

Digitaalisuuden sävelet.
Internet ja musiikin tekeminen
- tapaus Absoluuttinen nolllapiste.

Jukka Kokkonen (76428)

Pro gradu -tutkielma

9.6.2011

Yhteiskunta- ja kulttuuritieteiden yksikkö/musiikintutkimus

Tampereen Yliopisto

Tiivistelmä

Työn nimi:	Digitaalisuuden sävelet. Internet ja musiikin tekeminen – tapaus Absoluuttinen nollapiste	
Tekijä:	Jukka Kokkonen	
Päivämäärä:	09.06.2011	Sivuja: 90

Tämän tutkielman tarkoituksena on erityistapauksen (case study) kautta selvittää, miten Internet mahdollisuuksineen ja haittoineen realisoituu musiikin tekijöiden näkökulmasta. Tämä tutkielma keskittyy yhden yhtyeen (Absoluuttinen nollapiste) ja yhden sen jäsenen (rumpali Tomi Krutsin) kokemuksiin ja näkemyksiin siitä miten Internetin ja digitaalisuuden olemassaolo näkyy ja mitä se tarkoittaa musiikin parissa työskenteleville. Tutkielman analyysipohjana toimii ankkuroituun teoriaan (grounded theory) pohjautuva ”toimijoiden kenttä”.

Internet ja digitaalisuus ovat vaikuttaneet musiikin tekemiseen monin tavoin. Esimerkiksi musiikin nauhoittaminen ja miksaaminen, levittäminen, markkinointi ja yleinen suhtautuminen muusikkouteen ovat saaneet Internetistä uuden kanavan asioiden hoitamiseksi ja käsittelemiseen. Tutkielma valottaa muusikon näkökulmia musiikin tekemisen ja Internetin suhteisiin viideltä kantilta: suhtautuminen Internetiin ja digitaalisuuteen yleisesti, Internetin vaikutukset ja mahdollisuudet tulojen hankkimiseksi, muutokset soivassa materiaalissa, muutokset sopimuksissa ja jakelussa, faniuteen ja Internetin mahdollistamiin yleisempiin uudistuksiin liittyvät kysymykset.

Yhtyeen kannalta Internetin tuomat muutokset ja mahdollisuudet näkyvät ennen kaikkea asioiden helpottumisena ja tekemisen yleisenä halventumisena. Yksi tärkeimmistä Internetin vaikutuksista musiikin tekijöille on helpottunut, nopeutunut ja kasvanut mahdollisuus yhä parempaan ja monipuolisempaan tiedonvälitykseen. Myös markkinapaikkana ja levityskanavana Internetin edut piilevät suuressa mahdollisuuksien määrässä, helppoudessa ja nopeudessa. Sopimuksien suhteen Internet tuntuu sekoittaneen sekä musiikin tekijöiden, että levy-yhtiön edustajien suunnitelmat. Uusille musiikkitulokkaille Internetissä näkyy kaksi puolta: enemmän parempia ja nopeampia mahdollisuuksia, mutta toisaalta paikoin liikaakin valinnan vaihtoehtoja. Internet kauppapaikkana jää ilman täsmällistä vastausta, eli varsin tapausriippuvaiseksi. Monet uuden teknologian muutoksista helpottavat musiikillista tekemistä joko suoraan tai epäsuorasti lyhentämällä muiden toimien vaatimaa aikaa.

Vaikka digitaalisuus ja Internet ovat mahdollistaneet myös sellaisten musiikillisten elementtien luomisen, joita ei voida luoda ilman tietokonetta, eivät ne juurikaan ole vaikuttaneet itse musiikin tekemisen perustuksiin. Internet ei siis poista kaiken taiteen ja tekemisen vaatimia laadullisia raameja ja perusasioiden hallitsemista.

Avainsanat: Internet, digitaalisuus, musiikki, musiikin tekeminen
--

Sisällysluettelo:

1 Aluksi	5
1.1 Tutkimuksen taustaa	5
1.2 Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimuskysymykset	5
1.3 Tutkimuksen rakenne	7
2 Tutkimuksen teoreettinen viitekehys	8
2.1 Ankkuroitu teoria	8
2.2 Toimijoiden kenttä	9
3 Aineisto	12
3.1 Internet aineistona	12
3.2 Tiedostojen siirto, yhteydenpito ja verkkosivuanalyysi	13
3.3 Absoluuttinen nollapiste	14
3.3.1 Historiikki	15
3.3.2 Diskografia ja nykytilanne	16
4 Musiikki, digitaalisuus ja Internet	17
4.1 Digitaalinen ja digitalisoitu musiikki	18
4.2 Internet	20
4.3 Internet ja musiikki	21
4.3.1 Internet ja musiikkiteollisuus	22
4.3.2 Internetin musiikkiin liittyvät sivustot	23
5 Aineiston analyysi	25
5.1 Yhtye	25
5.1.1 Muusikot ja Internetin käytön aloittaminen	26
5.1.2 Internetin käytön monipuolisuus	28
5.1.3 Aika ennen Internetiä	32
5.1.4 Muusikoiden uudet toimintatavat	35
5.1.5 Yhteenvetoa	39
5.2 Musiikkiteollisuus	39
5.2.1 Verkkokaupankäynti	40
5.2.2 Musiikin verkkokauppa	42
5.2.3 Muutos mainostuksessa	44
5.2.4 Laatu ennen kaikkea	47
5.2.5 Yhteenvetoa	50
5.3 Musiikki	51
5.3.1 Musiikkimaailma Internetin jälkeen	51

5.3.2	Eläköön artistit – artistit ovat kuolleet	54
5.3.3	Musiikin uusi tuleminen	57
5.3.4	Yhteenvetoa	60
5.4	Internetin vaikutukset musiikin tekemiseen liittyviin sopimuksiin	60
5.4.1	Muutokset sopimuksissa	60
5.4.2	Internetin mahdollistamat uudet tavat	62
5.4.3	Yhteenvetoa	63
5.5	Jakelu	64
5.5.1	Muutos jakelussa	64
5.5.2	Piratismi	66
5.5.3	Artisti maksaa, mutta saa vähiten	70
5.5.4	Yhteenvetoa	73
5.6	Fanit ja Internet	73
5.6.1	Fanit, apu, ja ehdotukset	73
5.6.2	Mitä konkreettista jää käyttöön	77
5.6.3	Yhteenvetoa	79
6	Lopuksi	79
Lähteet		82
Kirjallisuus		82
Internet-lähteet		85
Haastattelu		88
Liite		89
Kysymysrunko		89

1 Aluksi

1.1 Tutkimuksen taustaa

Myönnän suhtautumiseni teknologisiin uudistuksiin olevan lähtökohdiltaan varsin myönteinen, vaikka teknologiadeterministi en olekaan. Digitaalisen teknologian laajentuminen varsinkin musiikin alueelle on tuonut minulle paitsi leipää pöytään, myös uusia ja mielenkiintoisia harrastusmahdollisuuksia. Internet on tullut minulle tutuksi jo viidentoista vuoden ajalta ja kietoutunut osaksi arkipäivieni rutiineja monin eri tavoin. Vaikka hassujen verkkolinkkien katselu ja kuvankäsittelytaitojen hiominen kuuluvatkin jokaviikkoisiin toimiini, ovat digitaalisen teknologian mahdollistamat musiikkiin ja ääniin liittyvät toimet näkyvimpiä ja myös tärkeimpiä osia viikkorutiineistani. Internet tarjoaa musiikin ja äänien parissa työskentelevälle ja harrastavalle valtavan määrän erilaisia vaihtoehtoja olipa kyseessä sitten tiedonhaku, yleinen puuhastelu, miksausten ja muokkausten tekeminen tai tulojen hankkiminenkin. Muusikkona olen myös huolestunut kenties puhutuimmasta tietoverkkoihin liittyvästä asiasta: piratismista. Se ei ole toistaiseksi juuri koskettanut tekemisiäni, koska tuloni varsinaisesta äänilevybisneksestä ovat olleet hyvin vaatimattomat. Piratismi on kuitenkin yksi asioista, joka nousee usein esille keskusteluissa muiden muusikkojen ja musiikin harrastajienkin kanssa. Digitaaliteknologia, Internet ja niihin liittyvät tai niistä johtuvat asiat ovat yhä kasvavissa määrin puheenaiheena yksittäisten muusikkojen tai musiikkiteollisuuden toimijoiden virallisissa tiedotteissa ja epävirallisemmissa julkaisuissakin. Tämän tutkielman liikkeelle panneena voimana toimivat juuri nuo lisääntyneet keskustelut aiheista ja erityisesti halu etsiä ja löytää lisää tietoa moniin itseänikin askarruttaviin kysymyksiin. Internet on tullut jäädäkseen, mutta mitkä sen vaikutukset musiikkiin ja musiikin tekijyyteen ovat?

1.2 Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimuskysymykset

Tämän tutkielman tarkoituksena on erityistapauksen (case study) kautta selvittää, miten Internet mahdollisuuksineen ja haittoineen realisoituu musiikin tekijöiden näkökulmasta. Tutkielmassa keskityn Absoluuttinen nollapiste -yhtyeen ja erityisesti yhden sen jäsenen kokemuksiin ja näkemyksiin siitä miten Internetin ja digitaalisuuden olemassaolo näkyy ja mitä se tarkoittaa musiikin parissa työskenteleville. Pyrin löytämään vastauksia siihen, miten Internet on vaikuttanut musiikin tekemiseen. Tarkoituksenani on muutamien aihepiirien kautta löytää tietynlaisia yleislinjauksia muusikkouden ja Internetin suhteesta.

Tutkielmani pääkysymyksenä siis toimii kysymys siitä, miten ja mitä digitaalinen tietoverkko tarkoittaa musiikin tekijälle. Vastaamisen helpottamiseksi olen jakanut pääkysymyksen kuuteen osa-alueeseen jo haastattelua suunnitellessa (käyttämäni kysymysrunko liitteenä). Internetin käytön aloittamiseen liittyvät yleiset seikat muodostavat ensimmäisen osan (1). Yleisen suhtautumisen luulen paljastavan yhtyeen mielenkiintoa lähteä tekemään esimerkiksi pelkästään verkkoon tulevaa materiaalia, kuin myös Internetin käyttömahdollisuuksien kartoittamista niin yksilöinä kuin bändin jäsenenäkin. Tällöin kyseessä on jokseenkin teoreettinen yleiskatsaus asenteisiin ja jossain määrin jopa digitaalisuuteen liittyviin arvoihin. Asenteet ja arvot taas vaikuttavat hyvin paljon siihen, miten ja miksi Internetiä ylipäänsä käytetään. Internetin vaikutukset ja mahdollisuudet tulojen hankkimiseen liittyen muodostavat toisen alueen (2). Tähän liittyy muun muassa kysymys siitä minkä verran ja millä tavalla tietoverkko on vaikuttanut levy- tai esiintymismyyntiin, jos ollenkaan. Entä millaisia tulevaisuuden suunnitelmia Internetin mahdollisuuksiin liittyy musiikin tekijöiden kannalta? Internetiin tulonlähteenä liittyy myös yksi tietoverkkojen puhutuimmista aiheista: piratismi. Miten piratismi näkyy (jos näkyy) musiikkia tekevän yhtyeen toimissa ja minkälaisia mielipiteitä se herättää muusikon näkökulmasta? Kolmas aihealue kohdistuu itse soivan materiaalin muutokseen (3). Onko Internet vaikuttanut jotenkin musiikin kuuntelemiseen tai mielikuviin musiikista. Tietoverkon mahdollistamat sopimusmuutokset ovat neljäs osa-alue, joskin ne limittyvät myös viidennen osan, jakelun, kanssa (4 ja 5). Kuudes ja viimeinen osa-alueista käsittää fanitoiminnan, sekä myös tulevaisuuden näkymiä (6). Käytännössä kysymys on siis siitä, mitä Internet pitää sisällään fanitoiminnan ylläpitämisen kannalta. Yleisön kiinnostus taas liittyy siihen millaisia tulevaisuuden suunnitelmia yhtyeellä tietoverkon suhteen on. Kysymys Internetistä kommunikaatio- ja tiedostonsiirtokanavana kulkee läpi jokaisen aihealueen, sillä yhtyeen kaksi kotipaikkakuntaa ikään kuin pakottaa heidät käyttämään tietoteknisiäkin ratkaisuja jo harjoitusajoista sopimisen vuoksi. Kysymysten pohjalta on helpompaa analysoida Internetin merkitystä niin tälle tietylle yhtyeelle kuin yleisemminkin, sillä mielestäni kysymysten kattama alue auttaa ymmärtämään verkon moninaisuutta kokonaisvaltaisemmin kuin ainoastaan yhden musisoivan yhtyeen näkökulmasta. Vaikka Internet tarjoaa lukemattomia eri mahdollisuuksia, vain muutamat valikoituvat käyttöön, ja ovat toteuttamiskelpoisia, tai muutoin varteenotettavia vaihtoehtoja.

Tutkielmani olen toteuttanut kvalitatiivisesti aineiston keruusta analyysiin saakka. Aineistona toimii tekemäni laadullinen ja temaattinen syvähaastattelu yhtyeen rumpalista. Tein analyysin vertailemalla informanttini esiin nostamia ajatuksia ja lähdekirjallisuutta ankkuroidun teorian (grounded theory) keinoin. Sisältöanalyysin kautta tarkoitukseni on vertailla niin akateemisen tutkimuskirjallisuuden kuin haastateltavanikin näkemyksiä Internetistä, musiikin

tekijyydestä, ja musiikista yleensäkin.

Tutkielmani merkitys on sen perustutkimuksellisuudessa. Musiikintutkimuksen kannalta Internet on ollut tutkimuskohteena lähinnä musiikkipiratismiin kantaa ottaen (muun muassa Fisher 2004; Gayer & Shy 2006; Gopal, Bhattacharjee, & Sanders 2006). Myös yleisön ja digitaalisuuden suhteita on tutkittu (muun muassa Tepper & Hargittai 2009; Baym & Burnett 2009). Varsinaisia yhtyeen ja Internetin suhteeseen paneutuvia tutkimuksia ei ole tietääkseni lainkaan, vaikka lähestulkoon kaikessa populaarimusiikin ja musiikintutkimuksen kirjallisuudessa on nykyisin oikeastaan pakko ottaa kantaa myös Internetiin ja digitaalisuuteen liittyviin asioihin. Tietoverkot ja digitaalisuus ovat muuttaneet musiikkimaailmaa todella paljon, eivätkä ainoastaan verkkopiratismiin, musiikin kuunteluun tai kotistudiotoimintaan liittyen. On siis tarpeellista alkaa hahmottaa Internetin ja digitaalisuuden aiheuttamien muutosten kenttää myös kulttuurisen musiikintutkimuksen piirissä, mihin katson tämän tutkielman lukeutuvan.

1.3 Tutkimuksen rakenne

Tutkielmassani lähden liikkeelle sijoittamalla tutkielmani kulttuurisen musiikintutkimuksen tutkimusperinteeseen, eli hahmottelen hieman tarkemmin tutkielmani teoreettista viitekehystä. Sen jälkeen esittelen käyttämäni sisällönanalyysimenetelmän, jota kutsun toimijoiden kentäksi. Se toimii myös tutkielman analyysipohjana. Toimijoiden kentän yhteydessä selitän myös tarkemmin analyysimetodieni perusteita. Kolmannessa osassa kuvailen aineiston ja avaan myös tutkielmani kannalta keskeisiä määritteitä. Neljännessä luvussa käsittelen tutkielmani kannalta olennaisten musiikin, digitaalisuuden ja Internetin suhteita sekä niihin liittyviä asioita historiallisessa valossa. Aloitan pienellä digitaalisen ja digitalisoidun musiikin erottelevalla määrittelyllä. Tämän jälkeen käyn pikaisesti läpi Internetin ja tietokoneiden historiaa alkaen CD-levyn lanseeraamisesta 1980-luvun alussa. Sitten tarkastelen Internetin ja musiikin yhtymäkohtia ja etenen määrittelemään Internetin ja musiikkiteollisuuden välisiä suhteita. Kerron myös muutamasta aiheeni kannalta tärkeästä musiikkiin liittyvästä Internet-sivustosta. Tämän jälkeen esittelen tarkasteltavana olevan yhtyeen ja käyn tiivistetysti läpi sen historian tärkeimpiä tapahtumia, yhtyeen diskografian ja nykytilanteen. Viidennessä osassa teen aineistoanalyysin toisessa luvussa esittelemieni metodien avulla. Itse haastattelumateriaalin olen jakanut seitsemään eri kategoriaan toimijoiden kentän mukaisesti. Analyysin tuloksia pohdin lopun yhteenvedossa.

2 Tutkimuksen teoreettinen viitekehys

Tutkimukseni sijoittuu populaarimusiikin tutkimuksen piiriin. Toisaalta tutkielmani voidaan myös nähdä osana Internet-tutkimusta, sillä tietoverkko ilmenee tutkielmassani sekä konkreettisena, että teoreettisenakin käsitteenä. Konkreettisella tarkoitan tässä yhteydessä niitä toimia, joita yhtye on jo valinnut käyttöönsä Internetistä. Teoreettisena käsitteenä Internet ilmenee vielä toteutumattomissa ajatuksissa erilaisina mahdollisuuksina.

Teoreettisena lähtökohtana tutkielmalleni toimii ajatus siitä, että musiikin tekeminen muodostuu monen asian summasta ja siten ilmenee tämän tutkimuksen kohdalla varsinkin käytettävissä olevissa mahdollisuuksissa, kuten erilaisina sivustoina tai sovelluksina. Tällöin mielenkiinto, kuten myös tarkempi analyysi tulee mielestäni kohdistaa muutamiin, osittain limittäisiinkin asioihin, joita tutkimalla on mahdollista löytää asioita, jotka vaikuttavat joko suoraan tai välillisesti musiikin tekemiseen.

Digitaalisuuden ja Internetin vaikutukset musiikin tekemiseen ovat niin laajat, ettei täysin tyhjentävän vastauksen löytäminen ole mahdollista. Siksi myös tutkimuksen rajaus koskemaan vain yhtä tiettyä yhtyettä on tarpeellinen. Tämän tutkielman puitteissa tarkoitukseni perustutkimuksen lisäksi on löytää eräänlainen kehikko, joka tarjoaa yhdenlaiset raamit vaikeaselkoiselle alueelle ja täten myös tuoda aihealueen tutkimukselle uusia, toivottavasti hyödyllisiä ajatuksia.

2.1 Ankkuroitu teoria

Metodologisena viitekehysenäni toimii grounded theory (ankkuroitu teoria). Tavoitteenani on muodostaa lähdekirjallisuuden ja haastattelumateriaalin vertailun kautta teoriapohjaa, jonka avulla on mahdollista asettaa raamit Internetin vaikutuksien tarkastelulle yhtyeen ja musiikintekijöiden näkökulmasta. Esimerkiksi muusikkouden muutoksen tarkastelu voidaan asettaa tarkastelun kohteeksi joko suhteessa musiikkiteollisuuden näkemyksiin ja tapahtumiin, tai vaikkapa kommunikaatiomuutosten kautta.

Grounded theory -käsitteen lanseerasivat Glaser ja Strauss vuonna 1967. Se on menetelmällinen lähestymistapa, jonka avulla pyritään selvittämään ilmiön perustaa ja muodostamaan uutta teoriaa. Käsitteenä ankkuroitu teoria ei ole yhtenäinen suuntaus, vaan sitä on kehitelty lukuisten tutkijoiden toimesta ja menetelmä on saanut erilaisia painotuksia ja tulkintoja (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Laadullisin menetelmin kerätyn aineiston analysoiminen empiriaa painottaen ja teorian muodostaminen aineiston vertailun ja luokittelun

avulla ovat grounded theoryn avulla toteutettujen tutkimusten yhdistäviä tekijöitä (Dey 2004, 80).

Tavoitteenani on myös luoda eräänlainen työkalupakki Internetin ja musiikin välisten suhteiden tarkastelulle lähtien haastattelukysymyksistä ja päätyen limittäisten toimijoiden suhteiden vaikutuksiin ja niiden tarkasteluun. Asettamalla haastatteluaineiston ja lähdekirjallisuuden vuoropuheluun tavoitteenani on pyrkiä paitsi hahmottamaan yleisiä uuteen teknologiaan ja musiikkiin liittyviä toimia, myös tarkentaa ja konkretisoida noiden toimien merkityksiä yhden yhtyeen näkökulmasta.

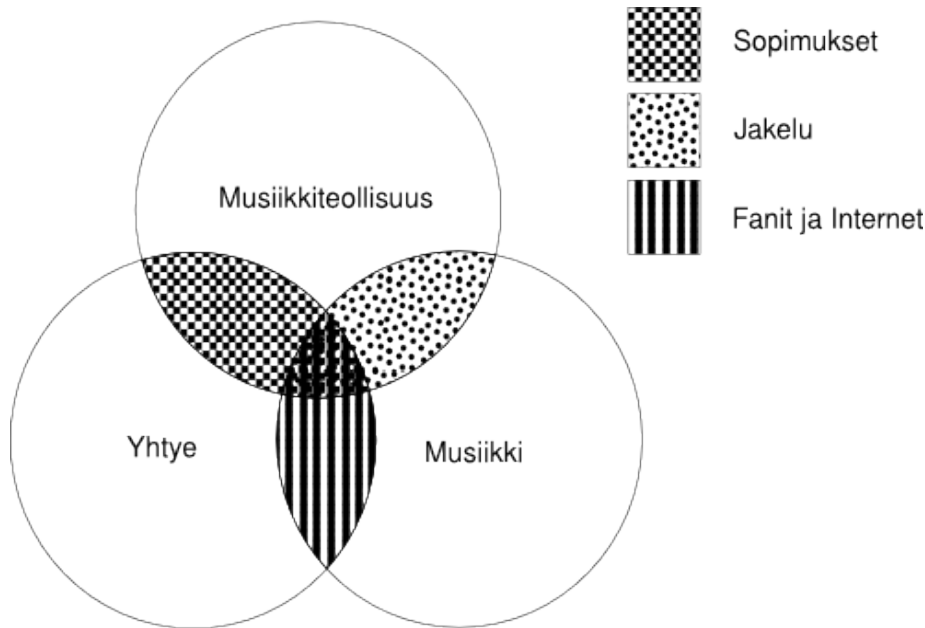
2.2 Toimijoiden kenttä

Tutkielmani keskeisimmät toimijat ovat kyseessä oleva yhtye, musiikkiteollisuus kaikkialle ulottuvine lonkeroineen, ja musiikki hyvin laajassa muodossaan. Kaikki kyseessä olevat toimijat vaikuttavat omalta osaltaan siihen, millaisena Internet muusikolle ja muusikkoudelle ilmenee. Seuraava kaavio toimii yksinkertaistettuna mallina siitä toimijoiden kentästä, jossa tutkielmani liikkuu edellä mainittujen toimijoiden suhteen. Tarkasteltaessa Internetin vaikutuksia musiikin tekemiseen tulee ottaa huomioon se, ettei musiikki synny itsestään. Niinpä analyysini pohjalla on ajatus pelkistetyn teoreettisesta ”toimijoiden kentästä”, jossa yhtyeen, musiikin ja musiikkiteollisuuden väliset suhteet vaikuttavat toisiinsa varsin monimuotoisilla tavoilla.

Kaavion tarkoituksena on helpottaa tiettyjen rajapintojen päällekkäisyyksien havaitsemista ja toimia eräänlaisena reittikarttana siitä, minne tietyt musiikkiin liittyvät toimet on mahdollista sijoittaa. Kaavio myös toimii varsin käytännöllisenä haastattelumateriaalin hajauttajana siten, että toimijoiden kentän avulla on mahdollista sijoittaa ensin suuremmat aihepiirit omiin lohkoihinsa ja sitten noiden selkeimpien toimijoiden väliset raja-alueet omiinsa. Niinpä kaaviota ei tulekaan tarkastella täysin totuutta kuvaavana, vaan ikään kuin käytännöllisenä opasteena. Raja-alueiden tärkeys juontaa juurensa tämän tutkielman haastattelumateriaalista, jossa juuri nuo päällekkäisyydet nousevat kyseeseen ja varsinkin syvähaastattelua tehtäessä lomittuvat myös päätoimijoihin.

Toimijoiden kenttä -kaavio on käytössäni varsinaisen analyysin apuvälineenä paitsi helpottamassa tiettyjen aihepiirien sijoittamista omiin sarakkeisiinsa, myös helpottamassa kokonaiskuvan hahmottamista. Osituksen tarkoituksena on siis selkeyttää varsin monimuotoista toimijuutta ja tarjota akateemiselle maailmalle yhdenlainen, varsin helppolukuinen kaaviomalli jatkokehittäväksi. Alla on toimijoiden kenttä graafisessa muodossa ja selvitys kaavion eri osista ja niiden rooleista.

(Kaavio: Toimijoiden kenttä)



Kyseessä on siis musiikkiteollisuuden, musiikin ja yhtyeen muodostama vaikutus- ja toimijuussuhteiden kenttä. Musiikkiosio on toimijoiden kentän yhteydessä varsin laaja ja abstrakti ja käsittää oikeastaan kaiken koskaan luodun musiikin. Se siis edustaa toimijoiden kentässä jo julkaistua musiikkia, jonka syntyyn yhtyeellä ja musiikkiteollisuudella on toki ollut oma vaikutuksensa. Yhtyeosio taas koskee varsin konkreettisesti vain yhtä, tiettyä orkesteria. Tässä yhteydessä se käsittää myös yhtyeen jäsenten itsenäiset toimet, jotka eivät välttämättä liity soittamiseen tai musiikin luomiseen, sosiaaliset suhteet ja suosittelijat, eli luotettavat tahot. Tässä tutkielmassa yhtyeosio sisältää myös haastateltavani arvot, yleisen suhtautumisen tietoverkon käyttöön ja muusikoiden käytännöissä tapahtuneet muutokset. Eräällä tapaa yhtyeosiota voidaan pitää ihmislähtöisenä siinä missä esimerkiksi musiikkiteollisuusosio toimii varsin kasvottomana kapitalistis-markkinavoittoisena osa-alueena ja musiikkiosio taas edellisiä abstraktimmalla tasolla. Musiikkiteollisuus omana osanaan käsittää musiikkiin liittyvät kaupalliset ja ei-kaupalliset toimet ja toimijatkin eli on monimuotoisena alueena laaja ja hyvin epätarkka. Toisaalta tässä yhteydessä epätarkkuus ei mielestäni ole huono asia, sillä juuri tuo epätarkkuus mahdollistaa monimuotoisempia yhdistelmiä, eikä siten toimi jo ennakkoon liiaksi sisältöä rajoittavana tekijänä. Voitaisiinkin puhua eräänlaisesta pehmeästä tarkennuksesta ("soft focus"), tai kenties valikoiva (ja vuorotteleva) tarkennus kuvaisi ajatuksiani paremmin. Tarkoituksena on kuitenkin varsin harvan yksittäisen asian pohjalta hahmottaa suurempaa kokonaisuutta ja sitä, miten nuo kokonaisuudet toimivat ja vuorovaikuttavat.

Toimijoiden kentän limittäisillä raja-alueilla on pääalueisiinsa liittyviä asioita. Yhtyeen ja musiikkiteollisuuden välisen alueen olen nimennyt sanalla sopimukset. Siihen kuuluvat muun

muassa levysopimus ja erilaiset yhtyeelle markkinatalouden piiristä tulevat edut ja rajoitteet. Sopimukset ovat sinänsä ulkomusiikillisia, mutta musiikin syntymiseen erityisen suurestikin vaikuttavia tekijöitä. Musiikkiteollisuuden ja musiikin välille olen merkinnyt esimerkinomaisesti jakelun, joka käsittää myös sellaiset toimet joita musiikkiteollisuuden toimijat tekevät yhtyeen musiikin myyntiä edistääkseen, kuitenkin niin ettei yhtyeellä välttämättä ole toimista selvyyttä tai (aktiivisen toimimisen kautta) osuutta niihin. Usein tällaiset toimet ovat määriteltyjä jo sopimuksia tehtäessä.

”Jakelu”-kohta on sellaista toimintaa, joka tapahtuu musiikkiteollisuuden sisäisten toimijoiden pyrkiessä vaikuttamaan musiikkimarkkinoihin. Markkinat taas vaikuttavat uusien musiikkityylien tai suosikkiartistien välityksellä yhtyeen oman musiikin syntymiseen, joten kiinteä yhteys alueiden välillä on siis olemassa, mutta päähuomiona tässä yhteydessä on se, ettei tuo yhteys ole suora vaan välittynyt. Kohdan kenties merkittävimpänä yksittäisenä tekijänä on piratismi. Olen sijoittanut piratismiin jakelu-osioon käytännössä sen takia, että koen verkkopiratismiin (ei niinkään perinteisen ”tehdas Kiinassa” -piratismiin) edustavan juuri uudelle teknologialle ja Internetille tyypillistä hajautetun (erona keskitetylle) jakelun mallia. Fanit ja Internet -osioon lasken kuuluviksi faneihin liittyvien asioiden lisäksi myös median, Internet mukaan luettuna, julkiset esiintymiset, ja hieman tulevaisuuden odotuksiakin.

On huomionarvoista, ettei toimijoiden kenttä tässä muodossaan kykene avustamaan esimerkiksi Internetin rakenteellisten tai Internetissä tapahtuvan kommunikaation välityksellä realisoituvien, musiikkiin liittyvien sosiaalisten muutosten analysointia. Musiikkiteollisuus omana osionaan on myös hyvin yleistävä ja epätarkka toimija. Toimijoiden kentässä musiikkiteollisuusosio onkin lähinnä suuntaa antava tienviitta yleiseen, yhtyeen ulkopuoliseen suuryrityskapitalistiseen yrittämiseen musiikin saralla. Yhtyeen sisäiset kaupalliset toimet kuuluvat mielestäni selvästi varsinaiseen yhtye-osioon, vaikka nekin edustavat periaatteessa eräänlaista musiikkiteollisuutta. Toisaalta on myös huomioitava, että jo pelkästään suuryrityksistä ja konglomeraateista koostuvan musiikkiteollisuuden kaikkia haaroja on täysin mahdotonta selvittää kattavasti. Myös musiikilliset genret ovat toimijoiden kentällä hyvin vaikeasti hahmotettavissa. Genret voidaan sijoittaa esimerkiksi musiikillisina tunnusmerkistöinä (jolloin sijoittaisin genret varsin yksiselitteisesti musiikki-ympyrään), pään sisäisinä ja musiikissa realisoituvina ajatusmalleina tai lokeroiteina. Toisaalta genre musiikillisena merkitsijänä voisi sijaita toimijoiden kentällä yhtä hyvin myös jossakin lähellä musiikkiteollisuutta, kenties kaupallisena määritteenä.

3 Aineisto

Tutkimuskohteekseni olen valinnut Absoluuttinen nollapiste -yhtyeen. Yhtenä valinnan kriteerinä olen käyttänyt oletusta siitä, että Internetin ja sen vaikutusten tunkeutuminen läpi yhteiskuntarakenteiden ja ihmisten toimien on varmasti jättänyt omat jälkensä pitkäikäisen yhtyeen tavalla tai toisella. Mielenkiintoa tutkimuskohteeseeni lisää juuri tuo ”vaiheisuuden” tai päällekkäisten aikatasojen (liminaalisuuden) olemassaolo, käytännössä siis se, että yhtye on toiminut aktiivisesti jo ennen Internetin yleistymistä, kuin myös sen jälkeen. Tällöin on mielestäni hyvin todennäköistä, että tietyt käytännöt ovat muokkautuneet digitaalisuuden vaikuttamina. Esimerkiksi tiedostonsiirto- ja yhteydenpitokäytännöt ovat mielestäni hyvin todennäköisiä muuttujia.

Varsinaisena aineistona toimivat tekemäni teemahaastattelu yhtyeen rumpalista ja yhtyeen kotisivujen sisältö. Haastattelu tapahtui ennakkoon miettimieni osajakojen mukaan, mutta poikkesi ajoittain mietittyjen teemojen ulkopuolelle. Osa tutkimuskysymyksistä syntyi vasta haastattelun kuluessa lähinnä täsmennystä vaativissa kohdissa. Haastattelumateriaalia kertyi reilu kaksi tuntia. Yhtyeen kotisivujen sisältöä olen käyttänyt eräänlaisena tukena haastattelumateriaalille. Rumpalin olen valinnut haastateltavakseni lähinnä käytännön syistä: sama kotikaupunki helpottaa haastattelun tekemistä, ja olen tuntenut hänet jo muutamia vuosia, joten keskusteluyhteyttä ei tarvitse aloittaa epävarmoin askelin. Huomionarvoista on myös se, että rumpali on toiminut yhtyeessä aivan alusta asti. Tällöin uskoisin hänellä olevan pitkän ajanjakson näkemystä yhtyeen verkkosivujen kehittymisestä, ja ylipäänsä yhtyeen linjasta ja suhteesta Internetiin.

Teemahaastattelutavan olen valinnut siksi, että se lienee ainoa tapa saada tietoa menneestä, dokumentoimattomasta ja prosessinomaisesta tapahtumaketjusta. Haastattelut rajaavat koskemaan lähinnä vain yhtyeen Internetiin liittyviä asioita siksi, ettei aineistoa kerry liikaa, jolloin on vaarana hukkaa aiheeni kannalta triviaalien seikkojen tarkasteluun. Toisaalta rajanveto digitaalisuuden ja Internetin välillä on mahdotonta tällaisessa yhteydessä. Tällöin myös digitaalisuuteen liittyvät kysymykset ovat välttämättömiä. Olen rajannut keskustelua kohti nimenomaan sellaista digitaalisuutta, joka on välttämätöntä Internetiin ja musiikkiin liittyen. Yhtyeen kotisivut taas toimivat eräänlaisena vertailu- ja täsmennysaineistona haastattelumateriaalille.

3.1 Internet aineistona

Internetiä voidaan hyvällä syyllä pitää yhtenä aikamme suurista keksinnöistä. Vaikka Internetiin

liittyviä odotuksia ei pitäisikään totuudenmukaisina, on kuitenkin vääjäämätön tosiasia, että tietokoneet ja digitaalisuus ovat levinneet oikeastaan kaikkialle. Aineistona Internet on kuitenkin hyvin vaikea, kaikkialle ulottuvine lonkeroineen. Toisaalta tämän tutkielman puitteissa olen ottanut Internetin varsin yksiulotteisesti ja käsittelen sitä vain välineenä tai mediana, enkä esimerkiksi ota huomioon Internetin teknistä, toteutuksellista puolta lainkaan. Tällöin Internet ilmenee aineistossani mielipiteinä, -kuvina ja kokemuksina, tiettyjen sivustojen ja tiedostosiirtojen muodossa, sekä kommunikointikanavana. Digitaalisuus taas on kyseessä silloin, kun sen läsnäolo johonkin Internetiin liittyvässä asiassa (kuten esimerkiksi keskusteltaessa tiedostomuodoista) on tarpeen.

