

SELLAKKALEVYISTÄ SUORATOISTOON

**INDIEMUSIIKKI JA INNOVAATIOT MYÖHÄISKAPITALISTISEN ÄÄNITEALAN
KEHITYKSESSÄ**

Jarno Valtonen

Pro gradu -tutkielma

Digitaalinen kulttuuri

Kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen tutkinto-ohjelma

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos

Turun yliopisto

Helmikuu 2021

Turun yliopiston laatujärjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –järjestelmällä.

TURUN YLIOPISTO

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos/

Humanistinen tiedekunta

VALTONEN JARNO: Sellakkalevyistä suoratoistoon – Indiemusiikki ja innovaatiot myöhäiskapitalistisen äänitealan kehityksessä

Pro gradu -tutkielma, 93 s.

Digitaalinen kulttuuri

Helmikuu 2021

Työn taustalla on pyrkimys kartoittaa äänitealan innovaatioiden vaikutusta suurten ylikansallisten levy-yhtiöiden ja indielevy-yhtiöiden välisiin markkinaosuuksiin. Innovaatiot on jaoteltu teknologisiin ja esteettisiin innovaatioihin, josta ensin mainitusta esimerkkinä on musiikin digitalisoituminen ja jälkimmäisestä rock-musiikki. Teknologiset innovaatiot vaikuttavat tuotantoon ja jakeluun, kun taas esteettisten innovaatioiden vaikutus näkyy musiikkikulttuurissa.

Tutkimusstrategiana on käytetty kriittistä teoriaa ja tutkielma rakentuu historiallisen analyysin varaan, jonka viitekehyksenä on käytetty Ernest Mandelin myöhäiskapitalismin teoriaa. Työn aineistona on käytetty äänitealan toimintaa mittaavia tilastoja, aikakauslehtien artikkeleita, kirjoja ja tutkimuskohteena olevien toimijoiden kotisivuja. Tämän lisäksi työssä on käytetty musiikkialan ammattilaisille laadittuja puolistrukturoituja teemahaastatteluja, jotka ovat teemoitettu äänitealan digitalisoitumisen, musiikkialan demokratisoitumisen ja ansaintalogiikan muutosten ympärille.

Tutkimuksen tulokset osoittavat eri aikakausien innovaatioiden tuottaneen lyhytaikaisia kilpailuetuja indielevy-yhtiöille. Musiikin digitalisoitumisen ja digitaalisen ekonomian vaikutukset poikkeavat aiemmista innovaatioista vaikutustensa pitkäkestoisuudella. Digitalisoituminen on tuonut pysyviä vaikutuksia musiikkialalle, parantaen indielevy-yhtiöiden toimintaedellytyksiä.

Ääniteala on ensimmäisiä digitalisoitumisen koskettamia toimialoja ja se jatkaa digitaalisen ekonomian suunnannäyttäjänä. Digitalisoituminen on demokratisoinut äänitealaa ja lisännyt musiikkikulttuurin diversiteettiä. Tämänhetkisen tiedon valossa kyseinen kehityskulku jatkuu, joskin keskeisesti äänitealan toimintaan vaikuttavat suoratoistopalvelut saattavat osittain vaikuttaa kehityksen suuntaan.

Asiasanat: ääniteala, musiikkibisnes, indie, kriittinen teoria, myöhäiskapitalismi, innovaatio, digitaalinen ekonomia, symbolinen pääoma, suoratoisto, ansaintalogiikka

Sisällys

1 Johdanto	1
1.1 Tutkielman tausta	1
1.2 Tutkimuskysymykset ja tutkielman tavoite	3
1.3 Kriittinen teoria tutkimusstrategiana	8
1.4 Aineisto- ja analyysimenetelmät	10
2 Myöhäiskapitalismi yhteiskunnan infrastruktuurina	12
2.1 Myöhäiskapitalismin mekaniikka	12
2.2 Myöhäiskapitalismin taustavoimien järjestäytyminen	14
3 Äänitealan monopolikapitalistinen perusta	18
3.1 Musta musiikki disruptiivisena innovaationa	18
3.2 Musiikin sähköistyminen	23
4 Postmodernismi yhteiskunnan superstruktuurina	26
4.1 Postmodernin olemuksesta	26
4.2 Indielevy-yhtiöt rock-vallankumouksen esitaistelijoina	27
4.3 Elviksen tuotteistaminen	30
4.4 Payola-skandaali	31
4.5 Rockin normalisointi ja musiikkimarkkinoiden vakiintuminen	34
5 Musiikkiteollisuuden ekonomisoituminen	38
5.1 MTV ja supertähtikulttuurin synty	38
5.2 Grungen nousu ja tuho	41
5.3 Ääniteala finanssitalouden pyörteissä	45
5.4 Musiikki brändien sisäänheittotuotteena	51
6 Digitalisoituminen ja äänitealan luova tuho	55
6.1 Laillisten palvelujen puute piratismiin kasvualustana	55
6.2 Uusi paradigma	59
6.3 Kohti globaalia verkkodemokratiaa	67
7 Lopuksi	72
Lähteet	76

1 Johdanto

1.1 Tutkielman tausta

1990-luvulla alkanut musiikin digitalisoituminen muutti perustavanlaatuisesti musiikkialan toimintaehtoja. Digitaaliseksi tiedostoksi muuntuneesta musiikkihyödykkeestä oli mahdollista tehdä loputon määrä kopioita, joka johti musiikintuotannon rajakustannusten¹ romahtamiseen ja alan ansaintalogiikka piti kehittää uudelleen. Digitalisoituminen oli innovaatio, jonka vaikutukset näkyvät paitsi äänitealan valtasuhteissa, myös musiikkikulttuurissa laajemmin. Indielevy-yhtiöiden markkinaosuudet ovat kasvaneet, kun taas suurten levy-yhtiöiden markkinaosuudet ovat vastaavasti laskeneet. Indielevy-yhtiöllä tarkoitan pelkistetyksi suurten ylikansallisten levy-yhtiöiden rahoituksen ulkopuolella toimivaa pientä levy-yhtiötä². Tämän tutkielman tarkoituksena on kartoittaa innovaatioiden vaikutuksia äänitealan toimintaan.

Vaikuttavuudestaan huolimatta digitalisoituminen ei ole musiikkialalla mikään täysin ainutlaatuinen ilmiö, sillä ala on kautta historiansa *teknologisten* ja *esteettisten innovaatioiden* muovaama. Innovaatio on erityisesti talouden yhteydessä käytettävä termi, joka lyhyesti määriteltynä tarkoittaa uutta ideaa tai metodologiaa, jolla kohennetaan tuotteen, palvelun tai tuotantoprosessin ominaisuuksia. Innovaatioteorian luoneen Joseph Schumpeterin mukaan innovaation pohjaksi ei välttämättä tarvita kokonaan uutta keksintöä, ja toisaalta taas uusi keksintö ei aina välttämättä jalostu taloudellista hyötyä tuottavaksi innovaatioksi.³ Perustavanlaatuisesti markkinoita muuttavaa innovaatiota puolestaan kutsutaan *disruptiiviseksi innovaatioksi*. Musiikin digitalisoituminen on esimerkki teknologisesti disruptiivisesta innovaatiosta, kun taas rock -musiikki on esimerkki esteettisesti disruptiivisesta innovaatiosta.

Innovaatiot nousevat tyypillisesti suurten levy-yhtiöiden valtahegemonian ulkopuolelta. Radio ja musta musiikki olivat 1920-luvun äänitealan suuntaan keskeisesti vaikuttaneita voimia, ja alaa aiemmin duopolina hallinneet Victor- ja Columbia -levy-yhtiöt joutuivat alalla sivustakatsojan rooliin. Ne reagoivat alan muuttuneisiin toimintaehtoihin aivan liian myöhään. Molemmat yhtiöt jatkoivat olemassaoloaan radion jälkeenkin, mutta radion tuoneiden teknologiayhtiöiden alaisuudessa. Rockin nousu 1950-luvulla puolestaan toi musiikkimarkkinoille sadoittain uusia indielevy-yhtiöitä, jotka valtasivat markkinoita suurilta levy-yhtiöiltä. Indielevy-yhtiöt ovat kautta historian toimineet musiikkikulttuuria uudistavina luovina edelläkävijöinä, joita puhtaasti

¹ rajakustannus on kokonaiskustannusten lisäys, kun tuotosta lisätään yhdellä yksiköllä (Tieteen termipankki 2021).

² vrt. Hesmondhalgh 2010, 35.

³ vrt. Johnson 2001, 139; Schumpeter 2008, 80.

kaupallisessa mielessä voi kutsua myös alan tuotekehittelyksi. Mikäli uudella tuotteella on kaupallista potentiaalia, suuret levy-yhtiöt ovat ottaneet sen ajan myötä osaksi omaa toimintaansa. Kulttimaineeseen nousseen indielevy-yhtiö Tommy Boy Recordsin perustaja Tom Silverman kiteyttää asian osuvasti:

*“Independent labels take nothing and make something out of it. Major labels buy that something and try to make more out of it.”*⁴

Disruptiivisen innovaation myötä markkinoille nousseet toimijat ovat yleensä menettäneet kilpailuetunsa innovaation saavutettua diffuusiovaiheensa. Digitalisoituminen on saavuttanut diffuusiovaiheen, mutta aiemmista disruptioista poiketen suuret levy-yhtiöt eivät ole onnistuneet kirimään aiempia markkinaosuuksiaan takaisin. Vuonna 1994 kuuden suurimman levy-yhtiön **Warner Music Group (WMG), Sony Music, Polygram, Bertelsmann Music Group (BMG), EMI ja Universal Music Group (UMG)** markkinaosuus oli yli 90 prosenttia, kun taas 2000-luvun alussa tuo osuus oli pienentynyt reiluun 80 prosenttiin. Viimeisimmän erityisesti indielevy-yhtiöiden tilaa ja asemaa tutkivan, vuonna 2018 julkaistun WINTEL-raportin mukaan indielevy-yhtiöiden osuus globaaleista musiikkimarkkinoista oli 39,9 %.⁵ Vaikka luvut osoittavat suurten levy-yhtiöiden yhä hallitsevan musiikkimarkkinoita, on muutos musiikin digitalisoitumista edeltäneeseen aikakauteen selvä.

Sittenmin nuo kuusi suurta levy-yhtiötä ovat fuusioituneet ja ryhmä on kutistunut kolmeksi suureksi, joista itsenäisinä jatkavat Sony, Warner ja Universal. Fuusiot ja pääomien kasautuminen ovat tyypillisiä *myöhäiskapitalismin* aikakauden ilmiöistä. Marxilainen taloustieteilijä **Ernest Mandel** kuvaa aikakautta kapitalismin tehostuneena vaiheena, jonka keskeisiä tunnuspiirteitä on monopolikapitalistinen kehitys, teknologisen kehityksen kiihtyminen ja suuryritysten poliittisen vallan kasvu.⁶ Kasvaneen poliittisen vallan myötä suuret levy-yhtiöt ovat perinteisesti kyenneet lobbaamisellaan vaikuttamaan äänitealaa koskevaan lainsäädäntöön, jotta se soveltuisi vastaamaan paremmin niiden tarpeita. Kansainvälisten kilpailulakien tulkinta muuttui 1980-luvun aiempaa huomattavasti löyhemmäksi, joka mahdollisti suuryritysten taloudellisen ja poliittisen vallan kasvun paisumisen. Suuryritysten etujen mukainen lainsäädäntö on johtanut ennennäkemättömän suurten konglomeraattien⁷ aikakaudelle. Myös Sony Music, Warner Music Group ja Universal Music Group ovat osia suuremmasta konglomeraatista, ja musiikki on niille vain yksi tuotannon haara.

⁴ Jackson 2018, 7.

⁵ Burnett 1996, 2; Throsby 2002, 3; Wintel 2018, 8.

⁶ Mandel 1975, 9.

⁷ useista eri yrityksistä koostuva yritysliittouma

Konglomeraatit ovat yhteiskunnan keskuspilareita, jonka tilalla aiemmin olivat kirkko, monarkia tai kommunistinen puolue⁸.

Suurten levy-yhtiöiden taloudellisen vallan kasvusta huolimatta digitalisoituminen on paitsi tasoittanut kilpailua, myös johtanut musiikkikulttuurin diversiteetin kasvuun. Kun vielä vuonna 2019 10 prosenttia Spotifyn kaikista striimauksista kohdistui 30000 eliittiartistin joukkoon, niin vuonna 2020 tuon kymmenen prosentin kärki koostui 43000 artistista⁹. Digitaalisen vallankumouksen jälkeisessä maailmassa artistin *autenttisuudesta* on tullut merkittävä voimavara paitsi taiteellisessa, niin myös kaupallisessa mielessä. Synteettisesti tuotettujen ja ylikaupallistettujen supertähtien sijaan digitaalisilla musiikkimarkkinoilla on kasvavaa kysyntää omaleimaisemmille artisteille. Samalla alun perin kapitalismin tarpeita palvelemaan kehitetty tietokone on onnistuneesti valjastettu edistämään sosiaalisen oikeudenmukaisuuden tarpeita, ainakin mitä äänitealaan tulee¹⁰. Digitalisoituminen on johtanut musiikkialan demokratisoitumiseen. Samalla teknologiayritykset kuten Spotify ja Apple ovat nousseet alan uusiksi voimakeskuksiksi. Tässä tutkielmassa kartoitan innovaatioiden vaikutuksia äänitealan valtarakenteisiin ja miten muutokset ilmenevät musiikkikulttuurissa. Lisäksi minua kiinnostaa tietää, miltä alan muuttuneet toimintaehdot näyttävät yksittäisen indieartistin näkökulmasta.

1.2 Tutkimuskysymykset ja tutkielman tavoite

Myöhäiskapitalistisen kehityksen mukaisesti suuret konglomeraatit ovat useilla aloilla vallanneet markkinat, kun taas pk-yritykset ovat jääneet kiistelemään jäljelle jääneistä niche-markkinoista. Pienten yritysten roolina on perinteisesti ollut markkinoiden marginaalissa tuotekehittelijän ja innovaattorin roolissa. Mikäli pieni yritys on osoittanut merkittävää kasvupotentiaalia, se on usein päätynyt suurten yritysten ostamaksi. Näin kävi esimerkiksi vuonna 2019, kun Warner osti indieyhtiö Monspin ja sai kaupassa oikeudet Monspin katalogiin. Monsp Records on merkittävästi suomalaiseseen musiikkikenttään vaikuttanut rap-musiikkiin erikoistunut levy-yhtiö, joka huomioitiin Suomi-palkinnolla vuonna 2011.¹¹ Warner sai kaupassa Monspin rap-musiikkiin liittyvän *symbolisen pääoman*, myös uutta autenttista katu-uskottavuutta omaan brändiinsä.

Autenttisuus on yritykselle kilpailuetu, josta esimerkkinä toimii Nirvana -bändin tapaus. Bändi valitsi aikoinaan Geffenin levy-yhtiökseen sillä perusteella, että heidän arvostamansa Sonic Youth -bändi oli Geffenin rosterissa. Autenttisuus on symbolista pääomaa, jota suuret levy-yhtiöt

⁸ The Corporation (2017), 0:00-0:30.

⁹ Ingham 2020.

¹⁰ vrt. Gere 2006, 21.

¹¹ Kotilainen 2020; Ingham 2019; Suomi-palkinnot kaupunkikulttuurin ja kansalaisaktiivisuuden edistäjille, Yle 2011.

pääasiallisesti ostavat markkinoilta, sen sijaan, että kehittäisivät sitä itse. Symbolinen pääoma on edelleen jaettavissa kulttuuriseen ja sosiaaliseen pääomaan, jota kertyy sosiaalisen kanssakäymisen vaihtovuoroisessa prosessissa ¹². Esimerkiksi Sub Pop -indielevy-yhtiö hyötyi grungeaallon noustessa sosiaalisesta pääomastaan, kun se oli jo valmiiksi verkostoitunut sittemmin grungeaallon keskeisiksi nimiksi nousseiden **Nirvanan**, **Mudhoneyn** ja **Soundgardenin** kanssa. Aikakautensa markkinajohtaja RCA Victorilla ei ollut 1950-luvulla rock-musiikkiin liittyvää osaamista ja symbolista pääomaa, mutta se sai houkuteltua uuden innovatiivisesti mustaa ja valkoista kulttuuriperintöä yhdistelevän **Elviksen** talliinsa vuonna 1954. Elviksen suosiosta huolimatta suuret levy-yhtiöt suhtautuivat rock-musiikkiin hyvin negatiivisesti ja kampanjoivat turmiolliseksi kokemaansa ilmiötä vastaan. Tästä muodostuu päätutkimuskysymyksiä:

· ***Miten teknologiset ja esteettiset innovaatiot ovat vaikuttaneet suurten levy-yhtiöiden ja indielevy-yhtiöiden markkinaosuuksiin?***

Suurten levy-yhtiöiden toiminta on kautta äänitealan historian ollut ensisijaisesti kapitalistisen logiikan ja voitonhaun motivoimaa. Historian saatossa suuret levy-yhtiöt ovat tuottaneet myös kulttuurisesti merkittäviä julkaisuja, mutta aina bisneslogiikan johdattamana. Pörssiyhtiön laissa määritetty tehtävä on taloudellisen voiton tuottaminen omistajilleen. Myös indieyhtiöt voivat toimia puhtaasti voitonhaun motivoimina, mutta ennen kaikkea niillä kautta äänitealan historian ollut keskeinen rooli musiikkikulttuurin uudistajina. Tutkielman kohteeksi olen kuitenkin valinnut erityisesti innovatiivisia ja taiteellista kunnianhimoa toiminnassaan osoittaneita indieyhtiöitä. Taiteellinen kunnianhimon keskeisyys ei kuitenkaan tarkoita sitä, etteikö taiteellisia ja eettisiä arvoja korostava levy-yhtiö voisi olla myös taloudellisesti kannattava, josta erityisenä esimerkkinä voidaan mainita 1950-luvun indielevy-yhtiöiden taloudellinen menestys. Tästä muodostuu tutkielman alakysymys:

· ***Miten taiteen ja bisneksen välinen jännite ilmenee suurten levy-yhtiöiden ja indieyhtiöiden toiminnassa?***

Hahmotan äänitealan historian Mandelin kuvaaman myöhäiskapitalismin teoriaa vasten, joka muodostaa tämän tutkielman viitekehyksen. Suuret levy-yhtiöt ovat miljardien dollarien bisnestä, ja jokainen niistä on osa suurempaa konglomeraattia. Nykyisiä markkinoita hallitsevan Universalin omistaa ranskalainen **Vivendi**, Warnerin **Access Industries** ja Sony Musicin takana vaikuttaa Sony, jolle musiikki on vain yksi liiketoiminnan alueista. Niiden valtaa on ruokkinut 1980-luvulla Reaganin ja Thatcherin valtakausilla alkanut kilpailulakien löyhä tulkinta, joka on mahdollistanut suuryritysten paisumisen massiivisiksi konglomeraateiksi. 1980-luvulla talouden paradigmaksi

¹² Bourdieu 1986, 21.

nousseen uusliberalistisen talousideologian ajamana voitontavoittelu on optimoitu äärimmilleen, joka on johtanut paitsi konglomeraattien taloudellisen-, niin myös poliittisen vallan kasvuun. Taloustieteilijä **Jeremy Rifkin** toteaaakin, että koskaan aiemmin ei ole näin harvalla yrityksellä ollut yhtä suurta valtaa ¹³.

Suuryritysten ja pienyritysten välinen kuilu on kasvanut jo vuosia, ja kehitys on kiihtynyt vuoden 2020 alussa ilmaantuneen koronapandemian myötä ¹⁴. Äänitealalla kehitys on kuitenkin kulkenut toiseen suuntaan, kun indielevy-yhtiöt ovat vallanneet markkinaosuuksia suurilta ylikansallisilta konglomeraateilta ja tämä tekee musiikkialasta erityisen kiintoisan tutkimuskohteen. Musiikin digitalisoitumista edeltäneellä ajalla suurten levy-yhtiöiden merkittävin etu oli niiden hallitsema jakeluverkosto, joka on sittemmin muuttunut lähes merkityksettömäksi. Digitalisoituminen ja internet mahdollistavat myös entistä kustannustehokkaampia tapoja markkinointiin, joka on toinen alan kilpailuasetelmaa tasoittanut tekijä. Digitalisoitumisen vaikutukset ovat laajat ja ne näkyvät lisäksi mm. musiikkitarjonnan määrän kasvuna, musiikkitrendien kierron nopeutuminen ja alan yleisen hektisyyden lisääntymisenä. Mikäli artistin ura ei lähde heti nousujohteisena käyntiin, projekti päättyy usein hyllylle. Universalin toimitusjohtaja Jody Gerson muotoilee asian hieman toisin ja toteaa, että nykyisessä kiivaassa toimintaympäristössä kaikilla artisteilla ”*ei ole enää aikaa kehittyä suureksi*” ¹⁵.

Trendien nopea kierto on johtanut *symbolisen pääoman* merkityksen kasvuun. Bourdieun pääomateorian mukaan pääoma on jaettavissa taloudelliseen, kulttuuriseen ja sosiaaliseen pääomaan. Kolme pääoman lajia ovat edelleen keskenään vaihdettavissa, joskin siten, että taloudellinen pääoma on näistä keskeisin ja muodostaa perustan kulttuuriselle ja sosiaaliselle pääomalle. Lyhyesti määritellen sosiaalinen pääoma on henkilön keräämiä verkostoja ja suhteita. Sosiaalinen pääoma kertyy keskinäisessä vuorovaikutuksessa, jossa molempia osapuolia yhdistää jokin yhteinen viiteryhmä, joka voi olla perhe, koulu, puolue tai muu vastaava ryhmä. Se vahvistuu molemminpuolisessa sanojen, huomionosoitusten, lahjojen tms. vaihtoon perustuvissa sosiaalisissa prosesseissa. Bourdieu nostaa malliesimerkissään sosiaalisen pääoman vakiintuneesta ilmentymästä aatellisen. Sosiaalisesta pääomasta nauttiva henkilö kerää ympärilleen ihmisiä, koska hänet on hyödyllistä tuntea ja hänet tuntevia ihmisiä on enemmän, kuin mitä hän itse tuntee. Mitä enemmän sosiaalista pääomaa henkilöllä on, sitä tuottavampaa hänen sosiaalinen kanssakäymisensä on.

¹³ Rifkin 2014a, 54-55.

¹⁴ Govindarajan et al. 2019; McLaughlin 2020.

¹⁵ I have to tell my story authentically: Music Business USA 2019, 20.

Kulttuurinen pääoma puolestaan ilmenee kolmessa eri muodossa: käsitteellisessä muodossa, joka on ruumiin ja hengen taitoja; esineellisenä, eli kulttuuristen hyödykkeiden kuten kirjojen ja koneiden muodossa; ja lopulta institutionaalisessa muodossa, joka ilmenee esimerkiksi tutkintoina ja oppiarvoina. Henkilöllä voi olla taloudellista pääomaa tuotantokoneen ostamiseen, mutta ei välttämättä kulttuurista pääomaa sen efektiiviseen käyttämiseen.¹⁶

Uudessa digitaalisessa ekonomiassa tarvitaan taloudellisen pääoman ohella myös muita resursseja, josta artisti Terra Naomin tapaus on hyvänä esimerkkinä. Naomi oli tubettajapioneeri, jonka käyttäjätili oli Youtuben suosituin artistitili vuonna 2006. Naomin suosio herätti myös Island -levy-yhtiön kiinnostuksen, joka halusi monetisoida Naomin Youtube-suosion. Islandilla ei kuitenkaan tuolloin ollut tubettamiskulttuuriin liittyvää osaamista ja se ryhtyi muokkaamaan Naomin kotitekoista imagoa ammattimaisemmaksi brändiksi ja halusi tämän ottavan etäisyyttä faneihinsa.¹⁷ Naomi kuitenkin tunsi kuitenkin yleisönsä ja tiesi suosionsa perustuvan juuri hänen autenttisuuteensa ja samaistuttavuuteensa, jotka ovat yleisemminkin tubettajan suosion peruskiviä. Osapuolten välinen luottamus on digitaalisen ekonomian tärkeimpiä menestysentekijöitä.¹⁸ Mikäli Naomi olisi toiminut Islandin ohjeiden mukaisesti, hän olisi karkottanut oman yleisönsä. Lopulta Naomi ymmärsi kykenevänsä itse ohjaamaan uraansa levy-yhtiötä paremmin, jolla ei vielä tuolloin ollut tubettajan *brändäämiseen* vaadittavaa sosiaalista tai kulttuurista pääomaa.

Rifkin toteaa kapitalismin olevan hiljalleen väistymässä talouden uuden paradigman tieltä. Hänen mukaansa kapitalismi tulee säilymään osana sosiaalista skeemaamme vuosisadan ensimmäiselle puoliskolle asti, mutta ei usko sen olevan hallitsevana enää seuraavalla puoliskolla.¹⁹

Digitalisoituminen on kiihdyttänyt myös globalisaatiota ja tehnyt Marshall McLuhanin 1960-luvulla ennustamasta maailmankylästä todellisuutta²⁰. Samalla ihmisten välisten yhteydet ja keskinäisriippuvuus on kasvanut. Vuosien 2005 ja 2016 välillä verkossa liikkuvan datan määrä kasvoi 45 kertaiseksi ja tahti on edelleen kiihtymässä. Digitalisoitumisen myötä markkinat ovat muutoksessa ja uudet arvonmuodostusketjut vaativat uudenlaista tietotaitoa²¹. Terra Naomin tapaus osoittaa viestintätaitojen ja symbolisten pääomaresurssien tärkeyden alan uudessa ansaintalogiikassa. Syvällisemmän sanoman välittävä artisti jää paremmin mieleen kuin artisti, joka mainostaa kulutustuotteita. Artistin *integriteetti* onkin yksi keskeinen artistin suosioon vaikuttava

¹⁶ Bourdieu 1986, 243-250.

¹⁷ Herstand 2015.

¹⁸ OECD Digital Economy Outlook 2017, 23; vrt. Cunningham & Craig, 2017.

¹⁹ Rifkin 2014a, 2.

²⁰ McLuhan 1984, 25.

²¹ Manyika et al. 2016, i.

tekijä. Integriteetistään kiinni pitävä artisti saavuttaa faniensa kunnioituksen paremmin kuin artisti, joka luovuttaa symbolisen pääomansa kaupallisen brändin käyttöön. Integriteettinsä tyystin menettänyt artisti menettää faniensa kunnioituksen ja taantuu kulutustuotteeksi, jonka sesonkiaika on lyhyt. Mary J. Bligen tapaus vuodelta 2012 on tästä varoittava esimerkki. Bligen maine – tai ehkä paremminkin hänen brändinsä sai pahan kolhun esiintymisestään rasistiseksi tulkitussa Burger Kingin kanawrap -mainoksessa. ²² On luultavaa, että mainoksesta saatu taloudellinen hyöty ei riitä kompensoimaan Bligen suosion laskusta aiheutuneita menetyksiä. Lyhyen aikavälin voitontavoittelu johtaa integriteetin ja pitkän aikavälin tavoitteiden epähuomiointiin, joka on myöhäiskapitalistiselle äänitealalle ja monille valtavirran artisteille ominainen piirre.

Myöhäiskapitalismissa talous on ideaalisesti arvoneutraali prosessi, eivätkä markkinat voi uusliberalistisen talousideologian mukaan toimia tehokkaasti ihmisten arvojen varassa. Uusliberalismin oppi-isä **Friedrich Hayek** luonnehti moraalista ”sosiaalisesti vaistoksi”, joka on jääne heimoyhteiskunta-ajoilta. Kun General Motors päätti 1970-luvun alussa perustaa mm. ilmansaasteiden vaikutusta kartoittavan yhteiskuntasuhteiden komitean, talousideologi **Milton Friedman** kutsui toimenpidettä ”puhtaana vääristelemättömäksi sosialismiksi”, ja totesi yhteiskuntavastuusta puhuvien bisnesmiesten uhkaavan ”*vapaan yhteiskunnan perustaa.*” ²³ Digitaalinen ekonomia sen sijaan on monella tapaa uusliberalismin kylmän bisneslogiikan vastakohta, jonka mukaan eettiset arvot, läpinäkyvyys ja autenttisuus ovat keskeisiä menestyksentekijöitä, joiden merkitys korostuu entisestään herkillä kulttuuri- ja taidealoilla ²⁴.

Digitalisoituminen on edelleen johtanut *vertaistuotantoon* ja *yhteisomistajuuteen* perustuvien toimintamallien nousemiseen uusliberalistisen kapitalismin hierarkkisen ja yksityisomistukseen nojaavan mallin rinnalle ²⁵. Yhteisomistajuus ei ole mikään uusi keksintö, sillä vesi, ilma, metsät ja maa ymmärrettiin yhteiseksi omaisuudeksi pitkälle keskiaikaan asti. Sarkaviljely oli yksi yhteisomistajuuden ilmentymä, jossa pelto jaettiin tasan kylän jäsenten välillä. Kapitalismi syrjäytti yhteisomistajuuden filosofian ilmaannuttuaan 1600-luvun lopulla. ²⁶ Musiikkialan vaikuttaja Simon Napier-Bellin todisti uusliberalismin vaikutusta alaan 1980-luvulla, kun musiikin asiantuntijat korvattiin talouden asiantuntijoilla. Musiikkiala seurasi tässä suurempaa kulttuurista kehitystä, jossa liikkeenjohdon gurujen nähtiin nousevan keskeisiin aseisiin yhteiskunnassa. ²⁷ Liikkeenjohdon gurujen opeilla ei kuitenkaan tavoiteta autenttisuutta, joka on yksi digitaalisen ekonomian

²² Mary J. Blige: Burger King Chicken Ad Fallout ‘Crushed Me’: Rolling Stone 2012.

