



Teemu Patrikainen

Suomessa tehdyn englanninkielisen indie-musiikin tila kotimaan markkinoilla

Tapaustutkimus indie levy-yhtiöiden asenteista Suomessa tehtyyn englanninkieliseen musiikkiin

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Kulttuurituotanto AMK

Kulttuurituotannon tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

26.4.2023

Tiivistelmä

Tekijä(t):	Teemu Patrikainen
Otsikko:	Suomessa tehdyn englanninkielisen indie-musiikin tila kotimaan markkinoilla.
Sivumäärä:	46 sivua + 4 liitettä
Aika:	26.4.2023
Tutkinto:	Kulttuurituotanto AMK
Tutkinto-ohjelma:	Kulttuurituotannon tutkinto-ohjelma
Ohjaaja:	Lehtori Eva-Katri Ahola

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Suomessa tehdyn englanninkielisen indie-musiikin nykytilaa ja luoda ideoita sen näkyvyyden parantamiseksi Suomessa. Tutkimus tehtiin Indieco Ry:n toimeksiannosta, joka on noin 70 itsenäisen levy-yhtiön edustajajärjestö.

Tutkimuksessa käytin sekä laadullisia että määrällisiä tutkimusmenetelmiä. Aloitin tekemällä dokumenttianalyysin Suomessa tehdyn englanninkielisen musiikin nykytilanteesta kotimaan markkinoilla. Lisäksi tein itsenäisten levy-yhtiöiden edustajille kyselyn ja haastattelun, joiden avulla selvitin nykyisen tilan syitä sekä kehitysehdotuksia tilan parantamiseksi.

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että Suomessa tehdyn englanninkielisen indie-musiikin tila on heikentynyt viimeisten 10 vuoden aikana. Suurten levy-yhtiöiden vähäisen kiinnostuksen, musiikkiteollisuuden muutosten ja teknologisen kehityksen vuoksi suomalainen englanninkielinen indie-musiikki saa vähemmän näkyvyyttä ja tilaa kotimaisilla markkinoilla. Kaiken kaikkiaan tutkimuksen tulokset antavat selkeän kuvan siitä, miten tutkimuskohde tällä hetkellä nähdään Suomessa niin numeroiden kuin ihmisten ajatustenkin suhteen. Tulokset osoittavat myös, että Suomessa tehdään hyvää englanninkielistä musiikkia, mutta sitä ei tueta tai nosteta tarpeeksi esiin musiikkimediassa.

Sosiaalinen media on nähty uutena tapana kiertää musiikkialan portinvartijoiden vaikutusvaltaa, sillä kuka tahansa voi julkaista ja jakaa omaa tai muiden musiikkia eri alustoilla. Kehitysideani jakautuvat näiden portinvartijoiden vaikutusvallan kiertämiseen sekä yhteistyön kehittämiseen. Kehitysehdotukset voidaan jakaa tässä työssä kolmeen osaan: Indie Awards -palkintojen kategoriamuutokset, englanninkielisen indie-musiikin showcase-tapahtumaidea sekä Indieco Ry:n tuotteistus.

Avainsanat: indie-musiikki, indie levy-yhtiö, musiikkiala, musiikintutkimus

Tämän opinnäytetyön alkuperä on tarkastettu Turnitin Originality Check -ohjelmalla.

Abstract

Author(s): Teemu Patrikainen
Title: The state of English-language indie music made in Finland on the domestic market
Number of Pages: 46 pages + 4 appendices
Date: 26.4.2023

Degree: Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme: Cultural Management
Instructor(s): Eva-Katri Ahola, Lecturer

The purpose of this thesis was to investigate the current state of English-language indie music produced in Finland and create ideas for improving its visibility in domestic market. The research was commissioned by Indieco Ry, which represents about 70 independent record labels. In the study, I used both qualitative and quantitative research methods. I started by conducting a document analysis of the current situation of Finnish English-language music in the domestic market. In addition, I conducted a survey and interview study of representatives of independent record labels to seek answers to the causes of the current situation and proposals for improving the situation. The results of the study showed that the state of English-language indie music produced in Finland has deteriorated over the past 10 years. Due to the lack of interest from major record labels, changes in the music industry, and technological development, Finnish English-language indie music receives less visibility in the domestic market. Social media has been seen as a new way to bypass the influence of gatekeepers in the music industry, as anyone can publish and share their own or others' music on various platforms. My development ideas are divided into bypassing the influence of these gatekeepers and developing collaboration. The development proposals can be divided into three parts in this work, Indie Awards category changes, English-language Indie music showcase event idea, and Indieco Ry's productization. Overall, the results of the study provided a clear picture of how the research subject is currently viewed in Finland, both in terms of numbers and people's thoughts. The results also showed that good English-language music is being produced in Finland, but it is not supported or promoted enough in music media.

Keywords: indie music, indie record label, music industry, music studies

Sisällysluettelo

1 Johdanto	5
2 Musiikkialan tutkimus	6
2.1 Indie-musiikin määritelmä.....	7
2.2 Musiikin tekijät.....	9
2.3 Musiikin kuuntelijat	9
2.4 Musiikkialan portinvartijat	10
3 Indieco Ry	12
4 Tutkimuskysymykset	13
5 Tutkimuksellisen kehittämistyön menetelmät	13
5.1 Lähestymistapana tapaustutkimus.....	14
5.2 Opinnäytetyön prosessi.....	15
5.3 Dokumenttianalyysi.....	16
5.4 Kysely	16
5.5 Haastattelu	17
6 Tulokset	18
6.1 Nykytilan kartoitus dokumenttianalyysin keinoin	18
6.2 Kyselyn tulokset	23
6.3 Haastatteluiden tulokset	32
6.4 Yhteenveto tuloksista.....	39
7 Kehittämisehdotukset	40
8 Pohdinta ja arviointi	42
LÄHTEET	
AINEISTOT	
LIITTEET	

1 Johdanto

Seitsemän vuotta sitten 5.2.2016 Yle uutisoi Timo Pennasen listablogin tilastojen pohjalta, kuinka kotimainen englanninkielinen musiikki oli hävinnyt virallisilta listoilta lähes kokonaan. Kyseisenä vuonna suomen viralliselle top 100 -listalle oli nousut ainoastaan yksi kotimainen englanninkielinen kappale. Muutos on hurja sillä vielä vuonna 2004 englanninkielisiä kappaleita oli listalla 24 prosenttia kaikista kappaleista. Tämän jälkeen aiheesta ei mediassa ole kovinkaan paljon keskusteltu, mutta kun tarkastelin vuoden 2023 virallista top 50 -albumilistaa viikolta 9, löytyi sieltä tasan yksi kotimainen englanninkielinen albumi. Tästä lähtökohdasta idea opinnäytetyöni aiheesta sai alkunsa. Aiheeni käsittelee Suomessa tehdyn englanninkielisen indie-musiikin tilaa kotimaan markkinoilla. Työn tilaaja on noin 70:tä eri indie-levy-yhtiötä edustava etujärjestö Indieco Ry.

Kylmien listojen lisäksi minua motivoi aiheen tutkiminen myös henkilökohtaisista syistä, sillä olen itse tehnyt englanninkielistä musiikkia viimeiset 15 vuotta elämästäni. Sen aikana olen saanut todistaa, kuinka kotimaassamme edelleen tehdään laadukasta ja kilpailukykyistä englanninkielistä musiikkia tyylistä riippumatta. Varjopuolena olen saanut nähdä, kuinka mahdollisuudet kotimaan sisällä englanninkielisen musiikin kanssa ovat vähentyneet vuosi vuodelta kapeammaksi. Tämä on johtanut niin itselläni kuin myös monilla ystäväilläni, jotka tekevät englanninkielistä musiikkia, siihen, että oman musiikin tekeminen on keskittynyt enemmän ulkomaille. Aiheen rajaus kotimaan markkinoille on tärkeää, sillä tämä opinnäytetyö tulee olemaan ensimmäinen, joka keskittyy nimenomaan englanninkielisen musiikin tilaan kotimaassa eikä musiikkivientiin, josta tutkimusta ja töitä löytyy jo kiitettävästi. Uskon myös, että musiikkiviennin edistämiseksi englanninkielistä musiikkia pitäisi myös vaalia ja vahvistaa kotimaassa. Miten musiikki voisi menestyä maailmalla, jos se ei ensiksi menesty kotimaassa? Tästä on muutaman vuoden ajalta selvää konkretiaakin: Uuden Musiikin Kilpailusta koko kansan tietoisuuteen ponnistaneet Blind Channel ja Cyan Kicks yhtyeet ovat nousseet menestykseen myös muualla maailmassa.

Tutkittava ilmiö liittyy perustavanlaatuisesti kulttuurituotannon alaan, sillä musiikki on osa kulttuuria. Musiikkialan tutkimus Suomessa kulttuurituotannon näkökulmasta on tärkeää sillä se auttaa alan sisäisen keskustelun tukemista ja uusien näkökulmien huomioimista kentällä. Aihe on kiinnostava, koska vaikka keskustelua tutkimuskysymyksien ympärillä on käyty, on se jäänyt vuosien varrella muiden keskusteluiden varjoon. Kulttuurituottajalle aihe on erityisen kiinnostava, sillä se tutkii, kuinka englanninkielistä Suomessa tehtyä indie-musiikkia on kotimaassamme tuotettu viimeisen kahdenkymmenen vuoden aikana. Kattava nykytilan kartoittaminen sekä syiden ja seurauksien analysoiminen on kulttuurituottajalle tärkeää, jotta tämä voi tuottaa asioita paremmin ja järjestelmällisemmin.

Tämän työn tarkoitus on pureutua siihen, miksi Suomessa on niin vaikeaa tällä hetkellä menestyä englanninkielisellä musiikilla, ja herättää keskustelua siitä, mitä musiikkiala voisi itse tehdä, jotta myös englanninkielinen indie-musiikki voisi pärjätä kotimaan markkinoilla. Tutkimus alkaa nykytilan kattavalla

kartoituksella, jonka jälkeen eri tutkimusmenetelmien avulla haen syitä ja seurauksia musiikkialan sisältä siihen, miksi tila on tämä ja mitä voidaan tehdä, jotta tilanne paranisi. Konkreettisenä kehittämistavoitteena on työn lopussa oleva pohdinta, jossa tutkimukseni pohjalta luon erilaisia ideoita, miten suomessa tehdyn englanninkielisen indie-musiikin näkyvyyttä parannetaan kotimaassa.

2 Musiikkialan tutkimus

Tässä luvussa kerron ja selitän auki opinnäytetyöni keskeisiä käsitteitä sekä esittelen aiheeni teoreettisen viitekehysten. Työni yhdistelee tutkimuksellisuutta ja kokemuksellisuutta, ja kehittämisideoiden ja pohdinnan luvuissa on myös ripaus luovuutta. Tutkimuksellisuudella tarkoitetaan tutkivaa ja kriittistä työtettä, jossa tutkimukseen perustuvaa tietoa sovelletaan, sekä uuden tiedon luomista teorian kautta (Ojasalo ym. 2015, s.16). Kokemuksellisuus taas tarkoittaa kokemusten keräämistä sekä jakamista aiheesta (Ojasalo ym. 2015, s.16). Itselleni on kertynyt musiikkialalta työskentelystä ja harrastelusta vuosien varrella paljon kokemusta. Tätä kokemusta hyödynnän myös opinnäytetyöprosessin edetessä ja ratkaisuja hakiessani. Luovuus on kehittämistyöni isoin voimavara. Sen voidaan katsoa saaneen aikaan tarpeen kirjoittaa opinnäytetyöni tästä aiheesta. Luovuus kehittämistyössä toimii innoittajana, sillä se sai minut havahtumaan muutoksen tarpeeseen (Ojasalo, ym. 2015. s.16).

Suomessa tehdyn englanninkielisen musiikin tilaa kotimaan markkinoilla ei ole käsitykseni mukaan sellaisenaan koskaan aiemmin tutkittu. Aiheesta on kyllä kirjoitettu artikkeleita ja lehtijuttuja, mutta tietoon, teoriaan ja tutkimukseen pohjautuvaa tekstiä siitä ei ole kirjoitettu. Laajemmassa katsannossa aiheeni voidaan sisällyttää musiikkialan tutkimukseen. Siitä on kirjoitettu paljon englanninkielistä tekstiä, jota olen käyttänyt hyödynni tietopohjaa rakentaessa. Suomeksi musiikkialan tutkimusta löytyy jonkun verran, mutta tuntuu, että se on monesti enemmän viihteellisempää kirjallisuutta, kuten oppaita, ohjeita ja kokemukseen perustuvia teoksia.

Musiikkituottajat – Ifpi ry teettää vuosittain Musiikinkuuntelu Suomessa -tutkimuksen, jota olen käyttänyt hyödynni työssäni. Lisäksi Ifpi ylläpitää myös virallista top 20 -albumilistaa Suomessa, jota olen käyttänyt hyväkseni etenkin työni dokumenttianalyysiosiossa.

Musiikkialan tutkimuksessa voidaan tutkia kolmea eri kohderyhmää. Näitä ovat musiikin kuuntelijat, musiikin tekijät ja musiikin portinvartijat. Itse työssäni keskityn tutkimaan aihetta musiikkialan portinvartijoiden näkökulmasta. Tämä siksi, että he käyttävät yleensä suurinta valtaa musiikkialalla ja ovat avainasemassa siinä, mitä musiikkia kulutetaan ja kuunnellaan. Vaikka painotankin työssäni yhtä ryhmää, on tärkeää avata tässä luvussa myös musiikin tekijöiden ja kuuntelijoiden paikkaa musiikkialalla, sillä ilman heitä ei olisi myöskään musiikkialan muita yöntekijöitä.

Roy Shukerin vuonna 2012 julkaistussa Understanding Popular Music -teoksessa muistutetaan, että musiikkialan tutkiminen on verrattain vaikeaa, koska musiikissa yhdistyy sosiaaliset ja ekonomiset käytänteet. Näiden kahden välinen suhde sekä näkökulmat itsessään muuttuvat jatkuvasti yhteiskunnan kehittyessä. Teoksen kirjoittaja on myös huolissaan musiikin luomisen ja musiikin taloudellisten kontekstin

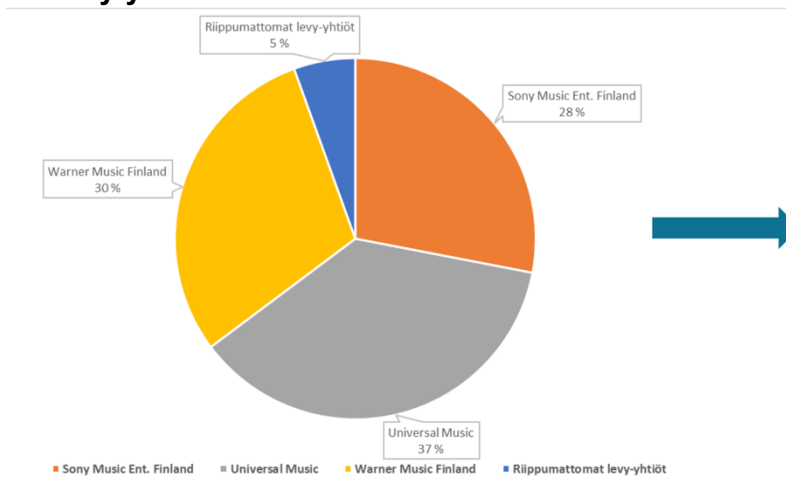
välisestä suhteesta. (Shuker, Roy, 2012. s.4.) Tällä hän tarkoittaa sitä, että kulttuuri yleisesti kategorisoidaan korkeaan ja matalaan kulttuuriin, mikä osaltaan vaikuttaa suuresti esimerkiksi valtion apurahojen jakamiseen sen mukaan, mikä on niin sanotusti hyväksytympää kulttuuria. (Shuker, Roy, 2012. s.4.) Myös Suomessa on painotettu korkeakulttuurin rahoitusta valtion hakujärjestelmissä. Populäärimusiikin eli ns. matalamman kulttuurin on taas katsottu olevan vapaiden markkinoiden armoilla. Heikon myynnin tai näkyvyyden on katsottu olevan luonnollista, sillä kysynnän ja tarjonnan laki ohjaa vapaita markkinoita.

2.1 Indie-musiikin määritelmä

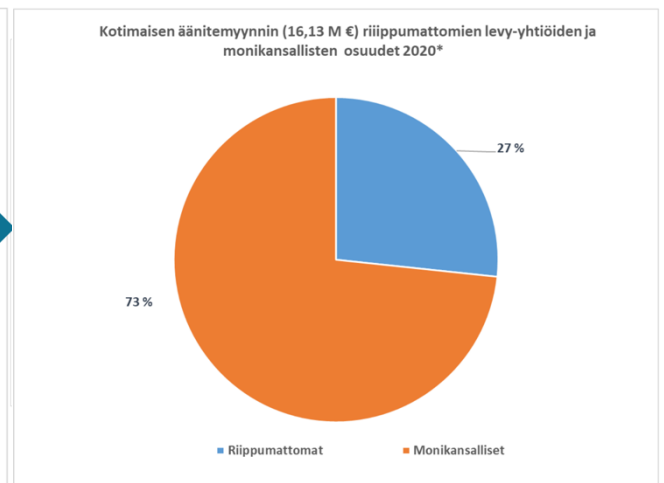
Indie-termi musiikissa viittaa englanninkieliseen sanaan ”independent” eli itsenäinen. Vaikka termin alkuperä on aika selkeä, voidaan indie-sanalla tarkoittaa montaa eri asiaa. Se voi viitata esimerkiksi musiikkityyliin, yhtyeeseen, levy-yhtiöön, mediaan tai jopa kaikkien näiden yhdistelmään. Tässä opinnäytetyössä indie-sana viittaa levy-yhtiöihin, jotka julkaisevat itsenäisesti musiikkia ja ovat taloudellisesti sekä yritysraenteeltaan riippumattomia esimerkiksi suurista levy-yhtiöistä. (Anderton ym, 2012.) Indie-levy-yhtiön määrittelemisen voi olla myös hankalaa, sillä jotkin itsenäiset levy-yhtiöt käyttävät suurten levy-yhtiöiden luomia jakelukanavia ja tällä tavalla ovat kiinnittyneet isompien toimijoiden toimintaan (Anderton, ym, 2012).

Suurella levy-yhtiöllä tarkoitetaan monikansallista yritystä, jolla on useassa maassa johtava tai huomattava markkina-asema. Nämä yhtiöt yleensä hallitsevat monia eri aloja musiikin saralla, kuten manageroinnin, tuotannon ja jakelun. (Shuker, 2012. s.16.) Suomessa suurilla levy-yhtiöillä Sony Musicilla, Universalilla ja Warner Musicilla oli vuonna 2021 yli 95 prosentin markkinaosuus kaikesta Suomessa sinä vuonna myydystä musiikista (Music Finland, 2022). Jos katsotaan pelkästään kotimaisen musiikin myyntiä, vuonna 2021 suurilla levy-yhtiöillä oli 73 prosentin markkinaosuus ja indie-levy-yhtiöillä 27 prosentin osuus (Music Finland, 2022).

Levy-yhtiöiden markkinaosuudet Suomessa 2021



Kuvio 2 Levy-yhtiöiden markkinaosuudet Suomessa 2021



Kuvio 1 Kotimaisen äänitemyynnin (16,13 M €) riippumattomien levy-yhtiöiden ja monikansallisten osuudet 2020*

Vaikka indie-levy-yhtiöillä on taloudellisessa näkökulmassa pieni osuus Suomen musiikkimarkkinoista, on niiden tekemällä työllä kulttuurisesti isompi merkitys. Itsenäiset yritykset alalla nähdään paljon joustavampina ja innovatiivisempina kuin suuret ja hierarkkiset monikansalliset yhtiöt. (Shuker, Roy, 2012. s.18.) Indie-levy-yhtiöt yhdistetään useammin myös uusiin musiikkityyleihin ja nähdään vastavoimana stereotyyppiselle valtavavirtamusiikille, jota isot levy-yhtiöt yleensä julkaisevat enemmän taloudellisten voittojen toivossa (Shuker, Roy, 2012. s.18–19).

Suomessa on tehty englanninkielistä musiikkia aina 60-luvun puolesta välistä lähtien. Vuonna 1966 perustetulla itsenäisellä Love Recordsilla oli suuri vaikutus tähän, sillä heidän listoillaan nähtiin ensimmäisiä Suomen ulkopuolella suosiota niittäneitä englanniksi laulavia yhtyeitä, kuten Wigwam, Hurriganes ja Tasavallan Presidentti. 70–80-luvuilla englanninkielinen musiikki sai Suomessa lisää näkyvyyttä, kun varsinkin monet rock-yhtyeet, kuten Hanoi Rocks, Peer Günt ja Backsliders, tekivät musiikkiaan englanniksi. Huomiotavaa on, että nämäkin yhtyeet pysyttelivät vielä suurimmaksi osaksi itsenäisillä levy-yhtiöillä, kun taas suurten levy-yhtiöiden kiinnostus oli suomenkielisessä musiikissa. 1990- ja 2000-luvuilla nähtiin tähänastisen Suomen historian suurin englanninkielisen musiikin suosio ja esiinnousu. Suuret levy-yhtiöt kiinnostuivat tällöin enemmän musiikkiviennistä, ja maassamme nähtiin lukuisia kotimaassakin suosittuja vientiyhtyeitä, kuten Him, The Rasmus, Nightwish, Children of Bodom, Poets of the Fall ja Sunrise Avenue.

Suomesta löytyy ja on tarjolla mielestäni aivan kaikenlaista ja -tyylistä englanninkielistä musiikkia. Suurin osa tästä julkaistaan omakustanteisesti tai itsenäisten levy-yhtiöiden toimesta. Suurten levy-yhtiöiden englanninkieliset artistit ovat listattuina alla olevassa kuvassa. Luvut on saatu tarkastelemalla Sony Music Finlandin, Universal Music Finlandin ja Warner Music Finlandin kotisivuilta löytyviä kotimaisten artistien listauksia.