Internetiä ja siihen liittyviä asioita on tutkittu monin eri tavoin ja painotuksin. Muun muassa Barry Wellman ja Caroline Haythornthwaite kokoavat toimittamassaan teoksessa *Internet in everyday life* (Internet jokapäiväisessä elämässä) useita Internetin käyttöön liittyviä tutkimuksia samojen kansien sisään. Teos esittelee Internetin alkuaikojen tutkimuksia käyttö- ja käyttäjätutkimuksista etäopiskelumahdollisuuksiin asti.

Vuodelta 2009 oleva Nancy Baymin ja Robert Burnettin artikkeli taas käsittelee sosiaalisen median sivustoja kulttuurisen materiaalin globaalina filterinä (Baym & Burnett 2009). Heidän huomionsa kiinnittyy siis fanien aktiiviseen toimintaan tietoverkossa, eikä esimerkiksi ota kantaa yhtyeiden ja fanien kohtaamispiintoihin Internetin ihmeellisessä maailmassa. Tämän tutkielman puitteissa sivuan lyhyesti yhtyeen ja heidän faniensa välejä, mutta en kiinnitä huomiota Baymin ja Burnettin tavoin sosiaalisen median sivustoihin sen tarkemmin kuin mitä haastattelumateriaalin pohjalta on aiheeni kannalta tarpeellista.

Internetiin liittyen on myös huomioitava tietoverkkojen varsin eriarvoiset lähtökohdat, vaikka ne eivät aiheeni kannalta olekaan huomion kohteena. Manuel Castells (2001: 248) määrittelee digitaaliseksi jaoksi kutsumansa ongelman pääkohdaksi pääsyn Internetiin. Erilaiset tuloihin, koulutukseen, rotuun, ikään, maantieteelliseen sijaintiin ja vajavaisuuksiin liittyvät seikat vaikuttavat vielä nykyäänkin ihmisten Internetin käyttöön. On siis huomioitava, että tämän tutkielman tulokset ovat vahvasti riippuvaisia erilaisista sosiaalisista olosuhteista.

3.2 Tiedostojen siirto, yhteydenpito ja verkkosivuanalyysi

Tiedostojen siirtomahdollisuudet ovat tutkielmani kannalta erityisen tärkeä alue. Tarkastelussa oleva yhtye on jakautunut maantieteellisesti kahtia, sillä yhtyeen kolme jäsentä asuu nykyisin Tampereella ja kaksi Helsingissä. Niinpä yhtye tarvitsee kätevän ja nopean tavan liikutella uusia kappaleideoita jäsenten kesken. Internet mahdollistaa heille helpon väylän siirtää tiedostoja nopeasti

vaikka maailman toiselle laidalle asti. Erilaisia tiedostonsiirtomahdollisuuksia on monia: tiedostoja voi lähettää niin useimpia pikaviestimiä (Microsoft Live Messenger, Skype, aMSN messenger, Pidgin – muutamia mainitakseni) käyttäen, kuin vaikka sähköpostien liitteinä, tai omalta koneelta vaikkapa http- (hyper text transfer protocol) tai ftp-palvelimia (file transfer protocol), tai erillisiä ohjelmia käyttäen.

Yhteydenpito toisten Internetin käyttäjien kanssa on yksi netin merkittävimmistä ja suosituimmista käyttötavoista. Mahdollisuuksia on monia: sähköposti, sosiaaliset sivustot (web 2.0), pikaviestimet, verkkopuhelut ja niin edelleen. Manuel Castellsia (2001: 5) mukaillakseni syynä Internetin yhteydenpitovaltaisuuteen on sen peruseriaatteessa: Internet on suunniteltu vapaan kommunikaation teknologiaksi. Internetin alkuaikojä tutkittaessa yhteydenpito oli musertavan ylivoimainen muuhun netinkäyttöön nähden. Toisaalta nykyään suuren suosion saavuttaneet sosiaalisen median sivustot (web 2.0) voidaan myös nähdä kuuluviksi yhteydenpito-osastoon.

Yhtyeen verkkosivujen analyysin on tarkoitus toimia eräänlaisena viitteenä yhtyeen toimista. Mielenkiintoni kohdistuu lähinnä siihen, miten yhtyeen tapahtumat näkyvät ja ovat näkyneet heidän verkkosivuillaan. Toisaalta kotisivut tarjoavat samankaltaisen ja -aikaisen tarkastelumahdollisuuden myös yhtyeen markkinointiin eli yleiseen promootio- tai mainostustoimintaan. Kuinka usein sivuja päivitetään? Entä kuinka paljon (tai vähän) yhtyeen verkkosivuilta voi tutustua bändin historiaan, diskografiaan tai jäseniin? Verkkosivuanalyysin tarkoitus on varsin humanistinen lähtökohdiltaan, enkä siis aio kiinnittää huomiota vaikkapa sivujen tekniseen toteutukseen, käytettävyyteen tai muihin vastaaviin, teknisiin asioihin. Kotisivujen tarkastelun tarkoituksena on kulkea haastattelumateriaalin analyysin sivussa tuomassa lisäinformaatiota ja toisaalta myös selvittää yhtyeen jo olemassa olevaa suhtautumista Internetiin.

3.3 Absoluuttinen nollapiste

Absoluuttisen nollapisteen ura on huomattavan pitkä, varsinkin jos ottaa huomioon yhtyeen soittajien iät. Yhtyeen kaikki jäsenet, lukuun ottamatta yhtyeeseen myöhemmin liittynyttä Janne Hastia (s.1979), ovat syntyneet vuonna 1976. Viisitoistavuotiaiden pojankloppien harrastamisesta lähtenyt yhtye saavuttaa tänä vuonna (2011) kunniakkaan kahdenkymmenen vuoden iän. Tarkastelen hieman yhtyeen uran alkuvaiheita, minkä jälkeen käyn lyhyesti läpi yhtyeen diskografian. Päätän yhtyettä valottavan jakson nykyhetken katsaukseen. Yhtye kokee musiikkinsa olevan "suomen kielellä laulettua rockia", vaikka välittömänä jatkona seuraakin selitys levyille

päätyneen musiikin suurista tyylivaihtelevuuksista. Oma määritelmäni yhtyeen musiikista kulkee jossakin rockin ja progressiivisen rockin välimaastossa. Joka tapauksessa tässä yhteydessä riittää tieto siitä, että yhtyeen oma näkemys musiikistaan on suomenkielellä laulettua rock-musiikki.

3.3.1 Historiikki

Absoluuttisen nollapisteen eräänlainen syntymähetki voidaan asettaa vuodelle 1990, jolloin yhtyeen laulajana vielä nykyäänkin toimiva Tommi Liimatta muutti Rovaniemelle. Ryhmä samassa koulussa opiskelleita nuoria kävi ahkerasti soittamassa ja teki lukuisia äänityksiä monilla kokoonpanoilla. Vuoden 1991 elokuussa he valitsivat nimen ”Absoluuttinen nollapiste”. Ensimmäisissä virallisissa harjoituksissa soittivat Jukka Leinonen ja Aki Lääkkölä (kitarat), Tomi Krutsin (rummut), Tommi Liimatta (laulu) ja Matti Kettunen (basso). Saman vuoden marraskuussa yhtyeen basisti vaihtui ja mukaan tuli Aake Otsala, joka toimii yhtyeen basistina ja laulajana nykyisessä kokoonpanossakin. Helmikuussa 1992 yhtye osallistui Rovaniemen kirjaston järjestämään Kirjastorokkiin, mistä saadun positiivisen palautteen vuoksi Liimatta ei aikomuksista huolimatta jättänytään yhtyettä. Elokuussa 1992 järjestettiin toinen Kirjastorokki, johon osallistuminen johti muun muassa Lapin Kansassa julkaistua haastatteluun ja myöhemmin esiintymiseen Kemijoen Paviljongilla¹. Tuo oli ensimmäinen yhtyeen palkkiollinen esiintyminen. Ongelmiakin löytyy, kuten vaikkapa rumpali Tomi Krutsinin muutosta aiheutunut väliaikainen harjoittelutilan puute, mistä ilmeisesti joku yhtyeen jäsenistä on huomauttanut osuvasti: ”Ilman treenipaikkaa ei tehdä demoa ja ilman demoa ei saada levytyssopimusta ja ilman levytyssopimusta ei tehdä viittä LP:tä ja ilman levyjä ei päästä Soundiin ja Suosikkiin.” (Länsikangaskroniikka: 1991 ja 1992).

Vuoden 1993 yhtye aloitti varsin mittavasti suunnitteleamalla tuplavinyylilevyn julkaisua vuodelle 1994. Maaliskuussa yhtyeen toisena kitaristina toiminut Jukka Leinonen jätti yhtyeen, vaikka käytännössä eroilmoitus lienee ollut lähinnä muodollisuus bändin toimittua pääasiassa nelihenkisenä jo edellisen vuoden marraskuusta lähtien. Yhtyeen uran toinen haastattelu oli kirjeitse annettu Vacuum-pienlehteen. Maaliskuussa 1993 oli myös yhtyeen ensimmäinen apurahahakukerta. Apuraha ei kuitenkaan myönnetty. Kesäkuussa yhtye osallistui Rock-SM-karsintaan, joka johti yhtyeen saman vuoden syyskuussa Ouluun Pohjois-Suomen karsintaan ja sen voittoon. Kolmas demo Nukahtaa-Murre-Tosiasia äänitettiin Rovaniemellä Studioala Ky:ssä. Äänityksistä yhtye sai myös ensimmäistä kertaa musiikkinsa CD-levylle. Lokakuun viidentenätoista päivänä yhtye soitti

¹ Virheellinen paikkatieto lähdeaineistossa, oikea paikka oli Ounasjoen Paviljonki

Tampereen Pakkahuoneella televisioidussa Rockin SM -loppukilpailussa ja sijoittui viidenneksi. Kilpailun voittaneessa Pekka ja susi -yhtyeessä soittaa myöhemmin tunnetuksi tullut Anssi Kela. Marraskuussa yhtye solmi levytyssopimuksen Vinylmanian kanssa. Levy-yhtiö yritti hyödyntää mahdollisimman nopeasti Rock-SM-menestyksen, mutta levytettävää materiaalia ei vielä ollut tarpeeksi. (Länsikangaskroniikka: 1993).

Vuonna 1994 yhtye julkaisi alkuvuodesta EP-levyn ("Extended Play" eli suom. Pitkitetty soitto, joka on pidempi kuin yhden tai kahden kappaleen single, mutta lyhyempi kuin täyspitkä levy) ja myöhemmin ensimmäisen kokopitkän levyn nimeltään Neulainen Jerkunen. Seuraavana vuonna yhtye vaihtoi levy-yhtiötä Vinylmaniasta Johanna kustannukseen, joka julkaisi myös yhtyeen toisen levyn Muovi antaa periksi. Johanna kustannus Oy toimii yhtyeen levy-yhtiönä vieläkin, vaikka nimi on muuttunut nykyään Love kustannus Oy:ksi, joka julkaisee levyjä levymerkillä Pyramid ja Megamania (Wikipedia: Johanna kustannus). Vaikka molemmat levyt saivat pääosin myönteistä palautetta, ei listasijoituksia kuulunut. Jo vuonna 1997 taustalaulajana toiminut Teemu Eskelinen liittyi yhtyeeseen vuonna 1999. Eskelinen toimi myös yhtyeen lyömäsoittajana eli perkussionistina vuoteen 2001 asti. Vuonna 2001 yhtye julkaisi levyn Nimi muutettu. Se kohosi ensimmäistä kertaa myös Suomen viralliselle albumilistalle sijalle yhdeksän (Yle Lista: Nimi muutettu). Myös levyn ensimmäinen singlejulkaisu Irene Kaktus nousi julkaisuviikollaan singlelistan sijalle kaksitoista (Yle Lista: Irene Kaktus). Huomionarvoista on myös se, että jokainen levy Nimi muutettu -levyn jälkeen on noussut top40-albumilistalle. Albumin kappale Eräät tulevat juosten nousi hieman yllättäen (ei julkaistu singlenä) kahdensadan parhaan kappaleen joukkoon, sijalle satakahdeksankymmentäneljä (184) YleX-radiokanavan helmikuussa 2003 järjestämässä Kaikkien aikojen kotimainen biisi -äänestyksessä (YleX: Kaikkien aikojen kotimainen biisi). Vuonna 2003 yhtye koki myös viimeisimmän jäsenmuutoksensa, kun Janne Hast liittyi yhtyeen rivistöön kosketinsoittajaksi ja perkussionistiksi. (Wikipedia: Absoluuttinen nollapiste).

3.3.2 Diskografia ja nykytilanne

Absoluuttinen nollapiste on julkaissut yhteensä kymmenen kokopitkää albumia. Niiden lisäksi yhtye on julkaissut kolme kokoelmalevyä, kaksi EP-levyä, viisitoista singleä ja kolme demoa. Yhtyeen kaksi jäsentä on julkaissut yhteensä kolme soololevyä. Lisäksi yhtye on mukana kolmella DVD-kokoelmalla, heidän kappaleitaan on kuudella kokoelmalevyllä ja kaiken lisäksi yhtyeen jäsenet ovat käyneet vierailmassa (yhdessä tai erikseen, yleensä erikseen) ainakin

kahdellakymmenellä kahdella levyllä. (Absoluuttinen nolllapiste: Levyt).

Viimeisin yhtyeen levyistä (Musta hiekka) julkaistiin lokakuussa 2009. Loppuvuoden mittaan yhtye esiintyi eri puolella Suomea 18 kertaa. Yhtye vietti hiljaiseloa vuonna 2010, jolloin keikkakalenteriin päätyi vain 8 esiintymistä. Tänä vuonna (2011) yhtye täyttää kunnioitettavat kaksikymmentä vuotta ja sai ansioihinsa jo neljänsadannen esiintymisensä (Tampereen Telakka-ravintolassa).

Yhtye jatkaa aktiivisena, ja vuodelle on luvassa yhtyeen oman Diu Dau Tapes -kasettiyhtiön kautta julkaistava C-kasetti ”Demo 3”. Myöhemmin syksyllä yhtyeellä on tarkoitus julkaista yhdestoista albumi.

4 Musiikki, digitaalisuus ja Internet

Musiikkia on tarjoiltu monissa eri formaateissa vuosien mittaan. Kuitenkin vasta digitaalustumisen jälkeen musiikillisen materiaalin määrä on lähtenyt pysäyttämättömältä vaikuttavaan kasvuun. Internetin suurin vaikutus musiikkiin ja musiikin tekemiseenkin on tullut digitaalisuuden ansiosta. Niinpä tämän tutkielman pohjalla toimii ajatus siitä, että puhuttaessa Internetin vaikutuksista musiikkiin puhutaan useimmiten digitaalisesta tai digitalisoidusta musiikista, eikä juurikaan esimerkiksi CD-levyjen postimyynnistä. Internetin yleistymisen vuoksi fyysinen levy on menettänyt merkitystään. Saman johtopäätöksen voi vetää myös verrattaessa laskeneita CD-levymyyntilukemia hurjasti kasvaneisiin musiikin verkkomyyntilukuihin, jotka vastaavat jo lähes kolmannesta koko musiikkimyynnistä (IFPI: Digitaalisen musiikin raportti 2011). Suomen digitaalisen musiikin kulutus kasvoi huikkeit 88 prosenttia, ja digitaalinen myynti muodostaa jo viidenneksen kokonaismyynnistä (IFPI: Suomi).

Musiikin digitalisointi on mahdollistanut musiikin päätyksen Internetiin. Mutta mitä eroa on digitalisoidulla musiikilla digitaaliseen musiikkiin verrattuna? Entä millainen rooli musiikilla voidaan nähdä nykyisten multimediatietokoneiden historiassa? Ennen tarkempaa Internetiin liittyvää tarkastelua on syytä perehtyä hieman musiikin ja teknologian ja erityisesti digitaaliteknologian suhteeseen. Musiikkia on välitetty monilla eri formaateilla, lähtien fonografin vahaleriöistä ja päätyen CD-levyjen kautta pelkäksi binäärikoodiksi virtuaaliavaruuteen. Siinä missä alkuaikojen musiikki pyrki analogisuudessaan mahdollisimman todenmukaisen kuulokuvan välittämiseen, on nykyteknologia ja täysdigitaalisuus mahdollistanut paitsi entistä paremman kuulokuvavastaavuuden, myös monia aiemmin täysin mahdottomia äänimaailmoja. Ennen kaikkea digitaalisuus binäärikoodeineen toi musiikkimaailmalle (globaaleista megayrityksistä

makuuhuonestudioihin asti) mahdollisuuden halpoihin ja nopeisiin tuottamis- ja kopioimistapoihin.

4.1 Digitaalinen ja digitalisoitu musiikki

Puhuttaessa musiikista Internetissä tai sen yhteydessä on huomattava ero digitaalisen ja digitalisoidun musiikin välillä. Juha Arrasvuori (1999: 187) näkee eron siten, että kaikki CD-levyille tai MP3-tiedostoina taltioitu musiikki on digitalisoitua, koska alun perin akustinen äänimateriaali on muunnettu numeeriseksi binäärikoodiksi. Vaikeammin määriteltävissä olevaa digitaalista musiikkia Arrasvuori lähestyy kahden näkökulman kautta: teknologishistoriallisen ja taiteellisuusilmaisellisen. Yksinkertaistettuna digitaalisen musiikin periaatteena voidaan pitää sitä, ettei digitaalisessa musiikissa ole käytetty niin sanottuja ”perinteisiä soittimia” tai sitten niiden tuottamaa ääntä on muokattu digitaalisesti siten, ettei kyseinen muokkaus olisi mahdollista ilman digitaalisuutta. Internetissä kaikki musiikki on siis digitalisoitua (muutettu binäärikoodiksi), huolimatta siitä onko se sitten alun perin akustista tai digitaalista. Tietysti verkosta on mahdollista tilata levyjä myös fyysisessä muodossa (esimerkiksi LP-levyinä), mutta tämän tutkielman puitteissa keskityn vain digitalisoituun musiikkiin, huolimatta sen alkuperäisestä tekotavasta.

Juha Arrasvuoren (mt. 187) mukaan digitaaliseen teknologiaan siirtyminen 1980-luvulta alkaen on vaikuttanut musiikin toteuttamis- ja kulutustapoihin hyvin suuresti. Myös David Kusek ja Gerd Leonhard (2005: 4) näkevät 1980-luvun alun merkittävänä vaiheena ja siirtymänä analogisuudesta digitaalisuuteen. Philipsin ja Sonyn yhdessä kehittämä CD-levy lanseerattiin markkinoille 1983 (Burnett 1996: 94). Vaikka suuri yleisö näki murroksen lähinnä CD-levyjen yleistymisenä, oli digitaalisuuden aikakausi avattu myös tuotantopuolella. Briggsin ja Burken (2005: 231) mukaan CD-ROM (Compact Disk read only media, eli vain luettava media, erona luettavaan ja kirjoitettavaan mediaan, eli CD-RW-levyyn) teki monista asioista helpompia, sillä levyille mahtui kaikkea tietosanakirjoista peleihin ja äänitteisiin. Hekin näkevät CD-levyjen mullistaneen musiikin välittämisen ja jakelun aivan täysin, oli kyse sitten klassisesta tai popista (ibid.). Käytännössä digitaalistuminen teki mahdolliseksi tehdä täysin identtisiä kopioita alkuperäisestä äänitteestä. Ero oli suuri esimerkiksi analogisiin teknologioihin verrattuna, sillä niissä periaatteessa jokainen kopiointikerta huonontaa myös äänitteen tasoa. CD-levyistä taas oli enää vain pieni ja helppo askel tietoverkkoihin ja niiden tarjoamaan ”täysdigitaalisuuteen”. Internetin yleistyessä levy fyysisenä kappaleena sai rinnalleen digitaalisia äänitiedostoja, kuten vaikkapa nykyään supersuosittua MP3-formaatin (MPEG-1 Audio Layer 3). William Fisherin (2004: 1) mukaan keskitettyä verkkoa käyttänyt Napster-ohjelma oli yksi keskeisiä MP3-

tiedostomuodon tunnetuksi tekijöitä. Kun oikeudenkäynti Napsteria vastaan alkoi vuosituhannen vaihteessa, ohjelmisto oli päivän polttava sana jo miljoonissa amerikkalaiskodeissa. On sinänsä mielenkiintoista, että CD-levyihin verrattuna monet MP3-muodossa olevat kappaleet ovat laadullisesti huononnettuja (Gopal et al. 2006: 1505). (Lisää MP3-formaatista: Wikipedia: MP3).

Kusek ja Leonhard (2005: 4) näkevät digitaaliseen teknologiaan siirtymisen aiheuttaman murroksen eräänlaisena alkupisteenä nykyisinkin jatkuvalla kädenväännölle siitä, korvaako ”pääsyoikeus” tai ”lupa” (access) kappaleisiin levyn omistajuuden (ownership). Käytännössä kyse on siis siitä, mitä ostamallaan musiikilla saa tehdä. Samoilla linjoilla Kusekin ja Leonhardin kanssa oli myös Robert Burnett (1996: 143) jo vuonna 1996 aprikoidessaan vieläkin ajankohtaista kysymystä siitä, kumpi tulee olemaan tärkeämpää: välityskanavien hallinta vai sisällön ja ohjelmien hallinta tai omistajuus. Burnettin ajatus voidaan kiteyttää myös siten, että kyseessä on kysymys siitä, myydäänkö jotakin konkreettista (äänite), vai ainoastaan ajallinen lupa äänitteen kuuntelemiseen. Nykyään molempia mahdollisuuksia on tarjolla. Esimerkiksi Spotify myy oikeutta kuunnella (ilman mainoksia, mainoksien kanssa kuuntelu on ilmaista) kappaleita rajattomasti, mutta tarjoaa myös mahdollisuuden ostaa ja ladata äänite omalle tietokoneelle. Perinteiset mediayhtiöt ovat siis vihdoin heränneet huomaamaan Internetin toimivan myös heille edullisella tavalla. Vielä vuonna 2001 Manuel Castellsin mukaan (2001: 190) perinteiset yritykset eivät keränneet yhtään voittoja Internetistä.

CD-levyt olivat pitkään kopiosuojattomia, mikä mahdollisti täysin vapaan kopioinnin. Hetken kestänyt, mutta nyttemmin jo enimmäkseen taka-alalle jäänyt Digital Rights Management (DRM) -suojauskaan ei liiemmin piratismia estänyt. Musiikin kopiointia helpotti erityisesti muutamien tietokonevalmistajien kuten Dellin, Gatewayn, Compaqin, Hewlett-Packardin ja Applen päätös varustaa tietokoneet CD-ROM-asemilla. Tämän jälkeen markkinoille tuli hyvälaatuisia tietokonekaiuttimia, usein joko kylkiäisinä tai integroituina tietokoneeseen. (Kusek & Leonhard 2005: 4).

Geoffrey Hull huomaa CD-levyjen mahdollistamassa helppossa kopioitavuudessa hieman ironiaakin: CD-levy, joka mahdollisti ennen näkemättömän levyteollisuuden kasvun 1980- ja 1990-luvuilla, oli mukana laskemassa levymyyntiä takaisin vinyyli- ja kasettiaikojen tasolle vuonna 2003 (2004: 265).

Teknologian kehittyessä myös musiikin kuunteluun tarkoitetut laitteet pienenevät. Transistoriradio oli ensimmäinen myös musiikin kuunteluun tarkoitettu laite, joka kulki mukana oikeastaan minne tahansa. Nykyään kehitys on vienyt kulutusteknologian kannettavista kasetti- ja CD-soittimista tiedostosoiittimiin (kuten MP3-soittimet) ja siitä edelleen jatkuvaan trendiin integroida tiedostosoiittimet matkapuhelimiin, joista on muutenkin tullut yhä kasvavissa määrin

myös yleisempään viihdekäyttöön sopivia.

Formaattien muuttuminen on seurannut rinta rinnan laitteiden kehitystä. LP-levyjäkin varten rakennettiin mukana kulkevia levysoittimia, mutta ne olivat vielä varsin epäkäytännöllisiä kannettaviksi minne tahansa. Transistoriradion kenties huonoin puoli musiikin kuuntelun kannalta oli käytännössä olematon mahdollisuus vaikuttaa siihen, mitä musiikkia kuunneltavaksi tai kuultavaksi päätyi. C-kasettien ja erityisesti Sony Walkmanin vaikutuksesta tilanne muuttui oikeastaan nykyisen kaltaiseksi. Soitin ja kuulijan itse valitsema ”soittolista” kulki siis minne tahansa. Walkmanin lanseeraus mahdollisti ensin C-kasettien ja sitten myös CD-levyjen kuuntelun varsin pienellä vaivalla oikeastaan missä tahansa. Tiedostojen soittoon tarkoitettut MP3-soittimet eivät varsinaisesti muuttaneet tätä ”Walkman-kaavaa”, vaikka soittimien koko pienenikin ja mukana kulkevan musiikin määrä moninkertaistui.

4.2 Internet

Internetin kivijalkana toimivat tietokoneet, joten on tarpeellista tarkastella hieman niidenkin historiaa. Tietokoneiden historian avulla on mahdollista hahmottaa muun muassa Internetin kenties puhutuimpaan asiaan piratismiin liittyviä asioita. Multimediaa ja Internetiä voidaan pitää toistaiseksi viimeisimpänä lenkkinä Gutenbergin kirjapainosta lähteneessä kommunikaatioteknologioiden ketjussa. Tietokoneista on tullut olennainen osa meidän jokapäiväistä sosiaalista kanssakäymistämme. Ilman tietokoneiden kehittymistä ei Internetin kaltainen laaja verkosto pankkipalveluineen ja sosiaalisine mediapalveluineen olisi ollut mahdollista. (Briggs & Burke 2005: 221).

Internetin läpimurto tapahtui Briggsin ja Burken mukaan loppuvuodesta 1993 ja alkuvuodesta 1994. Tuolloin akateemisessa käytössä ollut verkko tuli avoimeksi kaikille. Kylmän sodan politiikan johdosta Yhdysvaltojen puolustusvoimissa syntynyt ARPA (Advanced Research Projects Administration) kehitti ARPANETin yliopistojen ja muiden tutkimusinstituutioiden väliseksi viestintäkanavaksi 1960-luvun lopulla. Kommunikaation ytimenä ARPANETissä toimivat sähköpostiviestit. Vuoteen 1993 tultaessa netin parissa toimi jo kolme suurta palveluiden tarjoajaa: CompuServe (osaomistajana Time/Warner), American Online ja ”Prodigy”. Tim Berners-Leen kehittämä World Wide Web (www) avasi Internetin mahdollisuudet maailmanlaajuisiksi luomalla ilmaiset protokolla- ja koodipohjat tietokoneiden ja -verkkojen välisiin yhteyksiin. World wide web muutti ”mahtavan, vain harvojen käyttämän kommunikaatiosysteemin massamediaksi”. (Briggs & Burke 2005: 244–246). Geoffrey Hullin mielestä (2004: 255) ensimmäisen graafisen

käyttöliittymän omanneen verkkoselaimen julkistaminen vuonna 1993 toimi Internetin yleistymisen kenties tärkeimpänä pisteenä. (Lisää Internetin historiasta muun muassa Castells 2001: 10–23).

Vuonna 2002 jo yli 50 prosenttia amerikkalaisista käytti tietoverkkoa (Business Week, 18 Helmikuuta 2002, Geoffrey Hullin 2004: 46 mukaan). Teoriassa oli siis mahdollista tavoittaa 140 miljoonaa amerikkalaista. Käyttäjien enemmistö koostui nuorista, jotka ovat suurin musiikinostajaryhmä. Niinpä Internet ja WWW tarjosivat varsin kiinnostavan mainostusmahdollisuuden levyille, artisteille ja musiikille ylipäänsä (Hull 2004: 255–256). Aldermanin (2001: 186) menee jopa niin pitkälle, että sanoo MP3-jakamisen olleen, sähköpostia lukuun ottamatta, ensimmäinen tietoverkoista saavutettu laajan skaalan hyöty. Musiikin kannalta Internet on joka tapauksessa mahdollistanut muun muassa uusia tekemis- ja tuottamistapoja halvemmalla kuin koskaan ennen. Hughesin mukaan (2006:249) kotistudiot ovat viime vuosina muuttuneet pelkästä harrastuksesta jopa omaksi taiteen maailmakseen.

4.3 Internet ja musiikki

Tietokoneiden ja digitalisoitumisen vaikutus musiikkiin on ollut varsin suuri. John Ryanin ja Michael Hughesin mukaan (2006: 243) digitaalisuus on yksi musiikin teknologioiden kattavimmista muutoksista sitten Edisonin ja Marconin keksintöjen. Musiikin ja Internetin kietoutuminen voidaan katsoa kuuluvaksi ”musiikin yhtiöitymisen” ketjuun. Steve Jonesin (1993: 90) mielestä populaarimusiikin teknologisoitumisen prosessi pitää käsittää talouden ja musiikkiteollisuuden historian sisällä. Teknologian lisääntynyt käyttö eri prosesseissa populaarimusiikin parissa voidaan myös nähdä Kusekin ja Leonhardin (2005: 18) tapaan musiikin muuttuneeksi funktioksi palvelusta tuotteeksi. Joka tapauksessa vahalieriöistä vinyyleille ja kaseteille johtanut ketju on tullut nykyiseen digitaalisuuden vaiheeseen. Koko musiikin arvoketju – luominen, tuottaminen, distribuutio ja kuluttaminen – voidaan tuottaa nykyisin laajalle levinneillä ja verrattain halvoilla digitaalisilla alustoilla (Clemons & Lang teoksessa Hughes & Reiner 2003: 181).

Castellsin mukaan Internetin (ja digitaalisuuden) erilaiset käyttötavat otettiin nopeasti ja kokonaisvaltaisesti käyttöön yritysmaailmassa. Sittemmin Internetin kunnollinen käyttö on noussut tuottavuuden ja kilpailutuksen välityksellä avainasemaan kaikenlaisessa yrittämisessä. (Castells 2001: 64). Digitaalisuuteen siirtyminen oli myös levy-yhtiöille aluksi superkannattava uudistus. Uusi formaatti (CD-levy) oli halvempi ja helpompi kuin aikaisemmat analogiset muodot. Toisaalta levy-yhtiöt pystyivät myös tekemään digitalisoidut versiot kaikista klassikkolevyistään, eli käytännössä myymään ne toistamiseen kuluttajille. (Hughes & Reiner 2003: 182).

Kaksituhattaluvun alussa alkanut levy-yhtiöiden ahdinko muutti kuitenkin suhtautumisen digitaalisuuteen. Levy-yhtiöt aloittivat massiivisen hyökkäyksen Internetiä ja varsinkin P2P (Peer-to-peer eli ”käyttäjältä käyttäjälle”) -ohjelmia ja niiden käyttäjiä vastaan (Leyshon et al. 2005: 179–180). Käyttäjiltä käyttäjille -teknologia (peer-to-peer) ja lisääntynyt laajakaistayhteyksien määrä sallivat yhä useamman käyttäjän olla yhteyksissä toisiinsa (Altschuller & Benbunan-Fich 2009: 55).

Yksi ensimmäisiä Internetin mahdollistamia musiikillisia menestystarinoita tapahtui vuonna 2000. Tuolloin artisti nimeltä Moby nousi kuin tyhjästä, ilman kaupallista radiosoittoa tai levytyssopimusta, pop-listoille Play-levyllään. (Klein 2008: 463). Klein jättää kuitenkin huomioimatta sen, että Moby oli jo mainettakin kerännyt keikkaileva artisti ja sen, että Mobyn musiikki oli päätenyt elokuvaan, televisioon, ja mainoksiin (Wikipedia: Play (Moby album)).

4.3.1 Internet ja musiikkiteollisuus

Vaikka musiikkiteollisuuden toimijoita on lukuisia, suurimpina toimijoina ovat suuret levy-yhtiöt. Niiden harjoittama politiikka Internetin ja esimerkiksi piratismiin suhteen on hyvin samankaltainen. Musiikkiteollisuuden kannalta digitaalisuuden ja Internetin ongelmaksi on muodostunut hyvin tehokas tiedostojen siirto ja jakaminen. Vertaisverkossa (peer-to-peer, useimmin käytettynä lyhenteenään p2p) jakaminen on Lawrence Lessigin mielestä yksi tehokkaimpia Internetin mahdollistamia teknologioita. Jaettua älykkyyttä käyttäen p2p-systeemit avittavat sisältöjen jakamista tavalla, jota ei vielä sukupolvi sitten pystynyt edes kuvittelemaan (Lessig 2004: 17). Lessigin mielestä ollaan tilanteessa, jossa tekijänoikeuslait eivät enää vain suojaa ja turvaa tekijöiden oikeuksia alkuperäisen tarkoituksensa mukaisesti, vaan niistä on tullut pöhöttyneitä ja niin laveita, että lakien tehtäväksi on muodostunut tiettyjen teollisuuden haarojen kilpailun rajoittaminen (mt. 19). Samoilla linjoilla ovat myös Duchêne ja Waelbroeck (2006: 566) kertoessaan digitaalisen oikeuksienhallintateknologian (DRM) vaikuttaneen enimmäkseen negatiivisesti levy-yhtiöiden tuloihin.

Vaikka ääniteformaattit ovat muuttuneet, musiikkiteollisuuden suhtautuminen niihin ei ole. Tämän johtopäätöksen saa myös ottamalla huomioon esimerkiksi levy-yhtiöiden suhtautumisen kasetteihin: ”kotinauhoitukset tappavat musiikin” on ollut teollisuuden virallinen sotahuuto jo 1980-luvulla (Burnett 1996: 89).

Jo julkaistu musiikki on ongelmallinen musiikkiteollisuudelle siksi, että se tarvitsee vain hyvin vähän aikaa tullakseen kulutetuksi, siis kuunnelluksi. Musiikin kuunteleminen tai kuuleminen ei vaadi erityistaitoja, ja kuulijakuntaa on hyvin vaikea rajata julkaisun jälkeen.

Informaatioteknologia, kuten Internet, mahdollistaa helpon ja nopean tiedonsiirron, tai tiedostojen levittämisen. Niinpä ”vapaamatkustajat” eli piraatit, henkilöt, jotka kuluttavat maksamatta hyödykkeestä, vaikuttavat negatiivisesti markkinoiden toimintaan (Alexander 2002, teoksessa Gopal et al. 2006: 1504). Toisaalta Gopal (mt. 1504) kumppaneineen myös toteaa, että on epäselvää missä määrin informaatioteknologia johtaa tekijänoikeusloukkauksiin ja tulonmenetyksiin. Varmana Gopal (mt. 1530) pitää musiikkitoiminnan periaatteellista muutosta, josta kuluttajat hyötyvät takuuvarmasti ja josta musiikkiteollisuuskin voi oikeilla strategioilla haalia mittavat hyödyt.