²³ Löppönen 2017, 112-113; Peterson 2017; Friedman 1970.

²⁴ Brand Authenticity: Sprout Social 2020.

²⁵ Rifkin 2014a, 1.

²⁶ Siefkes 2009, 3.

²⁷ Napier-Bell 2008.

keskeisimmistä kilpailuvalteista. Autenttisuus on samalla vastavoima keinotekoisten brändien virheettömälle ja muoviselle maailmalle.

Olen rajannut tutkielmastani tekijänoikeudet pois, jota käsittelen lähinnä pintapuolisesti ja pidän fokuksen suurten-, ja indielevy-yhtiöiden välisten erojen vertailussa. Rajallisen tilan vuoksi myös monta taiteellisesti omaleimaista ja menestynyttä indielevy-yhtiötä jää mainitsematta, kuten yhtenä rock-vallankumouksen eturintamassa ollut Chess Records. Esteettisistä innovaatioista myös rap-musiikki jäi samasta syystä tutkielman ulkopuolelle. Aineiston keräämisen aikana myös kokonaan levy-yhtiöiden ulkopuolelle jäävien artistien nopeasti kasvaneet markkinaosuudet kiinnittävät huomiota, mutta *artist direct/DIY* -mallin mukaan tuotettu musiikki ansaitsee oman tutkimuksensa. Tutkielmassa keskityn pääasiallisesti Yhdysvaltain äänitealan kartoittamiseen. Euroopan sirpaleisesta äänitealasta ei voi muodostaa mitään yleispätevää kuvausta. Lisäksi Yhdysvallat on myyntimäärältään suurin ja tärkein yksittäinen äänitealan markkina-alue. Indielevy-yhtiöiden markkinaosuus on myös Yhdysvalloissa (38%) lähellä globaalia (39.9%) keskiarvoa. Markkinoiden ääripäätä edustavat Etelä-Korea, jossa indielevy-yhtiöiden osuus on 83% ja Espanja, jossa osuus on vain 15%, kun taas Suomessa indieyhtiöillä on 25% osuus kotimaisen musiikin markkinoista. Lukujen lähteenä on Midian WINTEL-tutkimusraportti vuodelta 2018, joka on IFPI:n lukuja tarkempi arvio indiemarkkinoiden osalta. WINTEL-raportti vuodelle 2020 on tekeillä, mutta ei ollut vielä tätä kirjoitettaessa valmis.²⁸

Aiemmista musiikkialan kulttuurista muutosta ja ansaintalogiikkaa koskevista tutkimuksista mainittakoon Markus Ryttingin väitöskirja vuodelta 2018, jonka keskiössä olivat musiikkialan tekijänoikeudet ja ansaintalogiikka. Erityismaininnan ansaitsee Peter Tschmuck, joka on erityisen ansiokkaasti kartoittanut innovaatioiden vaikutusta äänitealan historiaan- ja nykyhetkeen. Muista keskeisistä töistä mainittakoon Jeremy Morrisin *Selling digital music, formatting culture* -tutkimus, joka on nähdäkseni yksi korkealaatuisimmista musiikin digitaalista muodonmuutosta kuvaavista tutkimuksista. Sen sijaan musiikkialan innovaatioita koskevaa kriittistä tutkimusta on tehty varsin vähän, jota tarvetta haluan omalla tutkielmallani paikata.

1.3 Kriittinen teoria tutkimusstrategiana

Tutkimusstrategiani rakentuu *kriittisen teorian* varaan, jonka keskeisiä tutkimuskohteita ovat kulttuuri, massamedia ja massakulutus. Kriittinen tutkimus ei ole ainoastaan yhteiskunnallisten epäkohtien ja jäykkien, toimimattomien mekanismien havaitsemista ja tulkintaa, vaan niiden

²⁸ Wintel 2018, 8-9; Mulligan 2020a.

muuttamiseen ja uusien toimintamallien edistämiseen tähtävää toimintaa. Max Horkheimerille talous oli se yhteiskunnan sfääri, joka luo perustan laajemmalle yhteiskunnalliselle epätasa-arvolle, ja johon kaiken kulttuurikritiikin tulisi ensisijaisesti kohdistua. Tässä näkyy yhtymäkohta Marxiin, jonka pääomaa koskevat teoriat olivat Hegelin ja Freudin teorioiden ohella keskeisessä roolissa kriittisen teorian muodostumisessa. Pääomateoriaa on kritisoitu sen mekanistisen ja deterministisen luonteen vuoksi ja kriitikkojen mukaan sen filosofiset linjaukset muuttuvat problemaattisiksi kohdatessaan käytännön poliittiset kysymykset.²⁹ Tältä osin Frankfurtin koulukunnan kriittinen teoria voidaan nähdä Marxin teorioita täydentävänä. Pitää kuitenkin muistaa Marxin ajattelun holistisuus, jossa yhdistyvät taloustieteen, sosiologian ja historiatutkimuksen intressit ja näin ollen soveltuu jo itsessään laaja-alaisten yhteiskunnallisten prosessien arviointiin³⁰. Populaarikulttuurin kritiikki oli kriittisessä teoriassa keskeisellä sijalla, mutta Frankfurtin koulukunnan perustajilla ei ollut kuitenkaan esittää omaa kulttuurivallankumouksen strategiaa. Kyynisyys oli yleisellä tasolla heidän ajattelulle leimaa-antava piirre, johon epäilemättä vaikutti työväenluokan epäonnistuminen natsivallan nousun estämisessä sen syntyhetkinä 1930-luvulla.³¹

Myös Frankfurtin koulukuntaan yhdistetty Walter Benjamin näki yksilöllisen taideteoksen auran kärsivän massakulttuurin aikakaudella, mutta ei nähnyt sitä kuitenkaan välttämättä negatiivisena asiana. Taideteoksen tekninen uusinnettavuus ei tarkoittanut taiteen loppua, vaan paremminkin sen funktion muuttumista. Jürgen Habermas kehitti kriittistä teoriaa edelleen ja toi siihen mukaan ratkaisukeskeisempää ajattelua.³² Tästä on esimerkkinä Habermasin kehittämä tiedon intressiteoria, jonka mukaan tiedontavoittelun motivaatiot voidaan jakaa kolmeen tiedonintressiin: *tekniseen*, eli luonnosta tietoa tavoittelevaan tiedonintressiin, *praktiseen*, eli ilmiöiden ymmärtämiseen perustuvan tulkinnan tiedonintressiin ja *kriittiseen* eli *emansipatoriseen* tiedonintressiin. Kriittisen tiedonintressin mukaan kaikki empiriis-analyttinen tieto on epätäydellistä. Se vastustaa luonnonlain kaltaisiksi kuviteltuja uskomuksia ja ideologioita ja pyrkii muodostamaan uutta tietoa, jonka kautta kulttuurin on mahdollista kehittyä paremmin yleistä ja yksilön etua vastaavaksi. Mitä paremmin olemme tietoisia meitä ympäröivistä taloudellisista, sosiaalisista ja kulttuurisista voimista, sitä paremmin kykenemme myös korjaamaan yhteiskunnallisia epäkohtia ja muuttamaan valtarakenteita demokraattisemmiksi. Ilmiöiden luonnollistamisen sijaan meidän pitää aktiivisesti kyseenalaistaa niitä.³³

²⁹ Moisio 2011a 8; Moisio 2011b, 43.

³⁰ Hobswan 2011, 12.

³¹ Kellner 1984, 19; vrt. Moisio & Huttunen 1999, 32.

³² Benjamin 1984, 144-147; Anttonen 1998, 89.

³³ Niiniluoto 2002, 72; Anttila 2014; Gere 2006, 201-202.

Kulttuuri nähdään kriittisessä teoriassa yksilösuorituksena, ja se on perinteisesti vastustanut yksilön tukahduttamista yleisen alle. Kriittinen teoria näkee kulttuurin ennen kaikkea yksilöllisenä arvojen ja etujen ilmaisuna ja vastustaa sen alistamista teollisuuden ja kaupan intressien alaiseksi.³⁴

Tutkielma etenee abduktiivisen päättelyn varassa, jossa sellaiset äänitealan ilmiöt kuten pääomien patoutuminen, teknologiakeskeisyys, talouden ylikorostaminen ja tuotannon sentraloituminen ovat yhteneväisiä Mandelin myöhäiskapitalismin teorian kanssa. Abduktiivisessa päättelyssä teoriaa ei noudateta orjallisesti, vaan sen rooli on enemmänkin inspiraatioiden ja ideoiden lähteenä toimiminen. Havainnot ylipäättään ovat teoriasidonnaisia ja ovat liitoksissa aikaisempaan tietoon.³⁵ Stuart Hall varoitti Marx-teoretikkoja liian ahtaasta teoriakehyksestä, sillä se johtaisi uuden tiedon sijasta vastauksiin, jotka jo ennalta tiedetään³⁶. Siksikin liian ahdas teoreettinen viitekehys voi tuottaa täysin merkityksetöntä tietoa. Todellisuus on aina ristiriitainen ja sen tiedostaminen on kaiken uuden tiedon edellytys. Abduktiivinen ajattelu lähtee liikkeelle jäsentämällä konkreettisen teorian tutkimaansa ilmiöön ja palaa takaisin konkretiaan. Se mahdollistaa myös havainnot, jotka jäisivät induktiiviselta ja deduktiiviselta ajattelulta piiloon. Otto Lappi kiteyttää abduktiivisen päättelyn olevan teorianmuodostusta, joka *selittää parhaiten kaiken selitystä kaipaavana olevan todistusaineiston*.³⁷

1.4 Aineistonkeruu- ja analyysimenetelmät

Aloitan työni myöhäiskapitalismia koskevalla taustaluvulla ja varsinaisen aiheenkäsittelyn aloitan historiallisella analyysillä, joka on tyypillinen kriittisen teorian menetelmä³⁸. Historiallisen analyysin tukena käytän Mandelin myöhäiskapitalismin ja Rifkinin digitaalisen ekonomian teorioita, joita vasten äänitealan ilmiöt hahmottuvat. Myöhäiskapitalismi rakentuu Marxin luoman *historiallisen materialismin* varaan. Historiallisen materialismi jakaa yhteiskunnalliset suhteet *perustaan* (infrastrukturi) ja *ylärakenteeseen* (superstrukturi), jossa perustalla viitataan tuotantovoimien omistussuhteisiin ja työnjakoon. Ylärakenne puolestaan kattaa kulttuurin, instituutiot ja valtarakenteet, jotka heijastavat perustaa hallitsevien toimijoiden intressejä. Historiallinen materialismi on lyhyesti sanottuna *tiedon hankkimista kapitalismista*.³⁹

³⁴ Kellner 1984, 3; Anttila 2014.

³⁵ Anttila 2014; Alanen 2014, 43.

³⁶ Hall 1982, 37.

³⁷ Anttila 2014; Lappi 2001.

³⁸ Anttila 2014.

³⁹ Cole 2020; Kakkori 1999, 199.

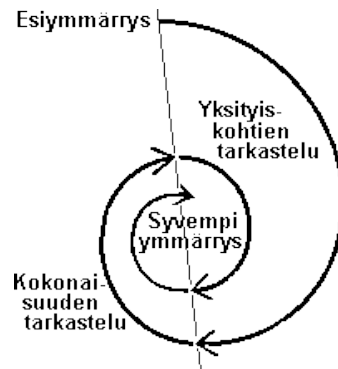
Tutkielman aineistonhankintamenetelminä on käytetty aineistotriangulaatiota, eli useiden eri aineistojen käyttämistä saman ilmiön tutkimisessa. Aineistotriangulaatiossa analyysin on oltava korostuneen systemaattista ja johdonmukaista, sillä muussa tapauksessa kyseessä on pinnallisia tuloksia tarjoava monimenetelmäinen tutkimus, joka ei ole toistettavissa. Huolellisesti toteutettuna se johtaa kuitenkin yksityiskohtaisempiin, mutta ennen kaikkea varmempiin tutkimustuloksiin.⁴⁰ Äänitealan laadulliset muutokset näkyvät myös määrällisinä muutoksina, joita koskevan aineiston yhdistäminen tuo tutkimushavainnoille lisää todistusvoimaa. Historiallista kehitystä kuvaavaksi aineistoksi on koottu valmiita dokumentteja, kuten äänitealan toimintaa mittaavia tilastoja, aikakauslehtien artikkeleita, kirjoja ja tutkimuskohteena olevien toimijoiden kotisivuja. Lisäksi olen laatinut puolistrukturoituja teemahaastatteluja musiikkialan ammattilaisille, jotka ovat teemoitettu äänitealan digitalisoitumisen, musiikkialan demokratisoitumisen ja ansaintalogiikan muutosten ympärille.

Haastateltavina olivat artistina ja Fullsteam Records -levy-yhtiön A&R:na toimiva Miikka Koivisto, IFPI:n Suomen toiminnanjohtaja Antti Kotilainen, PME Recordsin operatiivinen johtajaa Antti Kosonen, sekä tekijänoikeuksista väitöskirjaansa valmisteleva tekijänoikeuslainsien ja internetsääntelyn asiantuntija Samuli Melart. IFPI on äänitealan kansainvälinen edunvalvontajärjestö, jonka toiminnanjohtajana Kotilainen tuntee alan tilanteen niin kansallisella, kuin myös kansainvälisellä tasolla. Koivisto on uransa aikana toiminut indieyhtiöiden ohella myös suurella ylikansallisella levy-yhtiöllä. Kotilaisen edustama PME Records puolestaan on kolme kertaa vuoden indielevy-yhtiönä- ja levy-yhtiönä palkittu toimija. Jokaiselle haastateltavalle lähetettiin haastattelurunko joitakin päiviä ennen haastattelua luettavaksi. Tällä halusin varmistaa aiheiden perinpohjaisen käsittelyn niin, että haastatteluja ei tarvitse jälkikäteen täydentää asioilla, jotka eivät haastatteluhetkellä tulleet mieleen. Haastattelut kuitenkin toteutettiin puolistrukturoidun mallin mukaan varsin vapaamuotoisina. Kotilaisen ja Kososen tunnin mittaiset haastattelut tehtiin puhelimitse, kun taas Koiviston reilun puolentoista tunnin haastattelu tehtiin kasvotusten.

Tulkitsen aineistoa hermeneuttisella analyysillä, jolla haen syvempää ymmärrystä tutkimuskohteistani. Historiallisen kontekstin tunteminen on syvemmän digitalisoitumista koskevan ymmärtämisen välttämätön edellytys. Habermasille hermeneutiikka on muuttumattomina teoriona ja lainalaisuuksina esitetyn tiedon paljastamista, jossa pelkän ymmärrysvaiheen jälkeen seuraa myös muutos. Sittemmin myös kriittiseksi hermeneutiikaksi kuvatussa menetelmässä ymmärrys etenee hermeneuttisessa spiraalissa, jossa kokonaisuus on vuoropuhelussa osiensa kanssa.

⁴⁰ Tuomi & Sarajärvi 2018, 124-125; Oppermann 2000, 141, 145.

Kriittiselle hermeneutiikalle on ominaista vallan piilotettujen motiivien paljastaminen ja se soveltuu näin ollen erityisen hyvin taiteen, vallan ja liiketoiminnan keskinäisyhteyksien tutkimiseen.⁴¹



Kuva 1 Hermeneuttinen spiraali⁴²

2 Myöhäiskapitalismi yhteiskunnan infrastruktuurina

2.1 Myöhäiskapitalismin mekaniikka

Kapitalismi on talousjärjestelmä, jossa tuotantovälineet ovat yksityisomistuksessa. Schumpeterin mukaan kapitalismia ruokkii tarve voiton maksimoimiseen, jossa teknologia on keskeisessä asemassa kustannustehokkuuden takaajana ja lisäarvon tuottajana. Teknologisen edistyksen tuottama kustannustehokkuus on kuitenkin vain lyhytaikaista ja johtaa hintojen laskemiseen ja voiton pienenemiseen. Kilpailukyvyn säilyttäminen vaatii tuotantovälineiden päivittämistä ja kapitalismi ruokkii teknologista kehitystä kiihtyvällä tahdilla. Suurinta mahdollista lisäarvoa hakeva teknologisesti edistysellinen yritys tasapainottelee tuotantovolyymien ja hintojen keinotekoisien säätelyn välillä, jotta lisäarvon nostaminen on mahdollista. Kulutuksen lisääntyminen johtaa kutistuvaan voittomarginaaliin ja kilpailijoiden saavuttaessa teknologian tason yrityksen on nostettava tuotantotehoaan ja löydettävä jatkuvasti uusia ja tehokkaampia tuotantotapoja.⁴³ Mandel puhuu Marxin maankorko -teoriaa mukaillen *teknologisista koroista*, jotka nousevat myöhäiskapitalismin ansaintalogiikan keskiöön. Teknologinen korko ilmenee teknologisten prosessien patentointina ja monopolisointina.⁴⁴

⁴¹ Habermas 1976, 120, 133; Roberge 2011, 16; Kinsella 2006.

⁴² Hermeneuttinen spiraali: TaiK 2021.

⁴³ Schumpeter 2003, 87-89; Mandel 29.

⁴⁴ Mandel 1975, 192.

Marxin hahmottaman *historiallisen materialismin* käsitteen mukaan talous ja omistussuhteet ovat kautta historian luoneet yhteiskunnan arvot ja henkisen perustan ⁴⁵. John Wade kiteyttää ajatuksen ja toteaa *pääoman olevan vain toinen nimitys sivilisaatiolle* ⁴⁶. Historiallinen materialismin perusta ja ylärakenne ovat dialektisessa suhteessa toisiinsa, jossa perustaa on perinteisesti pidetty dominoivana. Ernest Mandelin teorian mukaan kapitalismin sisällä tapahtuu syklistä vaihtelua, jota hän kuvaa *pitkiksi aalloiksi*. Mandel pohjaa teoriansa *kondratjevin aaltoihin*, joka on Nikolai Kondratjevin kehittämä, talouden suhdannevaihteluja kuvaava teoria. Teorian mukaan merkittävä teknologinen harppaus on pitkän aallon aktivoiva vaihe, joka johtaa uusiin innovaatioihin ja kiihdyttää hyödykkeiden- ja palvelujen tuotantoa. Mandelin mukaan pitkä aalto käynnistää kapitalismissa nousuvaiheen, jolloin hyödykkeiden ja palvelujen tuotanto kiihtyy. Tuotannon kiihtyminen tarkoittaa samalla lisäarvon kasvua ja pääoman kumuloitumista. Aallon laskuvaiheessa myynnin lisäarvo laskee ja talous vajoaa lamaan.

Pitkien aaltojen teoria ei sovellu talouden lyhyen aikavälin suhdannevaihtelujen tulkintaan, sillä yhden syklin elinkaari on Mandelin mukaan ~50 vuotta. Pitkän aallon sisällä tapahtuu lievempiä suhdannevaihteluja, jossa talous taantuu 7 – 10 vuoden välein. ⁴⁷ Kapitalismin historiassa on Mandelin mukaan tapahtunut neljä pitkää aaltoa, jotka jakavat kapitalismin raa’asti jakaen kolmeen eri vaiheeseen: *vapaasti kilpailevaan kapitalismiin, imperialismiin ja myöhäiskapitalismiin*. Vapaasti kilpailevan kapitalismin aikakausi käynnistyy teollisen vallankumouksen ja aikakauden symbolina toimivan höyrykoneen myötä ja sijoittuu 1700-luvun lopun ja vuoden 1847 väliin. Toinen aalto käynnistyy toisen teknologisen vallankumouksen yhteydessä vuonna 1847 ja jatkuu 1890 -luvun alkuun asti. Teknologian kehittyminen oli johtanut vaiheeseen, jossa tuotantokoneet kykenivät valmistamaan tuotantokoneita ja koneellisesti valmistettu höyrykone symboloi aikakautta ⁴⁸. Imperialismin aikakausi käynnistyi sähkö- ja polttomoottorin vauhdittamana 1890 -luvun alussa ja jatkuu toiseen maailmansotaan asti. Myöhäiskapitalismin aikakausi alkaa sähkölaitteiden vauhdittamana Yhdysvalloissa vuonna 1940 ja muussa maailmassa sodan päättymisen yhteydessä vuonna 1945. Mandel pitää tätä myös kolmannen teknologisen vallankumouksen alkuna. ⁴⁹

Usko teknologian kaikkivoipaisuuteen on myöhäiskapitalismin ideologian keskiössä. Tehdastuotannon ottaessa ensiaskeliaan vapaasti kilpailevan kapitalismin aikakaudella markkinakynnys oli matala, joka toimi luontaisena esteenä monopoleille. Sen sijaan imperialismin

⁴⁵ vrt. Chukwuemeka 2014, 97.

⁴⁶ esim. Marx 2015, 507.

⁴⁷ Mandel 1975, 108-110, 120.

⁴⁸ Mandel 1975, 185.

⁴⁹ Mandel 1975, 120-121.

aikakaudelle siirryttäessä teknologian osuus tuotannossa oli jo keskeisempää ja pelkästään markkinoille pääseminen vaati suurempia alkupääomia.⁵⁰ Myöhäiskapitalismin aikakaudella kaikki talouden haarat muuttuivat automatisoiduksi. Teknologian lisääntyminen on tarkoittanut myös tuotantokustannusten nousua ja siten se on lisännyt kapitalismin riskejä. Tästä syystä valtion rooli taloutta ohjaavana ja riskejä minimoivana toimijana on myöhäiskapitalismin aikakaudella korostunut. Kilpailun sääntelyn vähentäminen antaa suuryrityksille Mitä keskittyneemmäksi talous muodostuu, sitä suuremmaksi suurpääoman valta yli valtion kasvaa⁵¹. Suuryritysten taloudellinen kasvu näkyy myös poliittisen vallan kasvuna ja on johtanut talouden ja politiikan rajojen hälvenemiseen. On kuitenkin paradoksaalista, että yhtäältä sääntelemättömiä markkinoita vaativan suurpääoman edustajat ovat riippuvaisia valtiovallan ohjauksesta ja tuesta.

2.2 Myöhäiskapitalismin taustavoimien järjestäytyminen

Uusliberalismin ideologisena isänä tunnettu taloustieteilijä Friedrich von Hayek vastaanotti Nobelin taloustieteen palkinnon vuonna 1974. Hän oli läpi pitkän uransa ollut taloustieteen paradigman ulkopuolella ja akateemiseen keskustelun ulkopuolella, mutta palkinto muutti olennaisesti tilannetta. Taloushistorioitsija Avner Offer toteaa Hayekilla olleen hyvin vähäistä painoarvoa akateemisessa taloustieteissä Nobel-palkintoon asti. Palkinnon jälkeen viittaukset hänen töihinsä lisääntyivät moninkertaisiksi ja Hayekin nimi saa uutta painoarvoa.⁵² Hayekin taakse oli jo kauan ennen Nobel-palkintoa muodostunut suuryritysten, ajatuspajojen ja yhdistysten verkosto, joiden tarkoituksena oli vaikuttaa yhteiskunnalliseen päätöksentekoon ja kulttuuriseen ilmapiiriin⁵³. Hayek oli ideologi, jolle akateeminen suosio oli vasta ensimmäinen askel: hän halusi ennen kaikkea nostaa uusliberalismin ihanteet talouden paradigmaksi. Tavoitetta ei saavutettaisi pelkällä talousideologialla, vaan sen saavuttamiseksi tarvittaisiin laaja-alaisesti yhteiskuntaan vaikuttava organisaatio.

Uusliberalismin historian merkkipaalu on vuosi 1947, jolloin Hayek kutsui hajanaiset liberalistiajattelijat yhteen Mont Pelerin kylään Sveitsiin, jossa tarkoitus oli muodostaa klassisen liberalismin ihanteita edistävä yhteistyöelin- ja keskustelufoorumi. Sittemmin tuo ajatuskollektiivi on tunnettu nimellä **Mont Pelerin Society**, josta käytän jatkossa nimeä MPS. MPS:n keskeiset tavoitteet olivat liberalismin ihanteiden edistäminen ja kollektivismiin vastustaminen, jonka mukaan valtion ja talouden irrottaminen toisistaan oli välttämätöntä. Ensimmäiseen kokoukseen saapui 36

⁵⁰ Mandel 1975, 186-188

⁵¹ Mandel 1975, 242.

⁵² Venook 2016.

⁵³ Löppönen 2017, 58-59.

tutkijaa, joista valtaosa oli taloustieteilijöitä.⁵⁴ Hayek tiesi, että yhteiskunnallista hegemoniaa ei saavuteta pelkän talousosaamisen varassa. Siksi hän harmitteli taloustieteilijöiden ylikorostuneisuutta, ja olisi toivonut nähneensä ryhmässä enemmän filosofian, historian ja politiikan tutkijoita⁵⁵.

MPS:sta muodostui uusliberalistisen taisteluorganisaation kärki, jonka alemmalla tasolla toimivat sen koulutus, tutkimus- ja julkaisutoimintaa rahoittavat yritykset, sekä erinäisten taloudellisten toimijoiden muodostamat säätiöt. Kolmannella tasolla toimivat uusliberaalit ajatuspajat, jotka ovat toiminnan rahoittamisen ja yhteiskunnallisen organisoitumisen solmukohtia. Neljännen tason muodostavat mediassa työskentelevät ihmiset, joiden tehtävä on uusliberaalin ideologian kansantajuistaminen ja hegemoniaksi saattaminen.⁵⁶ Toiminnan kaksi keskeisintä tavoitetta olivat valtion roolin minimoiminen ja markkinoiden vapauttaminen. Valtion sekaantumisella on uusliberalistien mukaan ainoastaan markkinoiden toimintaa lamauttavia vaikutuksia ja vain vapaat markkinat kykenevät toimimaan optimaalisesti. Uusliberalismissa markkinamekanismi nähdään luonnollisen spontaanina järjestyksenä, joka tuottaa vaurautta ja vapautta.

Markkinat ovat yhteiskunnan selkäranka, jonka varaan kaikki muu rakentuu. Markkinat ovat sen näkökulmasta ikään kuin jonkinlainen kosminen voima, jotka ovat selityskyvyn ja järjen ulottumattomissa, eikä niiden toiminnan täydellinen analysoiminen ole mahdollista. Niinpä järkevintä on pitää markkinat mahdollisimman koskemattomana, eikä niihin pidä sekoittaa minkäänlaisia inhimillisen ajattelun tuotoksia, kuten esim. *moraalia* ja *arvoja*. Moraalilla on jatkuvasti ajassa muuttuva arvo, kun taas vastavuoroisesti markkinoilla vallitsee ikiaikainen harmonia ja ne toimivat aina samojen lainalaisuuksien alla. Näiden lainalaisuuksien mukaan esimerkiksi oman edun tavoittelu johtaa yleiseen hyvinvointiin. Myöhäiskapitalismin uusliberalistisessa todellisuudessa itsekkyyks ei ole kartettava pahe, vaan tavoiteltava ominaisuus, joka johtaa yksilöiden hyvinvoinnin kautta yleiseen hyvinvointiin. Hayekin mukaan moraalisesti korkeimpia arvoja olivat elossa säilyminen ja vapaus, kun taas myötätunto ja epäitsekkyyks olivat hänen arvomaailmassaan rappeutunutta ajattelua.⁵⁷ Hayekin uskomuksen mukaan ahneus koituu yhteisön eduksi, sillä maksimaalista hyötyä tavoitteleva henkilö ei tuota aineellista hyvinvointia vain itselleen, vaan osa hänelle kertyneestä taloudellisesta hyvinvoinnista päätyy tämän kulutuksen kautta myös hänen yhteisölleen.

⁵⁴ Hazlitt 2004, 37.

⁵⁵ Butler 2014, 8.

⁵⁶ Löppönen 2017, 60.

⁵⁷ Löppönen 2017 112-113, Peterson 2017.

Uskomukseen kriittisesti suhtautuvat käyttävät ilmiöstä nimeä valumaefekti, (engl. trickle-down) kun taas sen puoltajat puhuvat siitä *tuotantopuolen* tai *tarjonnan taloustieteenä* (supply-side economics). Tarjonnan taloustieteen resepti kaikessa yksinkertaisuudessaan perustuu valtion menojen karsimiseen, veronalennuksiin ja sääntelyn purkamiseen ⁵⁸. Uusliberalistiset uskomukset yhdessä Margaret Thatcherin kanssa valtavirtaistaneen Ronald Reaganin talouspolitiikka perustui juuri tarjonnan taloustieteeseen. Reaganin budjettipäällikkö David Stockman avasi tarjonnan taloustieteen taustoja laajaa kohua herättäneessä haastattelussa vuonna 1981. Enemmän tai vähemmän vahingossa hän tuli paljastaneeksi toimittajalle, että käytännössä mitään eroa valumaefektin ja tarjonnan taloustieteen välillä ei ole, vaan kyse on yhdestä ja samasta ilmiöstä. Valumaefektin poliittinen kaiku oli huono, joten Reaganin hallinto päätti nimetä sen uudelleen tarjonnan taloustieteeksi. ⁵⁹ Kyseessä oli toisin sanoen rikkaiden etupiiripolitiikka, jonka mukaan Reaganin ja Thatcherin hallinnot uskoivat – tai ainakin uskottelivat rikkaiden rikastumisen olevan koko yhteiskunnan hyvinvoinnin edellytys. Niin Thatcherilla kuin Reaganilla oli erityisen vahvat linkit MPS:yn. Reaganin talouspolitiikan keskeiset teemat olivat Hayekilta vaikutteita saaneen ja samaten MPS:n perustajajäseniin kuuluneen Milton Friedmanin käsialaa. Thatcher ja Reagan arvostivat suuresti Hayekia ja jälkimmäinen palkitsi tämän Yhdysvaltain korkeimmalla siviilikunniamerkillä, Presidentin vapaudenmitalilla.

