin tekijänoikeuskorvausperusteisiin kaivattaisiin muutoksia. (Musiikkialan barometri 2019.) Spotifyn mallissa tekijänoikeudet maksetaan nykymallin mukaan siten,

että musiikintekijät saavat korvauksen, kun kappaletta on kuunneltu 30 sekuntia (Hers- tand 2019, luku 4). Ominaisuus vaikuttaa olennaisesti kappaleiden säveltämiseen, koska kappaleen kannattaa alkaa välittömästi, ja olla heti alusta asti kiinnostava, jotta kuuntelija ei vaihda seuraavaan kappaleeseen.



Kuvio 5: Music Finlandin vuoden 2019 barometrin kyselytutkimus (Music Finland 2019).

Kaksi kolmasosaa vastaajista pitää tärkeänä muuttaa lainsäädäntöä vastaamaan paremmin musiikkialan digitalisoitunutta markkinaa. Tärkeimpänä yksittäisenä esimerkkinä mainitaan EU:n digitaalisiin sisämarkkinoihin ja rajat ylittävään sähköiseen kauppaan liittyvä lainsäädäntö. Huolta aiheuttaa myös arvokuilu, eli se, että osa luovan alan tekijänoikeuksien omistajien sisällön arvosta siirtyy alustapalveluille. (Musiikkialan barometri 2019.)

## 6 Liveproduktioiden kehityskaari

### 6.1 Painoarvo äänitemyynnistä livemusiikkiin

Suoratoistosta saatu tulo on ainakin toistaiseksi merkittävästi pienempi, kuin CD-levyjen myynnistä saatu tulo. Ansaintalogiikkaa on täytynyt muuttaa. Livemusiikista on tullut



merkittävin yksittäinen musiikkiteollisuuden tulonlähde. Livemusiikin osuus Suomen musiikkialan 988 miljoonan euron kokonaisarvosta oli vuonna 2019 yli puolet, 512 miljoonaa. Äänitetulojen osuus oli vuonna 2019 89 miljoonaa, ja tekijänoikeuksien osuus 99 miljoonaa. (Suomen musiikkialan talous ja vienti 2019.) Livemusiikin vientitulot ovat nousseet vuosina 2001-2019 3,5 miljoonasta eurosta 14,5 miljoonaan euroon (Tilastokeskus 2020). Koronavirus iskee nykymalliin kovemmin, kuin se olisi iskenyt esimerkiksi vuonna 2000.

## 6.2 360-sopimus

Levymyynnin hiipuesssa levy-yhtiöt alkoivat tekemään artistien ja bändien kanssa 360-sopimuksia. 360 sopimus tarkoittaa sitä, että levy-yhtiö ottaa osuuden myös artistin tai bändin äänitetulojen ulkopuolisista musiikkiin liittyvistä tuloista, kuten live-esiintymisistä ja oheistuotemyynnistä. Nykyään lähes kaikki levytyssopimukset ovat 360-sopimuksia. (Swindali 2019, luku 4.) 360-sopimusten aikana konserttilippujen hinnat ovat nousseet reilusti. (Ekholm 2014). Live-esiintymisistä saatujen tulojen täytyy pystyä kompensoimaan levymyynnin menetyksiä. Ihmiset tarvitsevat myös vastinetta rahoilleen. Valtaosa moderneista liveproduktioista on erittäin yksityiskohtaisesti suunniteltuja teoriassa keskenään vertailukelpoisia kokonaisuuksia, jotka toistuvat illasta toiseen samanlaisina.

## 6.3 Livekentän polarisoituminen

Roskilden yliopiston taiteen laitoksen opettaja Fabian Holt (2021) on tutkinut eurooppalaisten pääkaupunkien, Amsterdamin, Brysselin ja Kööpenhaminan, musiikkiklubien historiaa kirjassaan *Everyone Loves Live Music*. Kyseiset kaupungit on valittu tarkasteluun, koska jokaisessa kolmessa kaupungissa klubikulttuuri on ollut valtion tukemaa. 1960-luvun lopusta 2000 luvun alkupäähän tärkeimpiä populäärimusiikin esityspaikkoja olivat klubit. Tuki mahdollistaa myös pienemmän kokoluokan esiintyjien buukkaamisen, ja klubeilla on mahdollisuus toimia ponnahduslautana uusille artisteille. Valtion tuki oli merkittävässä roolissa siinä, että klubit pystyivät toimimaan musiikkikulttuurin keskuksina. 2000-luvun alkupäässä tarkasteltavien kaupunkien valtiot alkoivat keskittyä klubien sijaan suurten musiikkitapahtumien ja tapahtumateollisuusyritysten tukemiseen. Tilanne on johtanut siihen, että tapahtumien keskiössä ovat klubien sijaan laajalle kuluttajaryhmälle tarkoitettut festivaalit ja suurten artistien jäähalli- ja areenakeikat. Klubien kannalta taloudellisesti kannattavimmaksi vaihtoehdoksi jää toimia keikkoja järjestävien yritysten

vuokratiloina. (Holt 2021, luku 5.) Vaikka tilanne ei ole suoraan rinnastettavissa Suomeen, se kuvaa hyvin tapahtumateollisuuden kehityssuuntia.

Myös Suomessa useat merkittävät keikkapaikat ovat lopettaneet toimintansa. Esimerkiksi Helsingissä toimintansa ovat lopettaneet lyhyen ajan sisällä Nosturi, Virgin Oil ja The Circus. Klubien katoaminen keskustoista on sekä kansallinen että globaali ilmiö. Keikkapaikkojen katoamista keskustoista selitetään yksinkertaisesti sillä, että kun merkittäväällä paikalla sijaitsevasta tilasta on mahdollista saada parempi tuotto, tila on perusteltua ottaa muuhun käyttöön. (Hallamaa, Vedenpää & Merimaa 2019.) Koronavirus pahentaa tilannetta entisestään, ja vauhdittaa muutosta.

Suomen suurin festivaalijärjestäjä on nykyään Nelonen Media Live. Sanoma Media osti yhden Suomen suurimmista tapahtumajärjestäjistä, N.C.D Production Oy:n, vuonna 2018. Nelonen Media on osa Sanoma-konsernia. Kaupassa Sanomalle siirtyi noin 30 festivaalia ja tapahtumaa. Kauppaan kuului myös N.C.D Productionin ja sen konserniyhtiöiden konsertti- ja risteilyliiketoiminta. (Sanoma 2019.) Nelonen Media omistaa myös useita radio- ja tv-kanavia. Nelonen media on ostanut kaupan jälkeen myös Tikkurila-festivaalin ja Rockfestin (Sirén 2019). Vuoden 2018 lopussa ilmoitettiin, että Nelonen Media ostaa osuuden Kaiku Recordsista, ja Kaiku Records siirtyy kaupan myötä osaksi Nelonen Mediaa (Kaiku Entertainment 2019).

Livepuolella Live Nation on edelleen markkinajohtaja, myös Suomessa (Tietoja Live Nation Finlandista n.d). Live Nation osti 90-luvun loppupuolella kahdeksantoista kuukauden aikana miljardilla dollarilla yksittäisiä konserttijärjestäjiä ja keikkapaikkoja. Live Nation yhdistyi kauppojen jälkeen lippupalvelu Ticketmasterin kanssa, satelliittiradio SiriusXM:n kanssa, ja internetradio Pandoran kanssa. (Knox 2021.)

#### 6.4 Nauhoitetun musiikin ja livemusiikin suhde

Ennen nauhoitettua musiikkia livemusiikki oli konseptina paljon yksinkertaisempi. Elävä musiikki oli ainut tapa kuunnella musiikkia. Ääniteteknologian keksimisen jälkeen nauhoitettu musiikki oli pitkään livenä soitettua musiikkia, josta tehtiin tallenne. 1930-luvun jazzia voi ajatella yhtenä ensimmäisistä musiikkityyleistä, jossa alettiin miettiä nauhoitetun musiikin tuomia etuja. Kun nauhoitetut improvisoidut osuudet alkavat tulla toistojen myötä tutummaksi kuulijalle, ne alkavat kuulostaa sävellyksen kannalta merkittävänä. Vastaavaa ei voi saavuttaa livenä. Nauhoitettu jazzmusiikki mahdollisti myös soittotaito-

jen kehittymisen, koska sooloja pystyi analysoimaan ja opettelemaan. Elektroninen musiikki on toinen ääripää, jota ei pysty tuottamaan liveolosuhteiden kaltaisessa hetkessä ilman digitaalista teknologiaa. Elektronisen musiikin esittämisessä on myös usein elementtejä, joita ei soiteta livenä. Kehityskulku haastaa liveä käsitteenä, koska useiden modernien liveproduktioiden kaikki ääni ei synny hetkessä. (Marzierska, Rigg & Gillon 2020, johdanto).

Aikaisemmin siis livenä tapahtunut musiikki määritti sen miltä musiikki kuulostaa levyllä. Nykyään levyllä tapahtuva musiikki määrittää usein sen, miltä musiikki kuulostaa livenä. Teknologian kehityksellä on positiivisia ja negatiivisia vaikutuksia populäärimusiikin esittämiseen livenä. Ensinnäkin nauhoitettu musiikki on asettanut sisällöllisiä raameja livemusiikkiin, ja puskenut sitä tiukempaan muottiin. Tilanne johtaa siihen, että soittajien liikkumavara livetilanteessa on pienempi, ja live synnyttää epätodennäköisemmin mitään uutta ja ainutlaatuista musiikillista sisältöä hetkessä. Toisaalta taas nauhoitetun musiikin ja livemusiikin symbioosi tekee livemusiikista helpompaa suuremmille massoille, ja nostaa siten livemusiikin taloudellista kannattavuutta.

Vaikka muutokset heiluttavat käsitteitä, teknologia synnyttää uusia tapoja kuluttaa livemusiikkia. Käsitteiden määrittely johtaa tilanteeseen, jossa tulee helposti analysoitua, onko livemusiikki samalla tapaa merkityksellistä, jos se ei määritelmän mukaan synny livenä. Perinteiselle esiintyjän ja liveyleisön välillä tapahtuvalle interaktiolle on silti tärkeä paikkansa. Vaikka kyseessä olisi DJ läppärin kanssa yksin liveyleisön edessä, esitys tapahtuu kuitenkin jonkin asteisessa vuorovaikutussuhteessa, vaikka olosuhteet eivät vaikuttaisikaan puhtaasti musiikilliseen ulosantiin. Tavallinen livemusiikin kuluttaja ei myöskään välttämättä osaa olettaa, että ennalta suunniteltu interaktio livenä olisi mitenkään käsikirjoitettua, ja tilanne saattaa tuntua ulos päin yhtä lailla spontaanilta ja aidolta. Vaikka livetilanteessa luodaan yhä harvemmin mitään uutta ennen kuulematonta musiikillista sisältöä, mielestäni yleisön ja esiintyjän suhde on pysynyt pääpiireiltään ennallaan.

## 6.5 Teknologian kehityksen vaikutus livekeikkojen musiikilliseen sisältöön

Ääniteteknologian tuomat mahdollisuudet ikään kuin rakentavat uutta normaalia nauhoitetulle musiikille, ja sitä myöten livemusiikille. Käsitettä voi kutsua korvien virittäytymiseksi (engl. "the tuning of our ears"). Kun ihminen kuulee ensimmäistä kertaa jonkun nauhoitteen, jossa on käytetty uutta teknologiaa, se saattaa kuulostaa aluksi oudolta ja

luonnottomalta, koska korva ei ole vielä tottunut vastaavaan. Kyse saattaa olla esimerkiksi kompressoinnista, raitojen määrästä tai massasta, laulujen virittämisestä, rytmisestä korjaamisesta ja niin edelleen. Ajan myötä korva kuitenkin tottuu, ja uudesta ääniteteknologiasta muodostuu kuulokuvaan uusi normaali. Se mikä kuulostaa normaalilta johtuu korvan harjaantumisesta, ja uuden soundin vertaamisesta totuttuun. (Brøvig-Hanssen & Danielsen 2016, 147)

Koska ääniteteknologia on niin kehittyntä, ja ihmiset ovat tottuneet kuuntelemaan siloteltua soundia, musiikki kuulostaa helposti oudolta tai huonolta liveinä, jos se on kaukana nauhoitetusta vertailupohjasta (Brøvig-Hanssen & Danielsen 2016, 147). Live on helppompi saada kuulostamaan levyiltä käyttämällä taustanauhoja, joiden avulla liveinä tapahtuva soittaminen yhdistyy levyraitoihin. Radioissa soitetussa musiikissa ja top-listojen kappaleissa on lähes poikkeuksetta joitain elementtejä, joita ei voi, tai kannata tuottaa liveinä. Asian voi ratkaista sovittamalla musiikin uusiksi livekokoonpanon tuomissa raameissa, tai käyttää apuna taustanauhoja. Jälkimmäinen tapa on erittäin yleinen.