Geoffrey Hull näkee Internetin vaikuttaneen musiikkiteollisuuteen mahdollistamalla uusia tapoja mainostaa, jakaa ja myydä levytyksiä ja kappaleita, mutta myös mahdollistamalla laittoman kopioinnin. Hän jakaa Internetin käytön kolmeen ulottuvuuteen tarkastellessaan Internetiä tulonlähteenä. Ensimmäisessä ulottuvuudessa Internet toimii markkinointityökaluna artisteille, levy-yhtiöille ja julkaisijoille. Toiseksi Internet toimii välityskanavana tai -verkostona niin fyysisille levyille kuin digitaalisille tiedostoillekin. Viimeisimpänä tasona Hull näkee lakitaistelut laitonta musiikin lataamista vastaan. (Hull 2004: 255). Suuret levy-yhtiöt ovat toisaalta lähteneet hyvin vastahakoisesti Internetin maailmaan. Mielenkiintoisen sivuajatuksen saakin, kun miettii Internetiä teknologian kehityksen ketjussa. Tuo samainen ketju kun on tehnyt koko levyteollisuuden mahdolliseksi, yhä tehokkaammaksi, tuottavammaksi ja osittain jopa superkannattavaksi levymyynnin saturoituessa eri formaattien ilmestymisen ja leviämisen vaikutuksesta (mm Hull 2004: 17, Hughes & Reiner 2003: 182). Saturaatioefekti on tuttu myös suomalaisten levy-yhtiöiden historiassa (Muikku 2001: 324).

On kuitenkin syytä pitää mielessä, etteivät Internetin ja digitaalisuuden tuomat muutokset ole musiikkiteollisuuden kannalta mitään täysin uutta. Fonografeista alkanut teknologian jatkuva uudistuminen on johtanut musiikkiteollisuudenkin alati muuttuviin formaatteihin ja yhä halvempiin musiikin teko- ja levitystapoihin. Jari Muikku toteaaakin juuri (2001: 42) äänitsteknologian kehityksen vaikuttaneen (yleisen elintason kohoamisen ja keskiluokan laajenemisen kanssa) toisen maailmansodan jälkeiseen äänitemarkkinoiden suureen kasvuun.

4.3.2 Internetin musiikkiin liittyvät sivustot

Internetin loputtomalta tuntuvassa verkostossa on runsaasti erilaisia ja eri käyttötarkoituksiin sopivia sivustoja. Musiikin osalta tilanne Internetin maailmassa ei ole sen helpompi. Loputon mahdollisuuksien määrä odottaa aloittelevaa ja miksei jo pidemmällekin ehtinyttä bändiä. Yhtyeen

kotisivujen lisäksi tarjolla on kaikkea mahdollista. Löytyy niin kaupallisista lähtökohdista palveluita tarjoavia sivustoja kuin ilmaissivustojakin. Yhtyeet lataavat virallisia videoita Youtubeen, Vimeoan tai muihin videosivustoille samalla, kun heidän faninsa lataavat samoille sivustoille kamerakännyköillään kuvaamia videoita yhtyeen edelliseltä esiintymiseltä, tai kuuntelevat yhtyeen musiikkia Spotifystä tai Internet-radioista, kuten vaikkapa Last fm:stä. Vaikuttaa siltä, että jos yhtyeen materiaalia ei löydy kätevästi muutamilta suosituimmilta sivustoilta, yhtye ikään kuin lakkaa olemasta.

Miksi artistit ylipäänsä luovat kotisivuja? Steve Gordon (2008: 207) kiteyttää vastauksen yhteen sanaan: näkyvyys. Internetin käyttäjämäärää on mahdotonta laskea tarkasti, mutta jo arviosummat ovat päätähuimaavat. Euroopan komission raportti alkuvuodelta 2008 arvioi Internetin aktiivikäyttäjämäärän olevan 250 miljoonaa (EU:n ICT raportti). *Internet world stats* taas päivittää tietoa syyskuulta 2009 ja arvioi internetkäyttäjäkunnan olevan peräti 1.7 miljardia koko maailmassa, joista 400 miljoonaa Euroopassa (*Internet world stats*). *Digital music newsin* mukaan suosituimpia musiikkisivustoja huhtikuussa 2009 olivat muun muassa AOL (American OnLine) music ja MySpace music. Molempien kävijämäärät liikkuvat 28 miljoonan uniikin vierailijan tienoilla. Listan neljäntoista sijalta löytyy Last fm -sivusto vajaalla neljällä miljoonalla kävijällä (*Digital music news* 2009a). Vaikka kävijämäärien määrittely ja laskeminen on oma asiansa ja sisältää monia kritisointimahdollisuuksia, voi määriin suhtautua suuntaa antavina esimerkkeinä siitä, kuinka paljon ihmisiä Internetissä on mahdollista tavoittaa suhteellisen helposti. Steve Gordon pitääkin kotisivuja perinteisten, mainontaan tarkoitettujen ”pressikittien” (kokoelma erilaisia promootiotuotteita) halvempina vaihtoehtoina. Internet-edustus voi toimia artistille samanaikaisesti niin mainoksena, julkaisukanavana kuin informaatioresurssinakin. (Gordon 2008: 207). Daragh O'Reilly ja Kathy Doherty ovat samoilla linjoilla Gordonin kanssa verkkosivujen tärkeydestä yhtyeelle. Heidän mukaansa (2006: 156) kotisivut antavat yhtyeelle paitsi näkyvyyttä, myös mahdollisuuksia kontrolloida ja turvata yhtyeimagonsa kansainvälisillä markkinoilla.

MySpace (eli suomeksi: ”Minun Tilani”) perustettiin vuonna 2003 eUniverse (sittemmin Intermix Media) -markkinointiyhtiön työntekijöiden toimesta. Sivuston aloitus oli räjähdysmäinen, sillä eUniverse markkinoi sivustoa 20 miljoonalle käyttäjälleen ja sähköpostien tilaajille. Vuonna 2005 sivusto myytiin Rupert Murdochin News Corporation -mediajättille 580 miljoonan dollarin hintaan. Vuotta myöhemmin MySpacen arvioitiin (Tancer 2006) olevan Yhdysvaltojen Internet-käyttäjien suosituin sivusto. Elokuussa 2006 MySpaceen oli luotu jo satamiljoonaa käyttäjätiliä. (Wikipedia: MySpace).

MySpace tarjoaa ilmaisen mahdollisuuden luoda helpot kotisivut käyttäjilleen, olivatpa nämä sitten yksityishenkilöitä, yhtyeitä tai yrityksiä. Sivuille on mahdollista ladata tekstiä,

tiedostoja, kuvia, valokuvia, videoita, ääniä, musiikillisia teoksia ja muuta materiaalia sisällöksi. Sivuston kautta on myös mahdollista hankkia kavereita vaikkapa yhtyeen kannattajiksi.

5 Aineiston analyysi

Koska metodina on sisällönanalyysi, on haastattelumateriaalin litterointi suoritettu varsin vapaasti, sillä mielenkiintoni kohdistuu lauseiden taustalla oleviin merkityksiin ja niiden löytämiseen eikä siis vaadi tarkkaa tekstianalyysiä. Tarkoitukseni on analysoida haastattelumateriaalin sisältöä tutkimuskirjallisuuteen suhteutettuna. Niinpä lainaukset informanttini puheesta ovat pelkistettyjä. Tarkoituksena on keskittyä kulloisenkin lauseen asiasisältöön, eikä sanomistapaan. Olen poistanut haastattelumateriaalista taukoja, lisäsanoja ja ylimääräisiksi katsomiani kohtia. Olen käyttänyt tarkoituksessa jossain määrin standardisoitunutta kolmea väliviivaa (- - -) korvaamaan alkuperäisestä haastattelumateriaalista poistamiani kohtia. Olen myös luetuttanut litteraationi haastateltavallani, jotta haastattelumateriaalin asiasisältö olisi mahdollisimman relevantti.

Varsinaisen analyysin olen jakanut kuuteen osaan toimijoiden kentän mukaisesti. Ensin perehdyn toimijoiden kentän pääalueisiin: yhtyeen (haastateltavani) näkökulmiin, sitten musiikkiteollisuuteen, ja lopuksi musiikki-alueeseen. Näiden jälkeen käsittelen kolmen pääkohdan raja-alueilla sijaitsevat teemat, jotka nimellisesti ovat: sopimukset (yhtyeen ja musiikkiteollisuuden välillä), jakelu (musiikkiteollisuuden ja musiikin välillä), ja fanit ja Internet. Tällä tavalla toimijoiden kenttä avustaa siis paikoin varsin karkeankin aihealueiden jaon luojana selkeyttäen ja helpottaen eri osien hierarkisointia.

5.1 Yhtye

Musisoivien ihmisten kannalta Internet ja digitaalisuus ilmenevät hyvin monissa eri muodoissa ja toiminnoissa. Yleensä Internetiä käyttävät eniten ne henkilöt, joilla on jo kokemusta monipuolisesta käytöstä. Niinpä mielenkiinto siihen, milloin haastateltavani on aloittanut tietoverkkojen käyttämisen, liittyy olennaisesti myös hänen näkemyksiinsä siitä mitä ja kuinka paljon hän verkkoa käyttää. Erilaiset formaatteihin liittyvät kysymykset ovat nykyajan muusikoille perustavanlaatuisen tärkeitä. Esimerkiksi yhtyeiden itse julkaisemat esiintymistallenteet kuuluvat nykyään osaksi verkossa tapahtuvaa markkinointia, niin kuin erilaiset keskustelualueetkin. Keskustelualan viestiketjujen lukeminen ja mahdollinen kommentointi vie kuitenkin niin paljon aikaa, että yhden ihmisen voi olla vaikea lukea tai tehdä itse kaikkea. Entä mistä muusikot hankkivat tietonsa

Internetin mahdollisista julkaisu- ja markkinointikanavista?

5.1.1 Muusikot ja Internetin käytön aloittaminen

Haastateltavani Internet-käyttö on alkanut varsin myöhään, vasta vuosituhannen vaihteessa:

Sanotaanko näin, että mie sain ekan sähköpostiosoitteen 99 [1999] loppuvuodesta. Ja oikeestaan sitä ennen - - - ni jossain kirjaston koneella kävin kattomassa, että mitä sieltä löytyy. - - - Vaikka itelläki on tämmönen Commodore 64 - - - historia, - - - ni just tämmönen PC -hommat, ni en mie silloin ollu koneista kiinnostunu yhtään. - - - Sitten oikeestaan 2000-vuonna ekaa kertaa aloin käyttää enemmän konetta.

Haastateltavani on siis varsin myöhäisherännäinen netin käytön suhteen. Hän hankki ensimmäisen sähköpostiosoitteensa vasta hieman ennen vuosituhannen vaihdetta. Ennen sähköpostiosoitteen hankkimista hän oli kuitenkin jo käynyt tutustumassa Internetin saloihin ja syövereihin. Haastateltavallani oli aiempaa kokemusta Commodore 64 -tietokoneesta, mutta modernit PC:t (Personal Computer, tässä tarkoittamassa uudempia, niin sanottuja x86 -tietokoneita) alkoivat kiinnostaa vasta vuosituhannen vaihteen jälkeen.

Pohjois-Amerikassa oli vuonna 2002 mahdollista tavoittaa teoriassa jo yli puolet väestöstä. Haastateltavani suuremman innon alkaessa materiaalia oli siis kerääntynyt jo runsain määrin tietoverkkoon, sillä suurimmat isot ja useimmat pienet levy-yhtiöt olivat toimittaneet omia verkkosivujaan jo 1990-luvun puolivälistä alkaen. (Hull 2004: 256).

Digitaaliseen maailmaan tutustumisen jälkeen nuorella musiikintekijällä on hyvin pian edessään ja käytettävissään valtavat digitaalisuuden mahdollistamat keinot. Aloittelevien, nuorten musiikin tekijöiden kannalta haastateltavani kokee digiajan muodostuvan varsin ongelmalliseksi. Digitaalisuuden helppous voi hänen mielestään johtaa tilanteeseen, jossa mahdollisuuksien valtava määrä korvaa tietyt perusasiat. Hän ottaa esimerkiksi musiikkivideoiden tekemisen, missä efektien paljoudella ja videoeditoinnin tehokeinoilla yritetään korvata ääni- ja kuvakerronnan toimivia ja yhä digiaikanakin tarpeellisia perusteita:

Nuoret tekijät, ja uudet tekijät, niillä on semmoset perusasiat, mitä ei aikoinaan tekniikan vuoksi voinu toteuttaa - - - perusasiat unohtuu. Näkee oikeasti isolla rahalla tehtyjä, todella huonosti rytmitettyjä musiikkivideoita, jotka pilataan ihan vaan sillä, että - - - ei oo ideaa,

että on vaan iso raha, jolla pystytään tekemään ehkä hienon näköstä. Mutta se sitte kompastuu tuommoseen perusasiaan, silloin tulee semmonen fiilis että - - - se on se kääntöpuoli just siinä digiasioissa.

Perusasioiden unohtumisen ongelmaan saa mielenkiintoisen näkökulman Gerry Bloustienilta. Hän viittaa (2008: 199) musiikillisten tietojen ja taitojen kertyvän sosiaalisen kontekstin musiikkikokemuksiin ja -harrastuksiin uppoutumisesta. Hänen mielestään jokapäiväisen musiikin ja musiikillisten toimien sulautuminen hälventää musiikin tekemisen ja sen kuluttamisen välistä eroa. Kenties haastateltavani mainitsemien perusasioiden unohtaminen johtuukin siis eräänlaisesta harrastajuuden kasvusta musiikin parissa. Käytännössä tämä tarkoittaa siis sellaista tilannetta, missä jo hyvin vähäisellä tieto- ja taitomäärällä saa toisaalta tehtyä näyttävääkin materiaalia, toisaalta taas estetiikan ja kulttuurisen taiteen pohjalla olevien traditioiden tuntemisen puute voi tulla selvästi havaittavaksi. Tiettyjen asioiden omaksuminen käytännöiksi musiikin ja videoiden parissa vaatii kuitenkin oman aikansa ja panostuksena. Digiaikana tuo panostuksen määrä voi olla hyvinkin pieni halventuneen ja helpottuneen tekemisen vuoksi.

Miten haastateltavani kokee Internetin ja digitaalisuuden vaikuttaneen vasta-aloittelevien yhtyeiden lähtötilanteeseen?

Ei oo mitään tajua dynamiikasta eikä niinku balanssista. Et kaikki on vaan täysillä koko ajan. Ja levyllähän se on mahdollista ku voidaan mittareilla kattoo se että ”okei, tuolla alueella on vielä tilaa, et laitetaanpas tää toinen stemma sinne alueelle”.

Ku tulee uusia, nuoria bändejä ni ne kelaa, että ”semmoset, niinku levy soundit”. - - - mutta se että jos soittajat itekki kuvittelee että ne tulee jonnekki pieneen kuppilaan ne haluaa ne levyn soundit, jotka on tehty digitaalisilla systeemeillä, sinne on rakennettu niinku huoneet metrien tarkkuudella, niinku kaiut ja kaikki ni eihän siinä oo mitään järkeä.

Haastateltavani näkee digiajan vieneen varsinkin nuorilta yhtyeiltä dynamiikan ja tiettyjen musiikillisten elementtien tasapainon tajun. Hänen mielestään nykyaikana toimii oletusarvona digitekniikkaan luottaminen. Digitaalisuuden vaikutukset näkyvät haastateltavalleni musiikin mahdollisimman kovana volyymitasolla jopa esiintymistilanteissa. Digitekniikka on mahdollistanut entistä tarkemmat ja siten myös ”täydemmät” miksausukset (eri äänitaajuuksien voimakkuustasojen maksimointi) levyille. Nuorten artistien kuunnellessa tällaisia täyteen ahdettuja levyjä heidän vaatimuksensa myös elävien esiintymisten osilta muuttuvat. Haastateltavani mielestä on ongelmallista, että esimerkiksi studio-olosuhteissa nauhoitettuja tai digitaalisilla järjestelmillä

mallinnettuja tilakaikuja (reverb) edes yritetään saada aikaan vaikkapa pienessä ravintolassa esiintyessä. Tilanne on siis ikään kuin kääntynyt ylösalaisin vanhakantaisiin nauhoituksiin nähden, joissa äänitys yritettiin saada kuulostamaan realistiselta esiintymistilanteeseen verrattuna. Nykyään esiintymistilanne yritetään monesti saada kuulostamaan levytetyltä ja samalla siis tiukasti ja tarkasti ekvalisoidulta (taajuuskohtainen äänenvoimakkuuden säätö) ja efektoidulta studiolevytykseltä.

Bloustienin mielestä (2008: 199) nykyinen luovien alojen tekeminen tai yrittäminen vaatii myös uusia taitoja: tapahtuman järjestämistä, ongelmanratkaisua, organisaatiotaitoja, myyntitaitoja, jakelua ja mainostusta. Ruohonjuuritason tekeminen siis on jossain määrin muuttunut yhtä verkostoa suuremmaksi. Mahdollisuus tehdä yhä enemmän itse, varsinkin digitaalisessa Internetin maailmassa, on monille tekijöille tärkeä ja mielenkiintoinen haaste. Digitaalisuuden ansiosta monet entiset vain ammattilaisten taitamat tekemisen osa-alueet (kuten muun muassa graafinen suunnittelu, miksaus, masterointi, orkestraatio, laajamittainen mainostaminen) ovat tulleet mahdollisiksi kokeilla ja toteuttaa myös harrastajatasolla. Bloustien jatkaa (mt. 200) kertomalla, että menestyäkseen musiikin tai taiteen parissa täytyy huomioida esiintyminen, tuottaminen ja myynti. Hänen mielestään käynti nuorien tekijöiden verkkosivuilla paljastaa kohtien suhteutuvan toisiinsa varsin kiinteästi. Bloustien on siis samoilla linjoilla haastateltavani kanssa siitä, että ulkomusiikilliset asiat ovat tulleet yhä näkyvämmiksi ja tärkeämmiksi musiikillisessa tekemisessä. Osa ulkomusiikillisuuden lisänäkyvyydestä on varmaankin tullut juuri musiikkiin liittymättömien toimien yleisestä lisääntymisestä ihmisten elämässä. Esimerkiksi verkkosivustojen pitäminen ajankohtaisena tai esiintymisjulistaiden tekeminen vaatii oman aikansa ja vaivansa. Bloustienin mukaan (mt. 200) nykyinen tekeminen on kuitenkin tekijöilleen usein varsin mieluista, eivätkä tekijät välttämättä mieti saavansa tekemästään työstä palkkaa.

5.1.2 Internetin käytön monipuolisuus

Mitä Internetin käyttö ylipäänsä merkitsee informantilleni:

Lähes rajatonta mahdollisuutta niinku varsinkin ääni ja kuvatalleinteiden suhteen. Että kukapa olis kymmenen vuotta sitten uskonu, että ollaan edes tässä tilanteessa - - - musiikin jakelussa, kuvien, kaiken informaation - - - on olemassa varmasti henkilöitä jotka ei tuu enää toimeen ilman Internetiä, että se muokkaa niin vahvasti identiteettiä.

Haastateltavani mielestä Internet on siis tunkeutunut todella vahvasti musiikin välitykseen ja

ylipäänsä ei-niukkojen resurssien (informaatio) kentälle. Haastateltavani näkee digitaalisen teknologian saavutusten suhteen tilanteen olleen varsin ennalta-arvaamaton. Hänen mielestään Internet on joillekin ihmisille niin tärkeä, että sen olemassaolo muokkaa jopa ihmisen itseyyttä ja minäkuvaavaa, identiteettiä. Tässä mielessä monien Internet-ajan profeettojen utopistisetkin näkemykset ovat informanttini mielestä käyneet toteen. Muiden muassa Manuel Castells (2001: 276) viittaa Internetin edustaman uuden yhteiskunnan luomiin pelkoihin työttömyyteen, koulutukseen, sosiaaliseen turvaan, ja elämäntyyliin liittyen. Haastateltavani ei tosin katso itseään kuuluvaksi suurimpiin Internet-käyttäjien ryhmiin (joihin identiteetin, tai elämäntyylin muokkautuminen kenties vaikuttaa), vaan käyttää verkkoa pääasiassa töiden tekemiseen:

No se on, sanotaanko pääasiallisesti työväline, siis yhteydenpitoväline ja bändin kautta sitte niinku - - - mainoskanavat ja kaikki tällaset mutta tuota - - - huvikäyttöön käytän - - - voisko sanoa ehkä joku 20–30 prosenttia nettikäytöstä.

Työn puolestahan mie tietenki katon omia sivuja, ja päivitän noita meiän MySpace-sivuja. Mie niitä ikään niinku hoidan. Sitte vapaa-ajalla mie käyn kattomassa Deus-yhtyeen uusimmat kuulumiset. Silloin ku levy tuli ni silloin kävin aika paljonki siellä keskustelualueella. - - - Joskus harvoin Jannen lähettämiä hassuja linkkejä - - - Sitte mie käyn Veikkauksen sivuilla ja luen uutisia. En mie sillai niinku surffaile netissä. Aa, paitsi nykyään, usin harrastuksenihan on siis tää torrenttien [bit torrent – vertaisverkkosovelluksen käyttämien lähdetiedostojen] lataaminen. Mutta tässäki täytyy sanoa se, että lataan vaan sellasta matskua, jota ei oo myynnissä. Extra [ja] bootleg-matskua.

Työvälineenä Internet realisoituu haastateltavalleni enimmäkseen yhteydenpitokanavana, mutta myös yhtyeensä kautta mainoskäytössä, ja jonkin verran viihdekäyttöönkin sopivana. Työnteoksi hän laskee yhtyeen kotisivujen tarkkailun ja yhtyeen MySpace-sivun päivityksen. Vapaa-ajalla Internet tarjoaa haastateltavalleni viihdettä, kuten keskusteluja kiintoisasta aiheesta, hassuja linkkejä ja mielenkiintoisten tiedostojen lataamista. Internet toimii hänelle myös hyötytarkoituksessa veikkaamisen ja uutisten kautta.

Haastateltavani netinkäyttö voidaan siis jakaa pääasiassa kolmeen eri kategoriaan: työ, viihde, ja hyöty. Samankaltainen kolmijako on hyvin yleinen (muun muassa Internet in everyday life), vaikkakaan ei ainoa mahdollinen. Sähköpostittelu ja yhteydenpito voitaneen viestinnän sisällöstä riippuen laskea kuuluvaksi kaikkiin kategorioihin. Haastateltavani tietoverkkojen käyttö

on siis jakautunut varsin samankaltaisesti, kuin Manuel Castellsin (2001:193) tekemä kaavio vuoden 2000 yhdysvaltalaisen Internetin käyttötavoista osoittaa. Ainoana suurempana poikkeuksena nykypäivään voidaan pitää viihteen puuttumista Castellsin tekemästä kaaviosta. Myös Castells itse on huomionut (2001: 194) viihteen puuttumisen tilastosta. Käytännössä tuo viihteettömyys on johtunut vuosituhanen alkuvaiheen tietoverkon varsin rajoittuneista siirtomääristä, mikä teki paljon tietoa sisältävät verkkopalvelut (kuten videosovellukset, tai ”virtausteknologialla” toimivat palvelut) mahdottomiksi.

Yhtyeiden kenties tärkeimpänä promootiokanavana virtuaalimaailmassa toimivat yhtyeen omat kotisivut. Absoluuttisen nollapisteen kotisivut saivat alkunsa varsin aikaisessa vaiheessa:

Jaska Järvilehto 98–99, piti nollapiste-sivua, ekaa, epävirallista - - - Se teki Absoluuttisen nollapisteen sivut. - - - Kyllä mie varmaan 98 sitten jo heti tiesin, että bändillä on sivut - - - Sehän on niinku fanilehti. Voi käyä lukemassa historiaa ja niinku uutta materiaalia tulee ja tämmöstä. - - - Suonna Kononen alko lähetteleen matskua sinne, Jaskalle.

Jaska varmaan tuli jossain vaiheessa kysymään keikalla, että onko ok että hällä on tämmönen sivusto siellä, me tiettiin kyllä jo se sivuston olemassaolo, eikä siellä mitään semmosta epäilyttävää ollu, etteikö sitä vois olla. - - - Juhani ja Aitomaan Matti - - - ne alko tekeen sitte nollalistan [Absoluuttiseen nollapisteeseen keskittynyt keskustelupalsta] rinnalle Nollapiste-sivuja, Jaskan sivujen pohjalta. Ja silloin Juhani otti yhteyttä, että voisko bändi jotenki osallistua sivujen tekemiseen? - - - Tommihan oli ihan innoissaan, että - - - kaikkihan voi laittaa nettiin - - - Omalle palvelimelle vasta vuonna 2005, jollonka sitte nimeksi tuli absoluuttinen nollapiste piste fi.

Yhtyeen ensimmäiset kotisivut, epäviralliset tosin, olivat verkossa jo ennen vuosituhanen vaihdetta. Haastateltavani muistelee tienneensä sivuista jo hyvin varhaisessa vaiheessa. Kotisivujen pitäjä oli kysynyt yhtyeen jäseniltä suostumuksen sivujen olemassaoloon. Jäsenet olivat jo tienneet sivujen olemassaolosta ja tiesivät, ettei sivustolla ollut mitään kyseenalaista, joten sivusto sai myös yhtyeen hyväksynnän. Ensimmäiset sivut olivat pohjautuneet lähinnä keskustelupalstaan, niin sanottuun ”nollalistaan”. Yhtyeen osallistumista oli kysytty siinä vaiheessa, kun nollalistan rinnalle oli alettu tehdä varsinaisia, informatiivisia kotisivuja. Yhtyeen nimellä varustetun verkko-osoitteen kotisivut saivat vasta vuonna 2005, omalle palvelimelle siirron yhteydessä.

Tarkastelemani yhtyeen kannalta yhteydenpitoon liittyvät seikat ovat erittäin tärkeitä, sillä yhtyeen jäsenet asuvat eri paikkakunnilla. Yhtyeen harjoitustilat sijaitsevat Tampereella, joten

harjoitusaikojen sopiminen voi vaatia suurta kommunikaatiomäärää kaikille sopivien aikojen löytämiseksi. Yhtye alkoi käyttää digitaalisen teknologian mahdollistamia, sähköpostia parempia yhteydenpitokeinoja hyväkseen vasta varsin myöhäisessä vaiheessa:

Ei hirveesti pietty [yhteyttä], meillä oli sähköposti - - - 2007 vuoteen asti se oli ihan sillai että lähetettiin sähköpostia, et millon on treenejä tai jotain tommosta - - - sekään ei ollu sitte se oikea kanava kertoa, että oisko treenit sillon ja tällön. Mutta 2007 me piettiin - - - oikeestaan se koko ep [extended play, eli”pidennetty soitto”. Sinkkujulkaisua laajempi formaatti] melkein ni suurimmaksi osaksi treenattiin netissä - - - omalla irc -kanavalla, käytiin reenejä, jokainen oli kämpillä - - - Se oli niinku sovittu että sinä ja sinä päivänä ja sillon ja sillon ollaan kaikki loggautuneena sinne.

Sitte Iris [levy] 2007 syksyllä, sitäki tehtiin samalla lailla, että alettiin käyttään tuota irkkihommaa. Ja kyllä sen jälkeen ollaan käyty sähköpostissa lähetetty demoja. Sanotaanko että kyllähän meillä demot on liikkunu sähköpostissa - - - 2003 vuodesta asti. Se että ku kaikki ei ollu niin aktiivisia sähköpostin käyttäjiä ni siinäki oli semmosia tiettyjä ongelmia, että ”mitä, eksie oo kolmeen viikkoon kattonu sähköpostia?”. Että siinä mielessä se on kyllä helepottannu tuota tekoa.

Nyt uusimpana on Google Wave, joka ei kyllä lähteny oikeen liikkeelle. - - - mua ärsyttää se, että pitää aina joku uus järjestelmä - - - opetella. - - - Mutta itse pidän kyllä että nää niinku face-to-face-kokoukset on aina parhaita, koska siellä - - - pääsee jotenki syvemmälle asioissa. [Sähköinen viestintä] on niinku hyvä lisä, mutta toivottavasti se ei mee siihen että se on niinku ainoa keino pitää yhteyttä ja niinku kokousta.

Yhtye on siis käynyt varsin monia eri yhteydenpitovaihtoehtoja läpi. Alkuaikoina koulun käytävillä sovitut soittoharjoitukset sovitaan nykyään digitaalisessa maailmassa tai puhelimessa. Vuoteen 2007 asti harjoitusten sopiminen tapahtui sähköpostilla, mikä ei kuitenkaan ollut toimiva ratkaisu. Vuodesta 2007 asti yhtye on käynyt uudet kappaleideat läpi omalla irc-kanavalla [Internet relay chat]. Sähköposti on toiminut vuodesta 2003 lähtien demojen lähettämässä. Sähköpostin ongelmana oli joidenkin yhtyeen jäsenten vähäinen netin käyttö. Kolmen viikon tauko sähköpostien lukemisessa tarkoitti, että demot jäivät kuuntelematta. Toistaiseksi uusimpana viestintäkeinona yhtyeellä on kokeilussa Google Wave, mutta jatkuvasti uusiutuvien ohjelmien opettelu on käynyt jo turhauttavaksi. Haastateltavalleni kasvotusten tapahtuvat kokoukset ovat mieleisimpiä, sillä niissä

käsitellään asiat paremmin ja monipuolisemmin. Virtuaalimaailman viestintä toimii haastateltavalleni hyvänä lisänä reaali maailman keskusteluihin. Hän kuitenkin toivoo, ettei sähköinen viestintä täysin korvaa normaalia kommunikointia.

Manuel Castells kirjoittaa Internetin näytelleen positiivista roolia kaukosuhteiden ylläpidossa. Hänen mielestään sähköposti toimii oivana keinona olla olemassa silloinkin, kun ei joka päivä jaksaisi syvempää kommunikointia. Toisaalta Castellsille Internet näyttäytyy myös verkostoituneen individualismin tukirakenteena: vaikka Internet ei luokaan verkostoitunutta ihmistä, se antaa materiaalista tukea verkostoituneen ihmisen sosialisoitumiselle. Ihmiset luovat verkostojaan ollessaan netissä, mutta myös sen ulkopuolella mielenkiintojensa, arvojensa, kiintymyksiensä ja projektiansa pohjalta. Castellsin mielestä Internetin joustavuus ja erilaiset kommunikaatiomahdollisuudet tulevat olemaan yhä tärkeämmässä roolissa sosiaalisessa järjestäytymisessä. (Castells 2001: 130–131).

Tutkielmani kannalta on tärkeää huomata, kuinka yhtye tietoisesti etsii uusia, parempia väyliä myös sähköiseen viestintään. Internet siis toimii haastateltavanikin mielestä joustavasti normaalin, kasvotusten tapahtuvan kommunikoinnin tukipilarina auttaen eri paikkakunnilla asuvia yhtyeen jäseniä yhteydenpidossa. Huomionarvoista on myös se, kuinka yhtye on käytännössä käyttänyt Internetin monipuolisuutta ja joustavuutta hyväkseen: sähköpostin ongelmat korvataan vaihtamalla kommunikointikanavaa (tässä tapauksessa luomalla oma irc-kanava). Toisaalta tässä on selkeästi nähtävissä sähköpostin ongelma vielä nykyaikanakin: sähköposti on varsin toimiva ja nopea ratkaisu vain, jos kaikki ovat sitoutuneet sen jatkuvaan tarkistamiseen ja käyttämiseen. Niinpä ei olekaan ihme, että reaaliaikaiset sovellukset (kuten irc, joka tekstipohjaisena kommunikaatiokanavana vaatii hyvin vähän siirtokaistaa ja siten myös toimii hyvin nopeasti) ovat olleet yhtyeelle kätevämpi vaihtoehto mielipiteiden vaihtamiseen ja yleiseen keskusteluun.

5.1.3 Aika ennen Internetiä

Puhuttaessa Internetistä ja musiikista nousee keskeiselle sijalle kysymys erilaisista formaateista. Vielä tälläkin hetkellä kenties suosituin digitaalinen tiedostomuoto on jo vuonna 1993 julkaistu MP3, joka siis on häviöllinen äänenpakkausmenetelmä. Sen suosio perustuu pitkälti Internetin vaatimukseen, eli käytännössä pieneksi pakattuun kokoon, mikä taas mahdollistaa tiedostojen helpon ja nopean siirtämisen verkossa.

Haastateltavalleni pakatut tiedostomuodot toimivat mainiosti tarkoituksessaan: kappaleet liikkuvat digitaalisessa muodossa todella nopeasti jäseneltä toiselle. Tilanne on erityisen hyvä

varsinkin demovaiheessa. Toisaalta haastateltavani haluaa parasta mahdollista laatua silloin, kun todella kuuntelee musiikkia. Muusikkonäkökulma tulee hyvin esille haastateltavani verratessa miltä kappaleen pitäisi kuulostaa siihen, ettei mikään tämänhetkinen formaatti kykene täsmällisesti tuottamaan haluttua kuulokuvaa: ”*Se on vaan niin hurjaa, et jos ajatellaan että kuluttaja ostaa CD:n ni eihän se vastaa sitä todellista, mitä ne jätkät on fiilistelly - - - studion tarkkaamossa.*” CD- ja LP-levyissäkin siis oli ja on aina omat puutteensa muusikon näkökulmasta, eli mistään uudesta, vain digitaalisuuteen liittyvästä ilmiöstä ei voida puhua. Haastateltavani näkee varsinaisen kuuntelutilanteen varsin yksioikoisena siten, että haluaa kuunnella musiikkinsa mahdollisimman laadukkaasti: ”*kun on kerran mahollisuus - - - ni kyllä sitä sois, että ne levyt sois sillai niinku ne on tarkotettu.*”

Internetin yleistymisen jälkeen varsinkin MP3-formaatti levisi kaikkialle kotistereosta autostereoihin ja tiedostosoittimista matkapuhelimiin saakka. Mutta millaista olikaan aikana ennen suoraa MP3-nauhoitusmahdollisuutta ja sitä seuraavaa suhteellisen helppoa verkkojakamista? Muusikon näkökulmasta formaattien muuttuminen on kuitenkin johtanut parempaan:

No sehän on aika karua matskua mitä C-kasetillekki tallentuu jossain reenikämpällä, varmaan siitä ollaan joskus käyty jotain keskustelua että ”tähän kuullostaa vielä paskemmalta ku se C-kasetti”, että ku se menee - - - ku C-kasetin säröt vielä tuplaantuu jollain digisäröllä, jos se on tarpeeksi pakattua - - - siitä ei enää saa mitään tolkkua [selvää].

Joskus ihan alkuaikoina, ku niitä biisejä tuli sähköpostiin ni täyty tehdä sillai, että mie poltin ne CD:lle ja annoin Tommille. - - - Että ensin vedetään C-kasetille reeneissä, sitte joku Aake laittaa ne mp3:ksi nettiin, josta mie teen CD:n Tommille, jota se kuuntelee sitte kämpillä. - - - Se on nyt jo muuttunu, parempaan päin.