Suurten levy-yhtiöiden artisti ja yhtyeet jaettuna laulukielen mukaan

	Sony Music Finland	Universal Music Finland	Warner Music Finland
Suomenkielinen	90	61	82
Englanninkielinen	7	7	2
Muu	0	0	0
Yht	97	68	84

Kuvio 3 Suurten levy-yhtiöiden artistien ja yhtyeiden laulukielet

2.2 Musiikin tekijät

Musiikin tekijät ovat kulttuurillisesti ja taiteellisesti tärkein tekijä musiikin synnyssä. Tekijät ovat avainasemassa siinä, että uutta musiikkia ylipäätään syntyy maailmaan. Musiikin tekijän määrittäminen ammatillaiseksi tai amatööriksi ei ole helppoa. Roy Shukerin ”Understanding Popular Music” teoksessa musiikin tekemistä tarkastellaan sekä sosiaalisten että taloudellisten aspektien kautta (Shuker, Roy 2012. s.41). Ruth Finnegan kiteyttää haastetta seuraavanlaisesti omassa ”Music making in Milton Keynes” tutkimuksessa:

”Paikallisissa yhtyeissä on toisinaan monia soittajia, jotka ovat musiikkiin liittymättömissä päivätöissä sekä samassa yhtyeissä voi myös soittaa ihmisiä, jotka työskentelevät täyspäiväisesti musiikin parissa. Oli päivätyö musiikki tai ei niin näitä ihmisiä kuitenkin kohdellaan täsmälleen samalla tavalla esiintyessään, harjoitellessaan, jakaessaan palkkiot ja identifioitumisessa ryhmään.” (Shuker, Roy 2012. s.41.)

Musiikkia työstäessä on monia eri tasoja ja ihminen voi tehdä monia tai vain yhtä asiaa musiikin saralla. Musiikin tekijä voi olla livesoittaja, laulunkirjoittaja, sovittaja, studiomuusikko, musiikin tuottaja tai laulaja-laulunkirjoittaja. (Shuker, Roy, 2012. s.41–48.) Vaikka opinnäytetyöni ei keskity musiikin tekijöiden näkökulmaan aiheesta, on tekijät kuitenkin niin tärkeä osa musiikin elinympäristöä, että on mahdoton sivuuttaa tätä ja olla kertomatta heistä.

2.3 Musiikin kuuntelijat

Musiikin kuuntelija on musiikin tekijään verrattuna musiikkialan toisella laidalla. Kuuntelija on passiivisempi toimija kuin tekijä. Musiikin kuuntelijaa voidaan myös kutsua kuluttajaksi, sillä heille loppujen lopuksi tehdään musiikki käytettäväksi. Kuluttajien ja yleisön tutkiminen musiikkialalla on laajuutensa takia hankalaa sillä kuuntelijatyyppejä on yhtä paljon, kun on musiikin kuuntelijoitakin. Musiikin kuluttajaa on tutkittu sosiologian sisällä niin nuorten, vapaa-ajan kuin kulttuurin kulutuksen näkökulmista (Shuker, Roy, 2012. s.163).

Vaikka kuluttajuus ja musiikin kuuntelijan määrittelemine on laajuuteensa takia hieman hankalaa, joitain yleistyksiä on tehty. Massa kuluttaminen on näistä suurin ryhmä. Se on nähty enemmän passiivisena kuluttamisena sillä tyypillisesti massa kuluttaja löytää, kuuntelee ja kuluttaa musiikkinsa isojen medioiden ja toimijoiden tuottamasta materiaalista kuten tv:stä, radiosta ja internetistä. (Shuker, Roy, 2012. s.162.) Muita ryhmiä voidaan nimetä kuten mm. nuorisokulttuuri, alakulttuurit ja fanikulttuurit. Näissä on tyypillistä, että kulutettavaa musiikkia löydetään itse tai vähemmälle huomiolle saaneista lähteistä kuten esimerkiksi musiikkiblogeista, fanilehdistä ja yksityisiltä soittolistoilta. Myös iällä on tutkittu olevan väliä siihen, miten ja minkälaista musiikkia ihmiset kuluttaa. Teoston vuoden 2022 Musiikinkuuntelu Suomessa

tutkimuksessa tämä on nähtävissä taulukossa, jossa eri ikäryhmien suosikkiartisteja on tiedusteltu eri tyyli-suuntauksien saralta.

Spontaanit suosikit kategorioittain ja ikäryhmittäin:

Spontaanit suosikit kategorioittain ja ikäryhmittäin

Isoimmat artistit genrejen kärjessä yli ikärajojen

Genre	Kaikki vastaajat	13-25v.	26-55v.	56-75v.
Suomenkielinen pop	Antti Tuisku BEHM	JVG Antti Tuisku	Antti Tuisku BEHM	Lauri Tähkä Juha Tapio
Suomenkielinen rock	Apulanta Popeda	Apulanta Blind Channel	Apulanta Popeda	Popeda Hurriganes
Suomenkielinen rap/hiphop	Elastinen JVG	JVG Elastinen	Elastinen JVG	Elastinen JVG
Iskelmä	Juha Tapio Kaija Koo	Kaija Koo Juha Tapio	Juha Tapio Kaija Koo	Juha Tapio Kari Tapio
Englanninkielinen pop	Ed Sheeran Adele	Ed Sheeran Harry Styles	Ed Sheeran Adele	Beatles Adele
Englanninkielinen rock	Queen Elvis & AC/DC	Queen Metallica	Queen Metallica	Queen Elvis
Englanninkielinen rap/hiphop	Eminem 50 Cent	Eminem 50 Cent	Eminem 50 Cent	Eminem
Metalli/hard rock	Metallica Rammstein	Metallica Nightwish	Metallica Rammstein	Metallica AC/DC

Kuvio 4 Teoston musiikinkuuntelu Suomessa 2022 tutkimus. Spontaanit musiikkisuosikit kategorioittain ja ikäryhmittäin

Samaisessa tutkimuksessa on myös kysytty alle 30- ja yli 30-vuotialta miltä tämän päivän listamusiikki kuulostaa ja vastaukset eivät voisi olla kauempana toisistaan. Alle 30-vuotiaat vastasivat yleisemmin positiivisesti, kuten että listamusiikki on menevää tai mukaansa tempaavaa ja hauskaa. Yli 30-vuotiaissa vastaukset olivat useimmiten negatiivisia kuten, ylituotettua, nuorille suunnattua, helposti unohtuvaa ja paskaa. (Teoston Musiikinkuuntelu Suomessa, 2022.)

Karkeaa, yleispätevää kategorisointia kuuntelijoista ei kuitenkaan voida tehdä koska sama ihminen voi kuulua samaan aikaan moniin eri ryhmiin ja kuluttaminen voi olla paljon joustavampaa. Siksi näitä ryhmiä pitääkin tarkastella apuvälineinä musiikin eri kuluttamisen jäsentämiseen, eikä minään absoluuttisina totuuksina. Musiikin kuuntelijan tiedostaminen tutkimuksessani, vaikka se ei siihen keskitykään on erittäin tärkeätä, sillä kuuntelija on lopulta se, kenelle musiikki tehdään. Musiikkialan portinvartijat, joihin keskityn perustavat ammattitaitonsa ja tietämyksensä kuuntelijoiden mieltymyksiin ja niiden ennakointiin.

2.4 Musiikkialan portinvartijat

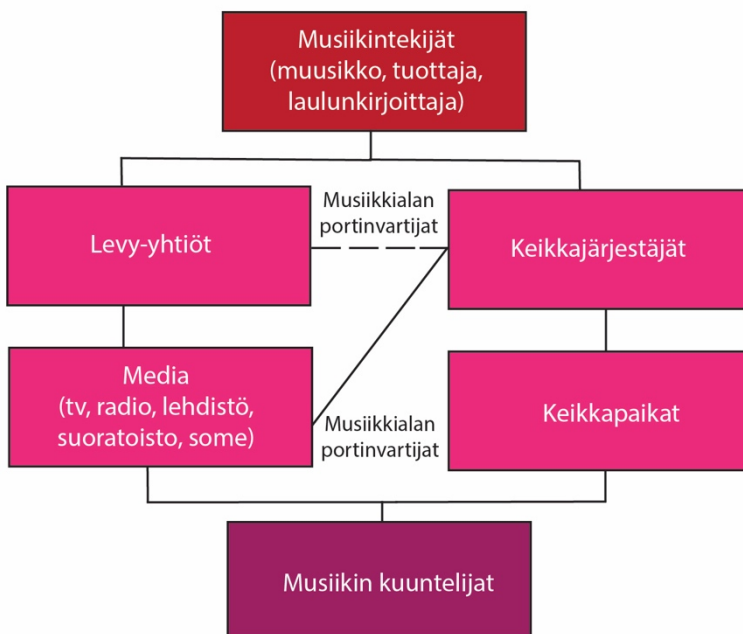
Media-alan tutkimuksessa käytetty "gatekeeping" eli suomeksi portinvartijuus, on eräänlainen suodatusprosessi, jossa alan päättävässä asemassa oleva ammattilainen hallitsee ja päättää informaation kulusta tekijän ja kuluttajan välillä (Anderton, ym. 2012. s.13). Käsitteitä "portinvartijat" ja "kulttuurin välittäjät" on käytetty analysoimaan tapaa, jolla kulttuuriteollisuuden työntekijät valitsevat, hylkäävät ja muotoilevat uudelleen materiaalia tuotantoa, lähetystä ja julkaisua varten. Tietovirran suodatusmallin perusteella portinvartijat siis "avaavat portin" joillekin musiikille ja sulkevat sen toiselta musiikilta. (Shuker, Roy, 2012. s.112.)

Musiikkialalla voidaan nähdä olevan monia eri tahoja, jotka toimivat informaation portinvartijoina (Anderton, ym. 2012. s.13). Yksi ilmeisimmistä portinvartijoista on levy-yhtiöiden A&R:t, eli henkilöt, jotka etsivät ja tekevät sopimuksia uusien artistien ja yhtyeiden kanssa. Myös musiikkimanagereita, keikkajärjestäjiä sekä keikkapaikkoja voidaan pitää portinvartijoina, sillä he käyttävät ammattitaitoaan ja valtaansa siihen kuka pääsee esille heidän listoilleen ja esiintymään keikkapaikoille. (Anderton, ym. 2012. s.13.)

Media on myös osa musiikkialan portinvartiointia. Varsinkin musiikkimedialla on iso merkitys osana musiikin myyntiä ja kulttuurin esille tuomista. Mediaan voidaan laskea kuuluvaksi tv-kanavat, radio asemat, suoratoistopalvelut sekä lehdistö, niin paperiset kuin verkossa toimivat. (Shuker, Roy, 2012. s.147.)

Kaikki musiikkialan portinvartijat tai kulttuurin välittäjät toimivat symbioosissa keskenään (Shuker, Roy, 2012. s.147). Alla olevassa kuvassa voi nähdä musiikin tekijän ja kuluttajan väliset toimijat, jotka tekevät yhteistyötä keskenään. Esimerkiksi levy-yhtiöt ovat yhteydessä mediaan, kun heillä on tulossa uutta musiikkia julkaistavaksi ja yrittävät saada mahdollisimman paljon näkyvyyttä julkaisulle. Monesti se tarkoittaa uutiskirjeiden ja sähköpostien lähettelyä eri median toimijoille. Joskus se on myös mainosten ostamista lehdistä tai internet sivuilta. Suoratoistopalveluiden portinvartijat näyttelevät suurta roolia musiikin välittäjinä. Heidän päätäntävallassaan on valita musiikki suoratoistopalveluidensa virallisille soittolistoille. Yleensä näillä soittolistoilla on jo valmiiksi suuri seuraajakunta ja näin suuri merkitys musiikin tekijöille.

Suomen musiikkialan rakenne



Kuvio 5 Suomen musiikkialan rakenne

3 Indieco Ry

IndieCo ry on Suomen riippumattomien ja itsenäisten levy-yhtiöiden yhdistys, joka parantaa jäsenyritystensä toimintaedellytyksiä ja pitää huolen, että Suomessa julkaistu musiikki olisi mahdollisimman monimuotoista. Yhdistykseen kuuluu noin 70 eri indie levy-yhtiötä ympäri Suomea, joista isoimmat ovat Playground Music, Svart Records ja Ranka Kustannus. (Indieco Ry, 2023.) Yhdistyksen toiminnanjohtajana toimii tällä hetkellä Katja Vauhkonen. Jäsenyyden edellytyksenä yhdistykseen on, että levy-yhtiön pitää julkaista vähintään kahta eri artistia tai yhtyettä (Vauhkonen, 2023). Indiecon hallituksessa toimii kerrallaan kymmenen jäsentä ja heidät valitaan yhdistykseen kuuluvista levy-yhtiöistä. Hallituksessa istuvat henkilöt kuuluvat yleensä myös muiden musiikkialan toimijoiden hallitukseen kuten Gramexin, Teoston ja IFPI:n. Indiecon hallituksen jäsenien yksi tärkeimmistä tehtävistä on tuoda uutisia ja tietoja musiikkialan muista järjestöistä kokouksiinsa. Näiden tietojen pohjalta yhdistyksen hallitus pohtii ja suunnittelee edustamiensa levy-yhtiöiden tulevaisuutta ja etua (Vauhkonen, 2023). Indieco Ry on osa Impala Music -järjestöä, joka on Euroopan laajuinen kansallisten riippumattomien levy-yhtiöiden etujärjestöjen kattojärjestö. (Vauhkonen, 2023.)

Indieco Ry:n suurin yksittäinen tapahtuma on joka vuosi järjestettävä Indie Awards, jossa palkitaan vuoden aikana eniten sävöyttämät artisti ja yhtyeet monissa eri kategorioissa. Vuonna 2023 nämä kategoriat olivat: Vuoden albumi, vuoden kappale, vuoden tulokas, vuoden yhtye, vuoden artisti, vuoden indieystävä, Radio Helsingin kunniamaininta sekä Music Finlandin valitsema Vuoden vientiteko palkinto (Indieco Ry, 2023). Voittajat valitsee Indiecon hallituksen päättämä raati, josta löytyy musiikkialan ammattilaisia, niin radion, keikkapaikkojen kun musiikkilehdistönkin edustajia (Indieco Ry, 2022). Raati valitsee suljetussa äänestyksessä henkilökohtaiset suosikkinsa, niin että muilla raadin jäsenistöillä ei ole tietoa kuka on äänestänyt ketä (Vauhkonen, 2023).

Tämän lisäksi Indieco Ry järjestää jäsenilleen silloin tällöin webinaareja, jossa tuetaan ja opetetaan musiikkialan säännöistä ja käytännöistä (Vauhkonen, 2023). Yhdistys on myös näkyvästi mukana vuosittain Tampereella järjestettävässä Music X Media tapahtumassa, jossa koko Suomen musiikkiala kokoontuu keskustelemaan alan tilasta sekä verkostoitumaan muiden toimijoiden kanssa. Indieco Ry:n

työntekijät eivät työskentele yhdistykselle kokoaikaisesti, sillä yhdistyksellä ei ole tällä hetkellä varaa palkata itselleen täysipäiväisiä työntekijöitä. Tekijät tekevät siis Indieco töitä muiden töidensä lomassa. (Vauhkonen, 2023.)

4 Tutkimuskysymykset

Opinnäytetyön tarkoituksena ja tavoitteena on herättää uusia näkökulmia ja kehitysehdotuksia tilaajalle siitä, kuinka suomessa tehdyn englanninkielisen indie-musiikin näkyvyyttä voisi parantaa kotimaan markkinoilla. Omat kokemukseni aiheesta, keskustelut alan ammattilaisten kanssa ja median seuraaminen toi minut tämän pääongelman äärelle.

Alakysymykseni ovat ”Miten suomessa tehty englanninkielinen indie-musiikki näyttäytyy alan ammattilaisille?”, ”Mistä englanninkielisen musiikin vieroksunta johtuu ja miten sen tilaa voisi parantaa?” , sekä ”Miten Suomessa tehty englanninkielinen Indie musiikki näkyy kotimaan musiikkikentällä tällä hetkellä?”

Päättökysymykseni on ”Miksi suomessa tehty englanninkielinen Indie-musiikki jää muun musiikin varjoon?”.

5 Tutkimuksellisen kehittämistyön menetelmät

Tässä luvussa avaan opinnäytetyön kehittämisprosessin eri vaiheet sekä aineiston keräämisen ja analysoimisen menetelmiä. Etsin vastauksia tapaustutkimuksen kautta tutkimuskysymykseeni ”Miksi Suomessa tehty englanninkielinen indie-musiikki jää muun musiikin varjoon kotimaassa?”. Hyödynnän työssä aineistohankintamenetelminä dokumenttianalyysiä, kyselyä, sekä haastattelua.

Nämä kolme aineistohankintamenetelmää voidaan jakaa kolmeen osaan. Dokumenttianalyysi kartoittaa sitä minkälaisessa tilassa englanninkielisen indie-musiikin tila on kotimaassa tällä hetkellä. Kysely kartoittaa laajemmalla otannalla alan ammattilaisten, eli tässä tapauksessa indie levy-yhtiöiden työntekijöiden näkemyksiä ongelmasta. Haastattelu taas pureutuu muutaman levy-yhtiö työntekijän kautta kyselystä saadun datan syventymiseen.

5.1 Lähestymistapana tapaustutkimus

Valitsin opinnäytetyöni lähestymistavakseni tapaustutkimuksen, sillä siinä tutkittavia kohteita on vähän ja se sopii epätyypilliseenkin prosessin tutkimiseen. Lisäksi tapaustutkimuksessa pyritään vastaamaan ”miten” ja ”miksi” kysymyksiin. (Ojasalo ym, 2015, s.53.) Omassa työssäni tapaustutkimus on paras valinta lähestymistavaksi koska tutkimusmenetelmä sopii hyvin kehittämistyön lähtökohdaksi (Ojasalo ym, 2015, s.52). Työni keskiössä on siis tarkoitus tuottaa konkreettisia kehittämissuhteita tutkittavan tapauksen ongelmien parantamiseen.

Tapaustutkimusta käyttämällä on mahdollista yhdistää monia eri menetelmiä, jotka muodostavat yhdessä syvällisen, monipuolisen ja kokonaisvaltaisen kuvan tutkittavasta tapauksesta (Ojasalo ym, 2015, s.55). Opinnäytetyössäni teen juuri tätä, varsinkin kyselyn ja haastattelun välinen aineisto tukevat tosiaan ja tuottavat yhdessä tarpeeksi syvällistä dataa tutkimuksen käytettäväksi. Dokumenttianalyysi taas selvittää tapauksen lähtötilannetta ja sitä kautta auttaa muiden aineistohankintamenetelmien suunnittelussa ja ymmärtämisessä.

5.2 Opinnäytetyön prosessi

Alla on kuva, joka näyttää työni prosessia tutkimuskysymysten ja tutkimusmenetelmien osalta. Kaikki tutkimuskysymykseni ja niihin käytetyt menetelmät olivat olennaisia koko työnteon ajan. Tutkimusmenetelmäni vastasivat hieman muihinkin tutkimuskysymyksiin, mutta pääsääntöisesti alla olevan kuvan mukaisesti.

Prosessikaavio



Kuvio 6: Prosessikaavio

5.3 Dokumenttianalyysi

Dokumenttianalyysi on menetelmä, jossa päätelmiä tehdään joko verbaalisesta, symbolisesta tai kommunikatiivisesta aineistosta. Tutkittavien dokumenttien ei tarvitse olla aina tehty tutkimuskäyttöön, vaan aineistona voidaan käyttää esimerkiksi www-sivuja, lehtiartikkeleita, valokuvia, sekä puhuttuja tai kuvattuja materiaaleja. (Ojasalo ym, 2015, s.136.) Dokumenttianalyysiä käytetään myös usein tulevaisuuden tutkimiseen, sillä dokumenteista pelkistetystä datasta pystytään näkemään trendejä, jotka ovat nousemassa tai laskemassa (Ojasalo ym, 105, s.137).

Dokumenttianalyysi voidaan jakaa kahteen erilaiseen aineistotapaan. Sisällön analyysi on sitä, kun dokumenttien aineistoa kuvataan sanallisesti. Sen tavoitteena on tunnistaa tekstin merkitystä. Sisällön erittelyllä dokumenttianalyysissä on taas tarkoitus kuvata dokumentin aineistoa määrällisesti numeroin. (Ojasalo ym. 2015, s. 137.) Tässä työssä käytin enemmän sisällön numeraalista erittelyä kuin aineiston kuvaamista sanallisesti.

Erittelin Biisit.info nettisivuilta löytyvästä Suomen Top 20 soitetuinta kappaletta radiossa listauksesta vuodet 2012–2022. niin että omilla sarakkeillaan olivat suomenkieliset kappaleet, kotimaiset englanninkieliset kappaleet sekä ulkomaiset englanninkieliset kappaleet. Erittelin tämän lisäksi myös Suomen musiikintuottajien IFPI:n virallisen top 10 myydyimmän albumin listan vuodesta 2000 aina vuoteen 2022. Datan selkeyttämisen ja graafiset tilastot toteutin Excel ohjelmistolla, jossa tein taulukot sekä top-20 soitetuimmista radiokappaleista että top 10 myydyimmistä albumeista. Raaka data dokumenttianalyysistä löytyi internetistä Biisit.info ja IFPI.fi sivustoilta. Selkeytettyt graafiset taulukot tallensin henkilökohtaiselle tietokoneelleni.

Oma rollini aineiston keruussa oli työläs, sillä data, jota keräsin, oli saatavilla monista eri lähteistä. Jouduin siis käymään kaikki erilliset sivut erikseen läpi ja kirjaamaan datan excel taulukoihin. Tästä taulukosta sain muodostettua yhtenäiset graafiset kuviot, joista pystyin helposti ja nopeasti vertaamaan eri vuosien lukuja suhteessa toisiinsa. Tämän aineiston voidaan katsoa pätevän yleismaallisesti, sillä se perustuu todennettuihin faktoihin.

5.4 Kysely

Kyselytutkimuksessa pyritään keräämään laaja tutkimusaineisto verrattain tehokkaasti ja nopeasti. Kysymykset tuottavat tyypillisesti paljon numerollista dataa, jota voidaan analysoida siten tilastollisesti. (Ojasalo, ym. 2015, s.121.)