Digitalisoidun livemusiikin esittämistä tukee myös liveinä käytettävien digimiksereiden kehitys. Digimikserit tulivat markkinoille 90-luvulla, ja 2000-luvun alkupuolella ne alkoivat olla jo standardi. Digimiksereistä on tullut hyvin samankaltaisia tekniikaltaan, kuin DAW:it, joihin musiikki nauhoitetaan studiossa. Äänityskäytössä yleisin DAW on Digidesignin Pro Tools. Digidesign julkaisi vuonna 2005 Venue-nimisen livemikserin, joka mahdollisti saman tyyppisten plugineiden käytön liveinä, kun studiossa. Yksi olennainen esimerkki digitaalimiksereiden vaikutuksesta livemusiikkiin on mahdollisuus korjata automaattisesti laulajan virettä reaaliajassa. (Jones & Bennett 2015, luvut 4.7-4.8.) Liveproduktiot ovat myös yhä useammin audiovisuaalisia kokonaisuuksia, joihin liittyy esimerkiksi tanssia ja tanssijoita. Artistin saattaa olla perustelematonta yrittää tuottaa ehyt laulusuoritus ilman taustanauhan ja vireenkorjauksen apua, pelkästään jo liikkumisen ja hengästymisen takia. Yksi ajankohtainen esimerkki on k-pop, eli korealainen popmusiikki. ”Olisi ihmeellistä, jos K-Pop-artistit eivät käyttäisi vireenkorjausta liveinä, ottaen huomioon vaatimuksen täydelliselle audiovisuaaliselle esitykselle” (Dj Pangburn 2018). K-Popin suosio on valtavassa nousussa, ja genre on yksi esimerkki, joka muovaa livemusiikin standardeja, ja toimii uusien normien mukaisesti.

## 7 Uudet ansaintatavat ja alan tulevaisuudennäkymät

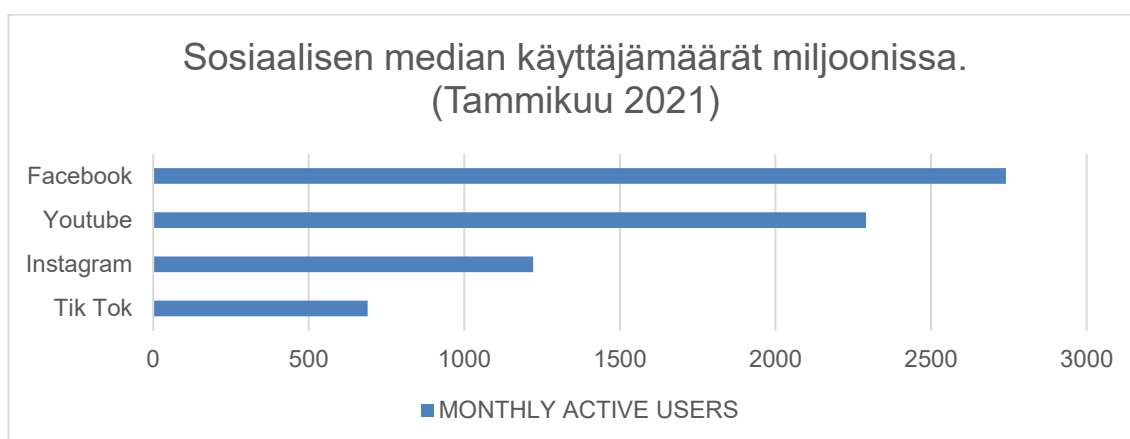
### 7.1 Verkkoalustojen tarjoamat mahdollisuudet

Erilaiset alustat tuovat uusia mahdollisuuksia toimia freelancemuusikkona myös verkon välityksellä. Vuonna 2018 perustettu portugalilainen palvelu Musiversal helpottaa koti-studioissa työskentelyä, ja auttaa sellaisia musiikintekijöitä ja tuottajia, joiden verkosto ei ole suuri. Palvelun idea on se, että käyttäjä maksaa palveluun kuukausimaksua, joka oikeuttaa rajattomaan määrään studiosessioita kuukaudessa. Yhtiöllä on palkkalistoiltaan muusikoita, jotka työskentelevät ympäri maailmaa etäyhteyden avulla omissa studioissaan. Musiversal on saanut yli miljoona euroa joukkorahoitusta, ja yritys laajentanut toimintaansa koronan aikana. EU-startups -sivusto listaa Musiversalin maan kymmenen lupaavimman startupin joukkoon. (Font 2021). Freelancemuusikoiden palveluita välittää myös esimerkiksi yhdysvaltalainen Fiverr ja Spotifyn ostama palvelualusta SoundBetter (Voorhees 2020).

Joukkorahoituspalvelut, kuten Kickstarter, Indiegogo ja PledgeMusic, mahdollistavat rahan keräämisen suurempiin projekteihin, kuten esimerkiksi omakustanteisen levyn tekoon. Joukkorahoituskampanjat eivät kuitenkaan ole sellaisenaan tasaisen tulon lähde. Herstand (2019, luku 12) käyttää termiä Crowdfunding 2.0. Esimerkiksi hän mainitsee Patreonin. Patreonin käyttäjät maksavat kuukausimaksua suoraan muusikolle vastineeksi sisällöstä (Herstand 2019, luku 12). Patreonin kaltainen palvelu mahdollistaa myös sisällön kohdentamisen, koska idean pohjalla ei ole mainosrahoitteinen malli, jossa ansaintamalli perustuu suureen määrään klikkauksia.

Vuodesta 2005 vuoteen 2008 musiikintekijöiden ainut mahdollisuus saada tekemistään näkyville oli internetpalvelu MySpace. Vuoden 2008 jälkeen musiikkivaikuttajat alkoivat siirtyä YouTubeen ja Facebookin käyttöön. Nykyään on lähes oletusarvo, että artistit ja bändit käyttävät niitä palveluita, joita fanitkin. (Herstand 2019, luku 11.) Musiikkialalle merkittävimmät sosiaaliset mediat järjestettynä käyttäjämäärän mukaan ovat Facebook, YouTube, Instagram ja Tik Tok (Statista 2021).

Taulukko 5. Sosiaalisen median käyttäjämäärät miljoonissa tammikuussa 2021 (Statista 2021).



Useat instrumentalistimusikot ovat alkaneet käyttää sosiaalista mediaa hyvin samankaltaiseen vaikuttamiseen, kuin artistit ja bändit. Avaan asiaa muutaman case-esimerkin avulla. Molemmissa esimerkeissä kanavien sisältö perustuu pelkästään instrumentin soittamiseen. Instagramista tunnetuksi noussut kitaristi Mateus Asato ei ole koskaan julkaissut yhtään omaa musiikkia, ja hänellä oli yli miljoona seuraajaa Instagramissa. Asaton signaturekitara oli Suhr-kitaravalmistajan myydyin malli vuonna 2018. Instagram-julkisuuden myötä Asato päätyi soittamaan suurten artistien, kuten Tori Kellyn ja Jessie J:n bändeihin. (Davidson 2018.) Italialaisen YouTube-basistin Davie504:n tili on koko Italian tilatuin YouTube-kanava. Davie504:n suosio perustuu pelkästään YouTubeen, ja videoiden sisältö pyörii pelkästään bassonsoiton ympärillä. Davie504:n tilaajamäärä on yli 9 miljoonaa, joka on yli tuplamäärä verrattuna esimerkiksi Italian Warner Musicin tiliin. (Noxinfluencer 2021.)

Diginomadi on käsite ihmisille, joiden pääasiallinen ansainta tapahtuu verkossa. Noma-dilla viitataan tässä yhteydessä siihen, ettei työ sido mihinkään määrättyyn paikkaan. (Thompson 2018, 3.) Klassinen keikkatalouden alusta on esimerkiksi Wolt, joka tarjoaa kuskeille fyysistä työtä. Uudet teknologiat mahdollistavat diginomadin tavan tehdä keikkatyötä verkkoalustojen avulla (Menkhoff 2019). Ansainnan hankkiminen yhdistelemällä useita etätyöalustoja laajentaa perinteistä ajatusta keikkataloudesta, jossa alustan välittämä työ on sidonnainen paikkaan, ja pääosa ansainnasta perustuu yhteen alustaan (Sutherland & Jarrahi 2017, luku 1). Verkon välityksellä tapahtuvalla freelancemuusikon työllä on potentiaalia toimia kompensattorina äänite- ja tapahtumateollisuuden epävaikaudelle.

## 7.2 Musiikin synkronointi ja lohkoketjuteknologia

Musiikkia liitetään valtavia määriä päivittäin eri verkkosisältöihin, kuten esimerkiksi sosiaalisen median videoiden taustalle. Music Finlandin julkaisemissa barometreissa suurimmiksi potentiaalisiksi musiikkialan kasvun mahdollistajiksi on jo useana vuonna mainittu elävän musiikin lisäksi musiikin liittäminen uusiin käyttöyhteyksiin, ja musiikkiin liittyvät internet- ja sovelluspohjaiset palvelut. (Musiikkialan barometri 2019.)

Media- ja teknologia-analyysiin erikoistuneen tutkimusyhtiö MIDI:an tutkimuksen mukaan suurin musiikkialaa tulevaisuudessa muovaava trendi on immerstiivinen verkko. Immerstiivinen verkko tarkoittaa ympäristöä, jossa tapahtuva toiminta ei ole mahdollista missään muualla, kuin tarkastelun alla olevassa ympäristössä, tai alustalla. Yhtiön mukaan yksi varhainen esimerkki immerstiivisen verkon alustasta on Tik Tok. (Mulligan 2020; Hottinen 2021.)

Erlaiset yhteydet, joihin musiikkia liitetään, muodostuvat tulonlähteeksi vasta silloin, kun oikeuksien omistajat saavat korvauksen oman musiikkinsa käytöstä. Osa tekijänoikeustuloista jää nykyisellään kuitenkin saamatta, tai tulee välikäsien kautta, koska järjestelmä on kankea. Yhdeksi ratkaisuksi asiaan on ehdotettu blockchainia, eli lohkokehjuteknologiaa. Lohkoketjuteknologia mahdollistaa nopeat rahansiirrot käyttäjien välillä ilman, että tietoverkkoa hallinnoi mikään yksittäinen taho. Kaikki data on kaikkien näkyvillä, mukaan lukien transaktioiden määrä. Käyttäjät pystyvät kuitenkin olemaan halutessaan anonyymejä. Lohkoketjuteknologian pystyy yhdistämään tekoälyyn. Jos alusta sitoutuu käyttämään lohkoketjuteknologiaa, lohkoketjuteknologia mahdollistaa välittömän tekijänoikeuskorvauksien maksun, kun algoritmi huomaa, että alustalla käytetään jonkun toisen, kuin alustan käyttäjän omistamaa musiikkia. Käytännössä kappaleen käyttäminen aktivoi välittömästi sopimuksen kappaleen käyttäjän tai alustan ja oikeuksien omistajien välillä. (Imogen Heap 2017.)

Lohkoketjuteknologia tarvitsisi toimiakseen jonkinlaisen yksittäisen ja virallisen rekisterin musiikin tekijänoikeuksista. Se, että vastaavaa rekisteriä ei ole, on ongelma jo itsessään. Suurin aiheeseen liittyvä hanke oli GRD (Global Repertoire Database), jonka ajatuksena oli nimenomaan koota kaikki tekijänoikeudet yhteen tietokantaan. Hanke kaatui vuonna 2014. Suurimmat ongelmat liittyivät siihen, kuka alustaa kontrolloi ja valvoo, ja miten toimintaa kehitetään ja rahoitetaan. (Muikku 2017, 10.) Lohkoketjuun perustuvia musiikkipalveluita on jo useita, mutta yksikään ei ole päätenyt olemaan seuraava iso muutos.