Nykyhetkeen verrattuna haastateltavalleni vanha käytäntö, C-kasetille nauhoittaminen, näyttäytyy hyvin huonolaatuisena nauhoituskeinona. Hän tosin huomauttaa myös digitaalisuuden huonoudesta tiettyjen raja-arvojen ollessa alhaiset. Huono digitaalinen nauhoite voi olla jopa huonompi, kuin magneettinen C-kasettinauhoitus. Yhtyeen alkuaikoina harjoitukset nauhoitettiin ensin C-kasetille, jonka joku yhtyeen jäsenistä muunsi MP3-formaattiin ja laittoi verkkoon jakoon. Tämän jälkeen joku (usein haastateltavani itse) joutui vielä polttamaan MP3-tiedostot CD-levylle yhtyeen laulajan takia. Nykyään tilanne on parempi, sillä yhtyeen laulajan hankittua tietokoneen koko ketju nauhoituksista kuunteluun tapahtuu digitaalisesti. Aiemmat käytännöt ovat muuttuneet

hyvin positiivisesti ainakin kahdella tavalla. Yhtyeen laulaja on siirtynyt aiemmasta kasettipohjaisesta demojen tekemisestä suoraan digitaaliseen tekemiseen, mikä on käytännössä poistanut aikaa ja vaivaa vievän välivaiheen demojen välittymisestä muille jäsenille. Myös yhtyeen kitaristin ongelmat nauhoittaa kappaleideat kotona ovat poistuneet pitkälti samasta syystä: ”*sen on niin helppo tehdä kaikki koneella ja lähettää vaikka nuotit perässä.*” Haastateltavani siis näkee digitaalisuuden poistaneen varsin konkreettisen tarpeen kääntää demot formaatista toiseen, jotta kaikki saisivat ne mahdollisimman nopeasti (ja riittävällä laadulla) harjoitusten jälkeen kuunneltaviksi.

Käytännön toimissa Internetin ja digitaalisuuden mahdollistamista parannuksista nousevat esiin muun muassa helpottunut tekeminen, laadukkaampi tulos ja halventunut hinta:

No ne on ollu nuo videopätkät niinku minun - - - masinoimia ollu. Mie oon Hokkasen kans tehny 2007 vuodesta lähtien kaikki videomatskut. - - - Huomasin sillon 2006–2007, että nykyään miten helppoa se on, siinä mielessä digiaika on - - - tää on oikeasti helppoa tehdä, tää ei oo mitään semmosta että otat m7-salkun [videokameran] lainaan ja sitte kuvataan ja sitte kämäsellä [huonolla] helevetin kalliilla VHS-editillä teet niinku todella surkeeta matskua, niinku nykymittapuussa aatellen, että ihan pro matskua [”ammattilaisjälkeä”] pystyy tekeen pienellä [budjetilla]. - - - Pitkästä aikaa meillä eka musavideo taas tuli [Piste ihmisessä, 2007 EP-levyltä] - - - sen budjetti, siis ihan mitä konkreettisesti käytettiin rahaa, nyt ei puhuta niinku työtunneista - - - se makso 24 euroa. Se kuitenkin näytettiin kymmenisen kertaa YLEllä. - - - se [musiikkivideo] on kuvattuki jopa semmosella kämäsellä [huonolla] digikameralla. Semmosella kahen ja puolen sadan euron digikameralla.

Haastateltavani siis vastaa ja on vastannut yhtyeen musiikkivideoiden tekemisestä yhdessä ystävänsä Pauli Hokkasen kanssa jo vuodesta 2007. Internetissä tapahtuneet muutokset videoiden suhteen ovat varsin tuore ilmiö, sillä vielä vuosituhannen alussa videopalvelut (kuten vaikkapa suosittu Youtube-sivusto) eivät olleet mahdollisia alhaisten siirtonopeuksien vuoksi (Castells 2001: 192). Digiajan tuomat muutokset näkyvät haastateltavalleni varsin konkreettisesti kuvanlaadun parantumisenä ja kustannusten pienentymisenä. Hän mainitsee videon näkyneen Yleisradion ohjelmistossakin, mikä käytännössä tarkoittaa tarpeeksi laadukasta tuotosta. Vaikka nykyään on erityisen helppoa saada videonsa julkaistua (vaikkapa Youtubessa tai Vimeossa) ja siten ihmisille vapaasti katsottavaksi, Ylen mainitseminen viittaa mielestäni myös eräänlaiseen auktoriteettien olemassaoloon. Standardit ovat varsin erilaiset puhuttaessa valtakunnallisesta viestintäorganisaatiosta ja kanavista, joille kuka tahansa voi lähettää oikeastaan mitä tahansa.

Lawrence Lessig (2004: 35) vahvistaa haastateltavani sanat digitaalisuuden halpuudesta käyttäessään erään analyytikon sanoja: ”viisi vuotta sitten hyvä digitaalinen videoeditointisysteemi maksoi 25000 dollaria. Nykyään saa ammattimaista jälkeä aikaan 595 dollarilla.” Vain pari vuotta myöhemmin ammattimaista jälkeä sai siis aikaan vain kahden ja puolensadan kameralla ja kahdenkymmenen neljän euron budjetilla. Kehitys on ollut hyvin samankaltainen myös äänityslaitteistojen osalta. Hintojen tippuminen ja tekemisen halventuminen on siis varsin konkreettisesti yksi digitaalisuuden ja Internetin avustamista muutoksista myös haastateltavani mielestä.

Yhtyeen kotisivujen video-osio sisältää tätä kirjoittaessa kahdeksantoista videota, joista neljä on musiikkivideoita, kaksi promootiovideota, neljä esiintymistaltiointia, neljä studiopäiväkirjavideota, yksi kiertuevideo ja kaksi laulajan sooloprojektiin liittyvää videota, sekä yhden kirjailijahaastattelun (yhtyeen laulajasta). Lisäksi haastateltavani on ollut mukana koostamassa ja toteuttamassa yhtyeen tähänastisesta taipaleesta kertovan tupla DVD-levyn ”Arkistokuvaa 1992–2008”. (Absoluuttinen nollapiste: Videot).

5.1.4 Muusikoiden uudet toimintatavat

Miltä sitten näyttää nykyaikainen soittamisen aloittaminen? Millaisia ongelmia haastateltavani näkee tänä päivänä aloittavien yhtyeiden saavan eteensä? Entä miten ylipäänsä tilanne on muusikkojen näkökulmasta muuttunut suhteessa Absoluuttisen Nollapisteen alkuaikoihin?

Vaikeammaksi - - - sen myötä, että nykyään on tarjontaa niin paljon. Ni voi kuvitella vaan, että kuluttaja, kautta sitte toimijat musiikkibisneksessä, elikkä keikkamyymäjät, keikkojen ostajat, levy-yhtiöihmiset, ni on yhä vaikeampi päästä - - - että joku oikeasti kiinnostuu.

Jos on taitava kaveri ni hypen saa aikaseksi mistä tahansa. Sitte se vaan, että pystyykö lunastaan ne [odotukset]. - - - en mie kyllä ymmärrä, miten mekään silloin päästiin mihinkään, mutta että - - - jos nyt ois nuori, ni ehkä sitä virtaa ois ja ois tieto-taitoa ja ois jaksanu nähä vaivaa ja värkätä ja kaikkea. Koska kyllähän silloinkin näki, siihen ympäristöön nähden, ni tehtiin kaikennäköistä. - - - Sanotaanko näin, että nykyään bändiltä odotetaan ehkä enemmän. Niillä pitää olla hallussa myös - - - kaikkeen muuhun semmoseen, ku soittamiseen pitää alkaa olla jo [kunnossa, hallinnassa, mietittynä].

Mut kyllä varmaan joku - - - bändit, mistä saatto aikasemmin vaan haaveilla, että joku

Etelä-Suomesta kuulis meidän bändiä, nykyään se on jo aika helppoa. - - - Tuntee vaan jotain tyyppjä, ni sanoo, että käy kattoo meidän MySpace-sivu.- - - julkasematon bändi voi nousta aika isoksikin - - - just sen takia, että se [suosio, maine] voi levitä niin nopeasti. - - Jos perusasiat on kunnossa, ni silloin se voi toimia.

Haastateltavani mielestä nykyaikana aloittavilla yhtyeillä on siis edessään vaikeampi tie kuin ennen. Suurimmaksi alan ongelmaksi hän näkee hurjasti lisääntyneen tarjonnan määrän. Hänen mielestään on yhä vaikeampi saada niin kuluttajia, kuin musiikkiteollisuuden toimijoitakin kiinnostumaan uudesta yhtyeestä. Haastateltavani mielestä nykyaikana yhtyeiden odotetaan osallistuvan ja hallitsevan enemmän myös ulkomusiikillisten asioiden hoitamista. Hänen mielestään ajallinen vertailu on kuitenkin hieman vaikeaa. Myös ennen piti jaksaa tehdä monia asioita yhtyeen eteen, ja suuri osa jaksamisesta liittyy nuoruuden intoon. Haastateltavani mielestä yksi nykyajan suurimpia etuja on Internetin mahdollistama musiikin levitys ja yhtyeestä tiedottaminen. Aikana ennen MySpace- tai kotisivuja yhtyeillä oli vaikeuksia saada musiikkiaan kuuluville vaikkapa toiselle puolelle Suomea, mikä ei enää nykyään ole oikeastaan minkäänlainen haaste. Internet mahdollistaa varsin nopean tiedonvälityksen ja mainostuksen verrattuna esimerkiksi yhtyeen alkuaikoihin. Internet ei kuitenkaan poista perusasioiden tärkeyttä tai merkitystä ylipäänsä, vaan tarjoaa helpon, halvan, ja nopean yhteyskanavan.

Kun uusi äänilevy on nauhoitettu ja tuotettu, on nykyään pakollista miettiä, missä formaateissa se aiotaan julkaista. Nykyisellä musiikin verkkokauppojen aikakaudella levyjen julkaisuvaatimukset ovat varsin erilaiset, kuin vaikkapa C-kasetti- tai LP-levy -aikakausina. Yhtyeillä on kuitenkin hyvin vähän sanomista julkaisuformaattiin:

CD tulee ja se on levy-yhtiö aika paljo päättää siitä, että mitä voi tehdä. Jotain livepätkiä, ni nehän on MP3:sia ollu sitte, mitä on nettisivuilla ollu - - - tai MySpacessa. Ja mie nään sen MySpacen sillai itekki ku kuluttajana kattoo, ni ei niitten oo tarkoituskaan olla - - - parasta mahdollista laatua, koska ne on semmosia, että sie käyt kuunteleen - - - jos se ei oo semmosta että sie sen äänen tason [laadun] takia sie niinkun hylkää sen, ni sinne riittää kyllä semmonen hyvätasoinen mp3:kin.

En mie tuota formaattiajattelua oo ite ajatellu muutaku sen, että pakattu on aina pakattua ja se niinkun huonontaa sitä, se helpottaa käyttöä, mutta - - - mie en halua tarjota semmosta lopputuotetta, joka on laadultaan huonompaa kun mitä se vois olla.

Levy-yhtiön sananvalta on siis suurin, levytys- ja julkaisusopimuksista riippuen. Yhtyeen kohdalla jotkut elävän esiintymisen nauhoitteet ovat olleet pakatussa muodossa, kuten myös verkossa olevat kappaleet. Haastateltavani mielestä verkossa julkaistavien promootionauhoitusten ei tarvitse olla laadullisesti parasta mahdollista, oletuksena kuitenkin, ettei laatu alita tiettyä minivaatimusta. Hänelle verkossa julkaistavat nauhoitukset toimivat siis ikään kuin lisämateriaalina, eikä Internet niinkään edusta varsinaista julkaisukanavaa levyille, tai yksittäisille kappaleille. Geoffrey Hull (2004: 266) ei näe formaatin muodostuvan ongelmaksi (ei vaikka vuonna 2004 formaatit olivat laadullisesti hyvinkin paljon nykyisiä huonompia), vaan sanoo kuluttajien olevan kiinnostuneita kulttuurisesta tuotteesta, eikä erityisesti tuon tuotteen jostakin tietystä, muovisesta versiosta. Haastateltavallani on toisaalta hyvin samankaltainen lähestymistapa asiaan, mutta sillä tärkeällä erotuksella, että hänelle formaatin tarjoamalla laadulla on paljonkin väliä. Kenties formaatin laadun voi laskea kuuluvaksi niihin asioihin, joita musiikin tekijät joutuvat miettimään, kun taas akateemisille tai musiikin kuuntelijoille formaatti on enemmänkin alati vaihtuva julkaisuväline kulttuuriselle tuotokselle. Musiikin tekijän näkökulmasta formaatti siis näyttäytyy ennen kaikkea tavoitteena saavuttaa artistin kappaleilleen haluama kuulokuva.

Mielenkiintoisena huomiona yhtyeen kotisivuilta mainittakoon yhtyeen tuleva C-kasettijulkaisu ”Demo 3”, jonka kappaleet ovat levyiltä löytymättömiä, vanhoilta demonauhoilta tehtyjä löytöjä (Absoluuttinen nollapiste: Demo 3). Kasettijulkaisun syytä eivät kotisivut paljasta, mutta Diu Dau Tapes -kasettiyhtiön kotisivut kertovat kasetteihin liittyvän omanlaistansa estetiikkaa (Diu Dau Tapes). Toisaalta esimerkiksi kasetteihin liittyen on huomioitava, ettei niiden äänenlaatu yksinään ole riittävä selitys niiden maineeseen huonolaatuisena formaattina. Teknologian kehitys on nähtävissä hyvin selkeinä parannuksina varsinkin budjettitason äänityksissä ja niiden toistossa. Niinpä kasettien saama maine huonolaatuisena formaattina voikin johtua pitkälti myös käytettävissä olleista nauhoitus- ja toistovälineistä, ei niinkään formaatista.

Internet on mahdollistanut paitsi nopeamman, myös monipuolisemman tiedonvälityksen. Muusikoille lisääntynyt ja monipuolistunut tiedonvälitys näkyy esimerkiksi lisääntyneinä mahdollisuuksina saada ja löytää tietoa:

Ku meihin liittyvää matskua, ni kyllä mie sen luen netistä melkein kaikki, mikä mulle sattuu niinku silmään, tai mie nään jonku linkin jostain. Se [netti] on jopa siinä mielessä helpottanu asiaa, et nykyään ei tartte kaikkia niitä lehtiä ostaa, tai mennä tuonne kyyryssä lukeen kauppaan tai kirjastoon. Niin monet lehet jossain välissä ilmestyy nettiin, ni ne on helppo lukea sieltä. - - - Ulkolaisista bändeistä saa niin paljo juttua, voit lukea ulkolaisista lehdistä ja lähteistä, jota ei aikasemmin ollu mahollisesti millään tavalla saatavilla

Suomessa.

Nettilehtien myötä se kirjottelu on myös sitten - - - laajentunu, että nykyään tulee sitten semmosta huonoa kirjottelua paljon enemmän. - - - Vaikka se on nettilehti, ni sille annetaan painoarvoa, vaikka hahmo ois kuka tahansa, kuka sinne kirjottaa, et sillä ei oo välttämättä mitään ammattitaitoa. - - - Painettuun lehteen kirjetettua matskua - - - kyllä mulla siinä pieni arvostuksen nousu on, verrattuna sitten pelkästään nettijulkasuun. - - - Kyllä netissäki tulee - - - hyviäki kirjoituksia.

Haastateltavani kertoo lukevansa oikeastaan kaiken yhtyettään koskevan uutisoinnin, minkä vain sattuu löytämään tai huomioimaan. Hänen mielestään Internet on helpottanut ja halventanut yhtyettä koskevan uutisoinnin seuraamista, sillä monet paperillakin ilmestyvät lehdet julkaisevat lehtiään myös digitaalisessa muodossa. Digitaaliset lehdet taas osiltaan poistavat tarvetta ostaa paperiversio lehdestä, mutta myös vähentävät tarvetta lukea lehteä salaa myyntipisteissä. Netin kansainvälisyys taas mahdollistaa sellaistenkin lehtien lueskelun, mitä ei aiemmin ollut missään saatavilla.

Digitaalisen lehtien yleistymisen myötä haastateltavani on myös huomannut verkossa tapahtuvan kirjoittelun laajentuneen varsinkin huonolaatuisen kirjoittamisen piirille. Verkkolehdenäkin saa helposti painoarvoa ja lukijoita huolimatta siitä, minkälainen tausta tai agenda kirjoittajilla on. Haastateltavalleni painettu, paperinen julkaisu on jossain määrin arvokkaampi ja luotettavampi, kuin verkkojulkaisu. Toisaalta hän huomauttaa, että verkossakin tulee vastaan hyvälaatuisia kirjoituksia.

Yhtyeen kotisivut paljastavat varsin konkreettisesti Internetin mahdollisuuden sisällyttää hyvin laajan määrän monenkaltaista tietoa verkkosivuille. Muun muassa yhtyeestä kirjoitetut artikkelit on lueteltu vuodesta 1992 asti (Absoluuttinen nollapiste: Artikkelit). Lisäksi sivustolla on tietoja ja linkkejä yhtyeen radiohaastatteluihin, TV-esiintymisiin, ja yhtyettä käsitteleviin kirjoihin. (Absoluuttinen nollapiste: Bandi). Kotisivut siis tarjoavat yhtyeestä kiinnostuneelle varsin kätevän paikan löytää yhtyettä koskevaa uutisointia tai kirjoituksia.

Tietoa verkon erilaisista mahdollisuuksista ja kanavista tulee muusikolle perinteisin menetelmin kavereiden kautta:

Kyllähän ne tulee - - - ihan kavereilta, joku Aake ja Janne - - - jotka kuitenkin käyttää paljon enemmän nettiä. Juhani. - - - Sosiaalisen verkoston kautta - - - luotettavat tahot. Ja sitten, joskus tulee jos ite seuraa jotain bändiä ja huomaa että - - - ne on tehny jotain - - - ni

sitä kautta sitten [jäljittelee].

Internetiin liittyvät tiedotuskanavat ja erilaiset mahdollisuudet siis valikoituvat haastateltavalleni erityisesti sosiaalisten verkostojen kautta. Luotettavat tahot tarjoavat laadukasta ja hyödyllistä informaatiota. Myös omien toimien kautta saa hyödyllisiä ideoita tai pääsee jonkin mielenkiintoisen asian jäljille.

5.1.5 Yhteenvetoa

Yhtyeen kannalta Internetin tuomat muutokset näkyvät siis ennen kaikkea yhteydenpitoon liittyvissä asioissa ja tekemisen yleisenä halventumisena, sillä monet asiat on nykyään mahdollista hoitaa vaikka kotisohvalla istuen. Toisaalta ulkomusiikilliset asiat vievät nykyään helpommin yhä enemmän aikaa, mikä voi nuorien tekijöiden kohdalla olla hyvinkin ongelmallista. Tietyt perusasiat saattavat unohtua tai jäädä kunnolla miettimättä, varsinkin kun yleinen vaatimustaso yhä laajempien asioiden osaamiselle kasvaa. Tietoverkko on mahdollistanut kivijalkakauppoja laajemman valikoiman esimerkiksi erilaisten lehtien tai vastaavien julkaisujen seuraamiseen, mikä omalta osaltaan helpottaa yhtyeestä tapahtuvan uutisoinnin seuraamista. Internet tarjoaa muusikoille myös mahdollisuuden ilmaiseen mainostukseen niin sosiaalisen median sivustojen kuin yhtyeen virallisten kotisivujenkin kautta. Digitaaliset tiedostomuodot näyttäytyvät muusikon näkökulmasta kätevinä vaihtoehtoina esimerkiksi tiedostonsiirtojen nopeuden suhteen, vaikka perustaviin laatumieltymyksiin ne eivät sinänsä vaikutakaan. Kyseessä olevan yhtyeen kohdalla eri formaatteihin liittyvät julkaisumuodotkaan eivät sinänsä ole ajankohtaisia, sillä levy-yhtiö hoitaa äänitteisiin liittyvät kysymykset hyvin pitkälle omien käytäntöjensä mukaisesti. Internet tosin tarjoaa mahdollisuuden sekä lisämateriaalin sijoittamiselle (esimerkiksi verkkokeskustelut) että yhtyeen ulkopuolisen materiaalin halvalle ja tarkoin tietyille lukija- ja kuulijakunnalle suunnatun materiaalin mainostukseen.

5.2 Musiikkiteollisuus

Manuel Castellsin (2001: 75) mukaan sähköisen kaupankäynnin ydin on Internet-pohjaisessa, interaktiivisessa tuottajien, kuluttajien, ja palveluntarjoajien verkostossa. Internetissä on helppoa selailta laajoja tietokantoja näppärästi kotoa. Monet palvelut tarjoavat alennustuotteita esimerkiksi kuluttajan omiin genremieltymyksiin pohjaten. Muun muassa Amazon-verkkokauppa tarjoaa myös

vaihtoehtoisia tuotteita muun ostajakunnan mieltymysten mukaisesti. Castellsille (2001: 77) tällaisen verkkokaupankäynnin ideana on kustomointi eli yksilöinti. Kulttuuriset erot ja maailmanlaajuisen kysynnän vaihtelevuus tekevät mahdottomaksi standardisoida ja valmistaa massoittain tuotteita kysynnän tyydyttämiseksi. Yksilöinnin ja määrän oikea suhde saavutetaan hänen mukaansa laajalla verkostoituneella tuotannolla ja yksilöimällä lopputuote asiakkaalle sopivaksi. (mt. 77). Internet on siten mahdollistanut, tai ehkä paremminkin edesauttanut maailmanlaajuisen, mutta silti yksilöllisten markkinoiden syntymisen. Yhdistettynä lähestulkoon reaaliaikaiseen ostamiseen moderni verkkokauppa on kukoistuksessaan.

5.2.1 Verkkokaupankäynti

Haastateltavalleni verkkokauppa näyttäytyy jossain määrin liiankin helppona tienä löytää mielenkiintoisia asioita, erityisesti CD- ja DVD-levyjä: *”meet johonki [sivustolle] ja tilaillet siellä ja huomaat, ku tulee kämpille että - - - kaksataa neljäkymppiä [240€] on tilattu jotain levyjä ja DVDitä.”* Heräteostosten helppouden takia hän pyrkii pitämään verkko-ostelunsa kurissa.

On huomioitava, että iän karttuessa levyostoksien määrä voi vähentyä radikaalistikin kaiken muun toiminnan vaatiessa yhä enemmän aikaa huolimatta siitä, että käytettävissä olevat rahavarat lisääntyvät. Nuoruudessa levyjen etsintään ja hankintaan on yleensä voinut käyttää enemmän aikaa ja vaivaa. Muusikon näkökulmasta levyjen ostotilanne on kaikessa mielenkiintoisuudessaan hyvin kaksijakoinen:

Sepä siinä onki, ettei oo tehty tutkimusta, siitä että mikä kohderyhmä on lopettanu sen - - - levyn oston. Ja mie luulen, että - - - hahmot - - - jotka ois saattanu ostaa - - - jos se [levyn ostaminen] ois ollu ainoa tie. Mutta nykyään kun se [ei ole] - - - kyllähän nuoriso ostaa, siitähän kertoo J-rockin [japanilaisrockin] myynnit, Suomessa myydään niinku kultalevyn verran jotain ihan tuntematonta japanilaista, mut siihen liittyy niin vahvasti se nuoruus ja pitää olla konkreettista. Se on ihan sama että ostaksie pinssin vai ostaksie levyn. Siinä tulee kaikki se oheismatsku matkassa. Nykyäänhän levyjä ostaa paljon mieluummin jos sulla on joku hieno pakkaus tai siinä on jotain spesiaalia mukana.

Haastateltavani näkee levyostoksissa tapahtuneen muutosta juuri ilmaisten kuuntelukanavien yleistymisen myötä. Toisaalta hän viittaa nuorten J-rock-ilmioon, josta on havaittavissa, että nuoret ostavat levyjä, mutta hajonta saattaa olla suurentunut maailmanlaajuisen valikoiman takia.

Haastateltavani kertoo myös nykyään ostavansa mieluummin levyjä, joissa on jotakin erikoista: hieno pakkaus tai erikoislisämateriaalia.

Graeme Turnerin tutkimus voi auttaa ymmärtämään ostokäyttäytymisen muuttumista. Turnerin Australiaan sijoittunut tutkimus huomioi nuorille suunnattujen soittolistojen katoamisen radioaalloilta yhdeksänkymmentäluvulle tultaessa. (Turner 1993: 143–144). Sen lisäksi, ettei radio tarjoa nuorille mielekästä kuunneltavaa, Internetin suosio ja helppous on mahdollistanut J-rockin kaltaisen ilmiön ja siihen liittyvän ostokäyttäytymisen muutoksen. Kun yhtälöön lisää Spotifyn ja MySpacen kaltaiset, ilmaista kuuntelu-aikaa tarjoavat ohjelmistot ja sivustot, on helppoa huomata, että levykaupat eivät ehkä enää vetoa ihmisiin kuten ennen. Radiotoimintakin saattaa kärsiä Last FM:n ja muiden vastaavien sivustojen lisätessä suosiotaan. Niiden kautta voi jokainen Internet-yhteyden omaava rakentaa oman soittolistansa tai kuunnella lukuisia jo olemassa olevia soittolistoja. William Fisherin (2004: 28) mukaan tällaisen valinnanmahdollisuuden olemassaolo johtaa kulttuurisen monimuotoisuuden kautta yleisempään tyytyväisyyteen, sillä ihmisten ei tarvitse rajoittua kuuntelemaan kaupallisia radiokanavia ja niiden soittolistoja. Niinpä kuluttajista tulee hänen mukaansa aktiivisempia, arvostelukykyisempiä ja eläväisempiä.

Digitaalinen myynti on ollut maailmanlaajuisessa kasvussa jo useita vuosia. Digitaalisen musiikin myynti näyttää kuitenkin musiikin tekijälle varsin ongelmallisena:

Ei meidän musaan, musassa oo vaikuttanu - - - edelleenkään mie en tiedä tarkkaan että - - - mikä on se prosessi, minkä perusteella meille pitäis tulla rahaa, ja kuinka paljon esimerkiksi joku Anttilan netstoren niinku MP3:sten myynti on. En ainakaan myönnä nähneeni yhtään lappua, jossa näkyis että mie oon saanu yhtään senttiä niinku nettimyynnistä. Ja se on valitettavaa, koska ihmiset kuvittelee, että artisti saa jotenki enemmän, ku tässä ei käytetä mitään fyysistä levyä niinku välikädessä. Todellisuudessahan se menee niin, että suurimman osan rahasta vie se palvelun tarjoaja. Ei ees levy-yhtiö, vaan palvelun tarjoaja netissä. Hinnat on lähtökohtasestikin jo pienempiä - - - palvelun tarjoajilla. Ja sitten se prosentti, mikä esimerkiksi iTunesissa tulee artistille, ni sehän on paljon - - - vähemmän, ku mitä ne [artistit] saa fyysisestä levymyynnistä.

Se idea on hyvä, mutta mie pahoin pelkään, ja oon tommosia - - - sisäpiiriläisten skeptisiä sivuja käyny lukemassa, että miten se menee se oikeasti - - - totta kai tässäki yhteydessä on tahot jotka siitä [nettimyynnistä] hyötyy, ja todella paljon, mut ne ei oo artistit, valitettavasti.

Haastateltavani ei siis tiedä, miten yhteensä kohdalla verkkoon liittyvät palkkiot menevät. Ilmeisesti heidän levy-yhtiönsä ei palkkioissaan erittele verkkotuloja. Haastateltavani mielestä verkkokaupoista hyötyvät eniten verkkopalvelun tarjoajat. Yhtyeen ja levy-yhtiön lisäksi normaalia halvemmilla hinnoilla kappaleita myyvän verkkokaupan tuloilla on siis yksi ylimääräinen jakaja, vaikka fyysistä levyä ei vaihdetakaan. Verkkokauppojen olemassaolon haastateltavani näkee idealtaan hyvänä, mutta pelkää että artistit jäävät nuolemaan näppejään, vaikka suuret rahat liikkuvatkin. Steve Gordonin mukaan (2008: 204) verkkokauppojen myyntiin vaikuttavat paitsi sopimukselliset seikat, myös levy-yhtiöiden haluttomuus päästää artistit suuremmille osingoille. Hän kertoo kotikopiointilain (Audio Home Recording Act) sisältämistä palkkio-osuuksista ja erityisesti huomauttaa musiikin tekijöiden ja tuottajien osuuden jakautumisesta (kolmasosa koko lain tuotoista). Levy-yhtiöiden osa kyseisestä osuudesta on Gordonin mukaan kuusikymmentä prosenttia, ja artistit saavat loput neljäkymmentä prosenttia. Artistit saavat siis varsin suuren osan kotikopiointilain perusteella kerätyistä rahoista verrattuna esimerkiksi tavallisiin levytyssopimuksiin, joissa artistien osuudeksi varsinaisesta levymyynnistä on määritelty vain kymmenestä viiteentoista prosenttia. (Gordon 2008: 204). Jari Muikku näkee tilanteen Suomessa hieman toisin. Hänen mukaansa (2001: 325) Suomen tukijärjestelmien kehitys paransi nimenomaan pienten yhtiöiden toimintaedellytyksiä, kun taas suurten yhtiöiden tuotantopäätöksiin kasettimaksu- ja radiosoihtokorvausrahoilla ei juuri ollut vaikutusta. Muikkukin tosin huomioi (mt. 326) tilanteen muuttuneen 1990-luvulla monikansallisten yhtiöiden ottaessa myös Suomen markkinat haltuun.

5.2.2 Musiikin verkkokauppa

Haastateltavani kokee Internetin hyvänä mainoskanavana ja -keinona. Hän haluaa kuitenkin tarjota myös perinteisen kanavan levyjakelulle: *”kyllä mie edelleenkin haluaisin jotenkin sen levymyynnin, - - - Et siitä syntyis semmonen oikea asiakassuhde, että sie tuut ku johonki vanhaan kauppaan.”* Toisaalta hänen mielestään Internet tarjoaa myyntipaikkana mahdollisuuden kivijalkakauppoja monipuolisempaan levymyyntiin. Verkkokaupoissa on mahdollista pitää myynnissä vaikka koko yhtyeen repertoaaria erikoispainoksineen: *”et sieltä voi ostaa sen ja sen levyn, tai uuden levyn tai jonku bonus DVD:n.”* Haastateltavani kaipaa kuitenkin tietynlaisen lämminhenkisen asiakassuhteen syntymistä, mikä voi verkkokaupan osalta olla ongelmallista.

Verkkokaupat mahdollistavat paitsi koko diskografian, myös vaikka jokaisen jäsenen itse koostaman suosikkikokoelman myymisen. Toisaalta erikoisjulkaisut kiinnostavat musiikin tekijöitä, olipa myyntikanava mikä tahansa:

Jotenki semmoseen - - - ois haluja lähteä tekeen sitä [myyntiä] sillai [keikkojen yhteydessä]. - - - et sie tilaa sitä ”islas canarias” -paitaa, vaikka sie voisit - - - se tarkoitus on se, että sulla on se paita, että sie oot käyny siellä. - - - Ois tavallaan hienoa, että sulla on jotain matskua, et kuka tahansa voi saada ton, sitte ku sie tuut keikalle ni saat jotain spessua, voit ostaa vain ja ainoastaan sieltä. Sillon siinä toteutuu se, millä sie voit oikeasti brassailla - - - et ”ei tätä myyty ku siellä Pohjois-Suomen kiertueella”. Meillähän oli - - - Suljettu-kiertue, ni me myytiin yhtä tiettyä paitaa vain niillä - - - keikoilla. Kyllä mie itte, niinku kuluttajana aattelen, että hienoa saaha joku spessu-painos [erikoispainos] jostain.

Yhtye on miettinyt erikoisjulkaisujen myyntiä muun muassa esiintymisten yhteydessä. Haastateltavani näkee esiintymistilanteen kokemuksellisenä tapahtumana, joka vertautuu ulkomaanmatkoihin muun muassa ulkomaanmatkoilta ostettavien paitojen muistoarvon takia. Haastateltavani näkee hienona, että tietty erikoismateriaali on ostettavissa ainoastaan esiintymisten yhteydessä, jolloin esimerkiksi tietyn kiertueen paidalle tulee enemmän tunnearvoa esiintymismuistojen kautta. Yhtye on jo kokeillut erikoismyyntiä Suljettu-levyn kiertueella syksyllä 2001, jolloin esiintymisten yhteydessä oli ostettavissa vain tuon kiertueen ajan myyty paita. Haastateltavani mielestä erikoispainoksien tai -materiaalin hankkiminen ja omistaminen on kokemuksellisesti hienoa.

Yhtyeen kotisivut paljastavat heidän seuraavan Demo 3 -nimisen julkaisun olevan myynnissä ainoastaan esiintymisten yhteydessä, joten erikoispainosmyynti ei siis koske pelkästään paitoja. Yhtyeen omilla kotisivuilla on myös käytössä Renki-puoti, josta voi tilata yhtyeen kannatuspaitoja. Paidat ja julisteet ovat myynnissä myös yhtyeen esiintymisten yhteydessä. Kotisivujen kautta ei varsinaisesti voi tilata yhtyeen levyjä, mutta sivuilla on ilmoitus ja linkki yhtyeen levyjä ja singlejä myyvään verkkolevykauppaan. Tämä järjestely johtuu todennäköisesti sekä tehdyistä sopimuksista että käytännön järjestelyistä.

Duchêne ja Waelbroeck (2006: 576) ovat samoilla linjoilla haastateltavani kanssa. Heidän mielestään lisämateriaalien tuottaminen voisi myös toimia ratkaisuna piratismiongelmaan. Artistit voisivat tarjota sellaisia lisäominaisuuksia, mitä kopioidussa levytyksessä ei olisi: kannet, kuvia, koodin verkkosivuille, foorumeita, dokumentteja, lisää musiikkia ja alennuksia esiintymisistä. Käytännössä Duchêne ja Waelbroeck puhuvat hyvin samankaltaisista, kokemuksellisista asioista, kuin haastateltavani. Heidän mielestään mahdollisuus tarjota tunnus ja salasana lisämateriaalia sisältäville sivuille asettaa digitaaliset tuotteet kisaan, jossa lisäarvoa sisältävästä tuotteesta tulee henkilökohtainen hyödyke. Toisaalta ulkomusiikillisuuden lisääntyessä hyödykemarkkinat

muuttuvat Duchênen ja Waelbroeckin mielestä yhä enemmän palvelumarkkinoiksi. Esimerkkinä nykyisestä musiikkimarkkinoiden muutoksesta he käyttävät MP3-piste-com-sivustoa, joka tarjoaa musiikkiin lisäarvoa tuovia palveluita.

Internet tarjoaa artisteille varsin toimivan mahdollisuuden pitää vaikkapa koko repertoariaan tarjolla, esiintymistaltiointeja unohtamatta. Andertonin mukaan (2006: 180) näissä kaupallisissa bootleg-äänityksissä on kuitenkin omat vikansa. Editoimattomat esiintymistallenteet tarkoittavat joillekin esiintyjille artistisesta vapaudesta luopumista, ja jotkut esiintyjät eivät ole valmiita uhraukseen. Toinen ongelma nousee tehtyjen sopimusten ja levittämisen ongelmasta. Käytännössä ongelma ilmenee siis esiintymistallenteiden oikeuksien saamisessa myynnin laillistamiseksi. Kolmas Andertonin näkemä haittapuoli on mahdollinen tulojen menetys virallisista elävän esiintymisen levyistä. Anderton on kuitenkin vakuuttunut siitä, että fanit arvostavat pitämäänsä yhtyettä siten, että käytännössä lakkaavat levittämästä omia, laittomia bootleg-äänityksiään virallisten esiintymistallenteiden ilmestyessä. Andertonin mukaan (2006: 181) esiintymistallenteet, niin laittomat kuin laillisetkin, itse asiassa toimivat mainoksina myös kiertueiden aikaan ja tuovat näin esiintymistilanteisiin enemmän yleisöä. Anderton on siis samoilla linjoilla, kuin haastateltavani elävän esiintymistilanteen toimivuudesta ainutlaatuisena, kokemuksellisenä tapahtumana.

