

Juurista latvoille

Elävän musiikin tulevaisuuskuvaus

C

LiveFIN ry, 2020

Harri Homi, Salla Vallius

Kuva:Aranxa Esteve, Unsplash

Live & muuttuva musiikkiala

Nuorten vaikutus koko musiikkialaan on merkittävä, sillä nuorison suosiossa olevat suoratoistopalvelut ja suuret konsertit ovat todella merkittäviä - elleivät merkittävimpiä - kasvun lähteitä musiikkialalla. Näiden alojen kehitys määrittyy nuorten tahtotilojen kautta, mutta vastavoimaisesti myös alat, ja niiden harjoittamat toimintamallit, määrittävät nuorten tahtotiloja. Voidaan siis puhua uuden kulttuurin ja sitä seuraavan yhteiskunnallisen muutoksen määrittymisestä silloin, kun pyrkimyksenä on hahmottaa sitä, miten nuorten kulttuuri muodostuu. Näin ollen nuorison merkitys uuden ja elinvoimaisen kulttuurin synnyttäjinä pitäisi olla itseisarvoista.

Juurista latvoille -hankkeen taustoittava vaihe kattaa kolme osaa:

- A Nuoret & elävä musiikki
- B Nuorisomusiikin toimiala-analyysi
- C **Elävän musiikin tulevaisuusskenaariot**

Sisällysluettelo

Muutosvoimat	2
Musiikin kulutus kasvaa ja keskittyy	2
Uudet ilmaisun ja kokemisen muodot	3
Kuluttajakunta vanhenee	3
Maantieteelliset sijainnit ja ajankohdat	4
Musiikin kanavat ja verkostot	5
Digitaalinen alustamalli	5
Tulevaisuuskuvat	6
Popista tulee kulttuuria	6
Tietotaidosta tuotantopalveluksi	7
Verkostojen yhteistyö	8
Supertoimijat	9

Muutosvoimat

Populaarimusiikki ja sitä sivuavan populaarin elävän musiikin toimialan sisäiset muutokset ovat harvoin erillään ympäröivän maailman muutoksista. Päinvastoin, ne pikemminkin heijastavat yhteiskunnallisia ja teknologisia muutoksia. Yksittäiset trendit ovat sidoksissa muihin samaan aikaan vaikuttaviin niin yhteiskunnallisiin kuin alan sisäisiin voimiin, eivätkä niiden kehityssuunnat ole monestikaan toisiaan poissulkevia. Tästä esimerkkinä on populaarimusiikin kuluttamisen keskittyminen uusien digitaalisten kulutustuotteiden ja -palveluiden myötä harvempiin tähtiartisteihin. Tämä ei kuitenkaan ilmionä poissulje sitä, etteikö muu kulttuuri kuin populaarimusiikki voisi moninaistua omissa digitaalisissa kanavissaan.

Musiikkialaan vaikuttavat trendit voidaankin nähdä ainakin kahdella tasolla: Makrotasolla yhteiskunnan lävistävinä ilmiönä (kuten digitalisaatio, talouden heilahtelut tai poliittiset muutokset), jotka vaikuttavat kulttuuriin ja yhteiskuntaan laajasti, sekä mikrotasolla, musiikkialan sisäisinä voimina ja niiden muutoksina (esimerkiksi jonkin sopimus- tai liiketoimintakäytännön yleistymisen, tietyn toimijan roolin muutos tai uuden toimijan mukaan tulo).

Musiikin kulutus kasvaa ja keskittyy

Musiikkialan talous on kokonaisuudessaan kasvussa. IFPI kertoo musiikkialan tasaisesta kasvusuhdanteesta vuodesta 2015 alkaen. Kasvuun vaikuttavat voimakkaasti suoratoistopalveluiden tuottamat tekijänoikeustulot¹, jotka paikkaavat romahtanutta musiikin yksittäiskappaleiden myyntituloa. Suoratoistoon perustuva musiikin kulutus on suurinta nuorten keskuudessa, joten sen vaikutus ei ainakaan tule laskemaan tulevaisuudessa, päinvastoin. Voidaan olettaa, että tulevaisuudessa yhä useampi ihminen kuuntelee musiikkinsa suoratoistopalveluiden kautta. Palveluiden vaikutus - niin musiikin kuluttamiseen samoin kuin sen synnyttämä kiinnostus tiettyjä live-esiintymisiä kohtaan - on merkittävä.



¹ IFPI, 2019

Suomessa vuonna 2018 suoratoistopalvelu YouTube oli suosituin 13-18 -vuotiaiden nuorten musiikin kuunteluväylä ja -alusta sekä uusien artistien ponnahduslauta². On merkittävää, että musiikkialan talouden kasvaessa sen uudesta sisällöstä päättävät nuoret, vaikka heidän maksukykynsä on rajallinen. Nuoria kuitenkin on paljon, ja nyt alaikäiset freemium -mallin käyttäjät ovat pian täysi-ikäisiä uudet kulutustavat omaksuneita palvelunkäyttäjiä. Spotifyn tulos on ollut positiivinen vasta vuoden 2018 viimeisellä neljänneksellä³. Suoratoistojätin toimintaa uhkaavatkin enemmän muut kilpailijat kuin streaming- tuotteen kysynnän lasku.

Digitaalinen tarjonta on yhdenmukaistanut nuorille tarjottavan musiikin kuratointia. Voimat olivat 1900-luvulla vahvasti tuotannon puolella (Sony, Warner, Universal), sillä näillä toimijoilla oli pääomaa toteuttaa merkittäviä tuotanto- ja markkinointiprojekteja. Vähittäismyyntikanavia edusti moninainen joukko paikallisia toimijoita, esimerkiksi levykaupat, paikalliset radio- ja televisiokanavat sekä niissä toimivat yksilöt. Musiikin saralla modernia markkinapaikkaa hallitsevat viimeisimpinä Spotify ja YouTube. On huomattavaa, että näiden toimijoiden käsissä on valtava voima siinä, millaista musiikkia tai kulttuuria niiden tarjoamat käytettävyystalouden rajapinnat suosivat.

² Tervonen, 2018

³ Wang, 2018

YouTuben sekä muun vuorovaikutteisen median mukana suuret sisällöntuotantoyhtiöt ovat saaneet kilpailijoita yksittäisistä itsenäisistä käyttäjistä, joiden on mahdollista kytkeytyä samojen kuuntelijaverkoston viestintäkanaviin⁴. Väylä populaarimusiikin markkinoihin on nyt avoinna kaikille osaaville tekijöille, joiden on, ainakin periaatteessa, mahdollista kilpailla suurtoimijoiden kanssa. Mikään ei kuitenkaan viittaa siihen, että populaarimusiikkituote (hitti) muuttuisi tai tuotettu musiikki moninaistuisi. Menestyksen ja arvon mittari on edelleen verkoston koko ja siitä juonnettu taloudellinen virta. Ekonomia on keskittynyt arvoketjun päässä olevaan lopputuotteeseen.