Globaalin myöhäiskapitalismin aikakaudella politiikka ja arvot ovat väistyneet talouden tieltä. Yrityksien yhteiskuntavastuusta ja eettisyydestä puhutaan paljon, mutta monissa tapauksissa ne ovat vain myyntiä edistävää sepitettä. Suomalaisen uusliberalismin keskushahmo Björn Wahlroos kommentoi yritysten yhteiskuntavastuuta toteamalla voiton tavoittelun olevan yritykselle tärkeintä ja että yritysten vastuullisuusraportteja laaditaan lähinnä markkinoiden paineesta. ⁶⁰ Wahlroosin näkemys tunnetaan ns. Friedmannin doktriinina, jonka mukaan yrityksen tärkein tehtävä on tuottaa voittoa omistajilleen. Doktriini oli Milton Friedmannin vastaus General Motorsin 1970-luvulla perustetulla yhteiskuntasuhteiden komitealle, jonka yksi tarkoitus oli vaikuttaa ilmansaasteisiin. Friedmann luonnehti komiteaa *puhtaaksi ja vääristelemättömäksi sosialismiksi* ja näki siinä vapaan yhteiskunnan perustaa uhkaavia piirteitä. Yritys toteutti hänen mukaansa parhaiten yhteiskuntavastuutaan tuottamalla voittoa omistajilleen. Tänä päivänä tilanne on muuttunut ja yritykset joutuvat huomioimaan ympäristön ja eettiset arvot liiketoiminnassaan. Mutta kun siirrytään mielikuvien tasolta käytäntöön, niin esimerkiksi WTO:n riitojenratkaisuelimen

⁵⁸ Argy 1994, 496.

⁵⁹ Greider 1981.

⁶⁰ Pitääkö yrityksen tavoitella muutakin kuin voittoa omistajille? Talouselämä 2019.

käsittelyyn päätyneet ympäristön ja vapaan kaupan väliset ristiriidat on aina ratkaistu talouden etuja silmällä pitäen.⁶¹

Reaganin ja Thatcherin hallintokausilla monopolien syntyä estämään laadittujen kilpailulakien tulkinta määritellään uudelleen, jossa aiemmat tulkintalinjaukset käännettiin koko lailla pääläelleen. Kilpailulain tulkinta uudistui Richard Posnerin teoksessaan *Antitrust Law* (1976) ja Robert Borkin *The Antitrust Paradox* (1978) -teoksen linjausten mukaisiksi, jossa molempien keskeisenä väitteenä oli Sherman Act -antitrustilain esittäminen keinotekoiseksi yritykseksi vaikuttaa tuotteiden tarjontaan ja hintaan. Kilpailun rajoittaminen ei heidän mukaansa soveltunut uuden ajan talouspolitiikkaan ja he tulkitsivat antitrustilain johtavan tarkoituksensa vastaisesti hintojen nousuun.⁶² Talous toimi Posnerin ja Borkin mukaan parhaiten, kun se etsii kustannustehokkaimman tavan tuottaa hyödykkeitä. Suuryrityksillä ymmärrettiin olevan skaalaetuja, joilla ne kykenivät tuottamaan hyödykkeitä pieniä yrityksiä kustannustehokkaammin. Linjanmuutos oli merkittävä poikkeama aiempaan.

Kilpailulait oli alun perin säädetty turvaamaan kuluttajien etu ja ehkäisemään suuryritysten markkina-aseman väärinkäytöksiä ja jo kapitalismin isänä tunnettu Adam Smith varoitteli aikoinaan monopolin vaaroista. Smith näki monopoliaseman johtavan tilanteeseen, jossa yritys pitää tarkoituksellisesti markkinat aliresursoituna ja vaikuttaa näin keinotekoisesti kysyntään. Monopoliasemassa oleva yritys voi määritellä hintansa asiakkaiden maksukyvyyn mukaan ja pitää hintoja niiden luontaista tasoa korkeampina.⁶³ Monopoliyrityksen ei myöskään tarvitse käyttää resurssejaan tuotekehittelyyn, sillä kilpailijoiden puuttuessa sillä ei ole tarvetta erottautua laadukkaammilla tuotteilla. Kilpailun purkamisen myötä johti winner-takes-all -talouteen, jossa kourallinen yritys hallitsee markkinoita. Winner-takes-all -taloudessa suuryritykset valtaavat markkinat, kun jäljelle jääneet yritykset kamppailevat markkinoiden rippeistä.⁶⁴ Reaganin valtakaudella nähtiin massiivisia yritysfuusioita, jotka olisi aiemmin todettu rikkomuksiksi Sherman Actia vastaan⁶⁵. MPS:n ideologisista linjauksista muodostui talouspolitiikan uusi doktriini, joka lähti hiljalleen leviämään Yhdysvaltain ja Iso-Britannian johdolla ympäri maailman. Thatcherin ja Reaganin politiikka kiihdytti toisen maailmansodan jälkeen (esim. GATT-sopimus 1948, Euroopan hiili- ja teräsyhteistö 1952) käynnistyneitä vapaakauppaprojekteja⁶⁶. Kaupan sääntelyn ja rajoitusten purkaminen on johtanut massakulutuksen ja globaalien brändien aikakaudelle. Myöhäiskapitalismin

⁶¹ Friedman 1970; Hartwick & Peet 2003, 202.

⁶² Parloff 2000.

⁶³ Smith 2007, 52.

⁶⁴ esim. Hayes 2020.

⁶⁵ vrt. Eisner & Meier 1990, 269.

⁶⁶ esim. Wilson 1993; The Bruges Speech 1988.

kriittisenä pisteenä voidaan pitää vuoden 1973 öljykriisiä, joka katkaisi myös kapitalismin ”kultaisina vuosina” tunnetun ajanjakson. Hayekin jälkeen myös Milton Friedmann palkittiin vuonna 1976 Nobelin taloustieteen palkinnolla, jotka osaltaan kuvastivat muutoksia öljykriisin jälkeisen maailman arvoissa. Muutamaa vuotta myöhemmin uusliberalismin opit lähtivät leviämään maailmalle ensin Pinochetin Chilen, sitten Thatcherin Iso-Britannian ja Reaganin Yhdysvaltojen politiikan ohjaamina.

Kilpailulakien tulkinta oli tiukkaa aina 1980-luvun alkuun asti ja usein yritysten ainoa tapa kasvattaa tuotantoa oli monialakonglomeraatiksi laajentuminen fuusioiden ja yritysostojen avulla. Sen sijaan *vertikaaliset* ja *horisontaaliset fuusiot* olivat kilpailuviranomaisten tiukan valvonnan alla aina 1980-luvulle asti. Vertikaalisessa fuusiossa yritykset toimivat eri aloilla, mutta ovat osa samaa arvoketjua ja horisontaalisessa fuusiossa yritykset toimivat samalla alalla ja/tai tuotantoketjun samassa vaiheessa ⁶⁷. Vertikaalisten ja horisontaalisten fuusioiden katsottiin lisäävän kohtuuttomasti yritysten valtaa ja olivat siksi säädeltyjä. Esimerkiksi levy-yhtiö RCA laajensi kilpailulakisäädöksiensä sanktioita välttääkseen 1950-luvulla asebisnekseen ja ryhtyi valmistamaan mm. ohjuspuolustus- ja tutkajärjestelmiä. Vietnamin sodan vauhdittamana asekauppa nousi RCA:n tärkeimmäksi liiketoiminta-alueeksi 1970-luvulla. ⁶⁸ Toinen esimerkki on alun perin parkkipaikkabisneksessä aloittanut ja sittemmin mm. jätehuoltoon ja hautausalalle laajentanut Kinney Corporation, joka tuli musiikkibisnekseen ostamalla Warner Bros. Records, Atlantic ja Reprise -levy-yhtiöistä koostuvan yhtiökokonaisuuden vuonna 1969 ⁶⁹.

3 Äänitealan monopolikapitalistinen perusta

3.1 Musta musiikki disruptiivisena innovaationa

Ääniteala ja musiikkiteollisuus laajemmin eivät ole muusta taloudesta irrallaan olevia ilmiötä, vaan niiden keskuudessa vallitsevat samat lainalaisuudet kuin missä tahansa kaupan sektorilla. Äänitealan markkinat ovat jo alun alkaenkin olleet varsin keskittyneet, ja niitä on hallinnut parhaimmillaankin vain kourallinen ylikansallisia yhtiöitä. Teknologiset ja esteettiset innovaatiot ovat aika ajoin nostaneet uusia toimijoita markkinoille, lisänneet kilpailua ja muuttaneet alan valtarakenteita. Thomas Edison loi äänitealan pohjan kehittämällä ensimmäisen ääntä tallentavan- ja toistavan laitteen vuonna 1877, jonka hän nimesi fonografiksi. Se kehitettiin sanelujen ja

⁶⁷ Herger & McCorriston 2016, 6.

⁶⁸ Tschmuck 2006, 134; Gotlieb 2001.

⁶⁹ Tschmuck 2006, 123; Oliver, 2002.

puhelujen taltiointiin ja vaikka Edison näki laitteensa mahdollisuudet myös musiikintoistovälineenä, sen ensisijainen tarkoitus olisi kuitenkin toimistokäyttö. Edisonin mielestä musiikintoistovälineenä käytettynä fonografin uskottavuus kärsisi ja se näyttäytyisi ihmisten silmissä jonkinlaisena leluna. Seuraavana vuonna Edison perusti fonografeja valmistavan Edison Speaking Phonograph Companyn ja nimeää laitteensa Dictaphoneksi.⁷⁰

1900-luvun alussa kehitetyt *sellakkalevyt* olivat teknologisesti disruptiivinen innovaatio, joilla korvattiin siihen asti käytetyt vahasyliinterit musiikkitalienteiden formaattina. Tuolloin ääniteala oli käytännössä kolmen yrityksen, **Edisonin, Graphophone-Columbian ja Victor Talking Machinen hallussa**. Kaksi jälkimmäistä ottivat käyttöön uuden tallenneformaatin, kun taas Edison pitäytyi vahasyliinteriformaatissa. Sellakkalevyjen edut musiikkitalenteena olivat kuitenkin vahasyliinteriformaattiin verrattuna kiistattomat. Lopulta myös Edison otti sellakkalevyt käyttöön, mutta 10 vuotta liian myöhässä, jolloin se oli jo jäänyt kauas kilpailijoiden taakse. Lopulta Edison hävisi markkinoilta ja Graphophone-Columbia ja Victor Talking Machine muodostivat musiikkimarkkinoille *duopolin*.

Sellakkalevyjä koskeva patentti oli Graphophonon hallussa, jonka oikeuksia VTM rikkoi valmistamalla omia levyjään. Graphophone ei kuitenkaan haastanut Victorin oikeuteen, sillä he vastaavasti käyttivät myös luvatta VTM:n patentteja. Lopulta Victor ja Graphophone saivat solmittua sopimuksen toistensa patenttien käytöstä, joka vankisti niiden valta-asemaa entisestään. Tschmuck pitää yhtiöiden välille vuonna 1902 solmittua sopimusta nykyaikaisen musiikkiteollisuuden alkupisteenä, jolloin alan painopistealue siirtyi musiikin toistovälineistä tallenteisiin.⁷¹ 1920-luvun alussa syttynyt jazz-buumi oli esteettinen innovaatio, joka lisäsi musiikkitalenteiden myyntiä ja nosti markkinoille Victorin ja Graphophonon rinnalle uusia indielevy-yhtiöitä. Vallitsevat arvot ja kulttuuri ovat aina heijastuneet myös musiikki ja tuolloin markkinoita hallitsevat suuret levy-yhtiöt suhtautuivat suoranaisesti rasistisesti mustien muusikkojen esittämään musiikkiin, jota tuolloin kutsuttiin ”*rotumusiikiksi*” (engl. race music).⁷² Suurten levy-yhtiöiden valkoihoiset johtajat mielsivät mustien musiikin polyrytmisyyden alkeellisiksi riitasoinnuiksi, eivätkä ne ylipäättään osoittaneet erityisempää mielenkiintoa pinnan alla piileviä trendejä kohtaan⁷³. Levy-yhtiöt ja Tin Pan Alleen musiikkikustantajat muodostivat syndikaatin,

⁷⁰ Tschmuck 2006, 1-3.

⁷¹ Tschmuck 2006, 14-15.

⁷² Tschmuck 2006, 52; History of the Record Industry, 1920— 1950s: Medium 2014.

⁷³ Yhdysvaltain mustan musiikin kulttuurihistoria 2018.

joka jätti musiikinkuluttajille vain vähän vaikutusvaltaa ja käytännössä Victor ja Graphophone päättivät varsin omavaltaisesti äänitealan trendeistä ja siitä, mikä musiikki kelpaa levytettäväksi.

Äänitealan kapea pohja näkyi musiikin yksipuolisessa tarjonnassa. Tilanne muuttui, kun lukuisat Victorin ja Columbian hallussa olleet patentit menivät umpeen vuonna 1916 ja markkinoille nousi lukuisia uusia levy-yhtiöitä⁷⁴. Monet niistä erikoistuiivat Victorin ja Columbian hyljeksimiin genreihin ja ryhtyivät valmistamaan mustalle yleisölle suunnattua race record -sarjaa, joista yksi keskeisiä vaikuttajia oli vuonna 1918 perustettu *OKeh Records*. Ajan valkoisten ylivaltaan perustunut ääniteala oli klassinen esimerkki Marxin historiallisesta materialismista, jossa tuotantovoimien intressit näkyvät myös yhteiskunnan kulttuurissa. Okeh'n musiikillista johtajaa uhkailtiin, mikäli hän julkaisisi ”värillisten tyttöjen musiikkia”. Hager ei kuitenkaan alistunut uhkailujen edessä ja jatkoi race records -sarjan työstämistä. Hagerin itsepintainen kapinallisuus palkitaan, kun hänen tuottamansa Mamie Smithin ensimmäiseksi bluesjulkaisuksi luokiteltava levyä myydään yli miljoona kappaletta.⁷⁵

Toinen merkittävä alalle noussut, kulttuurihistoriallisestikin merkittävä indielevy-yhtiö oli vuonna 1919 perustettu *Black Swan*. Se oli erityisesti mustien musiikin julkaisuun keskittynyt pioneeri, joka oli samalla ensimmäinen puhtaasti mustien omistama ja hallinnoima laajalevikkinen levy-yhtiö⁷⁶. Yhtiön perustaja Harry Pacen visiona oli luoda taloudellisesti voittoa tuottava, mutta myös mustien oikeuksia ja kulttuuria esiin nostava levy-yhtiö. Pace näki mustien ongelmien juurisyyntä taloudellisen epätasa-arvoisuuden ja myös tästä syystä hän halusi luoda yhtiölleen myös taloudellisesti vakaan pohjan, jonka myötä se saisi itsenäisemmän aseman. Black Swanin liikeideana oli nostaa esiin mustaa musiikkikulttuuria ja samalla murtaa rasisia stereotyyppioita.⁷⁷ Siten se oli uniikisti musiikkia, bisnestä ja politiikkaa yhdistelevä organisaatio. Markkinoita aiemmin dominoineiden Victorin ja Graphophone-Columbian markkinaosuudet painuivat uusien kilpailijoiden myötä laskuun, kun taas vastaavasti OKeh'n, Black Swanin ja muiden mustaa musiikkia julkaisseiden levy-yhtiöiden kurssi kääntyi nousuun.

Mustalle musiikille oli selvästi kysyntää ja mikäli markkinajohtajat halusivat säilyttää asemansa äänitealan kärjessä, myös niiden oli syytä seurata ostavan yleisön mieltymyksiä. Victor ja Columbia suhtautuivat nihkeästi mustaan musiikkiin, mutta kun indielevy-yhtiöiden nousua ei voinut olla enää huomioimatta, myös markkinajohtajat julkaisivat oman race records -sarjansa. Victor tosin

⁷⁴ Suisman 2004, 1300; Tschmuck 2006, 26

⁷⁵ Suisman 2004, 1300; Tschmuck 2006, 52; Schuller 1968, 226.

⁷⁶ Suisman 2004, 1297.

⁷⁷ *ibid.* 1298, 1304.

julkaisi jo vuonna 1917 ensimmäisen jazz-levytyksen, Original Jass (sic) Bandin esittämän ”*Livery Stable Blues*”. Se ei kuitenkaan ollut varsinaista jazzia, vaan valkoisten muusikoiden esittämää tulkintaa mustasta musiikista ja on siten tyypillinen esimerkki musiikkiteollisuuden appropriaatiosta, eli kulttuurisesta hyväksikäytöstä.⁷⁸ Tapauksen räikeyttä korostaa Original Jass Bandin johtohahmo LaRoccan julkisuudessa esittämät rasistiset huomautukset, jonka lisäksi hän väitti myös keksineensä jazzin⁷⁹.

Markkinajohtajille musiikin taiteellista arvoa tärkeämpää oli kuitenkin myydä tallenteita ja musiikintoistovälineitä. Victor Victrola-210 -levysoittimen sai sadalla dollarilla, kun taas ylellisemmän VV—300 maksoi 250 USD, joka on nykyrahassa noin 3300 USD ja vastasi kuukauden palkkaa⁸⁰. Suuret levy-yhtiöt muokkasivat mustaa musiikkia ja julkaisivat omia versioitaan jo aiemmin suosituiksi osoittautuneista kappaleista, usein valkoisten esittämänä.⁸¹ Teollisesti tuotetussa ja julkaistussa musiikissa yksilölliset särmät hioutuivat pois ja sen kytkös alkuperäisiin juuriin hävisi. Samalla musiikki homogenisoitiin helpommin omaksuttavaksi, jotta myös sen myyminen olisi helpompaa. Black Swanin historia jäi lyhyeksi ja yhtiö julkaisi viimeisen levynsä vain kolme vuotta perustamisensa jälkeen kesällä 1923. Vaikka yhtiön toiminta päättyi ennen aikaisesti, se täytti omalta osaltaan yhden tavoitteensa nostamalla mustan musiikin valtavirtaan ja jätti samalla lähtemättömän jäljen musiikkihistoriaan. Se piti loppuun asti laatuun nojaavasta menestysreseptistään kiinni, joka lopulta koitui sen kohtaloksi. Black Swanin aloittaessa jazz- ja bluesmusiikkia julkaisi vain kourallinen pioneereita, mutta kolme vuotta myöhemmin samoille markkinoille oli suoranaista tungosta. Vaikka Black Swan julkaisi myös valkoisten musiikkia, sen ansaintamallin pohja oli liian kapea. Columbia ja Victor kaappasivat markkinat haltuunsa parempien taloudellisten reserviensä turvin ja maksoivat mustille artisteille parempia palkkioita, jonka ohella ne sijoittivat myös suurempia summia markkinointiin.

Sellakkalevyt ja musta musiikki olivat disruptiivisia innovaatioita, joilla oli syvälinen vaikutus äänitealaan. Alalle nousi hetkeksi joukko indieyhtiöitä, jotka eivät kuitenkaan onnistuneet murtamaan musiikkimarkkinoiden oligopolistista rakennetta. Myös Okeh Recordsin tie riippumattomana levy-yhtiönä päättyi ja se päätyi Columbian omistukseen, joka osti sen vuonna 1926⁸². Lyhyellä aikavälillä disruptiivinen innovaatio tuotti niille kilpailuedun, joka mahdollisti hetkellisesti liiketoiminnan Victorin ja Columbian hallitsemilla markkinoilla. Pidemmällä

⁷⁸ Tschmuck 2006, 37.

⁷⁹ Hasse 2017.

⁸⁰ A Quick History of the Victor Phonograph: Victor-Victrola 2020; Calculate the value: DollarTimes 2020; Statistics of income: Yhdysvaltain valtiovarainministeriö 2020, 2.

⁸¹ Tschmuck 2006, 38, 53; Suisman 2004, 1317-1318

⁸² About Okeh: Okeh 2020.

aikavälillä Victor ja Columbia omaksuivat disruptiivisen innovaation osaksi omaa liiketoimintaansa, jolloin pienempien yritysten kilpailuetu menetti merkityksensä. Tässä kuvattuja innovaatioita voidaan tarkastella Everet Rogersin luomaa innovaatioiden diffuusioteoriaa vasten, joka jakaa innovaatioiden omaksujat viiteen eri ryhmään:

1. **Innovaattorit**, 2,5 % kaikista omaksujista. Ryhmä koostuu rohkeista edelläkävijöistä, jotka ovat kokeilunhaluisia ja omaavat korkean riskinsietokyvyn.
2. **Varhaiset omaksujat**, 13,5%: Suosittuja ja johtajia sosiaalisessa yhteisössään
3. **Varhaisenemmistö**, 34%: harkitsevia
4. **Myöhäiset omaksujat**, 34%: skeptisiä ja perinteisiä
5. **Vastahakoiset**, 16 %: karttavat uutuuksia ja uuden opettelemista ⁸³

Kun diffuusio tavoittaa myöhäisten omaksujien ryhmän, sen merkitys kilpailuetuna on lähtenyt jo laskuun. Black Swan, Okeh ja muut 1920-luvun indielevy-yhtiöt olivat ensimmäiseen ryhmään kuuluneita innovaattoreita, jotka mursivat äänitealan vakiintuneet toimintamallit. Suurten levy-yhtiöiden rasistisista asenteista ja vähättelystä huolimatta mustalle musiikille oli kysyntää ja uudet levy-yhtiöt saivat jalansijan markkinoilta. Christensen, Raynor ja McDonald kuvaavat disruptiota prosessina, jossa vähäisemmällä resursseilla varustettu yhtiö kykenee haastamaan alan vakiintuneet toimijat, ja jotka kohdistavat toimintansa kilpailijoiden laiminlyömille segmenteille. Disruptio on tapahtunut, kun markkinoiden enemmistö on omaksunut disruptiivisen innovaation omakseen. ⁸⁴

Mustan musiikin noususta huolimatta mustat olivat Yhdysvalloissa toisen luokan kansalaisia. Valkoisten johtamissa levy-yhtiöiden valkoiset artistit esittivät mustien kulttuurista syntyneitä musiikkia, joista esimerkkinä mainittakoon ”King of Jazz” -nimellä tunnettu Paul Whiteman. Whitemania itseään ei tosin käy syyttäminen appropriatiosta, sillä hän jaksoi korostaa omaa vaatimatonta rooliaan jazzin historiassa. Whiteman totesi ottaneensa jazzin sellaisena kuin sen löysi ja ainoastaan orkestroineensa sen. ⁸⁵ Hän olisi halunnut ottaa myös omaan bändiinsä mustia muusikoita, mutta se ei ollut käytännössä mahdollista 1920-luvun Yhdysvalloissa ja Whitemanin taustavoimat taivuttelivat hänet luopumaan ajatuksesta. Afroamerikkalaiset bändin jäsenet olisivat koituneet ongelmaksi, sillä 1920-luvun rotuerottelulain perusteella mustaihoisilta oli pääsy kielletty useisiin hotelleihin, ravintoloihin ja muille keikkapaikoille. Se olisi ollut myös selvä imagoriski,

⁸³ Sahin 2006, 19.

⁸⁴ Christensen, Raynor & McDonald 2015, 4.

⁸⁵ Berrett 2009, 66.

joka olisi vaarantanut Whitemanin levyjen ja keikkojen myymisen. Kaikesta huolimatta Whiteman teki kuitenkin kulissien takana yhteistyötä sellaisten mustien säveltäjien kuten Fletch Hendersonin ja William Grant Stillin kanssa.⁸⁶

3.2 Musiikin sähköistyminen

Kaupallisen radion vaikutus musiikkiteollisuuteen 1920-luvun alussa oli lähes yhtä syvä kuin digitalisaation vaikutukset 80 vuotta myöhemmin, ja sen myötä musiikkiteollisuuden painopistealue siirtyi tallenteista takaisin laitteisiin. Black Swanin perustaja Harry Pace muisteli, miten jälleenmyyjät palauttivat tilaamiaan levyjä takaisin ja aiemmin levyjä myyneet liikkeet ryhtyivät myymään radioita⁸⁷. Radiolla oli monia etuja 1920-luvun kömpelöihin levysoittimiin nähden, sillä musiikin ohella se kykeni lisäksi välittämään mm. uutisia, näytelmiä, lasten- ja ajankohtaisohjelmia. Lisäksi sen etuna oli sähköinen äänentaltiointimenetelmä, jonka äänenlaatu oli analogisiin levysoittimiin verrattuna merkittävästi parempi. Musiikkitalenteiden myyntiluvut lähtivät 1920-luvun puoliväliin tultaessa rajuun laskuun. Radion nousun myötä Victorin myyntiluvut laskivat 50 prosenttia vuosien 1921 ja 1925 välillä⁸⁸. Levy-yhtiöt vajosivat vuosikymmenien mittaiseen taantumaa ja vuoden 1921 myyntilukuihin päästiin seuraavan kerran vasta vuonna 1945⁸⁹.

Victorin johtokunnassa kieltäydyttiin itsepintaisesti vielä vuonna 1924 näkemästä radiota romahduksen syynä. Yhtiön johto suhtautui radioon alentuvasti leluna, eivätkä he uskoneet ihmisten haluavan kuunnella radiotoimittajien heidän puolestaan valitsemaa musiikkia⁹⁰. Pitkään jatkunut markkinahallinta oli tehnyt Victorista aivan liian itsevarman, joka tulisi kostautumaan myöhemmin.

Kun vastikään radioalalle laajentunut telejätti AT&T:n tytäryhtiö Western Electricin edustajat esittelivät Victorin johdolle kehittämänsä sähköisen äänentaltiointimenetelmän, yli 20 vuotta yhtiötään johtanut perustaja Eldridge Johnson kieltäytyi ottamasta uutta menetelmää käyttöön, sillä uusi metodi muistutti liaksi hänen halveksumaansa radioteknologiaa⁹¹. Uusi sähköinen menetelmä kohensi tallenteiden äänenlaatua merkittävästi ja sen avulla pianon, viulun ja naisten korkeataajuisemmat lauluäänet erottuivat aiempaa täyteläisempinä ja kirkkaampina. Johnson kuitenkin vierasti ajatusta toisen yhtiön kehittämän teknologian käytöstä, sillä Victor oli koko historiansa ajan ollut tuotekehittelyn suhteen omavarainen. Johnsonin ylpeyttä koetteli myös Western Electricin asettamat tiukat ehdot, sillä sähköinen studio tulisi rakentaa tarkasti sen

⁸⁶ Giddins & Deveaux 2009, 119.

⁸⁷ Suisman 2004, 1318.

⁸⁸ Suisman 2004, 1316, 1318.

⁸⁹ Tschmuck 2006, 41.

⁹⁰ Tschmuck 2006, 46.

⁹¹ Tschmuck 2006, 46-47; Bell Laboratories – American company: Encyclopaedia Britannica 2020.

antamien ohjeiden mukaan. Lisäksi Western Electric vaati itselleen rojalteja myydyistä levyistä. Johnson piti Westernin ehtoja kohtuuttomina ja kieltäytyi yhteistyöstä.

Western Electric kävi kuitenkin samaan aikaan neuvotteluja myös Columbian kanssa, jossa Victorin tavoin päätösvallan luovuttaminen yhtiön ulkopuolelle koettiin ongelmalliseksi. Kaikesta huolimatta Columbia päätti testata uutta tekniikkaa ja koenauhoitti ”Kuiskaavana pianistina” tunnettua Art Gillhamin pianonsoittoa. Columbiassa ymmärrettiin pian sähköinen studio kilpailuvaltina, joka sen olisi saatava tiukoista ehdoista huolimatta käyttöönsä. Mikäli Columbia ei ottaisi sitä käyttöön, niin joku toinen ottaisi. Kun Columbia otti käyttöön uuden teknologian, ei Victorillekaan jäänyt vaihtoehtoja. Uudistuksistaan huolimatta Victor ja Columbia jäävät radioyhtiöiden jalkoihin, joista Victor päättyi ensin **RCA:n** (Radio Corporation of America) omistukseen vuonna 1929.



Kuva 2 Analogista nauhoitusta vuonna 1914. Musiikki taltioitiin yhdellä otolla kuvan etualalla näkyvän äänitorven kautta. Korkeataajuiset viulut olivat etualalla ja matalataajuisemmat lyömäsoittimet olivat taka-alalla ⁹².



Kuva 3 ”Kuiskaava pianisti” Art Gilham. Columbia testasi sähköisen tallennuksen mahdollisuuksia taltioimalla Gilhamin herkkää pianonsoittoa, joka ei akustisella tallennusmenetelmällä ollut päässyt oikeuksiinsa ⁹³.

Columbia puolestaan yritti taistella radiota vastaan sijoittamalla vuonna 1927 *United Independent Broadcasters* -radiokanavaverkostoon ja nimesi verkoston uudelleen *Columbia Broadcasting Systemiksi* (CBS). Columbian seikkailu radioalalla jää kuitenkin lyhyeksi ja yhtiö myy omistuksensa vain kolme kuukautta myöhemmin kärsittyään operaatiossa 300 000 dollarin tappiot, joka nykyrahassa mitattuna on n. 4,3 miljoonaa dollaria. ⁹⁴ Yhtiö ajautuu taloudellisiin vaikeuksiin ja päättyy lopulta vuonna 1938 itse perustamansa CBS:n tytäryhtiöksi. Victorin ja Columbian ohella

⁹² A Brief History of Recording: AHRC 2020.

⁹³ Sutton 2019; Schoenherr 1999; Art Gilham 2020.