5.2.3 Muutos mainostuksessa

Kun uusi levy julkaistaan, sitä yleensä markkinoidaan. Internet on mahdollistanut erittäin halvan vaihtoehdon perinteisille mainostuskanaville (tv, lehdet, radio). Duchêne ja Waelbroeck jakavat (2006: 566) musiikillisten tuotteiden myyntiä edistävät kanavat informaatiota työntäviin ("information-push") ja informaatiota vetäviin ("information-pull"). He pitävät informaatiota työntävinä teknologioina perinteisiä markkinointi- ja promootiokanavia ja tapaa, jossa firmat sysäävät informaatiokulunsa lopputuotteen kokonaishintaan ja siten kuluttajan maksettaviksi. Informaatiovetoisilla teknologioilla Duchêne ja Waelbroeck taas tarkoittavat kuluttajalähtöisiä välineitä tai sovelluksia, kuten vaikkapa vertaisverkkosovelluksia (p2p). Niiden avulla kuluttajat itse etsivät tietonsa heitä kiinnostavista tuotteista. Kyseessä on siis varsin perinteinen jako aktiivisen ja passiivisen kuluttajan välillä sillä erotuksella, että Duchêne ja Waelbroeck soveltavat linjausta teknologioihin. Aihe (musiikin eri markkinointikanavat) on kuitenkin varsin ajankohtainen myös suomalaisille musiikin tekijöille. Informaatiota työntävien ja vetävien teknologioiden suhde mietityttää varsin käytännöllisellä tasolla:

Puhuttiin viime levyn yhteydessä levy-yhtiön kans - - - et luovutaanko osasta - - - lehtimainontaa. - - - mun mielestä lehtimainonta on niin last season. - - - Onhan lehdelläkin - - - oma juttunsa, mutta aina jos ei oo selkeesti ideaa [mainokselle], ni parempi mieluummin vaikka jättää mainostamatta. - - - Ne on kalliita. - - - Netissä sitte taas, ku niin vähällä vaivalla sie saat vedettyä ne niinku kaikki [saa suuren näkyvyyden]. Mie oon semmoset ilmeisimmät pyrkiny [ilmoittamaan tai julkaisemaan] - - - MySpacea ku pitää, ni todella rasittavaa et joltain bändiltä tulee niinku viikottain - - - flyereita, mainoksia ja tämmösiä. Siinä tulee semmonen, että - - - nyt riittää.

Geoffrey Hull jaottelee erilaiset mainontavälineet siten, että tärkeimpinä mainoskanavina hän pitää radiota, televisiota ja elokuvia. Ihmiset eivät Hullin mukaan osta levyä ennen kuin ovat kuulleet sen joko kokonaan tai edes osia siitä. Hull jättääkin printtimedian ”kaukaiselle neljännelle sijalle” musiikkimainonnan hierarkiassa, mutta toteaa levy-yhtiöiden olevan varsin haluttomia luopumaan siitä. (Hull 2004: 254). Myös Ruotsin independent-musiikin parissa vallitsee hyvin samankaltainen linja: Internet toimii vain yhtenä osana mainostusta, ja indie-yhtiöt aktiivisesti hakevat näkyvyyttä valtamedioiden portinvartijoiden parissa (Baym & Burnett 2009: 441). Sama ei näytä pätevän Suomessa, ainakaan haastateltavani mielestä. Hän kertoo yhtyeen ja levy-yhtiön keskustelleen lehtimainonnan osittaisesta lopettamisesta. Internet on mahdollistanut oikeastaan ilmaisen mainostamisen (varsinkin, jos mainoksen tekemiseen kulunutta aikaa ei lasketa palkalliseksi) siinä, missä lehtimainokset ovat vielä nykyäänkin varsin kalliita. Haastateltavani mielestä verkko mahdollistaa helposti myös laajan kohdeyleisön. Toisaalta myös digitaalisessa maailmassa vallitsee varsin perinteiset säännöt tarjonnan ja ylitarjonnan suhteen. Niinpä esimerkiksi haastateltavani pyrkii tiedottamaan vain asiasta informaatioähkyä estääkseen.

Duchênen ja Waelbroeckin mukaan (2006 : 576) informaatiota vetävät teknologiat mahdollistavat artisteille tuotteidensa jakelun ilman massiivisia sijoituksia marketointiin ja promootioon. Siten uusi teknologia myös antaa näkyvyyttä ja avaa markkinoita uusille artisteille ja pienille jakeluyhtiöille. Vertaisverkot siis mahdollistavat lisänäkyvyyden saamisen varsin pienellä vaivalla. Duchênen ja Waelbroeckin mielestä (mt. 576) vertaisverkot voivatkin lisätä markkinoilla olevien tuotteiden määrää tarjoamalla paitsi tuloja, myös näkyvyyttä uusille artisteille.

Teknologinen kehitys ja ennen kaikkea Internet on siis ainakin periaatteessa mahdollistanut suuremman näkyvyyden myös pienille toimijoille. Geoffrey Hull (2004: 253) mainitsee Time Warner -yhtiön halukkuudesta omien viihdetuotteidensa ristimainontaan ja siitä mahdollisesti saatavaan synergiaan. Kansainvälisten mediajättien kohdalla tilanne on siis varsin erilainen kuin

Suomessa. Osittaisina syinä Suomen erilaisuuteen vaikuttavat kansakuntamme pieni koko ja kielialueemme vähäinen merkitys kansainväliseen levymyyntiin. Myös suomalaisen yhtyeen on mietittävä mainostusta:

Lähinnä se toimii sillai, että on ne mainokset - - - meki tehtiin trailer-video, ja sitten ilmoitus siitä - - - mahdollisimman laajasti. - - - Ja sitten mahdollisesti joku pieni ruutu [banneri] laitetaan vaikka jollekki. - - - Pyritään siihen, että sitä ei mainosteta niinku koko ajan - - - ku bändi ilmottaa, ni joku miettii et ”hetkinen, näistä ei oo vuoteen kuulu mitään”, ni paljo enemmän painoarvoa sillä [mainoksella]. - - - Aake hoitaa Facebookia taas, mie tuon MySpacen ja sitten - - - Youtubessa ja Vimeossa on ne videot. - - - Kyllä mie niitä etin silloin, kun uutta levyä tehtiin, et mitä kaikkea tämmösiä yhteisöpalveluja oli - - - mutta siinäkin tulee taas se - - - että onko aikaa alkaa rakentaan jokaiselle yhteisöpalvelulle niinku oma [sivu tai profiili]. Ja ennen kaikkea: onko aikaa päivittää. Koska ei myöskään semmoista halua, että viimeinen sisäänkirjautuminen neljä kuukautta sitten, ja siellä on joku vanha uutinen.

On mielenkiintoista havaita, että yhtye pyrkii tietoisesti pitämään tiedottamisen taajuuden minimissä ja painottaa uutisoinnin laatua. Julkaistessaan ainoastaan tärkeitä tiedotteita yhtye toivoo ihmisten kiinnittävän huomiotaan muutamiin tarkoin valittuihin ilmoituksiin sen sijaan, että he (tai heidän levy-yhtiönsä) alkaisivat kilvoitella uutisoinnin ja tiedottamisen suurella määrällä. Relevantin tiedon julkistaminen voikin toimia eräänlaisena huomiomerkinä nykyisenkaltaisessa mediamaailmassa, jossa periaatteessa ”kaikki on julkistamisen arvoista”. Haastateltavani kertoo yhtyeelle muodostuneen työnjakoa erilaisten verkkosovellusten ja -sivustojen osalta. Mahdollisuuksia on monia, ja niinpä yhtye onkin suhteellisen tarkoin miettinyt verkossa käyttämänsä mainostuskanavat, perustuen myös eri sivustojen ylläpitovaatimuksiin. Käytännössä kyse on siis ajankäytöstä ja siitä kuinka usein eri sivustot on päivitettävä tai pitäisi päivittää. Vanhentunutta tietoa haastateltavani ei yhtyeensä sivuille halua. Siitä kertoo myös yhtyeen kotisivujen päivityshistoria (Absoluuttinen nollapiste: Päivitykset). Viisikymmentäneljä (merkittyä) päivitystä marraskuuhun mennessä vuodelta 2010 puoltaa haastateltavani haluja ajankohtaiseen ja toimivaan sivustoon.

5.2.4 Laatu ennen kaikkea

Yksi tapa ottaa selvää, ovatko esimerkiksi uuden levyn kappaleet julkistamisen arvoisia, tai millaista palautetta ne ylipäänsä saavat, on koekuunteluttaa levy tai sen kappaleita yhtyeen ulkopuolisilla ihmisillä. Internet on pienentänyt haastateltavani maailmaa varsin tuntuvalta tavalla. Ennen Internetin suurta suosiota jopa Espoon kilo (kaupunginosa) on tuntunut varsin kaukaiselta, eikä haastateltavani isovelji ole saanut koekuunteluun lähellekään kaikkea materiaalia. Nykyään haastateltavani voi helposti laittaa veljelleen reaaliajassa viestin, ja kappaleetkin liikkuvat hetkessä melkein maapallon toisella puolella sijaitsevan Chilen pääkaupunkiin. Tässä näkyy varsin konkreettisesti yksi merkittävimmistä Internetin tahdittamista muutoksista: tiedonvälityksen hurja nopeutuminen.

Musiikin tekijälle yleisöpalautte on aina mielenkiintoista, mutta ennakkokuuntelumahdollisuudet sisältävät omat pohtimisen arvoiset seikkansa:

Mie jotenki karsastan sitä - - - koekuuntelutusta - - - potentiaalisilla ostajilla, mulla tulee vähän semmonen raadollinen, Bon Jovin - - - koekuuntelijaryhmät [mieleen] - - - niinku Idols, Popstars: ihmiset saa ite valita mitä ne haluaa. - - - Ei mun mielestä musiikki, taidemuoto - - - et jos me tehdään puhtaasti viihdettä, ni se voidaan tehdä niinku - - - ja saahaan täsmätuotettua.

Haastateltavani kertoo, ettei ole koekuuntelutuksen ystäviä, vaan kokee sen kapitalistisen viihteen tekemisenä eikä taideorientoituneena toimintana. Hänen mielestään musiikki on taidemuoto, jossa kaupallisuus ei ole ensimmäisenä mielessä oleva motivaatio tekemiselle. Täsmätuottaminen johtaa taiteen sijaan viihteseen, jonka sisältöön artistilla on vähemmän sanottavaa kuin yleisöllä.

Mielenkiintoiseksi Idols- ja Popstars -ohjelmiin viittaamisen tekee myös noiden ohjelmaformaattien perinteisyys, jopa tietynlainen vanhanaikaisuus. Ryanin ja Hughesin mukaan (2006: 246) digitaalisuus on vaikuttanut musiikin tuottamiseen ja levittämiseen muun muassa mahdollistamalla uusia tekotapoja ja tuottamistapojen hierarkioita. Heille uudenlainen, digitaalinen tekeminen näyttäytyy vanhoista päätöksentekoketjuista irtautumisena. Toisaalta myös Ryan ja Hughes näkevät täsmätuotetut artistit ja levytykset useimmiten menestyksekkäämpinä kuin itse tuotetut levyt. Haastateltavallani on olemassa samankaltainen ajatus siitä, että täsmätuottaminen johtaa suurempiin ostajamääriin, jo tietynlaisen ennakkokuuntelukäytännön kautta. Ryan ja Hughes

näkevät teknologiset uudistukset myös haastateltavani mainitseman taide-viihde-jaottelun kannalta. Heidän mukaansa (mt. 248) digitaalisuuden mahdollistama itsetuottaminen voi estää liiallisia välikäsien muokkaushaluja, mikä taas johtaa enemmän artistin halujen mukaisen musiikin syntymiseen. Toisaalta on syytä pitää mielessä se, että taide-viihde-jaottelu on täysin subjektiivinen asia. Esimerkiksi Simon Frithiä (1987: 137) mukaillakseni perinteinen rock-musiikki on jo lähtökohtaisesti kaupallista ja siten sillä on myös tietty viihteellisyyselementti. Vaikka jaottelu ei siis sinänsä kenties pohjaakaan objektiivisuuteen, jaottelun merkitys voi toisaalta olla hyvinkin tärkeässä asemassa musiikin luomistilanteessa. Toisaalta koekuuntelun mahdollistaminen Internetissä on helpompaa kuin koskaan ennen, mikä voi palautteen kautta toimia joillekin artisteille enemmän heidän halujensa mukaisen musiikin syntymiseen. Useilla keskustelupalstoilla (muun muassa muusikoiden.net ja basso -sivustoilla) on käytössä omat viestiketjunsä kävijöiden itsetekemälle musiikille. Muiden käyttäjien mielipiteet voivat toimia joillekin artisteille varsin oivallisena palautteen lähteenä esimerkiksi miksausien hyviä tai huonoja puolia ruodittaessa.

Entistä halvempi tekeminen näkyy digitaalisuuden aikakautena muun muassa ulkomusiikillisen materiaalin lisääntymisenä CD- ja DVD-levyillä (Duchêne & Waelbroeck 2006: 576). Toisaalta mahdollisuus tarjota lisämateriaalia on monille artisteille hyvin tervetullut lisä itsensä toteuttamiseen ja taiteellisten päämäärien saavuttamiseen. Haastateltavalleni, muusikkona ja sisällöntuottajana, mahdollinen lisämateriaali sisältää kuitenkin mietittävää:

Se on mun mielestä ihan hienoa, että varsinki metallipuolella nähnyt niitä levyjä, että - - - siitä saa ostaa ”karvalakkiversion”, mutta sitte sie saat jollain ihan kahella-kolmella [eurolla] lisää, niin sie saat DVD:n lisäksi, jossa [DVD:ssä] on sitte live-pätkiä tai dokumentti levyn teosta.

Kyllä uuden levynkin kohdalla mietittiin, että voisiko sitä tehdä, mutta siinä on - - - se kuitenkin maksaa jonku verran, ja se että mitä siihen haluaa - - - onko aikaa tehdä, jaksoa [jaksamista] ois tehdäkki ikään ku ilmaista työtä - - - sen eteen että saat jonkun puolen tunnin dokkarin, koska ei se hirveesti vaadi enää, mutta se että onko kellään enää aikaa. - - - kaikki mitä julkastaan, noin niinku virallisia teitä, että joku maksaa siitä ja kaikkee, ni sen [materiaalin] pitäis olla hyvää matskua, eikä mikään semmonen, että rec päälle ja [kuvaamaan] - - - et niitäki DVD:tä on nähty, ihan siis ei mitään boonusmatskua, vaan ihan varta vasten DVD:tä, että siinä ois pitäny editoijan käydä aika rankalla kädellä [materiaali] uudelleen läpi.

Haastateltavani näkee positiivisena eri mahdollisuuksien lisääntyneen määrän. Muun muassa levyn tarjoaminen sekä äänilevynä että äänilevyn ja lisämateriaalia sisältävän DVD-levyn paketteina näkyy hänelle varsin positiivisena kehityssuuntana. Yhtye on käynyt keskusteluja yhdistelmäpaketin tekemisestä ja julkaisemisesta, mutta toistaiseksi niin rahalliset kuin ajallisetkin kustannukset mietityttävät. Esimerkiksi levynteosta kertovan dokumentin tekemisestä kun ei varsinaista tekopalkkiota ole luvassa. Haastateltavani mielestä myös lisämateriaalin tulisi olla riittävän laadukasta. Pelkkä raakavideomateriaali ei hänen mukaansa ole riittävää. Tietynlaisen vaatimustason täytyy siis ylittyä, ennen kuin materiaali on julkaisukelpoista.

Haastateltavani on koostanut ja toteuttanut Pauli Hokkasen ja Tommi Liimatan kanssa yhteelleen ”Arkistokuvaa 1992–2008” kaksois-DVD-materiaalipaketin, joka kenties olisi ollut mahdollista julkaista myös levyn yhteydessä, mutta joka on kuitenkin julkaistu omana kokonaisuutenaan. (Absoluuttinen nollapiste: Arkistokuvaa).

Internet on tarjonnut paitsi uuden promootiokanavan, myös täysin uuden ja uudenlaisen julkaisukanavan. Esimerkiksi suosittu *Radiohead*-yhtye julkaisi *In Rainbows* -levynsä vuonna 2007 aluksi vain verkkolevitykseen. Verkkojulkaisun jälkeen he tosin julkistivat myös useita erilaisia levypaketteja (Wikipedia: *In_Rainbows*). Haastateltavani mielestä pelkän verkkolevityksen saavalla materiaalilla on omat ongelmansa:

Se toimii jos on tiedossa - - - ensinnäkin on semmonen asema jo [suosio], että se on mahdollista. - - - Täytyy olla sopivan iso bändi - - - ja täytyy olla tarjottavana myös sitte - - - kuinkahan monen vinyylin ja cd:n ja dvd:n paketti - - - niitä maailmanlaajuisesti tilataan niin paljon, että siinä jää - - - viivan yläpuolelle aika paljon massia [tuottoa] - - - ni sillonhan sen pystyy tekemään. - - - Ja se on ihan hieno juttu, mutta - - - siinä pitää olla aika kova usko siihen, että se matsku on niin hyvää, ja ihmiset on niin moraalisia, että ne antaa jotain [maksuksi] aina.

[kiinnostaako tehdä vastaava kokeilu Absoluuttisen nollapisteen kanssa?]

Joo, mua ehkä enemmänki houkuttaa viedä se pidemmälle siinä mielessä, että - - -[artistin rauha] voitais varmentaa, ettei sen [artistin] tarvii nähä puolta vuotta tai vuosi - - - vaivaa, ja sitte se toteaakin, ettei kukaan halua antaa vastalahjaa [maksaa] - - - niin mieluummin tehdä sitten semmonen, että - - - sie voit ostaa sen [levyn] ennakkoon - - - ennenku bändi on - - - käyttäny siihen mitään, niin se on ostettu se levy. - - - Siinä tullaan mun mielestä - - - oikeisiin asioihin - - - tartutaan, että siinä on kyse bändin ja sen kuuntelijan luottamussuhteesta. Se voi luottaa siihen että ”mä haluan kuulla tän seuraavanki levyn”. Ja

tuommosessa yhteydessä just siihen, että kun tilaat ennakkoon ni saat jotain lisämatskua. - - - Sillon tekijällä ois jonkinlainen [pohja, varmuus] - - - ei tulis koko ajan semmosta fiilistä, et tää on - - - hyppy tuntemattomaan. - - - Pienemmillä artisteilla varsinki se on hyvä. Sillon voidaan heti alussa nähdä, että - - - kolmekymmentä ihmistä on kiinnostunu, - - - no saatte rahanne takasin, ei tästä nyt oikeen tullu mitään. Et sitte me tehään se jollaki toisella tavalla.

Että bändi tietäis että heitä arvostetaan - - - haluaa niinku palkita [yleisön] - - - ja sillonhan se on - - - molempia tyydyttävä kauppa.

Haastateltavani kokee levyn verkkojulkaisemisen olevan sitä helpompaa, mitä suurempi artisti on kyseessä. Toisaalta hänen mukaansa pitää löytyä luottamusta ihmisten moraaliin, eli siihen että ihmiset ovat valmiita maksamaan tuotoksesta edes jotakin. Pienille artisteille hän on kehitellyt mallia, jossa yhtyeen fanit ikään kuin rahoittaisivat yhtyeen levyntekoprosessia jo etukäteen. Ennakoiva rahoitusmalli tarjoaisi yhtyeelle rauhallisemman mielen ja vakaammat ajatukset poistamalla artistin odotusaikaa studio- ja levyntekokustannusten ja levymyynnin ja siitä saatavien tulojen väliltä. Levyn ennakko-ostamista kannustaisi vielä artistin tarjoama lisämateriaali kiitokseksi luottamuksen osoittamisesta. Toisaalta ennakkomyynti voisi myös kertoa artistille, ettei levynteko kannatakaan, jolloin suunnitteille tulisi toisenlainen toiminta- ja toteutusmalli. Ennakkomaksumallissa yhtye tietäisi jo etukäteen yleisön odottavan (vielä tekemätöntä) levyä, mikä taas ajaisi yhtyettä palkitsemaan levynsä odottajat. Haastateltavani mielestä tällainen toimintamalli voisi johtaa molempia osapuolia, tekijöitä ja kuluttajia, tyydyttävään ja palkitsevaan (palkintona lisämateriaali) kauppaan.

5.2.5 Yhteenvetoa

Musiikkiin liittyvänä kauppapaikkana Internet siis näyttäytyy hyvin monipuolisina mahdollisuuksina. Yhtyeet voivat paitsi laittaa koko tuotantonsa verkkoon tarjolle, myös tarjota perinteisten levytysten rinnalla monia erikoispainoksia. Toisaalta verkkokauppojen virtuaalinen helppous voi omalta osaltaan johtaa liiallisiin heräteostoksiin ja toimia siten yhtä lähtöperiaatettaan (helppo saatavuus) vastaan. Verkkokauppojen virtuaalisuudesta voi myös jäädä puuttumaan tietynlainen kotoisuus ja kokemuksellisuus, mikä osittain voi huonontaa tai jopa poistaa mahdollisen ostoaikomuksen. Internetissä tapahtuvan kaupan tulojen jakautuminen voi olla artistien

kannalta hyvinkin epäselvää tai näyttäytyä jopa varsin yksipuolisesti vain levy-yhtiöille kannattavana toimintana. Rahan liikkeisiin liittyvät toimet tietoverkossa ovat muutenkin varsin kaksijakoiset: Internet mahdollistaa musiikin kuuntelemisen ilmaiseksi, mikä osaltaan vähentää levymyyntiä; toisaalta se tekee myös pienille toimijoille mahdolliseksi saada tuotteilleen laajaa näkyvyyttä, mikä taas lisää potentiaalisten ostajien määrää. Internetiin tuotettu mainostus tai tiedottaminen jakaantuu hyvin samankaltaisesti: tiedon levittämisen helppous johtaa suureen informaatiomäärään, mikä voi helposti aiheuttaa ”informaatioähkyä”; harvempi tiedottaminen taas tarkoittaa vähemmän tiedotteen nähneitä silmäpareja, mutta toisaalta voi relevanttiudessaan voittaa puolelleen useita aktiivisia seuraajia. Digitaalisuuden myötä Internetin vaikutukset taiteen ja viihteen eroon voidaan myös jakaa kahteen päälinjaukseen: digitaalisuus mahdollistaa itsetuottamisen, mikä voi johtaa suurempaan taiteelliseen lopputulokseen; toisaalta digitaalisuuden ja Internetin myötä on mahdollista tuottaa yhä tarkemmin suurelle yleisölle mieleistä sisältöä, mikä voi johtaa yhä laajempaan ja taiteellisesti laimeampaan viihteellistymiseen. Muusikon kannalta laatu näyttääkin (ainakin tässä tapauksessa) voittavan määrän.

5.3 Musiikki

5.3.1 Musiikkimaailma Internetin jälkeen

Kuinka Internet on muokannut itse musiikkiin liittyviä seikkoja? Digitaalisuuden hyviä puolia ovat haastateltavalleni arkistoinnin helppous ja yleinen nopeus. Digitaalisuuden ansiosta määrällisesti suuret aineistot mahtuvat hyvinkin pieneen fyysiseen tilaan (usein joko sisäiselle tai ulkoiselle kovalevylle). Lisäksi digitaalisesta aineistosta on helppo hakea tietoa monella eri lajittelujärjestelmällä (esimerkiksi tiedoston luontipäivämäärän mukaan, muokauspäivän mukaan, tiedostokoon mukaan tai hakusanan avulla). Niinpä digitaalisuus mahdollistaa huomattavasti perinteistä paperiarkistointia nopeamman tavan tiedon jäsentämiseen. Toisaalta oletuksena on myös se että tiedostot ovat jo aiemmin lajiteltu tiettyjä nimi- tai merkkikoodistoja käyttäen.

Digitaalisuuden huonoista puolista haastateltavani puhuu lähinnä taiteellisen tekemisen yhteydessä:

Luovan työn kannalta siinon todella paljon sudenkuoppia just sen takia, että kaikki on niin helppoa ja mahdollisuudet on niin rajattomat - - - ajatellaan että tehdään taidetta ni monesti se rajaus itsessään luo jo edellytykset tehdä jotain mielenkiintoista. Saattaa mennä semmoseksi mitäänsanomattomaksi - - - tekeminen.

Hänen mielestään yhtenä taiteen lähtökohtaisista mielenkiinnon luojiista toimii tiettyjen rajojen olemassaolo. Nuo rajat luovat siis taiteelle eräänlaiset raamit, joiden puitteissa taidetta tarkastellaan. Digitaalisuuden suoma valtava valintojen määrä siis vaikeuttaa taiteen luomiselle tärkeiden raamien tai tukipilareiden luomista. Tällöin on vaarana hukkaa valintojen runsauteen ja taiteesta voi haastateltavani mielestä tulla mitänsanomaton. Digitaalisen ajan helppous toimii siis myös erittäin huonona asiana:

On totta kai hienoa, että niinku yhä helpommin pystyy – ja vähemmällä rahalla – tekemään elokuvia ja musaa ja levittämään sitä. Mutta sitten se laatu kieltämättä kyllä siinä kärsii. Ratkasut ei tarvii olla niin perusteltuja enää, koska kaikki on niin helppoa ja voidaan tehdä koko ajan uutta - - - ei oo semmosta että ”filmi maksaa, nyt täytyy tietää mitä tehään” - - - annetaan kameran pyöriä ja sitte leikataan turhat bitit siitä välistä - - - jollon se vaikuttaa siihen lopputulokseen.

Tekemisen halventuminen on siis johtanut tilanteeseen, jossa käytettyjen tekotapojen ei haastateltavani mielestä tarvitse enää olla yhtä perusteltuja. Taustalla vaikuttaa niukkojen ja ei-niukkojen resurssien välinen ero, eli käytännössä siis se, että digitaalinen tekeminen ei esimerkiksi kuluta kallista video- tai ääninauhaa huolimatta mahdollisten ottojen määrästä. Materiaalipanostuksetkin ovat siis voineet olla vaikuttamassa lopputuloksen tarkempaan ennakkoharkintaan.

Muusikon näkökulmasta digitaalisuus on mahdollistanut virheiden poistamisen. Virheiden myötä on hävittänyt myös eräällä tapaa inhimillisyyttä ja kenties kiinnostavuuttakin tehdystä materiaalista:

kaiken voi aina tehdä uudelleen - - - digiaika on mahdollistanu sen, että ihmisestä tehdään kone tunnin sisällä - - - kaikki virheet voidaan ottaa pois. Kyllä se kuuluu ja se muokkaa ihmisten makutottumuksia. Ihmiset jotka ei tiedä miten asiat on tehty, ni se on vähän niinku fotoshopattu malli (Adobe Photoshop – kuvankäsittelyohjelma), että joku voi oikeasti luulla että semmosia ihmisiä [virheettömiä] on olemassa.

Toisaalta hän syyttää enemmän tekemisen helppoutta ja ajattelemattomuutta kuin digitaalisuutta sinänsä. Halpuudella on siis hintansa lähtien siitä ettei ennen jonkin asian tekemistä sille ole varattu riittävästi aikaa ja mietintää. Thom Holmesin katsantokantaa digitaalisuuden

mahdollisuuksiin voidaan pitää periaatteiltaan hyvin samankaltaisena kuin informanttini. Holmes kertoo digitaalisuuden arkipäiväistyneen radikaalit ja kokeelliset musiikin tekokeinot ja kuuntelutavat. (Holmes 2002: 273). Vaikka Holmes käsitteleekin teoksessaan vain elektronista musiikkia on helppo huomata haastateltavani mainitsema ”fotoshopattu malli” (eli perustavanlaatuisesti muokattu) olevan osa muitakin nykyisiä musiikin kuuntelutottumuksia. Digitaalinen muokkaus on mahdollistanut nopean tavan käsitellä ääntä sellaiseksi, että muokattu ääni on eräällä tapaa ”täydellisempi” kuin alkuperäinen nauhoitus. Eräs suosituimmista nykyajan muokkaustavoista on autotune (”automaattivire”, toisin sanoen: automaattinen viritin), jonka avulla äänimateriaalin virettä voidaan muokata lähes loputtomasti:

Autotune on hieno asia, mutta tuota liiallisuus kaikessa - - - on aivan hirveetä. - - - Ihmiset ei enää kuule onko joku autotunattu, vaikka se ois jollekki asiaan perehtyneelle kuulostaa aivan hirveeltä. - - - Kaikki luonnollisuus viedään pois.

Haastateltavani näkee nykyajan kenties suosituimman efektin tai korjaimen olemassaolon hyvänä asiana sinänsä, mutta liiaksi käytettynä sekin muuttuu varsin negatiiviseksi. Haastateltavani mielestä normaalit kuluttajat eivät ehkä huomaa viritin käyttöä, mutta muusikoille liika jälkiviritäminen kuulostaa erittäin huonolta ja epäaidolta. Automaattivireen avulla äänestä häviää sellaisia muuttujia pois joiden olemassaolo on täysin luonnollista normaalissa nauhoitustilanteessa ja äänimateriaalista tulee liian tarkkavireistä. Toisaalta tällaista muokkautumista on myös käytetty efektinä tuomaan levyille ja kappaleille huomioarvoa (muun muassa Cherin vuoden 1998 hittikappaleessa Believe on käytetty automaattivirettä) (Wikipedia: autotune).

Yksi digitaalisuuden avustamia muutoksia on musiikin helpompi kuljettaminen. Musiikki kulkee mukana jossakin muodossa lähes ajattelematta. Vaikka jo transistorit mahdollistivat matkaradion kautta joka paikkaan kannettavan musiikin on digitaalisuus laittanut astetta paremmaksi ja nykyään mukana kulkee helposti jopa satojen levyjen verran mitä tahansa musiikkia. Musiikin tekijälle helpottunut liikuteltavuus ja mukana kuljetettavuus näyttäytyy kuitenkin eräänlaisena merkinä musiikin muuttuvasta funktiosta:

Mulla oli kaheksankytluvulla jo Walkman ja sitte mulla oli yheksänkytluvulla kannettava CD-soitin, että kyllä mulla tälläki hetkellä puhelimessa on biisejä ja kuuntelen niitä, mutta tässäki tullaan taas siihen - - - todella harvoin tulee kuunneltua levyjä sillai että otat vinyylin ja asetat sen johonki ja meet istumaan ja silmäilet ehkä kantta - - - että musiikki kulkee siinä niinku ohessa - - - taustamusana. - - - Sitten yks semmonen asia mihinkä

selkeesti huomaa että sitä musaa on niin helppo kantaa - - - vaatimustaso on sitten taas, nuorisolla esimerkiksi, että kaiken pitäis olla koko ajan saatavilla joka paikkaan.

Musiikki on kulkenut haastateltavani mukana jo pitkään, monenlaisissa formaateissa. Kuuntelulaitteiden kehitys on ollut hänelle varsin perinteinen: ensin kannettava kasettisoitin, sitten CD-soitin, ja nykyään musiikki kulkee hänen mukanaan puhelimessa tiedostoina. Musiikin mobilisoitumisen seurauksina haastateltavani näkee musiikin kokeneen aktiivisen kuuntelumäärän laskun ja pervasiivisuuden (kokonaisvaltaisuus, kaikkialle ulottuvuus) vaatimuksen kasvun. Musiikkia ei siis enää kuunnella aktiivisesti, vaan se toimii enemmänkin vain kuultuna, taustamusiikkina. Toinen kannettaviin musiikkisoittimiin liittyvä seuraus haastateltavani mielestä on kuulijoiden [sic] tarve saada musiikki kulkemaan joka paikkaan jokaisella hetkellä. John Alderman näkee Internetin yleistymisessä toisenkin puolen. Hänen mukaansa (2001: 169) tietoverkkojen musiikkitarjonta ikään kuin elvytti monen passiivisen kuulijan mielenkiinnon musiikkia kohtaan. Aldermanin mielestä kyseessä ei ollut pelkästään musiikin ilmaisuus, vaan mielenkiinnon uudelleenheräämiseen vaikutti vahvasti myös musiikillisen tarjonnan monipuolistuminen: Internet tarjosi mahdollisuuden kuulla sellaista musiikkia, mitä radioissa ei soiteta.

5.3.2 Eläköön artistit – artistit ovat kuolleet

Chris Kennettin (2003: 197) mielestä musiikin kuuntelu-aika ja -paikka vaikuttavat olennaisesti siihen, miten ja millaisena musiikin käsitämme ja millaisena kuuntelutilanteen koemme. Musiikin kulkeminen kaikkialle tarkoittaa käytännössä myös sitä, että erilaiset häiriöäännet (ei musiikkiin kuuluvat taustäännet) kuuntelukokemuksissamme lisääntyvät. Vielä tällä hetkellä mukana kulkeva musiikki on usein myös laadullisesti levyversiota huonompaa (musiikin formaattioletuksena MP3 tai vastaava, pakattu tiedosto).

Haastateltavani ei kuitenkaan koe musiikin laadun tai arvostuksen vähentyvän jossain määrin passiivisen musiikin kuulemisen lisääntyessä, vaan ennemminkin musiikintekijät kokevat arvostuksensa laskevan. Hän näkee Idols ja Popstars -ohjelmien luoneen ihmisille harhakuvia siitä, että kuka tahansa kykenee olemaan esiintyvä muusikko tai taiteilija. Hän maalaa mielikuvan tilanteesta, jossa kaikki tärkeä tehdään tietokoneilla esimerkiksi nauhoitusten jälkeen. Liiallinen jälkikäsitteily on jo vaikuttanut haastateltavani haluun käydä katsomassa live-esityksiä, sillä hänen mukaansa levyiltä kuunneltuna lupaavilta vaikuttavat artistit eivät enää oikeasti esiintyessään

vakuuta: ”Että [”] mä tuun nyt ja vedän, ja joku muu hoitaa mulle kaiken muun siihen. Mut autotunataan ja fotoshopataan - - -[”].” Digitaalisuuden mahdollistama äärimmäisen helppo ja laadullisesti tuhoamaton muokattavuus näyttäytyy siis erityisen selvästi varsinkin nuorien artistien muokkautuneissa käsityksissä omista kyvyistään ja toisaalta myös (ennakko)luuloissa alalla vallitsevista käytänteistä.

Idols ja Popstars -ohjelmat perustuvat pitkälle jo ennakkoon mietittyihin ostajaryhmiin, joille kilpailujen voittajista tai menestyjistä tehdään varsin valmiita paketteja. Perinteisille muusikoille ja miksei kuuntelijoillekin ohjelmaformaattit voivat edustaa varsin viihteellistettyä musiikin tekemistä. Haastateltavani näkee ohjelmat ja niiden suoltaman tuotteen varsin erillisenä musiikintekemisestä:

Niillähän se on niin täsmätuotettua, et - - - [kilpailun eri vaiheissa] käydään eri tyylejä. Seki on hyvin niinku et ”meillä on nää eri teemat” ja näin, mut todellisuudessahan siinä etitään se, et kun tämä hahmo voittaa - - - jengi on diggaillu just tästä tyylistä, sitte sen biisit on sitä tyyliä ja stailataan just sillä tavalla - - - mut se on hienoa bisneksentekoa, ei siinä mitään, mut ei siinä oo musan kans mitään tekemistä. Musa on vaan väline, jolla tehdään bisnestä.