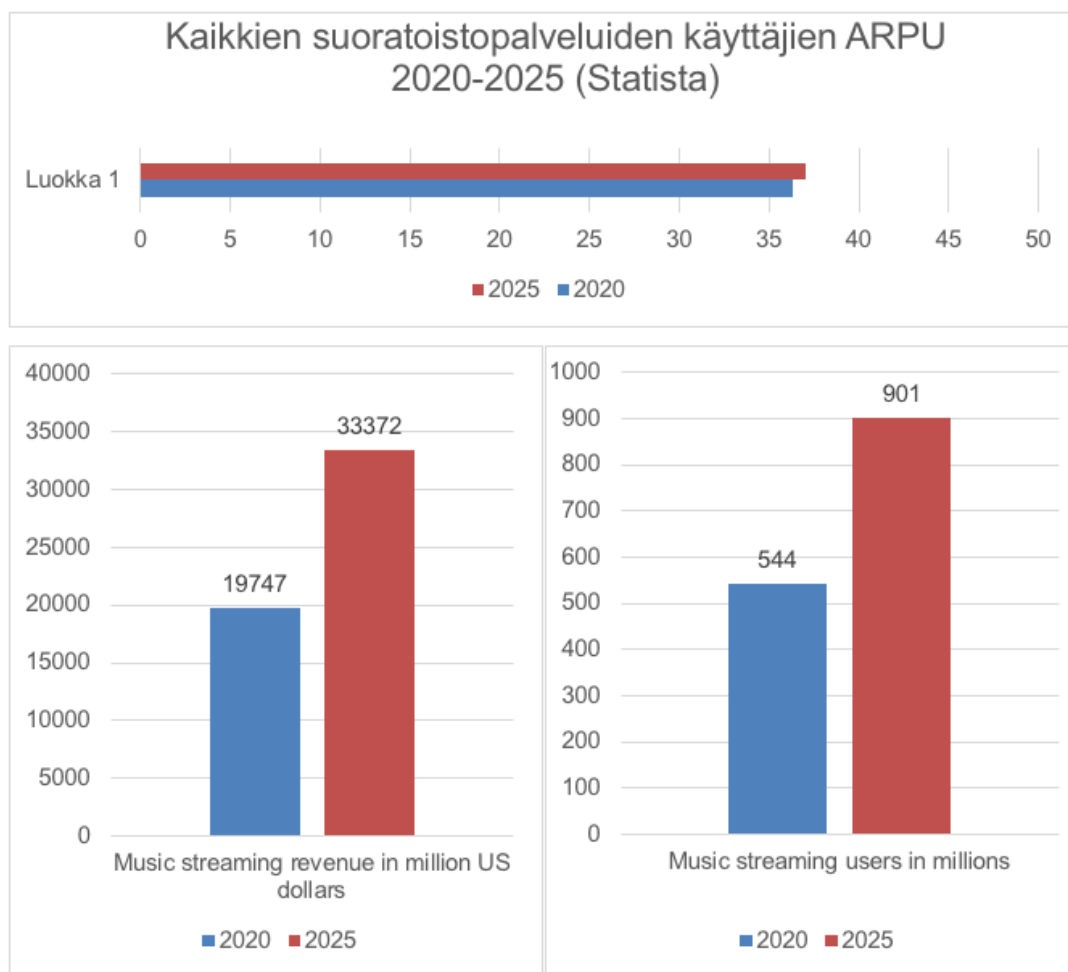
Pekari (2016) toteaa, että ainut lohkoketjuteknologiaan liittyvä toimiva ratkaisu saattaa olla suuri ja globaali ratkaisu (Teosto 2016). Kryptovaluuttojen puolesta puhuva teknologiayrittäjä Jack Dorsey osti musiikkipalvelu Tidalin maaliskuussa 2021. Yrityskauppa herätti laajat spekulatiot siitä, onko Dorsey'n tavoitteena tehdä Tidalista palvelu, joka hyödyntää lohkoketjuteknologiaa. (Hussain, Culliford & Dave 2021.)

### 7.3 Ääniteteollisuuden tulevaisuuden ennusteet

Statista (2021) on julkaissut kattavan raportin digitaalisen musiikin tulevaisuuden ennusteista. Digitaalisten latausten merkityksen on ennustettu vähenevän, ja fyysisestä levystä ei ole enää pelastajaksi. Tästä syystä otan tarkastelun alle digitaalisen musiikin osalta pelkästään suoratoiston, ja tarkasteluväliksi vuodet 2020-2025. Huomionarvoinen seikka ennusteissa on se, että ARPU:n kasvua ei pidetä todennäköisenä. Tarkennuksena tähän se, että tilaston ARPU on ilmaiskäyttäjien ja maksavien käyttäjien keskiarvo. Koitan analysoida mahdollisia syitä ARPU-ennusteen taustalla. Yksi skenaario on, että vaikka maksavien käyttäjien ARPU nousisi, ilmaiskäyttäjien osuuden ennustetaan kasvavan suhteessa maksaviin käyttäjiin, jolloin keskiarvo kaikkien käyttäjien välillä ei nouse. Toinen vaihtoehto on se, että ilmaiskäyttäjien määrä kasvaa samassa suhteessa maksullisten käyttäjien kanssa, mutta oletetaan, että valtaosa käyttäjistä ei omaksu kalliimpia maksullisia tilejä, kuten Spotify HiFi:ä. Kaikesta huolimatta kasvun moottori on käyttäjämäärän lisääntyminen (Taulukko 6). Sekä käyttäjämäärän että suoratoiston tulojen arvioidaan nousevan noin 40% vuosien 2020-2025 välillä.



Taulukko 6. Kaikkien suoratoistopalvelujen käyttäjien ARPU 2020-2025 (Statista 2021)



Jos palataan vertailuun CD-levyjen kanssa, tärkeä huomio on se, että ilmoitetut luvut ovat vähittäismyyntilukuja, eli ne kertovat paljonko ihmiset maksavat suoratoistopalveluista. Aikaisemmin esittämäni laskelman mukaan Suomessa tulisi olla 41% enemmän maksavia käyttäjiä, jotta suoratoistopalveluiden tuotot nousisivat CD-levymyynnin. Käyttäjämäärän arvioidaan lisääntyvän noin neljälläkymmenellä prosentilla vuoteen 2025 mennessä. On kuitenkin syytä tarkentaa, ettei samalta näyttäivät lukemat tarkoita suoraan sitä, että suoratoisto saavuttaisi levymyynnin tuotot, varsinkaan Suomessa.

Käyttäjämäärän suurimman kasvun ennustetaan tulevan muualta kuin kehittyneistä ja suoratoistopalvelut jo omaksuneista maista, kuten Brasiliasta, Meksikosta ja Intiasta. Toisekseen levy-yhtiöiden osuuden suoratoistopalveluiden tuotoista arvioidaan laskevan. Syiksi arvioidaan suoratoistopalveluiden muu sisältö, kuten podcastit, ja kasvava omakustanteisen musiikin osuus. Levy-yhtiöiden osuuden arvioidaan laskevan myös

siitä syystä, että suoratoistopalveluiden neuvotteluvoima yhtiöiden välisissä sopimuksissa kasvaa. (Midia Research 2019.)

#### 7.4 Livemusiikin tulevaisuuden ennusteet

Livemusiikin ennusteissa esiin nousee teknologiset innovaatiot ja käytännön muutokset, kuten se, miten ja missä livemusiikkia esitetään koronan jälkeen. Arvioiden mukaan lakautettujen keikkapaikkojen tilalle tulee kyllä uusia keikkapaikkoja, mutta muutos ottaa oman aikansa. Stream-keikkojen teknologia on kehittynyt, mutta sitä myöten myös kulut. Taloudellisesti livestream-keikoista saattaa hyötyä vain sellaiset artistit, joilla on erittäin suuri seuraajamäärä. Livestream-keikkojen suurin ongelma tulevaisuudessa liittyy siihen, miten ne säilyttävät arvoaan, kun keikkoja on mahdollisuus todistaa myös paikan päällä. Livestream-keikat ovat kuitenkin mahdollinen tapa tukea fanittamaansa esiintyjää. (Owsinski 2021.) Livestream-konsertit toimisivat parhaiten, mikäli niitä pystyisi katsomaan jollain alustalla, missä suoratoistopalvelu ja keikkoja tarjoava palvelu tekisivät yhteistyötä. (Naveed, Watanabe, Neittaanmäki 2017, 23) Twitch saattaa olla yksi mahdollinen alusta. Twitch on palvelu, jossa streamataan pelaamista, ja enenevässä määrin myös musiikkia. Twitchillä on 140 miljoonaa käyttäjää. (Marzierska ym. 2020, luku 5).

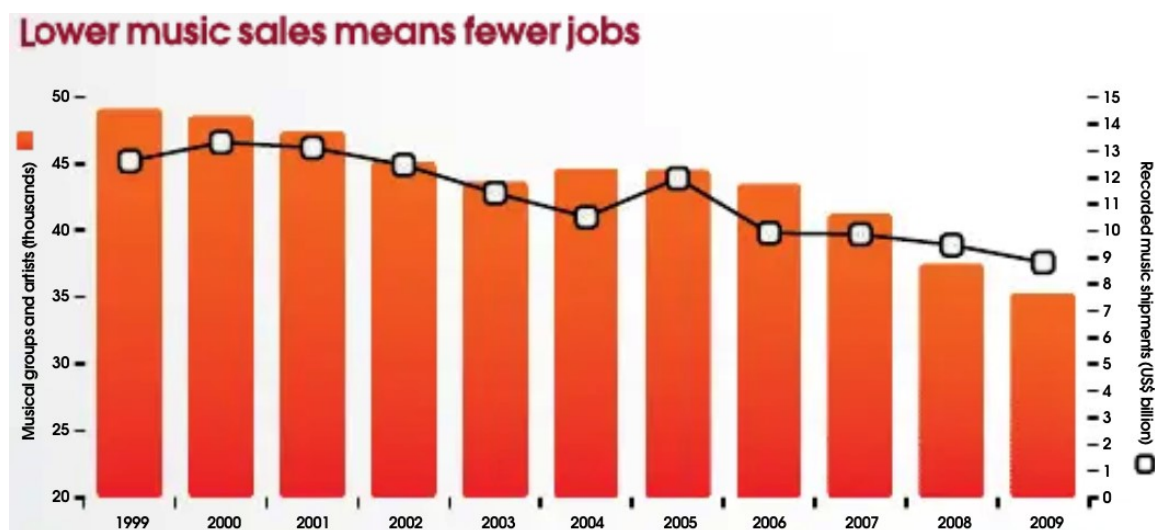
Teknologian puolella keskustelua herättää muun muassa virtuaalinen todellisuus, lisätty todellisuus ja hologrammit. Edellä mainittujen potentiaalia on helppo avata case-esimerkin avulla. Yksi maailman suurimmista musiikkifestivaaleista, Coachella on hyödyntänyt kaikkia kolmea teknologiaa. Edesmennyt rap-artisti Tupac ”esiintyi” hologrammina festivaaleilla jo vuonna 2012. Hologrammiteknologia on kehittynyt paljon, ja sitä on käytetty vastaaviin tarkoituksiin useita kertoja Tupacin jälkeen. Teknologiseen liveympäristöön tottuneet ihmiset tuntuvat hyväksyvän hologrammin autenttisena livekokemuksena. Esimerkiksi japanilainen hologrammiartisti Hatsune Miku on myynyt keikkapaikkoja täyteen ympäri maailmaa. (Marzierska ym. 2020, luku 7.).

Vuonna 2016 Coachellan (Coachella Valley Music and Arts Festival) konsertteja pystyi seuraamaan 360 asteisena livestream-taltiointina VR-laseilla, ja lippujen ostajat pystyivät esimerkiksi tutustumaan Coachellan sovelluksella festivaalialueeseen virtuaalisesti (Lakeba n.d). Vuonna 2019 Coachella-festivaaleilla oli ensimmäistä kertaa lisätyn todellisuuden lava, jossa festivaalikävijät pystyivät katsomaan puhelimen kameran läpi livekeikkaan synkronoituja muunnellun todellisuuden tapahtumia (Melnick 2019).

## 8 Tulokset

### 8.1 Miten ääniteteollisuuden tila vaikuttaa työmahdollisuuksiin lähdeaineistojen näkökulmasta?

Tutkimukset osoittavat, että ansainnan muutokset ovat olleet eri tavoin suhteessa työllistyneiden muusikkojen ja musiikintekijöiden määrään. Yhdysvalloissa muusikkojen ja musiikintekijöiden määrä on korreloinut suorasti levymyyntiin. (IFPI 2011).

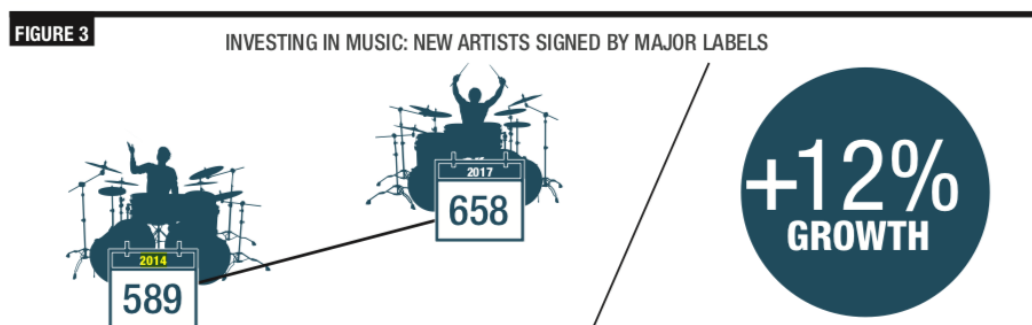


Kuvio 6: Äänitteiden myynnin ja muusikoiden lukumäärän välinen suhde 1999-2009 (IFPI 2011).