Yksi osa työni tuloksista koostui Indieco Ry:n jäsenistölle, tehdystä kyselytutkimuksesta, joka voidaan jakaa kahteen osioon. Ensimmäiset viisi kysymystä koskivat yleisesti sitä, kuinka levy-yhtiö kiinnostuu ja

aloittaa työskentelyn artistin tai yhtyeen kanssa. Tämä osio vastasi tutkimuskysymykseeni ”Miten levy-yhtiöt valitsevat artistit ja yhtyeet yhteistyöhön?”. Kysymykset 6–12 tarkentuivat itse opinnäytetyöni aiheeseen englanninkielisestä indie-musiikista kotimaan markkinoilla. Tämä osio vastasi tutkimuskysymykseeni ” Miten Suomessa tehty englanninkielinen indie-musiikki näyttäätyy ammattilaisille?”. Kyselyssä oli vain monivalintakysymyksiä, sillä halusin koittaa kasvattaa vastauksien määrää tekemällä siitä helposti lähestyttävän ja nopeasti täytettävän. Tämä toimenpide toki vähensi syvemmän tiedon ja ammattilaisten vapaiden ajatuksien kertymisen kyselyyn. Kyselyn tarkoitus olikin tuottaa isompi näyte vallalla olevista ajatuksista. Muutin aineiston tilastoinnin jälkeen graafiseksi. Käytin kyselyn kysymyksiä sekä vastauksia hyödykseni tehdessäni syvällisemmän sekä yksityiskohtaisemman haastattelurungon.

Kysely toteutettiin Metropolian e-lomakkeella ja vastaukset tallentuivat samaan palvelimeen. E-lomakkeessa oli kyselyn johdantotekstiin upotettuna linkki Metropolian tutkittavan informointilomake, johon jokaisella kyselyyn vastanneella oli pääsy ja lukuoikeus. Kyselyn vastausajan jälkeen siirsin datan koneelleni Excel ohjelmaan, jonka avulla sain vastauksien luvuista luotua helpommin luettavia graafisia taulukkoja. Tulosten kokoamiseksi ja laskemiseksi tein excelissä kaavoja, jotka laskivat kunkin vastausvaihtoehdon määrän suhteessa kaikkien vastaajien lukumäärän (18 vastaaja) kanssa. Dataa säilytettiin sekä Metropolian e-lomake palvelussa sekä minun henkilökohtaisella tietokoneellani. Opinnäyttyön valmistuessa poistan kyselyn tiedot ja datan sekä Metropolian palvelimelta, että omalta tietokoneeltani.

Oman työni panos kyselyssä oli kaiken kattava, sillä minä loin ja suunnittelin kyselyn sekä myös keräsin ja jäsentelin datan tuloksiksi. Vastauksia voidaan pitää tapauskohtaisina, sillä luomani kysymysten sisältö ja asettelu vaikuttivat siihen, kuinka kyselyyn lopulta vastattiin.

5.5 Haastattelu

Haastattelu on oivallinen aineistonhankintamenetelmä, kun halutaan korostaa yksilöä tutkimustilanteen subjektina. Tällöin yksilöllä on parempi mahdollisuus tuoda itseään koskevia ajatuksia vapaammin esille aiheesta. (Ojasalo, ym, 2015, s.106.) Haastattelulla on mahdollista saada helposti kerätyksi uusia näkökulmia aiheesta, jos kehittämiskohde on aiemmin vain vähän tai ei lainkaan tutkittu. (Ojasalo, ym. 2015, s.121). Haastattelun yhdistäminen muihin tutkimusmenetelmiin on kannattavaa sillä muut menetelmät pystyvät tukemaan haastattelusta syntyntä aineistoa (Ojasalo, ym, 2015, s.121). Muut menetelmät auttavat myös haastattelun suunnittelussa niin kuin itse tein työssäni kyselyn osalta.

Käytin opinnäytetyössäni puolistrukturoitua haastattelua. Muotoilin kysymykset valmiiksi mutta saatoin esittää niitä haastateltaville eri järjestyksessä ja kysyä tarkentavia kysymyksiä. Valitsin haastateltaviksi kyselyn pohjalta, Indieco Ry:n levy-yhtiöiden työntekijöitä, jotka osa olivat myös vastanneet kyselyyni. Haastattelin yhteensä kolmea levy-yhtiön edustajaa sekä Indieco ry:n toiminnanjohtajaa Katja Vauhkosta.

Suurin osa haastatteluista tehtiin internetin välityksellä Zoom-palvelun kautta. Nauhoitin haastattelut ja litteroin ne tekstiaineistoiksi, jonka jälkeen niitä oli helpompi luokitella. Tekstiaineistosta oli helpompaa

löytää yhtymäkohtia teoriaani. Ääni sekä tekstitiedostot talletin omalle henkilökohtaiselle tietokoneelleni. Poistan haastatteluäänitteet sekä litteroinnit opinnäytetyöni valmistututta aikaisintaan kuukausi valmistumisen jälkeen. Litteroinnista nostin työhöni suoria sekä epäsuoria lainauksia haastateltavilta.

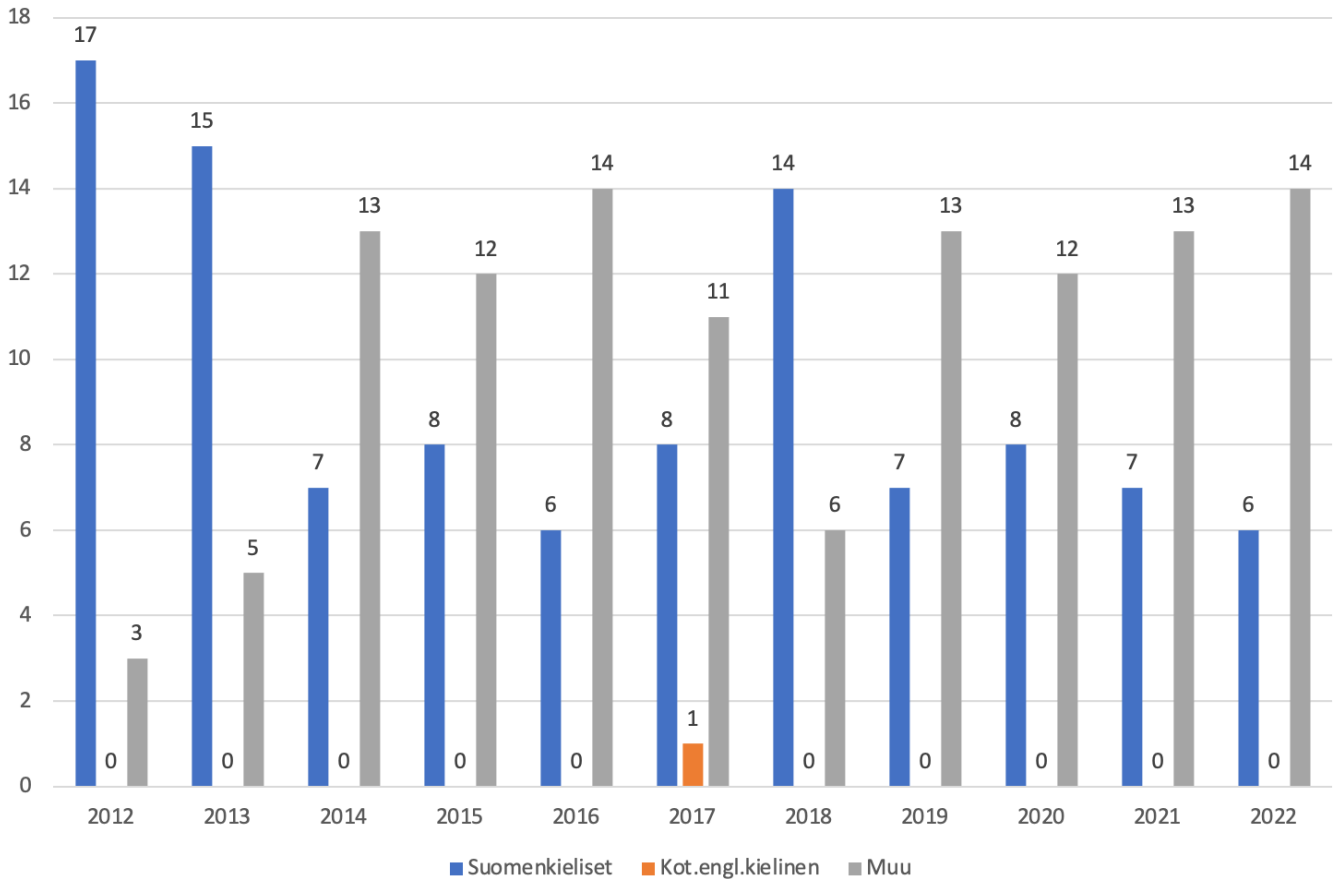
Tässä menetelmässä oma työskentely vaikuttaa myös siihen kuinka haastattelijat vastasivat annettuihin kysymyksiini. Haastattelun aikana tarkennetut kysymykset ja joidenkin kysymysten väliin jättäminen vaikutti osaltaan siihen, kuinka tulokset muodostuivat ja minkälaisen aineiston sain kerättyä.

6 Tulokset

6.1 Nykytilan kartoitus dokumenttianalyysin keinoin

Dokumenttianalyysia aloittaessani kartoitin Suomessa soitetuimpia ja myydyimpiä kappaleita sekä albumeja viimeisen parinkymmenen vuoden ajalta. Näin sain käyttööni dataa, jonka pystyin jäsentelemään ja tekemään niistä helpommin luettavia taulukoita. Nykytilan kartoituksen lisäksi kartoitin myös menneiden vuosien tilaa, jotta voin tutkia paremmin nykytilaan johtaneita syitä ja seurauksia. Ensimmäiseksi analysoitavaksi dokumentiksi valikoitui Biisit.info nettisivulta löytyvät 20 vuoden soitetuinta kappaletta radiossa listaukset aina vuodesta 2012 vuoteen 2022. Jaoin listauksista löytyvät kappaleet kolmeen ryhmään: suomenkieliset kappaleet, suomessa tehdyt englanninkieliset kappaleet sekä muut. Muut osio pitää sisällään muualla tehdyt englanninkieliset kappaleet sekä muunkieliset kappaleet.

Top 20 soitetuinta kappaletta radiossa 2012-2022



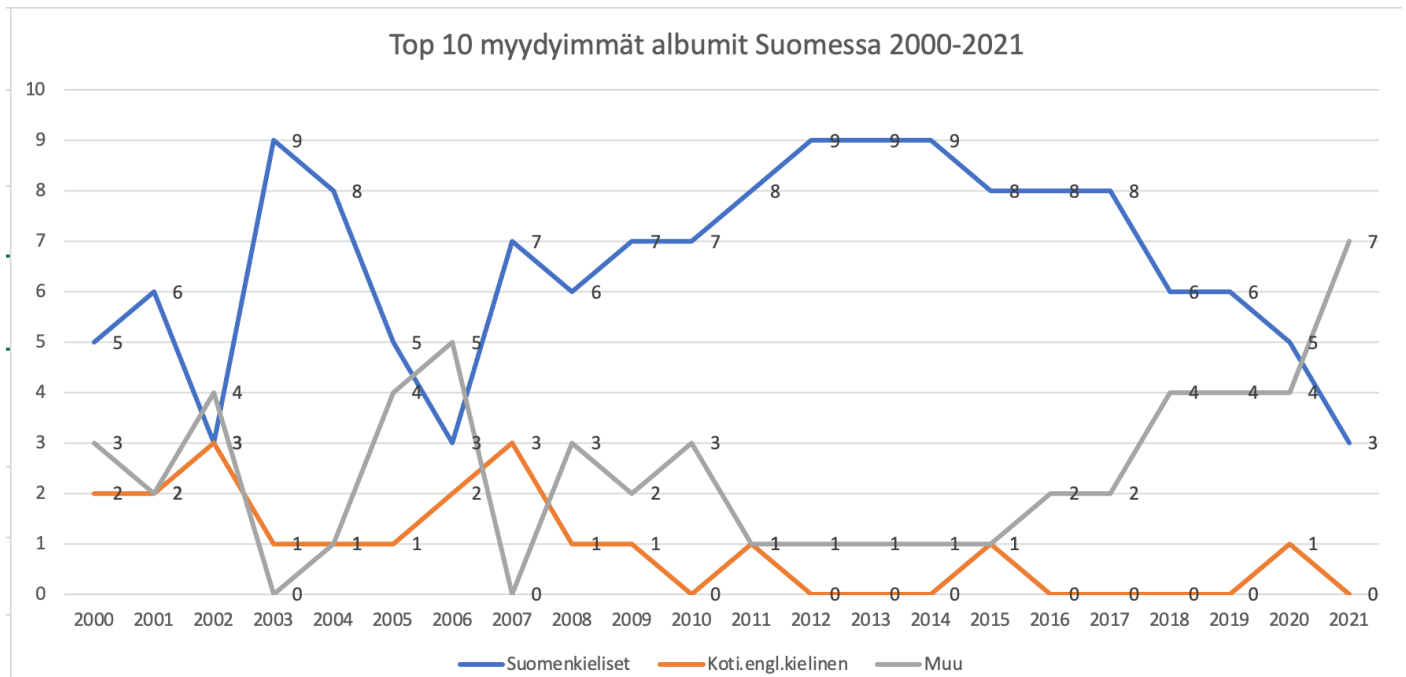
Kuvio 7 Biisit.info top-20 soitetuinta kappaletta radiossa 2012-2022

Kuviota lukiessa ja tulkitessa käy suorasti ilmi minkälainen tila suomessa tehdyllä englanninkielisellä musiikilla on kotimaassamme ollut viime vuosikymmenenä. Koko biisit.info:n kymmenen vuoden tilastointiajalta löytyy top 20 radioiden soitetuimmalta listalta ainoastaan yksi kotimainen englanninkielinen kappale. Tämä kappale on Alman – Die My Hair (Biisit.info). Kappaleen julkaisijat ovat suurimpiin kuuluva levy-yhtiö Warner Music Finland ja suomalainen yksityisessä omistuksessa oleva PME Records (Biisit.info, 2023). Tämä tilasto vahvistaa ajatusta siitä, että kotimainen englanninkielinen musiikki ei ole ollut kansan suosiossa 2010 -luvulla. Radiot ovat osa musiikkialan portinvartijoita, ja heillä on ollut iso päätäntä valta siinä mitä musiikkia radioaalloilla soi. On mahdotonta varmasti päätellä, onko graafista esiin tullut tieto täysin siitä syystä, että musiikin kuuntelijat eivät ole välittäneet kotimaisesta englanninkielisestä musiikista vai onko syy siinä, että radiosoihtoista päättävät ihmiset eivät ole löytäneet tai kelpuuttaneet kyseistä musiikkia soittolistoilleen.

Toinen tilastosta esiin nouseva seikka on suomenkielisten ja muiden kappaleiden välinen suhdanne ja muutos vuosien varrella. 2010-luvun alkupuoliskolla soitetuimpia kappaleita määrällisesti on ollut suomenkieliset biisit. Hieman yllättäen muiden kappaleiden kategoriassa on ollut 2010-luvun jälkimmäisellä puoliskolla nousua. 10 myydyimmästä levystä 2–7 levyä on ollut muiden, kun kotimaisten

tekijöiden käsialaa vuosina 2016–2022. Tämä tieto ei ainakaan tue ajatusta tai väittämää siitä, ettei Suomessa kuunneltaisi englanninkielistä musiikkia.

Toinen tilasto, jota tutkin on Ifpi eli suomen musiikintuottajien järjestön ylläpitämä top 10 myydyintä albumia listaus vuodesta 2000 aina vuoteen 2021 asti. Tästä tilastosta voidaan nähdä laajemmin musiikkialan muutosta ja pohtia miten lasku 2000 – luvun alun kotimaisen englanninkielisen musiikin kultakaudesta on tapahtunut. Tässäkin tilastossa jaoin albumit kolmeen eri kategoriaan. Suomenkieliset albumit, kotimaiset englanninkieliset albumit sekä muut, jotka useimmiten ovat ulkomaisia englanninkielisiä albumeja



Kuvio 8 Top 10 myydyimmät albumit suomessa vuosina 2000-2021. Lähde: Ifpi.fi

Tilastoa tutkaillessa huomaa samankaltaisia trendejä kuin top 20 soitetuimman radiokappaleen listauksessakin. Myydyimpien albumien listaus toki ulottuu 12 vuotta aiemmaksi. Se taas kertoo, että hypoteesini 2000-luvun alun kotimaisen englanninkielisen kultakaudesta pitävät paikkansa. Vuodesta 2000 vuoteen 2009 kotimaisia englanninkielisiä albumeita löytyi top 10 myydyimmän albumin joukosta peräti yhteensä 17 kappaletta. Verrattuna 2010 -lukuun ero on huomattava, jolloin albumeita oli vain 3 kappaletta listoilla. Korkeimmillaan samanaikaisesti listalle päätyi kolme kotimaista englanninkielistä albumia vuosina 2002 ja 2007. Kultakaudesta huolimatta edes 2000-luvulla kotimainen englanninkielinen musiikki ei yltänyt määrällisesti listoilla yhtä korkealle kuin kotimaisten tai muiden albumien kategoriat lukuun ottamatta vuotta 2003 ja 2007.

Lähes koko tilastointiajan suomenkieliset albumit ovat olleet myydyin kategoria paitsi vuosina 2020 ja 2021, jolloin muu kategorian albumit nousivat isoimmaksi listalla viidellä ja seitsemällä albumi määrällä. Tilastosta on tulkittavissa samanlaista trendiä kuin radioiden soitetuimmista kappaleista. 2010 – luvun alussa suomenkielinen musiikki on listalla suurimalla edustuksella mutta vähenee 2020 lukua lähestyessä muu kategorian edustajien noustessa listalla.

Sytä trendin muutokseen viimeisen 20 vuoden aikana on monia ja osa niistä on myös tulkinnanvaraisia, eikä täydellistä oikeaa vastausta muutokselle pysty edes kertomaan. Tarkasteltavien vuosien aikana musiikkiala ja yhteiskunta sen ympärillä on muuttunut radikaalisti. Digitalisaatio on vienyt musiikin kuuntelemista ja kuluttamista enemmän internetiin erilaisten suoratoistopalveluiden kuten spotify, tidal ja apple musicin kautta. Tämä on osaltaan vähentänyt fyysisten levyjen myyntiä huomasti. Myyntien lasku on myös laskenut myytyjen levyjen merkitystä musiikkialalla, kun erilaisten suoratoistokuunteluiden määrä on vallannut merkitystä suosion mittarina.

Yhden mielenkiintoisimmista teorioista kotimaisen englanninkielisen musiikin alamäestä on esittänyt vuonna 2016 Markus Nordenstreng Musiikintekijät blogissaan, jossa hän mainitsee populismin nousun sijoittuvan samaan aikaan kun kotimaisen englanninkielisen musiikin alamäen alku.

”Ilmiöön löytyy yhteiskunnallisiakin ulottuvuuksia. Samaan ajanjaksoon noin kymmenen vuotta sitten, kun vieraskielinen kotimainen musiikki siirtyi meidän radioaalloillamme marginaaliin, sattuu osumaan myös muukalaisvastaisen populismin jyrkkä nousu Suomessa.” (Nordenstreng, 2016.)

Toki samalla hän myös tekee selväksi, että tämän teorian väite ei mitenkään voi olla tarkoituksenmukaista tai että ihmiset musiikkialalla olisivat muukalaisvastaisia populistieja:

”Kaikki suomeksi laulettua musiikkia kanavillaan soittavat musiikkipäälliköt tuskin kannattavat poliittisia ääriaineiksia sen enempää kuin suomalaiset elokuvatuottajatkaan. Yhteiskunnallinen ilmapiiri ja sen vaikutus kulttuurin tuottamiseen, kulutukseen ja levittämiseen on paljon monisyisempi muuttujaviidakko, joka pitää tutkijat kiireisinä.” (Nordenstreng, 2016.)

Teoriassa voi kuitenkin olla jotain pohjaa sillä yhteiskunnassa vallitsevat kulttuurit ja normit heijastuvat yleensä myös taiteeseen. Nordenstrengin mukaan on kuitenkin outoa, että tämä trendi on heijastunut enemmän musiikkialaan, kun se fakta, että Suomi on monikulttuurisempi kuin koskaan aiemmin. Monikulttuurisuus kuitenkin näkyy todella vähän valtavirtakulttuurissa, vaikka monet kulttuuri ja taidevaikuttajat ovat poliittisesti liberaaleja ja suvaitsevaisia (Nordenstreng, 2016).

Viimeisenä dokumenttina päätin analysoida vielä vuoden 2022 myydyimpien albumeiden, striimatuimpien kappaleiden ja vinyylilevyjen myydyimpiä albumeita.