Music Finlandin Musiikkialan barometri 2019 -julkaisussa muusikot odottavat kasvua elävästä musiikista, synkronoinnista (musiikin liittämistä esim. peleihin tai mainoksiin) sekä alojen välisestä yhteistyöstä. Tekijänoikeustuloa ei pidetä kovinkaan todennäköisenä tulevaisuuden tulonlähteenä. Sitä se ei olekaan, sillä vain prosentti (1 %) kaikista artisteista tienasi vuonna 2014 77 % kaikille artisteille kotoutuvasta tekijänoikeustulosta⁵. Muusikoiden keskuudessa ei pääsääntöisesti voida rakentaa toimintaa streamauspalveluiden tai radioiton tuottaman tulon ympärille niin, että pienet tekijät saisivat siitä elantonsa⁶. Live-keikat, oheistuotteet ja muu toiminta näyttelee kokonaisuudessa suurta roolia.

⁴ Ingham, 2018

⁵ Setälä, 2014

⁶ Kela, 2014

Muusikot uskovat myös kilpailun elävän musiikin kentällä kovenevan tulevaisuudessa, ja suurten toimijoiden menestyvän entistä paremmin (artistit ja tapahtumat). Muusikoiden mielipiteet puoltavat kehitystä, jossa suur tapahtumien menestys kasvaa⁷. Juurista latvoille -hankkeen tiimoilta toteutettu kyselytutkimus kertoo myös nuorten kiinnostuksen keskittyvän suur tapahtumiin. Populaarimusiikissa tulevaisuuden suuntana saattavatkin olla entistä suuremmat tuotannot niin tallenteiden kuin elävän musiikin kohdalla.



Uudet ilmaisun ja kokemuksen muodot

Maailmalla streamauksen saturaatio kasvaa jatkuvasti, ja täysin uusia maantieteellisiä alueita, kuten Aasia, liittyy mukaan. Entistä suuremmat verkostot kokoontuvat digitaalisilla musiikkialustoilla. Modernien musiikin

⁷ Holt, 2010

Kuva: Aditya Chinchure, Unsplash

suoratoistoalustojen olemukseen ja arvontuotantomalliin ovat vaikuttaneet vahvasti Yhdysvallat 2 750 miljoonan euron streamauslolla Britannian jäädessä toiseksi 500 miljoonalla eurolla ja Saksan kolmanneksi 355 miljoonalla eurolla⁸. Tulevaisuudessa uusien suurten maantieteellisten ja kulttuurillisten alueiden vaikutus alustoihin saattaa olla radikaali. Massoja mukailleet musiikin menestyksen kriteerit⁹ alkavat etsiä skaalaetua uusista asioista, ja näin tuottavat omat affektinsa. Lännessä 1900-luvulla tulleet populaarimusiikin puitteet saattavatkin tulla pian idästä, kun talous ja kulutus keskittyy sinne.

Muutokset globaaleissa suoratoistopalveluissa ja muissa musiikin kuluttamiseen liittyvissä sovelluksissa tulevat antamaan oman leimansa myös Suomessa toistettuun musiikkiin. Aivan kuten vinyli- ja CD-levyjen tallennuskapasiteetit vaikuttivat aikoinaan Pohjanlahden perukoilla, nyt vaikuttavat suoratoistopalvelut. Pop saattaa tarkoittaa pian artistien henkilökohtaista videokantaa tai Messengerin yhteydessä käytettyjä meeminomaisia lyhyitä musiikkiklippejä. Musiikki tekee uutta tuloa digitaalisen tilan ja kommunikaation somistuksena. Tästä esimerkkinä on TikTok, jossa kolmannen osapuolen tuottaman musiikin liittäminen itse tuotettuun sisältöön on keskeisessä roolissa.

⁸ IFPI, 2018

⁹ Connell & Gibson, 2003

Tallennetun musiikin kuluttamisen muutokset saattavat tuoda keikkapaikka -käsitteelle uusia merkityksiä. Lähitulevaisuudessa kokemuksen paikka voi tarkoittaa aivan jotain muuta kuin mitä se tarkoittaa nyt. Muun muassa pelaamisen paikan konteksti on muuttunut radikaalisti. Esimerkkinä tästä on Pokémon GO -peli, joka toi lisätyn todellisuuden (augmented reality, AR) -teknologian kautta pelaamisen osaksi ympäröivää maailmaa. Virtual reality (VR)- ja AR-teknologiat saattavat tehdä saman elävälle musiikille, ja viedä sen osaksi uusia, ennenkokemattomia tiloja, aikoja ja yhdessäolon muotoja. Flashmobin tyyppinen AR-kokemus, tai vaikkapa tietyssä paikassa tiettyyn aikaan koettava tallennettu tai livenä esitettävä musiikkiesitys, saattaa olla tulevaisuuden "live".

Koko ilmaisukentän muutoksesta kielii myös tubettaminen, itsetuotettujen videoiden lataaminen digitaaliselle sosiaaliselle alustalle. Tubettamisessa itsenäisesti sisältöä tuottavien toimijoiden ympärille kokoontuneet verkostot idolisoivat sisältötuottajia ja seuraavat heidän toimintaansa tiiviisti. Nämä verkostot organisoituvat toisinaan paitsi itsenäisesti omaehtoisissa live-kohtaamisissa (meet and greet) myös keskitetysti organisoiduissa Tubecon tai Tubetour -tyyppisissä tapahtumissa. Mielenkiintoista on, kuinka diginatiivissa ilmaisun muodossa, tubettamisessa, moninaiset nuoret verkostoituvat matalan ja hajautuneen ITE-tuotannon ympärillä. Samaan aikaan nämä nuoret kuitenkin keskittävät verkostoitumistaan elävän musiikin, ja ehkäpä myös tallennetun

musiikin, saralla yksittäisiin suuriin tai korkeatasoisiin tuotantoihin. Jotta arvostusta saadaan musiikissa, shown on oltava huipputuotantoa, tekniikan näyttävää ja puitteiden kunnossa.

Kuluttajakunta vanhenee

Monissa pienissä ja keskisuurissa elävän musiikin tapahtumapaikoissa yleisön vanheneminen on pitkäaikainen ilmiö. Uudet sukupolvet tekevät siirtymää uusille kulttuurin kokemuksen paikoille, kuten rokkarit aikoinaan siirtyessään rock-klubeille hyläten vanhan kansan tanssilavat. Nykyinen pienten tapahtumapaikkojen verkosto saattaa muuttua hyvinkin pian vanhanaikaiseksi, kun yksittäisten suurten tapahtumien ja artistien vetovoima kasvaa, ja digitaalisten verkostojen kuluttama musiikki tähtivetoistuu.