Yhdysvalloissa vuosi 1999 oli levymyynnin huippuvuosi. Pudonneiden levymyyntitulojen kompensoimisen vuoksi isojen artistien kiertueiden lippuhinnat ovat nousseet maailmanlaajuisesti noin 20% vuosina 2011-2019 (Statista 2019). Festivaalien lippuhinnat Euroopassa nousivat noin 20% vuosina 2014-2019 (Statista 2019). Muusikon näkökulmasta mielenkiintoinen kysymys on se, miten lippuhintojen nousu ja 360-sopimusten yleistymisen näkyä keikkapalkkioissa. Kymmenen vuoden tarkastelujaksolla 2007-2017 norjalaisien muusikkojen palkat laskivat keskimäärin 6%, kun samanaikaisesti konserttien tuotot kasvoivat 10% samalla tarkastelujaksolla. (Eidsvold-Tøien ym. 2019.) Instrumentalisti-muusikoiden tuloista on vähän täsmällisiä tilastoja, mutta en löytänyt yhtäkään tutkimusta tai tilastoa, mikä viittaisi siihen, että kasvanut livemusiikin liikevaihto näkyisi muusikon palkoissa positiivisena muutoksena.

Norjassa muusikoiden jäsenjärjestö Gramon jäsenmäärä on tuplaantunut vuosina 2010-2017. Syyksi kehitykseen arvioidaan, että musiikkia julkaistaan huomattavasti enemmän vuonna 2017, kuin tutkimuksen tarkastelujakson alkupäässä. Ilmiö johtuu todennäköisesti teknologian kehityksestä ja julkaisukustannusten pienenemisestä. Aktiivisten muusikkojen ja musiikintekijöiden määrän lisääntyminen lisää kilpailua jo itsessään, mutta myös levyteollisuuden tulot ovat samanaikaisesti laskeneet 44% samalla tarkastelujaksolla. Lopputulema on se, että useampi muusikko ja musiikintekijä kilpailee pienemmästä määrästä rahaa. (Eidsvold-Tøien ym. 2019.)

Musiikin tuotantokustannusten halpeneminen ja digitaaliset markkinointi- ja jakelukanavat antavat musiikintekijöille ja tuottajille mahdollisuuksia tehdä melko valmiin kuuloista musiikkia ilman levy-yhtiöitä. Levy-yhtiöiden on järkevämpää tehdä sopimuksia sellaisten artistien kanssa, joilla on jo valmiiksi tiimi kasassa, ja musiikki todistetusti kiinnostaa kuluttajia. Tällöin levy-yhtiö joutuu ottamaan huomattavasti pienemmän taloudellisen riskin. Toinen riskitön tapa ”kokeilla” uutta artistia on singlesopimukset, joissa sopimus koskee vain yhden kappaleen julkaisua. Singlesopimus on samalla näytön paikka, ja samalla ponnahduslauta. Singlesopimus sopii myös suoratoisto-aikaan, jossa yksittäinen kappale saattaa olla levyä merkittävämpi. Norjalaisen tutkimuksen tuloksia toimijoiden määrästä tukee myös tilastoitu kasvusuunta suurten levy-yhtiöiden artistien määrässä (Kuvio 7).



Kuvio 7: Suurten levy-yhtiöiden listoilla olevien artistien määrä (Miller 2019, 12).

Viitaten aikaisempaan, levy-yhtiöiden on helpompi tarttua valmiiseen ja julkaisukelpoiseen musiikkiin, joka on jo tavoittanut kuulijat. Mutta mihin levy-yhtiötä tarvitaan, jos suosio on jo saavutettu ja musiikki on valmista? Ei välttämättä mihinkään. Useat eri julkaisualustat raportoivat merkittävää 20-300% nousua julkaistun musiikin määrässä vuodelta 2020. Suuren kasvun syyksi selitetään itsenäisten artistien määrän lisääntyminen

(Leight 2020). The Recording Academy, eli sama taho, joka jakaa Grammyt, liittoutui vuonna 2020 HITS (Help Independent Tracks Succeed) -liikkeen kanssa (Kreps 2020). Recording Academy tukee HITS:iä rahallisesti, ja HITS taas tukee itsenäisiä musiikintekijöitä rahallisesti.

Perustuen oletukseen, että artistin ansioiden määrä on suhteessa artistin työllistävään potentiaaliin, itsenäisen artistin voi olettaa olevan parempi työllistäjä, koska levy-yhtiö ei ota omaa osuuttaan välistä livetuoista. Oletus perustuu siihen yksinkertaiseen ajatukseen, että liveä toteutetaan budjetin rajoissa, eikä ole pitkällä juoksulla kannattavaa maksaa muusikoille niin, että työnantaja jää itse miinukselle. Lyhyellä aikavälillä tuloja suuremman liven pyörittäminen on kuitenkin joskus tapa promotoida artistia. Itsenäisten artistien lukumäärä kuitenkin lisää artistien kokonaismäärää, ja kasvava musiikintekijöiden määrä lisää kilpailua.

Alpha Datan tekemän tutkimuksen mukaan 18 kuukauden tarkastelujaksolla 90% Spotifyn kuunteluista meni yhdelle prosentille Spotifyn artisteja. Pro-rata-käytännön mukaan siis toisin sanoen 90% rahasta. Vertailun vuoksi samalla tarkastelujaksolla fyysisten levyjen myynnistä 54 prosenttia kuului yhdelle prosentille artisteja. Tarkasteluhetkellä Spotifyn artistien määrä oli 1.6 miljoonaa. Kymmenen prosentin kärki, eli 160 000 artistia keräsi 99,4 prosenttia kuunteluista. Eli jäljelle jäävän reilun 1.4 miljoonan artistin osuus kuunteluista oli 0,6%. (Blake 2020.)

User centric-malli vähentäisi kaikista korkeimman prosentin suoratoistopalveluista saatuja tuloja merkittävästi. Eniten mallista hyötyisi 11-1000 suurimman artistin ryhmä. Kymmenen tuhannen suosituimman artistin alapuolella olevat hyötyisivät vain joitakin euroja. User centric-mallin merkittävin etu on se, että tulot jakautuisivat tasaisemmin genreittäin. Lopputulema on kuitenkin se, että suurimmalle osalle siirtyminen user centric-malliin olisi vain rahallisesti vain symbolinen muutos, ja tosiasiaa merkittävämpää olisi saada lisää maksavia käyttäjiä, tai nykyiset käyttäjät maksamaan korkeampaa hintaa. (Janvier 2021.)

#### 8.1.1 Lähdeaineistoihin perustuva pohdinta

Julkaisujen määrä on kasvanut, ja suoratoistoaikana suurempi osa tuloista menee CD-aikaa kapeammalle kärjelle. Levytyssopimusten tekeminen on riskittömämpää, ja nopeiden jakelukanavien avulla on teoriassa mahdollista nousta nopeasti suosioon. Passmanin (2020, luku 1) mukaan suoratoistojassa toisen kuuntelut ovat kuitenkin toiselta pois.

Passmanin logiikalla silloin, kun joku nousee suureen suosioon, jonkun toisen suosio hiipuu, koska kuunteluita on tarjolla lopulta rajallinen määrä. Uudet artistit ja bändit ovat potentiaalisia työnantajia, mutta työnantajien voi olettaa olevan yhtä epävakaita työnantajia, kuin menestyjiä. Oletus on siis se, että ellei työskentele korkeimman kärjen artistien kanssa, suurempi määrä työnantajia ei ole suorassa suhteessa töiden määrään tai parempiin tuloihin.

Kilpailutilanteeseen vaikuttaa muusikoiden osalta myös se, että koulutettujen muusikkojen määrä on kasvanut merkittävästi Suomessa 2000-luvulla. Vuonna 2000 musiikkialan koulutuksen suorittaneita opiskelijoita oli Suomessa 4310. Vuonna 2018 vastaava luku oli 10 443. (Opetushallinnon koulutusala- ja koulutusasteluokitus 2002.) Tilastokeskuksen työllisyystiedoista on hankala vetää suoria johtopäätöksiä, koska tässä tutkimuksessa tarkasteltava muusikkoryhmä on kapea. Tilastokeskuksen työllisyyttä tarkastellessa työllisyystilanne katsotaan vuoden viimeiseltä viikolta (Kulttuuritilaston laatuseloste 2019). Mittaustapa jättää useat freelancemuusikot pois laskuista. Koulutettujen muusikoiden osalta työllisyystiedot eivät myöskään kerro onko työllistyminen tapahtunut oman alan töihin. Vertailun vuoksi tämän aiheen tulososuuden alussa esitetty vertailu Yhdysvaltojen muusikoiden määrästä perustuu Yhdysvaltain työministeriön keräämään dataan siitä, kuinka moni määrittää itsensä muusikoksi.

## 8.2 Miten digitalisoitunut ja kaupallistunut livekenttä työllistää muusikoita, ja miten ansainnan painoarvon muuttuminen vaikuttaa tuloihin?

Liveosuuden tulokset jakautuvat kahteen osioon. Ensimmäisen osuuden tarkoituksena on pohtia mediakentän muutosten vaikutuksia, ja toisen osuuden tarkoituksena on pohtia teknologian ja trendien vaikutuksia.

### 8.2.1 Polarisoitumisen vaikutukset muusikon työmahdollisuuksiin

Musiikkialan tilanne on ristiriitainen, koska kulttuurillinen monimuotoisuus, keskisuurten ja pienten artistien toimeentulo, ja nuorisokulttuuri kärsii. Suurin osa livemusiikin tuloista kertyy suurista festivaaleista, joiden järjestämisestä vastaa pieni määrä yrityksiä. Pienempien toimijoiden on hankalampi pärjätä tapahtumalle, jolla on laaja kohderyhmä ja suurempi budjetti esiintyjiin ja promootioon. Lisäksi suurilla mediayhtiöillä on mahdollisuus solmia suoria sopimuksia kiinnostavien artistien kanssa, joka taas vähentää lisää yksittäisten toimijoiden mahdollisuuksia. Toisaalta massatapahtumat mahdollistavat li-

vekentän skaalautumisen. Festivaaleilla on useita esiintyjä samassa lokaatiossa ja tapahtumat kestävät monesti useamman päivän. Tilanne johtaa suurempiin tuloihin ja skaalautumisen ansiosta pienempiin kuluihin, ja mahdollistaa tapahtumateollisuuden kokonaisarvon nousun. Nousu on ensiarvoisen tärkeä kompensaattori pienentyneille äänitemyyntituloille. Tilanne on kuitenkin hyvin samankaltainen verrattuna Spotifyn pro-rata – korvaustenjakomalliin, jossa merkittävin osa tuloista päätyy isoimmille toimijoille, artisteille ja bändeille. Kriittisesti tarkasteltuna tilannetta voi ajatella metaforisesti uusliberalistisena pyramidimaisena rakennelmana, jossa tuloerot kasvavat parhaiten ja huonoiten tienaaavan ryhmän välillä. (Marzienska ym. 2020, johdanto.)

Ranskalaisten ja sveitsiläisten populäärimuusikkojen työllistymistä koskevan tutkimuksen (Perrenoud & Bataille 2017, luku 3) mukaan tarkasteltavien maiden muusikkojen urat päätyvät vakiintumaan usein tiettyyn ansaintamalliin. Suurin osa terävimmän kärjen ulkopuolella työskentelevistä muusikoista päätyy usein elättämään itsensä coverkeikoilla, ja mahdollisesti lisäksi pienemmän profiilin oman musiikin keikoilla. Edellä mainittu ryhmä muusikoita on selkeästi suurin ryhmä muusikoita. Toimeentulon helpottamiseksi useat muusikot päätyvät opettamaan, tai tekemään muita päivätöitä keikkojen lisäksi. Ongelmaksi kuvataan kuitenkin tilannetta, jossa muusikoiden pääsy korkeamman profiilin töihin saattaa estyä, koska muusikoiden keskuudessa vallitsee usein ajatus, että jos tekee päivätöitä, ei ole oikea muusikko, koska ei tee pelkästään musiikkia. (Perrenoud & Bataille 2017, luku 2.)

Music Finlandin julkaisemassa vuoden 2019 barometrissa vastaajat ovat sitä mieltä, että vaikka elävä musiikki tarjoaisi enemmän töitä jatkossa, kehitys ei näy kaikille suurentuneina tuloina;

Monet barometriin vastanneista muusikoista ovat tämän jo huomanneet omakohtaisesti esimerkiksi palkkioiden pienenemisenä ja työtilaisuuksien vähenemisenä. Toisaalta monet kiinnittävät huomiota siihen, että isojen ja pienten tapahtumien tai toimijoiden välinen kuilu on kasvanut entisestään, ja epäilevät, että vain suuret tapahtumat selviävät koventuneessa kilpailutilanteessa. (Music Finland 2019.)

Ilmiöt vaikuttavat olevan ainakin jollain tasolla globaaleja, koska valtaosa tässä opinnäytetyössä käytetystä lähdekirjallisuudesta ja aineistosta on muualta, kuin Suomesta. Barometrin avoimissa kommentteissa aiheutti huolta myös se, että suurten yritysten lähes monopolimainen asema johtaa siihen, että mediahuomiota saa vain kourallinen tekijöitä. Huoli on näkynyt myös aikaisempien vuosien barometreissa. (Music Finland 2019.)