TOP 10 striimatuimmat kappaleet vuonna 2022

1. BESS - Ram pam pam / Universal Music Finland
2. JVG - Amatimies / PME Records / Warner Music Finland
3. Ramses II - Villieläin / Kaiku Entertainment
4. Gettomasa - Shamppanjadieetillä (feat. Van Hegen) / PME Records
5. Olli Halonen - Pohjola / Mökkitie Records / Warner Music Finland
6. Harry Styles - As It Was / Erskine Records / Columbia / Sony Music
7. El Migu - Eriäinen / Sony Music Finland
8. Isac Elliot - 20min (feat. William & Cledos) / Def Jam Recordings Finland / Universal Music Finland
9. Tom Odell - Another Love / Columbia / Sony Music Entertainment
10. Haloo Helsinki! - Reiviluola / Vallila Music House

TOP 10 myydyimmät albumit 2022

1. Gettomasa - Vastustamaton / PME Records
2. JVG - Mun tapa pelata / PME Records / Warner Music Finland
3. Harry Styles - Harry's House / Erskine Records / Columbia Records / Sony Music
4. Ed Sheeran - = / Warner Music
5. Haloo Helsinki! - Älä pelkää elämää / Vallila Music House / Sony Music Finland
6. VIIVI - Parisuhdehautausmaa / Capitol Records / Universal Music Finland
7. BEHM - Draaman kaari viehättää / Warner Music Finland
8. Imagine Dragons - Mercury Acts 1&2 / Universal Music
9. The Weeknd - After Hours / Universal Music
10. Olivia Rodrigo - SOUR / Universal Music

TOP myydyimmät vinyylit 2022

1. Ghost - Impera / Universal Music
2. J. Karjalainen - Soulavaris / Warner Music Finland
3. HIM - Greatest Love Songs Vol. 666 / RCA Records Label / Sony Music Entertainment Finland
4. Harry Styles - Harry's House / Columbia / Sony Music Entertainment
5. Hurriganes - Rock And Roll All Night Long / Johanna Kustannus / Siboney / Universal Music
6. Nightwish - Oceanborn / Spinefarm FI / Universal Music Finland
7. Amorphis - Halo / Atomic Fire Records
8. Apulanta - Kolme / Levy-Yhtiö / Backstage Rock Shop Oy
9. Huora - Älä luovuta / Backstage Rock Shop
10. The Hellacopters - Eyes Of Oblivion / Nuclear Blast Records

Kuvio 9 Vuoden 2022 Top 10 listaukset. Lähde: Suomen musiikkituottajat

Top 10 striimatuimpien kappaleiden sekä myydyimmän albumin tilastot vastaavat jotakuinkin muista tilastoista nähtäviä trendejä. Striimatuimissa kappaleissa on yhteensä 8 suomenkielistä kappaletta sekä 2 ulkomaista englanninkielistä kappaletta. Top 10 myydyimmän levyn tilaston listalta löytyy 5 suomenkielistä albumia sekä 5 ulkomaista englanninkielistä albumia. Ainoana valonpilkahduksena kotimaiselle englanninkieliselle musiikille löytyy top 10 myydyimmän vinyylin listalta. Siinä peräti 4 englanninkielistä albumia on kotimaista alkuperää. Kolme albumia listalla on ulkomaisia englanninkielisiä levyjä ja loput 3 albumia ovat suomenkielisiä. Huomioitavaa indie-musiikin tutkimisen puolesta, yksikään näistä neljästä kotimaisesta englanninkielisestä albumista ei ole suomalaisen itsenäisen levy-yhtiön julkaisemaa. Ainoastaan Amorphiksen – Halo vinyylin on julkaissut itsenäinen levy-yhtiö Atomic Fire Records, jonka kotipaikka sijaitsee Saksassa.

Johtopäätöksenä dokumenttianalyysin tuloksista suomen musiikkialan nykytilaan, suomessa tehdyn englanninkielisen indie-musiikin osalta on karua luettavaa. Tämä musiikki loistaa poissaolollaan varsinkin 2010- luvulle tultaessa ja merkittäviä muutoksia ei noin kymmenen vuoden aikana ole tapahtunut. Samaan aikaan muualla tehty englanninkielinen musiikki on noussut määrällisesti listoille, joka herättää kysymyksiä onko musiikkialan portinvartijat todella niitä, jotka päättävät mitä musiikkia ihmisille tarjotaan? Kuuntelijan näkökulmasta nimittäin englanninkielinen musiikki kyllä kelpaa monelle ja sitä kuunnellaan enenemissä määrin nykyisin. Miksi siis ulkomaisen englanninkielisen musiikin nousu ei ole vaikuttanut samalla tavalla suomessa tehdyn englanninkielisen musiikin nousuun. Uskallan väittää, että tämän seikan syynä on suomen musiikkialan portinvartijat, jotka eivät ole olleet kiinnostuneita tai eivät ole löytäneet kiinnostavia suomalaisia englanniksi laulavia artisteja tai yhtyeitä.

6.2 Kyselyn tulokset

Nykytilan kartoittamisen jälkeen lähdin tutkimaan muiden tutkimusmenetelmien keinoin osittain nykytilaan johtaneita syitä sekä sitä, kuinka nykytilaa voisi parantaa. Teetin Indieco Ry:n jäsenille kyselytutkimuksen, joka sisälsi 12 eri kysymystä suomen musiikkialan sekä suomessa tehdyn englanninkielisen indie-musiikin tilasta kotimaan markkinoilla. Kysely toteutettiin 20.3.-3.4.2023 välisenä aikana Metropolian e-lomake palvelussa. Kutsu kyselyyn lähetettiin henkilökohtaisesti jokaiselle Indieco Ry:n jäsen levy-yhtiölle sähköpostin välityksellä. Kyselyyn osallistuttiin täysin anonyymisti, sillä tässä menetelmässä vastaajien nimillä ja titteleillä ei ollut merkitystä. Pääasiana kyselyssä oli saada mahdollisimman paljon vastauksia, joista sitten pystyttiin tekemään määrällistä dataa tutkimalla johtopäätöksiä. Kutsu kyselyyn lähetettiin yhdistyksen jäsenien sähköpostiin.

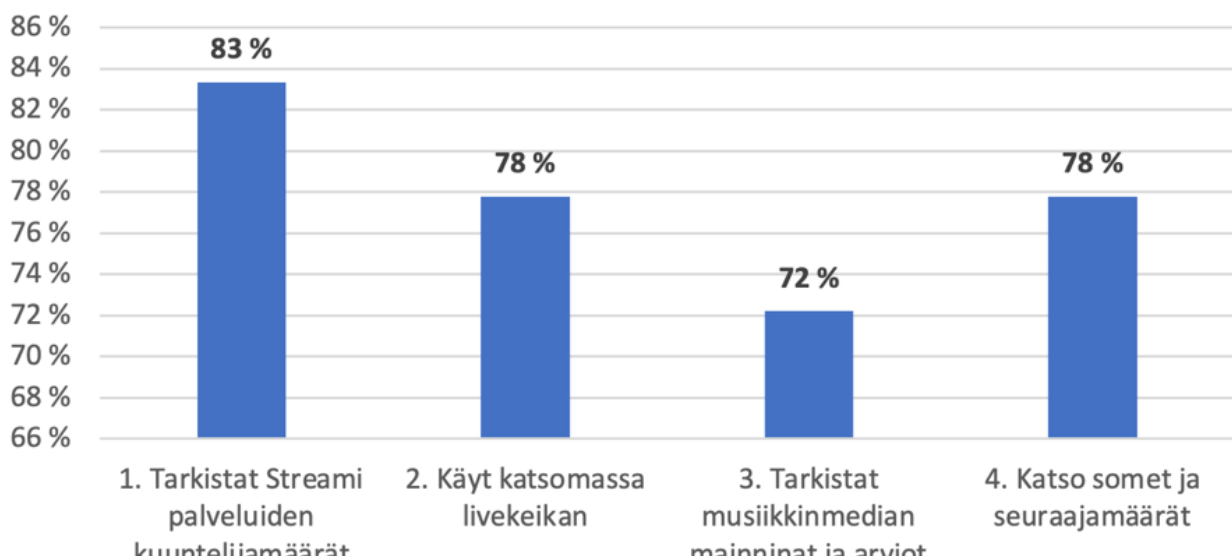


Vaikka kysely toimikin anonyymina, voin olettaa, että kaikki vastaajat todella olivat työsuhteessa jossain näistä levy-yhtiöistä. Kahden viikon vastausaikana kyselyyn osallistui yhteensä 18 henkilöä. Kysely lähetettiin kokonaisuudessaan 62 levy-yhtiö edustajalle, joten vastausprosentti oli 29 prosenttia. Sain myös neljältä levy-yhtiöltä suoran vastauksen, että he eivät julkaise englanninkielistä musiikkia, joten eivät kokeneet tarpeelliseksi vastata kyselyyn. Kaikki kyselyyn vastanneiden levy-yhtiöiden edustajien mukaan

julkaisevat englanninkielistä musiikkia. Kysely sisälsi linkin Metropolian tietosuojalomakkeeseen, jossa kerrottiin seikkaperäisesti kyselyyn vastanneiden vastauksien käytöstä opinnäytetyössäni.

Kyselyn ensimmäinen kysymys kuului ”Jos löydät uuden mielenkiintoisen artistin tai yhtyeen ja olet kiinnostunut heistä, mitä teet seuraavista? Tähän kysymykseen sai vastata moneen kohtaan, joten yllä oleva graafi näyttää kuinka monta prosenttia vastaajista on vastannut kyseiseen vaihtoehtoon prosentteina. Vastaajista 83 % (15/18) kertoi tarkistavansa uuden yhtyeen tai artistin löytymisen jälkeen heidän kuuntelumääränsä erilaisista suoratoistopalveluista kuten spotify, tidal ja apple music. Jaetulla toisella paikalla vastausten määrässä 78 % (14/18) olivat kohdat ”Käyt katsomassa livekeikan” sekä ”Katsot sosiaalisen median profiilit ja kuinka paljon ihmisiä seuraa niitä”. Vähiten indie levy-yhtiö väen mielestä tärkeitä on tarkistaa musiikkimedian maininnat ja arviot. 72 % (13/18) vastaajista oli tätä mieltä. Kaikki vastausprosentit olivat 10 % sisällä toisistaan, joten voidaan sanoa, että kiinnostavasta artistista haetaan tietoa useasta lähteestä melko tasapuolisesti.

1. Jos löydät uuden mielenkiintoisen artistin / yhtyeen ja olet kiinnostunut heistä, mitä teet seuraavista?

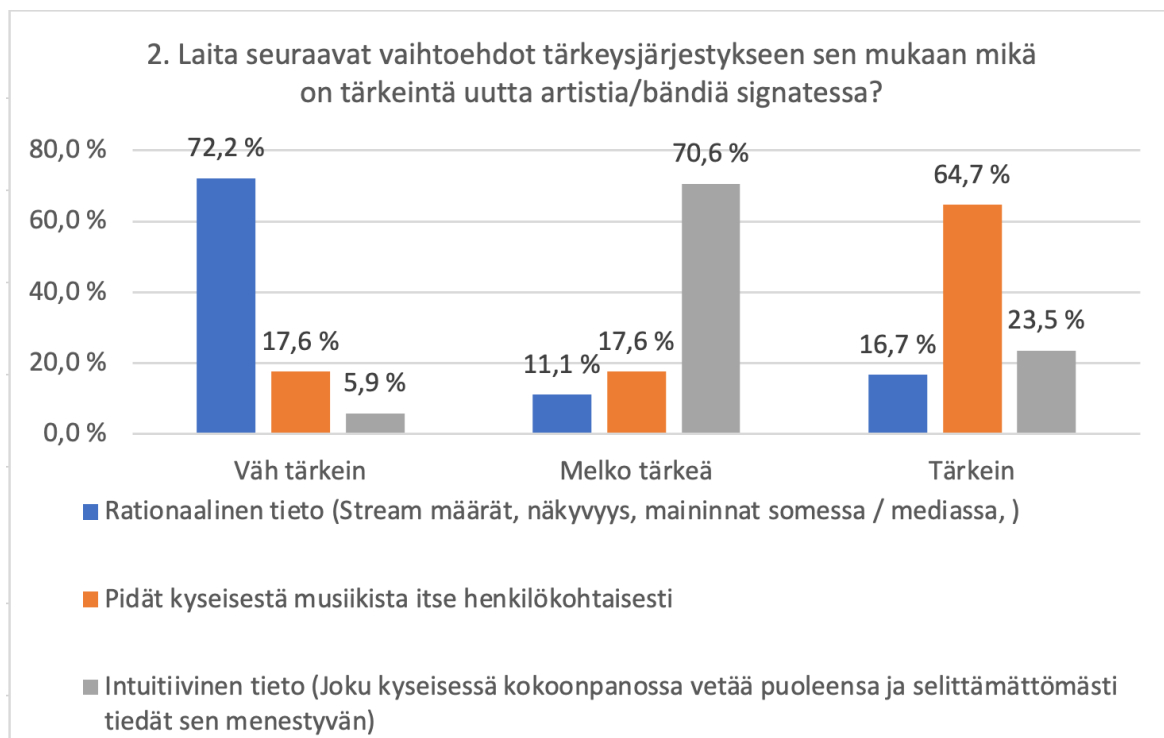


Kuvio 11: Kysely: Kysymys numero 1

Seuraavassa kysymyksessä pyysin vastaajia arvottamaan 1–3 numeroinnilla tärkeysjärjestykseen asiat mitkä on otettava huomioon uuden yhtyeen tai artistien pestamisessa. Ykkönen tässä tapauksessa tarkoitti tärkeintä ja kolmonen vähiten tärkeitä. Hieman yllättäen tärkein vastaajille uuden musiikin löytämisessä ja julkaisemisessa oli vastaajien henkilökohtainen mieltymys kyseistä musiikkia kohtaan. Tätä mieltä oli 64,7 % (11/17). Rationaalinen tieto yhtyeestä tai artistista, kuten suoratoistokuuntelumäärät, maininnat somessa ja mediassa oli eniten vastattu kohdassa vähiten tärkeä. Vastausprosentti tässä kohdassa oli 72,2 % (13/17). Keskellä melko tärkeäksi vaihtoehdoksi vastaajista suurin osa valitsi

intuitiivisen tiedon eli tiedostamattoman ammattitaidon seuraaminen. Kyseiseen kohtaan melko tärkeää vastasi 70,6 % (12/17).

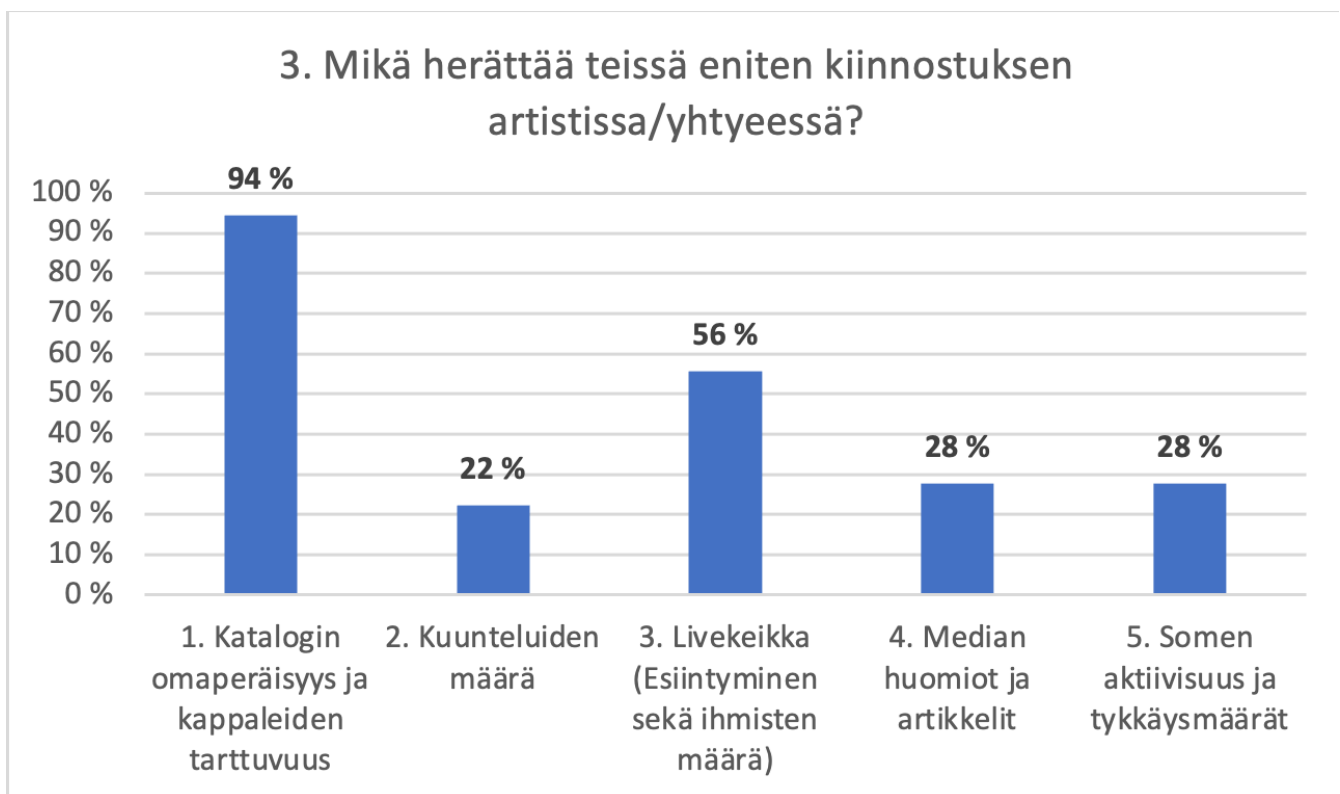
Tämän kysymyksen vastaukset yllättivät ja odotuksieni vastaisesti kääntyivät päälaelleen siitä miten olin ajatellut Suomen musiikkialan toimivan. Odotin että musiikkialalla markkinavetoisuus olisi ollut isommassa roolissa siinä kuinka uutta musiikkia löydetään ja julkaistaan. Toki kyseessä on musiikkialan sisällä olevat itsenäisen musiikin toimijat, jotka tekevät työtään monesti enemmän intohimo edellä kuin raha tai kasvu mielessään.



Kuvio 12 Kysely: Kysymys numero 2

Kolmannessa kysymyksessä palattiin monivalintakysymysten pariin, jossa oli taas mahdollista valita monia vastauksia. Kysymyksessä haettiin vastausta siihen, että mikä indie levy-yhtiöissä herättää kiinnostuksen uutta artistia tai yhtyettä etsiessä. Lähestulkoon kaikki kyselyyn vastanneista, 94 % (17/18) oli sitä mieltä, että katalogin omaperäisyys ja kappaleiden tarttuvuus on tärkein tekijä kiinnostuksen heräämisessä. Vähän yli puolet vastaajista 56 % (9/18) oli sitä mieltä, että myös livekeikka herättää kiinnostuksen. Median kiinnostus ja sosiaalisen median aktiivisuus herätti kiinnostuksen kummassakin 28:ssa % (5/18) vastaajista. Vähiten kiinnostusta herätti suoratoistopalveluiden kuunteluiden määrät, johon vastasi vain 22 % (4/18) vastaajista. Viimeiseksi mainittu herätti huomioni kyselyssä sillä ensimmäisessä kysymyksessä vähän vajaa kolme neljäsosaa vastasi kyllä tarkistavansa suoratoistopalveluista kuuntelijamäärät mutta tässä kysymyksessä vain neljäsosa sanoi sen vaikuttavan musiikin kiinnostukseen.

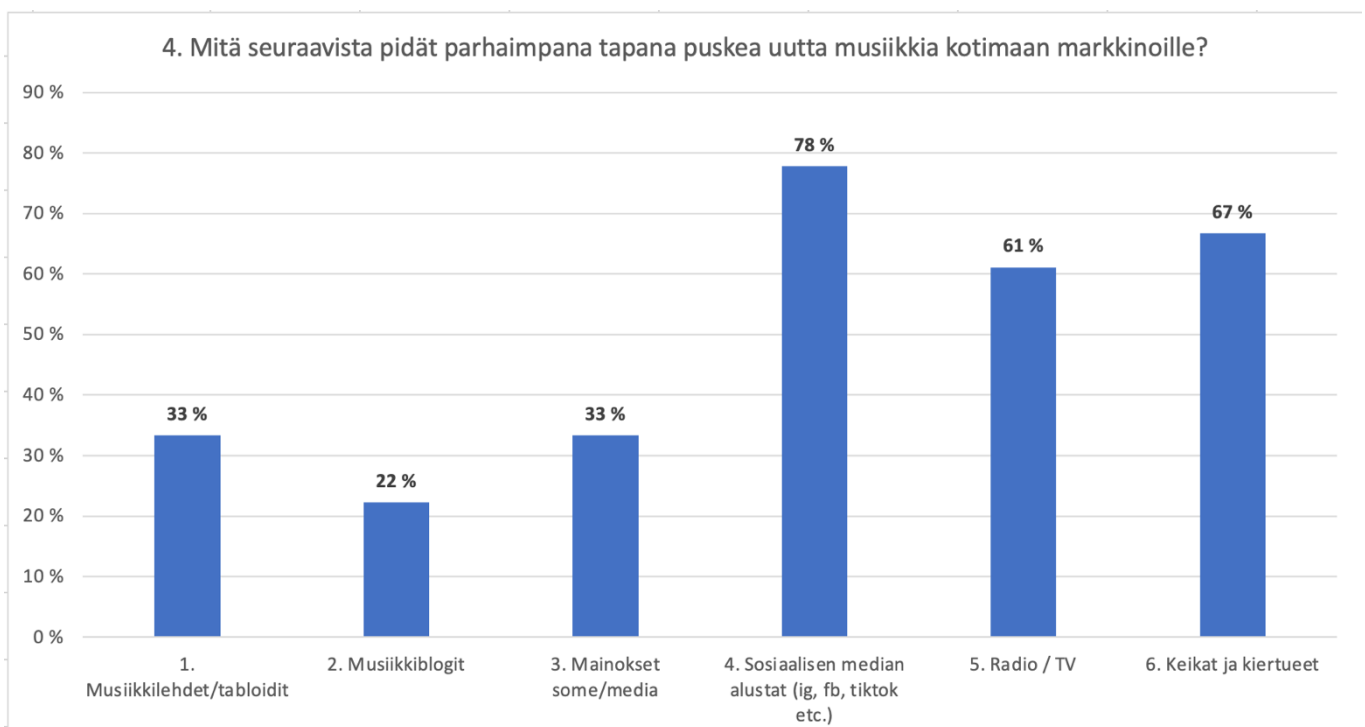
Samanlaisia tuloksien eroavaisuuksia sattui myös ensimmäisen kysymyksen median, somen ja livekeikan kohdalla. Kaikissa näissä kolmessa vaihtoehdossa ensimmäisessä kysymyksessä vastausmäärä oli yli 70 prosenttia kun taas kolmannen kysymyksen kohdalla prosentit vaihtelivat livekeikan 56 % (10/18) median ja somen molempien 28 % (5/18) vastausmäärään. Tämä voisi viitata siihen, että vaikka musiikkiala toimii tavallisen markkinaehtoisena taloudena lailla, indie-musiikki ei sen sisällä aina toimi niin että eniten suosiota tai rahaa tehnyt musiikki voittaisi pienlevy-yhtiöiden edustajia puolelleen.