Haastateltavani näkee Idols ja Popstars -formaattit varsin kohdennettuina jopa kilpailijoiden tyylien suhteen. Hänen mielestään kilpailussa käytettävien teemojen tarkoituksena on kartoittaa kullekin menestyvälle kilpailijalle oma, tunnistettava tyyliinsä, josta yleisö on jo oppinut pitämään. Haastateltavalleni tällainen täsmätuottamistapa edustaa hienoa tapaa tehdä rahaa, mutta musiikin kanssa sillä ei hänelle ole mitään tekemistä. Musiikki on siis vain hyvin pieni osa kaupallisten pyrkimysten joukossa. Suosittujen ohjelmaformaattien lähtökohtana voidaan pitää rahan ansaitsemista, mikä musiikin tekijän näkökulmasta on varsin ulkomusiikillista ja ei-taiteellista toimintaa.

Digitaalisuuden vaikutukset näkyvät erityisen selkeästi elektronisessa musiikissa, joka on saanut käyttöönsä varsin mittavan kavalkadin erilaisia digitaalisia surinoita, pörinöitä ja niin edelleen. Toisaalta digitaalisuus on myös tuonut nuo samat vaihtoehdot muidenkin musiikillisten genrejen käyttöön, eikä nykyään ole enää juuri mahdollisuuksia kuulla, onko jokin soitinlinja toteutettu täysin tietokoneella vai nauhoittamalla. Haastateltavani näkee digitaalisuuden käyttämisessä tietynlaisten musiikillisten genererajojen vaikutuksen:

Eihän nykyistä metallimusaa - - - ois olemassa ilman digitaalista touhua. Musiikkityylit vaatii sellasta - - - siinä pahimmillaan tullaan siihen, ettei se oo fyysisesti mahdollista

[soittaa], mitä levyttä kuulee. - - - se kuulokuva ei vastaa todellisuutta, tietenki tullaan siihen, että pitäiskö sen vastata? - - - minua koskettaa sellanen fyysinen musa, niinku aito, jollaki tavalla. Kyllähän ykköset ja nollat on yhtä aitoja, mutta siitä puuttuu semmonen fyysisyys siitä prosessista.

Sitten taas ku mennään metallimusasta esim afrokuubalaiseen musaan - - - totta kai siellä käytetään digitaalista tallennusta ja kaikkea tämmöstä, mutta ku sie kuuntelet niitä levyjä ni sie pystyt kuulemaan ne nyanssit, että jokainen isku ei oo samanlainen ku edellinen, ja siitä tulee semmonen viehättävyys siihen - - - semmonen draivi.

Haastateltavani mielestä nykyistä metallimusiikkia ei olisi olemassakaan ilman digitaalisuutta. Levyillä käytetään sellaisia elementtejä, joita ei oikeastaan ole mahdollista soittaa ilman tietokonetta. Luotu digitaalinen kuulokuva ei vastaa ”oikeaa soittamista” (ihmissoittaja perinteisellä instrumentilla), joka on haastateltavalleni koskettavampi ja läheisempi kokemus. Hänen mielestään tietokonein luodusta musiikista puuttuu tietty fyysisyys. Verrokkina nykyiselle metallimusiikille haastateltavani käyttää afrokuubalaista musiikkia. Vaikka digitaalista tallennusta ja muokkausta käytetään kummassakin, on afrokuubalaisessa musiikissa haastateltavani mielestä enemmän aitoutta. Aitous syntyy muun muassa iskujen dynaamisista vaihtelevuuksista, joista kehittyy tietynlainen eteenpäin vievä viehätys musiikkiin.

Jari Muikku tarjoaa (2001: 293) mielenkiintoisen näkökulman musiikin koskettavuuteen, tai pikemminkin jonkinlaisen kliinisyuden lisääntymiseen. Hän viittaa Seppo Paakkunaiseen kertoessaan moniraitatekniikan johtaneen yhä enemmän yhteissoiton tunnelman häviämiseen. Kenties myös haastateltavani kaipaama ”draivi” johtuukin pitkälle yhtyeen yhteisestä äänitysvaiheesta (suurin osa soittamista äänitetään samaan aikaan), eikä niinkään genrestä. Muikun mukaan (mt. 293) parantuneet äänen korjausmahdollisuudet mahdollistivat myös kehnompien soittosuoritusten korjaamisen ja päätyminen julkaistavaan kuntoon. Toisaalta haastateltavani viittaa metallimusiikin sellaisiin osiin, joita ei edes ole mahdollista soittaa oikeasti. Tässä tullaan mielestäni myös periaatteelliseen kysymykseen siitä, edesauttavatko muokkausmahdollisuudet taiteellisen näkemyksen toteutumista, vai onko kyseessä enemmänkin vain mahdollisten virheiden korjausmahdollisuus. Haastateltavani päätyy samaan lopputulokseen pohtiessaan, missä määrin kuulokuvan pitäisikään vastata oikeilla soittimilla soitettuja osia. Toisaalta tässä on kyse myös nykypäivän musiikin tekijöiden kasvaneista vaatimuksista. Muikun mukaan (2001: 294) vielä 1960-luvulla varsinkin suomalaisilla muusikoilla ei ollut mitään käsitystä studiotekniikasta tai äänen muokkausmahdollisuuksista. Nykyään nuo erilaiset muokkausmahdollisuudet kuuluvat varsin

kiinteänä osana nykymuusikon käytettävissä olevien mahdollisuuksien joukkoon. Internet taas ilmenee lähinnä informaation löytämiskanavana paikkana, josta löytää tietoja eri vaihtoehtoista ja niiden toteuttamisesta. Lisääntyneet mahdollisuudet taas voivat omalta osaltaan johtaa kohti täsmällisemmän taiteellisen näkemyksen realisoitumista.

5.3.3 Musiikin uusi tuleminen

Internetin vahvuutena voidaan myös pitää sen laajuudesta ja monipuolisuudesta seuraavaa musiikin määrää. Ennen kuulematonta musiikkia löytyy lukuisista sovelluksista ja lukemattomilta sivustoilta. William Fisher käyttää itsekkin verkkoa ja vertaisverkko-ohjelmia uuden musiikin löytämiseen. Löydettyään mielenkiintoisen artistin hän lataa musiikkia koneelleen ja tekee muutaman kappaleen perusteella ostopäätöksen. Tämän jälkeen hän tuhoaa lataamansa tiedostot. (Fisher 2004: 23–24).

Haastateltavalleni netti näyttäytyy erittäin hyvänä paikkana tutustua uuteen, ennen kuulemattomaan musiikkiin lähinnä verkossa olevan musiikin valtavan määrän takia. Internetin valtava informaatiomäärä aiheuttaa kuitenkin etsintään omat ongelmansa: *”Jos joku laittaa mulle MySpace-linkin, ni nykyään - - - en mie jaksä käydä kattoon sitä. - - - Yhä enemmän kaipaa luotettavia tahoja, joittenka antamiin vihjeisiin voi luottaa, että tässä varmasti on jotain.”* Jotta hyperlinkkejä ja musiikkisuosituksia jaksaisi käydä katsomassa, tarvitaan siis luotettavien tahojen (henkilöiden) suositus. Toisinaan informaatiotulvasta löytää pelkällä surffailullakin jotain odottamatonta, mutta jollakin tavalla laadukasta tai idearikasta sisältöä. Internet on myös mahdollistanut monien sellaisten musiikillisten julkaisujen toimittamisen, mitkä eivät reaali maailmassa olisi koskaan aktualisoituneet vaikkapa musiikkilehdeksi. Niissäkin on omat ongelmansa:

Se mitä penikkana toivo, että ois jotain muuta ku pienlehtiä tai jotain radio-ohjelmia, ni nyt se on toteutunu, mut sitte huomaaki, ettei tää niin välttämättä ollukaan hyvä juttu, että kaikkea on niin älyttömästi saatavilla koko ajan.

Manuel Castells huomauttaa (2001: 197) Internetin tarjonnan uuden, helpon, ja halvan tavan tuottaa (verkko)radio-ohjelmia. Alderman (2001: 169) taas huomioi Internetin säilyttäneen mahdollisuuden löytää harvinaisia äänitteitä tai vaikkapa äidin muinoin hyräilemän kappaleen, jotka muutoin (ilman tietoverkkoa) olisivat häipyneet unholaan. Haastateltavani mielestä nettijulkaiseminen on toisaalta niin helppoa, että ylitarjontaa syntyy, ja luotettavat tahot sosiaalisine

verkostoineen muodostuvat yhä tärkeämmiksi. Buskensin (1998: 270) ostamiseen liittyvää luottamista mukaillakseni myös haastateltavalleni linkki tai suositus käy sitä laadukkaammaksi ja kiintoisammaksi, mitä useampi luotettava taho sitä suosittelee. Luotettavat tahot muuttuvat myös sitä tärkeämmiksi, mitä enemmän luotettavaa tietoa heillä asiasta jo ennakoon on.

Yksi mielenkiintoisista Internetin tarjoamista uusista mahdollisuuksista on virtuaalikeikkailu. Muun muassa Pohjois-Amerikassa erittäin suosituksa Second Life -pelissä on jo nähty muutamia keikkoja, joihin on pääsy ainoastaan peliin rekisteröityneillä käyttäjillä. Millaisena mahdollisuutena haastateltavani näkee tällaisen virtuaalikeikkailun?

Jos ois jaksoa, kautta tieto-taitoa, ni oishan se ihan hauskaa levittäytyä tommoselle saralle, mutta - - - me ollaan kaikki vähän semmosia intiaaneja, että kaikki tuo - - - sählääminen jossain [virtuaalimaailmassa] - - - ni kyllä se on nykypäivänä pois siitä, mitä me voidaan tehdä keskenämme - - - oikeasti musiikkia, ihan oikeilla soittimilla, ihan oikeille ihmisille. Mie haluan jotenki uskoa, että sillä on vielä merkitystä, ku lyö nahkakalvoa, tai soittaa teräskieliä. - - - Se on terapeutin kokemus, toisin ku tuo on - - - sairauttava kokemus tuo netti, monesti.

Mahdollisuus harrastaa virtuaalisesti esiintymistä on siis sinänsä kiehtova, vaikkakin yhtyeen kohdalla ei kovin todennäköinen muun muassa jaksamisen (ajankäyttö) ja tietotaidon puuttumisen vuoksi. Haastateltavani mielestä yhtyeen jäsenet ovat omassa intiaanimaisuudessaan varsin perinteisen musisoinnin kannattajia. Niinpä ajan viettäminen virtuaalimaailmassa näkyikin vain reaali maailmasta poistuneena aikana ja vähentyneinä reaalisina tilanteina. Haastateltavalleni musiikin tekeminen, nahkakalvon lyöminen, teräskielten soittaminen on merkityksellistä ja terapeutistakin tekemistä. Jos mieleisten tekemisten vastapuolta pohtii, saa tulokseksi paljolti samoja uhkakuvia kuin Jody Berland. Hän kuvaa artikkelissaan *postmusics* [”musiikin jälkeen”] digitaalisuuden kuutta musiikin tekemiseen vaikuttavaa aspektia. Näitä ovat yhteistyön loppuminen, yleisöjen katoaminen, esitysten katoaminen, kuuntelun muutokset, instrumenttien katoaminen, ja harjoittelemisen tarpeettomuus. Vaikka kyseessä ovat ainoastaan uhkakuvat, ja mielestäni liikaa kärjistettyinä, on niissä osa totuuttakin. Haastateltavani puhuessa keskinäisestä musiikin tekemisestä on helppoa huomata käytännössä, mitä Berland tarkoittaa yhteistyön loppumisella (”No collaborations”). Digitaalisuus on mahdollistanut varsin helpon tavan korvata oikeat ihmissoittajat tuottajan ohjaamalla tietokoneella. (Berland 2008: 30).

Oikeat instrumentit ja ihmiset (yleisö) näyttelivät kuitenkin tärkeää roolia haastateltavalleni. Berlandin mukaan yleisö muuttuu digitaalisuuden mahdollistaman teknologisen monistamisen

kautta vaativammaksi. Yleisö haluaa korkeaa laatua ja sellaista dramatiikkaa, jota on vaikea toistaa oikeassa esiintymistilanteessa (mt. 33). Lieneekö Berlandilla huonoja esiintymiskokemuksia, sillä on vaikea kuvitella levytyksen ikinä vastaavan aitoa vuorovaikutustilannetta. Puhuessaan levyttämisestä Berland vertaa ajatuksiaan Fredericksonin mietteisiin elokuvanäyttelijästä ja tämän ”ruumiittomuudesta” ilman elävää yleisöä olevana kehona. Silti nauhoitukset ovat ja todennäköisesti tulevatkin olemaan vahvasti soittajapainotteisia, jopa niin, että tietokoneisiin yritetään jatkuvasti saada lisättyä inhimillisiä ominaisuuksia, kuten vaikkapa ihmismäisen soiton epätarkkuuden (ts. ”timen” eli ajoituksen heittelehdivän). On varsin mahdotonta verrata levytystä esiintymistilanteeseen tai soittamiseen, jotka ilmenevät erittäin positiivisina kokemuksina haastateltavalleni. Vaikka eri musiikilliset osat onkin mahdollista toistaa esimerkiksi CD-levyltä tai tietokoneelta myös esiintymistilanteessa varsin korkealaatuisina, vallitsee ainakin Suomessa varsin soittaja- ja esiintyjämyönteinen ilmapiiri. Hankittu tietotaito ja esiintymistilanteen vuorovaikutus lienevät suurimpia syitä elävän musiikin suosioon. Tilanne toki muuttuu huomattavan paljonkin puhuttaessa eri genreistä. Mutta vaikka esimerkiksi niin sanottua konemusiikkia olisi mahdollista panna soimaan ilman esiintyjää, vallitsee digitaalisen musiikin piireissäkin disc jockey (DJ) -kulttuuri. Esiintyjää siis tarvitaan siinä missä yleisöäkin. Levyt toimivatkin mielestäni ”paremman puutteessa”, elävän musiikin korvikkeena ja huomattavasti helpommin järjestettävissä ja järjesteltävissä olevina versioina. Kukin voinee kysyä itseltään: ottaisinko suosikkikyhtyeeni esittämään suosikkikappaleeni olohuoneeseeni, jos järjestelyt hoituisivat CD-levyn hinnalla (eikä todennäköisiä melu- tai muita haittoja olisi)?

Haastateltavalleni niin esiintyminen kuin soittaminenkin ovat jopa terapeutiksiakin toimia. Mielekäs toiminta muiden ihmisten kanssa on siis hänen mielestään yksi musiikin tekemisen peruslähtökohtia. Berland (2008: 33) näkee esiintymiset simuloimassa levytyksiä, jotka taas simuloivat hänen mielestään esiintymisiä. Uhkakuvana Berlandin ajatus on vielä jokseenkin ymmärrettävä, mutta siihen en usko, että todellisuus alkaisi rakentua kyseisellä tavalla. Vaikea sanoa, onko Berland ajatellut esimerkiksi sitä, että useimmiten yhtyeiden levytetyt kappaleet soitetaan myös esiintymistilanteessa. Tällöin on oletettavaakin niiden kuulostavan varsin pitkälle toistensa kaltaisilta. Berlandin artikkeli ei kuitenkaan pääty painajaismaiseen tilanteeseen, jossa ihmiset eivät tekisi musiikkia tai soittaisi instrumentteja, vaan hänkin näkee digitaalisuuden toimivan vain yhtenä luovuuden kanavana. Berlandin (mt. 37) mielestä tietyt ihmiset tulevat kaikesta huolimatta tarvitsemaan yhdessä tehtyä musiikkia ja sen esittämistä, ja tietyt ihmiset taas haluavat murtaa raja-aitoja luodessaan vaihtoehtoisia maailmoja.

5.3.4 Yhteenvettoa

Kenties näkyvimmit digitaalisuuden ja Internetin vaikutukset musiikkiin liittyvät helppouteen ja kasvaneeseen nopeuteen. Monet uuden teknologian muutoksista siis helpottavat musiikillista tekemistä joko suoraan tai epäsuorasti lyhentämällä muiden toimien vaatimaa aikaa. Toisaalta digitaalisuuden mahdollistamat nopeus ja mahdollisuuksien runsaus realisoituvat myös huonoina asioina: kasvanut tekemisnopeus saattaa vaikuttaa asioiden suunnittelun tai yleiseen tekemisen laatuun huonontavasti, ja suuri valintojen määrä taas voi vaikeuttaa taiteen kannalta tärkeiden raamien asettamista. Musiikin kuuntelemisen kannalta digitaalisuuden ja Internetin tuomat muutokset voivat myös johtaa yhä enemmän tietynlaiseen musiikin tekijöiden arvostuksen laskuun. Osasyinä tekijyyden arvostuksen laskuun toimivat muun muassa erilaiset viihteelliset ohjelmaformatit, joiden kautta ”kuka tahansa voi olla artisti”. Myös teknologian mahdollistamien muokkaustapojen helpottuminen voi johtaa yhä enemmän kohti tekijyyden tai muusikkouden hämärtymistä jokaisen saadessa periaatteellisen mahdollisuuden (uusintaottojen ja autovirittimien kautta) olla artisti. Musiikin mobilisoituminen ja pervasiivisuuden kasvu voivat olla mukana muuttamassa kuuntelijoita kuulijoiksi. Toisaalta Internetin mahdollistama informaatiomäärä ja siitä tiedon hakeminen voivat myös auttaa ihmisiä löytämään yhä enemmän niin uutta kuin vanhaakin musiikkia. Vaikka digitaalisuus ja Internet ovat mahdollistaneet myös sellaisten musiikillisten elementtien luomisen, joita ei voida luoda ilman tietokonetta, eivät ne juuri ole vaikuttaneet itse musiikin tekemisen perustuksiin. Yhdessä tekeminen tai luominen on yksi tärkeistä musiikin tekemiseen liittyvistä puolista. Sosiaalisen luovuuden voi nähdä jossain määrin terapeuttisenakin toimintana musiikin tekemisen taustalla.

5.4 Internetin vaikutukset musiikin tekemiseen liittyviin sopimuksiin

5.4.1 Muutokset sopimuksissa

Yhtyeen ja musiikkiteollisuuden väliset toimet on usein määritelty erilaisissa sopimuksissa. Internetin aikakaudella monet muun muassa digitaaliseen levitykseen liittyvät asiat ovat kuitenkin sopimuksissa määrittelemättömiä, tai sitten ne niputetaan jonkin jo olemassa olevan pykälän alle. Yksi suosituimmista viime aikojen musiikkiohjelmistoista, Spotify, tuntuu jakaneen mielipiteet varsin radikaalistikin. Musiikin kuuntelijan roolissa Spotify on toisaalta varsin kätevästä sovellus musiikin kuunteluun, mutta sisältää omat ongelmansa:

Mie kyllä kuuntelen Spotifyta ja taannoin kävi semmonen hieno tapahtuma että löysin uuden bändin, josta oli tosi vähän matskua siellä - - - sitte ku tykästy ni alko ettiin niitten levyja ja sitte ne pitiki loppujen lopuksi tilata ihan ulkomailta oikeasta levykaupasta, ni kyllä siinä oli semmosta että - - - näinhän tää meniki. Sillon ku Rollossa asu ni sillon änkytettiin puhelimeen jostain Black & Whitesta tai - - - Discuksesta piti tilata levyt, ni sitte niitä ootettiin, että ne [levyt] tulee postissa. Kaikki kaverit on tilannu samalla ni sitte tulee iso levylähetys ja voi soittaa [kavereille] että nyt ne levyt tuli - - - että mahtavaa, nyt se on tullu. Mitä harvemmin käy nykyään, ku kaikki on saatavilla.

Haastateltavani käyttää Spotify-sovellusta muun muassa tutustuakseen uusiin artisteihin. Löydettyään mielenkiintoista uutta musiikkia hän käy tutustumassa uuden yhtyeen tuotantoon laajemminkin palvelun avulla. Kun palvelusta ei löytynyt tarpeeksi uuden yhtyeen tuotantoa, haastateltavani päätyi tilaamaan yhtyeen levyjä Suomen rajojen ulkopuolelta. Tilaaminen aiheutti muistoja ajoilta, jolloin levyjen tilaaminen ja ennen kaikkea niiden odottaminen toi oman jännityksensä musiikin kuunteluun. Aikoina ennen Internetin läpimurtoa haastateltavani on kavereidensa kanssa tilannut yhteistilauksilla levyjä muun muassa Black & White- ja Discus-levykaupoista postin välityksellä. Musiikin helpompi saatavuus on siis konkreettisesti poistanut tietynlaisen jännitysmomentin levyjen ostamisesta ja musiikin kuuntelusta ylipäänsä. Kauan odotettuja levyjä kun todennäköisesti myös kuunnellaan aktiivisemmin ja intensiivisemmin.

Entä mitä yhtyeen verkkoon laitettavasta materiaalista ylipäänsä on sovittu yhtyeen ja levy-yhtiön välillä? Vastaus on musiikin tekijän kannalta hämmentävä ja hieman pelottavakin uhkakuvineen:

Ei meiltä oo itse asiassa ees kysytty sitä. Et ne [kappaleet] on vaan siellä [nettikaupassa], ja ne kuuluu - - - sopparin [levytyssopimuksen] alle. - - - Meiän levy-yhtiö, ne ei ees ite tiä täysin. Se on mun mielestä aika hälyyttävää - - - et jos meidän levy-yhtiön niinku johtavia henkilöitä on esimerkiksi niinku Teoston ja tämmösten niinku valvovien elimien - - - toiminnassa mukana, ja ne ei ees tiedä miten se homma toimii.

- - - ja se on hämmentävää, että se [amerikkalainen levysopimustekotapa] tulee Suomeen koko ajan se - - - isot levy-yhtiöt alkaa Suomessakin toimiin sillai, että artisti on kolme vuotta pinnalla ja se tekee kolme platinal levyä, mut sille ei oikeasti jää mitään siitä käteen.

- - - sen verranhan me ollaan puhuttu - - - se meidän levy-yhtiöhän on niinku isoin indie

label [riippumaton levy-yhtiö] niinku Suomessa, ja ne ei oo Spotifyssa - - - ja se on ilmeisesti vaikuttanu siihen, että se levymyynti on kuitenkin pysynyt jollaki tavalla ainaki omilla - - - samalla tasolla, kun taas sitten ne, jotka niitä jakelee netissä ihan valtoimenaan ni levymyyntihän putoaa koko ajan. Koska en mie mee enää ostaan midprice-levyä jos mie voin kuunnella sitä Spotifysta.

Yhtyeelle ei siis ole määritelty erillistä, vain verkkoa koskevaa sopimusta, vaan nekin asiat kuuluvat normaalin levytyssopimuksen piiriin. Haastateltavani kokee huolestuttavana piirteenä sen, etteivät levy-yhtiön edustajatkaan tiedä, miten Internetiin ja verkkokauppoihin liittyvät sopimukset toimivat. Jos levy-yhtiöt eivät verkkojakelun sopimuksista tiedä, ainakin he taitavat yleisten levytyssopimusten tekotavat: haastateltavani mainitsee levytyssopimusten lähentyneen amerikkalaista mallia, missä sopimuksen solmineesta artistista otetaan muutaman vuoden aikana niin paljon irti kuin mahdollista. Spotify, yhtenä nykyisten verkkokauppojen suosituimmista palveluista, ilmenee musiikin tekijän näkökulmasta varsin huonona, levymyyntiä vähentävänä elementtinä. Haastateltavani kokee ilmaisen kuuntelumahdollisuuden poistavan tarpeen ostaa levy.

5.4.2 Internetin mahdollistamat uudet tavat

Steve Gordonin mukaan Internet tarkoittaa muusikoiden näkökulmasta ennen kaikkea näkyvyyttä. Verkkosivu myy artistin musiikkia silloinkin, kun artisti ei itse voi olla paikalla. (Gordon 2008: 207). William Fisherille Internet on varsin kannattava paikka artistille osittain samasta syystä, mutta hänen visiossaan varsinkin eksoottinen (ja vähän myyvä) musiikki voi hyötyä tietoverkon maailmanlaajuisuudesta jo pelkästään suurien kävijä- ja ostajamäärien vuoksi. Niinpä marginaalista musiikkia tekevä voi saavuttaa maailmanlaajuisesti riittävän ostajakunnan levyilleen, mitä ei omassa maassaan tai edes mantereellaan saavuttaisi. (Fisher 2004: 26). Internet-sivusto toimii ikään kuin jatkuvasti hereillä olevana sopimuksien tekijänä, tai ainakin niiden tarjoajana. Verkkosivujen kautta on helppo nähdä yhteestä kaikki tarpeelliset tiedot, aiemmat esiintymiset, ja usein kuulla musiikkinäytteitä kappaleistakin. Haastateltavalleni mielestä Internet on varsin myönteinen paikka musiikin levityksen suhteen:

Nyt on mahollista tehdä - - - paljon semmosia asioita, joihinka aikasemmin ei ollu varaa. - - - pystyy tekeen videotrailereita, jotka - - - saa levitykseen, kuin se että sie oisit aikasemmin ostanu jotaki TV-aikaa. Nyt sen [mainonnan, ”ylimääräiset” tuotteet ja tuotokset] - - -

pystyy selkeesti kohdentamaan semmoselle yleisölle, joka on kiinnostunu. - - - Me ollaan tehty sillai, että Vimeossa ja Youtubessa on niinku pätkiä, jotka ei oo niinku linkitetty, vaan - - - sivukoodiin laittaa.

Internet tarjoaa uusia musiikin levittämismahdollisuuksia muun muassa musiikkivideoiden avustuksella. Videopalveluihin voi ladata yhtyettä mainostavia videoita ilmaiseksi, ja niinpä näkyvyyttä saa varsin helposti. Kustannukset ja mainonnan pysyvyys (palveluista harvemmin poistetaan esimerkiksi musiikkivideoita, jos niissä ei ole tekijänoikeusrikkomuksia) ovat verkossa varsin eri luokkaa kuin vaikkapa TV-kanavalla, jolla jo muutama mainos- tai esityskerta maksaa erittäin paljon. Vaikka televisio tarjoaa varsin kiinteitä katsojalukuja, voi verkossa tapahtuva mainonta toimia jopa kansainvälisellä tasolla. Lisäksi on huomioitava, että verkossa katsojat ovat usein aktiivisia toimijoita, esimerkiksi etsiessään jotakin tiettyä videota tai äänitettä, kun taas television passiivinen seuraaminen on varsin yleistä. Haastateltavalleni tietoverkko on helposti kohdennettavan mainonnan paikka. Hänen mielestään verkkoon laitettava materiaali löytää asiasta kiinnostuneen yleisön. Yhtyeellä videoiden levitys tapahtuu sisällyttämällä muun muassa Vimeo- ja Youtube -palveluihin ladatut materiaalit kotisivujen lähdekoodiin. Tämä kenties siksi, ettei käyttäjä joudu avaamaan selaimesta toista välilehteä tai uutta sivua nähdäkseen tai kuullakseen yhtyeen tuotoksia. Yhtyeen kotisivuilla olevat kahdeksantoista videota toimivatkin varsin näppäränä mainospakettina ympäri vuorokauden.

5.4.3 Yhteenvetoa

Internetin vaikutus musiikillisiin sopimuksiin on aineistoni perusteella varsin yksipuolinen. Käytännössä erillistä sopimusta ei ole tietoverkkojen osalta tehty. Tähän voi olla kaksi syytä: joko vanha sopimus on jo valmiiksi kattanut myös Internetiin liittyvät pykälät, tai sitten on toimittu levy-yhtiön vanhojen käytöjen mukaan. Jälkimmäinen vaihtoehto voi usein tarkoittaa yhtyeille normaalia pienempiä tuloja (katso kohta 5.5.3). Toisaalta tietoverkkoihin liittyvät asiat vaikuttavat olevan hyvin hataralla pohjalla myös levy-yhtiön tiedoissa, eikä näin ollen erillistä sopimusta sähköisen kaupankäynnin suhteen ehkä haluta tehdä. Epävarmuus Internetiin liittyvistä sopimuksista voi myös johtaa artistien kannalta varsin epäsuotuisiin sopimuksiin levy-yhtiöiden kanssa. Esimerkiksi Spotify-musiikkipalvelu on artistien kannalta huono tulonlähde, mutta levy-yhtiöille Spotify voi olla jopa kannattavaa toimintaa. Musiikin helpompi yleinen saatavuus vaikuttaa omalta osaltaan jopa muusikoiden musiikilliseen suhtautumiseen. Niinpä musiikkiteollisuuden määrittelemät

sopimukset esimerkiksi palveluntarjoajien kanssa voivat olla hyvinkin merkittäviä negatiivisia toimijoita muusikkojen elämässä. Internetissä on kuitenkin myös sopimusten osalta myönteisiä mahdollisuuksia. Verkkosivu voi toimia (varsinkin pienien artistien kohdalla) eräänlaisena sopimusten tarjoamispaikkana, mikä käytännössä voi tarkoittaa yhtyeille maailmanlaajuisia sopimusmahdollisuuksia.

5.5 Jakelu

5.5.1 Jakelukanavat muutoksessa

Steve Gordon (2008: 210) mainitsee neljä syytä, miksi Internet on yhtyeille nykyään varsin pakollinen väline: verkossa saa helposti luotua näkyvyyttä musiikille, mainostettua esiintymisiä ja kiertueita, ja myytyä CD-levyjä tai ladattavia tiedostoja. Tietoverkko mahdollistaa myös musiikin tuottamisen ilman massiivista levymyyntiä tai isoa levy-yhtiötä. Musiikin tekijöille Internet on sekä keskustelua aiheuttavana että erittäin mielenkiintoisena mainostus-, levitys- ja myyntikanavana:

Kyllä selkeesti ainaki omanikästen ja vanhempien muusikoiden kanssa tulee puhuttua siitä, miten kuuntelutottumukset muuttuu nuorisolla, ja sitte tämmöset kiistakapulat, niinku Spotify. - - - ihan tämmöset niinku tekijänoikeudelliset ja - - - elantoon liittyvät kysymykset, mitkä tulee taas nettijakelun myötä. - - - mainostaminen, netti on siinä mielessä hyvä, että jos sullon pikkusenki taitoa, tai edes jollakin on taitoa, tutuilla - - - ni siellon ihan rajattomat mahdollisuudet aiheuttaa viidakkorummun päristystä. - - - Netti alkaa olemaan enenevissä määrin osa musiikin tekoa, musiikkibisnestä. - - - Mikä on parempi kertoa bändin liikkeistä ku Facebook tai Twitter.

Haastateltavani on siis selkeästi huomannut eron oman nuoruutensa ja nykynuorison kuuntelutottumuksissa. Pääasiallisena erona voidaan pitää eräänlaista siirtymistä albumikokonaisuudesta yksittäisiin kappaleisiin. Siinä missä ennen digitaalisuuden läpimurtoa musiikkia kuunneltiin enemmänkin albumi kerrallaan, on nykyisin lähes yhtä helppoa laittaa soimaan vaikkapa satunnaissoittolista kymmeneltä albumilta. Satunnaissoitto siis katkaisee monesti tarkoin suunnitellutkin albumikokonaisuudet, ja usein puhelimiin tai MP3-soittimiin päätyvät vain levyjen hittikappaleet.

Haastateltavani mainitsee Internetin olevan kasvavissa määrin osa musiikin tekoa ja musiikkiteollisuutta. Sosiaalisen median sivustot, kuten haastateltavani mainitsevat Facebook ja

Twitter, toimivat oivina tiedonvälityskanavina. Tietoverkon ilmaisuus ja sosiaalinen laajuus toimivat tässä ajavina voimina. ”Viidakkorummun päristys” on helppoa oikeastaan kenelle tahansa, eikä se vaadi hirvittävästi tietoteknisiä kykyjä. Geoffrey Hullin (2004: 256) mukaan myös suuret levy-yhtiöt ja promoottorit ovat huomanneet asian: jo vuonna 2002 Ticketmaster (konserttilippuja myyvä yritys) ilmoitti verkkomyyntinsä olevan jopa neljäkymmentä prosenttia kokonaisymyynnistään. Informaation levittämisessä on kuitenkin omat pulmansa ja muistettavat asiansa:

Täysin sensuroimaton informaatiotulva niin en mie jaksakaan lukea semmosta, että ei mua kiinnosta jos bändi pitää lounastauon levytyksissä. Että kyllä sitä pitää olla jotain sanottavaa.

Haastateltavani mielestä julkaistavassa informaatioissa täytyy siis olla jokin ydin, sisältöä. Liiallinen informaatio voi johtaa kyllästymiseen ja haluttomuuteen lukea ilmoitetusta asiasta.

Musiikin, musiikkiteollisuuden ja muidenkin musiikkiin liittyvien toimien siirtyessä yhä enemmän digitaalisuuden valtaväylille verkosta tulee kasvavissa määrin myös kaupallisuuden kanava:

Semmonen jazzpuolen jätkä, ni sen sivuja, sillä oli semmonen pääasiassa oman matskun ympärille rakentunu levy-yhtiö, joka myi netissä tosi paljon, et sillä on just tää mahtavuus, että ”viime viikonlopun Pietarin keikka” on tässä. - - - Lähinnä mua viehätti siinä se - - - ajatus, et sie pystyt tosi nopeasti tarjoamaan ihmisille - - - mahdollisesti sen, että ”vitsit se oli mahtava se perjantain keikka” - - - ja sitte ne [keikasta pitäneet ihmiset] menee kattoon [nettisivuille], että ”hei se on täällä ladattavissa!” ja voi kuulla ”hei mun ääni kuuluu tuolla” tai ”tää kohta oli hieno”. Josta tullaan taas sitte siihen, että se [nettimyynti] toimii semmosessa musassa, joka ei oo mitään suoritusmusaa, ei oo semmosta että ”täällä pitää olla ne levyn soundit” ja kaikki vedetään sekvensserin mukaan samalla tavalla ku on vedetty kakskyt edellistäki kertaa. Vaan siinä se ainutlaatuisuus tulee, ja tässä tulee se vahvuus, että kun saa jollaki tavalla taltioitua sen inhimillisyyden, mikä live-tilanteessa on, ni sehän on hyvä kauppa. - - - Et netti on niinku välineenä aivan mahtava, sillai että - - - mahdollisuudet on rajattomat.

Se, että itellä ei oo niin paljon tieto-taitoa, niin voi olla että senki takia jää asioita tekemättä - - - nykyäänhän se meneeki niin, että mie soitan vaikka Juhanille [yhtyeen kotisivujen

pitäjä] että onnistuuko tällanen.