Olemassa olevaa pitkäikäisten tapahtumapaikkojen verkostoa leimaa monesti "rock-klubin" vaikutelma, ja niiden kulttuurillisen omistajuuden voi nähdä kuuluvan ikäpolvelle, joka myös kasvoi rockin tahdissa. Jokaisen tapahtumapaikan musiikkihistoria, työntekijät, verkostot ja asenteet antavat oman leimansa niiden vetovoimalle. Kun esimerkiksi Lepakon, tai sitä seuranneen Nosturin verkostoja rakennettiin, yhteenkuuluvuus ja omistajuus olivat merkittävässä roolissa. Näillä klubeilla käyneet ihmiset kokivat omistajuutta kulttuurissa, jota nämä paikat synnyttivät. **Onkin oletettavaa, että nuoret, joiden**

kommunikaatioväylät ja musiikkigenret eroavat radikaalisti menneestä, pyrkivät määrittämään omat kulttuurinsa syntypaikat ennemmin kuin integroitumaan valmiina annettuihin raameihin.

Nuorten ja nuorten aikuisten huomiosta kilpailevat myös useat eri mediasisällöt ja modernit ilmaisun muodot. Modernissa huomiotaloudessa sisällöistä ei makseta suoraan, vaan ne ekonomisoidaan kolmansien osapuolien viesteille annetun huomion kautta. Tämä ekonominen ympäristö on vahvasti läsnä erityisesti diginatiivien nuorten parissa. Voidaankin olettaa, että ne tekijät, jotka johtivat keikoilla käymiseen maksullisten, fyysisesti niukkojen äänilevyresurssien ja vaikeasti saavutettavien medioiden ympärillä, ovat nyt erilaiset. Tubettajat, joiden seuraaminen on nuorten parissa merkittävää, ovat ottaneet roolin pieninä ja itsenäisinä sisältötuottajina. Uudet ilmaisumuodot vaativat kumppaneikseen modernia, erilaiseen rytmiin perustuvaa tuotantoa ja kohtaamista.

Suomalainen väestö myös yksinkertaisesti vanhenee¹⁰. Nuoria on Suomessa jatkuvasti vähemmän. Tämän voi olettaa näkyvän tilastollisesti elävään musiikkiin keskittyneiden toimijoiden toiminnassa. Samaisen ilmiön voi nähdä myös muiden toimintansa nuoriin kohdistavien yritysten tai instituutioiden toiminnassa. On oletettavaa, että elävän musiikin kysyntä ja muoto tulevat merkittävästi

¹⁰ SVT, 2018

poikkeamaan rock-klubien ympärille kehkeytyneestä kulttuurista. Suurkaupungeissa olevien elävän musiikin tapahtumapaikkojen etuna on kuitenkin niiden keskeinen lokaatio ja saavutettavuus siinä, missä tanssilavat jäivät maaseudulle ihmisten muuttaessa kaupunkiin. Ihmisten maantieteellinen sijainti tai muuttoliikkeen suunta Suomen sisällä eivät enää tänä päivänä näin radikaalisti muutu. Kulttuuri kuitenkin muuttuu. Toisaalta maahanmuutto saattaa lisätä pienten ja keskisuurten kaupunkien vetovoimaa ja kriittistä massaa tulevaisuudessa.

Maantieteelliset sijainnit ja ajankohdat

Tilavuokrien hinnat nousevat asutuskeskittymässä, ja ajavat luovan talouden tekijät syrjemmäs. Helsingissä vuonna 2019 kolme tunnettua keskikokoista klubia sai sulkutuomion¹¹. Tämä sama gentrifikaatioksi nimetty ilmiö on maailman metropoleissa ollut konkreettinen jo pitkään. Elävän musiikin tapahtumapaikoille tilaan ja paikkaan vaikuttavat tekijät ovat radikaalisti toimintaa määrittäviä. Yleisesti ottaen paikkaan ja jatkuvaan toimintaan perustuvat elävän musiikin tapahtumapaikat ovat olleet sidottuja yksittäisiin tapahtumiin, vaikka niiden tilavuokra ja henkilöstökulut juoksevat jatkuvasti. Tällä palvelun tuottamisen mallilla on kiinteät kulut kysynnän ollessa

¹¹ Koivisto, 2019

Kuva: U. A. Saarinen, Rock-musiikkia Messuhallissa, 1958

toisaalta vain hetkittäistä. Tilakustannusten kasvaessa kilpailu asiakkaista kovenee, toimijat vähenevät ja hintataso kuluttajille nousee. Tämä tarkoittaa ainakin epäkaupallisten toimijoiden vähenemistä keskeisillä sijainneilla.

Elävän musiikin tapahtumat kehittyvät kuulijakunnan mukana. Keski-ikäistyvällä "rock-kansalla" on mahdollisuus kuluttaa suurempia summia yksittäisiin klubikeikkoihin. Tämä mahdollistaa joidenkin toimijoiden aseman säilyvyyden kulttuuritarjoajina, mutta aiheuttaa samalla keikoilla kävijöiden demografisen profiilin rajoittumisen hyvin toimeentuleviin kuluttajiin. Puitteet, jotka kehittyvät kohti aikuisten rokkarien elävän musiikin kulutusta, eivät kategorisesti osallista nuoria niin ikärajan, hinnan kuin osallisuudenkaan perspektiivistä. Vaikka punkkarit löytävät, tai ottavat, tuotannolleen paikan sieltä, missä se on tarjolla heidän ehdoillaan, ei samaa voida olettaa alaikäisiltä nuorilta, joiden toiminnan ja elämän piiri ylipäätään on vasta kasvamassa. Näin eritoten nuorille kohdistettu epäkaupallinen tai voittoa tavoittelematon populaarimusiikkiin liittyvä toiminta, jota olemassa oleva elävän musiikin tapahtumapaikkojen tuottama verkosto tuottaa tietotaidollaan, tulee laskemaan.