⁹⁴ Arthur Judson Dies at 93: The New York Times 1975, 35; Calculate the value: DollarTimes 2020.

myös lukuisat indieyhtiöt lopettavat toimintansa ja musiikkiteollisuus muuttui 1930- ja 1940-luvuilla radioteollisuudeksi.⁹⁵

Jos musiikkibisnes oli 1920-luvun alussa keskittynyttä, niin radiobisnes oli vielä keskittyneempää, jossa RCA (Radio Corporation of America) johti alaa lähes yksinvaltaisesti aina 1930-luvun alkuun asti. Yhtiö oli käytännössä patenttitrusti, jonka omistivat amerikkalaiset yritysajat General Electric, Westinghouse, United Fruit ja AT&T. AT&T:n osuus radiolähetystoiminnan nousussa oli niin keskeinen, että koko radiolähetystoimintaa kutsuttiin puhelimen ja AT&T:n ”lapseksi”⁹⁶. AT&T sai vuonna 1921 yksityisoikeuden Yhdysvaltain kaukopuheluverkoston (jota se piti hallussaan vuoteen 1982 asti) ja vuonna 1923 yhtiön varatoimitusjohtaja A.H. Griswold totesi yhtiön hakevan monopolia lisäksi myös radioviestintään. Yhtiön mahtipontisen orwellilainen slogan kuului tuohon aikaan ”*Yksi järjestelmä, yksi käytäntö, universaali palvelu*”.⁹⁷ Kolme vuotta myöhemmin AT&T kuitenkin luopui radiobisneksestä vuonna ja myi omistamansa radioasemat ja omistuksensa RCA:ssa suoraan sen emoyhtiölle. Se ei luopunut radiobisneksestä vaatimattomuuttaan, vaan siksi, että se pelkäsi kilpailuviranomaisten huomiota⁹⁸. Puhelinbisnes oli kuitenkin sen päätoimiala, eikä se halunnut vaarantaa monopoliaan. AT&T ennakoivat aivan oikein, sillä vuonna 1930 Yhdysvaltain oikeusministeriö reagoi markkinoita dominoivaan RCA:aan ja haastaa yhtiön oikeuteen antitrustilakien rikkomisesta⁹⁹.

RCA ja sen taustalla vaikuttavat yhtiöt hallitsivat yhteensä yli 4000 patenttia. RCA:n sisällä vaikuttaneet yritykset ristikkäinlisensoivat niitä keskenään, joka antoi niille kohtuuttoman edun kilpailijoihin nähden. RCA:n toimitusjohtaja David Sarnoff kieltäytyi myymästä yhtiön patentoimia radiokomponentteja jälleenmyyjille, jotka eivät samalla ottaneet myyntiin RCA:n valmistamaa radiomallistoa kokonaisuudessaan¹⁰⁰. Oikeuden päätöksellä Westinghousea, General Electricia ja AT&T:tä eksklusiivisesti suosinut patenttimonopoli murretaan ja kaikki RCA:n omistajayhtiöt määrätään luovuttamaan patenttinsa nyt itsenäiseksi yhtiöksi muuttuneelle RCA:lle. Oikeus määräsi lisäksi General Electricin ja Westinghousen luopumaan kokonaan RCA-osakkeistaan, jonka lisäksi General Electricin ja Westinghousen radiolaitteistojen valmistusta rajoitettiin merkittävästi¹⁰¹.

RCA:n pilkkominen ei kuitenkaan näy levy-yhtiöiden markkinaosuuksissa, ja radioyhtiöiden alaisuudessa toimivat CBS-Columbia ja RCA Victor, sekä 1930-luvulla markkinoille nousut Decca

⁹⁵ Tschmuck 2006, 62.

⁹⁶ Network Broadcasting: Bell Telephone Magazine 1934, 83.

⁹⁷ Aitken 2014, 442-446; Winston 1998, 80; O'Connor 2009.

⁹⁸ vrt. Winston 1998, 115.

⁹⁹ Government Starts Anti-Trust Suits; Gettysburg Times 1930.

¹⁰⁰ Schwartz 2010, 98.

¹⁰¹ RCA and Associates Separate Under Consent Decree Terms: Broadcasting 1932, 16.

hallitsivat suvereenisti musiikkimarkkinoita. Markkinoiden neljänneksi voimatekijäksi nousi vuonna 1943 perustettu Decca, joka onnistui hyödyntämään vuosien 1942-1944 välillä tapahtunutta lakkoa, jolloin suuret levy-yhtiöt olivat Yhdysvaltain muusikoiden liiton (AFM) määräämässä julkaisukiellossa. Kun RCA ja Columbia ovat vielä AFM:n julistamassa julkaisukiellossa, Capitol onnistui täyttämään markkinoille syntyneen tyhjiön ja nousi suurten levy-yhtiöiden rinnalle.¹⁰² Capitol oli lisäksi ensimmäinen merkittävä levy-yhtiö, joka oivalsi radiosoiton levymyyntiä *lisäävän* vaikutuksen. Kun kaksi vuosikymmentä aiemmin Victor ja Columbia pitivät radiota kilpailijanaan, niin nyt Capitolissa oivallettiin radion rooli potentiaalisena yhteistyökumppanina. Yhtiön työntekijät listasivat 50 Yhdysvaltain vaikutusvaltaisinta radio-DJ:tä, joille toimitettiin säännöllisesti uusia levyjä¹⁰³.

4 Postmodernismi yhteiskunnan superstruktuurina

4.1 Postmodernin olemuksesta

Postmodernismi on myöhäiskapitalismin aikakauden filosofinen ja kulttuurinen suuntaus.

Postmodernismi on massamarkkinoiden aikaa, jossa hyvän ja huonon maun rajapinta on häilyvä ja jossa kulttuuri ja kapitalismi tarkoittavat yhtä ja samaa asiaa. Se on levottomuutta ja pinnallisuutta ajassamme, joka kyseenalaistaa menneisyyden suuret kertomukset ja uskon edistykseen. Ernest Mandelin myöhäiskapitalismin varaan postmodernismin teorian rakentaneen Fredric Jamesonin mukaan postmoderni kulttuuri ei luo mitään uutta, vaan pikemminkin imitoi menneisyyden kuolleita tyyliä. Se ei kuitenkaan taivu miksiäkään selvärajaiseksi suuntaukseksi, vaan se on pikemminkin jonkinlaista hahmotonta globaalin kapitalismin heijastumaa. Ekonomisoituminen, byrokraattinen valvonta, sekä valtion ja suurpääoman sulautuminen (*interpenetration*) toisiinsa ovat sille leimaa antavia piirteitä.¹⁰⁴

Jo *postmodernismin* itsessään viittaa määrittelemättömään ja epäitsenäiseen aikakauteen/kulttuuriin. Termiä aukeaa parhaiten vertailuna johonkin itsenäiseen, kuten vaikkapa puntaroidessa sen suhdetta modernismiin tai konservatismiin. Huysen näkee ensimmäisiä merkkejä postmodernismista 1950-luvun lopulla, mutta katsoo termin valtavirtaistuneen 1970-luvulla.¹⁰⁵ Postmodernismin kärjessä kulkevat globaaleilla markkinoilla toimivat mediakonglomeraatit, joiden kasvulle ei pitkään aikaan näyttänyt olevan mitään rajoja. Samalla uskonto ja muut perinteiset kulttuuri-insituutiot ovat menettäneet auktoriteettiasemaansa kaupallisille brändeille. Vaikka ylikansalliset levy-yhtiöt ovat

¹⁰² Dowd 2005, 213-214.

¹⁰³ Anderson 2004, 235, 241; DeVeaux 1997, 302.

¹⁰⁴ Jameson 1991, xii-xxiii, 9, 16-17; Postmodernismi: Jyväskylän yliopisto 2020.

¹⁰⁵ Huysen 1986, 183-184.

myös kulttuuri-instituutioita, ne ovat kuitenkin ensisijaisesti pörssiyhtiöitä, joiden oletetaan tuottavan voittoa omistajilleen.

4.2 Indielevy-yhtiöt rock-vallankumouksen esitaistelijoina

Musiikkimarkkinat säilyivät suurimpien levy-yhtiöiden ohjauksessa 1930-luvulta aina 1940-luvun loppuun asti, jonka jälkeen markkinoita hallitsevat Victor, Columbia ja myöhemmin joukkoon liittyneet **Capitol** ja **Decca** alkoivat menettämään markkinaosuuksiaan pienille levy-yhtiöille. Kun neljän suurimman levy-yhtiön osuus vuonna 1949 top 10-hiteistä oli 89 prosenttia, niin 1950-luvun loppuun mennessä niiden osuus oli pudonnut 34 prosenttiin.¹⁰⁶ Muutoksen takana oli kaksi keskenään vuorovaikutteista ilmiötä: rock-kulttuurin syntyminen ja uusien radioasemien nousu. Yhdysvaltain telehallintovirasto oli myöntänyt nihkeästi uusia radiolupia, mutta II maailmansodan jälkeen se purki sääntelyään ja myönsi lukuisia uusia toimilupia. Uusia radioasemia nousi sadoittain: kun vuonna 1946 Yhdysvalloissa oli 55 autorisoitua FM radioasemaa, niin vuonna 1950 niitä oli jo 732.¹⁰⁷ 1940-luvun lopulla syntynyt rhytm & blues- ja muutamaa vuotta myöhemmin syntynyt rock-musiikki levisivät ennen kaikkea näiden vastaperustettujen pienten radioasemien välityksellä. Samalla II maailmansodan jälkeen syntynyt talouskasvu näkyi myös äänitealalla ja kokonaislevymyynti kolminkertaistuu Yhdysvalloissa vuosien 1954 ja 1959 välillä 200 miljoonasta 600 miljoonaan¹⁰⁸. Myynnin kasvu muutti musiikkiteollisuuden ekonomista järjestystä ja tallenne palasi alan tärkeimmäksi tuotteeksi¹⁰⁹.

Radiota, televisiota ja levyteollisuutta hallitsevat mediajättiläiset CBS ja NBC (ent. RCA) olivat oligopolistisesta valta-asemastaan käsin kyenneet sanelemaan äänitealan kurssin. Ne hallitsivat musiikkimarkkinoita vertikaalisesti ja horisontaalisesti, eikä niiden ulkopuolelta tulevalla musiikilla ollut niille erityisempää merkitystä. Pienet levy-yhtiöt ja radioasemat löysivät kuitenkin markkinaraon 1940-luvun lopulla syntyneestä R&B- ja siitä muutamaa vuotta myöhemmin kehittyneestä rock -kulttuurista. Suuret levy-yhtiöt puolestaan pitivät rock-musiikkia liian rahvaanomaisena ja säädyttömänä ilmiönä heidän valkoisille keskiluokkaisille asiakkailleen. Ne reagoivat rock-musiikkiin samoin kuin kaikkiin niiden vaikutuspiirin ulkopuolelta syntyneisiin ilmiöihin: ylenkatsomalla ja vähättelemällä uuden ilmiön merkitystä. Rock-musiikki oli niiden

¹⁰⁶ Coase 1979, 314; Tschmuck 2006, 94, 98.

¹⁰⁷ The Evolution of FM Radio: Journal of Broadcasting 1962, 209.

¹⁰⁸ Tschmuck 2006, 90.

¹⁰⁹ Tschmuck 2006, 109.

näkökulmasta tilapäinen markkinahäiriö, jota vastaan ne ryhtyivät kampanjoimaan yhdessä konservatiivisten oikeistopoliitikkojen kanssa, varoittaen sen moraalialia rappeuttavista vaikutuksista. Suurten levy-yhtiöiden negatiivinen asenne selittyi epäilemättä niiden konservatiivisella asenteella, mutta ennen kaikkea käytännön syillä. Useimmat suurten levy-yhtiöiden pop-artisteista olivat pitkällä viiden vuoden sopimuksilla, eikä niiden liiketoimintasuunnitelmissa otettu riittävässä määrin huomioon niiden vaikutuspiirin ulkopuolella syntyneitä trendejä. Toisaalta Tschmuck epäilee suurten levy-yhtiöiden asenteen selittyvän mahdollisesti myös sukupolvien konfliktilla, jossa vastakkain olivat suurten levy-yhtiöiden ikääntyneet toimitusjohtajat ja nuoret riippumattomien levy-yhtiöiden perustajat ¹¹⁰. Musiikkimarkkinoiden kehitys oli kulkenut suurten levy-yhtiöiden sanelemilla ehdoilla. Suurten levy-yhtiöiden työnjaossa popmusiikki oli jaettu selvärajaisiin genreihin, jossa eri jaostot vastasivat eri genrejen tuotannosta ja markkinoinnista. Vastaavasti radiokanavien dj:llä oli samanlainen työnjako. ¹¹¹ Eri genrejä ja mustaa ja valkoista musiikkia yhdistelevä rock ei sopinut byrokraattisesti järjestäytyneiden suurten levy-yhtiöiden liiketoimintamalleihin ja sitä oli vaikea sijoittaa mihinkään aiemmin luotuun genrelaattikkoon. Rock tuli niiden ydinosamisen ulkopuolelta, eikä niillä ollut ilmiön tuotteistamiseen vaadittavaa symbolista pääomaa.

R&B- ja rock-kulttuurin nousun myötä musiikkimarkkinoille nousi sadoittain uusia indielevy-yhtiöitä, joiden merkittävimpiin nimiin kuuluvat **Atlantic** ja **Imperial**. Atlanticin ja Imperialin juuret olivat R&B:ssa, josta rock'n roll kulttuuri sittemmin versoi. Yhdysvaltain Turkin suurlähettilään pojat Ahmet ja Nesuhi Ertegun järjestivät jazz-konsertteja suurlähetystön tiloissa ja musiikkiharrastus muuttui ammatiksi, kun Ahmet perusti yhtiökumppaneidensa Herb ja Mariam Abramsonin kanssa Atlantic Recordsin vuonna 1947. Yhtiö keräsi jo toimintansa alussa monia sittemmin legendaarisiksi nousseita artisteja talliinsa kuten Ray Charlesin, Aretha Franklinin ja Otis Reddingin. Atlantic ei valikoinut artistejaan myyntilukujen toivossa, ja ajalle epätyypillisesti suuri osa sen artisteista oli mustia.

"We started Atlantic simply because we wanted to sign a few artists whose music we liked and make the kind of records that we would want to buy." - Ahmet Ertegun. ¹¹²

Musiikki oli Atlanticille muutakin kuin elinkeino ja rahantekoväline; se oli perustajien harrastus ja intohimon kohde. Tämä vapautti Atlanticin harjoittamaan toimintaansa omalla tavallaan, eivätkä

¹¹⁰ Tschmuck 2006, 123-124.

¹¹¹ Kellner 2008, 5.

¹¹² Tschmuck 2006, 94; The Record Man: Ahmet Ertegun, Founder of Atlantic Records: Atlantic Records 2020.

äänitealan totutut säännöt sitoneet sitä. Yhtiön ensisijaisena tarkoituksena oli tuottaa laadukasta musiikkia, eikä niinkään tavoitella voittoa. Kun alan käytäntönä 1940-luvulla oli maksaa artisteille 2 prosentin royalteja, niin Atlantic keräsi hyvää mainetta artistien keskuudessa maksamalla artisteilleen 3-5 prosentin rojalteja. Se oli monessakin mielessä edistyksellinen yhtiö, joka mm. otti myös jo vuonna 1949 käyttöön 33 1/3 rpm lp-levyt, kun alan standardina oli tuolloin vielä 78 rpm -levyt.¹¹³ Samoihin aikoihin sellakkalevyt väistyivät vähitellen vinyylilevyjen tieltä. II maailmansota oli rajoittanut pääasiassa Intiasta kerättävän sellakan saatavuutta ja ääniteala oli pakotettu etsimään vaihtoehtoisia materiaaleja¹¹⁴.

Atlantic halusi profiloitua vakavan ja taiteellisesti korkea-arvoisen musiikin levy-yhtiönä, jolle musiikki tuli aina ensin. Kun RCA ja Columbia tavoittelivat julkaisuillaan ensisijaisesti valkoista yleisöä, niin Ertegun ohjeisti tuottaja **Jerry Wexleriä** toteuttamaan Atlanticin julkaisuja ensisijaisesti afroamerikkalaista yleisöä ajatellen. Ertegun palkkasi sittemmin Rock & Roll Hall of Fameen nousseen Wexlerin ennen kaikkea hänen taiteellisen visionäärisyytensä ansiosta, ei liiketoiminnallisten ansioiden vuoksi. Wexlerillä oli tutkinto journalismissa ja hän oli aiemmin toiminut Billboard -lehden toimittajana, jossa hän mm. lanseerasi rhythm and blues -termin sen nykyään tunnetussa kontekstissaan. Hän halusi korvata sillä aiemmin käytössä olleen ”race records” -termi, jonka sisältämä rasistinen varaus oli ajan arvojen tasa-arvoisen kehittymisen myötä muodostunut taakaksi. Atlanticissa menttiin musiikki edellä ja Wexler antoi tuottamiensa artistien toteuttaa mahdollisimman vapaasti näkemyksiään, ennemminkin kuin olisi ohjannut heitä johonkin tiettyyn suuntaan.¹¹⁵

Rock ja R&B olivat mustaa kulttuuria, jota esittivät mustat artistit. Kun jokin R&B -laulu osoittautui suosituksi, suuret levy-yhtiöt teettivät 1920-luvun tapaan kappaleesta valkoisen artistin esittämän cover-version. Rock-musiikki koki vastustusta ennen kaikkea siksi, että se koettiin mustien musiikiksi. Rock-musiikin nousu ja rotuerottelupolitiikan loppuminen (1954) ajoittuivat samoihin aikoihin. Rotuerottelun loppumisesta huolimatta Yhdysvallat ei muuttunut tasa-arvoiseksi yhteiskunnaksi ja kesti vielä pitkään ennen kuin suuret levy-yhtiöt hyväksyivät rock-musiikin. Markkinajohtaja RCA:n huomio kuitenkin kiinnittyi mustaa ja valkoista musiikkia tavalla yhdistelevään Elvikseen, josta myös Atlantic oli kiinnostunut. Markkinaosuuksien lasku pakotti RCA:n reagoimaan laskeviin markkinaosuuksiin ja se näki Elviksessä mahdollisuuden uuteen nousuun. RCA voitti Atlanticin tarjouskilpailussa ja Elvis solmi sopimuksen RCA:n kanssa vuonna

¹¹³ Edwards & Callahan 2000.

¹¹⁴ The history of 78 RPM recordings: Yale University Library 2020.

¹¹⁵ Cohn 1993, 314; Weber 2008.

1955. On kuvaavaa, että rockin ensimmäiseksi supertähdeksi nousee valkoihoinen Elvis mustaihoisen **Little Richardin** sijasta, jolla oli levytyssopimus RCA:n kanssa jo vuonna 1951. Little Richard voitti kykykilpailun palkintona sopimuksen RCA:n kanssa, mutta heikon levymyynnin takia sopimusta ei uusita ja Richardin ura RCA:lla jäi lyhyeksi.¹¹⁶ Little Richardin tähti syttyi kuitenkin vuonna 1955, kun **Specialty** -indielevy-yhtiö oivaltaa tämän potentiaalin ja julkaisi lopulta miljoonia myyneen *Tutti Frutti* -singlen¹¹⁷.

4.3 Elviksen tuotteistaminen

Toisen maailmansodan jälkeen nähtiin ennennäkemätön talouden nousukausi, joka mahdollisti myös nuorisokulttuurin ja konsumerismin nousu. Arvojen liberalisoitumisen yhteydessä rotuerottelupolitiikka joutui Yhdysvalloissa ahtaalle ja se todettiin perustuslainvastaiseksi vuonna 1954. Ajan arvot kiteytyivät countrya, gospelia, R&B:tä, poppia ja rockia omalla autenttisella tavallaan mustaa yhdistelleessä Elvis Presleyssä. Elviksen ”That’s All Right, Mama” päätyi WHBQ-radiokanavan soittolistalle, jonka jälkeen radiokanavan puhelimet ruuhkautuivat fanien yhteydenotoista. Heti seuraavana päivänä kappaleen julkaiselle indielevy-yhtiö Sun Recordsille alkoi satamaan tilauksia ja Elvis nousi kansalliseen kuuluisuuteen.¹¹⁸ Sun Recordsin rahkeet eivät kuitenkaan riittäneet valjastamaan Elviksen koko potentiaalia. Sillä oli myös taloudellisia ongelmia, ja se oli lopulta pakotettu luopumaan kuumimman artistinsa sopimuksesta. Elviksen kanssa sopimuksen solminut RCA ei aiemmin ollut osoittanut kiinnostusta rockia kohtaan, pikemminkin päinvastoin. Yhtiö näki kuitenkin Elviksessä mahdollisuuden saavuttaa takaisin menettämiään markkinaosuuksia.

RCA:n markkinointikoneisto otti kaiken irti uudesta suojatistaan ja vuonna 1956 Elvis nähtiin ja kuultiin keikoilla, televisiossa, radiossa ja televisiossa. Pelkästään vuonna 1956 RCA julkaisi Elvikseltä 4 pitkäsoittoa ja 59 singleä¹¹⁹. Lisäksi Elviksen kasvoilla ja nimellä myytiin kulutustuotteita aina huulipunista ja kengistä tuhkakuppeihin ja matkalaukkuihin¹²⁰. Sun Recordsilla Elvis tuli tunnetuksi seksuaalisesti flirttailevasta esiintymisestään ja kapinallisesta imagostaan. Viihdeteollisuus ryhtyi kuitenkin maltillistamaan Elviksen imagoa, jotta tämä ei olisi karkottanut konservatiivista yleisöä pois. Laskelmoivasti Elviksen haluttiin tavoittavan mahdollisimman laaja yleisö ja vähitellen viihdeteollisuuden koneisto hioi hänen imagostaan – tai

¹¹⁶ Tschmuck 2006, 104-105.

¹¹⁷ Browne 2020; O’Dell 2020.

¹¹⁸ Williamson 2015, 111; Kellner 2008, 11.

¹¹⁹ Elvis Presley: Discogs 2020.

¹²⁰ Pakes 2020.

brändistään särmikkyuden pois. Samalla se tarkoitti autenttisuuden menetystä ja Elviksestä tuli perheystävällisempi versio omasta itsestään.¹²¹

Kapinallinen rock-artisti Elvis oli uransa alussa valmis haastamaan yhteiskunnan luutuneita arvoja rajoja rikkovalla ja seksuaalista energiaa uhkuvalla esiintymisellään, mutta uransa loppupuolella hän oli viihdeteollisuuden ja kaupallisten yhteistyökumppaneiden kesyttämä viihdyttäjä. Vuonna 1968 Elvis teki yhteistyössä NBC:n kanssa sekä katsojien, että kriitikoiden suosion saavuttaneen ”Comeback Special” -tv -ohjelman, joka oli yhdistelmä musikaaleja ja intiimejä live-esiintymisiä. Alun perin spesiaalissa oli mukana puolen tunnin kohta, jossa Elvis on bordellissa. Kohta meni NBC:n sensuuriseulan läpi, mutta se leikattiin kuitenkin pois ohjelmaa sponsoroineen ompelukonevalmistaja Singerin vaatimuksesta¹²². Lopullinen ohjelma kesti 50 minuuttia, joten editoinnilla oli merkittävä vaikutus ohjelman sisältöön. Ohjelman tarkoitus oli virkistää Elviksen uraa ja näyttää hänet uudessa valossa, mutta brändiyhteistyökumppanin saneluvalta ylitti Elviksen integriteetin. Elvis oli läpi uransa lähipiirinsä ohjaama eikä koskaan päässyt hyödyntämään täyttä potentiaaliaan. Tämä kiteytyi tapauksessa, jossa lauluntekijä-tuottajakaksikko Jerry Leiber ja Mike Stoller esittelivät aikoinaan Elviksen lähipiiriin kuuluneelle Jean Abernachille elokuvaprojektin, joka heidän mielestään piti saada Elviksen nähtäväksi. Abernach ilmeisesti tulkitse Leiberin ja Stollerin tulleen jotenkin hänen reviiirilleen ja pitkän hiljaisuuden jälkeen varoitti heitä enää koskaan puuttumasta ”*Elvis Presleyn nimellä tunnetun prosessin taloudelliseen ja taiteelliseen toimintaan*”.

123

4.4 Payola-skandaali

Elviksen massiivinen suosio yksin ei riittänyt palauttamaan suurten levy-yhtiöiden menetettyjä markkinaosuuksia. Suuret levy-yhtiöt eivät vielä 1950-luvulla lämmenneet rockille, vaikka Elviksen kerrotaan yksin vastanneen neljännessä koko RCA:n myynnistä¹²⁴. Elviksen suosiosta huolimatta suurten levy-yhtiöiden piirissä rockin oletettiin olevan ohimenevä ilmiö, mutta se oli kuitenkin tullut jäädäkseen. Suurten levy-yhtiöiden tärkein kohderyhmä oli perinteisesti ollut valkoinen, keskiluokkainen ja omillaan toimeentuleva aikuinen ihminen. Nuoriso oli noussut suurimmaksi musiikkia kuluttavaksi ryhmäksi, eikä sitä tavoitettu suurten levy-yhtiöiden vanhentuneilla markkinointikampanjoilla. Suuret levy-yhtiöt saivat kaipaamaansa tasoitusta indielevy-yhtiöiden nousua hillitsemään vuonna 1959 nousseen Payola-skandaalin myötä. Payola oli Yhdysvaltain

¹²¹ vrt. Kellner 2008, 12.

¹²² Presley Bordello bit in special becomes a christmas dropout: Variety 1968.

¹²³ Guralnick 2007, 450.

¹²⁴ Tschmuck 2006, 121.

telehallintoviraston tutkima lahjustapaus, jossa radioasemien toimittajia syytettiin lahjuksien vastaanottamisesta. Levy-yhtiöt olivat tarjonneet lahjuksia radioasemien dj:lle, jotta ne soittaisivat niiden toimittamia levyjä ohjelmissaan. Payola -nimi oli yhdistelmä sanoista *pay*, maksaa ja *ola*, joka oli aikakautenaan tyypillinen tuotteiden nimille annettu pääte, kuten RCA Victorin valmistama *Victrola* -musiikkisoitin, *Rock-ola* -jukeboksi, *pianola* ja radiolaitteistoja valmistanut *Motorola* jne.¹²⁵

Payola -tutkimukset käynnistyivät ASCAPin (American Society of Composers, Authors and Publishers) pyynnöstä, joka on suurten levy-yhtiöiden (Decca, Columbia, Capitol, RCA) tekijänoikeusjärjestö. ASCAPin kilpailija oli (ja on) BMI (Broadcast Music, Incorporated), joka profiloitui erityisesti 1950-luvulla pienten riippumattomien levy-yhtiöiden tekijänoikeusjärjestönä. ASCAPin mukaan BMI:n edustaman musiikin menestys selittyi lahjonnalla, joka vääristi musiikkimarkkinoita ja nosti esiin musiikkia, joka ei ollut aidosti ”hyvää”. ASCAPin ja suurten levy-yhtiöiden huolena ei todellisuudessa ollut niinkään payola, vaan huoli menetetyistä markkinaosuuksista. Payola ei nimittäin ollut vielä vuonna 1959 laitonta, vaan pikemminkin alalla vallinnut normikäytäntö. Payolaa vastaavia käytäntöjä tunnettiin jo 1800-luvulta partituurien kaupan yhteydessä, kun taas radioon payola oli levinnyt 1930-luvulla.¹²⁶ ASCAP:n ja suurten levy-yhtiöiden markkinaosuudet ja tulot olivat pudonneet rock-musiikin nousun jälkeen. Sen sijaan, että olisivat itse julkaisseet rock-levyjä, ne käyttivät Yhdysvaltain kongressia työvälineenään pysäyttääkseen rock-musiikin menestyksen. Rock oli kongressin tulkinnan mukaan ”huonoa” ja ”moraalitonta” musiikkia, jonka leviämisen takana oli moraaliton lahjontakulttuuri. Kongressiedustaja Mossin mukaan ”hyvä musiikki ei tarvinnut payolaa”.¹²⁷

Payola-skandaali koetteli erityisesti indieyhtiöitä, joiden nousu oli perustunut pitkälti payolan kautta saatuun näkyvyyteen, ja ne olivat eläneet symbioosissa pienten radioasemien kanssa. Samaan aikaan suurten levy-yhtiöiden markkinointi puolestaan nojasi ensisijaisesti top 40 -soittolistoja pyörittäviin formaattiradioihin. Kun suosion edellytyksenä oli radion kautta saatu näkyvyys, ne kykenivät käytännössä yhdessä päättämään mikä on suosittua musiikkia ja mikä taas vastaavasti jää radiosoiton ulkopuolelle. Top 40 -soittolistaradioiden tarkoitus ei ollut tarjota monipuolista musiikkia, eikä myöskään valistaa kuulijoita. Ne pyörittivät rotaatiolla samoja kappaleita ja musiikin tarkoitus oli puhtaan kaupallinen ja käytännöllinen. Formaattiradiokonseptin tarkoitus oli tuoda kanavalle kuulijoita, jotka puolestaan mahdollistivat mainosajan myymisen yrityksille.

¹²⁵ payola: Online etymology dictionary 2020.

¹²⁶ Coase 1979, 269-270; Cowen 1998, 166; Repeyneck 2006, 698-699.

¹²⁷ Coase 1979, 295, 312; Weinstein 2015,

Vilkko nostaa esimerkkinä väitöskirjassaan radiotoimittaja Gordon McLendonin, joka halveksui rock-musiikkia, mutta soitti sitä ohjelmissaan, koska tiesi sen tuovan kuulijoita.¹²⁸

Tämänkaltaisessa massoja koskiselevassa toimintakulttuurissa ei nähdä taiteellista riskinottoa ja musiikkikulttuuri muuttuu staattiseksi. Pienet radioasemat eivät kyenneet kilpailemaan suurten kanssa, joten ne tarjosivat markkinoille sitä, mitä suuret eivät tarjonneet. Aikakauden kiinnostavin ja innovatiivisin musiikki lähtikin kehittymään formaattiradion ulkopuolelta. Pienten radioasemien ja riippumattomien levy-yhtiöiden symbioosi mursi 1950-luvun puolivälin jälkeen suurten hegemonian ja nosti esiin uusia tähtiä valtavirran ulkopuolelta, kuten Bo Diddleyn, Chuck Berryn ja Buddy Hollyn. He edustivat sitä laajaa perustaa, jonka päälle rock-kulttuuri muovautui. Rockin keskeisimmäksi ilmentymäksi nousseen Elviksen rooli oli merkittävä, mutta hän oli vain yksi osa laajempaa rock-vallankumousta, joka luotiin pääasiallisesti riippumattomien levy-yhtiöiden ja pienten radioasemien välisessä yhteistyössä¹²⁹.