Kuvio 13 Kysely: Kysymys numero 3

Seuraavassa kysymyksessä lähdin tutkimaan mikä on vastaajien mielestä paras alusta mainostaa ja saada uutta musiikkia näkyville kotimaassamme. Myös tässä monivalintakysymyksessä oli mahdollista vastata moneen vaihtoehtoon. Suurin osa vastaajista, eli 78 % (14/18) piti sosiaalista mediaa parhaimpana paikkana markkinoida uutta musiikkia mediaan ja someen. Verrattuna edellisen kysymyksen (kysymys 3) uuden musiikin kiinnostuksen lähteistä, jossa vain 28 % (5/18) oli sitä mieltä, että sosiaalisen median aktiivisuus ja tykkäykset herättävät kiinnostusta tämä tulos on hieman tosiaan vastaan taistelevia. Jos sosiaalinen media on vastaajien mielestä paras alusta markkinoida uutta musiikkia niin miksi sitten vain 28 prosenttia vastaajista kiinnostuu artistista sosiaalisen median kautta? Ehkä tässä sekoittuvat kaksi asiaa niin että vastaajat kokevat somessa markkinoinnin hyvänä tapana kuluttajalle mutta sillä on vähäinen merkitys heille itselleen, kun etsivät uutta musiikkia. Sosiaalisen median aktiivisuus nykypäivänä korreloi algoritmeihin ja sitä, kuinka monelle julkaisuja näytetään. Eli jos vastaajat olisivat enemmän kiinnostuneita sosiaalisen median luvuista uusia yhtyeitä kartoittaessa niin luultavasti myös levytyssopimuksen jälkeen olisi helpompaa markkinoida musiikkia sosiaalisessa mediassa, kun yleisö ja seuraajat ovat jo valmiiksi hankittuja.

Toiseksi tärkeimmäksi kyselyssä arvotettiin keikat ja kiertueet josta 67 % (12/18) vastaajista oli sitä mieltä, että se on hyvä tapa markkinoida uutta musiikkia. Tämä tulos on jotakuinkin linjassa aiemmin käsitellyn kysymyksen 3 ”Mikä herättää teissä eniten kiinnostuksen artistissa/yhtyeessä” kanssa jossa 56 % (10/18) vastasi livekeikkojen herättävän kiinnostuksen uudessa musiikissa. Kolmanneksi tärkeimpänä markkinointitapana 61 % (11/18) vastaajista piti radioita ja tv:tä. Musiikkilehdet ja tabloidit sai ainoastaan 33 % (6/18) vastaajista puolelleen samoin kuin mainokset sosiaalisessa mediassa ja mediassa. Vähiten vastaajat arvottivat musiikkiblogien merkitystä markkinoinnissa, johon vain 22 % (4/18) vastaajista luotti hyvänä markkinointikanavana.

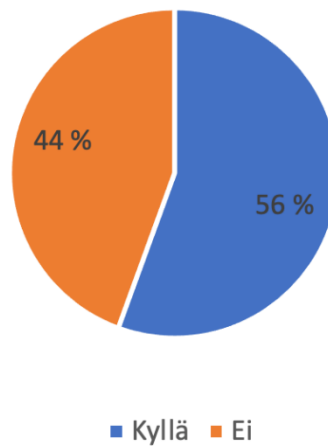


Kuvio 14 Kysely: Kysymys numero 4

Sytä sille miksi sosiaalinen media nähdään parhaimpana markkinointikanavana media- ja somenäkyvyyden osalta vastaajien keskuudessa, on varmasti monia. Yksi mahdollinen saattaa olla se, että siellä ollakseen ja pärjätäkseen ei tarvitse mennä musiikkialana portinvartijoiden seulan läpi vaan kuka tahansa voi julkaista sinne mitä haluaa ja milloin haluaa. Algoritmit some alustoilla toimivat porttina siihen kuka saa näkyvyyttä ja kuinka paljon. Niihin on paljon helpompi vaikuttaa omalla toiminnallaan, kun musiikin ammattilaisten mielipiteisiin tai päätöksiin.

Kyselyn puolella välissä kysymysten teemat muuttuivat yleisesti musiikkialasta enemmän kotimaisen englanninkielisen indie-musiikin tilasta kotimaassa kysymiseen. Muutoksen kyselyssä aloitti kysymys numero 6: ”Vaikuttaako laulukieli sinulla siihen kuinka potentiaalisena investointina näet uuden artistin tai yhtyeen Suomessa?”. 56 % (10/18) oli sitä mieltä, että kyllä vaikuttaa. Lopuilla 44 % (8/18) vastaajista laulukielellä ei ollut vaikutusta siihen kuinka potentiaalisena investointina uusi artisti tai yhtye nähdään Suomessa. Tässä kysymyksessä oli mahdollista valita ainoastaan yksi vaihtoehto eli kyllä tai ei.

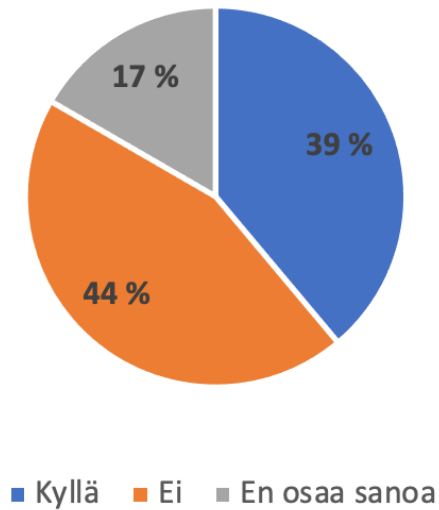
6. Vaikuttaako laulukieli sinulla siihen kuinka potentiaalisena investointina näet uuden artistin tai yhtyeen Suomessa?



Kuvio 15 Kysely: Kysymys numero 6

Kysymyksessä seitsemän paneuduttiin siihen, että miten levy-yhtiön edustajat näkevät suomalaisen musiikkialan verrattuna kansainväliseen musiikkialaan. Tässä kysymyksessä ei ollut mahdollista vastata moneen vaihtoehtoon samanaikaisesti. Vastaukset olivat hyvin tasaisia ja on mahdotonta tehdä johtopäätöstä, onko suomen musiikkiala jollain tavalla erityinen sillä 39 % (7/18) oli sitä mieltä, että on, 42 % (8/18) että ei ole ja loput 17 % (3/18) vastasi, etteivät osaa sanoa. Tähän kysymykseen olisi voinut tehdä myös vapaan teksti kentän missä vastaaja saa perustella valintaansa mutta koska kyselyni tarkoitus oli enemmän määrällistä tutkimista niin syitä tähän haen haastattelun puolelta.

7. Uskotko Suomen musiikkikentän olevan jollain tavalla spesiaali niin että kansainväliset musikkibisneksen lainalaisuudet eivät toimi täällä?



Kuvio 16 Kysely: Kysymys numero 7

Yhdeksännessä kysymyksessä tiedusteltiin vastaajien mielteitä siitä, että tehdäänkö heidän mielestään Suomessa tylsää ja huonoa englanninkielistä musiikkia. Ajatus kysymyksen sisällyttämisestä kyselyyn tuli Hufvudstadsbladet lehdessä 31.1.2023 julkaistusta Pastis-yhtyeen haastattelusta, jossa he toteavat, että Suomessa englanniksi laulavien yhtyeiden taso on alhainen (Lönnqvist, Niclas. HBL). Levy-yhtiön edustajien vastaukset jakoutuivat tässä kysymyksessä tasan kaikkien kolmen vaihtoehdon kesken.

9. Tehdäänkö Suomessa mielestäsi tylsää ja huonoa englanninkielistä musiikkia?

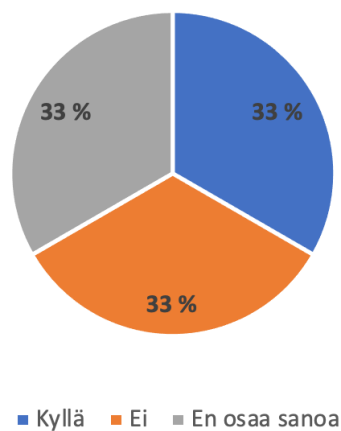


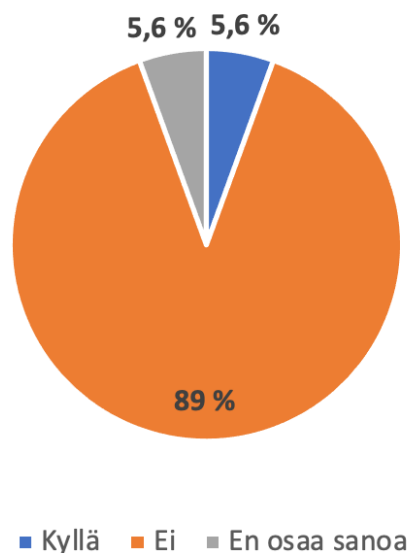
Chart Area

Kuvio 17 Kysely: Kysymys numero 9

Vastaajista 33 % (6/18) vastasi, että Suomessa tehdään tylsää ja huonoa englanninkielistä musiikkia. Vastaajista 33 % (6/18) vastasi kysymykseen ei eli heidän mielestään Suomessa ei tehdä tylsää ja huonoa englanninkielistä musiikkia. Loput vastaajat eli 33 % (6/18) vastasi, että he eivät osaa sanoa.

Kymmenennessä kysymyksessä tiedusteltiin vastaajien ajatuksia siitä saako Suomessa tehty englanninkielinen indie-musiikki tarpeeksi näkyvyyttä kotimaassa. Suurin osa vastaajista eli noin 89 % (16/18) oli sitä mieltä, että englanninkielinen musiikki ei saa tarpeeksi näkyvyyttä kotimaassamme ja vain noin 5,6 % (1/18) sitä mieltä, että saa. Loput 5,6 % (1/18) prosenttia vastaajista ei osannut sanoa saako se tarpeeksi näkyvyyttä.

10. Saako suomessa tehty englanninkielinen indie musiikin sinusta tarpeeksi näkyvyyttä kotimaassa?

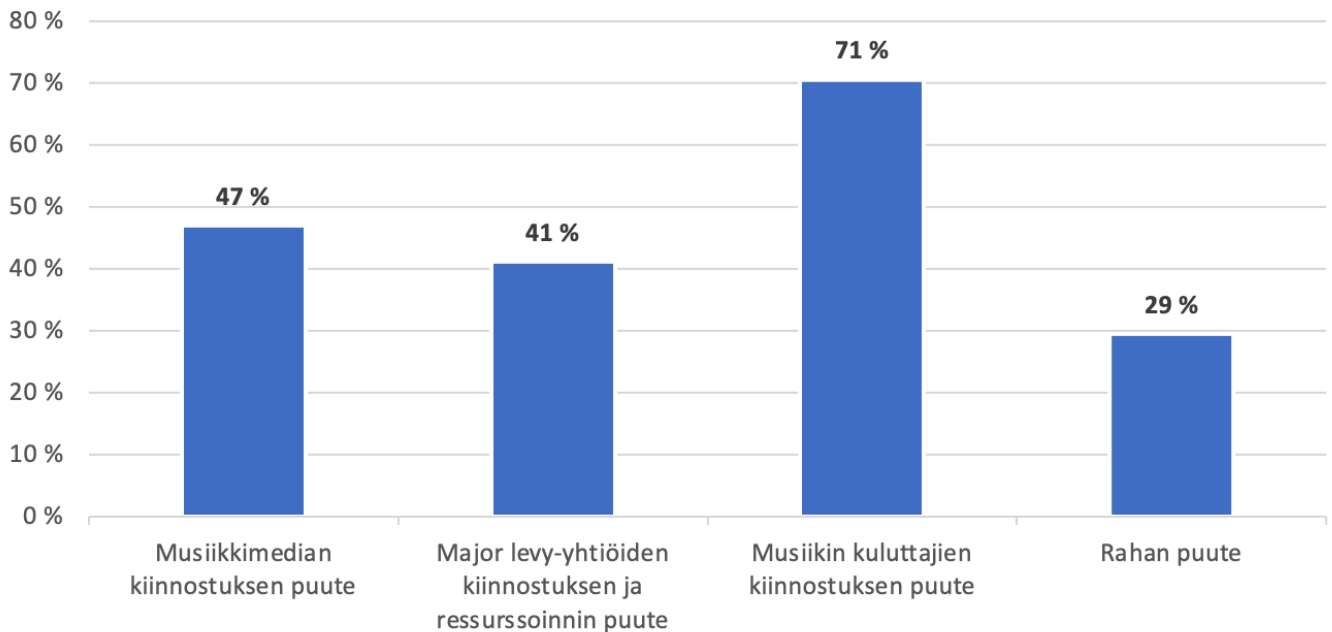


Kuvio 18 Kysely: Kysymys numero 10

Muutos edelliseen kysymykseen (9) on huomattava, kun ottaa huomioon, että 66 % (12/18) ei pitänyt tai ei osannut sanoa tehdäänkö Suomessa hyvää englanninkielistä musiikkia. Siksi onkin hieman yllättävää, että niin iso osa vastaajista piti englanninkielisen musiikin näkyvyyttä liian pienenä. Vaikka osa vastaajista ajattelee Suomessa tehdyn englanninkielisen musiikin olevan huonoa, he silti ajattelevat, että Suomessa tehty englanninkielinen musiikki ei saa tarpeeksi näkyvyyttä kotimaassa.

Yhdestoista kysymys haki tarkempia syitä ja ajatuksia siihen miksi englanninkielinen musiikki ei saa tarpeeksi näkyvyyttä Suomessa. Tässä kysymyksessä oli mahdollista vastata moneen vaihtoehtoon samanaikaisesti. Jätin myös mahdollisuuden olla vastaamatta kyseiseen kohtaan kokonaan heille, jotka vastasivat edelliseen kysymykseen, että eivät osaa sanoa. Kysymykseen vastasi lopulta 17 ihmistä kahdeksastatoista vastaajasta.

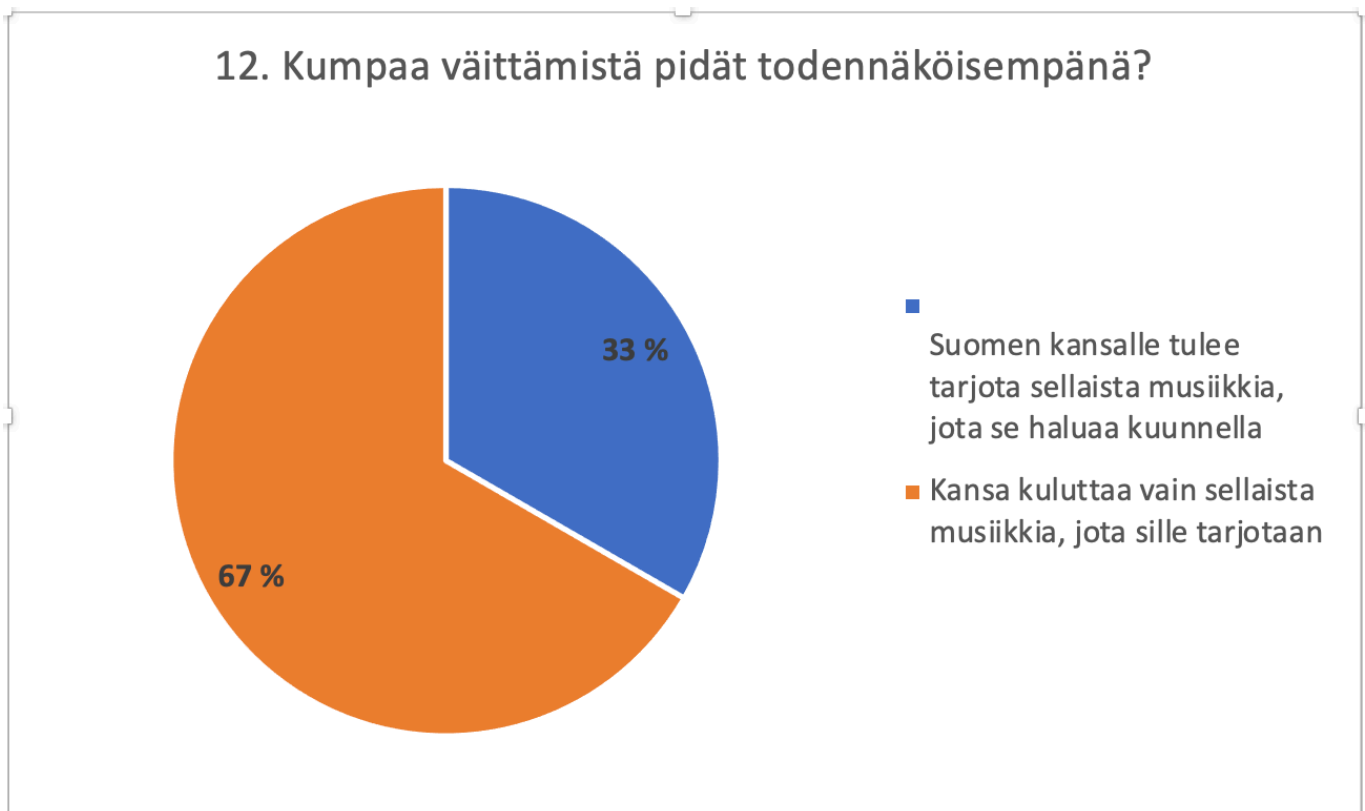
11. Mikä tahoa tai asia mielestäsi on syynä näkyvyyden puutteeseen?



Kuvio 19 Kysely: Kysymys numero 11

Suurin osa vastaajista piti musiikinkuluttajien kiinnostuksen puutetta syypäänä sille miksi kotimainen englanninkielinen indie-musiikki ei saa Suomessa tarpeeksi näkyvyyttä. Näin vastasi 71 % (12/17) vastaajista, joka on yllättävän korkea siihen nähden kuinka kyseistä musiikkia, olen itse nähnyt kulutettavan Suomessa. Ainakin Helsingissä, jossa asun, olen nähnyt lukemattomia suomalaisia englanninkielisiä indie-musiikki kategoriaan meneviä yhtyeitä ja artisteja, joiden keikat ovat loppuun tai lähes loppuun myytyjä. Tätä tukee myös sosiaaliseen mediaan jaetut ja julkaistut päivitykset keikoista, joita olen nähnyt omissa kanavissani. Tulos on mielestäni yllättävä, kun sitä vertaa teoriaan ja omiin kokemuksiini. Understanding Popular Music Culture julkaisussa peräänkuulutettu portinvartijoiden merkitys musiikin näkyvyydelle on kiistatta seikka, joka mielestäni poissulkee sen, että musiikinkuluttajat olisivat syypää näkyvyyden puutteelle (Shuker, Roy, 2012. s.112). Uskon että toiseksi ja kolmanneksi vastatuimmat vaihtoehdot "Musiikkimedian kiinnostuksen puute" sekä "Suurten levy-yhtiöiden kiinnostuksen ja resurssoinnin puute" ovat lähempänä sitä totuutta miksi kyseinen musiikki ei pärjää suomen markkinoilla ainakin sen perusteella mitä olen itse nähnyt ja lukenut musiikkimedian toiminnasta. Rahan puutteesta näkyvyyden puute ei pitäisi suurimman osan vastaajista mielestä olla kyse, sillä vain 29 % (5/17) kyselyyn vastanneista valitsi tämän vaihtoehdon.

Musiikinkuuntelijoiden kiinnostuksen puute näkyvyyden vähyyden syyksi ontuu myös, kun tarkastelemme viimeisen kysymyksen (kysymys 12) vastauksia. Kysyttäessä kumpaa väittämistä vastaaja pitää todennäköisempänä ”Suomen kansalle tulee tarjota sellaista musiikkia, jota se haluaa kuunnella” vai ”Kansa kuluttaa vain sellaista musiikkia, jota sille tarjotaan” suurin osa, eli 67 % (12/18) oli jälkimmäisen vaihtoehdon kannalla, kun ensimmäisen kannalla oli 33 % (6/18) vastaajista. Jos 71 % (12/17) oli sitä mieltä kysymyksessä numero 11, että musiikin kuluttajien kiinnostuksen puute on suurin syy näkyvyyden puutteeseen, kuinka kansan kiinnostus Suomessa tehtyä englanninkielistä indie-musiikkia kohtaan voi olla ongelma, jos kansa kuitenkin vastaajien mielestä kuluttaa sellaista musiikkia, jota sille tarjotaan. Viimeisen kysymyksen vastausten perusteella näkisin, että näkyvyyden puutteeseen suurin syy on media ja portinvartijat, jotka säätelevät mikä musiikki pääsee esille ja mikä ei.



Kuvio 20 Kysely: Kysymys numero 12

6.3 Haastatteluiden tulokset

Osana opinnäytetyötä haastattelin kolmea Indieco järjestöön kuuluvan levy-yhtiön A&R henkilöä. A&R on lyhenne artist and repertoire. Levy-yhtiössä nämä henkilöt ovat siis niitä, jotka tekevät uusia sopimuksia uusien artistien ja yhtyeiden kanssa sekä huolehtivat olemassa olevien artistien ja yhtyeiden asioista. Haastattelun runko ja kysymykset mukailivat suurimmaksi osaksi kyselyssä esitettyjä kysymyksiä mutta toki tarkemmin. Haastattelun kautta sain määrällisen kyselytutkimukseni rinnalle laadullista dataa, joka sivusi samoja aiheita. Näin pystyin kokonaisvaltaisemmin ymmärtämään ja näkemään tutkimuskysymyksieni pääkohtia ja ongelmia. Haasteltavinani olivat Svart Recordsin Jukka Taskinen ja Tomi Pulkki, Playground Musicille ja Soliti Recordsille työskentelevä Nick Triani sekä Spinefarm recordsin perustaja, nykyään Ranka Kustannuksen omistava Riku Pääkkönen. Ennen haastatteluita lähetin

haastateltavilleni Metropolian tietosuojalomakkeen sekä kysyin lupaa haastatteluiden äänittämiseen sekä käyttämiseen litteroituna opinnäytetyössäni.

Mitä mieltä olet yleisesti Suomessa tehdyn englanninkielisen indie-musiikin tilasta kotimaan markkinoilla tällä hetkellä?