Lahen ELMUn tuottamissa Nuokkutour-tapahtumissa havaittiin, että niin sijainnilla kuin tapahtuma-ajankohdallakin on nuorille suuri merkitys. Nuokkutourin tapahtumat järjestettiin nuorille jo entuudestaan tutuissa tiloissa, kuten nuorisotaloilla ja nuorisokahviloissa, mutta

niiden menestys ilmaisesta sisäänpääsystä huolimatta ei ollut taattu. Joissain tapauksissa tapahtuman ajankohta tai aukioloaika poikkesi merkittävästi paikan normaalista aukiolosta. Tästä johtuen nuoret saattoivat yksinkertaisesti olla toisessa paikassa tapahtuman aikaan. Normaalista poikkeava tilankäyttö tai tapahtuma-ajankohta saattavat siis vaikuttaa radikaalisti nuorten osallistumiseen. **Uusien, tulevaisuuden toimintamallien suunnittelussa nuorten osalta merkittäväksi tekijäksi voi sisällön ohella nousta verkostojen ajanviettopaikat, niihin liittyvät rutiinit sekä omistajuuden ja turvallisuuden tunnun tuottaminen.**



Musiikin kanavat ja verkostot

Digitalisaation tuomien suoratoistopalveluiden merkitys vahvistuu uusien sukupolvien myötä. Suurin osa uusista populaarimusiikkiartisteista nostetaan esiin suoratoistoalustoilla nuorten toimesta¹². Modernit musiikin kanavat ja muodot tuottavat uusia kulutustottumuksia ja määrittävät kuunneltavaa musiikkia. Aikaisemmin näin tekivät lehdet, radio, televisio ja levykaupat. Näiden 1900-luvun medioiden, esimerkiksi radion, vaikutus painottuu täysikäisiin kuuntelijoihin ja siten niihin konteksteihin, joissa on olemassa tietty laitteisto ja konventio käyttää sitä. Voidaan ajatella, että esimerkiksi auto on radion koti¹³. Sekin on toisaalta kontekstina kokemassa muutoksia samalla, kun esimerkiksi yhteiskäyttö- ja itseajavat autot yleistyvät.

Modernien musiikin kuuntelukäytäntöjen, kanavien ja kontekstien myötä myös kuunneltu musiikki muuttuu. Globaalit suoratoistoalustat muodostavat omia napakasti hallittuja ekosysteemejään, jotka ovat erikoistuneet tietynlaisen sisällön tuotantoon. Videoformaatin muuttuminen elokuvista sarjoiksi antaa myös viitettä muutoksista, joita uudet kontekstit ja niihin ekonomisoitu sisältö tuottavat. Kotisohvalta tavoitettava laaja sisältö antaa katsojalle mahdollisuuden kokea jatkuvasti uutta,

¹² Tervonen, 2018

¹³ Tervonen, 2018

toisin kuin yksittäisiin sisältöihin sidottu valtakunnallinen tai kaapelitelevisiotarjonta.

Samaan aikaan, kun tuotanto ja markkinat tiivistyvät muutamisiin keskittyymiin, digitaalisessa verkossa tapahtuu täysin vastakohtaista tuotannon hajautumista ja joukkoistumista. Hajautetussa mallissa joukot rahoittavat ja kuratoivat tuotettavia sisältöjä ja artisteja itsenäisesti. Esimerkiksi Patreon.com -palvelu, jonka toiminta perustuu yksilöiden ja sisällöntuottajien keskinäiseen liiketoimintaan, on kasvanut vauhdikkaasti viime vuosina¹⁴. **On mahdollista, jopa todennäköistä, että vastaavat itseorganisoitumisen työkalut tulevat kasvavassa määrin osaksi kulttuurista tuotantoa. Tulevaisuuden yhteistuotantomallit tulevat luultavasti rikkomaan olemassa olevia ekonomisaation muotoja radikaalisti osallistamalla verkostonsa suoraan ekonomiaan, jota ne tuottavat.**

Blockchain- eli lohkoketjuteknologialla toteutetun palvelun käyttöoikeus ja musiikillisen sisällön käyttöoikeuden ero ei ole konseptuaalisesti suuri. Kummatkin ovat digitaalisia avaimia tai oikeuksia, joka voidaan niin halutessaan hajauttaa joukkojen käyttöön tai jopa omistukseen taloudellisesti arvokkaaksi pääomaksi¹⁵.

Itsenäisesti organisoituvilla verkostoilla on mahdollisuus ilmentää artistin tuotannon laatua

¹⁴ Peckham, 2019

¹⁵ Homi ym., 2018

muillakin kuin kuuntelija- tai seuraajamäärällisillä mittareilla. Verkostot voivat itse valita tuotettuun sisältöön sopivimman taloudellisen suhteen. Patreon.comin tai IndieGOGOn tapauksissa verkostot saavat valita artistin tai tuottajan itse määrittämistä "tarjouksista" tai taloudellisista sopimuksista mieluisimman. Osa näistä sopimuksista on nimellisiä, toiset hyvinkin merkittäviä. Käytössä olevat ekonomisaation välineet, kuten levyt tai oheistuotteet, muistuttavat edelleen teollisia kulutustuotteita, mutta niiden rinnalle on jo nyt nousemassa edellä mainittuja blockchain-tekniikkaan perustuvia omistussalleja¹⁶.

Tulevaisuuden verkostot määrittävät osin itse oman suhteensa tuotantoon sen sijaan, että käyttäisivät suoratoisto- tai muun katto-organisaation antamaa taloudellista mallia tai sopimusta. On siis mahdollista, että pienehköt, mutta verkostoa syvästi koskettavat tuotannot voivat menestyä ja olla taloudellisesti itseriittoisia. Nämä itsenäiset mallit myös muuttavat varmasti sitä, miten elävä populaarimusiikki organisoituu paikallisella tasolla.

¹⁶ ConsenSys, 2018

Digitaalinen alustamalli

Liiketoimintamallit muuttuvat ja mukautuvat digitaaliseen maailmaan. Datan ja ohjelmoitujen toimintojen hyödyntäminen liiketoiminnassa mahdollistaa dynaamisen tarjonnan, jossa sisältöä tai tuotantoa tarjotaan kysynnän mukaan. Monet digitaaliset alustat pyrkivät trivialisimaan jonkin tietyn arvoa tuottavan interaktion, ja rakentamaan ekonomiaa sen ympärille. Toisin sanoen: Ajatuksena on tuotteistaa verkostojen yhteistoiminnan keskeiset interaktiot siten, että kysyntä ja tarjonta voivat kommunikoida keskenään suoraan. Tämä on mahdollista, sillä tarjottavista resursseista ja niiden käyttöasteesta saadaan reaaliaikaista tietoa, ja niiden tuotanto on hajautettu alustan käyttäjille. Esimerkiksi YouTube on tuottanut julkaisua ja jakamista yksinkertaistavan ratkaisun, "videoalustan", jossa videoiden katsojat ovat suorassa yhteydessä sisällöntuottajiin.