Payola henkilöityi vahvasti tv-juontaja Dick Clarkiin, sekä erityisesti radiojuontaja Alan Freediin, jotka olivat vastaanottaneet levy-yhtiöiden lahjuksia. Freed sai rangaistuksena kolmensadan dollarin sakot rikollisen lahjonnan vastaanottamisesta., sillä payola julistettiin laittomaksi vasta siitä nousseen skandaalin *jälkeen*. Freedin maine oli tuomion jälkeen mennyttä, eikä yksikään radio- tai tv-kanava palkannut häntä enää töihin. Rock'n roll -termin ensimmäisenä lanseerannut mies kuoli viisi vuotta myöhemmin yksin ja unohdettuna.¹³⁰ Payolan jälkeen käytännöt muuttuivat ja radioasemat ohjasivat musiikkivalintoja koskevan päätösvallan dj:ltä radioaseman johdolle. Tämä vähensi asiantuntemusta musiikkivalinnoissa ja johti kehityksen takaisin kohti top-40 -formaattiradiota ja suurten levy-yhtiöiden komentoa. Alan Freedistä vielä mainittakoon, että hän ei kertoman mukaan koskana soittanut musiikkia, josta hän ei myös aidosti pitänyt¹³¹. Freed sai myöhemmin ansaitsemansa kunnianpalautuksen, kun hänet nostettiin Rock And Roll Hall of Fameen. Rock and Roll Hall of Fame sijoitettiin Alan Freedin kunniaksi Clevelandiin, jossa hän eli uransa keskeisimmät vaiheet ja järjesti myös historian ensimmäisen rock-konsertin¹³².

¹²⁸ Vilkko 2010, 94-95.

¹²⁹ vrt. Cowen 1998, 167.

¹³⁰ Broven, 2009, 458-459; Fong-Torres 2020.

¹³¹ Broven 2009, 459.

¹³² Sheerin 2012; Duke, 2014.

4.5 Rockin normalisointi ja musiikkimarkkinoiden vakiintuminen

1950-luvulla neljän markkinoita johtavan levy-yhtiön joukko kasvoi kuudeksi ¹³³. CBS-Columbia, RCA Victor, Capitol ja Decca saivat rinnalleen **MGM:n** ja **Mercuryn**. Toisin kuitenkin kuin 1940-luvulla, rock-musiikin noususta ja lisääntyneestä kilpailusta johtuen suurimmat levy-yhtiöt eivät enää muodostaneet oligopolia. Niiden markkinaosuuksien putoaminen ei kuitenkaan kerro koko totuutta musiikkimarkkinoista. Suuret levy-yhtiöt omistivat edelleen levyjä valmistavat tehtaot ja kontrolloivat jakelua, josta pienet levy-yhtiöt olivat riippuvaisia. Tässä näkyy yksi keskeinen ero pienten ja suurten levy-yhtiöiden välillä: suurten ansaintalogiikka ei ole yksin levymyynnistä kiinni, ja niille tallennekauppa on vain yksi toimiala muiden joukossa, joka tekee ne pieniä levy-yhtiöitä sietokykyisemmiksi markkinaosuuksien laskulle. Vaikka suuret levy-yhtiöt menettivät hetkellisesti markkinaosuuksiaan 1950-luvulla, ne kykenivät tuotanto- ja jakelukoneistonsa ansiosta säilyttämään markkinoita kontrolloivan asemansa.

Payola-skandaalista huolimatta rock-musiikin myynti ei osoittanut maltillistumisen merkkejä. 1960-luvulle tultaessa myös RCA Victorissa ja CBS Columbiassa ymmärrettiin rockin tulleen jäädäkseen ja ne alkoivat kiinnittämään rock-artistejä. CBS Columbian artistivalinnoista pääasiassa vastannut A&R Mitch Miller halveksi rock-musiikkia ja piti Columbian erillään rock-musiikista aina vuoteen 1962 asti, jolloin hän rock-musiikin halveksunnastaan huolimatta kiinnitti Columbialle sen ensimmäisen rock-artistin Dion DiMuccin ¹³⁴. Aiemmin 1950-luvulla konservatiivinen Miller oli käännyt levytyssopimusta hakeneen Buddy Hollyn, joka loi sittemmin näyttävän uran Deccalla ja sen alla toimineella näennäisen itsenäisellä Coral -levy-yhtiöllä. Vuoteen 1965 tultaessa rock-musiikki jatkoi nousuaan ja Millerin oli aika lähteä CBS Columbialta.

Musiikin kulutus jatkoi kasvuaan: vuonna 1960 levyjä myytiin 600 miljoonaa ja vuosikymmenen lopussa myytiin jo 1,6 miljardia levyä ¹³⁵. RCA Victorin ja Elviksen välisestä sopimuksesta oli kulunut kymmenen vuotta, kun se kiinnitti seuraavan merkittävän rock -bändinsä Jefferson Airplanen vuonna 1965 ¹³⁶. RCA Victor ja CBS Columbia olivat ainoina suuret levy-yhtiöiden joukosta säilyneet itsenäisinä. Kinney Corporation osti Warner Bros. Records, Atlantic ja levy-yhtiö Atlantic ja Reprise -levy-yhtiöistä koostuvan yhtiökokonaisuuden vuonna 1969, mutta uusi omistaja antoi kuitenkin Atlanticia alusta asti menestyksekkäästi luotsanneen Ahmet Ertegünin jatkaa yhtiön

¹³³ Tschmuck 2006, 94, 99.

¹³⁴ Gnerre 2017.

¹³⁵ Tschmuck 2006, 115.

¹³⁶ Tschmuck 2006, 121.

johdossa entiseen tapaan. Kinneyn omistamat Warner, Elektra ja Atlantic (WEA) muodostivat yhteisen koalition, jonka myötä Atlantic sai leveämmät hartiat musiikkimarkkinoilla operoimiseen. Sillä oli suurten levy-yhtiöiden skaalaedut, mutta indielevy-yhtiön sielu. Vuosikymmenien aikana saavutettu menestys oli kerryttänyt Atlanticille symbolista pääomaa, joka teki siitä kiinnostavan ja halutun levy-yhtiön artistien silmissä. Suuret levy-yhtiöt saattoivat tarjota rahakkaampia sopimuksia, mutta Atlantic tarjosi yksilöllisempää kohtelua ja paremmat olosuhteet taiteelliseen kehittymiseen.

Globalisaation edetessä myös Japanin ulkomaalaisten yritysten omistusta ja toimilupia koskevaa säätelystä purettiin 1967 ja CBS oli ensimmäisten joukossa pyrkimässä Japanin kasvaville markkinoille. Se löysi yhteistyökumppanikseen elektroniikkayritys Sonyn, joka oli mullistanut viihde-elektroniikkamarkkinat ensimmäisellä kannettavalla TR-63 -transistoriradiollaan. AT&T:n Bell Labsin kehittämä transistori korvasi aiemmin radiossa käytetyn elektroniputken, joka mahdollisti sen muuntautumisen kooltaan kompaktimmaksi ja mobiiliksi laitteeksi. Monopoliasemastaan nauttiva AT&T ei halunnut ärsyttää kilpailuviranomaisia ja päätti sen takia lisensoida transistorin 25 000 dollarin hintaan, johon tarjoukseen tuolloin vielä pieneksi yritykseksi luettava Sony tarttui.¹³⁷ Transistoriradio teki suuren vaikutuksen Applen perustaja Steve Wozniakiin, joka on nimennyt sen kaikkien aikojen lempilaitteekseen. Transistoriradiosta muodostui Wozniakille standardi, jota vasten hän on sittemmin arvioinut laitteiden käyttökelpoisuutta: sen pitää soveltua osaksi arkea. Transistoriradio oli myös tärkeä osa rock'n roll -vallankumousta, joka mahdollisti nuorten musiikinkuuntelun makuuhuoneissa, autoissa ja ylipäätään suojassa vanhempien paheksuvilta katseilta.¹³⁸

Sony avasi CBS:lle portin Japanin markkinoille ja CBS puolestaan tarjosi Sonylle mahdollisuuden liiketoimiensa vertikaaliseen laajentamiseen. CBS:n ja Sonyn yhdessä muodostama levy-yhtiö CBS/Sony Records Inc. perustetaan vuonna 1968. Sony näki musiikin arvokkaana lisänä ja tukena ydinliiketoiminnalleen. Hardwaren lisäksi se halusi tuottaa ”softwarea”, musiikkia valmistamilleen laitteille.¹³⁹ Philips on toinen teknologiayritys, joka hankki samoihin aikoihin jalansijan äänitealalta. Samoin kuin Sonyssa, myös Philipsissä nähtiin hardwaren arvon riippuvan saatavilla olevasta softwaresta. Hollantilaisen Philipsin omistama Philips' Phonographische Industrie NV ja saksalaisen Siemensin omistama Deutsche Grammophone ryhtyivät yhteistyöhön vuonna 1950, tavoitteenaan Euroopan suurin levy-yhtiö. Philips osti lisäksi Mercury Recordsin vuonna 1964, joka

¹³⁷ Pennings 2011.

¹³⁸ Bruner 2012. Taylor 2020.

¹³⁹ CBS/Sony Records is Established in First Round of Capital Deregulation: Sony 2020.

toimii Philipsin alaisuudessa näennäisen itsenäisenä yhtiönä aina vuoteen 1972. Tuolloin se fuusioitiin osaksi Siemensin ja Philipsin yhteishanketta, jonka nimi vaihdettiin **Polygramiksi** ja josta ajan myötä tuli maailman suurin levy-yhtiö.¹⁴⁰

Philips kehitti lisäksi C-kasetin vuonna 1963, joka tosin oli alun perin tarkoitettu musiikkitalenteena toimimisen sijaan toimistokäyttöön sanelujen taltiointiin. Radio oli muuttunut 1960-luvulle tultaessa autojen vakiovarusteeksi. Autoihin oli tuolloin saatavilla myös levysoittimia, mutta ne eivät epäkäytännöllisyytensä takia lyöneet itseään kaupallisesti läpi. Philips esitteli vuonna 1968 autoradion, johon on integroituna C-kasettisoitin. 1970-luvun puoliväliin tultaessa C-kasetin äänenlaatu kehittymisen myötä formaatti yleistyy.¹⁴¹ Vuonna 1979 Sony toi markkinoille Walkmanin, joka lisää C-kasetin arvoa entisestään ja se nousee vinyylilevyjen rinnalle musiikkitalenteiden perusformaatiksi. 1970-luvun lopulle tultaessa samat kuusi levy-yhtiötä johtavat markkinoita, jotka johtivat sitä myös kymmenen vuotta aiemmin: PolyGram, CBS, RCA, EMI, Warner ja MCA¹⁴².

Suuret levy-yhtiöt olivat 1970-luvulle tultaessa institutionalisoineet rockin ja laimentaneet sen kapinallisuuden, mutta Sex Pistols palautti kapinan ja vaaran takaisin musiikkiin. Bändi solmi kahden vuoden mittaisen sopimuksen EMI:n kanssa, jossa bändille maksettiin ennakoon 40000 puntaa. Yhtiön edustajat näkivät bändissä mahdollisuuden rahastaa vasta syntyneellä punk -ilmiöllä, mutta yhtiössä ei tunnettu ilmiötä ja sen edustamaa arvomaailmaa. EMI järjesti bändin osittain omistamansa Thames Television -televisiokanavan Bill Grundyn haastateltavaksi, josta nousi kansallinen skandaali. Grundy suhtautui bändiin ylenkatseellista, johon bändi puolestaan reagoi solvauksin. Esiintymisestä nousi kansallinen skandaali ja yhtiön hallituksen puheenjohtaja Sir John Read joutui rauhoittelemaan EMI:n osakkeenomistajia ja lupasi tehdä ”kaikkensa hillitäkseen Sex Pistolsin julkista käyttäytymistä”. Kontrasti hiljattain aateloituneen ja aiemmin mm. laivaston komentajana toimineen John Readin ja Sex Pistolsin välillä oli huomattava. Paheksunta levisi myös EMI:n levyjä valmistavalle tehtaalle, jossa työntekijät kieltäytyvät valmistamasta Sex Pistolsin levyjä. Televisioesiintymisen jälkeen myös keikkapaikat sulki ovensa bändiltä ja jo aiemmin sovittu kansallinen kiertue työstyi kolmeen esiintymiseen.¹⁴³

EMI:n jälkeen Sex Pistols solmi sopimuksen A&M Records -indieyhtiön kanssa. Bändin manageri halusi julkisuutta sopimukselle ja järjesti bändin ja levy-yhtiön edustajat solmimaan sopimuksen

¹⁴⁰ Bakker 2006, 83, 96.

¹⁴¹ Boxed Philips N2600 -2ND Car Cassette Player: Historic Tech 2020. Weber 2011, 38.

¹⁴² Tschmuck 2006, 136.

¹⁴³ Pithers 2016. Welch 2016.

Buckinghamin palatsin edessä. Todellisuudessa sopimus oli solmittu jo edellisenä päivänä ja julkinen tilaisuus oli vain yksi bändin manageri Malcolm McLarenin julkisuustempauksista. Sopimusta juhlistettiin samana iltana A&M:n toimistolla, jossa bändin jäsenten käyttäytyminen aiheuttaa voimakasta paheksuntaa muissa paikallaolleissa ja yhtiön työntekijöissä. Viikkoa myöhemmin A&M purki sopimuksen ja Sex Pistols oli jälleen ilman levytyssopimusta. McLaren solmi suojatteineen sopimuksen Richard Bransonin omistaman indieyhtiö Virgin Recordsin kanssa, joka oli vain muutamassa vuodessa kehittynyt pienestä levykaupasta suuria levy-yhtiöitä haastavaksi toimijaksi. Bransonin ja McLarenin bisneslogiikassa oli havaittavissa yhtäläisyyksiä: molempien tyyliin kuului perinteisten rajojen rikkominen ja huomiota herättävä epäsovinnaisuus. Virgin Records julkaisi valtavirtamusiikin ulkopuolelta tulevia artisteja, joka oli leimaa antava piirre Bransonin bisneslogiikassa: markkinoiden puutteiden havaitseminen ja paikkaaminen, tai tehdä asioita, joita kukaan muu ei ole aiemmin tehnyt.¹⁴⁴

Sex Pistolsin kaoottisuus oli pintaa, ja pitkälti Malcolm McLarenin ohjaamaa näytelmää. Bändi oli alusta lähtien McLarenin projekti, jonka alkuperäinen tarkoitus oli toimia hänen SEX -putiikkinsa promootiotempauksena. Sex Pistols herätti EMI:n ja A&M:n bisnesvaistot, mutta ne eivät puhuneet kulttuurisesti samaa kieltä, eivätkä ne kyenneet tuotteistamaan bändiä. Virginin brändiin Sex Pistols sen sijaan soveltui, eikä bändin yhteiskuntavastaisuus tuottanut sille ongelmaa.

1980-luvulle tultaessa punkliike kesyyntyi new waveksi. New wave säilytti punkin DIY -estetiikan, mutta karsi siitä vaaran ja aggression. Erlewinen mukaan punkin kaupallistumisen oli lopulta vääjäämätöntä¹⁴⁵. Lyhytikäiseksi trendiksi jääneestä punkista ei lopulta syntynyt rockin kaltaista disruptiivista innovaatiota, jolla olisi haastettu suurten levy-yhtiöiden valta. Johnny Rotten, Glen Matlock, Steve Jones ja Paul Cook seisoivat aidosti asiansa takana, mutta eivät nähneet heihin kohdistuvaa ohjausta – kuin ehkä vasta lopussa. Rotten päätti bändin viimeisen keikan San Franciscossa 14. tammikuuta 1978 spiikkiin ”*Ever get the feeling you've been cheated? Good night!*”

146.

¹⁴⁴ Sex Pistols: On A&M Records 2020; A&M Records History: A&M Records 2020; Hesse 2012; Schawbel 2014.

¹⁴⁵ Erlewine 2010.

¹⁴⁶ The Sex Pistols - No Fun: Youtube 2014.

5 Musiikkiteollisuuden ekonomisoituminen

5.1 MTV ja supertähtikultuurin synty

Reaganin ja Thatcherin 1980-luvun alussa nostama uusliberalismin aalto pyyhkii myös yli musiikkiteollisuuden. 1980-luvulla musiikin markkinointikulut nousivat, joka asetti paineita etsiä uusia kanavia lisäarvon keräämiseen. Levy-yhtiöt arkailivat kuluttajahintojen nostamista ja ratkaisuna oli kerätä lisää tekijänoikeuskorvauksia¹⁴⁷. C-kasettimyynti tuotti tuloja äänitealalle, mutta myös tappioita kopioinnin muodossa. Levy-yhtiöiden näkökulmasta jokainen kopio tarkoitti menetettyjä myyntituloja. Mm. Cusic, Faulk ja Lambert ovat havainneet alkuperäistallenteiden kopioinnin ja myynnin vähenemisen välisen yhteyden. Ilmiö oli havaittavissa ensin C-kasettien ilmaannuttua markkinoille ja uudelleen verkkomusiikin P2P -jakelun myötä, vaikkakaan kopioinnin vaikutukset myyntiin eivät ole suoraan yksi yhteen -suhteessa.¹⁴⁸

Äänitealan kanta kopiointiin oli kuitenkin yksiselitteisen kielteinen ja se ryhtyi kansainvälisesti kampanjoimaan laittomaksi määrittelemäänsä kopiointia vastaan. Kampanjointi johti myös Suomessa vuonna 1984 lakiin yksityisen kopioinnin hyvityksestä, joka tunnetaan paremmin ”kasettimaksuna”. Se määrittiin kaikille tallennusominaisuuksia sisältäville laitteiden maahantuojille ja myyjille, joka lisättiin tuotteen hintaan ja tuli siten lopulta kuluttajan maksettavaksi.¹⁴⁹ Kaiken kaikkiaan kasettimaksu oli jälleen yksi osoitus mediakonglomeraattien vaikutusvallasta julkiseen hallintoon. Kopioinnin vaikutusten tutkiminen myyntiin on kuitenkin haasteellista, sillä siihen vaikuttaa myös lukuisia äänitealan ulkopuolelta tulevia asioita, kuten yleinen taloustilanne ja kotitalouksien käytettävissä olevat varat. Kasettimaksulle ei kuitenkaan löytynyt perusteita myyntilukutilastoilla, jotka lähtivät Walkmanin ja kasetin vauhdittamana nousuun jo vuonna 1982¹⁵⁰.

Kasetin kysynnän kasvuun vaikutti Sonyn vuonna 1979 kehittämän Walkmanin, joka symboloi samalla Sonyn musiikin hardwaren ja softwaren yhdistävässä liiketoimintastrategiaa. Laitetta myytiin 50 000 kpl kahden ensimmäisen kuukauden sisällä, joka ylitti Sonyn odotukset kymmenkertaisesti. Walkmanin vetoavulla kasetti myyntiluvut tuplaantuvat vuosien 1980-1985 välillä ja kasetti ohitti lp-levyn myydyimpänä musiikkitalenteena vuonna 1985.¹⁵¹ Edelleen

¹⁴⁷ Tschmuck 2006, 154.

¹⁴⁸ Cusic, Faulk & Lambert 2005, 21-23.

¹⁴⁹ Vuodesta 2015 lähtien hyvitysmaksu on katettu suoraan valtion budjetista (OKM 2018, 2).

¹⁵⁰ Tschmuck 2006,

¹⁵¹ Haire 2009. Tschmuck 2010.

ääniteala sai vauhtia Philipsin ja Sonyn yhteistyössä kehittämästä CD-levystä, joka esiteltiin yleisölle vuonna 1982. Uuden formaatin ja paremman äänenlaadun myötä sama albumi asiakkaille uudelleen. 1980-luvun uusliberalistinen politiikka purki pääomaa ja kilpailulakeja koskevaa sääntelyä, joka johti pääomien keskittymiseen ja suuryritysten kasvuun. Sen vaikutukset näkyivät myös äänitealalla, jossa suuret levy-yhtiöt ostivat markkinoilta pieniä levy-yhtiöitä.

Pienten levy-yhtiöiden rooli suurten tytäryhtiöinä oli toimia musiikin tuotekehittelyosastoina ja etsiä uusia innovaatioita. Samaan aikaan emoyhtiöt luopuivat useista sopimusartisteistaan ja keskittivät voimavaransa artisteihin, joilla niiden arvion mukaan olisi eniten kaupallista potentiaalia. Keskittämisen ansiosta musiikkiteollisuus tuotti artisteja, joiden suosiolle ei ollut löytynyt vertailukohtaa sitten Elviksen ja Beatlesin. Billy Joel, Prince, Madonna ja Michael Jackson myyivät yhteensä satoja miljoonia albumeita. Michael Jacksonin Thriller -albumi nousi kaikkien aikojen myydyimmäksi albumiksi 66.2 miljoonalla myydyllä kopiolla. RIAAn mukaan tosin varmistetusti myytyjä albumeja on vain 33 miljoonaa, jolloin Thriller olisi toiseksi myydyin albumi Eaglesin ”Their Greatest Hits 1971 – 1975” jälkeen, jota on varmistetusti myyty 38 miljoonaa kappaletta ¹⁵².

Artistien imago muuttui entistä keskeisemmäksi osaksi musiikkia vuonna 1981 perustetun MTV:n myötä, joka toi musiikkiin visuaalisen ulottuvuuden. Levy-yhtiöt olivat aluksi skeptisiä 24/7 musiikkivideoita pyörittävää tv-kanavaa kohtaan, mutta MTV:n suosio ylitti lopulta optimistisimmatkin arviot. MTV:n jälkeen musiikin oli käytännössä mahdotonta nousta listoille ilman musiikkivideota, joiden estetiikka lainasi vahvasti mainosmaailmasta. ¹⁵³ Musiikkivideoiden tuotanto vaati huomattavaa taloudellista panostusta, joka entisestään pelasi pieniä levy-yhtiöitä pois markkinoilta ja vastaavasti vankisti suurten levy-yhtiöiden asemaa. Kun MTV aloitti 1981, sillä oli käytössään vain 250 musiikkivideon reservi, mutta kanavan suosion noustessa levy-yhtiöt alkavat tuottamaan enemmän ja enemmän musiikkivideoita ¹⁵⁴. The Bugglesin ”Video Killed A Radio Star” on ensimmäinen kanavalla esitetty musiikkivideo, jonka budjetti oli People -median mukaan 50 000 dollaria ¹⁵⁵. Kaksi vuotta myöhemmin Michael Jacksonin Thriller -musiikkivideolla oli jo 900 000 dollarin budjetti. Thriller teki MTV:stä kulttuurisen ja kaupallisen voiman, joka mahdollisti suosittujen artistien nousemisen megasuosioon. ¹⁵⁶ Levy-yhtiöissä huomioitiin Thrillerin keräämä huomio ja musiikkivideoiden tarjonta lisääntyi. Kilpailun lisääntyessä videoiden piti erottua päästäkseen MTV:n rotaatioon ja samalla musiikkivideoiden budjetit paisuivat. Vuosi Thrillerin

¹⁵² Wyman 2013.; Gold & Platinum News: RIAA 2020.

¹⁵³ Tschmuck 2006, 153-154.

¹⁵⁴ MTV Turns 20: Voice Of America 2009.

¹⁵⁵ Meet the Buggles: People 2001.

¹⁵⁶ Hebblethwaite 2013.

jälkeen ilmestynyt Duran Duranin Wild Boys nousi Thrillerin ohi maailman kalleimmaksi videoksi miljoonan dollarin budjetillaan.¹⁵⁷

MTV kasvatti indieiden ja suurten levy-yhtiöiden välistä eroa entisestään, sillä harvalla indielevy-yhtiöllä oli tuohon aikaan varaa musiikkivideon. Musiikkimarkkinoiden 1960-luvun alussa alkanut keskittäminen jatkui yhtäjaksoisena läpi 1980-luvun, kun suuret levy-yhtiöt ostivat pieniä ja innovatiivisia levy-yhtiöitä markkinoilta. Polygram suurimpana omisti lopulta yli 100 levy-yhtiötä, jotka toimivat vaihtelevan itsenäisinä emoyhtiönsä alaisuudessa. Kansallisten musiikkimarkkinoiden erityispiirteissä saattoi olla suuriakin eroja, joten niitä ei ollut järkevä asettaa yhden ja saman toimintamallin alaisiksi. 1980-luvun lopulla Top 100 -listalle päätyneistä albumijulkaisuista 96 % oli kahdeksan suurimman levy-yhtiön tuotantoa. Samoin listoille päätyvien uusien artistien lukumäärä putosi 1970-luvun luvuista. Kun 1970-luvulla Top 100-listojen päätyneistä artisteista n. 45 prosenttia oli uusia nimiä, niin 1980-luvulla luku oli pudonnut n. 33 prosenttiin.¹⁵⁸

Mainoksia muistuttavat musiikkivideot tekivät bändeistä ja artisteista brändejä, jotka edelleen myivät symbolista pääomaansa ulkopuolisille brändeille. Pepsi teki vuonna 1989 viiden miljoonan dollarin arvoisen sopimuksen Madonnan kanssa kahden minuutin mainosvideosta, jonka ääniraidalla soitettiin Madonnan Like A Prayer -kappaletta. Yhtiö päätyi kuitenkin vetämään mainoksensa pois Madonnan musiikkivideon ympärille syntyneen kuohunnan takia, jossa Madonna mm. suuteli mustaihoista pyhimystä ja jonka kuvituksena käytettiin palavia ristejä. Video aiheutti pahennusta uskonnollisissa piireissä ja Amerikan perheyhdistystä johtava pastori Wildmon julisti Pepsin boikottiin. Pepsi pelästyi kohua ja yhtiön edustaja Tod MacKenzie antoi julkisuuteen lausunnon, jonka mukaan Pepsin tarkoitus ei ollut ”huolestuttaa” tai ”hämmäntää” ihmisiä mainoksillaan¹⁵⁹. Reaktio oli tyypillinen Pepsin kaltaiselle suuryhtiölle, jotka parhaimmillaan saattavat käyttää miljardeja dollareita mainontaan ja brändinsä hiomiseen. Ne varjelevat brändejään ja varovat ottamasta osaa mihinkään sellaiseen aktiviteettiin, joka saattaisi isolla rahalla luodun brändin ristiriitaiseen valoon. Suuryritysten brändäystä leimaa riskittömyys ja moraalinen kliinisyys, kun taas rock- ja pop -kulttuuria oli perinteisesti leimannut kantaaottavuus ja arvoliberaalius.

Korporatisoituminen, CD:n lanseeraaminen ja MTV olivat 1980-luvun musiikkiteollisuuden keskeisimpiä vaiheita. Talouden uusliberalisoituminen ja myöhäiskapitalismin vaikutukset näkyivät

¹⁵⁷ Caulfield 2014.

¹⁵⁸ Lopes 1992, 61.

¹⁵⁹ Pepsi Cancels Madonna Ad: New York Times 1989.

myös musiikkiteollisuudessa pääomien keskittymisenä. Sony osti vuoden neuvottelujen jälkeen vuonna 1988 CBS Recordsin, jonka kauppahintana oli kaksi miljardia dollaria ¹⁶⁰.

Transistoriradion, Walkmanin ja CD:n markkinoille tuonut yhtiö halusi entistä suuremman roolin äänitealan software -markkinoilla. Audiolaitteiden ohella Sony valmisti videonauhureita ja muuta liikkuvaan kuvaan liittyvää teknologiaa ja vuosi Columbian oston jälkeen Sony osti myös Columbia Picturesin 3.4 miljardin dollarin hintaan ¹⁶¹. Uudelle vuosikymmenelle siirryttäessä Sony oli täysin omavarainen mediantuottaja ja hallitsi vertikaalisesti musiikin ja videon arvotuotantoketjua.

Kuusi suurta ylikansallista levy-yhtiötä vuonna 1988 olivat Polygram, Warner Music Group (WMG), Bertelsmann Music Group (BMG), MCA, Thorn EMI ja CBS Records. Vuonna 1989 musiikkialalla koettiin vielä toinen massiivinen fuusio, kun pääasiassa printtimediaan keskittynyt Time Inc. osti Warnerin, josta muodostui maailman suurin mediayhtiö ¹⁶². Indielevy-yhtiöt toimivat 1980-luvulla mediakonglomeraattien ja MTV:n varjossa ja ne loivat oman valtavirtamarkkinoiden ulkopuolella toimivan fanzinejen, underground- ja collegeradioiden varaan rakennetun verkoston. Indielevytuottaja Joe Carduzzi vertasi tuolloista riippumattomien pienlevy-yhtiöiden ja suurten yhtiöiden välistä asetelmaa ”maasodankäynniksi ydinasevoimia vastaan”. ¹⁶³ Lukuisat pienet innovatiiviset levy-yhtiöt päätyivät suurempien omistukseen, joka oli tosin ollut äänitealalla leimaavaa aina sen alkuhistoriasta lähtien ¹⁶⁴.