Haastateltavani on miettinyt verkkoa myös kauppapaikkana. Hän mainitsee Internetissä jo olemassa olevan mahdollisuuden myydä esimerkiksi esiintymistalteen vaikkapa suoraan esiintymisen jälkeen. Haastateltavaani kiehtoo ajatus mahdollisuudesta tarjota yleisölle mieleen jäänyt konsertti nopeasti esiintymisen jälkimainingeissa. Esiintymisen nopealla ostomahdollisuudella on myös elämyksellis-historiallinen arvonsa: esiintymisen nähnyt ja kuullut ihminen voi ostaa esiintymismuistoaan vahvistavan tallenteen vaikka konsertin jälkeisenä päivänä. Haastateltavani kuitenkin näkee nettikaupassa myös rajoitteita. Verkkokaupankäynti toimii hänen mukaansa vain sellaisessa musiikissa, joka ei ole suorituspainotteista, eli musiikissa, jossa ei ole vaatimuksena tallennemaisuus. Musiikin ainutkertaisuus on tässä eteenpäin ajava voima. Tällöin esiintymisessä on kenties jotakin tyypillistä vain yhdelle, tietylle esiintymiselle. Haastateltavani kutsuu tuota ainutkertaisuutta elävän esiintymisen inhimillisyydeksi, mikä osittain vastaa jo aiemmin käsitellyä (Auto-tune) konemaisuuden poissaoloa musiikista. Aitous tai alkuperäisyys, osittain tunnistettavuuskin siis lisäävät haastateltavani mielestä mahdollisuutta verkkokaupankäynnin onnistumiseen ja myös asiakkaan tyytyväisyyteen. Internetin tarjoamat lähes rajattomat mahdollisuudet ilmenevät tässä siis erittäin myönteisinä. Mahdollisuuksien hyödyntämistä rajoittaa haastateltavani mielestä omien tietojen ja taitojen puutteellisuus, jolloin on tarkistettava osaavalta ja luotettavalta lähteeltä, onko jokin asia mahdollista toteuttaa. Chris Andertonin mukaan (2006: 180) yhtyeet ovat alkaneet huomioida tietoverkon mahdollisuuksia juuri esiintymistalteen julkaisukanavana. Faniin jo 1990-luvulla harjoittamat Internetin hyödyntämismahdollisuudet ovat vihdoinkin tulleet käyttöön myös artistipuolella. Esimerkiksi Grateful Dead -yhtye tarjoaa mahdollisuutta kuunnella yhtyeen esiintymistalteen Internet-radiokanavalta 24 tuntia vuorokaudessa. Myös artistit kuten Charlie Hunter, Phish, ja Metallica myyvät esiintymisäänitteitään verkkosivuiltaan niin MP3, kuin FLAC (Free Lossless Audio Codec eli ”ilmainen häviötön äänikoodisto”) -muodoissa.

5.5.2 Piratismi

Gopal, Bhattacharjee ja Sanders (2006) selvittivät tutkimuksessaan artistien hyötymisestä verkkojakamisesta, että verkkokaupoissa hintojen laskeminen johtaa sekä satunnaisten kuulijoiden lisääntyvään määrään että kuluttajien kasvaneeseen ostohaluun. Lisäksi he huomioivat piratismiä kasvaneen sitä mukaa, mitä vähempiarvoista musiikin ajateltiin lataajalle itselleen olevan. (Gopal et

al. 2006: 1529). Myös Amit Gayer ja Oz Shy päätyivät samankaltaisiin lopputuloksiin tutkiessaan mahdollisia artistien ja julkaisijoiden eturistiriitoja. Heidän mukaansa piratismi tarkoitti artistin näkökulmasta kasvaneita yleisömääriä esiintymisissä. Musiikkiteollisuuden näkökulmasta piratismi taas aiheutti eräänlaisen vaatimuksen levyjen hintojen alennukseen, eli jonkinlaisena kilpailua lisäävänä tekijänä. (Gayer & Shy 2006: 382). Erityisen ongelmallisia informaatioteknologian mahdollisuudet olivat Gopalin (mt. 1530) mukaan supertähdille, joiden tuotoksista suhteellisesti suurempi osa päätyi piratoiduiksi. Myös matalammat hinnat nakersivat supertähteyttä ja erityisesti supertähteyden vaatimaa suurta rahamäärää. Uusi teknologia myös mahdollisti uusiin artisteihin tutustumisen, jolloin kuluttajilla upposi enemmän rahaa uutuuksiin. Tällöin myös uutuusartistit nakersivat osansa supertähtien leivästä. On huomionarvoista, että siinä missä Gopal kumppaneineen huomioi digitaalisuuden suosineen yhä useampia artisteja muutaman suuren sijaan, vielä kahdeksankymmentäluvulla musiikkiteollisuus väitti piratismiin vähentävän juuri uusien ja nousevien artistien suosiota ("The Case for a Home Taping Royalty" (IFPI 1984) teoksessa Burnett 1996: 89).

Musiikin tekijän näkökulmasta piratismiin vaikutukset ovat varsin yksipuolisia:

Kieltämättä niin kun, tekijän näkökulmasta niin se on, se on ihan perseestä, piratismi. Mie en salli sitä millään, mie ymmärrän sen ihan täysin, koska mikään ei tunnu niin mukavalta kuin saada jotain ilmaiseksi. Sen kertoo jo pullakahvit lähikaupassa, että otan mielellään kaks, ku sais yhen ottaa. Sille ei oo mitään perusteluja, et miksi se ois oikeutettua, piratismi. Siinä syödään jonkun, ne on aivan päteviä ne vertailut ihan mihin tahansa muuhun - - - työhön, että jos sie maalarille sanot, että - - - tee tää, ja sitte se ei saa siitä mitään korvausta. Se on moraalitonta. Mitä mie oon seurannu Suomen, onko se piraattipuolue vai joku yhdistys, ni sen hahmon, ainaki yhen hahmon pariaki esiintymistä, ni kyllä se on niin hataralla pohjalla ja se on - - - se ei kestä minkäänlaista tarkastelua. Joskin on samaan yhteyteen sanottava, että ne jotka on ollu puolustamassa tekijänoikeuksia, ni ei nekään mitään - - - fiksuja kavereita oo, eikä ne osaa keskustella useimmiten. Ei se närkästyminen oo mitenkään oikea tapa käsitellä sitä. Siinä on kyse ihan selkeesti moraalista. Haluaksie varastaa vai et. Se että jos se ei oo niin konkreettista, että sulla alkaa piippaamaan joku laite ku sie kaupasta ulos, ni ei se tee siitä yhtään vähemmän niinku [oikeudenmukaista].

Piratismi kiteytyy haastateltavalleni periaatteellisena moraalisena kysymyksenä: varastaako vai ei. Hän ymmärtää ilmaisuuden kiehtovan, mutta ei millään hyväksy lopputulosta: varastamista. Piratismikeskustelun haastateltavani kokee molemmin puolin huonoksi: piraattipuolueen jäsenen

perustelut eivät ole kestäneet tarkastelua, mutta toisaalta tekijänoikeuksia puolustaneetkaan eivät ole osanneet tarttua oikeaan asiaan. Haastateltavani näkee Internetissä tapahtuvan piratismiin olevan verrattavissa kaupasta varastamiseen. Altschuller ja Benbunan-Fich suhtautuvat piratismiin hyvin samankaltaisesti haastateltavani kanssa. He viittaavat (2009: 54) Lysonskin ja Durvasulan tutkimukseen, jossa selvitettiin piratismiin suhtautumista. Altschullerille ja Benbunan-Fichille kyse on (haastateltavani tavoin) etiikkaan liittyvästä ”varastaako vai ei-varastaa” -valinnasta. Lysonskin ja Durvasulan tutkimus taas paljastaa, että jopa sellaiset ihmiset, jotka vastustavat voimakkaasti kaupasta varastamista, näkevät jostakin syystä verkkopiratismiin huomattavasti lievempänä eettisenä rikkeenä. Kuinka konkreettista piratismi sitten on suomalaisen yhtyeen näkökulmasta? Haastateltavani ei osaa antaa tarkkoja lukuja, mutta kiteyttää ongelman ytimen musiikin tekijöiden puolesta:

Vaikea sanoa. - - - Mut mie ajattelisin, että nollapisteen - - - kuuntelee aika paljon semmoset ihmiset, jotka osaa - - - toisaalta arvostaa, mutta sitten on myös paljon semmosta, jotka osaa löytää sen ilmaseksi. - - - No okei, mie arvostan jos se tulee käymään keikoilla ja maksaa tietyn lipunhinnan, se on ihan hieno homma, koska kyllä mieki - - - keikkajuttuja arvostan, mutta en mie nää, ainakaan nykyisillä lipun hinnoilla, että sen ihmisen pitäis, sen yhen keikan maksulla saada myös joku levytetty matsku.

Nää kommentithan yleensä tulee - - - piratismia puolustellaan ja kaikkea, ni ei ne ihmiset tiiä kuinka paljon siihen on nähty vaivaa, kuinka paljon siihen on oikeasti nähty työtä. - - - Ne ei tiedä musan tekemisestä mitään. - - - Et se [musiikin tekeminen] ei oo mikään semmonen että sulla on yks softa ja sie painat tosta noin niinku sointuja ja se on siinä se uusin disko-hitti. Niinki voi tehdä ja niinkin on tehty miljoonia, mutta tavallaan se musa mistä minä nyt puhun - - - siihen käytetään hirveät määrät työtä ja aikaa. Ja on ihan kiva jos siitä saa korvausta.

Tekijänä tulee - - - paha mieli, ku jos tekee jotain hommaa ja sitte tyytit - - - ne vaan ottaa ne tosta noin. En mie nää siinä niinku mitään. - - - Mie luulen että netin [suhteen] - - - tässäki lähennyttään Suomessa - - - tähän että sananvapauden tai - - - toiminnanvapauden nimissä hyväksytään - - - varastamista ja moraalittomia tekoja.

Konkreettisia lukuja piratismiin vaikutuksista yhtyeen tuloihin ei siis ainakaan automaattisesti löydy. Toisaalta haastateltavani luottaa yhtyeen fanien arvostelukykyyn kannattaa

yhtyettä ostamalla levy. Nykyiset esiintymislippujen hinnat hän kokee sen verran alhaisiksi, ettei näe tarvetta tarjota levyä lipun kylkiäisiksi. Ongelman yhdeksi puoleksi haastateltavani kokee yleisen tiedottomuuden levyntekoon tarvittavasta työmäärästä. Levyntekoon käytetään hyvin paljon aikaa ja vaivaa, jolloin tehdystä työstä on myös kiva saada korvausta. Samalla linjalla on myös Geoffrey Hull (2004: 265) kysyessään, olisiko olemassa Beatlesin Yesterday-kappaletta, jos herrat olisivat joutuneet satamatyöläisiksi Liverpoolissa? Haastateltavani mielestä Suomessa, niin kuin muuallakin maailmassa, ollaan menossa kohti tilannetta, jossa sananvapauden tai toiminnanvapauden nimissä sallitaan muun muassa musiikkiin liittyvien immateriaalisten oikeuksien loukkauksia, varastamista ja moraalittomuutta. Altschullerin ja Benbunan-Fichin mukaan (2009: 55) piratismi oikeutetaan ihmisten keskuudessa eräänlaisella ”kaikkihan sitä tekevät” -asenteella. Heidän mielestään tekojen etiikan ja realiteettien välinen ristiriita voitaisiin ratkaista lainsäädäntöä muuttamalla tai omaksumalla uusia liiketoimintamalleja.

Mielenkiintoisen näkökulman musiikin tekemiseen vaadittavaan työhön saa Jonathan Sternin kommentaista. Hänen mukaansa (2006: 260) halvan digitaalisen teknologian saapuminen musiikin tekemiseen tulisi nähdä enemmänkin insinööritaidon kuin musiikkikulttuurien vallankumouksen voittona. Niinpä esimerkiksi haastateltavani mainitsema sointujen painaminen voidaan nähdä edustavan nykyaikaista, ennen kaikkea digitaalisen teknologian mahdollistamaa suuntaa, jossa soiton opiskelu ja musiikkiin perehtyminen eivät enää olekaan automaattisesti musiikin tekijyyteen kuuluvia aspekteja. Toisaalta Sterne jatkaa (mt. 207) kertomalla jokaisen teknologian vaativan tietyn kulttuurisen koodauksen. Käytännössä siis teknologioiden käyttö ja sen merkitykset vaihtelevat eri kulttuuripiireissä. Sternin päätelmät helppouden vaikutuksista ovat mielenkiintoiset. Hänen mielestään (2006: 261) teknologiset uudistukset ovat avittaneet eräänlaista paluuta aikaan ennen kaikkivoipaa musiikkiteollisuutta. Sternelle kyseessä on siis paluu amatööri-aikoihin, eli siihen, että myös harrastajat voivat tehdä varsin kelvollisia tuotoksia. Toisaalta hän huomauttaa myös, ettei harrastajien mahdollisuuksien kasvu ole kuitenkaan johtanut teollisuuden murtumiseen, vaan levyteollisuudella on vieläkin erittäin vankka jalansija läpi musiikkimaailman. Sterne tarjoaa esimerkkinä levyjen masteroinnin, joka on mahdollista tehdä nykyään itse, mutta silti vain hyvin harva masteroija hoitaa valtavan määrän kuultavaksi päätyvää musiikkia. Levytetyn musiikin estetiikka on siis vieläkin varsin suurelta osin teollisuuden hallussa (mt. 261). Haastateltavani sanoja mukaillakseni: yhdellä ohjelmistolla ja muutamalla napinpainalluksella voi nykyään tehdä miljoonia, mutta musiikin tekijän näkökulmasta on kuitenkin helpompaa ansaita menemällä suuren musiikkiteollisuuden sääntöjen mukaan jossakin vaiheessa musiikillista uraa. Digitaalinen teknologia on siis tuonut uusia mahdollisuuksia perinteisen musiikkiteollisuusmallin toteuttamiseksi, mutta ei Ryanin ja Hughesinkaan mielestä (2006: 251)

poistanut tai korvannut jo olemassa olleita toimintatapoja musiikkiteollisuuden sisällä. Toisaalta pieni katsaus esimerkiksi suomalaisen levyteollisuuden historiaan paljastaa, että harrastajuuden kasvu on eräällä tapaa alkanut jo moniraitatekniikan yleistymisen myötä. Jari Muikku toteaa (2001: 292) moniraitatekniikan mahdollistamien uusien korjaus- ja editointimahdollisuuksien alentaneen levytysten taiteellis-teknistä kynnystä, sillä taiteilijoiden ei enää tarvinnut olla teknisiltä tai tulkinnallisilta valmiuksiltaan yhtä taitavia kuin sataprosenttisten (kaikki soittimet kerralla) ottojen kaudella. Niinpä digiteknologia on osiltaan jatkanut jo toisen maailmansodan jälkeen alkanutta trendiä yhä suurempien muokkausmahdollisuuksien olemassaoloon. Kasvaneiden editointimahdollisuuksien ja halventuneiden laitteistojen myötä myös harrastajilla on siis ollut yhä enemmän varaa hankkia äänityslaitteistoja ja tuottaa kotioloissa yhä helpommin ammattimaisen kuuloista materiaalia.

5.5.3 Artisti maksaa, mutta saa vähiten

Yhtenä syynä varsinkin verkkopiratismiin kukoistukselle pidetään kalliita levyjen hintoja. William Fisher kertoo levy-yhtiöiden vetoavan korkeissa tuloprosenteissaan menoihin ja varsinkin neljän päätehtävän kuluihin. Lahjakkuuksien löytäminen, tuotanto, mainostus ja riskien otto kuuluvat levy-yhtiöiden mielestä heidän suurimpiin menoeriinsä. Fisherin mielestä ne voidaan toteuttaa Internetiä käyttämällä yhä halvemmin. (Fisher 2004: 21–22). Musiikin tekijälle levy-yhtiöiden ansaintalogiikassa on jotakin arveluttavaa:

Kyllähän ne levy-yhtiöt on hoitanu, siis nyt puhutaan nimenomaan isoista levy-yhtiöistä - - - että jos joku tekee pikkusenki taustatyötä ja voi lukea siitä, että nämä palveluntarjoajat, jotka nostaa rahaa iTunesista - - - sieltä kummasti löytyy nää viis isointa levy-yhtiötä taustalta. - - - Et jos lukee vanhoja tyylejä, millä artisteja on kusetettu, ni se on ollu niin paljon räikeempää - - - nykyään se vielä peitellään sillai, et siinä on välissä tuommonen - - - globaali omistajuus. - - - Ja ne ottaa sen, artistin rahat, semmosen pienen kierroksen kautta. Ei se varmaan yllätys oo kellekkään, että levy-yhtiöt siitä tulee joka tapauksessa [hyötymään]. Totta kai, miksi isoimmat levy-yhtiöt laittais kaiken matskun jonnekki Spotifyhin, jos ne ei siitä sais rahaa oikeesti, jotain kautta. Mutta artisti siitä saa edelleen vielä vähemmän.

Haastateltavani näkee suurimpien levy-yhtiöiden hoitaneen asiansa siten, että jopa piratismi

tuottaa niille rahaa, välillisesti Internetin palveluntarjoajien kautta, mutta kumminkin tuottaa. Hänen mielestään nykyään levy-yhtiöt huijaavat artisteja vielä enemmän kuin ennen, jolloin artistien huijaaminen on ollut suurempaa. Viihdeteollisuuden integroituminen ja globaali omistajuus auttavat kätkemään rahavirtojen todelliset suunnat ja osoitteet. Haastateltavani on sitä mieltä, että musiikista saatavat tulot päätyvät joka tapauksessa suuryrityksille, vaikka puheena ovatkin maailmanlaajuiset markkinat ja omistajuus. Esimerkkinä hän käyttää Spotify-ohjelmistoa, joka tuottaa levy-yhtiölle jotakin kautta rahaa, vaikka rahavirtaa voikin olla vaikea hahmottaa. Kärsijän rooliin haastateltavani asettaa artistit.

Tutkielmani kannalta on tärkeää huomioida kahtia jakautunut suhde Spotify-sovellukseen: musiikin kuuntelijan roolissa se on haastateltavalleni varsin kätevä, helppo, ja nopea tapa tutustua uuteen musiikkiin (kts. Kohta 5.4.1), kun taas musiikin tekijän roolissa Spotify on ainoastaan musiikkiteollisuudelle kannattava sovellus.

Geoffery Hullin (2004: 124) mukaan neljä suurinta levy-yhtiötä hallitsi vuonna 1998 jopa seitsemääkymmentäviittä prosenttia musiikkimarkkinoista. Universalin, Warnerin, BMG:n (Bertelsmann Music Group) ja Sonyn megalomaaniset yritysryppäät pitävät sisällään musiikkiosaston, jonka alaisuudessa toimivat myös useimmiten yrityskaupoilla emokonglomeraattiin sulautetut levy-yhtiöt (Hull 2004: 131). Marcus Breen (1993: 73) puhuu Australian kohdalla kuudesta suurimmasta ääniteollisuuden mahdista. Breen laskee mukaan Warnerin (myöhemmin Time Warner), BMG:n, EMI:n (Electric & Musical Industries Ltd.), sittemmin Universaliin liitetyn Polygramin, Sonyn, ja Rupert Murdochin News Corporationin silloisen paikallismerkin Festivalin. Hullin ja Breenin tutkimusten jälkeen myös Sony ja BMG ovat fuusioituneet (Gordon 2008: 63), ja Time Warner on myynyt Warner Recordsin (mt. 157).

Spotifyn tapauksessa tulot niin levy-yhtiöille kuin artisteillekin tulevat pääasiassa mainoksista ja kuukausimaksuista. Steve Gordonin (2008: 66) mukaan Internetin alkuaikoina aiemmin käytössä ollutta 50–50-soittopalkkiojakoa muusikon ja levy-yhtiön välillä muutettiin siten, että artistin osuus pieneni 10–15 prosenttiin. Lawrence Lessig huomauttaa, että musiikkibisneksessä olevilla artisteilla on jo lähtökohtaisesti huomattavasti huonommat sopimusehdot kuin esimerkkinä käyttämällään kirja-alalla. Lessigin mukaan tekijänoikeuslait asettavat levyttävät artistit huonompaan asemaan kuin muut luovan alan tekijät. Laeista hyötyvät Lessigin mielestä musiikkiteollisuus ja yleisö. (Lessig 2004: 57). Lessigin näkemykset ovat siis hyvin samankaltaisia kuin haastateltavallani. Myös William Fisher on samoilla linjoilla kertoessaan esimerkkitapauksesta, jossa artisti (Janis Ian) ainoastaan hyötyi Internetin ilmaislevityksestä. Artistin luulot kärjistyvät oletukseen siitä, että ainoastaan supersuosittu artisti kärsivät piratismista. Fisher ei kuitenkaan ole täysin samoilla linjoilla esimerkkiartistinsa kanssa, vaan ottaa

varovaisemman linjan. Hänen mielestään uusi teknologia kuitenkin voisi auttaa muuttamaan hallitsevia käytäntöjä, joissa levyttävälle artistille ei raha virtaa. (Fisher 2004: 35). Vaikka haastateltavani ei sitä suoraan sanokaan, on oletettavaa, että muutos järjestelmän ytimessä ja rahavirroissa ei varmasti olisi hänenkään mielestään pahasta. Gordonin (2008: 158) mielestä ratkaisu nettipiratismiin voisi olla tietokonevalmistajilta, MP3-soitinten valmistajilta ja Internetin palveluiden tuottajilta kerättävät lisenssimaksut, jotka sallisivat tuloja kuuntelulaitteiden valmistuksesta niin musiikkibisnekselle kuin artisteillekin.

Levy-yhtiöt yrittivät estää piratismia panostamalla erilaisiin digitaalisten käyttöoikeuksien hallintaohjelmiin. Yksi tällaisista oli sittemmin hylätty DRM. Sen ongelmaksi muodostui oikeuksien hallintaohjelmilla varustettujen CD-levyjen suuri toimimattomuus. Haastateltavani mielestä levy-yhtiöt eivät ole paneutuneet kunnolla teknologian kehityksen seuraamiseen: ”*siinä ei paranneta ite sairautta, vaan niitä oireita.*” Hänen mielestään teknologiset yritykset estää laittomia levyjä soimasta johtavat myös kunnollisten kuluttajien (siis levyn ostaneiden) kärsimiseen, kun taas piraattitehtaille suojauksista ei ole kuin vähäinen aikahaitta:

Kyllä mua ärsyttää itteä jos mulla on joku levy, joka ei soikkaan sitte. - - - Ku ei se sitä todellista ongelmaa poista, että Kiinassa on tehdas, jossa tehään sitä samaa levyä, ku se on purettu se suojaus, ni ihan yhtälailla.

Haastateltavani näkee levy-yhtiöiden osittain aiheuttaneen piratismiongelman itse. Ylihinnoitellut levyt ja yleinen huijatuksi tulemisen tunne voivat hänen mielestään olla osallisia piratismiin kukoistukseen. Hän myös näkee asian moraalisen puolen viittaamalla megalomaanisiin yrityksiin, jotka ovat kuluttajan näkökulmasta jollakin tavalla kasvaneet liiankin suuriksi. Haastateltavani näkee ihmisten alentavan moraalista kynnystään ollessaan tekemisissä suuryritysten kanssa. Tämä taas johtaa moraalien katoamiseen myös kotimaisen pienen levy-yhtiön ollessa kyseessä: ”*Kun se moraalit laskee kerran sille tasolle - - - siitä on helppo tehdä se sama jollekkin suomalaiselle pienlevy-yhtiölle. Et nehän sitte kuitenkin kärsii ne - - - pienet.*”

Duchêne ja Waelbroeck päätyvät samaan lopputulokseen käsitellessään digitaalista oikeuksien hallintaa. Heidän mukaansa (2006: 576) voimakas lakisuoja muokkaa kuluttajien ja tuottajien välistä tasapainoa suosimalla laajoille massoille tehdyn musiikin tuottajia. Duchêne ja Waelbroeck näkevät mahdolliseksi ratkaisuksi piratismiin kitkemiseksi lisämateriaalin tuottamisen alkuperäislevylle, eli esimerkiksi albumin uudelleenjulkaisun yhteydessä pelkän CD-levyn lisäksi koteloon olisi pakattu myös esiintymistaltiointi.

Teknologian tuomat ongelmat olivat tiedossa jo vuonna 1976, kun Ruotsin kulttuuriasioiden

kanslia julkaisi teettämänsä tutkimuksen Ruotsin äänilevytuotannosta (Wallis & Malm 1984: 9–11). Formaattia lukuun ottamatta oikeastaan mikään ei siis ole muuttunut ongelman suhteen kolmessakymmenessä vuodessa.

5.5.4 Yhteenvetoa

Internetin vaikutukset musiikin jakeluun ovat hyvin samankaltaisia kuin muillekin osa-alueille: tietoverkko on mahdollistanut asioiden tekemisen helpommin ja nopeammin uudella tavalla. Myös musiikkiteollisuuden tai levy-yhtiöiden kannalta Internetissä on puolensa: muun muassa uusien artistien löytäminen, tuottaminen ja mainostus voidaan toteuttaa verkossa hyvin halvalla verrattuna perinteisiin medioihin. Verkkokaupankäynti voi kuitenkin toimia erinomaisena vaihtoehtona esimerkiksi marginaalisemman musiikkigenren edustajille. Yhtenä Internet-jakelun kulmakivenä voisivat olla esiintymistallenteet, jotka on mahdollista laittaa myyntiin hyvin pian esiintymistilanteen jälkeen. Kokemuksellisten esiintymistilanteiden myyntiä rajoittavat käytännössä vain mahdolliset puutteet omissa tiedoissa ja taidoissa, sekä mahdolliset sopimukselliset seikat artistien ja levy-yhtiöiden välillä (levy-yhtiöt yleensä hoitavat tai muutoin vastaavat myös levyjen jakelusta – sopimuksesta riippuen). Verkkopakamiseen liittyvä piratismikeskustelu vaikuttaa varsin turhauttavalta, ja artistin näkökulmasta myös levy-yhtiöiden harjoittamat, piratismia vähentäviksi suunnitellut toimet voivat olla erittäin epäedullisia musiikin tekijöille. Jostakin syystä vaikuttaa siltä, ettei musiikin tekijöiden työpanoksen suuruutta tiedetä. Artisti tuntuu maksavan jopa levy-yhtiön virheistä, mutta jäävän nuolemaan näppejään globaalien suuryritysten kyetessä ottamaan tuottonsa muita kanavia, esimerkiksi palveluntarjoajia käyttämällä.

5.6 Fanit ja Internet

5.6.1 Fanit, apu, ja ehdotukset

Jody Berlandin (1993: 36) mukaan jokainen innovaatio teknisesti välitettyjen äänien tai kuvien saralla nopeuttaa uusien sosiaalisten käytäntöjen muodostumista ja muuttaa muun muassa soittamisen, kuuntelemisen ja levyttämisen tai liikkumisen ja katsomisen työnjakoa. Absoluuttisen nollapisteen kohdalla tällainen työnjaon muuttuminen, tai mahdollistunut sosiaalinen käytäntö liittyy fanien toimintaan:

On, siis avustajia löytyy. - - - Ja nyt on esimerkiksi keskustelualue - - - niin ni sehän on

kans niinku fanin perustama - - - moderoima se. - - - Kun on kysytty, että joku vois vanhoja juttuja kautta biisilistoja - - - työstää niinku julkaisukuntoon, ni fanit on ollu ihan avuliaita siinä.

Yhtye on siis ottanut fanit avukseen muun muassa keskustelupalstan moderointiin ja kappalelistojen puhtaaksi kirjoittamiseen. Internet on siis tarjonnut yhtyeelle avustajia ja faneille osallistumisen mahdollisuuden. Toisaalta yhtyeen suhtautuminen faneihinsa on jo lähtökohtaisesti hyvin lämmin, ja he (yhtyeenä) tuottavatkin erityismateriaalia verkkosivuilleen faneja ajatellen:

On selkeesti [tuotettu faneille sisältöä verkkoon], että tuostahan jos lähetään kattoon, ni tuollahan on biisilistoja vuosien takaa ja sitten sinne on tehty päiväkirjoja - - - ja ne on sillai tarkotuksella, että nettisivut täydentää sitä sitte. Ja siitä on tullu tosi paljon palautetta, että nää on mukavat sivut, että siinä tulee se matsku, mikä voi niinku aluksi kiinnostaa - - - ja pääsee vähän niinku syvemmälle sinne ja sitte huomaa loppujen lopuksi, että sitähan on ihan törkeästi. - - - Sinne on laitettu just sillä pohjalla, että mitä niinku ite haluais tietää bändistä. - - - Harmittaa monesti, että jos jossain kirjassa - - - ei voi merkata kaikkia keikkoja tai jotain, tuohan [yhtyeen kotisivut] on semmonen, että sieltä pystyt kattomaan, että ”ajjaa, tuolloin ne oli tuolla keikalla”. - - - et joillekki se voi olla kova juttu, et ”jätät veti jo silloin tuota biisiä siellä”.

Yhtyeen tuottama erityismateriaali siis koostuu muun muassa useiden vuosien kappalelistoista ja päiväkirjoista. Jäsenet myös ikään kuin peilaavat omaa faniuttaan tarjoamalla omille kannattajilleen materiaalia sen perusteella, mitä he itse haluaisivat omista suosikkiorkestereistaan tietää. Huomionarvoista on myös se, että Internet tarjoaa selvästi eräänlaisen ”takahuonemaisen” paikan lisäinformaation kertomiselle. Niin sanottuihin perinteisiin medioihin (tv, radio, kirja) on huomattavasti vaikeampi sisällyttää yhtä paljon tai monimuotoista informaatiota kuin Internetiin (tässä: yhtyeen kotisivuille). Digitaalisuuden perustermistöön kuuluvat ”ei-niukat-resurssit” konkretisoituvat varsinkin runsassisältöisillä kotisivuilla, sillä yhdellä sivustolla voi olla videoita, ääninäytteitä, tekstiä, kuvia, animaatioita, oikeastaan mitä ja kuinka paljon tahansa.

Yhtyeen kotisivut paljastavat yhtyeen Internet-panostuksen olevan erittäin laaja ja kattava. Yhtye siis selvästi tuottaa runsaasti lisämateriaalia kotisivuilleen. Kotisivujen sivukartta (Absoluuttinen nollapiste: Sivukartta) kertoo sivustolla olevan yhteensä huikeat kolmesataa kahdeksankymmentä kolme (383) sivua, joihin ei lasketa kuuluvaksi keskustelualuetta ja Nollalista-

arkistoa. Sivusto on jaettu yhdeksään päälohkoon, jotka taas haarautuvat moniksi alasivuisiksi. Digitaalisuuden ja Internetin mahdollistaman monimuotoisuuden yhtye on käyttänyt kotisivuillaan hienosti: sivustolta löytyy niin kuvia, videoita, kilpailuja, sanoituksia, keikka- ja uutisarkistot, haastatteluja, levyjen saatekirjeitä, arvosteluita kuin keskustelualuekin. Niinpä on helppo uskoa haastateltavani sanat materiaalin tekemisestä ja tuottamisesta tietynlaisesta kannattajanäkökulmasta käsin. Vain hyvin harvalla yhtyeellä on tällä hetkellä yhtä laajasti tietoa tekosistaan vuosien varrelta.

Yhtyeen faneilta tulevat kehitysehdotukset menevät yhtyeen kotisivujen pitäjälle, joka puolestaan välittää jäsenille toiveita. Yhtyeellä oli käytössään kotisivujen keskustelualueella osio ”kysy bändiltä”, mutta osio vaihdettiin, kun yhtye huomasi keskustelupalstalle kirjoittavien fanien kokevan yhtyeen avoimen läsnäolon keskustelua rajoittavana tekijänä:

Mie luulen että se [ettei bändi näkyvästi mukana keskustelualueen toiminnassa] on niinku helpompi faneille, että se on jotenki niitten oma alue - - - niitten ei tarvi koko ajan ajatella, että ”mie nyt isken tässä bändin nähtäväksi”.

Absoluuttinen nollapiste ei siis käytä fanikantaansa niin paljon ilmaisena työvoimana kuin esimerkiksi Baym ja Burnett havaitsivat vuonna 2009 tekemässään tutkimuksessa Ruotsin independent-musiikin parissa toimivien fanien toimista. Pienten levy-yhtiöiden ja yhtyeiden fanit joutuivat maksamaan lähinnä ajallaan, mutta myös verkkosivujen ylläpidosta, loppuun palamisesta, velvollisuuksien ajallisesta kärsimisestä ja kiertueella olevien yhtyeiden majoittamisesta (mt. 442). Vaivanpalkakseen fanit kokivat saavansa erilaisia palkintoja: ilmaista musiikkia, vapaapäisyjä konsertteihin ja parissa tapauksessa jopa ilmaisen matkan Ruotsiin. Tärkeimpinä palkintoina fanit pitivät tutustumista artisteihin ja verkostoitumista (mt. 443–445). Tarkasteleman yhtyeen kohdalla fanityövoimaa on käytössä pikemminkin kotisivujen ylläpitoon liittyvissä toimissa, kuten vaikkapa toimimattomien verkkolinkkien etsinnässä. Yhtyeen kotisivujen keskustelualueella onkin omat viestiketjunsä niin sivuston päivitykseen kuin keskustelualueeseen liittyville asioille (Absoluuttinen nollapiste: Keskustelualue). Kotisivuilla on jopa erikseen ”auta sivuston kehittämisessä” -sivu, jolla on kolme ajallisesti jaoteltua avustusluokkaa (Absoluuttinen nollapiste: Auta). Yhtye siis ottaa myös faninsa huomioon varsin erityisellä tavalla.

Huomionarvoista haastateltavani sanoissa on yhtyeen keskustelupalstalla tapahtunut ilmiö, jossa yhtyeen jäsenten avoin läsnäolo keskustelupalstalla vähensi fanien osallistumista ja toimi eräänlaisena jarruna avoimelle kirjoittelulle. Digitaalisuuden helppous voi siis toimia myös itseään vastaan. Nyt yhtye on palannut entiseen tyyliinsä, jossa yhtyeen läsnäolo keskustelualueella ei ole

enää oletusarvona, vaan yhtyeelle esitetyt kysymykset käsitellään paperinippuina. Vastauksien laadinnan jälkeen ne kirjataan yhtenä vastauskimpuna keskustelualueelle. Joskus vanha, hyväksi havaittu tapa toimii uutta keinoa paremmin:

Tuntuu niin vaikealta vastata niihin [fanien kysymyksiin] ku ne on tuolla niinku avoimesti. Siinä tulee semmosta fiilistä, että ”noniin, nyt tuo on ollu jo kaks viikkoa tuo kysymys ja mie en oo vieläkään vastannu, tai kukaan meistä ei oo vastannu siihen.

Ku aikasemmin se oli sillai, että niitä lähetettiin sivuille, ne ei näkyny missään ja sitte Juhani [Anttila, nettisivujen ylläpitäjä] kasas ne kysymykset, ja - - - me Tommin kans vastattiin niihin, ja sitte se [Juhani] pullautti ne ulos, semmosen nivaskan. Ja se jotenki tuntu semmoselta arvokkaalta, ku se tulee kerran. Ja nyt ku se on keskustelu[alueella] - - - se on samanlainen ku sähköpostiviestiketju, että ”en mä jaksa tuohon nyt vastata”.