Alustamallissa kohtaavat itsenäiset palvelun tuottajat ja käyttäjäverkostot ilman, että alusta itsessään keskittyy johonkin tiettyyn tuotantoon. Edellä mainitun YouTube'n sisältö ei suoranaisesti rajoitu mihinkään tiettyyn videosisältöön, tyyliin tai aihealueeseen, vaan ainoastaan tekee videoiden lataamisesta ja saavuttamisesta helppoa. Näin toteutetaan puitteet mahdollisimman monenlaiselle toiminnalle (long tail), jotka alusta keskittää samaan markkinapaikkaan. Sama toimintamalli toistuu myös alustoissa, jotka organisoivat

fyysisiä resursseja, kuten autoja (Uber, Lyft), tai vaikkapa freelancer-toimijoiden palveluita (Honeybook, Taskrabbit). Digitalisaatiossa moninaisten välittäjäorganisaatioiden merkitys laskee tai muuttuu taustavaikutteisemmaksi. Arvoa tuottavat interaktiot puolestaan muuttuvat tuotteiksi ja palveluiksi. Jokainen interaktio verkostojen välillä on näin ikään kuin oma organisaationsa, joskin katto-organisaation alaisena.



Kuva: VIN JD, Pixbay

Tulevaisuuskuvat

Seuraavat spekulatiiviset tulevaisuuskuvat kartoittavat elävän musiikin alaan vaikuttavia trendejä ja niistä mahdollisesti seuraavia lopputulemia. Kuvaelmat ovat normatiivisia elävän musiikin moninaisuutta, kulttuurillista jatkuvuutta ja nuorten osallisuutta sivuavia rakennelmia, joita tullaan käyttämään yhteissuunnittelutyöpajojen pohjana. Skenaarioiden tarkoitus on tuottaa vallitsevaan tietoon ja ymmärrykseen perustuvia, lähitulevaisuuteen (1-10 vuotta) sijoittuvia kuvaelmia siitä, miten olemassa oleva suomalainen elävän musiikin kulttuuri toimii ja miten nuoret ovat siinä osallisina.

Skenaariot eivät kuvaa dystooppisia kehityssuuntia, joissa nuorison rooli redusoituu kuluttajana olemiseen tai omaehtoisen osallistavan livemusiikin merkitys katoaa. Kuvaelmat eivät myöskään esittele utooppisia kehityssuuntia, joissa nuoret alkaisivat toimia vastoin trendejä, esimerkiksi kuluttamaan alkoholia ja kuuntelemaan rockia heti täysi-ikäistyttyään, tai, että nuoret ottaisivat nykyiset joukkorahoitustyökalut haltuunsa ja tuottaisivat uuden oman kulttuurinsa kuin taikaiskusta.



Popista tulee kulttuuria

Suomen valtio on tukenut niin klassista musiikkia, oopperaa kuin muitakin esittävän taiteen aloja jo vuosikymmeniä. Tuen merkitys on ollut keskeinen tuotannon kulttuurisen jatkuvuuden ja moninaisuuden toteutumisessa. Ilman taloudellista tukea moni kansallisesti merkittävä kulttuurin muoto ei välttämättä olisi ollut enää läsnä 1900- ja 2000-lukujen yhteiskunnassa, jossa populaarimusiikki on kukoistanut.

Populaarimusiikin uniikki liitto teollisen tuotannon, äänilevyn ja jakelun kanssa on tehnyt siitä taloudellisesti itsenäisen kulttuurin muodon. Populaarimusiikin toimijoita onkin määrittänyt ”vapaan kentän toimijat” -nimike. Termi tarkoittaa käytännössä niitä toimijoita, jotka eivät saa valtionosuuksia tuekseen ja toimivat siten pääosin markkinavetoisesti.

Digitalisoituneessa tietoyhteiskunnassa työn tuottama palkka suhteessa työllä tuotettuun arvoon kuitenkin laskee¹⁷. Työn tuottaman tulon lasku on myös populaarimusiikkialalla vaikuttava ilmiö, joka heikentää alan tuottaman sisällön moninaisuutta heikentämällä toimijoiden toimeentuloa¹⁸. Arvoketjun päässä oleva lopputuote, ja toisaalta sen kysynnän mahdollistava palkkatyö, eivät tuota enää riittävästi arvoa jaettavaksi kaikille

¹⁷ Economic Policy institute, 2019

¹⁸ Setälä, 2014

populaarimusiikin ekosysteemin toimijoille. Uusia digitaalisia toimintamalleja tälle ekosysteemille kehitetään jatkuvasti esimerkiksi erilaisten lisensointi- ja kuluttajarajapintojen muodossa, mutta on täysin mahdollista, että näiden digitaalisten mallien mukanaan tuoma kulttuuri eroaa radikaalisti menneestä.

Vapaan kentän populaarimusiikkiekosysteemin tuottaman musiikin merkitys saattaa muuttua. Tilastokeskuksen mukaan suomalaisten musiikin kuuntelun määrä laskee. Musiikkialan omien raporttien mukaan taas taloudellisesti alana musiikki kasvaa, ja musiikkia kuunnellaan entistä enemmän. Ristikkäisiä tuloksia selitetään sillä, että musiikin rooli muuttuu mukavuutta lisääväksi taustatekijäksi, mutta keskittynyt kuuntelu vähenee¹⁹. Ilman spesifiyttä - ja toisaalta moninaisuutta - voi musiikin merkitys itseilmaisuuden kanavana todella laskea ja muuttua yleismaailmallisemmaksi elämään kuuluvaksi asiaksi.

Onkin mahdollista, että nuorten kiinnostusta omaehtoiseen populaarimusiikkiin ja sen ympärillä tapahtuvaan verkostoitumiseen tuetaan tulevaisuudessa kolmansien osapuolten toimesta. Koska klassista musiikkia tuetaan valtiollisesti, ja jazzia muun muassa kiertuetuin, voidaan moninaisen populaarimusiikin katsoa olevan erillään kaupallisesti menestyvästä tähtikaartista. Julkinen sektori voi ryhtyä toimeen kulttuurin moninaisuuden tuottamisessa, ja

¹⁹ Puukka & Kaskinen, 2019

nuorten kulttuurin on mahdollista saada julkista tukea omaehtoisten verkostojen mahdollistamisen kautta. Tähän mahdollistamiseen populaarimusiikki ja sen fyysinen elävä muoto ovat yksi mahdollisuus.

Myös paikalliset liiketoimijat saattavat ryhtyä yhteistyöhön elävän musiikin tapahtumapaikkojen kanssa tuottaakseen elinvoimaista paikallista kulttuuriympäristöä nuorille. Eritoten keskisuurissa kaupungeissa on hyvät puitteet kasvattaa nuorten omistajuutta suhteessa musiikkikulttuuriin, sillä juuri niissä nuoret käyvät useimmin keikoilla. Keskikokoisten kaupunkien vetovoima voikin pohjautua juuri kulttuuriin ja kulttuuriomistajuuteen. Britanniassa ei-valtiolliset ja kolmannen sektorin toimijat keskittävät Music Venue Trust toimii taatakseen ruohonjuuritason tapahtumapaikkojen säilyvyyden. Tulevaisuuden toimintamalleissa vastaavat, mutta kaupunkikohtaiset koordinoidut yhteistyökuviot kasvavat, kun yhteistoiminnan arvon mittareista saadaan konkreettisia.