## 8.2.2 Kokoonpanomuutokset

Toisin kuin analogisen teknologian ja rajallisen raitamäärän ajassa, nykyään julkaistavan musiikin sovittamisessa ei tarvitse pyrkiä tekemään sovitusta bändille tai tietylle määrälle soittajia. Virtuaaliset instrumentit, digitaaliset muokkausmahdollisuudet, ja käytännössä rajaton määrä käytettävissä olevia raitoja tarjoavat melkein rajattoman määrän mahdollisuuksia. Syy taustanauhojen käyttöön liveinä on käytännön haasteiden lisäksi usein myös budjetti. The Future Of Live Music – kirjaa varten haastateltu pitkän linjan monitorimiksaaja John Evans muistelee, että hän oli taustanauhojen kanssa tekemisessä ensimmäistä kertaa vuonna 2000 työskennellessään Westlife-poikabändin kanssa. Evans toteaa, että taustanauhat mahdollistavat soittajista riippumattoman audion toistamisen ja monimutkaiset sovitukset ilman, että tarvitsee palkata kiertuekokoonpanoon lisää muusikoita. Toinen Evansin huomio on, että suuri määrä soittajia lavalla saattaisi viedä liikaa tilaa, ja olla visuaalisesti ja esteettisesti elementti, joka vie liikaa huomiota pois keulahahmoilta. (Marzierska ym. 2020, luku 3.)

Uskallan väittää, että äsken mainituista syistä äänitysteknisistä syistä kuulijan on hankalampi erotella yksittäisiä elementtejä modernin musiikkituotannon äänimassasta. Huomio kiinnittyy paljon epätodennäköisemmin liveinä esimerkiksi siihen, että kitara tulee nyt nauhalta. Pohdinnan johtopäätös on se, että yksittäisen soittajan osuuden korvaaminen taustaraidalla on myös musiikillisesti helpommin perusteltavaa. Tanssi on olennainen osa monien artistien liveä, ja useilla pienemmilläänkin artisteilla on jo taustatanssijoita kiertävässä kokoonpanossa. Toinen Evansin kommenttia tukeva pohdinta on, että liveproduktioiden audiovisuaalisten vaatimusten vuoksi saattaa olla joissain tapauksissa perusteltua palkata esimerkiksi tanssijoita soittajien sijaan, koska teknologia mahdollistaa sen, ettei musiikillinen ulosanti jää ainakaan teknisesti vajaaksi.

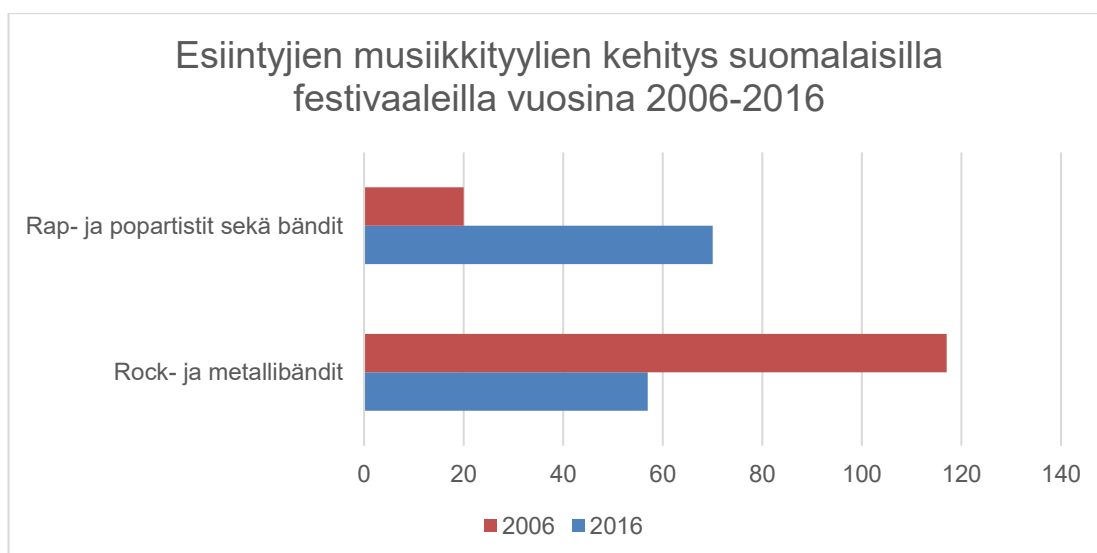
Tilastoitua tietoa tai tutkimusta esimerkiksi taustabändien kokojen muutoksista ei löydy, mutta sen verran pystyy turvallisesti toteamaan, että Suomessa monen artistin taustalla on esimerkiksi kaksihenkinen bändi, ja taustanauhojen merkitys on suuri, ja yksi soittaja saattaa olla vastuussa useasta osa-alueesta. Vastaava järjestely olisi ollut luonnottomamman tuntuinen ajassa, jolloin suosittu musiikki oli bändimusiikkia tai sessiobändin studiossa soittamaa.



Statista on tilastoinut kolmen suuren festivaalin, Ilosaaren, Ruisrockin ja Provinssin, festivaaliesiintyjä genreittäin kymmenen vuoden tarkastelujaksolla vuosina 2006-2016 (Taulukko 7).

Genretarkastelu on tutkimuksen kannalta relevantti, koska eri genret työllistävät eri määrän soittajia liveinä. Merkittävin nousu vuosien 2006 ja 2016 välillä on rap-artistien ja pop-artistien osuudessa. Rap-artistien ja pop-artistien lukumäärä oli vuonna 2016 72% suurempi, kuin vuonna 2006. Elektronisen musiikin artisteja esiintyi vuonna 2015 85% enemmän, kuin vuonna 2006, mutta määrä tipahti huomattavasti vuonna 2016. Tilasto saattaa selittyä sillä, että EDM ja dubstep nousivat nopeasti todella suuriksi genreiksi, mutta suosio on sittemmin hiipunut huippuvuosista. Rock- ja metallibändien osuus laski noin puoleen vuodesta 2006 vuoteen 2016. Rock ja metalli on lähes poikkeuksetta musiikkia, jota esitetään täydellä bändillä. Rap-artisteilla ja pop-artisteilla on bändejä, mutta rock- ja metallimusiikkia useammassa tapauksissa myös DJ, tai taustanauhat ja pienempi kokoonpano. Seuraavassa kuvasta pystyy hahmottamaan tarkasteltavien genrejen määrällisen kehityksen. Rock- ja metallibändejä on edelleen, mutta rap- ja pop on mennyt ohi. (Statista 2016.)

Taulukko 7. Esiintyjien musiikkityylien kehitys suomalaisilla festivaaleilla vuosina 2006-2016 (Statista 2016).



Teknologia korvaa työvoimaa myös musiikkialalla, siinä missä muillakin aloilla. Musiikkitieteilijä Simon Frith kuvaa (2007, 2) teknologian tuomia laajempia historiallisia muutoksia muusikoiden työmahdollisuuksiin seuraavasti: "Elokuvateatterit eivät enää tarvitse"

urkureita äänielokuvien yleistyttyä, pubilaulajien tarve vähentyi jukeboksin myötä, tanssalit ja tanssibändit korvasi diskot ja tiskijukat. Kun ihmiset alkoivat kuuntelemaan musiikkia kotona levyiltä, radiosta ja televisiosta, tarve mennä livekeikoille pieneni”. Frith jatkaa, että ääniteteknologian kehittymisen myötä livemuusikoiden työmahdollisuudet ovat vähentyneet, vaikka livemusiikin kokonaisarvo on ollut noususuhteinen. (Frith 2007, 2.)

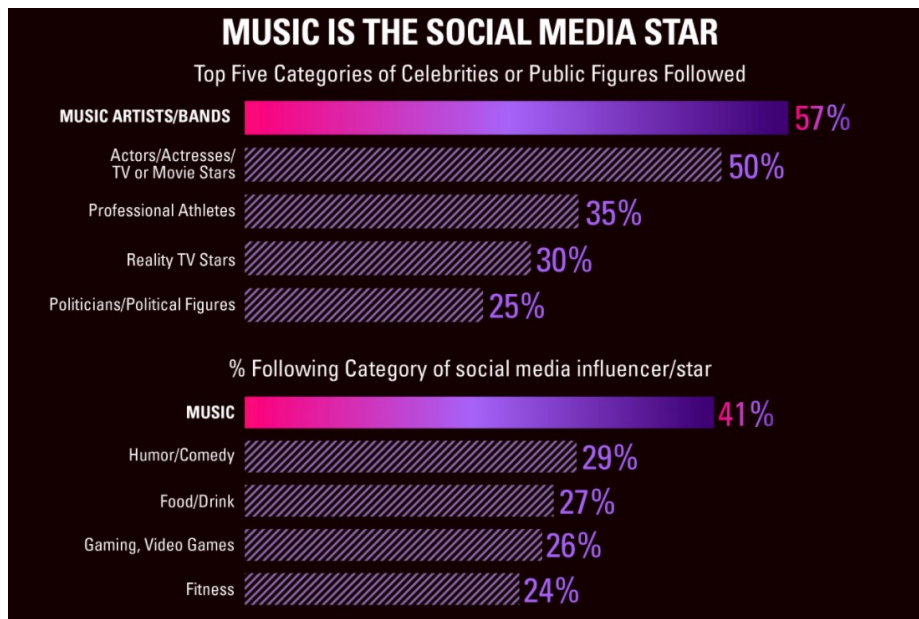
### 8.3 Mitä uusia ansaintamahdollisuuksia digitalisaatio on tuonut, ja mitkä ovat alan tulevaisuudennäkymät?

Käsittelin luvussa 8.1.1 merkittävää kasvua musiikkijulkaisujen ja itsenäisten artistien määrässä. Musiikintekeminen digitalisoituu, ja musiikintekijät etsivät käyttäjäystävällisiä ja yhteistyöhön pohjautuvia alustoja (Kerns 2021). Yksi esimerkki vastaavasta alustasta on neljän miljoonan käyttäjän digitaalinen samplekirjasto Splice, joka sai juuri 55 miljoonan dollarin rahoituksen muun muassa Goldman Sachsilta. Sijoittajat arvoivat Splicen 500 miljoonan dollarin arvoiseksi yritykseksi. (Shaw 2021.) Musiikintekoon liittyvien sovellusten maailmanlaajuisen kokonaisarvon arvioidaan nousevan vuoden 2020 3,2 miljardista dollarista 12,1 miljardiin euroon. Arvon nousun moottoreiksi arvioidaan kasvu musiikintekijöiden määrässä, kasvava tarve digitaaliseen audiosisältöön, ja kasvava DAW-ohjelmien opiskelu. (Global Industry Analysts 2021).

Redditin yli 840 000 käyttäjän r/diginomad-ryhmää koskevassa empiirisessä tutkimuksessa tultiin siihen tulokseen, että korona on lisännyt kiinnostusta internet-pohjaiseen ansaintaan sekä perinteisten toimialojen työntekijöiden, että freelancerien keskuudessa. Tutkimuksessa arvioidaan, että lisääntynyt kiinnostus nostaa alustapalveluiden kysyntää tulevaisuudessa. (Almeida, Correia & Schneider 2021, luku 7.) Yksi diginomadiksi itsensä identifioivien ihmisten tyypillinen työtehtävä on ylläpitää ja parantaa omaan ammattiosaamiseen liittyvää mainetta eri verkkomedioiden avulla (Sutherland & Jarrahi 2017, luku 4.1).

Sosiaalista mediaa on mahdollisuus käyttää henkilöbrändin ylläpidon lisäksi myös ansainnan välineenä. Halonen (2019, 8) toteaa, että ”someaikakausi on mullistanut vaikuttajuuden ja demokratisoinut mahdollisuudet nousta vaikuttajaksi. Periaatteessa kellä tahansa on nykyään mahdollisuus tulla vaikuttajaksi”. Sosiaalinen media tarjoaa myös muusikoille mahdollisuuksia tehdä yhteistyötä laitevalmistajien kanssa. Ammattimainen sosiaalisen median tili on usein edellytyksenä endorsement-sopimukseen. Musicwatchin

julkaiseman tutkimuksen (Music & Social Media; A Consumer Perspective 2019) mukaan musiikki on sosiaalisen median seuratuin yksittäinen aihe (KUVIO 8).



Kuvio 8: Musiikki sosiaalisessa mediassa (Music & Social Media; A Consumer Perspective 2019).

Warner Musicin Groupin toimitusjohtaja Steve Cooper (2020) pitää musiikkialan suurimpana kasvun mahdollistajana sosiaalista mediaa. Sosiaalisen median tulot tuottivat yhtiölle vuonna 2020 yhdeksännumeroisen summan rahaa, ja tulonlähde kasvaa nopeammin kuin suoratoisto. Warner on alkanut saada tuloja sosiaalisesta mediasta vasta vuonna 2018. Cooperin mukaan musiikkiala on uuden kulta-ajan alussa, ja mahdollisuuksia on joka puolella. Lohkoketjuteknologialla olisi potentiaali tukea eri alustoihin perustuvaa ansaintaa. Mikäli lohkoketjuteknologiaa ja tekijänoikeustietokantaa pystyttäisiin valvomaan ja hallinnoimaan luotettavasti, musiikkiala saattaisi kasvaa huomattavasti (Imogen Heap 2017). Hardjono ja Pentland (2019, 10) ehdottavat ratkaisuksi jotain tahoja, jolla on jo valmiiksi laillinen oikeus hallinnoida ihmisten henkilökohtaista dataa, kuten esimerkiksi osuuspankkia, tai luottokuntaa (Suomen tapauksessa nykyään Nets).