Kaikki haastateltavat olivat yhtä mieltä siitä, että sen tila ei ole kummoinen tällä hetkellä. Pääkkönen kiteytti asian niin että Suomessa ei tällä hetkellä ole tarpeeksi kysyntää sen kaltaiselle musiikille mutta ei myöskään tarpeeksi ihmisiä, jotka kiinnostuisivat sen kaltaiseen musiikkiin sijoittamisesta (Pääkkönen, 2023). Lisäksi Pääkkönen mainitsi liian vähäisten julkaisujen ja osaavien taustahenkilöiden olevan yksi syy tilan huonouteen:

”Meillä on liian vähän levyjä. Meillä on liian vähän osaavia managereita niiku kaikilla sektoreilla. Tää kuvio on keskeneräistä vuodesta toiseen.” (Pääkkönen, 2023.)

Nick Triani sanoi, että koko Suomen musiikkiala on hieman hankaluuksissa tällä hetkellä mutta myönsi että englanniksi laulavilla orkestereilla on vielä vaikeampaa (Triani, 2023). Hän myös kiteytti laajemman vastauksensa yksinkertaisesti näin: ”I think to answer your question simply, I don't think there's a climate here for English singing indie bands. I think they don't really register in the market.” (Triani, 2023.) Svart Recordsilta Jukka Taskinen oli samaa mieltä muiden kanssa siitä, että englanninkielisellä musiikilla ei pärjää kotimaassa tällä hetkellä. Hän mainitsi myös, että hyvin usein englanninkielisen musiikin tärkein tavoite on juuri nimenomaan vienti ulkomaille. Hänen mielestään myös nykyisessä tilassa vastuu englanninkielisen musiikin julkaisemiseen on jäänyt indie levy-yhtiöiden harteille Suomessa. (Taskinen, 2023.)

Pääkkönen ja Triani toivat haastatteluissa myös esille sen, että vaikka suomessa tehdyn englanninkielisen indie-musiikin tila on heikko, hyviä ja kiinnostavia musiikin tekijöitä löytyy silti edelleen.

”I think there's a lot of bands, especially in the underground, that are just naturally choosing English as the language that they sing.” (Triani, 2023.)

”Mä uskon, että täällä on tällä hetkellä enemmän talenttia, kun mitä me tällä hetkellä saavutetaan.” (Pääkkönen, 2023.)

Tämä mielestäni kertoo kaiken oleellisen tämän musiikin asemasta Suomessa. Sitä kyllä tehdään ja kulutetaan paljon mutta sitten aiemmin mainittujen seikkojen, eli portinvartijoiden suodatusprosessien kautta se musiikki jää marginaaliin ja undergroundiin (Anderton, ym, 2012. s.13).

Verrattuna vaikka esimerkiksi englanninkielisen musiikin kulta-aikaan Suomessa 2000-luvun alussa, mikä on muuttunut?

Nick Triani esitti oivaltavan kommentin tähän liittyen, hänen näkemyksensä mukaan digitalisaatio on muuttanut musiikkialaa niin suuresti että englanninkielisellä musiikilla on paljon vaikeampaa kilpailla globaalissa mittakaavassa: ”I think in those days it was very different because there was no streaming. So

territory releases, if you look at licensing a record in those days, it made a lot of sense because if you're a band from Finland who had a really good record that could say work in the UK or the US or in Japan or Germany, there was no way of getting that record unless someone in that territory released it." (Triani, 2023). Vaikka hän puhuikin musiikinviennistä, sen vahva jalansija ulkomailla on myös aiemmin tuottanut enemmän kiinnostusta kotimaassa.

Pääkkönen mainitsee että 2000 – luvun alussa on ollut erityisen paljon erikoistalenttia, joka on päässyt nousemaan pinnalle samanaikaisesti. Hän on myös sitä mieltä, että menestys luo uskoa ympäristöön, jonka kautta, kun yksi menestyy niin muutkin menestyvät perässä. Se miksi tila on muuttunut niin radikaalisti, hän kiteyttää näin:

"Eräällä tavalla ollaan niin kuin viimeisen kymmenen vuoden aikana kärsitty eräänlaista krapulaa siitä että totuttiin että näitähän tulee ja tää on helppoo." (Pääkkönen, 2023,)

Jukka Taskinen vastasi lyhykäisyydessään tilan muuttumisen johtuneen yksinkertaisesti siitä, että kuluttajat kuuntelevat suomalaista musiikkia ja se on syönyt englanninkielisen musiikin suosiota (Taskinen, 2023).

Pitäisikö sitä tilaa sinun mielestäsi parantaa? Jos kyllä niin miten?

Kaikki vastaajat olivat yhtä mieltä siitä, että Suomessa tehdyn englanninkielisen indie-musiikin tilaa pitäisi parantaa. Hajontaa syntyi siitä, kuinka sitä pitäisi parantaa eikä kenelläkään ollut suoraa vastausta tai ratkaisua asiaan. Nick Triani peräänkuulutti sitä, että musiikkialan sisällä keskustelun pitäisi muuttua.

"So I think that's the real change that needs to happen is that the industry itself has to think, okay, how do we want to refresh our festival lineups? Our radio stations, our commercial possibilities. Because of course if you have hits abroad, you make more money. So that discussion has to start happening within the industry." (Triani, 2023).

Riku Pääkkönen on taas luottavaisin mielin siitä, että kyllä se tilanne paranee, kun löytyy taas uusia valovoimaisia englanniksi tekeviä muusikoita ja uskoo että asiat kyllä muuttuvat nopeastikin, kun aika on oikea (Pääkkönen, 2023). Taskinen oli hieman varovaisempi vastauksessaan ja sanoi kyllä, että heillä ollaan kiinnostuneita sen tilan paranemisesta mutta ei osannut sanoa suoraan, että miten se tehtäisiin (Taskinen, 2023).

”Suomi on just niinku sanoin niin tärkeä markkina, mutta se että täällä niinku edistäisi englanninkielisen musiikkia myyntiä vaatisi jo isompaa kulttuurista muutosta. Etenkin mediassa pitäisi olla enemmän kiinnostusta. En mä osaa sanoa tuohon mitään lääkettä tai mitä pitäis tehdä.” (Taskinen, 2023.)

Vaikuttaako laulukieli sinulla siihen, kuinka potentiaalisena investointina näet uuden artistin tai yhtyeen Suomessa?

Kaikilla haastateltavilla oli jonkinlainen ajatus siitä, että laulukieli vaikuttaa heidän päätöksiinsä uuteen musiikkiin investoidessa. Näillä kolmella levy-yhtiön A&R:lla oli selkeä näkemys siitä, että englanninkielinen musiikki on sitä, johon heidän osaamisensa ja julkaisut keskittyvät suurimmaksi osaksi. Tästä on vaikea vetää isompia johtopäätöksiä koko indie-musiikkikentän ajatuksista sillä kaikki kyseiset levy-yhtiöt, Playground/Soliti, Ranka Kustannus ja Svart Records ovat profiloituneet vuosien varrella enemmän englanninkielisen musiikin julkaisijoiksi.

Riku Pääkkönen teki huomion siitä, että hän uskoo Ranka Kustannuksella olevan sellainen maine, että jo se vaikuttaa siihen minkä kielistä musiikkia heille tarjotaan enemmän. ” Meillä siis joo. Meillä on siis silleen, että tota kyllä se vaikuttaa siinä mielessä, että meille tarjotaan enemmän varmaan englanninkielistä, koska me julkaisemme sitä enemmän, kun varmaan naapurit.” (Pääkkönen, 2023.)

Jukka Taskinen oli samoilla linjoilla asian kanssa ja totesi että kun Svart Recordsin tuloista noin puolet tulee jo ulkomaisesta myynnistä niin heille laulukieli on erittäin tärkeä valinta, joka vaikuttaa isosti heidän talouteensa (Taskinen, 2023). Hän myös rinnastaa heillä julkaistun musiikin siihen kuinka potentiaalinen vientituote se on, ”Onhan se joissain tapauksissa ihan selkeätä, että eihän nyt kotimainen punkrock nyt välttämättä niin kun ulkomailla lähde viemään, jos on suomeksi laulettu.” (Taskinen, 2023.) Triani kertoi vuosien varrella julkaistavan musiikin olleen suuresti englanninkielistä mutta viime vuosina alkanut myös ajattelemaan kielikysymystä tarkemmin (Triani, 2023). Samassa yhteydessä hän myös kertoi, kuinka englanninkielisen musiikin ahdinko taloudellisesti on haastavaa Suomessa:

” They can eventually find an audience and make a sound just through longevity. And of course, bands do that. Of course, there’s flipside to that making any kind of money to justify sustaining is hard. And that’s the case with a lot of domestic indie music. It’s certainly good enough to make it elsewhere.” (Triani, 2023.)

Jos ja kun olet kiinnostunut uudesta englanniksi laulavasta yhtyeestä tai artistista, miten ja minkä perusteella teet päätöksen signaamisesta?

Hieman yllättäen kaikki haastattelijat arvottivat tässä kysymyksessä henkilökohtaista mieltymystä musiikkiin taloudellisen kannattavuuden kustannuksella. Nick Triani kertoi esimerkin siitä, kuinka hän on tehnyt joskus valinnan pelkästään taloudellisen mahdollisuuksien ja suosion kautta, ”It’s been a couple of times where I’ve felt, okay, this is too an obvious commercial consideration and those are the ones that tend to really go badly” (Triani, 2023.)

Tässä kohtaa Taskinen haastattelua mukaan astuu myös Svart Recordsin perustaja Tomi Pulkki, joka kertoo kyllä katsovansa lukuja, kuten suoratoistokuunteluiden määrää tai sosiaalisen median tykkäyksiä mutta lopulta musiikki ratkaisee ja erityisesti vientipotentiaali ratkaisee heillä suuresti (Pulkki, 2023).

Pääkkönen on muiden kanssa samoilla linjoilla siitä, että intuitio ja henkilökohtainen mieltymys kyseiseen musiikkiin on suuressa osassa valintakriteerejä (Pääkkönen, 2023). Täysin hän ei kuitenkaan tee päätöstä näistä syistä vaan myöntää että kyllä tarkastaa myös lukuja ja suosiota yhtyeistä: ”Se että on valmiina faneja niin siinä säästää aikaa. Jos tietää että artisti on nyt siinä pisteessä missä se olisi muuten 2 vuoden kuluttua, jos lähdetään nollasta, nii kyllähän se etulyöntiasema on, kun siellä on jo sitä pohjaa rakennettu ja se ohjaa kuuntelijoita.” (Pääkkönen, 2023.)

Mikä taho mielestäsi on eniten sen tiellä, että Suomessa tehty uusi englanninkielinen indie-musiikki saisi enemmän näkyvyyttä ja arvostusta?

Tähänkin kysymykseen haastatteliijoilla oli monia eri syitä ja seurauksia musiikkialalta mutta isoimmaksi teesiksi Trianin ja Taskisen mukaan nousi suurten levy-yhtiöiden kiinnostuksen puute uuteen englanninkieliseen musiikkiin. Myös media, kuuntelijat sekä tekemisen taso nähtiin ongelmana näkyvyyden lisääntymiseen.

”No kyllähän nyt tietysti voidaan aina syyttää näitä isoja pahoja susia. Elikkä major levy-yhtiöitä, että ne ei ole kiinnostunut yhtään siitä. Musamediaa on vaikea syyttää, kun sitä ei enää ole. Toki kuuntelijoita voi myös osoittaa syyttävällä sormella.” (Taskinen, 2023.)

” I think it’s every facet here is that if you’re looking at who’s looking at the grassroots of the industry. The industry rarely does just pick things that comes out of those channels through. So very little support for those grassroots, which I think needs a big push.” (Triani, 2023.)

Pääkkönen oli haastattelussa enemmän sen kannalla, että tekemisen taso ja kilpailu on syynä näkyvyyden puutteeseen (Pääkkönen, 2023). Myös levy-yhtiöitä osoitettiin syyttävällä sormella, joiden ansaintamalli on muuttunut radikaalisti vuosien varrella ”You know, the bands have to be so proactive now. Your label, your publisher, they just collect the royalties. They have done promotion, some of them, but generally they’ll just collect the royalties. And if it doesn’t make any royalties, they’re just going to the next one because there’s always a line of artists.” (Triani, 2023.) Tämä kritiikki levy-yhtiöitä kohtaan voidaan myös nähdä niin että monet julkaisijat ovat siirtyneet ajattelemasta julkaistua musiikkia monen vuoden investointina ja projektina, enemmän lyhyen ajan nopeisiin pikavoittoihin. Pääkkönen oli samoilla linjoilla siitä, että yhtyeillä ja artisteille pitäisi antaa enemmän aikaa kukkia ja nousta esiin:

”Toki jossain levy-yhtiöissä katsotaan tosi paljon valmiita numeroita ja halutaan valmiita artisteja, jotka tekevät nopeita tuloksia. Se johtuu siitä yleensä sit et ne elää semmoista kvartaalitaloutta, jossa ei ole aikaa odottaa kolmesta viiteen vuoteen tuloksia.” (Pääkkönen, 2023.)

Loppupeleissä musiikin julkaisussa ja sen leviämässä on myös aina kyse tuurista ja olemisesta oikeassa paikassa, oikeaan aikaan (Pääkkönen, 2023).

Mikä on mielestäsi Suomessa paras kanava/taho promota ja nostaa esille englanninkielistä indie-musiikkia?

Tässä kohdassa haastateltavissa huomasi konventionaalisen median vieroksunta. Kaikki kyllä pitivät esimerkiksi radiota ja muuta musiikkimediaa jotakuinkin tärkeänä osana musiikin promoamista mutta näkivät myös ongelmia heidän toiminnassaan indie-musiikkia kohtaan. Siksi myös vastaukset siitä mikä on paras kanava promota englanninkielistä musiikkia keskittyivät enemmän uusien teknologisten ratkaisuiden tärkeyteen. Pääkkösen mielestä kaikista paras media promoamiseen on sosiaalinen media, sillä se kiertää perinteisten musiikkimedioiden portinvartijoiden roolin ja antaa enemmän vapauksia toimia itsenäisesti ja omilla vahvuuksillaan. (Pääkkönen, 2023.)

Triani oli vastauksessaan hyvin samoilla linjoilla siitä että sosiaalinen media on kaikista vahvin markkinointikanava, "I think social media is huge and so many bands now are breaking because they know how to do social media and they know how to build an audience. This drives streaming, it drives ticket sales, it drives everything. And of course, right now the big one is Tik Tok. And Tik Tok is making big acts." (Triani, 2023.)

Svart Recordsilla ajatellaan, että yksittäinen paras taho on Spotify ja vielä tarkemmin heidän johtajansa Samuli Väänänen, joka päättää virallisten soittolistojen kappaleista Suomessa. "Kyllä sitä suomessa tehtyä, englanninkielistä musiikkia parhaiten promoaa tietysti Samuli Väänänen Spotifysta. Hän kyllä laittaa aika hyvin englanninkielistä musiikkia listoille. Tavallaan hän on niin kuin semmoinen portinvartija. Hän kyllä pystyy englanninkielistä musiikkia Suomessa nostamaan." (Taskinen, 2023.)

Minkälaisena kanavana näet sitten Uuden Musiikin Kilpailun?

Tämän hieman tarkemman kysymyksen sisällyttäminen haastatteluun näin tärkeänä siitä syystä, että UMK on viime vuosina nostanut koko kansan tietoisuuteen muutamia englanniksi laulavia suomalaisyhtyeitä kuten Blind Channel ja Cyan Kicks, joten halusin tietää mitä levy-yhtiöissä ajatellaan tästä kilpailusta.

"Uh, is it something that you can base your international career? Yes, it is. Around that success and I don't think it has to be massive success. I think if you get to the finals, you've pretty much succeeded. Yes. And exposure in your domestic country is massive. So of course, UMK can raise artists." (Triani, 2023.)

Tämä kommentti on erityisen kuvaava ja tärkeä sillä Uuden Musiikin Kilpailu on tehnyt juuri tätä viime vuosina. Englanniksi laulavat yhtyeet, jotka ovat nousseet kotimaassa suosioon ei ole tarvinnut välttämättä edes voittaa kilpailua vaan on riittänyt, että on päässyt siihen mukaan. Tästä hyviä esimerkkejä on Cyan Kicks vuonna 2022 ja Arion 2013. Huomion arvoista näissä esimerkeissä on se, että molempia yhtyeitä edustaa Pääkkösen Ranka Kustannus. Siksi olikin hieman yllätys, kun hän haastattelussa vastasi

kysymykseen kertomalla, että hänen mielestään kilpailu indie-yhtyeiden osalta alkaa olla vaikeampaa, kun suositummat suurien levy-yhtiöiden artistit ja yhtyeet ovat alkaneet näkemään kilpailun enemmän varteenotettavana hittikappaleiden nostajana kotimaassa (Pääkkönen, 2023). ”Mut se on kyllä hyvä väline mutta ei vaan tule enää niin varhaisessa vaiheessa artistille mahdolliseksi mitä se ois tullut vielä muutama vuosi sitten. Mutta kansainvälistymisessä sillä on tosi iso merkitys.” (Pääkkönen, 2023.)

Taskinen näki myös UMK:n positiivisena piristysruiskeena koko suomen musiikkikentälle mutta peräänkuulutti myös, että se on vain hyvin pieni osa kaikkea musiikkikulttuuria Suomessa ja että se ei voi itsessään muuttaa alan kurssia parempaan suuntaan, ”Se on kyllä iso semmoinen hyvä signaali mutta eihän se sitä kokonaistilannetta muuta. Toisaalta mä ajattelen myös et englanninkielisellä kulttuurilla on jo iso jalansija täällä et tarvitaaks me välttämättä enempää englanninkielistä kulttuuria tänne.” (Taskinen, 2023.)

Kumpaa väittämistä pidät todennäköisempänä “suomen kansalle tulee tarjota sellaista musiikkia, jota se haluaa kuunnella” vai “kansa kuluttaa vain sellaista musiikkia, jota sille tarjotaan”?

Viimeisenä kysymyksenä halusin esittää saman väittämän mitä kyselyyn sisällytin viimeiseksi. Tarkoituksena oli saada ajatuksia haastateltavilta, kyselyn muodostaman määrällisen datan tueksi. Triani ja Taskinen olivat vastauksissaan samoilla jäljillä ja vastasivat että heidän mielestään jälkimmäinen väittämä on todennäköisempi totuus Suomessa. Syyt tähän vaihtelivat molemmilla.

” I think the second. Because we don't know what music the people listen. No one knows what music the people of Finland want to listen to. Their music is what they listen to is based on what they given.” (Triani, 2023.)

”Kyllä mä niinku ehkä sanoisin et toi vaihtoehto b on mun mielestä lähempänä sitä tämänhetkistä todellisuutta. Tarjonta on hyvin pitkälti kansainvälisten korporaatioiden hallussa, jos vaikka ajatellaan radiota tai televisiota.” (Taskinen, 2023.) Hän myös toteaa, että perimmäinen syy kansainvälisten korporaatioiden mukavuushaluuteen kansalle tarjoaman musiikin kanssa ei välttämättä johdu siitä, että nämä tahot itse haluavat niin tehdä. Vaan enemmänkin seuraavat sitä mitä ihmiset ovat valmiita kuuntelemaan ”Tota kommentaari tavallaan siinä, että se ihminen haluaa kuulua välillä helppoa musiikkia, varsinkin kun vaikeita aikoja ja yleensä se on sit sitä vanhaa ja tuttua musiikkia.” (Taskinen, 2023.)

Pääkkönen oli vastauksessaan ainoa, joka oli eri mieltä. Hänen mielestään kansalle tarjotaan aivan kaikkea, varsinkin nykyaikana suoratoistopalveluissa ja he lopulta omalla kuuntelukäyttäytymisellään valitsevat musiikin itse. ” Spotify etenkin on semmoinen jatkuva kuluttajatutkimus, joka pyörii siellä 24/7. Toki jos siellä ei saa edes pienintäkään mahdollisuutta esittäytyä niin ei ikään kuin pääse sen tutkimuksen mukaan. Mutta kun siellä saa edes pienen mahdollisuuden niin raaka fakta on vaan se et, jos joku ei lähde niin meidän on hyväksyttävä se, että yleisö ei tästä tykännyt” (Pääkkönen, 2023.)

6.4 Yhteenveto tuloksista

Suomessa tehdyn englanninkielisen indie-musiikin kotimainen tila on vuosia ollut laskemaan päin, kun vertaa soitetuimpia radiokappaleita sekä myydyimpiä albumeita viimeisen 10 vuoden aikana. Suurten levy-yhtiöiden kiinnostuksen puutteen, musiikkialan murroksen sekä teknologisen kehityksen myötä Suomessa tehty englanninkielinen indie-musiikki saa yhä vähemmän näkyvyyttä ja tilaa kotimaan markkinoilla. Suomen musiikkimedian väheneminen on aiheuttanut myös perinteisen median vaikutusta nostaa vaihtoehtoista musiikkia esille. Tämä johtuu siitä, että kun on vähemmän toimijoita mediassa niin myös jutut vähenevät sekä keskittyvät valtavirtaan enemmän. Vähentynyt palstatila on myös koventanut kilpailua sekä kasvattanut median roolia portinvartijana. Sosiaalinen media taas on nähty uutena tapana ohittaa portinvartijoiden vaikutus, kun kenellä tahansa on valta julkaista ja jakaa alustoilla omaa tai muiden musiikkia. Vaikka sosiaalinen media ja suoratoistopalvelut ovat tuoneet musiikin ja sen tekijät kaikkien käden ulottuville, kilpailu tilasta on johtanut siihen, että suuren suosion saavuttaminen ja musiikkialan kiinnostuksen herättämisestä on tullut entistä vaikeampaa.