Oleellista on orientoida nuoret omaehtoiseen osallistumiseen ja osallisuuteen populaarimusiikin saralla ennen kuin heillä on siihen rahallisia puitteita. Verkostojen ja artistien yhteistoiminnan muotojen tuottaminen on tärkeää siksi, että nuorten osallisuus saavutettavista resursseista (kuten tapahtumapaikoista) nousee, ja näihin resursseihin sitoutuneet historian ja kulttuurin tulkinnat saavat arvoa.

Tietotaidosta tuotantopalveluksi

“Autotallitekijöiden” ja “baarikeikkailijoiden” puurtamisen aika on ohi, sillä artistiurat luodaan sosiaalisessa mediassa esimerkiksi YouTube -videoilla, Instagramissa ja videoblogeissa monenlaisia medioita luovasti yhdistellen. Moni artisti ponnistaa nopeammin suuremmille areenoille räjähtävän suosion myötä. Pieni ja keskikokoinen artistius ei ole suosiossa, eikä ole juurikaan esillä streamauspalveluiden virroissa.

Uusi pieni ja keskikokoinen artistiuden muoto on johtanut tubettamiseen ja peliyhteisöjen ympärille organisoitumiseen. Samalla uusien pienten ja keskisuurten artistien synty vanhemman ikäpolven parissa vähenee kuuntelun keskittyessä jo tunnettuihin ja yhteisön omaaviin artistinimiin. Monet suuria ikäluokkia kiinnostavat aktiivisesti toimivat artistit ovat myös suurnimiä. Nuorison tuottamat artistit keikkailevat harvakseltaan venueilla, sillä niiden kokoluokka vaatii suurkonsertin. Venuet ja klubikeikat jäävät yli kolmekymppisen ikäpolven hiljeneviksi kohtaamispaikoiksi, jotka gentrifikaation myötä nostavat hintatasonsa korkeaksi tai väistyvät tuottavamman liiketoiminnan edeltä²⁰. “Vain suuret tapahtumat tulevat selviämään koventuneessa kilpailutilanteessa”²¹.

²⁰ Koivisto, 2019

²¹ Music Finland, 2019

Kuva: Louis Held - Stagehand at breakfast, around 1905 - public domain

Juurista latvoille hankkeen tiimoilla toteutetussa kyselytutkimuksessa selvisi, että nuoret ovat valmiita maksamaan korkean hinnan keikkalipusta ja kokemaan kärkiartistit muutaman kerran vuodessa. Tapahtumiin mennään kokemaan kovimmat aktit ja show, jota ei voi kokea missään muualla. Klubikeikat eivät pysty kilpailemaan nuorista, sillä niiden asiakaskapasiteetilla ei ole mahdollista tuottaa lipputuloa, jolla suurartistin palkkion saisi katettua. Venueiden toimintalogiikkaa on vaikea perustaa malliin, jossa toteutetaan muutama huippukeikka vuodessa. Keikkapaikan kiinteistön ja henkilöstön kulut ovat kiinteät. Tästä seuraa vääjäämättä kärkiartistien karsiutuminen ohjelmistosta.

Tulevaisuudessa nuorille keikkoja järjestävät vain ammattimaiset tapahtumatuotanto-organisaatiot ja niiden tuotannon taso on huippuluokkaa. Nykyiset elävän musiikin tapahtumapaikat, ja niiden tietotaito, muuntuvat alihankintana palvelutuotannoksi suur tapahtumille. Venueihin sitoutuneet tietotaito ja tekijäverkot toimivat dynaamisesti kysynnän kanssa. Tapahtumapaikkakonsepti muuttuu kertaluonteiseksi sarjaksi pop up -eventtejä, jotka tarpeen vaatiessa kokoavat yhteen ryhmän freelancereita. Työ kerää suuren, mutta hetkittäisen tekijäverkoston taakseen. Venue itsessään muuttuu brändiksi tai tietynlaiseksi palveluksi. Tietotaito kiteytyy paikasta riippumattomaksi tuotannoksi ja

toimintamalliksi. Tuotannon ja toimintamallien skaala saattaa kattaa esimerkiksi pop up -tapahtuman ostoskeskuksessa tai palvelun massatapahtumassa, joka kokoaa mukaan useita toimijoita.

Dynaamisen live-toiminnan arvoa tuottavien interaktioiden määrittäminen ja tuotannon hajauttaminen mahdollistuu digitaalisen alustatoiminnan kautta, joka kykenee organisoimaan tuotantoresursseja tehokkaasti.



Verkostojen yhteistyö

Hitaasti, mutta vakaasti kehittyvänä trendinä joukkorahoitus tai joukkoistaminen kasvaa. Kyseisessä toimintamallissa jonkin asian, kuten esineen tai immateriaalisen tuotteen, tuotanto mahdollistetaan verkostojen yhteistyön kautta. Näissä p2p- toimintamalleissa saatetaan keskittää rahaa, tuotantovälineitä tai suoranaista osaamista tietyn suuremman projektin taakse.

Digitaalisen ajan talkoomallista povattiin kaiken muuttavaa yhteistoimintamallia Kickstarterin, indieGOGOn ja esimerkiksi suomalaisen Mesenaatti-palvelun myötä. Näin ei kuitenkaan käynyt. Näiden alustojen, ja niiden tarjoamien toimintamallien kehitys kasvaa silti tasaisesti, joskaan ei räjähdysmäisesti²². Kaikki ei siis muuttunut kerralla hajautuneeksi, eivätkä yhteistoimintamallit syrjäyttäneet olemassa olevia, keskittyneitä tuotanto-organisaatioita. Uudet mallit vakiinnuttavat asemaansa pikkuhiljaa ja jatkuvasti. Vastaava kehitys jatkuu myös tulevaisuudessa. Tämä on alalle hyväksi, sillä näin toimijoilla on aikaa kehittää yhä uusia toimintamalleja.

Musiikkiproduktioita, kuten tallenteita ja keikkoja, on toteutettu maltillisin määrin joukkorahoituksen voimin. IndieGOGOn, Kickstarterin ja Patreonin kautta on ollut jo vuosia mahdollista rahoittaa indie-artistien tulevaisuuden tuotantoa. Toisaalta myös bändit,

²² Gomez, 2019

kuten Marillion, ovat jo 1990-luvun puolessa välissä onnistuneet kokoamaan omat verkostonsa tuotantonsa taakse. Avainasemassa joukkorahoituksen mahdollistamiseksi ovat olleet olemassa olevat verkostot, ja niiden kokoaminen rahoitusta varten. Ei siis niinkään se, että rahoituksen kautta houkutelaa uusia verkostoja mukaan. Tämä saattaa kuitenkin muuttua tulevaisuudessa. Yhteistuotannon vastikkeeksi ei enää anneta ainoastaan kulutustuotteita vaan myös osuutta taloudellisesta arvosta, jota tuotanto mahdollisesti synnyttää (tai on synnyttämättä). Taloudellinen riski tai voitto jaetaan verkoston, ei omistajien, kesken.