Netti niinkun helpottaa asioita, mut se vie myös jollaki tavalla tiettyä arvokkuutta, että asiat ei enää tunnu miltään, et ne vaan on tuolla, koko ajan sitä tulee sitä matskua, ja tuntuu että aika ei riitä mihinkään, ku joka puolella pitäis olla. Se on niin helppoa, että ihmiset vaan rämpii niitä juttuja sinne tänne. - - - Niistä tulee paljon parempia niistä vastauksista, ku niihin joutuu näkeen vaivaa. - - - Digiaikanakin täytyy - - - ottaa aikaa ja rakentaa jotain konkreettista.

Haastateltavani mielestä avoimiin, satunnaisen jatkuvasti tulleisiin kysymyksiin on vaikeampaa vastata kuin varta vasten kasattuihin kysymysryppäisiin. Kyseessä näyttäisi olevan paljolti samankaltainen ajattelu- ja toimintamalli kuin sähköpostiketjuihin vastaamisessa (aiemmin tarkastelemani ilmiö harjoitteluajkojen sopimisesta ja siitä, ettei sopiminen sähköpostitse näyttänyt toimivan lähellekään niin hyvin kuin reaaliaikainen sopiminen). Absoluuttinen nollapiste ei ole ongelman kanssa yksin. Virtuaaliset projektiryhmät kärsivät usein työn koordinoitioingelmista (Herbsleb et al. 2000 teoksessa Borda & Bowen, 2009: 41). Vaikka Borda ja Bowen puhuvatkin virtuaalisista ryhmittymistä (virtual organization), on helppo havaita samankaltaisuuksia myös sellaisissa reaalielämän ryhmittymissä (tässä: yhtye), jotka käyttävät Internetiä ja digitaalisuuden suomia viestintäkanavia viestinnässään ja työnjaossaan. Yhtyeen kohdalla virtuaalisuuden ongelmiin kuuluvat muun muassa yhtyeen harjoituksista sopiminen sähköpostitse (katso kohta 5.6) ja keskustelupalstan kysymyksiin vastaaminen hajautetusti. Borda ja Bowen (mt. 47) ennustavat artikkelinsa lopulla virtuaalisten työryhmien tulevan yhä suosittummiksi. Käsittelemäni yhtye

tarjoaa toisaalta lohtua humanisteillekin: paluu vanhaan tapaan vastata yhtyeelle tullessiin kysymyksiin on yhtyeen jäsenille varsin korvaamatonta, ja kysymyksetkin tulevat vastatuiksi. Virtuaalisuus tai virtuaaliset ryhmittymät eivät siis (ainakaan toistaiseksi) kykene täysin korvaamaan reaali maailmassa tapahtuvaa kommunikointia ja yhteistyötä. Digitaalisuuden käytännön ongelmat eivät tosin ole ainoa syy kasvotusten tapahtuvan kommunikaation tai yhteistyön valitsemiseen, vaan kyseessä on myös pitkälle arvolatautunut ongelmanratkaisutapa.

5.6.2 Mitä konkreettista jää käyttöön

Kuten edellä on jo käynyt ilmi, Internet on mahdollistanut muusikoillekin useita uusia toimintatapoja ja -malleja: muun muassa musiikin jakeluun liittyviä, yhteydenpidon monimuotoisuuteen liittyviä, tiedostojen erilaisia siirtomahdollisuuksia, videoiden tekemiseen liittyviä, erilaisia promootiomahdollisuuksia, ja niin edelleen. Monet mahdollisuudet ovat kuitenkin varsin teoreettisia, ja puhe niistä on suhteellisen ylimalkaista.

Yhtye on keskustellut mahdollisten esiintymistallenteiden (ääni- ja kuvatallenteidenkin) myynnistä heti esiintymisen jälkimainingeissa: *”live-keikkojen myynti ääni-, mahdollisesti kuvatallenteenaki - - pian sen keikan jälkeen - - kyllä semmonen houkuttelee mua ja siitä on puhuttukin.”* Yhtye on sittemmin ottanut konkreettisia askeleita esiintymistallenteiden suhteen, sillä muun muassa heidän 399 esiintymisensä lähetettiin (ilmaiseksi) suorana netissä (Absoluuttinen nollapiste: Keikat 2).

Teknologian kehittyminen näkyy tässä hyvin konkreettisesti juuri helpottuneena esiintymistaltiointien tekemisenä. Periaatteessa on olemassa mahdollisuus esimerkiksi esiintymisestä tehdyn tallenteen myymiseen heti esiintymistilanteen loputtua. Käytännössä kyseisen asetelman toteuttaminen vaatii vain viitseliäisyyttä ja alkuresurssit: polttavalla CD-asetemalla varustetulla tietokoneella, mikserillä ja mikrofoneilla levyn tekeminen on jo mahdollista. Muutamat yhtyeet (katso kohta 5.5.1) ovat jo aloittaneet verkkokauppansa, mutta tietoa niiden menestymisestä ei ole vielä tätä kirjoittaessa avoimesti saatavilla. Yhtenä ideana Internet-kaupan periaatteeksi voisi toimia vaikkapa Gayerin ja Shyn ehdottama malli, tai pikemminkin toimintasuunnitelma. Heidän mielestään (Gayer & Shy 2006: 382) artistien tulisi miettiä tarkemmin, mitä oikeuksia levy-yhtiöille antaa. Tällöin artistit voisivat itse päättää missä olosuhteissa ja missä mittakaavassa tekijänoikeuksiaan käyttävät. Esimerkiksi juuri haastattelussa ilmennyt esiintymistallenteiden myynti verkossa voi muodostua varsin ongelmalliseksi nykyisenkaltaisten levytyssopimusten pohjalta. Monet nykyiset levytys- ja levityssopimukset takaavat levy-yhtiöille varsin laajat oikeudet

levytettyyn materiaaliin, mikä tekee vaikeaksi levittää äänitteitä verkossa. Yksi toistaiseksi ratkaisemattomista kysymyksistä on myös riittääkö verkkojulkaisevan yhtyeen yleisö kannattamaan toimintaa ilman virallisia levityskanavia, varsinkin jos kyseessä on Suomen kokoinen markkina-alue.

Manuel Castellsille (2001: 199) yksi suurimpia digitaalisuuden ja Internetin muokkaamia kulttuurin muotoja on taide. Muun muassa digitaalinen grafiikka, yhteisöllinen tekeminen, ja kasvoton osallistuminen vaikkapa avoimen koodin kehittämiseen ovat Castellsin mielestä täysin uusia tuulia taiteen maailmassa. Haastateltavani näkee digitaalisen tekemisen herättäneen ihmisissä ajatuksia taiteen perusolemuksesta, varsinkin siitä, kuka taidetta tekee:

Se hyvällä tavalla ravistaa sitä - - - herättää ihmisissä - - - sitä ajattelua, että mitä se taide on, ja mitä ihmiset siltä haluaa. Ja kuka sitä [tekee]. Kyllä mie ite oon sitä mieltä, että - - - kaikki voi tehdä - - - että kuka tahansa voi olla muurari, mut jotkut tietyt - - - tekee hyvää työtä, ja toiset tekee semmosta työtä, että mie en maksais - - - Tietyt kriteerit täytyy täytyä. - - - Netti on kyllä - - - hämärtäny sitä, että kuka on artisti - - - kun kuka tahansa saa hengentuotteitaan nettiin.

Haastateltavani on itse sitä mieltä, että periaatteessa kuka tahansa voi olla taiteilija tai muusikko. Toisaalta muusikkoudellakin on omat vaatimuksensa, joten vaikka periaatteellisella tasolla kuka tahansa voikin tuottaa ääniä, ovat toiset parempia työssään ja toimissaan kuin toiset. Manuel Castells (2001: 199) näkee asian hyvin samankaltaisesti puhuessaan siitä, kuinka verkon avoimuus demokratisoi taidetta. Castellsilla tuo demokratisoitumisprosessi ei kuitenkaan sisällä positiivista arvolutausta ”enemmän on paremmin” -mallin mukaisesti. Vaikka monimuotoisuuden lisääntyminen tasa-arvoistaa ja hämärtää tekijän käsitetä, täytyy tiettyjen laatuvaatimusten täytyä digitaalisessa maailmassakin.

Internet voidaan kuvitella eräänlaisena torina, jossa kaikki voivat kyllä tarjota tekemiään tuotteita joko ilmaiseksi tai jotakin maksua vastaan, mutta toki Internetissäkin pätevät myös ne säännöt, joiden perusteella reaali maailmassa toimitaan. Vaikka valinnanvara kasvaa ja käsityksiä avartavia asioita löytyy helposti, eivät ne omalta osaltaan poista tiettyjen kriteerien ennalta olevaa vaatimusta. Tietyn vaatimusriman tai -tason täytyy ylittyä. Kyseeseen tulevat siis Internetin ja digitaalisuuden mahdollistamien muutosten jälkeenkin samat, suhteelliset perusperiaatteet, vaikka jotkut käsitteet, tekemistavat ja julkaisukanavat ovat muuttuneet matkan varrella.

5.6.3 Yhteenvetoa

Internet tarjoaa yhtyeen kannattajille monia mahdollisuuksia osallistua yhtyeen toimintaan. Yhtyeen jäsenet myös tuottavat faneja ajatellen ulkomusiikillista sisältöä kotisivuilleen. Internet onkin erinomainen paikka lisämateriaalille ja lisäinformaation kertomiselle. Kotisivuille voi helposti laittaa menneiden vuosien esiintymisten kappalelistoja, videoita, erilaisia kilpailuja, diskografian ja tuoreimmat kuulumisetkin. Toisaalta digitaalisuuden helppous voi myös aiheuttaa sähköposteista tutun vastaamisongelman. Yleiseen työnjakoon tai -organisointiin liittyvät ongelmat pätevät, jos niistä ei erikseen ole tehty sopimusta tai jaettu vastuualueita. Niinpä joissakin tapauksissa tietoverkon kasvottomuus ja osittain liiallinenkin helppous voi aiheuttaa asioiden tekemisen viivästyistä ja olla vaikuttamassa perinteisiin toimintamalleihin palaamiseen. Eräällä tapaa samankaltainen paluu peruskysymyksiä äärelle, tai pikemminkin vanhojen, toimivien toimintamallien pariin voi tapahtua myös yleisemmällä tasolla. Internetin mahdollisuuksissa on toki useita erittäin hyviä vaihtoehtoja, mutta eräänlaiset perusraamat voivat kuitenkin olla se paras ratkaisu tai tuottaa parhaan lopputuloksen. Mahdollisuuksien määrä ei siis ainakaan automaattisesti korvaa tiettyjen laadullisten perusasioiden omaksumisen tärkeyttä.

6 Lopuksi

Mitä Internet ja yleisemmin digitaalisuus sitten tarkoittaa muusikkoudelle? Vaikka vastaus kysymykseen on erittäin monitahoinen ja täysin riippuvainen tarkastelun kohteena olevasta muusikosta, on tiettyjä Internetin merkityksiä silti mahdollista kiteyttää. Se on ainakin selvää, että tietoverkon loputtomilta tuntuvat mahdollisuudet ovat musiikin tekijöiden kannalta äärimmäisen kiehtovia.

Yksi tärkeimmistä Internetin vaikutuksista musiikin tekijälle on helpottunut, nopeutunut ja kasvanut mahdollisuus yhä parempaan ja monipuolisempaan tiedonvälitykseen. Yhteydenpitoon, kommunikaatioon ja yleiseen tiedonvälitykseen liittyvät asiat tosin nousevat tässä tutkielmassa hieman kärjistettyinäkin esille yhtyeen kahden kotipaikkakunnan takia. Silti on huomioitava Internetin mahdollistama suuri muutos ja parannus juuri käytännön asioiden hoitamiseen liittyvältä kannalta. Erilaisia yhteydenpitomahdollisuuksia on lukuisia, ja vaikka niiden käyttöönotto vaatiikin aikaa, parhaimmillaan ne tarjoavat suhteellisen välittömän yhteyden yhtyeen muihin jäseniin maantieteellisestä sijainnista riippumatta. Toisaalta uusi teknologia on paikoin myös liiankin kasvoton, joten joissakin tilanteissa voi olla kaikkien kannalta parempi turvautua vanhanaikaisiin

asioiden hoitometodeihin.

Markkinapaikkana Internetin edut piilevät suuressa mahdollisuuksien määrässä, helppoudessa ja nopeudessa. Erityisen hieno mahdollisuus varsinkin pienille yhtyeille on tietoverkon tarjoamat puitteet pitää vaikka koko tuotantoa erikoispainoksineen tarjolla verkkokaupassa. Internet myös mahdollistaa esiintymistallenteiden myynnin vaikka välittömästi esiintymisen jälkeen, mikä voi olla joillekin yhtyeille erityisen kiehtova musiikin myyntitapa. Näkyvyyden hankinta, eli promootio ja yleinen mainostus on tietyn tietomäärän saavuttamisen jälkeen helppoa, varsinkin erilaisten sosiaalisten mediasivustojen avulla.

Kenties hieman yllättäen yhtenä Internetiä kauppapaikkana rajoittavista tekijöistä toimivat vanhat sopimukset, jotka voivat olla paikoin liiankin tiukkoja uuden teknologian suhteen. Internetissä tapahtuvan kaupan tulojen jakautuminen voi olla artistien kannalta hyvinkin epäselvää, tai jopa varsin yksipuoleisesti vain levy-yhtiöille kannattavaa toimintaa. Rahan liikkeisiin liittyvät toimet tietoverkossa ovat muutenkin varsin kaksijakoiset: Internet mahdollistaa musiikin kuuntelemisen ilmaiseksi, mikä osaltaan vähentää levymyyntiä; toisaalta se tekee myös pienille toimijoille mahdolliseksi saada tuotteilleen laajaa näkyvyyttä, mikä taas lisää potentiaalisten ostajien määrää. Niinpä kysymys Internetistä tulonlähteenä jää erityisen tapausriippuvaiseksi. Toisaalta tutkielmani on hyvin rajoittunut juuri sähköisen verkkomyynnin suhteen. Osaksi rajoittuneisuus johtuu siitä, että tarkastelemallani yhtyeellä on jo suhteellisen vakiintunut kuulijakunta, mikä osaltaan voi vähentää tarvetta riskinottoihin ja voi myös johtaa eräänlaiseen ”varman päälle pelaamisen” asenteeseen.

Myös musiikin jakelu on saanut Internetistä uuden, helpon, nopean ja halvan kanavan vanhojen rinnalle. Varsinkin marginaalisemman musiikin tekijöille ja pienille yhtyeille tietoverkko tarjoaa monia erinomaisia mahdollisuuksia musiikin levitykseen. Internetin ja digitaalisen teknologian avulla musiikin tekijöillä on myös mahdollisuus ohittaa perinteiset musiikkimarkkinoiden hierarkiasysteemit, joita edelleenkin hallitsevat vain suuret musiikkiteollisuuden toimijat. Musiikkiteollisuuden tai levy-yhtiöiden kannalta Internetissä on myös erityisen hyvät puolensa: muun muassa uusien artistien löytäminen, tuottaminen, ja mainostus voidaan toteuttaa verkossa hyvin halvalla verrattuna perinteisiin medioihin. Sen sijaan musiikkiteollisuuden paljon parjaama piratismi näyttyy varsin kaksijakoisena. Verkkopiratismi näyttää nakertavan enimmäkseen vain suurten artistien tilipusseja, mutta toisaalta musiikin kuuntelu lisää esiintymisissä käyvien ihmisten määrää ja siten myös esiintymisistä saatavia tuloja. Näyttääkin siltä, että piratismi suhteen monia ongelmakohtia ei ole mietitty kunnolla kummankaan puolen leirissä, vaan erilaisten lakien ja kopiointisuojausten avulla musiikkiteollisuus ainoastaan tuhlaa aikaa, rahaa ja vaivaa.

Uusille musiikkitulokkaille Internetissä näkyy kaksi puolta. Internet on lähes loputtomien mahdollisuuksien verkosto, jonka kautta maantieteellisellä sijainnilla ei enää ole juuri väliä ja joka mahdollistaa monia erilaisia musiikin julkaisuun tai tekemiseen liittyviä toimia, joilla voi ohittaa perinteiset tuotantoketjut ja niiden vaatimat kustannukset. Toisaalta tietoverkon syövereissä on kenties liikaakin vaihtoehtoja ja mahdollisuuksia, joten näkyvyyden saaminen on yhä vaikeampaa, ja tiettyjen perusasioiden unohtaminen tai laistaminen yhä helpompaa. Jos omaa tarvittavan tietotaidon, voi muutamalla hiiren klikkauksella hankkia avuliaita faneja ympäri maailmaa tai mainostaa yhtyettään vaikkapa erilaisissa videopalveluissa itse tehdyillä musiikkivideoilla. Ylimääräisen, ulkomusiikillisen materiaalin tekeminen ei ole koskaan aiemmin ollut yhtä helppoa, nopeaa ja hyvälaatuista kuin nykyään. Toisaalta kaikkeen ylimääräiseen tekemiseen voi myös käyttää senkin ajan, joka aiemmin kului tehdessä musiikillista materiaalia, oppiessa soittamaan, tai vaikka miettiessä sanoituksia tai sovituksia.

Monet uuden teknologian muutoksista siis helpottavat musiikillista tekemistä joko suoraan tai epäsuorasti lyhentämällä muiden toimien vaatimaa aikaa. Toisaalta digitaalisuuden mahdollistamat nopeus ja mahdollisuuksien runsaus ovat myös huonoja asioita: kasvanut tekemisnopeus saattaa vaikuttaa asioiden suunnittelun tai yleiseen tekemisen laatuun huonontavasti, ja suuri valintojen määrä taas voi vaikeuttaa taiteen tekemisen kannalta tärkeiden raamien asettamista. Myös teknologian mahdollistamien muokkaustapojen helpottuminen voi johtaa yhä enemmän kohti tekijyyden tai muusikkouden hämärtymistä, kun jokaisella on periaatteellinen mahdollisuus olla artisti. Harrastajien oloja Internet ja digitaalisuus helpottavat erittäin paljon tarjoamalla halventuneita mahdollisuuksia ammattimaisen materiaalin tekemiseen sekä uudenlaisena levitys- ja markkinointikanavana. Kenties tekijyyden arvostuksen lasku liittyy osaltaan myös musiikin harrastajien määrän kasvuun, mikä taas voi parantuneen laadun myötä vaikuttaa yleiseen mielipiteeseen myös piratismiin hyväksymisestä (levyhinnat pitää saada alemmaksi, koska musiikkia tehdään vain ”nappia painamalla”)? Kyseessä voi siis olla muusikkouden vaatiman työmäärän aliarviointi. Kulttuurisena tuotteena musiikki nojaa vahvasti aiempiin tietoihin ja taitoihin, eikä musiikin tekemiseen vaadittava työmäärä ole missään nimessä vähäinen. Tieto musisoinnin vaatimasta työmäärästä saattaakin olla yksi sellainen tekijä, joka on jätetty aivan liian vähälle huomiolle esimerkiksi piratismikeskusteluissa.

Vaikka digitaalisuus ja Internet ovat mahdollistaneet myös sellaisten musiikillisten elementtien luomisen, joita ei voida luoda ilman tietokonetta, eivät ne juurikaan ole vaikuttaneet itse musiikin tekemisen perustuksiin. Loppujen lopuksi Internet siis tarjoaa musiikin tekijöille lukuisia erilaisia ja toinen toistaan kiehtovampia mahdollisuuksia, mutta ei poista kaiken taiteen ja tekemisen vaatimia laadullisia raameja ja perusasioiden hallitsemista.

Lähteet

Kirjallisuus:

- Alderman, John (2001) *Sonic Boom. Napster, MP3, and the New Pioneers of Music*. USA: Perseus Books Group.
- Altschuller, Shoshana & Benbunan-Fich, Raquel (2009) Is music downloading the new prohibition? What students reveal through an ethical dilemma . *Ethics Inf Technol* 2009; Vol. 11. Springer Science + Business Media B.V. Ss. 49–56.
- Anderton, Chris (2006) “Beating The Bootleggers: Fan Creativity, ”Lossless” Audio Trading, and Commercial Opportunities.” *Cybersounds: essays on virtual music culture*. Toim. Ayers, Michael D. USA: Peter Lang Publishing, Inc. Ss. 161–184.
- Arrasvuori, Juha (1999) ”Tietokone soittimena. 'Digitaalisen musiikin' lähtökohtia.” *Johdatus digitaaliseen kulttuuriin*. Toim. Järvinen, Aki & Mäyrä, Ilkka. Tampere: Vastapaino. Ss. 187–204.
- Baym, Nancy K. & Burnett, Robert (2009) Amateur experts. International fan labour in Swedish independent music. *International journal of cultural studies* 2009; Vol. 12(5). Sage publications. Ss. 433–449.
- Berland, Jody (1993) ”Music video and media reconstruction”. *Sound and vision. The music video reader*. Toim. Frith, Simon; Goodwin, Andrew & Grossberg, Lawrence. Great Britain: Routledge. Ss. 25–45.
- Berland, Jody (2008) ”Postmusics”. *Sonic synergies: Music, Technology, Community, Identity*. Toim. Bloustien, Gerry; Peters, Margaret & Luckman, Susan. Great Britain. Ashgate. Ss. 27–37.
- Bloustien, Gerry (2008) ”Up the Down Staircase: Grassroots Entrepreneurship in Young People's Music Practices”. *Sonic synergies: Music, Technology, Community, Identity*. Toim. Bloustien, Gerry; Peters, Margaret & Luckman, Susan. Great Britain. Ashgate.

Ss.195–209.

Borda, Ann & Bowen, Jonathan P. (2009) Virtual Collaboration and Community. *Handbook of Research on Socio-Technical Design and Social Networking Systems*. Toim. Whitworth, Brian & De Moor, Aldo. Information Science Reference. Ss. 39–49.

Breen, Marcus (1993) "Making music local." *Rock and popular music*. Toim. Bennett, Tony; Frith, Simon, Grossberg, Lawrence; Shepard, John & Turner, Graeme. USA & Kanada: Routledge. Ss. 66–82.

Briggs, Asa & Burke, Peter (2005) A social history of the media. Great Britain: Polity Press.

Burnett, Robert (1996) The Global Jukebox. The international music industry. Great Britain: Routledge.

Buskens, Vincent (1998) The social structure of trust. *Social Networks 20 (1998)*. Elsevier. Ss.265–289.

Castells, Manuel (2001) The Internet galaxy. Reflections on the Internet, Business, and Society. Great Britain: Oxford university press.

Duchêne, Anne & Waelbroeck, Patrick (2006) The legal and technological battle in the music industry: Information-push versus information-pull technologies. *International Review of Law and Economics 26 (2006)*. Elsevier. Ss. 565–580.

Fisher III, William W. (2004) Promises to keep. Technology, Law, and the Future of Entertainment. USA: Stanford University Press.

Frith, Simon (1987) "Towards an aesthetic of popular music." *Music and society*. Toim. Leppert, Richard & McClary, Susan. Great Britain: University Press, Cambridge. Ss. 133–149.

Gayer, Amit & Shy, Oz (2006) Publishers, artists, and copyright enforcement . *Information, Economics, and Policy 18 (2006)*. Elsevier. Ss. 374–384.

- Gopal, Ram D.; Bhattacharjee, Sudip & Sanders, G. Lawrence (2006) Do Artists Benefit from Online Music Sharing? *Journal of Business* 2006; Vol. 79, no. 3. University of Chicago. Ss. 1503–1533.
- Gordon, Steve (2008) *The future of music business*. 2. painos. USA: Hal Leonard.
- Holmes, Thom (2002) *Electronic and experimental music*. 2. painos. USA: Routledge.
- Hughes, Jerald & Reiner, Karl (2003) If I had a song: the culture of digital community networks and its impact on the music industry. *The International journal on media management*. Vol. 5 No. III. Ss. 180–189.
- Hull, Geoffrey P. (2004) *The recording industry*. 2. painos. USA: Routledge.
- Jones, Steve (1993) "Who fought the law? The american music industry and the global popular music market." *Rock and popular music*. Toim. Bennett, Tony; Frith, Simon, Grossberg, Lawrence; Shepard, John & Turner, Graeme. USA & Kanada: Routledge. Ss. 83–95.
- Kennett, Chris (2003) "Is anybody listening?" *Analyzing popular music*. Toim. Moore, Allan F. United Kingdom: Cambridge university press. Ss. 196–217.
- Klein, Bethany (2008) "The new radio": music licencing as a response to industry woe. *Media, Culture & Society* 2008; 30(4). Sage Publications. Ss. 463–478.
- Kusek, David & Leonhard, Gerd (2005) *The future of music. Manifesto for the digital music revolution*. Boston: Berklee Press.
- Lessig, Lawrence (2004) *Free culture. How big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity*. USA: The Penguin Press.
- Leyshon, Andrew; Webb, Peter; French, Shaun; Thrift, Nigel & Crewe, Louise (2005) "On the reproduction of the musical economy after the Internet." *Media, Culture & Society* 2005; 27(2). Sage Publications. Ss. 177–209.

- Middleton, Richard (1990) *Studying Popular Music*. 2. painos. Great Britain: Open University Press.
- Muikku, Jari (2001) *Musiikkia kaikkiruokaisille. Suomalaisen populaarimusiikin äänitetuotanto 1945–1990*. Tampere: Gaudeamus Kirja.
- O'Reilly, Daragh & Doherty, Kathy (2006) "Music B(r)ands Online and Constructing Community: The Case of New Model Army." *Cybersounds: essays on virtual music culture*. Toim. Ayers, Michael D. USA: Peter Lang Publishing, Inc. Ss. 137–160.
- Ryan, John & Hughes, Michael (2006) "The Fate of Creativity in the Age of Self-Production." *Cybersounds: essays on virtual music culture*. Toim. Ayers, Michael D. USA: Peter Lang Publishing, Inc. Ss. 239–253.
- Tepper, Steven J. & Hargittai, Eszter (2009) Pathways to music exploration in a digital age. *Poetics* 2009; 37. Elsevier B.V. Ss. 227–249.
- Turner, Graeme (1993) "Who killed the radio star? The death of teen radio in Australia." *Rock and popular music*. Toim. Bennett, Tony; Frith, Simon, Grossberg, Lawrence; Shepard, John & Turner, Graeme. USA & Kanada: Routledge. Ss. 142-155.
- Wallis, Roger & Malm, Krister (1984) *Big sounds from small people. The music industry in small countries*. Great Britain: Constable and Company Limited.
- Wellman, Barry & Haythornthwaite, Caroline. Toim. (2002) *The Internet in everyday life*. United Kingdom: Blackwell Publishing

Internet-lähteet:

Absoluuttinen nollapiste: Auta (<http://absoluuttinennollapiste.fi/sivut/auta.html>)

Absoluuttinen nollapiste: Arkistokuvaa (<http://absoluuttinennollapiste.fi/levyt/arkistokuvaa-dvd/>)

Absoluuttinen nollapiste: Artikkelit (<http://absoluuttinennollapiste.fi/bandi/artikkelit.html>)

Absoluuttinen nollapiste: Bandi (<http://absoluuttinennollapiste.fi/bandi/>)

Absoluuttinen nollapiste: Demo 3 (http://absoluuttinennollapiste.fi/uutisarkisto/#27_10_2010)

Absoluuttinen nollapiste: Levyt (<http://absoluuttinennollapiste.fi/levyt/>)

Absoluuttinen nollapiste: Keikat (<http://absoluuttinennollapiste.fi/keikat/keikat.html>)

Absoluuttinen nollapiste: Keikat 2 (<http://absoluuttinennollapiste.fi/keikat>)

Absoluuttinen nollapiste: Keskustelualue (<http://keskustelualue.absoluuttinennollapiste.fi/>)

Absoluuttinen nollapiste: Päivitykset (<http://absoluuttinennollapiste.fi/paivitykset.html>)

Absoluuttinen nollapiste: Sivukartta (<http://absoluuttinennollapiste.fi/sivut/sivukartta.html>)

Absoluuttinen nollapiste: Videot (<http://absoluuttinennollapiste.fi/videot/>)

[tarkistettu 15.2.2011]

EUn ICT raportti ([http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/08/605&type=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en)

[reference=IP/08/605&type=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/08/605&type=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en))

[tarkistettu 7.3.2010]

Digital Music News (2009a) The biggest music sites online
(<http://www.digitalmusicnews.com/stories/051409sites>) [tarkistettu 7.3.2010]

Diu Dau Tapes. (<http://www.uta.fi/~tt58007/diudau/este.html>) [tarkistettu 8.12.2010]

Internet world stats (<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>) [tarkistettu 7.3.2010]

IFPI: Digitaalisen musiikin raportti 2011

(http://www.ifpi.org/content/section_resources/dmr2011.html) [tarkistettu 10.02.2011]

IFPI: Suomi (<http://www.ifpi.fi/uutiset/arkisto/aanitteiden%20myynti%20suomessa>

[%20vuonna %202010](http://www.ifpi.fi/uutiset/arkisto/aanitteiden%20myynti%20suomessa)) [tarkistettu 10.02.2011]

Länsikangaskroniikka: 1991 ja 1992. Absoluuttisen nollapisteen historiaa.

(http://absoluuttinennollapiste.fi/bandi/kronikka_1991.html) JA

(http://absoluuttinennollapiste.fi/bandi/kronikka_1992.html) [tarkistettu 8.12.2010]

Länsikangaskroniikka: 1993. Absoluuttisen nollapisteen historiaa.

(http://absoluuttinennollapiste.fi/bandi/kronikka_1993.html) [tarkistettu 8.12.2010]

Saaranen-Kauppinen, Anita & Puusniekka, Anna (2006) KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere : Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto.

(http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L5_2.html) [tarkistettu 14.4.2010]

Tancer, Bill 2006. MySpace Moves Into #1 Position for all Internet Sites.

(http://weblogs.hitwise.com/bill-tancer/2006/07/myspace_moves_into_1_position.html)[tarkistettu 1.4.2010]

Wikipedia: Absoluuttinen nolllapiste.

([http://fi.wikipedia.org/wiki/Absoluuttinen_Nollapiste_\(yhtye\)](http://fi.wikipedia.org/wiki/Absoluuttinen_Nollapiste_(yhtye))) [tarkistettu 8.12.2010]

Wikipedia: Autotune (<http://fi.wikipedia.org/wiki/Autotune>)[tarkistettu 1.10.2010]

Wikipedia: In_Rainbows (http://en.wikipedia.org/wiki/In_Rainbows) [tarkistettu 1.10.2010]

Wikipedia: Internet (<http://fi.wikipedia.org/wiki/Internet>) [tarkistettu 7.3.2010]

Wikipedia: Johanna kustannus (http://fi.wikipedia.org/wiki/Johanna_Kustannus)

[tarkistettu 8.3.2010]

Wikipedia: MP3 (<http://fi.wikipedia.org/wiki/MP3>) [tarkistettu 1.10.2010]

Wikipedia: MySpace (<http://en.wikipedia.org/wiki/MySpace>) [tarkistettu 1.4.2010]

Wikipedia: Play (Moby album) ([http://en.wikipedia.org/wiki/Play_\(Moby_album\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Play_(Moby_album))) [tarkistettu

1.10.2010]

Yle Lista: Irene Kaktus (2002) (<http://www.yle.fi/radiomafia/lista/top20.69.shtml>)

[tarkistettu 8.3.2010]

Yle Lista: Nimi muutettu (2002) (<http://www.yle.fi/radiomafia/lista/top40.76.shtml>)

[tarkistettu 8.3.2010]

YleX: Kaikkien aikojen kotimainen biisi.

(<http://web.archive.org/web/20031229064015/http://www.yle.fi/ylex/arkisto/sivu.18.shtml>)[tarkistettu 8.3.2010]

Haastattelu:

Krutsin, Tomi (16.3.2010) [tallenne toistaiseksi vain tekijän hallussa]

Liite

Kysymysrunko:

1 Mikä on yhtyeen/jäsenen yleinen suhtautuminen Internetiin? (teoria)

Millaisena näkee netin mahdollisuudet/käytön?

Kiinnostus nettiin?

Suhtautuminen digitaalisuuteen? (verrokkina analogisuus?)

(Keskustelu muiden yhtyeiden kanssa?)

(Keskustelua yhtyeen sisällä?)

2 Miten Internetin käyttö näkyy tai ilmenee yhtyeellä käytännössä? (konkretia)

Koska alkanut?

Kuinka paljon käyttää?

Mihin/miten käyttää?

Mitä sivustoja käyttää/seuraa?

Tiedostojensiirto, yhteydenpito

Onko Internet muuttanut käytäntöjä, miten? (suhde aiempaan, ennen Internetiä)

* Formaattit? -mielenkiinto, käytännöllisyys

(Fanit mitenkään mukana nettitouhuissa?)

(Internet yhteisöllisissä toimissa?)

Lähetetäänkö/Tarjoaako fanit itsetekemiä videoita, live-esiintymisiä nettiin?

Katsojaluvut, lämmittääkö moinen, mitä mieltä yleensä kys. toiminnasta.

3 Milloin ja miksi yhtye on ottanut juuri tiettyjä sovelluksia käyttöönsä? (sosiaalisuus)

Mistä tietoa sovelluksista?

Paljonko kokeilua eri (uusilla) sovelluksilla? + jääkö vanhoja pois?

Mitä sovelluksia käyttää, mihin tarkoitukseen?

Koska otettu vakituisen käyttöön?

Kaipaako jotain sovellusten tasolla yksilönä/bändiläisenä?

4 Onko Internet vaikuttanut levyjen markkinointiin tai yhtyeen yleiseen pr -toimintaan?

(kaupallisuus)

Minkä verran Inet vaikuttanut tuloihin? Miten?

Kiinnostus netin kaupallisiin mahdollisuuksiin?

Mitä sivustoja/sovelluksia käytössä markkinointiin/pr -toimintaan, miksi ne?

Mistä tiedot eri kanavista/mahdollisuuksista?

Viralliselta taholta tukea/tukia? Levy-yhtiöltä?

5 Onko yhtyeellä tulevaisuuden suunnitelmia Internetiin liittyen? (visio)

Mitä kokeiltu → onko vaikuttanut uusiin suunnitelmiin?

Toteutusjärjestys? Miettiikö koko bändi, vai vain joku/jotkut?

Toteuttajien hierarkia? Miten muodostunut?

Panostus nettiin?

Onko pelkkää nettiaineistoa olemassa? Entä tarkoitus julkaista?

Aika ennen/jälkeen Internetin?

Spotify yms vastaavat?

Myspaceen liittyvää...?

* Onko netin myötä alkanu/muuttunu koekuunteluttaminen ihmisille? Koekuuntelu tms muuttanut biisejä?

* Plagiointi yms. - Onko omia kappaleita vertailtu muiden tekemisiin?

* Genresidonnaisuus?

Mihin genreen yhtye luokittelee itsensä?

Vaikuttaako genre suhtautumisessa nettiin/teknologiaan?

* Kuuntelutottumukset!

Minkälaista musiikkia kuuntelee? (soundi-ideaalit!)