5.2 Grungen nousu ja tuho

1990-luvun suurin musiikillinen innovaatio grunge nousi kuin vastavoimana 1980-luvun supertähtikulttuurille. Grunge-liikkeen ideologiaan kuului askeettisuus ja kulutuskulttuurin vastustaminen. Mitä vähemmän käytti rahaa vaatteisiinsa, sitä uskottavampi ja ”coolimpi” oli ¹⁶⁵. Musiikkilehtien kansia kuvittivat kirpputorilta ostettuihin flanellipaitoihin, revittyihin farkkuihin ja suuriin saappaisiin pukeutuneet grungetähdet. Pieni budjetti näkyi myös grunge -musiikin tuotannossa, jonka soundeille oli tunnuksenomaista ”likaisuus” ja hiomattomuus ¹⁶⁶. Mitä vähemmän soundeja piti hioa, sitä halvemmaksi studio tuli. Supertähtien siloiteltujen brändien sijaan autenttiset ja pelkistetyt yksilöt olivat nyt huomion kohteina. Seattle oli grungekulttuurin keskus, jonka alueelta syntyi Nirvanan ohella myös muita aikakauden suuria nimiä, kuten

¹⁶⁰ Richter & Knoedelseder jr., 1987.

¹⁶¹ Richter 1989.

¹⁶² Norris 1989.

¹⁶³ Azerrad 2001, 3.

¹⁶⁴ esim. Kotilainen 2020.

¹⁶⁵ Strong 2011, 19.

¹⁶⁶ Anderson 2007, 24; Strong 2011, 18.

Soundgarden ja Pearl Jam. Grunge syntyi ja kasvoi suurten levy-yhtiöiden vaikutusvallan ulkopuolella, valtavirtamusiikista irrallisena ilmiönä.

Grungen ukkosenjohdattimena toimi seattlelainen indielevy-yhtiö Sub Pop, jonka listoilta löytyi edellä mainittujen bändien lisäksi myös sellaisia suuria nimiä kuin L7 ja Mudhoney. Sub Popin perustaja Bruce Pavittin visiona oli tuoda asiakkaansa osaksi levy-yhtiön yhteisöä, jossa artistien ja bändien välillä ei ollut jakolinjoja. Yhtiön eetoksena oli osoittaa, että artistit eivät ole teollisesti valmistettuja tuotteita, vaan että bändit ja fanit yhteisesti muodostama, elävää ja hengittävää yhteisöä. Sub Popin juuret menevät Pavittin collegeradiossa vuonna 1979 pitämään ohjelmaan ”Subterranean Pop”, jonka ohella hän perusti seuraavana vuonna samannimisen fanzin. ¹⁶⁷ Grungen suosio ei luonnollisesti jäänyt huomaamatta suurilta levy-yhtiöiltä, jotka halusivat osingolle. Nirvanan Nevermind -albumin demo päätyi Sonic Youthin Thurston Mooren ja Kim Gordonin käsiin, jotka toimittavat sen Warnerin alaisuudessa Geffenin A&R Gary Gershille. Demo herätti kiinnostusta myös muissa levy-yhtiöissä, mutta bändi tarttui Gershin tarjoukseen. Gersh lunasti Nirvanan sopimuksen Sub Popilta ja bändi listautui Warnerin ja Geffenin alaisuudessa toimivalle DGC Recordsille ¹⁶⁸.

Rahaa enemmän Nirvanan valintaan vaikutti se, että DGC:n listoilla oli heidän arvostamansa Sonic Youth. Sonic Youth oli (ja on) indiehengen ruumiillistuma, huolimatta heidän siirtymisestään DGC:lle. DGC:n sopimus oli antanut Sonic Youthille täydellisen taiteellisen vapauden, jonka ansiosta bändi kykeni säilyttämään integriteettinsä. Annettuaan täydellisen taiteellisen vapauden Sonic Youthille DGC otti taloudellisen riskin, mutta arvioi bändin avulla keräämänsä symbolisen pääoman kompensoivan mahdollisia taloudellisia tappioita. DGC tavoitteli sopimuksellaan pidemmän tähtäimen etuja, jotka ajan myötä realisoituisivat myös taloudelliseksi pääomaksi. Se osoitti suurelle levy-yhtiölle epätyypillistä kykyä nähdä symbolisen pääoman merkitys taloudellisen pääoman luomisessa. 1980-luvulla Nirvanan ja DGC:n sopimus osoitti yhtiön taktiikan toimivuuden, sillä bändi myi sittemmin 75 miljoonaa albumia. ¹⁶⁹ Nirvanan menestys tuli tosin yllätyksenä DGC:lle, sillä Nevermindin ensipainos oli ainoastaan 40 000 kpl ¹⁷⁰.

Grungen antikonsumeristinen ideologia asetti aikakauden nuorille kulttuuriset normit ja ihanteet. Kapitalismi onnistuu kuitenkin taivuttamaan minkä tahansa asian tai aatteen myytäväksi tuotteeksi, eikä grungekaan ollut siltä suojassa. Cobainin ja levy-yhtiön ja välille syntyi kitkaa, kun tämä

¹⁶⁷ Azerrad 2001, 421. Gray 2012.

¹⁶⁸ Wiederhorn 2020.

¹⁶⁹ Azerrad 2001, 233; Gupta 2013.

¹⁷⁰ Strong 2011, 17.

haluavansa menettää osan kannattajistaan ja myydä uutta levyään edellistä levyä vähemmän ja levyn tuottajaksi Cobain halusi raaosta soundeistaan tunnetun Steve Albinin. Levy-yhtiön edustajien pahastuminen oli ehkä aiheetonta, sillä Strong toteaa tämänkaltaisten kapinallisten lausuntojen lisäävän bändin kulttuurista pääomaa, joka päinvastoin näkyisi myös bändin kaupallisen potentiaalin lisääntymisenä.¹⁷¹ Lopullinen albumi oli kuitenkin paitsi taiteellinen, myös kaupallinen menestys, sillä albumia on myyty sittemmin 15 miljoonaa kopiota¹⁷².

Yhdysvaltalainen tavarataloketju Walmart kuitenkin kieltäytyi myymästä In Uteroa, jonka se katsoi olevan liikkeen arvojen vastainen. Levyn takakannessa oli graafisesti tyylitelty kopio Cobainin itsensä laatimasta kollaasista. Kollaasissa esiintyvät sikiöt olivat Walmartille liikaa, samoin albumin kappaleen nimi ”*Rape me*”. Walmartin osuus Yhdysvaltojen levymyynnistä In Uteron julkaisuvuonna 1994 oli 10 prosenttia, joten sen linjauksia ei voinut ohittaa olankohautuksella. Sen sijaan Walmartille yhden artistin levyn myymisellä tai myymättä jättämisellä ei ollut kymmenien miljardien liikevaihdolla toimivalle yritykselle käytännössä mitään merkitystä, vaikka kyse olisi kuinka suositusta artistista tahansa.¹⁷³ On helppo ajatella, että Walmartilla olisi yksityisenä yrityksenä oikeus saada päättää siitä mitä se myy. Todellisuudessa se oli – ja on edelleen yhteiskunnallinen ongelma. Kilpailulakien höllentäminen oli johtanut pienten erikoiskauppojen häviämiseen ja Walmartin kaltaisten jättiläisten nousuun. Kun Walmartin liikevaihto oli vuonna 1980 miljardi dollaria, niin vuonna 2019 se oli 524 miljardia dollaria¹⁷⁴. Walmartin kasvun takana näkyikin Reaganin kaudella käynnistynyt talouden säännöstelyn purkaminen. Kaksi vuotta In Uteron jälkeen Walmart kieltäytyi myymästä Sheryl Crown nimialbumia, koska yhtiö ei pitänyt ”*Love is a Good Thing*” -kappaleen sanoituksista:¹⁷⁵

“Love is a Good Thing”: “Watch out sister/Watch out brother/Watch our children as they kill each other/with a gun they bought at the Wal-Mart discount stores.”

Mikäli levy – tai mikä tahansa muu tuote ei vastaa Walmartin ”perhearvoja”, se poistetaan hyllystä. Walmartilla ja kaltaisillaan megaketjuilla on merkittävä valta kuluttamastamme kulttuurista. DGC Records ja Nirvana taipuivat Walmartin perhearvovaatimuksille ja ketjua varten teetetään versio, jossa sikiöiden kuvat oli poistettu. Levyn sisältöön Walmart ei vaatinut muutoksia ja kiistanalainen kappale *Rape me* säilyi koskemattomana, sen sijaan takakanteen kappaleen nimeksi painettiin ”*Waif me*”. Cobain ja Novoselic selittivät taipumistaan sillä, että he olivat itse kotoisin pienestä

¹⁷¹ Strong 2011, 43–44.

¹⁷² Sexton 2020; Kaufman 2018.

¹⁷³ Klein 2015, 180–182.

¹⁷⁴ Annual report: Walmart 2020.

¹⁷⁵ Bates & Philips 1996.

kaupungista, jossa ainoat levykaupat olivat Walmart ja Kmart, eivätkä he halunneet rajoittaa pienestä kaupungista kotoisin olevien nuorten mahdollisuuksia heidän levynsä hankkimiseen ¹⁷⁶.

Grunge tuotteistaminen syveni, kun supermallit kuten Naomi Campbell ja Kate Moss esittelivät catwalkeilla grungesta inspiraationsa saaneita vaatteita ja luksustavaratalo Bergdorf Goodman veloitti grunge-tähtien kierrätyskauppa -lookia jäljittelevistä villamyssyistä 175 dollaria ¹⁷⁷. Samalla myös Sub Pop kaupallistui. Se ryhtyi imitoimaan suurten levy-yhtiöiden toimintatapoja ja investoi kymmeniä tuhansia dollareita bändiensä musiikkivideoihin. Investoinnit kuluttivat yhtiön kassaa kiihtyvällä tahdilla ja vuonna 1995 Sub Pop hakee vakavaraisuutta myymällä Warnerille 49 prosentin osuuden yhtiöstä 20 miljoonan dollarin hintaan. Yhtiötä johtaneiden Bruce Pavittin ja Jonathan Ponemanin välille syntyy näkemyseroja, kun Poneman halusi yhtiön kasvavan ja laajentuvan. Pavitt puolestaan koki itsetarkoituksellisen kasvun vaarantavan koko yhtiön, jonka liikeidea oli hänen mielestään DIY -henki ja yhteisöllisyys.

Kiistely johti Pavittin vetäytymiseen yhtiön operatiivisesta johdosta ja Poneman jää yksin vetovastuuseen. Seuraavina vuosina yhtiö tekee huonoja sijoituksia, eikä sen vainu bändien suhteen ole enää entisensä. ”Pimeiden vuosiksi” kutsumansa aikakauden jälkeen yhtiö palasi siihen, mikä oli alun perinkin sen idea – yhteisöllisyyteen ja kulttuurisen pääoman vaalimiseen. Poneman kertoi tuon ajanjakson aikana oppineensa, miten yhteisöllisyyden varaan rakentavat bändit päätyvät suuruuteen, ennemmin kuin ne, jotka pyrkivät nopeaan rahastukseen. ¹⁷⁸ Jälkeenpäin Poneman on kertonut katuvansa koko Warner -kauppaa ja jos se olisi mahdollista, hän peruisi koko kaupan. Warner on kuitenkin sittemmin antanut Sub Popille sen kaipaamaa itsenäisyyttä, joka on myös Warnerin etujen mukaista: ilman kaupallisia paineita levy-yhtiö kykenee omalla luontaisella toimintatavallaan tuottamaan parhaan laadullisen ja kaupallisen tuloksen. Yksi autenttisuuden tunnusmerkeistä on rehellisyys itseään kohtaan, avoimuus, kykeneväisyys omien heikkouksien myöntämiseen. Virheiden myöntäminen on edellyttänyt tilintekoa paitsi itselle, myös Sub Popin yhteisölle. Poneman kuvasi taannoin Sub Popin historiaa alun viattomuudesta sen huippuvuosina tapahtuneeseen viattomuuden menetykseen ja lopulta sen takaisin saamiseen. ¹⁷⁹ Tänäpäin Sub Popin artistit edustavat useita eri genrejä, aina New Orleans -jazzista ammentavasta Preservation Hall Jazz Bandista skeittikulttuurista ammentavaan indie pop -artisti Yunoon. Ympyrä sulkeutui, kun vuonna 1988 ensilevytyksensä Sub Popille tehnyt Mudhoney palasi takaisin Sub Popille 2000-luvun alussa.

¹⁷⁶ Gordinier 1994.

¹⁷⁷ Anderton 2019.

¹⁷⁸ Murphy 2018; Nelson & Segal 2018; Hann 2013.

¹⁷⁹ Memorandum: Sub Pop 2008.

5.3 Ääniteala finanssitalouden pyörteissä

Äänitealan keskittyminen eteni, kun miljardien dollareiden monialakonglomeraatiksi kasvaneen Virginin levy-yhtiötoiminnot myytiin vuonna 1992 Thorn EMille miljardin dollarin hintaan, joka oli yksi musiikkialan historian suurimmista kaupoista. Virgin oli markkinoiden viimeinen merkittävä indieyhtiö. Kaupan myötä Thorn EMI nousi kolmen suurimman levy-yhtiön joukkoon Polygramin ja Warner Music Groupin rinnalle. Thorn EMIn pääjohtaja kommentoi Virginin säästävän jatkossa 34 miljoonaa dollaria vuosittain uuden omistajan hoitaessa tuotannon ja jakelun, jotka Virgin oli aiemmin ulkoistanut ulkopuolisille yhtiöille.¹⁸⁰ Suuret levy-yhtiöt ja niiden takana vaikuttavat konglomeraatit hallitsivat CD-levyjen valmistuksen ohella myös musiikintoistovälineiden kauppaa, ja niillä oli vakiintuneet suhteet valtamediaan. Mm. Virginin tuottajana toimineen 1980- ja 1990-luvulla toimineen Jon Websterin mukaan levy-yhtiöistä tuli 1990-luvulla jatkuvien voittojen myötä laiskoja ja lihavia¹⁸¹. Alaa vaivasi lyhytnäköisyys ja johtajat olivat huolissaan lähinnä seuraavan kvartaalin voitoista.

Vuosikymmenen puolivälissä äänitealan mannerlaatat liikkuvat jälleen, kun viskistään tunnettu monialakonglomeraatti Seagrams osti vuonna 1995 teknologiayritys Matsushitan omistaman 80 prosentin osuuden MCA -levy-yhtiöstä 5,7 miljardilla dollarilla. Kaupan mukana seurasi MCA:n omistama Universal -elokuvastudio. Seuraavana vuonna Seagrams nimeää MCA:n elokuvayhtiön mukaisesti Universal Music Groupiksi, yhdistäen elokuvan ja musiikin saman brändin alle.¹⁸² Seagrams jatkoi äänitealan valloittamista ja osti Polygramin Philipsiltä vuonna 1998 10.6 miljardilla dollarilla ja kaupan varmistuttua Seagrams ilmoitti välittömästi massiivisista irtisanomisista. Kun Polygramin työntekijät palasivat kaupan jälkeen töihin, heitä vastassa olivat vartijat, joiden valvonnassa irtisanotut työntekijät keräsivät omaisuutensa ja ohjattiin poistumaan talosta. N. 3000 Polygramin työntekijää ja puolet yhtiön 200 bändistä saivat lähtöpassin. Seagramin mukaan irtisanomisilla tavoiteltiin parempaa kustannustehokkuutta ja 300 miljoonan dollarin vuosittaisia säästöjä.¹⁸³ Yksi Polygram -kaupan jälkeen irtisanotuista oli (Polygramin omistaman) A&M:n toimitusjohtaja Al Cafaro, joka kommentoi uuden omistajan toimintaa seuraavasti:

*"The record business is changing fundamentally. Don't think that there are calm seas on the other side of this threshold ... It's a Wall Street world now. Get ready."*¹⁸⁴

¹⁸⁰ Our timeline: Virgin 2020; Fabrikant 1992.

¹⁸¹ Lynskey 2015.

¹⁸² Bates 1996.

¹⁸³ Strauss 1998; Hundreds of Jobs Lost in Universal Mega-Merger: Rolling Stone 1999.

¹⁸⁴ Hilburn, Boucher & Philips 1999.

Polygramin ostettua A&M -indielevy-yhtiön vuonna 1989 yhtiölle luvattiin edelleen täysi autonomia. Yhtiön perustanut Jerry Moss tiesi kuitenkin asioiden muuttuvan, kun uudet omistajat maalasivat The Tubes -bändin studiorakennuksen seinälle maalaamat muraalit peittoon. Samoin yhtiön toimistoja suljettiin ja toimintaa ”virtaviivaistettiin”. Moss ja A&M:n toinen perustaja Herb Alpert olivat vaatineet kauppasopimukseen liitettäväksi erityisen integriteetin takaavan klausuulin, jota he katsoivat Polygramin toimillaan rikkoneen. Klausuulin rikkomisen lisäksi A&M:n entiset omistajat vaativat Polygramilta n. 6 miljoonan dollarin korvauksia maksamattomista ansioista.¹⁸⁵ Oikeudenkäynnin aikana Polygram myytiin edelleen Seagramille ja yhtiön vaihdettua nimeä syyte siirtyi Universal Musicille. Seagramin uudelleenjärjestelyjen tuloksena A&M:n toiminta lopetettiin ja sen jäljelle jääneet osat fuusioitiin osaksi Interscopea, joka vaihtoi nimekseen Interscope Geffen A&M Records.

Integriteetti-klausuulissa Polygram oli sitoutunut pitämään A&M:n toimintoja yllä 20 vuotta, jolla haluttiin taata myös artisteille työrauha. Universalin sopimusrikko oli näin ollen varsin selkeä. Vuonna 2003 oikeuden päätös velvoitti Universalin uuden omistajan **Vivendin** maksamaan 200 miljoonan dollarin korvaukset A&M:n entisille omistajille.¹⁸⁶ Seagram ei enää tuolloin omistanut Universalia, sillä Seagrams -yhtiön toimitusjohtaja Edgar Bronfman Jr. myi johtamansa Seagram -yhtiön ranskalaiselle Vivendille ja sai vastineeksi paikan Vivendin varatoimitusjohtajana. Siihen asti Seagrams oli ollut Bronfmanin perheen omistama konglomeraatti, jonka Bronfman Jr.:n isoisä oli nostanut maailman suurimmaksi alkoholirytykseksi. Vivendin toimitusjohtajan pettää lupauksensa Vivendin ja Seagramin yhdistämisestä ja lopulta myy Seagramin, aiheuttaen Bronfmanin perhedynastialle 3 miljardin dollarin tappiot.¹⁸⁷

Polygram-Seagram-Vivendi -kauppojen jälkeen äänitealan korporatisoituminen jatkoi 1980-luvulla alkanutta kehitystä. Seagramin toimesta Polygramilta ja sen hallitsemilta alamerkeiltä poistui mittava määrä historiaa, perinteitä ja osaamista. Vuosikymmenien aikana kerätty symbolinen pääoma hävitettiin yhdellä iskulla Seagramin toimesta. Fuusioiden myötä purettu A&M oli aikoinaan maailman suurin indielevy-yhtiö, joka julkaisi niin taiteellisesti, kuin myös kaupallisesti menestyvää musiikkia. Musiikkia, joka ei sopinut valtavirtayhtiöiden julkaisupolitiikkaan ja antoi oman panoksensa rikkaamman musiikkikulttuurin puolesta. Samaan aikaan kun viidennes Polygramin työntekijöistä irtisanottiin, äänitealalla mitattiin kaikkien aikojen paras tulosvuosi, joten

¹⁸⁵ Del Barco, 2012.

¹⁸⁶ Leeds 2003.

¹⁸⁷ Samuel Bronfman: The Canadian Business Hall of Fame 2020; Killoran 2016.

irtisanomisille ei ollut taloudellisia perusteita. Vuosittaisten säästöjen tavoittelu tarkoittikin käytännössä suurempien vuosittaisten voittojen tavoittelua.

Kun Polygram ja MCA yhdistettiin Universalin alle, pääomien keskittyminen jatkui ja kuuden suuren levy-yhtiön ryhmä kutistui vuonna 1999 viideksi suureksi. Suurten levy-yhtiöiden markkinakontrolli ei myöskään perustunut täysin puhtaille keinoille, kuten Yhdysvaltain kauppakomission vuonna 2000 julkaistusta raportista kävi ilmi. Kauppakomissio osoitti kuuden suuren (joka tutkinnan valmistuttua oli kutistunut viideksi) syyllistyneen kilpailulakien rikkomiseen ja hallitsevan markkina-aseman väärinkäyttämiseen. Suurten levy-yhtiöiden ja suurten jälleenmyyntiketjujen välillä oli laadittu markkina-asemaa väärinkäyttäen sopimus, joka kielsi jälleenmyyjä mainostamasta alennuksessa olevia CD-levyjä sanomalehdissä ja televisiossa. Mainostaminen oli kielletty myös liikkeiden sisätiloissa. Mainoskiellolla levy-yhtiöt halusivat estää hintasodan, joka painaisi CD-levyjen hinnan alas ja se satoi ne levy-yhtiöiden asettamiin vähittäisohjehintoihin. Vastineeksi levy-yhtiöt lupautuivat osallistumaan levyjen markkinointiin. Mikäli taas liike toimi sopimuksen vastaisesti, levy-yhtiöt jäädyttivät markkinoinnin rahoittamisen. Käytännössä liike saattoi siis menettää satojen tuhansien dollareiden promootiomaksut.

Yhdysvaltain kauppakomission puheenjohtaja Robert Pifotsky kuvaili tapausta esimerkkinä Reaganin ja Clintonin hallinnon erilaisista kilpailulakien tulkintalinjauksista. Hänen mukaansa kauppakomissio ei 1980-luvulla kyseenalaistanut vastaavanlaisia sopimuksia kertaakaan ja yhtiöiden toiminta oli muuttunut askel askeleelta rohkeammaksi. Kauppakomissio ei kuitenkaan nostanut syytteitä asiassa, vaan se pääsi asiassa sopuun osapuolten kanssa, siitäkin huolimatta, että se katsoi sopimuksen johtaneen 500 miljoonan dollarin tappioihin kuluttajille. Markkina-aseman väärinkäytökset eivät myöskään muuttaneet kilpailuviranomaisten näkemyksiä äänitealan fuusioihin tai alan sääntelyyn ylipäätään.¹⁸⁸ Osavaltioiden syyttäjät nostivat kuitenkin tapauksessa kanteen viittä suurinta levy-yhtiötä vastaan, jotka tuomittiin vuonna 2002 yhteensä 143 miljoonan dollarin korvauksiin. Korvauksista 67.3 miljoonaa dollaria tuomittiin maksettavaksi osavaltioille, joka jakoi ne edelleen kuluttajille. Edelleen levy-yhtiöt tuomittiin jakamaan 5.5 miljoonaa CD-levyä erilaisille julkishallinnollisille laitoksille ja yhdistyksille, joiden arvoksi laskettiin 75.7 miljoonaa dollaria.¹⁸⁹ Musiikkimarkkinoiden keskittyminen ja fuusiot jatkuvat läpi 2000-luvun. Viiden suuren joukko kutistuu neljäksi, kun Sony ja BMG yhdistyvät vuonna 2004 Sony BMG Music Entertainment -yhtiöksi. Vuonna 2008 Sony osti Bertelsmannin ulos ja yhtiön nimi vaihtuu Sony Music

¹⁸⁸ Labaton 2000.

¹⁸⁹ Holguin 2002; CD Price Fixing Suit Settled For \$143 Million: Billboard 2002.

Entertainmentiksi.¹⁹⁰ Kaupan myötä Sonyn juuret ulottuivat äänitealan alkujuurille asti. CBS -kaupan myötä se oli jo aiemmin saanut haltuunsa Columbian ja BMG:n myötä se hallitsi nyt myös Victor Talking Machinen perintöä.

EMI -levy-yhtiön kohtalo puolestaan osoittaa suurten levy-yhtiöiden kyvyttömyyden tulkita jo alkanutta digitaalista vallankumousta ja sen vaikutusta äänitealalle. Yhtiö teki Mariah Careyn kanssa yhden musiikkihistorian suurimmista sopimuksista, jossa EMI sitoutui maksamaan 66 miljoonaa puntaa viidestä albumista hetkellä, jolloin musiikin digitalisoituminen oli jo johtanut CD-myyntin laskuun. Yhtiön talouden heikentyminen kiihtyi ja EMI palkkasi toimitusjohtajakseen aiemmin Polygramilla toimineen Alain Levyn, joka tuoreeltaan kritisoi yhtiön holtitonta taloudenhoitoa ja johtajien ”ylellisiä palkkoja ja elämäntyyliä”. Levy ryhtyi irtisanomaan yhtiön työntekijöitä ja purkamaan sopimuksia artistien kanssa. Careyn sopimus EMI:n kanssa kesti vain vuoden ja viiden albumin sopimus katkaistiin yhden albumijulkaisun jälkeen. Carey oli jo aiemmin vastaanottanut ennakkomaksun sopimuksesta, jonka ohella hän kuittaa vielä irtisanomiskorvauksen. Näin ollen yhden albumin kustannukset EMI:lle olivat yli 35 miljoonaa puntaa.¹⁹¹

Episodi oli osoitus suurten levy-yhtiöiden vauhtisokeudesta musiikkialan historian suurimman rakennemuutoksen kynnyksellä. Careyn sopimuksen jälkeen ja tapauksen olisi pitänyt olla osoitus liian pitkien ja suurien sopimusten riskeistä yhtiölle, joka on jo muutenkin tappiokierteessä. Careyn sopimuksen jälkeen taloon tullut Levy oli kuitenkin valmis ottamaan riskin uudelleen ja solmii vielä suuremman 80 miljoonan punnan sopimuksen Robbie Williamsin kanssa, joka sai sopimuksen julkistamistilaisuudessa Williamsin kiljahtamaan olevansa nyt rikkaampi kuin villeimmissä unelmissaan¹⁹². Sopimus erosi kuitenkin yksityiskohdiltaan Careyn sopimuksesta ja se osoitti EMI:n oivaltaneen digitaalisen vallankumouksen jälkeisen ajan vaativan levy-yhtiöiltä uudenlaisia ratkaisuja ja ansaintalogiikkaa. Williamsin ja EMI:n välinen sopimus kattoi tämän kuusi seuraavaa albumia ja erosi perinteisistä levy-yhtiöiden sopimuksista siinä, että levyjen ohella EMI sai osuuden myös Williamsin fanituotteista, julkaisuoikeuksista ja kiertuetuloista. Se oli urauurtava sopimus ja vastaavia on sittemmin ryhdytty kutsumaan 360 -sopimuksiksi.¹⁹³

Rohkea sopimus osoittautui tuottoisaksi EMille, mutta ei pelasta sitä sen syöksykierteeltä. Rajuista sopeuttamistoimenpiteistä huolimatta Levy ei saanut käännettyä EMI:n kurssia voitolliseksi, vaan yhtiön tappiokurssi synkeni vuosi vuodelta. Vuonna 2006 nähtiin vielä pieni nousu, mutta heti

¹⁹⁰ Kaplan 2008.

¹⁹¹ James, 2002; Burkeman 2002.

¹⁹² Sullivan 2002.

¹⁹³ Marshall 2010, 78-79.

seuraavana vuonna kurssi romahtaa pohjalukemiin ja Levy irtisanotaan 2007.¹⁹⁴ Johtamansa yhtiön tappioista huolimatta Levy oli yksi Iso-Britannian korkeimmin palkatuista johtajista. Levylle maksetaan yli miljoonan punnan bonukset irtisanomistaan edeltävänä vuonna, jonka ohella hän oli nauttinut mittavista työsuhde-eduista, kuten esimerkiksi omasta autonkuljettajasta. Irtisanomisen yhteydessä Levy kuittasi vielä 4.6 miljoonan punnan erorahat, joka syvensi EMIn taloudellista ahdinkoa entisestään. Konkurssikypsä EMI päättyi sijoitusyhtiö Terra Firman omistukseen vuonna 2007. Terra Firman omistaja Guy Hands kertoi muuttavansa EMIn virtaviivaisemmaksi, jonka ansiosta EMI voi jatkossakin tehdä ”loistavaa musiikkia taloudellisesti kannattavalta ja kestävältä pohjalta”. Yhtiö lähtee hakemaan uutta nousua irtisanomalla lähes 2000 työntekijää, joka on kolmannes koko EMIn henkilökunnasta. Guy Hands ajautui riitoihin omien artistiensa kanssa vaatiessaan heitä työskentelemään lujemmin rahojensa eteen. Radiohead oli yksi EMIn bändeistä, joka irtisanoi sopimuksensa Guy Handsin päädyttyä yhtiön johtoon. Radioheadin kitaristi Ed O’Brienin mukaan uusi johto ei yksinkertaisesti ymmärtänyt musiikkialaa, eikä bändillä siten ollut muita vaihtoehtoja.¹⁹⁵ Myös 30 Seconds to Mars -bändi halusi irtautua EMiltä, mutta yhtiö haastoi bändin oikeuteen ja vaati siltä 30 miljoonan dollarin korvauksia sopimusrikosta. Bändin nokkahahmo Jared Leto kertoi heidän myyneen EMille kaksi miljoonaa albumia, josta bändi ei ollut saanut penniäkään rojalteja.¹⁹⁶

Guy Hands ja Terra Firma eivät lopulta saaneet nostettua EMIä sen ahdingosta. Vuonna 2008 EMIn kurssi lähti muiden levy-yhtiöiden tavoin hienoiseen nousuun, mutta se johtui enemmänkin digitaalisen myynnin ja suoratoistokanavien suosion yleisestä noususta kuin Handsin toimenpiteistä. Lopulta miljardien veloissa oleva yhtiö kaatui Handsia rahoittaneen investointipankki Citigroupin käsiin. Universal, Warner ja Sony havittelivat sittemmin Citigroupin omistukseen päätyttyä EMIä. Warner ryhtyi hintakilpailusta pudottuaan kampanjoimaan Universalin kauppaa vastaan. Myös indielevy-yhtiöiden ja kuluttajasuojajärjestöjen edustajat heräsivät vastustamaan kauppaa, jotka kokivat Universalin ja Sony:n vallan kasvavan kaupan myötä kohtuuttomaksi. Universal ja Sony puolestaan yrittivät hälventää pelkoja tuomalla esiin Applen ja Amazonin vallan musiikin hinnanmuodostuksessa. Edelleen yhtiöt argumentoivat piratismiin lisänneen kuluttajien valtaa musiikkimarkkinoilla, joka pakottaisi yhtiöitä pitämään musiikin hinnan alhaisena.¹⁹⁷ Yhdysvaltain kuluttajasuojajärjestön (Consumer Federation of America) mukaan

¹⁹⁴ EMI profit to slide 20%: CNN Money 2001; Cassy 2002; EMI Music. Revenues of Emi Music from 2003 to 2010: Statista 2010.