Livesektorin kasvaneet tulot ovat kompensoineet levyteollisuuden vähentyneitä tuloja, ja kuten aikaisemmin mainittu, suoratoistotulojen on arvioitu nousevan noin 40% vuoteen 2027 mennessä (Statista 2021). Asiasta ei kuitenkaan voi tehdä yksiselitteisiä muusikon työllistymistä koskevia johtopäätöksiä, koska sopimuksien, lakien, käytäntöjen ja valta-

suhteiden muutosten ennustaminen on hankalaa. Suoratoistopalveluiden tulojen lisääntyminen on kuitenkin positiivista itsessään. Livestream-konserttien yleistyminen tuo konkreettisia työmahdollisuuksia tilanteeseen, jossa pieniä ja keskikokoisia keikkapaikkoja lopetetaan. Tutkimusyhtiö Midian (2020) mukaan livestream tuli suuren yleisön tietoisuuteen kehittymättömänä konseptina liian aikaisin koronan vuoksi. Yhtiön mukaan livestream-konserttien tulisi olla myös uutta teknologiaa hyödyntäviä virtuaalisia kokemuksia, jotka olisivat tuotteena irrallisia perinteisestä livekeikasta. Perinteisen keikan suoratoistamisen tulisi olla vain yksi osa tarjontaa. Livestream-keikoista olisi hyvä pystyä keräämään tuloja ilmaiskäyttäjiltä, maksavilta käyttäjiltä ja vip-käyttäjiltä. (Mulligan 2020.) Mikäli livestream-keikat tuottavat lisäarvoa normaalissa maailmantilanteessa, ja niiden avulla on mahdollista harjoittaa kannattavaa liiketoimintaa, työllistävä potentiaali on merkittävä.

## 9 Johtopäätökset

Digitaalinen aika on täynnä paradokseja. Kasvava suurten yritysten asema herättää huolta ja muutokseen kohdistuu kritiikkiä sekä tutkimuskirjallisuudessa että kotimaisissa barometreissä. Siitä huolimatta lähdeaineistossa nousee useassa yhteydessä (esim. Naveed ym. 2017, 23; Mulligan 2020; Teosto 2016) esille, että yksittäiset tulevaisuuden kasvun mahdollistajat, kuten livestream-keikat, musiikin liittäminen ja blockchain, vaatisivat taustalle jonkun merkittävän globaalim toimijan. Teknologian kehitys on helpottanut musiikin julkaisua ja itsenäisten artistien määrä on kasvanut, mutta suosituimman musiikin julkaisusta vastaa aikaisempaa harvalukuisempi määrä yrityksiä (Eidsvold-Tøien ym. 2019, 9; Carter 2019). Spotifyn personointialgoritmien olisi tarkoitus hyödyntää laajentunutta katalogia, mutta ne tarjoavat kuitenkin eri tyylisille kuuntelijoille samankaltaisia suosituksia (Eriksson ym. 2019 luku 2). Suoratoistopalveluiden ansiosta musiikkia on saatavilla ennätysmäärä, mutta kuuntelut ja sitä myöten tulot menevät samalla tarkastelujaksolla fyysisiä levyjä pienemmälle prosentille artisteista ja bändeistä (Blake 2020). Nuorella käyttäjäryhmällä on suuri vaikutus siihen, mikä musiikki tulee suosituksi suoratoistopalveluiden kautta. Suoratoistopalveluissa suosituiksi nousseet kappaleet saavat todennäköisemmin radiosoittoa, ja radiosoitto nostaa suosiota edelleen (Herstand 2019, luku 5.) Suosittuja artisteja ja bändejä taas on taloudellisesti kannattavampaa palkata tapahtumiin. Kertautuvat pinnalla olevaa musiikin kuluttamista polarisoivat vaikutukset ovat havaittavissa, mutta ne jäävät tässä tutkimuksessa kokonaisuutena pohdinnan tasolle.

Suoratoistoajan tuotto ei ole noussut CD-ajan tasolle. Laskeneita suoratoiston tuloja kompensoi kasvaneet, tai kasvatetut, livemusiikin tulot. Lippuhinnat ovat nousseet maailmanlaajuisesti. (Statista 2019) Valtaosa livemusiikin tuloista tulee massatapahtumista, joista vastaa pieni määrä yrityksiä (Marzienska ym. 2020, johdanto). Keikkapaikkoja ja klubeja on lakkautettu Suomessa ja ulkomailla (Holt 2021, luku 5; Hallamaa ym. 2019). Myös livekentän tilanne on lopulta ristiriitainen, koska uusien, pienten ja keskikokoisten artistien ja bändien keikkamahdollisuudet vähenevät, ja koronavirus vauhdittaa muutosta entisestään. Toisaalta livekentän lisääntyneet tulot ovat ensiarvoisen tärkeä kompensointori pienentyneille levymyyntituloille. Massatapahtumat tarjoavat skaalaetua, ja sisältöä laajemmalle kuulijakunnalle. (Marzienska ym. 2020, johdanto.) Lähdeaineistojen näkökulmasta kasvaneen livemusiikin arvon ainut havaittava vaikutus suurelle osalle freelancemuusikoista on palkkojen lasku ja työtilaisuuksien väheneminen (Eidsvold-Tøien ym 2019; Music Finland 2019). Lähdeaineiston mukaan myös levymyynnin arvo vaikuttaa siihen, kuinka moni elättää itsensä muusikkona (IFPI 2011). Sekä julkaistun musiikin että muusikoiden ja musiikintekijöiden määrä on kasvanut. Tämän tutkimuksen yksi keskeisistä lopputulemista on se, suurempi määrä toimijoita kilpailee pienemmästä määrästä rahaa, ja lisääntyneiden työnantajien määrä ei ole tarkasteltavan muusikkoryhmän kohdalla suorassa suhteessa suurentuneisiin tuloihin tai työmahdollisuuksiin. Lähdekirjallisuus on pääosin muualta kuin Suomesta, mutta kirjallisuudessa esiin nousevat teemat aiheuttavat huolta myös suomalaisissa barometreissä.

Varsinaista tilastotietoa bändikokoonpanojen kokojen muutoksesta ei löydy, mutta perinteisen bändimusiikin osuus suurten kotimaisten festivaalien esiintyjäkattauksessa on vähentynyt. Lähdeaineistoon perustuva johtopäätös on se, että ääniteteknologian kehityksen ja kasvaneiden audiovisuaalisten vaatimusten vuoksi yksittäisen soittajan osuuden korvaaminen taustaraidalla on myös musiikillisesti ja sisällöllisesti aikaisempaa perustellumpaa. Modernien standardien ja digitaalisen teknologian vuoksi musiikki saattaa kuulostaa korvien virittäytymisen vuoksi oudolta livenä, jos se on kaukana äänitetystä vertailupohjasta (Brøvig-Hanssen & Danielsen 2016, 147). Myös pidemmällä tarkasteluvälillä ääniteteknologian kehittymisen myötä livemuusikoiden työmahdollisuudet ovat vähentyneet, vaikka livemusiikin kokonaisarvo on ollut noususuhteinen. (Frith 2007, 2.) Kokonaisuuden kannalta on kuitenkin tärkeää huomioida, että musiikkiteollisuus on edelleen murroksessa, ja uusien ansaintamallien voi ajatella olevan osa luonnollisia teknologiasyklejä (Passman 2020, luku 5).

Vähentyneitä ja polarisoituneita keikkamahdollisuuksia kompensoivat livestream-keikat, ja lisääntynyt mahdollisuus tehdä työtä erilaisilla alustoilla. Korona on lisännyt kiinnostusta internet-pohjaiseen ansaintaan, ja lisääntynyt kiinnostus nostaa todennäköisesti alustapalveluiden tarjontaa myös tulevaisuudessa (Almeida ym. 2021, luku 7). Lohko-keijuteknologian omaksuminen osaksi alustapohjaista ansaintaa saattaisi kasvattaa musiikkialaa huomattavasti (Imogen Heap 2017). Livestream keikkojen todellinen potentiaali aukeaa ennusteiden mukaan, jos niiden avulla pystyy tarjoamaan jotain lisäarvoa perinteisiin keikkoihin verrattuna, esimerkiksi virtuaalisen todellisuuden avulla (Mulligan 2020). Immersiivistä verkkoa ja sosiaalista mediaa pidetään yksinä suurimpina musiikkialan kasvun mahdollistajina (Mulligan 2020; Hottinen 2021; Cooper 2020). Sosiaalisen median avulla tapahtuva ansainta on yleistynyt myös instrumentalistimuusikoiden keskuudessa. Myös ääniteteollisuuden tuotto on ennusteiden mukaan noususuhteinen (Statista 2021). Parhaimmillaan siis kasvavat ääniteteollisuuden tulot kasvattavat artistien ja bändien toiminnan kannattavuutta ja siten välillisesti liveproduktioiden budjetteja, ja uudet tavat ansaita tuovat lisää työmahdollisuuksia.

## 10 Pohdinta

Työn tavoitteena oli toteuttaa narratiivisen kirjallisuuskatsauksen avulla hyödyllinen ja ajankohtainen tietokokonaisuus, josta on hyötyä sekä muusikoille että musiikkioppilaitoksille. Tiedonhaku perustui omiin hypoteeseihin, ja käsiteltävä aihe oli todella laaja. Yksi tutkimuksen keskeisistä rajoitteista on se, että oletuksiin perustuvan tiedonhaun ja suuren aineistomäärän vuoksi yksittäisiä aiheita on hankala käsitellä laajasta näkökulmasta, koska käytettävien lähteiden määrää on pakko rajata. Toinen huomioitava rajoite on se, että muiden maiden tutkimuksien rinnastaminen Suomen musiikkialaan perustuu omaan harkintaan. Muutosten taustalla vaikuttaviin hypoteeseihin löytyi hyvin vastauksia.

Luovan talouden tilastoinnissa olisi parantamisen varaa, koska tilastoihin ei pääse pureutumaan tarpeeksi tarkalla toimialajaolla. Tilastokeskuksen työllisyystiedot kertovat huonosti muusikkojen työtilanteesta, koska kulttuurialoilla toimivien ansiot tulevat eri lähteistä. (Haanpää 2020, 112-113.) Tähän kirjallisuuskatsaukseen kerätty aineisto tarjoaa mielestäni ajankohtaisen ja laajan kokonaiskuvan musiikkialan nykytilasta, ja toimii siten hyvänä pohjana jatkotutkimuksille. Metropolian esittäjä-pääaineryhmän soittajat ovat profiloituneet usein työskentelemään popmusiikin parissa, ja pohjautuen omaan koke-

mukseeni opiskelijana, tämän tutkimuksen aiheet on hyvä huomioida opetussuunnitelmia suunnitellessa. Säännölliset ohjauskeskustelut Metropolian tutkintovastaavan kanssa auttoivat rajaamaan työn sisältöä, ja arvioimaan tuotetun sisällön hyödyllisyyttä. Loppujen lopuksi tämän tutkimuksen suurin anti on mielestäni auttaa hahmottamaan työ- ja ansaintamahdollisuuksien taustalla olevia syysseuraus-suhteita. Tilaaja on tyytyväinen työn tuloksiin, ja pystyy hyödyntämään opinnäytetyötä opetussisällön kehittämiseen.

Tutkimus painottui murrosvaiheen tutkimiseen, ja murros tarkoittaa jo itsessään sitä, että asia ei ole päätyntä lopulliseen muotoonsa. Tutkimuksen tarkoituksena ei ollut kritisoida ilmiöitä, vaan pyrkiä ensisijaisesti ymmärtämään niitä, ja mielestäni onnistuin siinä hyvin. Mielestäni muusikoiden on tärkeä pystyä muovaamaan toimintaansa sen mukaan, mille on kysyntää. Tarve esimerkiksi teknologia-, yrittäjyys- ja sisällöntuotanto-osaamiselle kasvaa, ja uskoisin että modernit muusikot hyötyvät portfolio-ajattelun laajentamisesta hieman perinteisen puhtaasti musiikkiin liittyvän ansainnan ulkopuolelle omien kiinnostusten mukaan.

## Lähteet

### Painetut:

Barth, L. 2013. A History of Inventing in New Jersey: From Thomas Edison to the Ice Cream Cone. The History Press.

Brøvig-Hanssen, R. & Danielsen, A. 2016. Impact Of Digitalization On Popular Music Sound. MIT Press.

Eriksson, M. 2019. Spotify Teardown: Inside the Black Box of Streaming Music. MIT Press.

Freeman, T. 2016. DIY Musician's Guide to the Digital Music Economy. Terrence M. Freeman.