Uutta vastikeformaattia voi käsittää esimerkiksi immateriaalisena käyttöoikeutena, jolla on potentiaalisesti osakkeenomainen spekulatiivinen, ja rahanomainen, erittäin likvidi ominaisuus. Tämän tyyppiset digitaaliset osuudet tulevat, ja ovat jo osin tulleet, mahdollisiksi kryptografisen teknologian kautta. Niitä on sovellettu esimerkiksi teknologiaorganisaatioissa osakkeiden sijaan. Tästä esimerkkinä on muiden muassa Ethereum-nimisen teknologian käytön mahdollistamiseksi suunniteltu rahanomainen käyttöoikeus, jonka ennakkomyynnillä rahoitettiin kyseisen teknologian konkreettinen toteuttaminen²³. Osakkeiden sijaan rahoituksen vastikkeeksi myytiin kryptografisia käyttöoikeuksia, joille aukesi

²³ Popper, 2016

Kuva: Public Domain

teknologian valmistuttua jälkimarkkinoita. Rahoittajien oli mahdollista joko käyttää hankkimansa oikeudet teknologian käyttämiseen tai myydä ne muille käyttäjille.

Käyttöoikeuden ja ekonomisen suhteen yhdistävällä työkalulla oli mahdollista koota niin käyttäjät kuin investoijatkin samalle viivalle rahoittamaan tuotantoa. Tulevaisuudessa vastaavanlaisilla sovelluksilla on mahdollista yhdistää sisältöpohjainen, musiikkia arvottava intressi ja spekulatiiviseen ekonomiseen arvoon pohjautuva intressi. Aikana, jolloin huomio on rajoitettu resurssi ja pääomaa on paljon, saattaa tämä erilaiset kiinnostukset yhdistävä malli tuottaa muutoksia monilla tuotannon aloilla. Joukkorahoituspalveluiden ja -mallien kirjo muuttuneekin radikaalisti tulevaisuudessa. Digitaalisen talouden ja sen p2p-verkostojen ekonomisen yhteistyön muodot tulevat varmasti sisältämään edellä mainittuja taloudellisesti hajautettuja malleja.

Yksinkertaisimmillaan ensimmäiset lähitulevaisuuden sovellukset saattavat tarkoittaa keikkalippujen ennakkomyyntiä siten, että toteuttaakseen keikan fanien sekä



sijoitusmielisten toimijoiden on mahdollista ottaa taloudellinen riski ja ostaa esimerkiksi useampi "lippuosuus". Lippuosuuksien arvo realisoituu keikan tuottaman kiinnostuksen kautta.

Hajautetussa mallissa nuorisoverkostoilla on merkittävä rooli tapahtumatuotannossa sekä sisällöllisesti että taloudellisesti. Rahan merkitys kuitenkin laskee, ja osallisuuden, kykyjen ja yhteistyön merkitys nousee. Nuorten ollessa osallisia ja omistajia itselleen tuottamissa tapahtumissa musiikillisen sisällön ohella, turvallisesta ja tutusta yhteisöstä tulee itsereflektion ja identiteetin kasvun väylä (vrt. esim. Lepakon toiminta). Artistin ja verkoston raja hälvenee. Nuorten tuotantotoimintamallit kumpuavat nuorten verkostoista heijastaen niiden tapoja ja haluja, mutta myös käytettävissä olevia resursseja. Resurssit, joilla nuorten tapahtumat voivat toimia, ovat hyvin erilaiset kuin aikuisilla. Resurssit saattavat liittyä vaikkapa omaan harrastuneisuuteen tai yhteyksiin, joita alustojen on pystyttävä tunnistamaan.

Nykyinen elävää musiikkia koordinoiva välikäsi saattaakin muuttua nuorisoverkostojen emergenttejä tuotantoja palvelevaksi toimijaksi, joka toimii yksittäisten keikkojen toteuttajana on demand -pohjalta. Olemassa oleva organisoitunut osaaminen ja tapahtumapaikkaverkosto voivat tarjota uudelle hajautetulle toimijalle kysyntäpohjaisia, räätälöityjä palveluita. Nuorisoverkostat organisoivat osin itsenäisesti omat keikkansa,

välillä "kengännauhahudjetilla", välillä isommalla, rahoittajien tai laajojen verkostojen panostuksella.

Kun live-musiikkitapahtumien järjestämiseen sitoutunut tietotaito tulee nuorten käytettäväksi digitaalisten alustojen kautta, keskeiseksi kysymykseksi muodostuu, millaisia palveluita nuoret tarvitsevat, ja miten he niitä käyttävät.

Kuva: Kansan Arkisto, Lepakon valtaus



Yksittäiset supertoimijat

Suomessa on vuosien saatossa ollut moninaisia omaehtoisia elävän populaarimusiikin ympärillä toimineita ryhmiä. Osa on kehittynyt ammattimaisiksi toimijoiksi ja jatkanut onnistuneesti toimintaansa osin kaupallisin ehdoin. Monet näistä organisaatioista ovat saaneet alkunsa elävän musiikin yhdistysten perustamisen huippuvuosiin aikaan 1970-luvun loppupuoliskolla.

Toimijoita yhdistää voittoa tavoittelematon yhdistystoiminta ja DIY-asetus, jossa yhteisö ja musiikki ovat toiminnassa etusijalla. Merkittävimpiä toiminnan edellytyksiä ovat olleet sitoutunut vapaaehtoisverkosto sekä oma festivaali- tai treenikämpätoiminta. Näitä

toimijoita edustavat muun muassa Seinäjoella Seinäjoen elävän musiikin yhdistys Selmu ry:n toimintaan pohjaava Rytmikorjaamo, Jyväskylän elävän musiikin yhdistys Jelmury:n Tanssisali Lutakko, Joensuun popmuusikot ry:n juurista itänyt Kerubi sekä vastikään edesmennyt ELMU ry:n Nosturi Helsingissä.

Näitä toimijoita voi hyvällä syyllä katsoa moninaisen populaarikulttuurin mahdollistajiksi, koska niiden toiminnan tuottama kulttuuri perustuu niiden omaan, tietynlaiseen verkostoon. Verkostolle merkittävän musiikin arvoa ei mitata rahallisessa arvossa vaan siinä, miten se ilmaisee toimijoiden affekteja. Supertoimijat ovat jo nyt paikkakunnillaan merkittäviä elävän musiikin ja saavutettavien kulttuuripalvelujen kehtoja. Niiden toiminta on tunnettua niin kotipaikkakunnalla kuin

muuallakin Suomessa, ja ne aktivoivat ihmisiä mukaan kulttuuritoimintaan kasvavassa määrin. Keskeistä näiden toimijoiden työssä on ollut, ja on, yleisötyö, joka sulauttaa kävijät osaksi toimijaa ja sen tuottamaa kulttuuria.