Tulokset vastasivat suurimmalta osalta tutkimuskysymyksiini. Selvimmän vastauksen kysymyksiini sai ”Miten Suomessa tehty englanninkielinen indie-musiikki näkyy kotimaan musiikkikentällä tällä hetkellä”. Dokumenttianalyysin, kyselyn ja haastattelun avulla aukesi selkeä kuva siitä kuinka tutkittava aihe voi kotimaassa tällä hetkellä niin numeroiden kun ihmisten ajatuksien valossa. Muut alakysymykseni oli hieman vaikeammin selvennettävissä, sillä niissä keskityttiin ammattilaisten mielipiteisiin eikä niitä voida pitää kaikkien alalla työskentelevien totuutena. ”Miten Suomessa tehty englanninkielinen indie-musiikki näyttäyty alan ammattilaisille” kysymyksen vastaus muodostui monen henkilön eriävistä mielipiteistä. Yleistäen, suurin osa vastanneista ammattilaisista oli kuitenkin sitä mieltä, että hyvää kotimaista englanninkielistä indie-musiikkia tehdään mutta sitä ei tueta tai nosteta tarpeeksi musiikkimediassa tai somessa.

Kolmas alakysymykseni ”Mistä englanninkielisen musiikin vieroksunta johtuu?” alakysymys jakoi myös mielipiteitä ja siksi siitä on hankala vetää yhtä ja oikeaa johtopäätöstä. Monet vastaajat kyselyssä ja haastatteluissa olivat sitä mieltä, että musiikin kuuntelijat eivät yksinkertaisesti ole kiinnostuneet englanninkielisestä musiikista, joka ei muiden tuloksien valossa pidä mielestäni paikkansa. Ulkomainen englanninkielinen musiikki on ollut dokumenttianalyysin tuloksissa nousussa viime vuosina ja omien kotimaisten englanninkielisten keikkojen kokemuksesta syyt ovat paljon monimutkaisemmat kuin musiikin kuuntelijat.

Vastaus päätutkimuskysymykseeni ”Miksi suomessa tehty englanninkielinen indie-musiikki jää muun musiikin varjoon?” on yhdistelmä musiikkialan ja digitaalisuuden murrosta, joka on muuttanut musiikin kuluttamista sekä myös sen markkinointia ja esille nostamista. Suuret levy-yhtiöt keskittyvät suurimmaksi osaksi suomenkieliseen musiikkiin ja muut alalla toimivat portinvartijat kuten radiot, lehdistö, tv ja

tapahtumatuotanto seuraa enemmän heidän toimiaan, kun yksittäisten indie-toimijoiden. Tämän lisäksi myös kilpailu ulkomaisten englanniksi laulavien artistien ja yhtyeiden kanssa on kiivasta. Yleensä nämä ulkomailta Suomen musiikkikentälle ponnistavat artistit ja yhtyeet ovat suurten levy-yhtiöiden listoilla, joten kilpailu näitä vastaan on vaikeaa, sillä heillä on enemmän taloudellista liikkumavaraa takanaan.

7 Kehittämisehdotukset

Tutkimukseni lopuksi esitän kolme kehitysehdotusta Indieco Ry:n toiminnan tehostamiseksi sekä annan tarkemmin ideoita siihen, kuinka suomessa tehdyn englanninkielisen indie-musiikin tilaa voitaisiin parantaa kotimaan markkinoilla. Esitän vaihtoehdot helpoimmasta toteutustavasta vaikeimpaan ja taloudellisesti haastavampaan vaihtoehtoon. Olen myös tietoinen siitä, että nämä ehdotukset tulisivat vaatimaan yhdistykseltä ja sen edustamilta levy-yhtiöiltä enemmän resursseja ja taloudellista sitoutumista. Lisäksi toimet vaatisivat yhteistyötä muiden musiikkialalla toimivien portinvartijoiden kanssa. Täten nämä kehittämisehdotukset eivät välttämättä ole heti tai helposti toteutettavissa, vaan vaatisivat uskallusta, pääomaa sekä aikaa toteutuakseen. Uskon kuitenkin, että itsenäisillä levy-yhtiöillä olisi mahdollisuuksia toteuttaa joitain näistä toimista ketterämmin ja luovemmin kuin esimerkiksi suurilla levy-yhtiöillä (Shuker, Roy, 2012. s.18). Tunnettavuuden parantaminen massakuluttajien suosimissa kanavissa, kuten tv, radio ja internet, on näiden kehitysehdotuksien pääasiallinen tavoite (Shuker, Roy, 2012. s.162).

Indie Awards -palkintojen kategoriat

Ensimmäinen kehitysehdotus on helpoin näistä kolmesta eikä vaatisi suurta panostusta taloudellisesti tai ajallisesti. Yksi Indieco Ry:n näkyvimmistä ja tärkeimmistä tapahtumista on Indie Awards -gaala, jossa palkitaan vuoden parhaimmat ja ansioituneimmat artistit sekä yhtyeet. Osallistuin itse vuoden 2023 gaalaan tammikuussa ja sain ehdokas- ja kategoria-asettelusta ajatuksen sen kehittämiseen. Nykyisellään gaalassa palkitaan vuoden artisti, vuoden yhtye, vuoden tulokas, vuoden kappale sekä vuoden albumi. Kehitysehdotukseni tähän on yksinkertainen: eriytetään nämä vuoden kategoriat niin, että joka vuosi kussakin kategoriassa palkittaisiin sekä englanninkielinen että suomenkielinen vaihtoehto. Esimerkiksi siis vuoden albumiksi valittaisiin sekä yksi suomenkielinen että yksi englanninkielinen albumi. Vaihtoehtoisesti englanninkielinen kategoria voisi olla myös laajemmin vieraskielinen kategoria. Jos jokaisen kategorian eriyttäminen tuntuu hankalalta tai vaivalloiselta, on myös mahdollista pitää kategoriat niin kuin ne ovat nyt ja lisätä esimerkiksi yksi englanninkielinen palkintokategoria: vuoden englanninkielinen artisti/yhtye. Näin pienellä toimella mielestäni saataisiin keskitettyä näkyvyyttä Indie Awards -gaalassa myös englanninkielisen musiikin tekijöille.

Englanninkielisen indie-musiikin showcase-tapahtuma

Toinen kehittämisehdotukseni on haastavampi sekä taloudellisesti riskialttiimpi ja aikaa vievämpi. Yksinkertaisuudessaan idea olisi alkaa järjestää Suomessa englanninkielisen musiikin showcase-tapahtumaa, joka perustuisi Indieco Ry:n ja sen edustamien levy-yhtiöiden yhteistyöhön. Showcase-tapahtuma voisi olla ajatukseltaan hieman samankaltainen kuin nyt koko Suomen musiikkialan showcase-

tapahtuma Musiikki & Media sekä sen yhteydessä järjestettävä Lost in Music, mutta niin, että painotus olisi itsenäisten levy-yhtiöiden artistit ja yhtyeet. Tapahtumakaupungiksi ehdotan Helsinkiä, sillä tällä hetkellä pääkaupungistamme puuttuu tyystin tällainen tapahtuma. Uskon, että Helsinki olisi tällaiselle tapahtumalle paljon otollisempi paikka kuin Tampere tai Seinäjoki, jossa Lost in Music ja Mars-festivaalit nyt järjestetään, sillä sijaintinsa takia Helsinkiin voisi saada houkutelua enemmän musiikkialan edustajia ympäri maailmaa. Showcase-tapahtuman yhteyteen voisi myös järjestää erilaisia seminaareja, joissa indie-musiikkialan edustajat saisivat äänensä kuuluviin ja täten voisivat aloittaa Suomen musiikkialan dialogin muutoksen (Triani, 2023). Tapahtuma voisi koettaa kerätä rahoituksen itsenäisiltä levy-yhtiöiltä tasapuolisesti kokojensa mukaan sekä hakea tukea erilaisilta instituutioilta, kuten Music Finlandilta, Helsingin kaupungilta sekä valtiolta.

Indieco Ry:n tuotteistus

Viimeinen kehitysehdotus olisi laajuudessaan suurin ja vaatisi mukaansa muita musiikkialalla toimivia tahoja sekä portinvartijoita. Ajatus tästä ideasta syntyi haastatteluissa esiin nousseista median vähenevästä määrästä sekä kiinnostuksesta englanninkielistä indie-musiikkia kohtaan. Ajatus olisi tuotteistaa Indieco Ry:n toimintaa erilaisten mediatapahtumien keinoin. Tällainen tuotteistus voisi olla esimerkiksi oman radio-ohjelman ostaminen tai järjestäminen joltain kaupalliselta radiolta. Ohjelmassa keskityttäisiin soittamaan ja nostamaan esiin suomessa tehtyä englanninkielistä indie-musiikkia. Tällainen radiokanavataho voisi olla esimerkiksi Radio Helsinki. Toki ohjelman rajaaminen pelkästään englanninkieliseen musiikkiin rajaisi ulos myös ne Indieco Ry:n levy-yhtiöt, jotka eivät julkaise englanninkielistä musiikkia. Täten tämä ajatus voisi myös laajemmin tarkoittaa koko indie-musiikin esiin nostamista ottamalla mukaan myös englanninkielistä musiikkia.

Toinen tuotteistamisvaihtoehto voisi olla Indiecon omien sosiaalisen median kanavien uudelleen brändäys, jossa jaettaisiin ja julkaistaisiin enemmän itsenäisten levy-yhtiöiden uusia julkaisuja. Julkaisuissa voisi myös kertoa lisää artisteista, levy-yhtiöistä tai muista itsenäisten levy-yhtiöiden tahoista. Yhdistykseen kuuluvat levy-yhtiöt voisivat esimerkiksi tehdä some-haltuunottoja, joissa yksi levy-yhtiö kerrallaan ottaisi Indiecon some-kanavat haltuun ja jakaisi tietoa artisteistaan, musiikistaan ja työstään. Tämä kehitysehdotus perustuu siihen, että tällä tavalla saataisiin kierrettyä musiikkimediassa toimivien portinvartijoiden suodatusprosessi ja näin voisi olla helpompi saada näkyvyyttä yhtyeille ja artisteille (Shuker, Roy, 2012. s.112).

Jos taloudellista pääomaa ja tahdonvoimaa riittää, voisi Indieco tuotteistaa vielä isommin toimintaansa kehittämällä jonkinlaisen tv-show-formaatin, jossa keskiössä olisi indie-musiikin esiintuominen. Tämä toimi parantaisi indie-levy-yhtiöiden näkyvyyttä varsinkin massayleisön keskuudessa, joka näitä medioita eniten kuluttaa (Shuker, Roy, 2012. s.162). Esimerkiksi Uuden Musiikin Kilpailun rakenteesta voisi hyvinkin saada formaatin, jossa itsenäisten levy-yhtiöiden artistit ja yhtyeet olisivat osa jonkinlaista musiikkikatselmusta. Viimeiseksi ehdotukseksi voisi Indieco tuotteistaa nimensä ja edustamansa tahot

jonkinlaiseen jatkuvaan klubi-iltaan jossain valitussa tapahtumatilassa, joka esittelisi viikoittain tai kuukausittain uusia englanninkielistä musiikkia tekeviä artisteja ja yhtyeitä.

8 Pohdinta ja arviointi

Työni päämääränä oli selvittää, miksi suomessa tehty englanninkielinen indie-musiikki ei saa kotimaan markkinoilla samanlailla näkyvyyttä kuin suomenkielinen tai muualla tehty englanninkielinen musiikki. Teoria sekä tulokset esittävät tälle varteenotettavia syitä ja seurauksia. On kuitenkin huomionarvoista, että pienen otannan yhteen musiikkialan portinvartijoiden ryhmään keskitetyt kysely ja haastattelut eivät ole koko musiikkialan totuus, vaan vastauksissa voidaan nähdä mielipiteisiin perustuvia näkökantoja sekä arvoja. Silti koen, että musiikkialalla toimivien ihmisten näkökulmia ja ajatuksia on tärkeä kartoittaa, koska niiden kautta saadaan selville, mitä alan sisällä ajatellaan ajankohtaisista ilmiöistä ja epäkohdista. Keskustelun avaaminen sekä sen eteenpäin vieminen ovat ensiarvoisen tärkeitä vaiheita siinä, että jokin voi muuttua musiikkialan sisällä parempaan suuntaan.

Työni isoin merkitys oli sen tekeminen itsessään sekä nykytilan kartoittaminen, sillä tästä aiheesta ei ole ennen tehty tutkimusta. Vaikka aiheesta on hieman puhuttu mediassa ja musiikkialan sisällä, se on kuitenkin jäänyt verrattain vähälle huomiolle. Ajattelenkin, että opinnäytetyöni tarkoitus on aloittaa kauan kaivattu keskustelu Suomessa tehdyn englanninkielisen musiikin tilasta kotimaassa. Nykytilan kartoittamien soittolistoja tutkimalla sekä niihin perustuvien helposti tutkittavien graafien luominen auttavat tulevaisuudessa samaa aihetta tutkivien työtä, koska heidän ei tarvitse enää käydä läpi dataa, vaan he voivat suoraan tukeutua minun seulomaani dataan ja siitä tehtyihin helppolukuisiin graafeihin.

Tietopohjani kaksi tärkeintä teosta *Understanding the Popular Music Culture* (Shuker, Roy, 2012) ja *Understanding the Music Industry* (Anderton, ym, 2013) käsittelevät laajasti musiikkialan koko elinympäristöä ja sen toimijoiden välisiä suhteita. Näiden teosten tiedot ja teoria ovat samankaltaisia kuin mitä tutkimusmenetelmieni kautta selvisi Suomen musiikkialan tavoista ja toimijoiden suhteista toisiinsa. Näin tutkimuksessani ei noussut esiin Suomen musiikkialan toiminnasta mitään sellaista, joka olisi ollut ristiriidassa aikaisemman tutkimuksen kanssa.

Tarkastelin työssäni ainoastaan musiikkialalla työskentelevien eli portinvartijoiden näkökulmia Suomessa tehdyn englanninkielisen indie-musiikin tilasta kotimaan markkinoilla. Tarkemmin portinvartioiden voidaan sanoa tarkoittavan indie-levy-yhtiöiden toimijoita tässä työssä. Tämä työ jätti siis kokonaan huomiotta musiikin tekijöiden, kuuntelijoiden, suurten levy-yhtiöiden sekä musiikkimedian näkökulmat samasta aiheesta. Tulevaisuudessa tutkimusta voisi jatkaa ja laajentaa myös edellä mainittuihin nyt tutkimuksen ulkopuolelle jääneisiin tahoihin. Uskon, että eri toimijoilla, esimerkiksi muusikoilla tai suurilla levy-yhtiöillä, voisi olla todella erilainen käsitys musiikkialasta kuin nyt tutkituilla toimijoilla.

Mielestäni onnistuin kohtuullisen hyvin sanoittamaan työssäni sitä, mitä mieltä indie-levy-yhtiötoimijat ovat tutkittavan aiheen vaikutuksista musiikkialalle. Kritiikkiä antaisin itselleni työn pienen piirin otannasta ja siitä, että jos olisin käyttänyt työhön enemmän aikaa, olisin voinut tutkia myös muiden musiikkialalla

toimivien tahojen ajatuksia ja mielipiteitä aiheeseen liittyen. Eli jos tekisin työn uudestaan, tekisin siitä ehdottomasti laajemman ottamalla mukaan myös muiden kuin indie-levy-yhtiöiden toimijoita.

Lopulta uskon kuitenkin, että työni auttaa niin tilaajaani kuin yleisesti musiikkialaa näkemään ja tunnustamaan Suomessa tehdyn englanninkielisen indie-musiikin ongelmat kotimaan markkinoilla. Vaikka kehitysideani eivät tulisi sellaisenaan kenenkään käyttöön, uskon, että keskustelun herättäminen ja uusien ideoiden esille tuominen ainakin pitkällä aikavälillä ja toivottavasti lisätutkimuksien kautta voi muuttaa Suomen musiikkialaa paremmaksi myös suomessa tehdyn englanninkielisen musiikin näkökulmasta.

LÄHTEET

- Anderton, Chris & Dubber, Andrew & James, Martin 2013. Understanding the Music Industries. 1. Painos. Yhdysvallat: SAGE Publications Ltd
- Lönngqvist, Niclas 31.1.2023. Pastis siktat på utlandet: ”Nivån på band som sjunger på engelska i Finland är låg” HBL. <<https://www.hbl.fi/artikel/981eafb4-7501-47c0-805b-038ffe647c9c>> (Luettu 14.4.2023)
- Music Finland 2022. Suomen musiikkialan talous ja vienti 2021— tutkimus. <<https://musicfinland.fi/fi/tutkimukset/suomen-musiikkialan-talous-ja-vienti-2021>> (Luettu 24.3.2023)
- Musiikintuottajat Ifpi 2023. Suomen top-50 albumilista viikko yhdeksän 2023. <<https://www.ifpi.fi/lista/albumit/2023/9/>> (Luettu 6.3.2023)
- Nordenstreng, Markus 15.9.2016. Suomi eristäytyy myös soittolistoissaan. Suomen Musiikintekijät. <<https://musiikintekijat.fi/blogi/suomi-eristaytyy-myos-soittolistoissaan/>> (Luettu 10.4.2023)
- Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritakoski, Jarmo 2015. Kehittämistyön menetelmät. 4. Painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Shuker, Roy 2012. Understanding Popular Music Culture. 4. Painos. Iso Britannia: Taylor & Francis Group.
- Ström, Kukka 5.2.2016. Minne hävisi englanninkielinen kotimainen musiikki? Yle. <<https://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/02/05/minne-havisi-englanninkielinen-kotimainen-musiikki>> (Luettu 1.3.2023)
- Teosto 2022. Musiikinkuuntelu Suomessa 2022: keskittyneen musiikinkuuntelun määrä kasvoi pitkästä aikaa, uusi musiikki leviää nopeimmin TikTokin lyhytvideoissa. <<https://www.teosto.fi/musiikinkuuntelu-suomessa-2022-keskittyneen-musiikinkuuntelun-maara-kasvoi-pitkasta-aikaa-uusi-musiikki-leviaa-nopeimmin-tiktokin-lyhytvideoissa/#:~:text=Tutkimuksen%20mukaan%20suomalaiset%20kuuntelevat%20musiikkia, minuutti a%20ajasta%20siihen%20erityisesti%20keskittyen.>>> (Luettu 14.3.2023)

AINEISTO

Dokumenttiaineisto:

- Biisit.info 2013. Soitetuimmat kappaleet vuoden 2012 aikana. <<https://biisit.info/soitetuimmat-2012>> (Luettu 5.4.2023)
- Biisit.info 2014. Soitetuimmat kappaleet vuoden 2013 aikana. <<https://biisit.info/soitetuimmat-2013>> (Luettu 5.4.2023)
- Biisit.info 2015. Soitetuimmat kappaleet vuoden 2014 aikana. <<https://biisit.info/soitetuimmat-2014>> (Luettu 5.4.2023)
- Biisit.info 2016. Soitetuimmat kappaleet vuoden 2015 aikana. <<https://biisit.info/soitetuimmat-2015>> (Luettu 5.4.2023)
- Biisit.info 2017. Soitetuimmat kappaleet vuoden 2016 aikana. <<https://biisit.info/soitetuimmat-2016>> (Luettu 5.4.2023)

- Biisit.info 2018. Soitetuimmat kappaleet vuoden 2017 aikana. <<https://biisit.info/soitetuimmat-2017>> (Luettu 5.4.2023)
- Biisit.info 2019. Soitetuimmat kappaleet vuoden 2018 aikana. <<https://biisit.info/soitetuimmat-2018>> (Luettu 5.4.2023)
- Biisit.info 2020. Soitetuimmat kappaleet vuoden 2019 aikana. <<https://biisit.info/soitetuimmat-2019>> (Luettu 5.4.2023)
- Biisit.info 2021. Soitetuimmat kappaleet vuoden 2020 aikana. <<https://biisit.info/soitetuimmat-2020>> (Luettu 5.4.2023)
- Biisit.info 2022. Soitetuimmat kappaleet vuoden 2021 aikana. <<https://biisit.info/soitetuimmat-2021>> (Luettu 5.4.2023)
- Biisit.info 2023. Soitetuimmat kappaleet vuoden 2022 aikana. <<https://biisit.info/soitetuimmat-2022>> (Luettu 5.4.2023)
- Sony Music Finland 2023. Kotimaiset artistit listaus 2023. <<https://sonymusic.fi/artists/>> (Luettu 21.4.2023)
- Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2000. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/02/Myydyimmat-2000-3.pdf>> (Luettu 6.4.2023)
- Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2001. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/02/Myydyimmat-2002-4.pdf>> (Luettu 6.4.2023)
- Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2002. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/02/Myydyimmat-2002-4.pdf>> (Luettu 6.4.2023)
- Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2003. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/02/Myydyimmat-2003-4.pdf>> (Luettu 6.4.2023)
- Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2004. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/02/Myydyimmat-2004-5.pdf>> (Luettu 6.4.2023)
- Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2005. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/02/Myydyimmat-2005-4.pdf>> (Luettu 6.4.2023)
- Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2006. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/02/Myydyimmat-2006-5.pdf>> (Luettu 6.4.2023)
- Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2007. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/02/Myydyimmat-2007-4.pdf>> (Luettu 6.4.2023)
- Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2008. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/02/Myydyimmat-2008-5.pdf>> (Luettu 6.4.2023)
- Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2009. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/02/Myydyimmat-2009-4.pdf>> (Luettu 6.4.2023)
- Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2010. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/02/Myydyimmat-2010-3.pdf>> (Luettu 6.4.2023)
- Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2011. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/02/Myydyimmat-2011-3.pdf>> (Luettu 6.4.2023)
- Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2012. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/02/Myydyimmat-2012-3.pdf>> (Luettu 6.4.2023)

Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2013. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/02/Myydyimmat-2013-3.pdf>> (Luettu 6.4.2023)

Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2014. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/02/Myydyimmat-2014-3.pdf>> (Luettu 6.4.2023)

Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2015. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/02/Myydyimmat-2015-3.pdf>> (Luettu 6.4.2023)

Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2016. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/02/Myydyimmat-2016-4.pdf>> (Luettu 6.4.2023)

Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2017. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/02/Myydyimmat-2017-3.pdf>> (Luettu 6.4.2023)

Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2018. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/02/Myydyimmat-2018-3.pdf>> (Luettu 6.4.2023)

Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2019. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/02/Myydyimmat-2019-3.pdf>> (Luettu 6.4.2023)

Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2020. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/02/Myydyimmat-2020-5.pdf>> (Luettu 6.4.2023)

Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2021. <https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2022/03/TOP-10-listat-2021_final.pdf> (Luettu 6.4.2023)

Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT ry 2022. Myydyimmät albumiäänitteet Suomessa 2022. <<https://www.ifpi.fi/wp-content/uploads/2023/03/Top-10-Myydyimmat-2022.pdf>> (Luettu 6.4.2023)

Universal Music Finland 2023. Kotimaiset artistit listaus 2023. <<https://www.universalmusic.fi/artists/>> (Luettu 21.4.2023)

Warner Music Finland 2023. Kotimaiset artistit listaus 2023. <<https://warnermusic.fi/artistit/#kotimaiset>> (Luettu 21.4.2023)

Asiantuntijahaastattelut levy-yhtiöiden A&R:n kanssa

Pääkkönen, Riku 2023. Ranka Kustannus omistaja & A&R. Haastateltu 6.4.2023.