Halonen, M. 2019. Vaikuttajamarkkinointi. Helsinki: Alma Talent.

Holt, F. 2021. Everyone Loves Live Music: A Theory of Performance Institutions. University of Chicago Press.

Jones, A. & Bennett, J. 2015. The Digital Evolution of Live Music. Elsevier Science.

Knopper, S. 2009. Appetite For Self-Destruction: The Spectacular Crash of the Record Industry in the Digital Age. Free Press.

Marzierska, E., Gillon L. & Rigg, T. 2020. The Future of Live Music. Bloomsbury Publishing.

Owsinski, B. 2016. Music 4.1: A Survival Guide for Making Music in the Internet Age. RowmanLittlefield.

Passman, D. 2020. All You Need to Know About the Music Business. Simon Schuster.

Swindali, T. 2019. Music Business Skills For Musicians. Thomas William.

Herstand, A. 2020. How to Make It in the New Music Business. Liveright Publishing Corporation.

### Sähköiset:

Almeida, M., Correia, A. & Schneider, D. 2021. COVID-19 as opportunity to Test Digital Nomad Lifestyle. Viitattu 16.03.2021.

[https://www.researchgate.net/publication/350099120\\_COVID-19\\_as\\_opportunity\\_to\\_test\\_digital\\_nomad\\_lifestyle](https://www.researchgate.net/publication/350099120_COVID-19_as_opportunity_to_test_digital_nomad_lifestyle)

Aswad, J. 2021. Spotify to Launch HiFi Option Later This Year, Paid Out 5 Billion in Royalties in 2020. Viitattu 11.02.2021.

<https://variety.com/2021/music/news/spotify-hifi-5-billion-royalties-1234912311/>



Bataille, P. & Perrenoud, M. 2021. "One for the Money?" The Impact of the "Disk Crisis" on "Ordinary Musicians" Income: The Case of French Speaking Switzerland. Viitattu 30.03.2021.

<https://osf.io/preprints/socarxiv/cxqh8/>

Bataille, P. & Perrenoud, M. 2017. Artist, Craftsman, Teacher: "Being a Musician" in France and Switzerland. Viitattu 13.05.2021

[https://www.researchgate.net/profile/Pierre-Bataille/publication/318474836\\_Artist\\_Craftsman\\_Teacher\\_Being\\_a\\_Musician\\_in\\_France\\_and\\_Switzerland/links/5a11f867aca27287ce2a746b/Artist-Craftsman-Teacher-Being-a-Musician-in-France-and-Switzerland.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Pierre-Bataille/publication/318474836_Artist_Craftsman_Teacher_Being_a_Musician_in_France_and_Switzerland/links/5a11f867aca27287ce2a746b/Artist-Craftsman-Teacher-Being-a-Musician-in-France-and-Switzerland.pdf)

Blake, E. 2020. Data Shows 90 Percent of Streams Go to the Top 1 Percent of Artists. Viitattu 21.03.2021.

<https://www.rollingstone.com/pro/news/top-1-percent-streaming-1055005/>

Catalano, F. 2018. From Rhapsody to Napster: How This Pioneering Music Service Coulda Been Spotify – And Why It Isn't. Viitattu 26.01.2021.

<https://www.geekwire.com/2018/rhapsody-napster-pioneering-music-service-coulda-spotify-isnt/>

Cater, B. 2019. it's Easier Than Ever to Be Independent, but Major Labels Still Dominate the Charts. Viitattu 30.01.2021.

<https://www.complex.com/pigeons-and-planes/2019/06/major-labels-vs-independent>

Centre National de la Musique. 2021. Étude relative à l'impact du passage à l'UCPS par les services de musique en ligne. Viitattu 22.03.2021.

[https://cnm.fr/wp-content/uploads/2021/01/CNM\\_UCPS\\_Rapport-final-d%C3%A9taill%C3%A9.pdf](https://cnm.fr/wp-content/uploads/2021/01/CNM_UCPS_Rapport-final-d%C3%A9taill%C3%A9.pdf)

Clark, B. 2018. A New Spotify Initiative Could Spell Trouble for Record Labels (or Kill Spotify). Viitattu 10.02.2021.

<https://thenextweb.com/news/a-new-spotify-initiative-could-spell-trouble-for-record-labels-or-kill-spotify>

Cronin, Ryan & Coughlan. 2008. Undertaking a literature review: A step-by-step approach. Viitattu 06.01.2021.

[https://www.researchgate.net/publication/5454130\\_Undertaking\\_a\\_literature\\_review\\_A\\_step-by-step\\_approach](https://www.researchgate.net/publication/5454130_Undertaking_a_literature_review_A_step-by-step_approach)

Davidson, M. 2018. Mateus Asato, Instagram Rockstar, Is Changing Guitar Forever. Viitattu 15.03.2021.

<https://www.forbes.com/sites/milodavidson/2018/12/21/mateus-asato-instagram-rockstar-is-changing-guitar-forever/?sh=1e0f372991b5>

Dean, G. 2020. Spotify Will Promote Artists' Songs to More Users If They Agree to Lower Royalty Payments. Viitattu 01.03.2021.

<https://www.businessinsider.com/spotify-artists-boost-songs-recommended-playlist-royalty-payments-algorithm-2020-11?r=US&IR=T>

DJ Pangburn. 2018. A Brief History of Pitch Correction in Music. Viitattu 10.03.2021.

<https://www.izotope.com/en/learn/a-brief-history-of-pitch-correction-in-music.html>

- Ekholm, J. 2014. Hinnat nousevat, festivaaleilla riittää kävijöitä. Viitattu 09.03.2021.  
<https://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2014/hinnat-nousevat-festivaaleilla-riittaa-kavijoita/>
- European Commission. 2021. Expert Group for the EU Observatory on the Online Platform Economy: Final Reports. Viitattu 01.03.2021.  
<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/expert-group-eu-observatory-online-platform-economy-final-reports>
- European Commission. 2021. EU Observatory on the Online Platform Economy. Viitattu 01.03.2021.  
<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/eu-observatory-online-platform-economy>
- Font, A. 2021. 10 Promising Portugal-based Startups to Watch in 2021. Viitattu 14.01.2021.  
(<https://www.eu-startups.com/2021/03/10-promising-portugal-based-startups-to-watch-in-2021/>)
- Frith, S. 2007. Scottish Music Review. Viitattu 22.03.2021.  
<http://scottishmusicreview.org/Articles/1.1/Frith%3A%20Live%20Music%20Matters.pdf>
- Global Industry Analysts. 2021. Global Music Production Software Industry. Viitattu 20.01.2021.  
[https://www.reportlinker.com/p05957475/Global-Music-Production-Software-Industry.html?utm\\_source=GNW](https://www.reportlinker.com/p05957475/Global-Music-Production-Software-Industry.html?utm_source=GNW)
- Grannell, C. 2018. A History of Music Streaming. Viitattu 25.01.2021.  
<https://www.dynaudio.com/dynaudio-academy/2018/may/a-history-of-music-streaming>
- Hallamaa, T & Vedenpää, V. 2019. Nuoret rynnivät suurkonsertteihin ja samalla rock-klubit sulkevat oviaan: "Spotify-aika ajaa massatapahtumiin". Viitattu 10.03.2021.  
<https://yle.fi/uutiset/3-11026712>
- Hardjono, T & Pentland, A. 2019. Empowering Artists, Songwriters & Musicians in a Data Cooperative Through Blockchains and Smart Contracts. Viitattu 16.03.2021.  
[https://www.researchgate.net/publication/337532022\\_Empowering\\_Artists\\_Songwriters\\_Musicians\\_in\\_a\\_Data\\_Cooperative\\_through\\_Blockchains\\_and\\_Smart\\_Contracts](https://www.researchgate.net/publication/337532022_Empowering_Artists_Songwriters_Musicians_in_a_Data_Cooperative_through_Blockchains_and_Smart_Contracts)
- Hesmondhalgh, D. & Meier, L. 2018. What the digitalisation of music tells us about capitalism, culture and the power of the information technology sector. Viitattu 13.01.2021.  
<https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/1369118X.2017.1340498?needAccess=true>
- Hottinen, M. 2021. Näkymiä musiikkialalta: Kuinka immersiivinen verkko, mikroyhteisöt ja livestriimaus muokkaavat alaa? Viitattu 17.03.2021.  
<https://musicfinland.fi/fi/kuulumisia/näkymiä-musiikkialalta-millainen-on-musiikkiala-vuonna-2021>
- Hussain, N., Culliford, E. & Dave, P. 2021. Square's 297 Million Deal for Jay Z's Music Service Tidal May Bring Blockchain to Masses. Viitattu 4.4.2021.  
<https://www.reuters.com/article/us-tidal-stake-square-idUSKBN2AW1N8>

IFPI. 2003. Tilastot. Yhteenveto/Summary 31.12.2003. Viitattu 04.02.2021.  
<https://www.ifpi.fi/tutkimukset-ja-tilastot/tilastot/2003/>

IFPI. 2011. IFPI Digital Music Report 2011. Viitattu 19.03.2021.  
<https://www.scribd.com/document/50385881/IFPI-Digital-Music-Report-2011>

IFPI. 2012. Recorded Music Shipments and Employment of Musicians and Artists. Viitattu 10.03.2021.  
<http://www.youtube.com/watch?v=mSUsiVnvS2w&feature=youtu.be>

IFPI. 2021. Global Music Report 2021. Viitattu 25.01.2021.  
[https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/03/GMR2021\\_STATE\\_OF\\_THE\\_INDUSTRY.pdf](https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/03/GMR2021_STATE_OF_THE_INDUSTRY.pdf)

Imogen Heap. 2017. Blockchain Could Help Musicians Make Money Again. Viitattu 17.03.2021.  
<https://hbr.org/2017/06/blockchain-could-help-musicians-make-money-again>

Influencer. 2021. Top 100 Most Subscribed Youtubers in Italy. Viitattu 16.03.2021.  
<https://www.noxinfluencer.com/youtube-channel-rank/top-100-it-all-youtuber-sorted-by-subs-weekly>

Ingham, T. 2020. Social Media, Not Streaming, Is the Music Industry's Future. Viitattu 25.03.2021.  
<https://www.rollingstone.com/pro/features/social-media-tiktok-instagram-video-games-music-money-1097428/>

Ingham, T. 2020. Spotify Dreams of Artists Making a Living. It Probably Won't Come True. Viitattu 12.02.2021.  
<https://www.rollingstone.com/pro/features/spotify-million-artists-royalties-1038408/>

King, A. 2020. YouTube Says It Has 30 Million Premium and Music Subscribers. Viitattu 17.02.2021.  
<https://www.digitalmusicnews.com/2020/10/30/youtube-music-subscribers-2020/>

Knox, R. 2021. Big Music Needs to Be Broken Up to Save the Industry. Viitattu 11.03.2021.  
<https://www.wired.com/story/opinion-big-music-needs-to-be-broken-up-to-save-the-industry/>

Kotirinta, P. 1993. Cd-levyn hinta pysyy tähdissä - Tukku- ja vähittäismyyjä ottavat 119 markan levystä lähes puolet. Suomalaisen "kapinallisen" mielestä cd:n terve hinta olisi 70-80 markkaa. Viitattu 07.02.2021.  
<https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000003216124.html>

Kreps, D. 2020. Recording Academy Aligns with HITS Act to Help Indie Artists. Viitattu 21.03.2021.  
<https://www.rollingstone.com/music/music-news/recording-academy-hits-act-1037159/>

Kudyba, S. 2020. COVID-19 and the Future Acceleration of Digital Transformation and the Future of Work. Viitattu 16.03.2021.  
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10580530.2020.1818903>

Kulttuuritilaston taulukkopalvelu. N.D.  
[https://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset\\_julkaisut/kulttuuritilasto/html/suom0000.htm](https://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset_julkaisut/kulttuuritilasto/html/suom0000.htm)

Lakeba. N.D. Live Streaming in 360 at Coachella 2016. Viitattu 19.03.2021.  
<https://lakeba.com/news-media/live-streaming-in-360-at-coachella-2016/>

Leight, E. 2020. Independent Artists Are Making More Music Than Ever. Viitattu 21.03.2021.  
<https://www.rollingstone.com/pro/features/independent-artists-making-more-music-tu-necore-cd-baby-982708/>

Live Nation. N.D. Tietoja Live Nation Finlandista. Viitattu 08.01.2021.  
<https://www.livenation.fi/about>

Melnick, K. 2019. Coachella Debuts Its First Interactive AR Stage. Viitattu 19.03.2021.  
<https://vrscout.com/news/coachella-ar-interactive-stage/>

Menkhoff, T. 2019. The Rise of the Gig Economy and Digital Nomad: Here to Stay or Gone Tomorrow? Viitattu 14.01.2021.  
<https://blog.smu.edu.sg/academic/schools-libraries/smulkcsb/rise-gig-economy-digital-nomad/>

Miller, L. 2019. Same Heart. New Beat. How Record Labels Amplify Talent in the Modern Music Marketplace. Viitattu 20.03.2021.  
<https://s3.amazonaws.com/cache.transmissionmedia.com/musonomics/MusonomicsModernLabelReport.pdf>

Muikku, J. 2017. Musiikkiedostojen metadata. Viitattu 17.03.2021.  
[https://musiikintekijat.fi/sites/default/files/metadata\\_170925\\_final.pdf](https://musiikintekijat.fi/sites/default/files/metadata_170925_final.pdf)

Mulligan, M. 2020. The Future of Live. Viitattu 25.03.2021.  
<https://www.midiaresearch.com/blog/the-future-of-live>

Mulligan, M. 2020. 2021 Predictions: The Year of the Immersive Web. Viitattu 17.03.2021.  
<https://www.midiaresearch.com/blog/2021-predictions-the-year-of-the-immersive-web>

Music Business Worldwide. N.D. Sony Music Group & Universal Music Group & Warner Music Group. Viitattu 11.01.2021.  
<https://www.musicbusinessworldwide.com/companies/>

Music Finland. 2002. 2. Pääkirjoitus. Viitattu 08.02.2021.  
[http://www.musicfinland.com/sml/muusikko/muusikko\\_2002/2\\_paakirjoitus.html](http://www.musicfinland.com/sml/muusikko/muusikko_2002/2_paakirjoitus.html).