Omistajuutta ja osallisuutta ruokkivat toimintamallit ovat myös tulevaisuudessa näiden toimijoiden valtteja, sillä juuri nuorille keikoilla merkittävää on turvallisuudentuntu, hyvät

puitteet sekä fiilis. Lähitulevaisuudessa nämä paikalliset toimijat ottavat kasvavaa yhteiskuntavastuuta nuorten

kulttuuritarjonnasta, ja toiminnalle syntyy myös oma julkinen elin, jonka kanssa tätä kulttuurityötä koordinoidaan yhteistyössä. Tämä tarkoittaa yhteistyötä muun muassa koulujen kanssa, joista käsin nuoret laajentavat elinpiiriään.

Suurin osa elävän musiikin tapahtumapaikoista Suomessa järjestää elävän musiikin rinnalla muutakin kulttuuritoimintaa; teatteria, tanssia, näyttelyitä, elokuvia, ja suurimpana ravintolatoimintaa²⁴. Näiden toimijoiden liikkeelle saattama nuorten kulttuuritoiminta tulee pohjaamaan vahvasti tapahtumapaikkoihin sitoutuneeseen toimintakulttuuriin ja niiden moninaiseen tarjontaan.



²⁴ LiveDMA, 2019

Kuva: Harri Ahola, Elmun Kansanjuhla Kaivopuistossa, 1978. Wikipedia.

Lähteet

Connell, J. & Gibson, C. (2003). *Sound tracks: Popular music, identity and place*. Abingdon: Routledge.

ConsenSys (2018). Ujo and Capitol Records bring blockchain innovation to music. *ConsenSys*, September 13. Saatavilla: <https://media.consensys.net/consensys-ujo-and-capitol-records-bring-blockchain-innovation-to-music-319f2c649790>.

Economic Policy institute (2019). *The productivity-pay gap*. Saatavilla <https://www.epi.org/productivity-pay-gap/>.

Gomez, B. (2019). Patreon CEO says the company's generous business model is not sustainable as it sees rapid growth. *CBNC*, January 23. Saatavilla: <https://www.cnn.com/2019/01/23/crowd-funding-platform-patreon-announces-it-will-pay-out-half-a-billion-dollars-to-content-creators-in-2019.html>.

Holt, F. (2010). The economy of live music in the digital age. *European Journal of Cultural Studies*, 13(2), 243–261.

Homi, H., Koskinen, P., Vadén, T. & Virtanen, A. (2018). Talous digitaalisen uudelleenmuotoilemisensa aikakaudella. Teoksessa R. Heiskala & A. Virtanen (toim.), *Talous ja yhteiskuntateoria III: Kohti uutta poliittista taloutta* (ss. 307–333). Helsinki: Gaudeamus.

IFPI (2018). *Global Music Report 2018*. Saatavilla: <https://www.ifpi.org/downloads/GMR2018.pdf>.

IFPI (2019). *IFPI Global Music Report 2019*. Saatavilla: <https://www.ifpi.org/news/IFPI-GLOBAL-MUSIC-REPORT-2019>.

Ingham, T. (2018). 'I realised that no-one in the music business knew what they were doing'. *MusicBusiness*

Worldwide, March 22. Saatavilla: <https://www.musicbusinessworldwide.com/carl-hitchborn-i-realised-that-no-one-in-the-music-business-really-knew-what-they-were-doing/>.

Kela, A. (2014). Mitä hittibiisillä tienaa? *Teosto*, 4.7.2014. Saatavilla: <https://www.teosto.fi/teostory/mit%C3%A4-hittibiisill%C3%A4-tienaa>.

Koivisto, J. (2019). Helsingin keskustan keikkapaikat hupenevat – Nosturilla ei ole vielääkään korvaavaa tilaa. *Yle*, 11.10.2019. Saatavilla: <https://yle.fi/uutiset/3-11015997>.

LiveDMA (2019). *The survey: Live music venues & clubs in Europe - Facts & figures*. Saatavilla: <http://www.livefin.fi/wp-content/uploads/2020/01/Live-DMA-Survey-Report-Live-Music-Venues-data-2017-publication-January-2020-1.pdf>.

Music Finland (2019). *Musiikkialan barometri 2019*. Saatavilla: <https://musicfinland.fi/fi/tutkimukset/musiikkialan-barometri-2019>.

Peckham, E. (2019). The business of Patreon: Building a new economy for creators requires a focused business strategy. *TechCrunch*, February 12. Saatavilla: <https://techcrunch.com/2019/02/12/patreon-business/>.

Popper, N. (2016). Ethereum, a virtual currency, enables transactions that rival Bitcoin's. *The New York Times*, March 27. Saatavilla: <https://www.nytimes.com/2016/03/28/business/dealbook/ethereum-a-virtual-currency-enables-transactions-that-rival-bitcoins.html>.

Puukka, P. & Kaskinen, M. (2019). Yllättävä tilasto: Musiikin kuuntelu on selvässä laskussa, vaikka sitä on helpommin saatavilla kuin koskaan aiemmin. *Yle*, 22.5.2019. Saatavilla: <https://yle.fi/uutiset/3-10795255>.

Setälä, J. (2014). Tutkimus: Yhden prosenttien artistijoukko tienaa 77 prosenttia kaikista musiikin myyntituloista. *Rumba*, 9.3.2014. Saatavilla: <https://www.rumba.fi/uutiset/tutkimus-yhden-prosentin-artistijoukko-tienaa-77-prosenttia-kaikista-musiikin-myyntituloista/>.

SVT (2018). Suomen virallinen tilasto (SVT): *Väestöennuste* [verkkójulkaisu]. Helsinki: Tilastokeskus. Saatavilla: http://www.stat.fi/til/vaenn/2018/vaenn_2018-11-16_tie_001_fi.html.

Tervonen, K. (2018). *Kuinka suomalaiset kuuntelevat musiikkia 2018: Miten uudet tähdet syntyvät?* Esitys Musiikki & Media -tapahtumassa 5.10.2018. Saatavilla: https://www.teosto.fi/sites/default/files/files/Teosto_IFPI_tutkimus_Kuinka_suomalaiset_kuuntelevat_musiikkia_2018.pdf.

Wang, A.X. (2019). Spotify turns a profit for the first time — and reveals its bigger ambitions. *RollingStone*, February 6. Saatavilla: <https://www.rollingstone.com/music/music-news/spotify-fourth-quarter-profit-790725/>.