Taskinen, Jukka & Pulkki, Tomi 2023. Svart Records A&R & Perustaja. Haastateltu 28.3.2023.

Triani, Nick 2023. Playground Music & Soliti Records A&R. Haastateltu: 4.4.2023.

Muut haastattelut:

Vauhkonen, Katja 2023. Indieco Ry toiminnanjohtaja. Haastateltu: 21.2.2023. Haastattelu Indieco Ry:n toiminnasta.

Kysely

Kysely levy-yhtiön uusien artistien ja yhtyeiden valitsemistavoista ja englanninkielisen musiikin tilasta kotimaassa.

TIEDOTE TUTKIMUKSESTA

Suomessa tehdyn englanninkielisen indie-musiikin tila kotimaan markkinoilla

Pyyntö osallistua tutkimukseen

Pyydän sinua osallistumaan toimintatutkimukseen, jonka tarkoituksena on kehittää Indieco Ry:n toimintaa. Toimintatutkimuksen peruseräisiin kuuluu, että kehitystyö tehdään yhteistyössä kaikkien niiden henkilöiden kanssa, joita kehitystyö tai sen tulokset koskevat. Kuvaan tässä tiedotteessa tutkimusta ja osuuttasi siinä. Kun olet perehtynyt tähän tiedotteeseen, voit vielä esittää minulle kysymyksiä tutkimuksesta. Sen jälkeen voit halutessasi antaa suostumuksen tutkimukseen osallistumisesta.

Vapaaehtoisuus

Tutkimukseen osallistuminen on täysin vapaaehtoista. Voit myös keskeyttää tutkimukseen osallistumisen koska tahansa syytä ilmoittamatta. Vaikka keskeyttäisit tutkimukseen osallistumisen tai peruuttaisit antamasi suostumuksen, tietoja, jotka on kerätty sinusta ennen ilmoitusta osallistumisen keskeyttämisestä tai suostumuksen peruuttamisesta, voidaan kuitenkin käyttää osana tutkimusaineistoa.

Tutkimuksen tarkoitus ja toteuttaja

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on tutkia englanninkielisen indie musiikin nykytilaa kotimaan markkinoilla sekä kehittää Indieco Ry:n jäsenistön englanninkielisten julkaisujen näkyvyyttä ja mahdollisuuksia.

Tutkimus toteutetaan Metropolia ammattikorkeakoulun AMK-tutkinnon opinnäytetyönä, jossa opiskelija Teemu Patrikainen toimii vastuullisena tutkijana. Tutkimustyötä ohjaa Eeva-Katri Ahola. Työ tehdään Indieco Ry:n toimeksiannosta.

Tutkimusmenetelmät ja toimenpiteet

Tutkimus kestää 1.2.2023-9.5.2023. Tutkimuksen aikana tehdään haastatteluja sekä kysely, jolla tutkitaan indie musiikkikentän ajatuksia englanninkielisen musiikin tilasta kotimaan markkinoilla. Haastattelut äänitetään haastateltavan annettua siihen luvan.

Tutkimustuloksista tiedottaminen

Opinnäytetyö on **julkinen dokumentti**, joka tullaan julkaisemaan internetissä vapaasti käytettävissä olevassa Theseus-tietokannassa.

Lisätiedot

Halutessasi lisätietoja tutkimuksesta voit esittää kysymyksiä opinnäytetyön tekijälle tai ohjaajalle.

Tutkijoiden yhteystiedot

Metropolia PL 4000 Myllypurontie 1 www.metropolia.fi
Ammattikorkeakoulu 00079 Metropolia 00920 Helsinki Puhelin 09 7424 5000 Y-tunnus: 2094551-1

Opinnäytetyötekijä: Teemu Patrikainen
Puh.xxxxxx
Sähköposti: teemu.patrikainen@metropolia.fi

Opinnäytetyön ohjaaja: Lehtori Eeva-Katri Ahola Metropolia
Ammattikorkeakoulu Oy /Kulttuurituotanto Puh.
Sähköposti: Eeva-Katri.Ahola@metropolia.fi

TUTKIMUKSEN TIETOSUOJASELOSTE: HENKILÖTIETOJEN KÄSITTELY TUTKIMUKSESSA

Voit poistaa tietosuojaseloste-osuuden, jos työssäsi ei käsitellä lainkaan henkilötietoja.

Henkilötietoja käsitellään voimassa olevan tietosuojalainsäädännön mukaisesti.

Tutkimuksen rekisterinpitäjä

Rekisterinpitäjällä tarkoitetaan tahoa, joka yksin tai yhdessä toisten kanssa määrittelee henkilötietojen käsittelyn tarkoitukset ja keinot. Tässä tutkimuksessa henkilötietojen yhteisrekisterinpitäjinä toimivat Metropolia Ammattikorkeakoulu, Indieco Ry ja Teemu Patrikainen.

Yhteisrekisterinpitäjien vastuut

- *Poista tämä osio, jos toimeksiantaja on yksin rekisterinpitäjä.*
- *Jätä luvun sisältö alla olevaan muotoon, jos Metropolia Ammattikorkeakoulu ja opinnäytetyöntekijä toimivat yhteisrekisterinpitäjinä.*
- *Jos toimeksiantaja ja opinnäytetyöntekijä toimivat yhteisrekisterinpitäjinä, kopioi luvun sisältö suoraan kolmikantasopimuksesta.*
- *Poista nämä kursiivilla kirjoitetut ohjeet valmiista dokumentista.*

Kun Metropolia Ammattikorkeakoulu ja opinnäytetyöntekijä toimivat yhteisrekisterinpitäjinä, rekisterinpitäjän vastuu on opinnäytetyöntekijällä Metropolia Ammattikorkeakoulun ohjauksessa.

Tällöin opinnäytetyöntekijä

- vastaa Metropolian ohjeistuksen mukaisesti henkilötietojen käsittelystä niiden elinkaaren ajan
- päättää henkilötietojen käsittelyssä käytettävistä työvälineistä Metropolian ohjeistuksen mukaisesti. Kun opinnäytetyöntekijä käyttää Metropolian tarjoamia välineitä ja/tai tallennuslustoja, Metropolia vastaa tarjoamiensa välineiden ja tallennuslustojen tietoturva- laatii henkilötietojen käsittelysopimukset järjestelmätoimittajien kanssa sekä huolehtii muista asianmukaisista teknisistä ja organisatorisista toimenpiteistä.
- vastaa Metropolian ohjeistuksen mukaisesti rekisteröidyn informoinnista sekä rekisteröityjen oikeuksien toteuttamisesta

Metropolia PL 4000 Myllypurontie 1 www.metropolia.fi
Ammattikorkeakoulu 00079 Metropolia 00920 Helsinki Puhelin 09 7424 5000 Y-tunnus: 2094551-1

- vastaa Metropolian ohjeistuksen mukaisesti GDPR:n artiklan 14 mukaisesta rekisteröidyn informoinnista tilanteissa, joissa henkilötietoja hankitaan muualta kuin rekisteröidyltä itseltään [poista tämä, jos tietoja hankitaan vain rekisteröidyltä itseltään]

Voit kysyä lisätietoja henkilötietojen käsittelystä rekisteripitäjän yhteyshenkilöiltä**Jos opiskelija tai Metropolia Ammattikorkeakoulu on yhtenäkin rekisterinpitäjänä, kirjaa tähän Metropolia-rekisterinpitäjän yhteyshenkilö:**

Metropolia Ammattikorkeakoulun tietosuojavastaava:

Puhelin:

Sähköposti: tietosuojavastaava@metropolia.fi**Jos kumppaniorganisaatio on yhtenäkin rekisterinpitäjänä, kumppaniorganisaation tietosuojavastuullisen / rekisterinpitäjän yhteyshenkilön nimi:**

Kumppaniorganisaation Indieco Ry tehtävän haltija: Katja Vauhkonen Puhelin:

Sähköposti: katja.vauhkonen@indieco.fi

Opinnäytetyöntekijä: Teemu Patrikainen

Puhelin: xxxxx

Sähköposti: teemu.patrikainen@metropolia.fi**Tutkimuksessa sinusta kerätään seuraavia henkilötietoja***Nimi, työpaikan nimi, sähköpostiosoite ja tehtävänimike.***Tutkimuksessa ei kerätä henkilötietoja muista lähteistä****Henkilötietojen suojausperiaatteet***Säilytetään tietoja tutkijan tekijän tietokoneella salasanan takana.***Henkilötietojen käsittelyn tarkoitus***Opinnäytetyön laatimista varten. Henkilötietojen keräys on todennus siitä että olet ammattilainen ja työskentelet musiikkialalla.***Henkilötietojesi käsittelyperuste on suostumus, jolloin sinulla on rekisteröitynä seuraavat oikeudet**

Koska henkilötietojasi käsitellään tässä tutkimuksessa, olet rekisteröity tutkimuksen aikana muodostuvassa henkilörekisterissä. Rekisteröitynä tärkeimmät oikeutesi ovat:

- saada informaatiota henkilötietojen käsittelystä
- tarkastaa ja oikaista itseäsi koskevia tietoja
- peruuttaa antamasi henkilötietojen käsittelyä koskeva suostumus, HUOM: suostumuksen peruuttamiseen mennessä kerättyjä tietoja voidaan silti käyttää osana tutkimusaineistoa

- poistaa tietosi (esim. jos peruutat antamasi suostumuksen) tai rajoittaa tietojesi käsittelyä
- tehdä valitus tietosuojavaltuutetun toimistoon, jos katsot, että henkilötietojasi on käsitelty tietosuojalainsäädännön vastaisesti

Oikeutta tietojen tarkastamiseen, oikaisuun, poistoon ja käsittelyn rajoittamiseen ei kuitenkaan ole, jos henkilötietoja ei käsitellä tutkimuksessa tunnisteellisina eikä rekisterinpitäjä pysty tunnistamaan rekisteröityä.

Voit käyttää oikeuksiasi ottamalla yhteyttä opinnäytetyöntekijään / rekisterinpitäjän edustajaan.

Tutkimuksessa kerättyjä henkilötietoja ei käytetä profilointiin tai automaattiseen päätöksentekoon

Tutkimuksen kesto-aika (henkilötietojen käsittelyaika)

1.2.2023-31.12.2023

Mitä henkilötiedoille tapahtuu tutkimuksen päätyttyä?

Edellä kerrotun henkilötietojen käsittelyajan päätyttyä henkilötietosi tallennusmuodosta riippumatta tuhoetaan lukuun ottamatta tietoja, jotka suostumuksellasi on sisällytetty julkaistavaan opinnäytetyöhön (mahdolliset suorat lainaukset ja yksilöidyt tiedot lähdeluettelossa).

Tietojen siirtäminen tutkimusrekisteristä

Ei siirretä.

Henkilötietoja ei siirretä EU:n tai ETA-alueen ulkopuolelle.

Henkilötietojen käsittely aineistoa analysoitaessa ja tutkimuksen tuloksia raportoitaessa

Kerättyjä tietoja ja tutkimusaineistoa käsitellään luottamuksellisesti lainsäädännön edellyttämällä tavalla.

Kyselyn vastaukset muutan graafisiksi niin että vastaukset tulevat ilmi anonymisti ja rakentavat kokonaiskuvan vastaajien ajatuksista ja mielipiteistä. Tätä tilastoa tutkin ja pohdin opinnäytetyössäni. Haastattelun kirjoitan auki puhtaaksi, jonka jälkeen käytän vastauksia tutkimuksen tuloksien havainnollistamiseen. Tässä vaiheessa saatan lisätä yksittäisten vastaajien lainauksia haastattelusta opinnäytetyöhöni. Tässäkin tapauksessa ilmi tulee vain nimi ja työnimike.

Säilytän tutkimusaineistoa omalla henkilökohtaisella tietokoneella sekä kannettavalla tietokoneella salasanojen takana. Lisäksi teen varmuuskopion aineistosta ulkoiselle kovalevylle, jota säilytetään lukkojen takana. Kun työ on valmis, poistan tutkimusaineistotiedostot tietokoneelta sekä tyhjennän roskakorin, jotta aineistot varmasti tuhoutuvat.



Tutkimuksen nimi: Suomessa tehdyn englanninkielisen indie musiikin tila kotimaan markkinoilla

Tutkimus toteutetaan Metropolia ammattikorkeakoulun YAMK-tutkinnon opinnäytetyönä, jossa opiskelija Teemu Patrikainen (teemu.patrikainen@metropolia.fi, xxxxxx) toimii vastuullisena tutkijana. Tutkimustyötä ohjaa Eva-Katri Ahola (Eeva-Katri.Ahola@metropolia.fi)

Minua [N N] on pyydetty osallistumaan yllämainittuun tutkimukseen, jonka tarkoituksena on selvittää suomessa tehdyn englanninkielisen indie-musiikin tilaa kotimaan markkinoilla.

Olen saanut riittävät tiedot tutkimuksesta ja henkilötietojeni käsittelystä. Olen saanut tiedotteen tutkimuksesta sekä tietosuojaselosteeseen. Olen ymmärtänyt saamani tiedot ja haluan osallistua tutkimukseen.

Ymmärrän, että osallistumiseni on vapaaehtoista ja voin peruuttaa tämän osallistumissuostumukseni koska tahansa syytä ilmoittamatta. Ymmärrän, että minulla on oikeus peruuttaa suostumukseni henkilötietojen käsittelyyn tietosuojaselosteessa kuvatulla tavalla. Olen tietoinen siitä, että mikäli keskeytän tutkimuksen tai peruutan suostumukseni, minusta keskeyttämiseen ja suostumukseni peruuttamiseen mennessä kerättyjä tietoja voidaan käyttää osana tutkimusaineistoa.

Ymmärrän, että julkaistavassa opinnäytetyössä [voi esiintyä suoria lainauksia haastatteluvastauksistani / tietojani esitetään lähdeluettelossa muodossa x y z].

- Päivätä tähän tilanne omassa opinnäytetyössäsi. Poista lause kokonaan, mikäli julkaistava työsi on täysin anonymi.

Vahvistan allekirjoituksellani

- osallistumiseni tähän tutkimukseen
- suostumukseni henkilötietojeni käsittelyyn.

Allekirjoitus: _____

Tutkija säilyttää tämän suostumuksen opinnäytetyön ajan. Suostumus tuhoetaan viimeistään, kun opinnäytetyön arvioinnista on kulunut 6 kuukautta.

Sanallinen suostumus

Minä [N N] haluan osallistua [M M]:n tekemään tutkimukseen [tutkimuksen nimi] ja annan suostumukseni henkilötietojeni käsittelyyn tutkimuksen tietosuojaselosteessa kuvatulla tavalla.

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 17.3.2023 13.33 ja päättyy 17.3.2024 23.59
Kysely levy-yhtiön uusien artistien ja yhtyeiden valitsemistavoista ja englanninkielisen musiikin tilasta kotimaassa.


Hei,

Olen viittä vaille valmistumassa oleva kulttuurituottaja Teemun Patrikainen. Teen opinnäytetyötäni Metropolia Ammattikorkeakoulussa yhteistyössä Indieco Ry:n kanssa ja toivoisin että sinulla olis hetki aikaa vastata kyselyyni. Aiheenani on Suomessa tehdyn englanninkielisen indie-musiikin tila kotimaan markkinoilla.

Katso tutkimuksen tietosuojaseloste: Henkilötietojen käsittely tutkimuksessa tästä

Kyselyn vastaamiseen menee alle 10 minuuttia ja se toteutetaan täysin anonymisti. Kiitos etukäteen kaikille kyselyyn vastanneille!

Kysymykset

1. Jos löydät uuden mielenkiintoisen artistin/yhtyeen ja olet kiinnostunut heistä mitä teet seuraavista? 

- Tarkistat streaming palveluiden kuuntelijamäärät
 - Käyt katsomassa livekeikan
 - Tarkistat musiikkimedian maininnat ja arviot.
 - Katsot somet ja seuraajamäärät
- Voit valita vähintään 1 ja enintään 4 vaihtoehtoa

2. Laita seuraavat vaihtoehdot tärkeysjärjestykseen sen mukaan mikä on tärkeintä uutta artistia/


Rationaalinen tieto (Stream määrät, näkyvyys, maininnat somessa / mediassa,)

Pidät kyseisestä musiikista itse henkilökohtaisesti

Intuitiivinen tieto (Joku kyseisessä kokoonpanossa vetää puoleensa ja selittämättömästi tiedät se

3. Mikä herättää teissä eniten kiinnostuksen artistissa/yhtyeessä? 

- Katalogin omaperäisyys ja kappaleiden tarttuvuus
 - Kuunteluiden määrä
 - Livekeikka (Esiintyminen sekä ihmisten määrä)
 - Median huomiot ja artikkelit
 - Somen aktiivisuus ja tykkäysmäärät
- Voit valita vähintään 1 ja enintään 5 vaihtoehtoa

4. Mitä seuraavista pidät parhaimpana tapana puskea uutta musiikkia kotimaan markkinoilla? 

- Musiikkilehdet/tabloidit
- Musiikkiblogit
-

Mainokset some/media

- Sosiaalisen median alustat (Ig, Fb, Tiktok, etc)
- Radio / TV
- Keikat ja kiertueet

Voit valita vähintään 1 ja enintään 5 vaihtoehtoa

5. Annettaanko teillä artisteille sekä yhtyeille tasapuolisesti opastusta ja koulutusta sosiaalisen median käytöstä, mahdollisuuksista ja lainalaisuuksista? ■

- Kyllä
- Ei

6. Vaikuttaako laulukieli sinulla siihen kuinka potentiaalisena investointina näet uuden artistin tai yhtyeen Suomessa? ■

- Kyllä
- Ei
- Ei väliä

7. Uskotko Suomen musiikkikentän olevan jollain tavalla spesiaali niin että kansainväliset musikkibisneksen lainalaisuudet eivät toimi täällä? ■

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

8. Julkaiseeko edustamasi yhtiö englanninkielistä musiikkia Suomessa? ■

- Kyllä
- Ei

9. Tehdäänkö Suomessa mielestäsi tylsää ja huonoa englanninkielistä musiikkia? ■

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

10. Saako suomessa tehty englanninkielinen indie musiikin sinusta tarpeeksi näkyvyyttä kotimaassa? ■

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

11. Mikä taho tai asia mielestäsi on syynä näkyvyyden puutteeseen?

- Musiikkimedian kiinnostuksen puute
- Major levy-yhtiöiden kiinnostuksen ja resursoinnin puute
- Musiikin kuluttajien kiinnostuksen puute
- Rahan puute

12. Kumpaa väittämistä pidät todennäköisempänä? ■

- Suomen kansalle tulee tarjota sellaista musiikkia, jota se haluaa kuunnella
- Kansa kuluttaa vain sellaista musiikkia, jota sille tarjotaan

Heräsikö kysymyksistä jotain sanottavaa. Tähän kohtaan voit kirjoittaa vapaasti ajatuksistasi!

Tietojen lähetys

Tallenna

Esitäyttö URL

Saavutettavuusseloste | Metropolian tietosuojaselosteet

Levy-yhtiö haastattelut:

Kuka olet? Mitä teet?

Who are you? What do you do?

1. Mitä mieltä olet yleisesti Suomessa tehdyn englanninkielisen indie musiikin tilasta kotimaan markkinoilla tällä hetkellä?

1. What is your opinion about English sang indie music done in Finland and its state in domestic markets at the moment?

Verrattuna vaikka esimerkiksi englanninkielisen musiikin kulta aikaan Suomessa 2000- luvun alussa?

Comparing to 2000 - what was the golden era for English sang indie music in Finland, what do you think have changed?

2. Pitäisikö sitä tilaa sinun mielestäsi parantaa? Jos kyllä niin miten?

2. Should the state be improved? If yes, how?

3. Onko sinusta tärkeää ylipäätään, että englanninkielinen indie musiikki pärjäisi myös kotimaassa?
vai onko parempi, että suosiota mitataan musiikkiviennin kautta?

3. Is it important that English sang indie music would manage in domestic markets too?

Or is it better to think that English sang music is only important to exporting music?

4. Vaikuttaako laulukieli sinulla siihen kuinka potentiaalisena investointina näet uuden artistin tai yhtyeen Suomessa?

4. Does singing language play a role or does it effect on your thoughts when you think of new singing?

5. Mikä taho mielestäsi on eniten sen tiellä, että Suomessa tehty uusi englanninkielinen indie musiikki saisi enemmän näkyvyyttä ja arvostusta? (Kuuntelijat / Gatekeeperit / Musiikintekijät)

5. What factor in your opinion is the biggest obstacle for finnish made english sang music to have a bigger audiences or visibility? Listeners, gatekeepers, music makers

6. Jos ja kun olet kiinnostunut uudesta englanniksi laulavasta yhtyeestä tai artistista, miten ja minkä perusteella teet päätöksen signaamisesta? (Rationaaliset todisteet, intuitio)

6. If you are interested in a new English sang artist or band in Finland, how do you make the decision and why? (Rational proofs, intuition)

7. Mikä on mielestäsi Suomessa paras kanava/taho promota ja nostaa esille englanninkielistä indie musiikkia? Miksi?

7. What is the best channel in Finland to promote and lift up english sang indie music made in Finland?

8. Kumpaa väittämistä pidät todennäköisempänä "Suomen kansalle tulee tarjota sellaista musiikkia, jota se haluaa kuunnella." vai "Kansa kuluttaa vain sellaista musiikkia, jota sille tarjotaan."

8. Which one of the following propositions is more true in your opinion?

"Serve the people of finland music they want to listen." or "The people of Finland will consume the music they are given".