¹⁹⁵ EMI set to cut up to 2,000 jobs: BBC News 2008; Robinson 2007.

¹⁹⁶ Kreps 2008.

¹⁹⁷ Bartz 2012.

musiikkiala oli tiivis oligopoli jo ennen Universalin ja EMIn kauppaa, joka puolestaan keskittäisi valtaa entisestään. Tiiviin oligopolistinen markkinarakenne olisi kuluttajien etujen ja kilpailulakien vastainen ja CFA odotti Yhdysvaltain kauppakomission estävän fuusion. CFA tulkitsi suurten levy-yhtiöiden tekijänoikeudet esteenä äänitealan innovatiivisuudelle, jossa ei tapahdu mitään ilman kolmen konglomeraatin suostumusta. Yhdysvaltain ja Euroopan kilpailuviranomaiset pysyivät johdonmukaisina jo 1980-luvulla alkaneille linjauksille ja näyttivät Vivendi-Universalin ja EMIn fuusiolle vihreää valoa.¹⁹⁸

Warner Recordsin omistaa monialakonglomeraatti Access Industries, jolla on liiketoimintaa aina petrokemian alalta kiinteistö- ja pääomasijoittamiseen. Se on pienin kolmesta markkinoita hallitsevasta levy-yhtiöstä. Toiseksi suurimman levy-yhtiö Sony Records pääasiallinen toimiala on teknologia- ja verkkopalvelutuotteet. Musiikki vastaa karkeasti kymmenesosaa Sonyn liikevaihdosta, mutta sillä on kuitenkin tärkeä rooli yhtiön brändissä, jonka ohella se tukee yhtiön ydinliiketoimintaa¹⁹⁹. Suurin kolmesta on Universal, joka vastaa lähes puolta sen omistavan Vivendin liikevaihdosta ja on sen tärkein toimiala. Vivendi on edennyt kauas alkuperäisestä toimialueestaan, kun se perustamisvuonnaan 1853 aloitti liiketoimintansa vedenjakelun parissa. Sittemmin se on toiminut mm. jätteenkäsittely- ja kuljetusaloilla. Vuodesta 1996 lähtien yhtiö on toiminut keskitetysti viestintä- ja media-alalla, jonka varaan se on rakentanut pitkän arvonmuodostusketjun.²⁰⁰

Oli pörssi-yhtiön toimiala sitten vedenjakelu tai musiikin myyminen, sen tärkein tehtävä on tuottaa voittoa omistajilleen. Napier-Bellin kärjistyksen mukaan äänitealan tärkein tuote ei ole koskaan ollut musiikki, vaan tallenteet: kymmenen sentin vinyylilevykappaleet, joita myytiin kymmenen dollarin hintaan²⁰¹. Vaikka suoratoisto on sittemmin korvannut vinyylit, on alan toimintaperiaate sama. Niiden valta on myös kasvanut suoraan suhteessa niiden kokoon. Kapitalistisen logiikkansa vuoksi pörssi-yhtiöt ajautuvat tasaisin väliajoin lain väärälle puolelle. Kun työntekijöiden tuottavuudesta haetaan uutta tehoa, saattaa yritys syyllistyä työlakien rikkomiseen. Tämä käy ilmi esimerkiksi Sony Computer Entertainment of America oikeustapauksessa vuodelta 2007, jolloin työntekijät vaativat oikeudessa heille kuuluvia ylityökorvauksia, jossa Sony tuomittiin korvaamaan työntekijöille 8.5 miljoonan dollarin ylityökorvaukset. Kyseessä ei ollut mikään yksittäinen hairahdus, sillä Sony on tuomittu 2000-luvun puolella yksin Yhdysvalloissa ainakin 24

¹⁹⁸ Cooper & Griffin 2012, 1,9, 33-34, 51; Sisario 2012.

¹⁹⁹ Financial Statements and Consolidated Financial Results: Sony 2020, F6.

²⁰⁰ The groups origins: Vivendi 2020.

²⁰¹ Napier-Bell 2008.

oikeustapauksessa, jossa yhtiölle on määrätty yhteensä yli 120 miljoonan dollarin korvaukset.²⁰² Sony tuomittiin lisäksi 10 miljoonan dollarin sakkoihin payolasta vuonna 2005²⁰³. Myös Vivendi ja Access Industries on tuomittu korvauksiin eri rikkeistä ja rikoksista 2000-luvulla useammin kuin kerran: Vivendi on tuomittu yhteensä 109 miljoonan dollarin-, ja Access Industries yli 45 miljoonan dollarin korvauksiin²⁰⁴.

5.4 Musiikki brändien sisäänheittotuotteena

Musiikin digitalisoituminen on vaatinut levy-yhtiöitä ansaintalogiikan uudelleenmäärittelyä ja uudessa musiikin ekosysteemissä kaupallisilla yhteistyösopimuksilla on entistä keskeisempi osa. Vivendin brändiosasto Vivendi Village myy ja tuotteistaa Universalin artisteja vastaamaan kaupallisten yhteistyökumppaneiden tarpeita. Universalin oman tutkimuksen mukaan artistien sosiaalisen median tuotantoon sitoudutaan kahdeksan kertaa tehokkaammin muihin kulttuurihahmoihin verrattuna²⁰⁵. Krüger Bridgen mukaan B2B2C (Business to Business to Consumers) -liiketoimintamalli on keskeinen osa äänitealan uutta ansaintalogiikkaa²⁰⁶. B2B2C on yhdistelmä B2B-, (business to business) ja B2C-kauppaa (business to consumers), joka tarjoaa kaupan molemmille osapuolille kanavan oman tuotteen markkinoimiseen. Esimerkkinä B2B2C -kaupasta mainittakoon Vivendin ja The Body Shopille laatima kampanja, jossa The Body Shop maksoi Vivendille hyväntekeväisyyskampanjan laatimisesta.

Vastavuoroisesti Vivendi-Universal sai vastavuoroisesti näkyvyyttä omalle artistilleen niin The Body Shopin-, kuin myös kolmantena osapuolena olleen Launch Housing -hyväntekeväisyysjärjestön hallitsemisessa medioissa.²⁰⁷ Kampanjan avulla The Body Shop tukí Launch Housing -hyväntekeväisyysjärjestön kautta kodittomia ja halusi näin viestiä yhtiön eettisistä arvoistaan. Hyväntekeväisyyskampanjassa Universalin artisti Siala esitti cover-version Crystal Watersin kappaleesta Gypsy woman (She's homeless). Universal omisti jo entuudestaan tekijänoikeudet Gypsy Woman -kappaleeseen, joten kampanja mahdollisti siten Universalille myös vanhan kappaleen uudelleentuotteistamisen. Siala on itsekin asunut turvakodissa, joten The Body Shop tuskin olisi voinut saada autenttisempää keulakuvaa hyväntekeväisyyskampanjalleen. Yritys

²⁰² Shapiro Haber & Urmy LLP 2020; parent company Sony: Good Jobs First 2020.

²⁰³ Sony Settles Payola Investigation: New York State Office 2005.

²⁰⁴ parent company Vivendi, parent company Access Industries: Good Jobs First 2020.

²⁰⁵ Bring, One Green Bean and Havas team up as Vivendi Village: The Music Network 2020.

²⁰⁶ Krüger Bridge 2019, 6.

²⁰⁷ vrt. Business to Business to Consumer (B2B2C): Techopedia 2017.

lupasi lahjoittaa jokaisesta ostetusta tuotteesta 0,03 dollaria, mutta kuitenkin maksimissaan 35000 dollaria.²⁰⁸

Universalin omistaman EMIn artisti Siala nousi julkisuuteen The Voice of Australia -tv-ohjelman finalistina. The Voice -ohjelma on esimerkki suurten levy-yhtiöiden muodostamista pitkistä arvonmuodostusketjuista. Ohjelman finalisti saa Australiassa levytyssopimuksen Universalin, tai jonkun sen omistaman alamerkin kanssa, ja sama käytäntö on myös The Voice of Finlandissa ja useimmissa muissa maissa. The Voicen Australian versio on Endemol Shine Australia -tuotantoyrityksen ohjelma. Endemol Shine Australia puolestaan on ylikansallisen televisiotuotantoyhtiö Banijayn sisaryhtiö, josta Vivendi omistaa kolmanneksen²⁰⁹. Vivendi myy artistin musiikkia Universalin kautta, tv-esiintymisiä Endemol Shinen kautta ja brändiä Vivendi Villagen kautta. The Voicesta itsestään on myös muodostunut brändi: ohjelman esitysoikeudet vuodelle 2021 ostaneen Seven Network -kanavan James Warburton kuvaa ohjelmaa ”megabrändiksi, joka tarjoaa yleisölle maailman parasta televisiota”²¹⁰.

Klein puhuu monimediakanavien välisistä synergiaeduista, joita yritys tavoittelee kierrättäessään tuotettaan läpi monimediakanaviensa muodostamaa ketjua²¹¹. Postmodernin aikakauden artistin pitää kuulostaa hyvältä tallenteella, mutta hänen pitää myös näyttää tarkoituksenmukaiselta, jotta häntä voidaan myydä televisiossa. Ja jos hänellä on mielenkiintoinen persoona ja/tai taustatarina, niin häntä voidaan myydä vaikkapa kirjan muodossa. Klein nostaa saman asian esille kuvatessaan Virgin Megastoren taannoista tapaa nostaa valitsemansa artisti esiin liikkeissään, välittämällä heidän promovideoitaan ja livekonserttejaan liikkeiden näytöille. Näin se luo illuusion artistin suosiosta jo ennen kuin hänen urallaan todellisuudessa edes tapahtunut mitään. Itse keinotekoisesti luomallaan ”voittajan vankkurit” -efektillä Virgin kykeni ohjaamaan artistiin kohdistuvaa kysyntää ja luomaan synergiaetuja Virginin levy-yhtiön ja levykaupan välille.²¹²

Muusikkojen Liitto ry huolestui vuonna 2011 Universalin ja The Voice -kilpailijoiden sopimuksista, joissa Universal otti kohtuuttoman suuren osuuden *kaikesta* artistin viihdealan työstä keräämistä ansioista, myös ei-musiikillisista ansioista. Universal vastasi syytökseen toteamalla sopimuksen olevan tv-ohjelmaformaatin mukaisia ja kansainvälisesti yhteneviä, mutta vastasi olevansa valmis neuvottelemaan liiton kanssa sopimuksien sisällöstä.²¹³ Kaksi vuotta myöhemmin

²⁰⁸ Clark 2020.

²⁰⁹ Espeso 2020.

²¹⁰ The Voice Australia moves to Seven Network: Mediaweek 2020.

²¹¹ Klein 2015, 174.

²¹² Klein 2001, 174.

²¹³ Jämsén 2011.

uusi kohu nousee The Voice Kids -Suomen version myötä. Universalin ja kilpailuun osallistuvien lasten välillä solmittavan sopimuksen mukaan kilpailun osallistuja luovuttavat mm. *persoonansa, ominaisuuksiinsa ja iskulauseisiinsa* liittyvät immateriaalioikeudet yksinoikeudella Universalille, joka keräsi 25 % kaikista tämän keräämistä palkkioista. Jos lapsi sai palkkion tv-esiintymisestään jossain toisessa ohjelmassa, hänet velvoitettiin korvaamaan siitä neljännes Universalille.²¹⁴

Synteettisesti rakennetuista artistibrändeistä tulee vain harvoin pitkäaikaisia ilmiöitä ja sama pätee myös The Voicen voittajiin. Yhdestäkään Yhdysvaltain The Voicen kilpailijoista ei ole tullut suurta tähteä, kuten ei myöskään Suomessa. Sen sijaan ohjelma on virkistänyt ohjelman tuomareina toimivien artistien uraa. Esimerkiksi Maroon 5 -bändin suosio oli jo laskusuunnassa, kunnes laulaja Adam Levinen osallistuminen The Voicen tuomaristoon ohjelman Yhdysvaltain versiossa palautti yhtyeen takaisin listoille. Suosion uudelleen nousun ohella Levine myös nettosi esiintymisellään ja kuittasi vuonna 2014 14 miljoonan dollarin palkkion ohjelmaan osallistumisestaan. Maroon 5 on vuodesta 2007 lähtien ollut Universalin alaisten levymerkkien sopimuskumppani.²¹⁵



Kuva 4 Kuvakollaasi globaalin viihdefranchiseohjelman standardoiduista logoista eri puolilta maailmaa. Keskellä ylhäällä The Voice of UK:n studio ja alempana The Voice of Finlandin studio.

Universalilla on sopimus myös Simon Fullerin luoman Idols -franchisen kanssa, jonka sopimuskumppani se on ollut vuodesta 2010 lähtien. Se korvasi tuolloin Idolsin aiemman sopimuskumppani Sonyn, jonka jälkeen Sony puolestaan panosti X Factor -kilpailuun. Suomessa X Factoria on esitetty kaksi kautta (2010 ja 2018), mutta ohjelma ei saavuttanut suuren yleisön suosiota. Ohjelman kummallakin kaudella koettiin kohuja, kun ensimmäisen tuotantokauden

²¹⁴ Vehkaoja 2013.

²¹⁵ Brownfield 2014; O'Connell 2019; Maroon 5: Discogs 2020.

voittajan menneisyydestä nostettiin esiin tämän aikoinaan saama huumetuomio. Toisella kaudella ohjelman tuomari Mikael Gabriel puolestaan jäi kiinni huumeratista, joka on X-factorin kaltaiselle perhebrändille katastrofi. Huumeiden ohella myös suhteellisen harmittomat seikat voivat huolestuttaa suurten levy-yhtiöiden edustajia, kuten esimerkiksi artistien kielenkäyttö.

Suorana lähetettävän Emma-galan jälkeen on usein käyty jälkipyykkiä palkintoja pokanneiden artistien kiroilusta. Sonyn artisti Leo Stillman käytti tunnekuohussa voimasanoja vastaanotettua palkinnon vuoden tulokkaana. Sonyn edustaja kuitenkin paheksui artistin kielenkäyttöä ja totesi myös omien lapsiensa katsovan ohjelmaa. Seuraavana aamuna Stillman oli palannut ruotuun ja pyysi kiroiluaan anteeksi Facebook-sivullaan. Huomionarvoisaa on, että yhdessäkin Stillmanin päivityksen alle kerääntyneissä 151 kommentissa ei paheksuta tai moitita Stillmania, vaan artistia pikemminkin kiitetään suorasta ilmaisustaan.²¹⁶ Suurten levy-yhtiöiden näkökulmasta taas kiroileva ja pahennusta herättävä artisti on brändiriski. Edelleen moraalisia rajoja rikkova artisti ei sovellu kaupallisten yhteistyökampanjoiden ja niitä edustavien brändien keulakuvaksi.

Muniz ja O’Guinn kuvaavat brändejä sosiaalisina yhteisöinä, joilla on yhteiset moraaliset koodit. Kiroileva tai häiritsevästi käyttäytyvät ryhmän jäsen voidaan nähdä häiriönä ryhmän koheesiolle.²¹⁷ Brändiretoriikka on aina sovittavaa ja pyrkii löytämään rakentavia ja positiivisia näkökulmia kaikkein riitaisimmissakin tilanteissa. Jared Leton ja Guy Handsin johtaman EMIn kiistastaan antamien lausuntojen vertailu. Siinä missä Leto puhui suorasukaisesti yhtiön ahneudesta ja kuvailee tilannetta ”uskomattomaksi” ja ”hulluksi”, EMIn puhemies antoi julkisuuteen lausunnon, jossa toivoi ”erimielisyyksien pikaista päättymistä” ja yhtiö voisi jatkaa työtään ja ”ohjata bändin suosiota entistäkin korkeammalle”.²¹⁸ Brändi on keinotekoisena rakentava ja harmoninen, eikä koskaan millään tavalla ristiriitainen tai riitaisa.

Suurten levy-yhtiöiden johtamana musiikki taantuu brändien sisäänheittotuotteeksi, jonka tärkein funktio on tuottaa rahaa. Beggars Group -indielevy-yhtiökollektiiviä johtava **Martin Mills** totesi taannoin suurten levy-yhtiöiden olevan kiinnostuneita ainoastaan artisteista, joiden se odottaa myyvän vähintään puoli miljoonaa albumia. Muusikko Alan Dawey puolestaan totesi suurten levy-yhtiöiden tuottavan markkinoille vain sellaista musiikkia, jonkaalaista ne olettavat markkinoiden haluavan – sen sijaan, että ne loisivat uutta musiikkikulttuuria. Innovatiivinen musiikki pitää musiikkikulttuurin virkeänä ja kuten Mills toteaa, tämän päivän vastavirta-artistit ovat huomisen vastavirta-artistejä. Hän nostaa esimerkeiksi Prodigyn ja Sex Pistolsin, jotka aloittivat vastavirta-

²¹⁶ Paavilainen 2018; Emma tuli! 2018.

²¹⁷ Muniz & O’Guinn 2001.

²¹⁸ Kreps 2008.

artisteina, mutta joista myöhemmin tuli valtavirtaa. Hän näki musiikkikulttuurin staattisuuden yhtenä syypäänä Iso-Britannian kilpailuviranomaiset, jotka ovat sallineet levy-yhtiöiden paisumisen. Alan harvoina valopilkkuna Mills näki valtiorahoitteisten BBC 1- ja BBC 6 -radiokanavat, jotka soittavat myös listojen ulkopuolelta tulevaa musiikkia.²¹⁹ Kolme suurta levy-yhtiötä hallitsevat markkinoita, mutta teknologia on tasapainottamassa tilannetta pienten levy-yhtiöiden ja itsenäisten artistien hyväksi.

6 Digitalisoituminen ja äänitealan luova tuho

6.1 Laillisten palvelujen puute piratismiin kasvualustana

1980-luvulla alkanut äänitealan nousu jatkui CD:n vetämänä läpi 1990-luvun, kun taas kasetin suosio painui tasaisesti alaspäin²²⁰. Äänitealan kasvua lisäsivät aikakaudella tehtyjen uusien julkaisujen ohella uudelleenjulkaisut ennen CD:n aikakautta tehdyistä albumeista. Suuret levy-yhtiöt hallitsivat suvereenisti jakelua, mutta myös tuotantoa, sillä CD-levyjä valmistavat tehtaot olivat suurten levy-yhtiöiden omistuksessa. CD-levy oli lähtölaukaus musiikin digitalisoinnille. Morris määrittelee digitaaliselle musiikille keskeisiksi piirteiksi mm. sen sosiaalisuuden ja mobiiliuden, jonka ohella se on *juoksevaa* ja *sulavaa* (fluid), *sosiaalista* ja *mobiilia*. Edelleen hän näkee digitaalisen musiikin *kyberneettisenä* hyödykkeenä, jonka käyttöarvo on riippuvainen sen sisältämistä informatiivisista parateksteistä, kuten metadatatista.²²¹

Digitaalisuudestaan huolimatta CD-levyjien sisältämä musiikki ei aluksi sisältänyt metadattaa, eikä se muiltakaan osin täyttänyt Morrisin digitaaliselle musiikille määrittelemiä tunnuspiirteitä. CD-levy oli digitaalisuudestaan huolimatta lp-levyyn verrattavissa oleva fyysinen hyödyke, eikä se muuttanut mitenkään musiikin jakeluun tai promotoimiseen liittyviä käytäntöjä²²². Musiikin digitaalisuus oli pitkään levy-yhtiöiden kontrollissa, eivätkä ne siksi nähneet sitä uhkana. Kuten tuottajamanageri Jon Webster jälkeinpäin totesi, oli vain ajan kysymys, milloin kuluttajat pääsevät käsiksi nolliin ja ykkösiin²²³. Sony ja Yamaha kehittivät ensimmäisen tietokoneisiin liitettävän polttavan CD-aseman jo vuonna 1989, mutta se ei vielä 30 000 dollarin hinnallaan ollut tavallisten kuluttajien ulottuvilla.²²⁴ Vuonna 1993 ensimmäinen musiikin verkkojakelupalvelu IUMA puolestaan (Internet Underground Music Archive) aloitti toimintansa ja se tarjosi vapaille artisteille

²¹⁹ Lindvall 2013.

²²⁰ Tschmuck 2017.

²²¹ Morris 2015, 11-12.

²²² Moreau 2013, 23; Morris 2015, 2.

²²³ Lynskey 2015.

²²⁴ Morris 2015, 12, 36.

alustan, jota kautta he kykenivät kommunikoimaan faniensa kanssa ja levittämään musiikkiaan.²²⁵ Palvelu antoi näytön verkon mahdollisuuksista ja äänitealan tulevaisuudesta. Levy-yhtiöiden huomio oli kuitenkin yhä CD-bisneksessä, eivätkä ne nähneet sen enempää internetin tuomia uhkia, kuin mahdollisuuksiakaan.

Digitalisoituneen musiikin tuotteistaminen tapahtuikin pääosin verkkoyhteisöjen, ohjelmistosuunnittelijoiden ja rajoja rikkovien start up -yritysten toimesta. Metadatan lisääminen mp3 -tiedostoihin teki digitaalisesta musiikin luokittelusta, keräämisestä, jakamisesta ja käyttämisestä helpompaa.²²⁶ Samaan aikaan kun digitaalisen vallankumouksen otti ensiaskeliaan, levy-yhtiöt ovat huolissaan polttavien CD-asemien yleistymisestä ja bootleg -levyistä. Hewlett-Packard esittelee vuonna 1995 polttavan CD-asema HP 4020i:n, jonka hinta oli pudonnut 995 dollariin²²⁷. Tietokonetta ei yleisesti mielletty 1990-luvulla musiikintoistovälineeksi, joka myös selittää äänitealan kyvyttömyyttä tulkita verkkomusiikkia uhaksi. Mp3 -tiedoston äänenlaatu oli CD-levyyn verrattuna heikko, jonka takia niin artistit kuin myös studioteknikot vastustivat sitä. Äänenlaatu ei kuitenkaan ole tärkein kuluttajien musiikinkuuntelutottumuksia ohjaava kriteeri, josta yhtenä osoituksena oli jo aiemmin nähty transistoriradion keräämä suosio.²²⁸

Mp3:n soveltuminen arkeen ohitti tärkeydessään sen äänenlaadulliset ominaisuudet. Äänitealan teknologisessa kehityksessä oli pitkään painottunut todenmukaisuuden (verisimilitude) tavoittelu, joka ilmeni uusien ja enemmän dataa sisältävien ääniformaattien ja niitä toistavien laitteiden kehityksessä. Samaan aikaan asiakkaat kaipasivat laitteita, jotka lisäsivät mediakulutuksen mobiiliutta ja yleistä käyttömukavuutta.²²⁹ McKayn mielestä ylikansallisten yhtiöiden koko tekee niistä jähmeitä ja kykenemättömiä reagoimaan pieniltä vaikuttaviin asioihin, josta kuluttajien toiveiden ja musiikkialan erisuuntaiset näkemykset toimivat esimerkkinä²³⁰. Samoin kvartaalitalouden tavoitteissa pysyminen ohittaa tärkeydessään pitkän aikavälin strategiat. Pörssiyrityksen tulokuntoa mitataan neljännesvuosittain ja sijoittajat palkitsevat ne yhtiöt, jotka kykenevät parhaiten vastaamaan kulloisessakin hetkessä esiintyviin haasteisiin.

Lyhyen aikavälin voittojen tavoittelu kostautui ja näkyi pitkän aikavälin tavoitteiden laiminlyöntinä. Suurten levy-yhtiöiden pahasti puutteellinen valmistautuminen musiikin digitalisoitumiseen ei kuitenkaan johtunut välinpitämättömyydestä tai puhtaasta muutosvastaisuudesta. Ne olivat

²²⁵ Morris 2015, 39.; Garling 2014.

²²⁶ Morris 2015, 4, 65.

²²⁷ Consumer CD-R drive priced below \$1000: Computer History Museum 2020.

²²⁸ Lynskey 2015.

²²⁹ Morris 2015, 76-77.

²³⁰ McKay 2000, 2.

rakentaneet äänitealan arvoketjun fyysisten tallenteiden tuotannon ja jakelun varaan. Digitaalisuus ei tuonut lisäarvoa niiden liiketoiminnalle, vaan pikemminkin päinvastoin. Suuret levy-yhtiöt olivat investoineet suuria summia CD-levyjä valmistaviin tehtaisiin, joiden arvon musiikin verkkojakelu romuttaisi. Rifkin huomauttaa miten hallitsevassa markkina-asemassa olevat yhtiöt eivät yksinkertaisesti tarvitse tuotantoa lisääviä teknologioita, jotka uhkaisivat niiden valta-asemaa ²³¹. Asemaansa suojellakseen ne päinvastoin taistelevat asemaansa uhkaavia ilmiöitä vastaan. Verkon myötä ne joutuisivat luopumaan kilpailuvalteistaan, kun verkko mahdollistaisi indielevy-yhtiöiden omaehtoisen tuotannon ja jakelun.

Digitaalisuuden myötä lisääntynyt kilpailu tarkoitti samalla musiikkimarkkinoiden diversiteetin lisääntymistä, joka on kuluttajan kannalta varsin positiivinen seikka. Suurten levy-yhtiöiden näkökulmasta diversiteetti on hyväksyttävää ainoastaan, mikäli se on kontrolloitavissa. ²³² Vuosi 1999 jäi historiaan äänitealan tähänastisena ennätysvuotena, jolloin saavutettiin 25.2 miljardin dollarin voitot ²³³. Samana vuonna perustettiin Napster, joka oli äänitealan 14 vuoden mittaiseksi venyneeseen tappioputken esinäytös. Napster ansaintalogiikka oli aikaansa edellä, jossa se musiikin sijaan tuotteistikin asiakkaansa. Palvelun liikeideana oli kerätä palvelun käyttäjien toiminnasta dataa ja myydä sitä eteenpäin kolmansille osapuolille. Napsterin räjähdysmäisen nopeasti kasvanut suosio ei johtunut sen erinomaisista ominaisuuksista, vaan enemmänkin laillisten verkkopalvelujen puutteesta. Napster ei myöskään ollut ensimmäinen musiikkiin erikoistunut tiedostonjakopalvelu, mutta se oli ensimmäinen, joka osasi tehdä sen suureen yleisöön vetoavalla tavalla. ²³⁴

Napsterista puhutaan usein teknologisen ja kulttuurisen vallankumouksen airuena, eikä huomioida, että kyseessä oli voittoa tavoitteleva liikeyritys. Tämä myös osaltaan osoittaa sen, miten vahvan brändin Shawn Fanning ja Sean Parker onnistuivat luomaan yrityksestään. Pienen Napsterin ja suurten levy-yhtiöiden kiista kuvattiin usein Daavidin ja Goljatin taisteluna, joka henkilöityi Napsterin oikeuteen haastaneessa Metallica rumpali Lars Ulrichissa. Ulrich toimitti Napsterille 300 000 käyttäjätilin listan, jotka olivat jakaneet Metallica tekijänoikeudella suojattua tuotantoa palvelun sisällä ²³⁵. Hänet kuvattiin julkisessa keskustelussa ahneena miljonäärinä, kun taas Napster oli äänitealan jättiläisiä vastaan urheasti taistelevana altavastaja. Tekijänoikeuksia vastaan taistelevaksi yhtiöksi se oli kuitenkin varsin määrätietoinen oman brändinsä tekijänoikeuksien suhteen. Offspring -yhtye päätti kääntää asetelmat ja ryhtyi myymään verkkosivuillaan Napsterin

²³¹ Rifkin 2014a, 3.

²³² Tschmuck 2006, 229.

²³³ Global Music Report 2018: IFPI 2018, 11.

²³⁴ vrt. Karaganis 2011, 112, 155; Morris 2015, 27.

²³⁵ Simon 2000.

logolla varustettuja t-paitoja ja hattuja. Jo seuraavana päivänä bändi vastaanotti Napsterin kehityspäällikkö Chris Phennerin allekirjoittaman hallinnollisen kieltomääräyksen (*cease and desist*), jossa vaadittiin Napsteriin liittyvien tuotteiden poistamista bändin verkkosivuilta.²³⁶

Napster ei osoittanut kunnioitusta toisten tekijänoikeuksia kohtaan, mutta oletti toisten kunnioittavan sen omia tekijänoikeuksia. Käytännössä koko järjestäytynyt ääniteala oli Napsteria vastaan, eikä aika ollut muutenkaan vielä kypsä musiikin verkkojaketulle. Napsterilla ei missään vaiheessa ollut mahdollisuuksia voittaa taisteluaan levy-yhtiöitä vastaan ja palvelu suljettiin virallisesti heinäkuussa 2001, reilu puolitoista vuotta perustamisensa jälkeen²³⁷. Musiikin digitalisoitumisen ongelma ei poistunut Napsterin myötä, vaan tilalle nousi uusia vertaispalveluverkkoja kuten Kazaa ja Limewire. Suuret levy-yhtiöt lyöttäytyivät yhteen ja perustivat omat digitaaliset verkkopalvelunsa: AOL Time Warner, Bertelsmann ja EMI perustivat MusicNetin, kun taas Vivendi Universal ja Sony ryhtyivät PressPlay -palvelun taakse. Palveluiden myötä suurilla levy-yhtiöillä oli täydellinen kontrolli digitaalisen musiikin jakelussa, joka keskitti entistä suuremman vallan niiden käsiin.