Music Finland. 2018. Tutkimuksen näkökulma: Teknologinen kehitys tuo musiikinkulutuksen valtaa nuoremmille. Viitattu 01.02.2021.  
<https://musicfinland.fi/fi/tutkimukset/tutkimuksen-naekoekulma-teknologinen-kehitys-tuo-musiikinkulutuksen-valtaa-nuoremmille>

Music Finland. 2020. Musiikkialan barometri 2019. Viitattu 05.03.2021.  
<https://musicfinland.fi/fi/tutkimukset/musiikkialan-barometri-2019>

Music Finland. 2020. Suomen musiikkialan talous ja vienti 2019. Viitattu 07.03.2021.  
<https://musicfinland.fi/fi/tutkimukset/suomen-musiikkialan-talous-ja-vienti-2019>

Music Industry Blog. 2021. Midia Research 2018-2026 Streaming Music Forecasts. Viitattu 19.03.2021.

<https://musicindustryblog.wordpress.com/2019/03/19/midia-research-2018-2026-streaming-music-forecasts/>

Music Radar. 2008. A Brief History of Computer Music. Viitattu 08.01.2021.

<https://www.musicradar.com/news/tech/a-brief-history-of-computer-music-177299>

Musicwatch. 2018. Music & Social Media; A Consumer Perspective. Viitattu 20.04.2021.

<https://www.musicwatchinc.com/blog/music-scores-a-gold-record-on-the-social-media-charts/>

Naveed, K., Watanabe, C. & Neittaanmäki, P. 2017. Co-Evolution Between Streaming and Live Music Leads a Way to the Sustainable Growth of Music Industry – Lessons from the US Experiences. Viitattu 19.03.2021.

<https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/54093/naveedwatanabeneittaanma-kicevolutionbetween.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Norwegian Ministry of Culture. 2019. What now - The Impact of Digitization on the Norwegian Music Industry (englanninkielinen tiivistelmä). Viitattu 16.02.2021

<https://www.regjeringen.no/en/dokumenter/what-now---the-impact-of-digitization-on-the-norwegian-music-industry/id2627950/>

Owsinski, B. 2020. 10 Music Businesses Predictions for 2021. Viitattu 19.03.2021.

<https://www.forbes.com/sites/bobbyowsinski/2021/12/27/10-music-business-predictions-for-2021/?sh=3113e5916fcf>

Pekari, T. 2016. Mitä blockchain-teknologia merkitsee musiikkialalle? Viitattu 18.03.2021.

<https://www.teosto.fi/teostory/mita-blockchain-teknologia-merkitsee-musiikkialalle/>

Pekuri, A & Haapasalo, H. 2011. Liiketoimintamallien hyödyntäminen rakennushankkeiden ja -liiketoiminnan suunnittelussa. Viitattu 09.01.2021.

<https://www.rakennustieto.fi/Downloads/RK/RK120304.pdf>

Perry, R. 2012. The More Things Change, The More They Stay The Same. Viitattu 09.01.2021.

<http://music3point0.blogspot.com/2012/02/more-things-change-more-they-stay-same.html>

Recording Connection. N.D. WHAT ARE DIGITAL AUDIO WORKSTATIONS (DAW)? Viitattu 08.01.2021.

<https://www.recordingconnection.com/what-are-digital-audio-workstations-daw/>

RIAA. 2020. U.S. Sales Database 2020. Viitattu 01.02.2021.

<https://www.riaa.com/u-s-sales-database/>

Salminen, A. 2011. Mikä kirjallisuuskatsaus? Viitattu 06.01.2021.

[https://www.univaasa.fi/materiaali/pdf/isbn\\_978-952-476-349-3.pdf](https://www.univaasa.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-349-3.pdf)

Sanoma. 2018. Sanoma ostaa N.C.D. Productionin festariliiketoiminnan. Viitattu 10.03.2021.

<https://www.sanoma.fi/news/2018/news-imported-from-wp/sanoma-ostaa-n.c.d.-productionin-festariliiketoiminnan/>

Satuli, H. 2017. Brysselissä kurottiin arvokuilua umpeen. Viitattu 09.01.2021.  
<https://www.teosto.fi/teostory/brysselissa-kurottiin-arvokuilua-umpeen/>

Shaw, L. 2021. Want to Make a Hit Record from Your Bedroom? Ask Splice. Viitattu 17.01.2021.  
<https://www.bloomberg.com/news/newsletters/2021-02-21/want-to-make-a-hit-record-from-your-bedroom-ask-splice>

Siren, V. 2019. Nelonen Media osti Hyvinkään Rockfestin ja omistaa nyt kaikkiaan 29 festivaalia. Viitattu 10.03.2021.  
<https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000006036090.html>

Splice. 2021. Want To Make A Hit Record From Your Bedroom? Viitattu 17.01.2021.  
<https://splice.com/blog/hit-record-from-your-bedroom/>

Spotify Investors. 2021. Financials. Viitattu 07.02.2021.  
<https://investors.spotify.com/financials/default.aspx>

Statista. 2016. Number of Metal Bands and Artists at Music Festivals in Finland 2006-2016. Viitattu 22.03.2021.  
<https://www.statista.com/statistics/787309/number-of-metal-bands-and-artists-at-music-festivals-in-finland/>

Statista. 2016. Number of Rock Bands and Artists at Music Festivals in Finland 2006-2016. Viitattu 22.03.2021.  
<https://www.statista.com/statistics/787293/number-of-rock-bands-and-artists-at-music-festivals-in-finland/>

Statista. 2016. Number of Pop Bands and Artists at Music Festivals in Finland 2006-2016. Viitattu 22.03.2021.  
<https://www.statista.com/statistics/787324/number-of-pop-bands-and-artists-at-music-festivals-in-finland/>

Statista. 2016. Number of Hip Hop Bands and Artists at Music Festivals in Finland 2006-2016. Viitattu 22.03.2021.  
<https://www.statista.com/statistics/787330/number-of-hip-hop-bands-and-artists-at-music-festivals-in-finland/>

Statista. 2021. Global Social Networks Ranked by Number of Users 2021. Viitattu 15.03.2021.  
<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

Statista. N.D. Digital Music. Viitattu 18.03.2021.  
<https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/digital-music/worldwide>

Statista. 2020. COVID-19 Impact on the Use of Digital Services for Streaming Music in Finland 2020. Viitattu 04.02.2021.  
<https://www.statista.com/statistics/1147712/coronavirus-impact-on-the-use-of-digital-services-for-streaming-music-in-finland/>

Statista. 2020. Use of Music Streaming Services in Finland 2020. Viitattu 05.02.2021.  
<https://www.statista.com/statistics/744274/use-of-digital-music-services-in-finland/>

Statista. 2021. Services Used for Music Streaming in Finland 2020. Viitattu 06.02.2021.  
<https://www.statista.com/statistics/747646/survey-on-services-used-for-music-and-radio-streaming-in-finland/>

Statista. 2021. Average Price of a Ticket for a Music Tour 2011-2019. Viitattu 20.03.2021.  
<https://www.statista.com/statistics/380106/global-average-music-tour-ticket-price/>

Statista. 2021. Average Price of Music Festival Tickets in Europe from 2014 to 2018 (in euros). Viitattu 20.03.2021.  
<https://www.statista.com/statistics/687719/music-festivals-ticket-prices-in-europe/>

Sutherland, W & Jarrahi, M. 2017. The Gig Economy and Information Infrastructure: The Case of the Digital Nomad Community. Viitattu 16.03.2021.  
[https://www.researchgate.net/publication/320545776\\_The\\_Gig\\_Economy\\_and\\_Information\\_Infrastructure\\_The\\_Case\\_of\\_the\\_Digital\\_Nomad\\_Community](https://www.researchgate.net/publication/320545776_The_Gig_Economy_and_Information_Infrastructure_The_Case_of_the_Digital_Nomad_Community)

Thompson, B. 2018. Digital Nomads: Employment in the Online Gig Economy. Viitattu 14.01.2021.  
[https://www.researchgate.net/publication/327405761\\_Digital\\_Nomads\\_Employment\\_in\\_the\\_Online\\_Gig\\_Economy](https://www.researchgate.net/publication/327405761_Digital_Nomads_Employment_in_the_Online_Gig_Economy)

Tilastokeskus. 2021. Kulttuurialan koulutus Suomessa. Viitattu 22.03.2021.  
[https://www.stat.fi/til/kit/2019/02/kit\\_2019\\_02\\_2021-04-22\\_kat\\_001\\_fi.html](https://www.stat.fi/til/kit/2019/02/kit_2019_02_2021-04-22_kat_001_fi.html)

Tilastokeskus. 2021. Laatuseloste: Kulttuuritilasto, Kulttuurialan koulutus. 22.04.2021.  
[https://www.stat.fi/til/kit/2019/02/kit\\_2019\\_02\\_2021-04-22\\_laa\\_001\\_fi.html](https://www.stat.fi/til/kit/2019/02/kit_2019_02_2021-04-22_laa_001_fi.html)

Vedenpää, V. 2018. Rockfestarit vetävät ennätysmäärin väkeä – Sanoma nousi kaikessa hiljaisuudessa suurimmaksi festarijärjestäjäksi. Viitattu 08.01.2021.  
<https://yle.fi/uutiset/3-10385660>

Voorhes, N. 2020. 4 of the Best Freelance Websites for Musicians and Producers. Viitattu 13.01.2021.  
<https://www.blackghostaudio.com/blog/4-of-the-best-freelance-websites-for-musicians-and-producers>

Wang, A. 'Spotify Teardown' Is the Book Spotify Didn't Want Published. Viitattu 02.03.2021.  
<https://www.rollingstone.com/pro/features/spotify-teardown-book-streaming-music-790174/>

Warwick, S. 2021. Here's How Much Apple Music Really Pays the Artists You Listen to. Viitattu 11.02.2021.  
<https://www.imore.com/heres-how-much-apple-music-really-pays-artists-you-listen>

YouTube Official Blog. N.D. YouTube for Press. Viitattu 25.02.2021.  
<https://blog.youtube/press/>

## Kuviot

Kuvio 1: CD-levyjen dollarimääräinen myynti Yhdysvalloissa (RIAA 2020).

Kuvio 2: Maailmanlaajuinen nauhoitetun musiikin kokonaisarvo 2001-2020 (IFPI 2021).

Kuvio 3: Koronaviruksen vaikutukset suomalaisten suoratoistopalveluiden käyttöön (Statista 2020).

Kuvio 4: Digitaalisten musiikkipalveluiden käyttö Suomessa (Statista 2020).

Kuvio 5: Music Finlandin vuoden 2019 barometrin kyselytutkimus (Music Finland 2019).

Kuvio 6: Äänitteiden myynnin ja muusikoiden lukumäärän välinen suhde 1999-2009 (IFPI 2011).

Kuvio 7: Suurten levy-yhtiöiden listoilla olevien artistien määrä (Miller 2019, 12).

Kuvio 8: Musiikki sosiaalisessa mediassa (Music & Social Media; A Consumer Perspective 2019).

## **Taulukot**

Taulukko 1. Lähteiden aineistotyytit ja sisäänottokriteerit

Taulukko 2. Vuosi 2003

Taulukko 3. Vuosi 2020

Taulukko 4. Kuukausi per capita – tuloksen käyttö vertailulukuna

Taulukko 5. Sosiaalisen median käyttäjämäärät miljoonissa tammikuussa 2021 (Statista 2021).

Taulukko 6. Kaikkien suoratoistopalvelujen käyttäjien ARPU 2020-2025 (Statista 2021)

Taulukko 7. Esiintyjien musiikkityylien kehitys suomalaisilla festivaaleilla vuosina 2006-2016 (Statista 2016).