Suuri yleisö kuitenkin vierasti palveluja. Digitaalisen musiikin yksi keskeisimmistä piirteistä on sen omistajalleen tai käyttäjälleen suoma vapaus ja sen siirreltävyys eri laitteiden välillä. Vapaus ja liikuteltavuus tarkoittivat kuitenkin suurten levy-yhtiöiden näkökulmasta kontrollin lipeämistä ja lisääntyvää piratismiin uhkaa. Tästä syystä MusicNetin kappaleita ei pystynyt siirtämään tietokoneelta MP3 -soittimiin, tai ylipäätään toiselle tietokoneelle. Myöskään omalle koneelle ladattuja kappaleita ei ollut mahdollista kuunnella ilman kuukausittaista 10 dollarin maksua. Palvelut olivat kömpelöjä ja äänitiedostojen äänenlaatu oli heikko. Tuli halvemmaksi ostaa parempilaatuinen CD-levy kaupasta, kuin ladata albumi MusicNetistä tai Pressplaysta.²³⁸ PC World listasi palvelut vuoden huonoimpien teknologiapalvelujen listalle vuonna 2005 ja kuvaili niitä vähemmän mairittelevasti ”ällistyttävän aivokuolleiksi”²³⁹. Pressplayn Gold Plan maksoi 19,95 \$ kuukaudessa, joka oikeutti 75 kappaleen lataamiseen ja 750 striimaukseen. Näin ladatun kappaleen hinnaksi muodostui 0,26 \$, josta artistin rojaliti oli alle tuhannesosa, 0,0023 \$. Artistit protestoivat kappaleen mielivaltaiselta vaikuttavaa tulonjakoa vastaan ja vaativat lakimiestensä välityksellä materiaalinsa poistamista palvelusta.²⁴⁰

²³⁶ Morris 2015, 94-95.

²³⁷ King 2002.

²³⁸ Menta 2001.

²³⁹ Valtonen 2020.

²⁴⁰ Strauss 2002.

Yhdysvaltain oikeusministeriö aloitti tutkinnan sekä MusicNetistä ja PressPlaysta kesällä 2001. Tutkinta kuitenkin päätettiin vuoden 2003 lopulla ja oikeusministeriö vapautti lausunnollaan levy-yhtiöt markkina-aseman väärinkäyttöä koskevista epäilyistään. Lausunnossaan oikeusministeriö toteaa digitaalisen musiikin markkinoiden muuttuneen kaksi vuotta kestäneen tutkinnan aikana olennaisesti, jonka aikana sitä vastaan esitetyt epäilyt ovat muuttuneet perusteettomiksi.²⁴¹ Sony ja Vivendi olivat lisäksi ehtinyt myymään palvelunsa kannattamattomana pois jo ennen tutkinnan päättymistä. Levy-yhtiöiden heikko panostus palveluihin ei osoittanut todellista halua kehittää toimivaa ratkaisua musiikin verkkojakelun. Toisaalta verkkoyhteyksien nopeudet olivat vielä liian hitaita laajamuotoisten verkkomusiikkimarkkinoiden järjestämiseksi. Verkkoyhteyksien nopeuden kasvulla ja lisääntyneellä mp3 -soitinten myynnillä oli kuitenkin suora yhteys digitaalisen musiikin suosion nousun kanssa²⁴².

6.2 Uusi paradigma

Kuten usein aiemminkin äänitealan historiassa, alan ulkopuolelta tulevan teknologiayhtiö muutti sen kurssia. Applen vuonna 2001 julkaisema iTunes ja sen kanssa yhteensopiva iPod -soitin tekivät digitaalisen musiikin käytettävyydestä mielekäästä. Digitaalisen musiikin historiasta kirjoittanut Stephen Witt pitää juuri iPodin julkaisua käännekohtana, joka lopulta himmensi CD-levyn hohdon²⁴³. Vuonna 2003 iTunes sai ympärilleen iTunes Storen, joka toi valoa äänitealan hämärään. Se oli ilmestyessään ainoa alusta, josta oli mahdollista laillisesti hankkia kaikkien viiden suurimman levy-yhtiön musiikkia²⁴⁴. Digitaalisen musiikin markkinat lähtivät jo seuraavana vuonna nousuun ja vauhti kasvoi seuraavina vuosina. iTunes ja iPod olivat saumaton kokonaisuus, joka mahdollisti musiikin vaivattoman siirrettävyyden, ostamisen ja kuluttamisen ja vei musiikin mobiiliuden uudelle tasolle. iTunesin tarkoitus ei kuitenkaan ollut pelastaa äänitealaa, vaan tukea iPodien ja muiden Apple-tuotteiden myyntiä: musiikki oli softwarea Applen hardwaretuotteille.²⁴⁵ iTunesin menestyksen salaisuus ei ollut sen omaperäisyydessä, sillä monet sen keskeisistä toiminnoista oli jo nähty Napsterissa.²⁴⁶

Napsterin jäljillä oli myös Spotify, joka Napsterin tavoin on korostanut alustansa yhteisöllisiä piirteitä. Se on edistänyt käyttäjiensä keskinäistä vuorovaikutusta, kuten esimerkiksi mahdollistanut

²⁴¹ Statement by assistant general R. Hewitt Pate regarding closing of the digital music investigation: Yhdysvaltain oikeusministeriö 2003.

²⁴² Moreau 2013, 25.

²⁴³ Lynskey 2015.

²⁴⁴ Langer 2014.

²⁴⁵ vrt. Tschmuck 2006, 173

²⁴⁶ vrt. Morris 2015, 129.

”kaverien” ja muiden seurattavien musiikinkuuntelutottumusten seurannan ja vertailun. Tämän ohella käyttäjät voivat luoda yhteisiä soittolistoja ja yhdistää tilinsä muihin sosiaalisen median profiileihin. Kuten iTunes, se pyrkii ubiikisti yhdistämään asiakkaidensa laitteet ja sosiaalisen median tilit ja laajentamaan tapoja musiikin käyttämiseen ja kokemiseen. Spotifyn voi yhdistää mm. langattomiin kaiuttimiin, televisioon, älykelloon ja autoradioon. Sen lisäksi palvelun voi yhdistää vaikkapa Google Assistantiin, treffipalvelu Tinderiin, navigointisovellus Wazeen tai Playstationin Sony Networkiin.²⁴⁷ Spotifyn rahoitustaustaa tutkineen Vonderaun mukaan Spotify ei ole pelkkä striimauspalvelu, vaan mainonnan, teknologian, musiikin ja pääomarahoituksen rajapinnoilla toimiva mediayhtiö²⁴⁸.

Spotifyn kasvu ei ole perustunut niinkään sen musiikinstriimausominaisuuksiin, vaan ennemminkin sen kykyyn tuottaa dataa ja välittää digitaalisia asiakaskohtaamisia yritysten ja asiakkaiden välillä. Spotifyn perustajat näkivät Daniel Ek ja Martin Lorentzon näkivät markkinat tekijänoikeuksien omistajien ja luvattomasti tiedostoja jakavien piraattien välisessä konfliktissa. On enemmän tai vähemmän sattumaa, että se toimii nimenomaan musiikin suoratoistopalveluna, sillä alkuperäisessä vuoden 2008 yrityskuvauksessaan se kertoo toimialueikseen *digitaaliseen mediaan perustuvat internetperustaiset palvelut, kuten musiikki, pelit, televisio ja muut näihin liittyvät toiminnot*.²⁴⁹ Kuten tiedetään, yhtiö on sittemmin profiloitunut musiikkia välittäväksi mediayhtiöksi. Se kuitenkin pyrkii häivyttämään julkisuudessa rooliaan mediayhtiönä ja korostaa rooliaan teknologiayhtiönä. Napoli & Caplan uskovat tämän johtuvan pääomamarkkinoiden kosiskelusta, jotka ovat mediayhtiöihin verrattuna avokätisempiä teknologiayhtiöiden rahoittamisessa.²⁴⁹

Spotify ei itsessään tuota mitään, vaan se on ainoastaan ohut kerrostuma/välittäjä musiikin tuottajien ja kuluttajien välisessä kierrossa²⁵⁰. Siten se on puhdas esimerkki alustataloudesta, jonka ansaintalogiikka nojaa asiakkaista kerättävään dataan. Mitä enemmän dataa yrityksellä on asiakkaistaan, sitä tehokkaammin se osaa myydä ja kehittää tuotteitaan. Siksikin kilpailukykyensä nimissä alustatalouden pitää jatkuvasti kerätä enemmän ja laajemmalla alueelta dataa. Tämä piirre asettaa sen jatkuvalle törmäyskurssille yksityisyyttä suojaavien lakien kanssa, eivätkä eri verkkopalvelujen yksityisyydensuojan rikkomiset ole missään määrin sattumia – ne ovat luontainen osa alustatalouden toimintalogiikkaa. Srnicekin mukaan kasvava datan tarve on syynä siihen, miksi esim. Google rahoittaa näennäisesti oman toimialueensa ulkopuolisia hankkeita, kuten itseajavia

²⁴⁷ App Integrations: Spotify 2020.

²⁴⁸ Vonderau 2019, 5.

²⁴⁹ Vonderau 2019, 8-9; Napoli & Caplan 2017.

²⁵⁰ Goodwin 2015.

autoja. Itseajavat autot ja jatkuvasti laajeneva esineiden internet ovat Googlelle ensisijaisesti tapoja kerätä uutta dataa.²⁵¹

Suosituin musiikin suoratoistopalvelu on Youtube, jolla oli vuonna 2017 46 prosentin osuus striimausmarkkinoista ja se jatkaa edelleen suosituimpana striimauspalveluna, vaikka se on teknisesti ottaen videostriimauspalvelu. Paitsi suosituimman musiikinstriimauspalvelun titteliä, se pitää hallussaan myös huonoimmin rojalteja maksavan palvelun titteliä. Kun audiostriimauspalvelujen 272 miljoonaa rekisteröitynyttä käyttäjää tulouttivat levy-yhtiöille ja artisteille vuonna 2018 5,569 \$ miljardia, 1.3 miljardin rekisteröityneen käyttäjän videostriimauspalvelut kerryttivät levy-yhtiöiden kassaan 856 \$ miljoonaa. Vuonna 2020 premiumkäyttäjien lukumäärä oli kasvanut 400 miljoonaan ja Youtuben ilmaisversion käyttäjät 2 miljardiin, mutta palvelujen maksamista rojalteista ei tätä kirjoitettaessa löytynyt virallista tietoa.²⁵² Spotifyn premium-tilaajien määrä on jo pitkään jatkuneella kasvu-uralla, mutta vastaavasti sen artisteille maksamat royaltit ovat vuosi vuodelta laskeneet²⁵³. Sen maksamia rojalteja voi pitää kuitenkin suurina Youtuben maksamiin rojalteihin verrattuna. Jotta artisti ylittäisi Yhdysvaltain minimipalkkaa (7,25 \$ /h, 15080 vuodessa) vastaaviin ansiotuloihin Spotifyn striimeillä, hänen pitää saada 4 miljoonaa striimausta, kun taas Youtubessa samaan vaaditaan 20.3 miljoonaa toistoa.

Johdonmukaisuuden vuoksi käytän tässä Yhdysvaltojen lukuja, koska striimauspalvelujen korvauksissa on maakohtaisia eroja, joten luvut eivät välttämättä päde Suomessa. Ylipäätäänkin luvut ovat arvioita, sillä tuloutuksissa on myös artistikohtaisia eroja, jonka ohella premium- ja freemium -tilien striimauksien rojalteissa on eroja. Nyrkkisääntönä on, että premium-käyttäjien striimaukset ovat artistille tuottoisampia. Ja jotta rojaltien vertailu olisi entistä vaikeampaa, myös valuuttakurssien heittelyt vaikuttavat artistien rojalteihin ja premium -tilin kuukausittaiseen hintaan. Huhtikuussa 2013 Anssi Kela julkaisi saamansa Spotify-korvaukset ja tuolloin erot freemium ja premium -tilien striimauksien välillä olivat varsin selvät: kun 220 571 freemium-striimausta kerrytti Kelan tilille 79,9 euron ansiot, premium -käyttäjien 194 782 striimausta kerrytti Kelalle kymmenkertaisesti 798,6 euron ansiot.²⁵⁴

Youtube puolestaan perustelee heikkoja rojaltejaan kokonaan musiikin suoratoistopalveluista poikkeavalla toimintalogiikallaan. Se tarjoaa artisteille (ja muille sisällöntuottajille) mahdollisuutta Youtube Partner -ohjelmaan, jossa Google ohjaa mainoksia sisällöntuottajan videoihin ja antaa

²⁵¹ Srnicek 2017, 255-256.

²⁵² Global Music Report 2018: IFPI 2018, 27; Mulligan 2020b.

²⁵³ Streaming Price Bible: The Trichordist 2018; Cohen 2019.

²⁵⁴ Pastukhov 2019; Singers 2014; Kela 2013.

niistä tietyn osuuden sisällöntuottajalle. Ei-mainosystävällisen sisällön tuottaminen voi kuitenkin johtaa Youtube Partner -ohjelman rajoittamiseen, tai kokonaan ohjelmasta putoamiseen. Shokeeraavien aiheiden, kuten lääketieteellisiä toimenpiteitä, onnettomuuksia, tupakointia, väkivaltaista tai sopimatonta kielenkäyttöä sisältävien videoiden sisältö on rajoitettu tai kokonaan kielletty. Youtuben algoritmit suosivat mainostajaystävällistä sisältöä, kun taas yhteisö sääntöjen rajamailla olevien videoiden katsomisajat ovat vähentyneet 70 prosentilla vuodesta 2019 lähtien.²⁵⁵ Vaikka kiroilu ei johtaisikaan videon poistamiseen, sen näkyvyyttä kuitenkin rajoitetaan. Yksityisen yrityksen, kuten Youtuben ei tarvitse huomioida sananvapautta koskevia lakipykälä.

Youtube on kuitenkin globaalin kulttuurin keskiössä, joten sen sensurointikäytännöt ovat laajemman yhteiskuntakeskustelun aiheita, jonka tarpeellisuutta Youtuben dominoiva markkina-asema korostaa. Youtuben algoritmit ohjaavat kahden miljardin ihmisen kulttuurinkulutustottumuksia joka kuukausi. Sen tehtävä ei ole kuitenkaan musiikkikulttuurin uudistaminen tai kuulijoiden sivistäminen, vaan taloudellisen tuloksen tekeminen ja siten brändiystävällisen tuotannon tukeminen. Rage Against The Machinen vuonna 1992 levyttämä ”*Killing in the Name*” -kappale on ladattu Youtubeen vuonna 2011 ja sitä on katsottu 144,5 miljoonaa kertaa. Se on klassikkoasemaan noussut kappale, jonka Rolling Stone -lehti nosti 100 parhaan kitaralaulun listalla sijalle 24 ja New Statesmanin top 20 poliittisten laulujen listalle sijalle 12.²⁵⁶ Youtube-aikakaudella julkaistuna se olisi kuitenkin jäänyt Youtuben algoritmien piilottamaksi, sillä siinä toistuu 16 kertaa ”*Fuck you I won't do what you tell me*”.

Spotifyn ja muiden striimauspalveluiden suosion kasvu on johtanut niiden vaikutusvallan kasvamiseen äänitealan sisällä. Spotify ei voi kuitenkaan toimia ilman levy-yhtiöiden tukea ja toisaalta taas levy-yhtiöiden toiminta hankaloituu huomattavasti ilman yhteistyötä. Spotifyn levy-yhtiöille maksamat rojaltit ovat olleet jo vuosia laskussa, mutta siitä huolimatta suuret levy-yhtiöt ovat pysyneet Spotifyn rinnalla. Suorien taloudellisten korvausten kompensaaiona Spotify tarjoaa levy-yhtiöille asiakkaistaan keräämää dataa, joka mahdollistaa musiikin entistä tehokkaamman tuotteistamisen muun viihdeteollisuuden kuten elokuvien ja pelien, sekä kasvavissa määrin myös viihteen ulkopuolella toimivien brändien käyttöön.²⁵⁷ Spotifyn tarjoamat markkinointityökalut ja datankeräämismallit ovat mitä ilmeisimmin riittävä kompensatio laskeviin rojalteihin, sillä kaikki kolme suurta levy-yhtiötä uusivat monivuotiset sopimuksensa Spotifyn kanssa vuonna 2020.

²⁵⁵ Cooper 2020; Alexander 2019; Advertiser-friendly content guidelines: Youtube 2020.

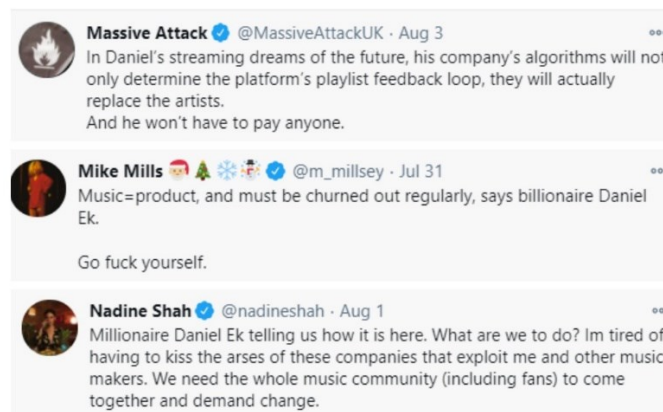
²⁵⁶ Stosuy 2008; Smith & Thompson 2010.

²⁵⁷ Del Rowe 2017; We know our fans. Like, really know them: Spotify for Brands 2020.

Artistien puolelta sen sijaan Spotifyn maksamat niukat rojalitit ovat nostattaneet kitkerääkin kommentointia.

Kesällä 2020 Spotifyn toimitusjohtaja ja perustaja **Daniel Ekin** haastattelu herätti laajaa pahennusta artistipiireissä, jossa hän totesi musiikkimarkkinoiden muuttuneesta tilasta seuraavaa:

”There is a narrative fallacy here, combined with the fact that, obviously, some artists that used to do well in the past may not do well in this future landscape, where you can’t record music once every three to four years and think that’s going to be enough.”²⁵⁸



Kuva 5 Kuvakollaasi artistien Daniel Ekin haastattelua kommentoivista twiiteistä.

Ekin haastattelu herätti vasta-argumentteja ja keskustelu aiheesta mm. Twitterissä kävi kiivaana. Monet eturivin muusikot närkästyivät Ekin kylmän tuotteistavasta asenteesta ja kehotuksesta tehdä enemmän musiikkia. Dream Theater -yhtyeen rumpali Mike Portnoy twiittasi julkaisevansa kahdeksan albumia vuonna 2020, mutta epäili ansaitsevan niiden avulla vain ropoja. Portnoy totesi Ekin itsensä olevan miljardööri, joka on rikastunut toisten ihmisten työllä. Forbes arvioikin Ekin omaisuuden maaliskuussa 2019 2,2 miljardiksi dollariksi, joka lehden arvion mukaan kasvoi vuoteen 2020 tullessa 5,2 miljardiin dollariin.²⁵⁹ Jos ohitetaan artistien taloudellista kompensointia koskeva epäkohta, niin Ek ja tämän lausunnoista pahastuneet artistit puhuivat eri asiasta. Tulkitsen Ekin tarkoittaneen lausunnolla sitä, miten musiikin julkaisupolitiikka on muuttunut sen digitalisoitumisen myötä. Kosonen huomauttaakin, miten suoratoisto on muuttanut musiikin julkaisustrategiaa ja julkaisujen rakennetta ja miten nykyään julkaistaan esimerkiksi seitsemän

²⁵⁸ Dredge 2020.

²⁵⁹ Portnoy 2020; Kroll 2019; #1063 Daniel Ek: Forbes 2020.

kappaleen albumikokonaisuuksia, kun aiemmin albumikokonaisuudet muotoiltiin LP- ja CD-formaatin tallennuskapasiteetin mukaisesti +10 kappaleen kokonaisuuksiksi ²⁶⁰.

Yksittäisten kappaleiden julkaisulla pyritään pitämään huomio aktiivisesti yllä, tarjoamalla hektisille markkinoille tasaisesti ärsykeitä. Singlejulkaisu saattaa saada saman määrän huomiota kuin albumijulkaisu, joten yksittäisten kappaleiden julkaisu voi olla taktisesti parempi ratkaisu. Albumeilla on kuitenkin oma funktionsa artistin tarinankerronnan kannalta, jonka tärkeys korostuu erityisesti aloittelevan artistin kohdalla. Koivisto kuvailee yksittäisten kappaleiden julkaisuja huomiotalouden ilmentymänä. ²⁶¹ Daniel Ekin mukaan yhä useampi artisti tienaa elantonsa Spotifysta ja hän haluaa tarjota ”miljoonalle ihmiselle mahdollisuuden elää taiteellaan. Spotifyn New Yorkin pörssille toimittamassaan sijoitusmuistiossa Spotify kertoo olevansa koti yli kolmelle miljoonalle artistille, joten tulevaisuudessa joka kolmas artisti pystyisi tekemään elantonsa Spotifyn avulla. Nykytilanteessa kolmesta miljoonasta artistista ~ 1 prosentti kerää 9/10 osaa kaikista Spotifyn maksamista rojalteista. Inghamin laskelmien mukaan Spotify tulouttaa artisteille rojalteja vuodessa 1,07 \$ miljardia, josta 963 000 000 \$ päätyy 43000 kärkiartistille. Tasan kaikkien kesken jaettuna tuo summa takaa kärkiartisteille n. 90000 \$ vuosiansiot. ²⁶²

Lopuille Spotifyn yli 2,9 miljoonalle artistista jäljelle jää vain murusia, joten Ekin lausunto ei kuulosta kovin todenmukaiselta. Samalla voimme tehdä havainnon, jonka mukaan kolme miljoonaa artistia kerää kolmessa vuotta saman määrän vaurautta, jonka Ek keräsi yksin reilussa puolessatoista vuodessa – tosin sillä erotuksella, että valtaosa Ekin omaisuudesta koostuu Spotifyn osakkeista. On myös syytä vilkaista Spotifyn (ja samalla myös kaikkien muiden suoratoistopalveluiden) rojaltien maksujärjestelmää, joka perustuu **pro rata** -malliin. Pro rata -mallin yksinkertaisen määritelmän mukaan Spotifyn kuukauden voitot lasketaan yhteen, joka jaetaan suhteuttamalla yksittäiset kappaleiden toistot kaikkiin Spotifysa kuukauden aikana tapahtuneisiin toistoihin. Sen yksinkertainen laskukaava näyttää seuraavalta ²⁶³:

$$\frac{\text{Kappale X: n toistot}}{\text{Kaikkien kappaleiden toistot}} \cdot \text{Spotifyn kuukauden ansiot}$$

Toisin sanoen, vaikka striimaaja A kuuntelisi pelkästään indieartisti Y:tä, hänen Spotifylle maksamansa summasta vain murto-osa päätyy indieartisti Y:lle. Suurin osa hänen maksamistaan rahoista päätyy rojalteina harvalukuiselle eliittiartistien joukolle. Sen sijaan vaihtoehtoisessa **user**

²⁶⁰ Kosonen 2020.

²⁶¹ Koivisto 2020; Kosonen 2020.

²⁶² Ingham 2020b.

²⁶³ Muikku 2017, 5-9.

centric -mallissa rojalit jakaantuvat puhtaasti striimaajan omien kuuntelutottumusten mukaisesti, jolloin kaava näyttää tältä ²⁶⁴:

$$\frac{\text{Striimaaja A: n kappale X: n toistot}}{\text{Striimaaja A: n kaikkien kappaleiden toistot}} \cdot \text{Spotifyn kuukauden ansiot}$$

Jos siis striimaaja A kuuntelee pelkästään artisti Y:n tuotantoa, niin tällöin myös hänen kuukausittainen striimauspalvelumaksunsa (josta on vähennetty levy-yhtiön, tuottajan ja striimauspalvelun osuus) päättyy kokonaisuudessaan artisti Y:lle. Tämä on kuitenkin täysin teoreettinen asetelma, sillä harvoin kukaan kuuntelee pelkästään yhtä artistia. Kun malleja verrataan laajemmalla skaalassa, myös näiden väliset erot tasoittuvat. DMF:n tutkimus kuitenkin osoittaa korkeiden striimauslukujen suosivan pro rata -mallissa kaikkein kuunnelluimpia artisteja. Mitä enemmän artisti kerää striimauksia, sitä suurempi on myös hänen osuutensa kokonaispotista. Kun taas striimausluvut laskevat, ero suosituimpien ja vähemmän kuunneltujen artistien välillä tasoittuu. User centric -mallissa puolestaan kaikkein suosituimpien artistien osuus pienenee, jonka erotus jakaantuu pienempää suosiota nauttivien artisteille ja on siten kaiken kaikkiaan tasa-arvoisempi malli. ²⁶⁵

Spotifyn talousjohtaja Will Pagen ja ASCAP:n entisen varapuheenjohtajan David Safirin laatima tutkimus kuitenkin kyseenalaistaa user centric mallin hyödyt ja toteaa miljoonien käyttäjätilien yhdistämisen miljooniin artistitileihin tuovan mukanaan ylimääräisiä hallinnointikustannuksia. Tästä aiheutuneet lisäkustannukset olisivat suuremmat kuin indieartisteille kertynyt taloudellinen hyöty. ²⁶⁶ Iso-Britannian Musiikkimanagereiden foorumin toimitusjohtaja Annabella Coldrick sen sijaan on UCPS:n kannalla. Hänen mukaansa brittiläiset musiikkimanagerit kannattavat muutosta UCPS:iin mahdollisista hallintokustannusten lisääntymisestä ja muista ongelmista huolimatta, sillä se lisää järjestelmän läpinäkyvyyttä. BMG:n toimitusjohtaja Hartwig Masuch perustaa oman kantansa oikeudenmukaisuuteen ja liputtaa myös UCPS:n puolesta. Keskustelu tuloutusmalleista kuitenkin jatkuu edelleen aktiivisena ja esimerkiksi ranskalainen suoratoistopalvelu Deezer kampanjoi vahvasti user centric -mallin puolesta. ²⁶⁷

Deezer toteaa kampanjassaan 18-25 vuotiaiden osuuden Deezerin tilaajista olevan 19 prosenttia, mutta tuottavan 24 prosentin osuuden rojalteista. Deezerin esityksen mukaan UCPS johtaisi musiikkikulttuurin laaja-alaisuuteen, mikä hyödyttäisi erityisesti pienen markkina-alueen niche -artisteja. Edelleen Deezer toteaa mallin torjuvan myös huijauksia, jossa tekaistuilla käyttäjätileillä

²⁶⁴ Muikku 2017, 5-9.

²⁶⁵ Muikku 2017, 5-9.

²⁶⁶ Page & Safir 2018, 29-30.

²⁶⁷ Ingham 2018b.

on kerrytetty rojalteja tekaistuilla artisteilla.²⁶⁸ Vuonna 2018 paljastui Bulgariaan jäljitetty tapaus, jossa yksittäinen toimija tai kollektiivi laati 1200 valetiliä Spotifyyn, jotka kaikki kuuntelivat täysin ennalta tuntemattomien artistien täyttämiä ”Soulful Music” ja ”Music from the Start” -soittolistoja toistolla. Vähäisistä kuuntelijoistaan huolimatta soittolistat nousivat Yhdysvaltojen top 10 -listalle, joka selittyy listan kappaleiden pituudella. Mikäli kappaletta kuuntelee 30 sekuntia, Spotify laskee sen yhdeksi striimaukseksi ja maksaa siitä rojalit. Listan kappaleiden keskimääräinen pituus oli 43 sekuntia, joka mahdollisti yhdelle käyttäjälle 60 000 stremausta kuukaudessa. Inghamin laskelmien mukaan kahden listan kappaleiden toisto aiheutti Spotifylle miljoonan dollarin kustannukset. Tapaus tuli ilmi ainoastaan siksi, että listojen liiallinen suosio herätti nimettömäksi jääneen suuren levy-yhtiön edustajan epäilykset, joka raportoi havainnostaan Spotifylle.²⁶⁹

Bulgarialainen huijaus osoittaa toisen musiikkikulttuurin vääristävän ja epätasa-arvoistavan tekijän, eli kappaleiden pituuden. PME Recordsin operatiivinen johtaja Antti Kosonen kertoo havainneensa kappaleiden lyhentyneen erityisesti yhdysvaltalaisen rap-artistien kohdalla²⁷⁰. Tilastot tukevat havaintoa, sillä vuosien 2013 ja 2018 välillä Billboard top 100 -listalle päätyneiden kappaleiden keskimittana on lyhentynyt 20 sekunnilla, vuoden 2013 3 minuutista 50 sekunnista vuoden 2018 3 minuuttiin 30 sekuntiin.²⁷¹ Spotifyn tuloutusmalli kannustaa lyhyempien kappaleiden tekoon, jota vasten tarkasteltuna hittibiisien lyhentyminen ei liene sattumaa. Esimerkiksi Billboardin listaykköseksi vuonna 2019 nousseen Tool -yhtyeen *Fear Inoculum* -albumin 10 kappaleen kokonaiskesto on 86 minuuttia ja 40 sekuntia, kun taas vuoden 2020 suosituimman artistin, räppäri Post Malonen tuoreimman *Hollywood's Bleeding* -albumin 17 kappaleen kokonaiskesto on 51 minuuttia 4 sekuntia.

Toolin suosio on kuitenkin poikkeus nykyajan musiikkikulttuurissa, joka suosii lyhyitä ja nopeasti tarttuvia kappaleita. Musiikki-ilmiöt ylipäättään ovat entistä hektisempiä, josta kaikki haastattelemani musiikkialan ammattilaiset olivat yksimielisiä²⁷². Lorenz-Spreen et al. ovat havainneet laajemminkin digitaalisen median jakamisen ja kuluttamisen kiihtyneen viime vuosina. Kun Twitter hashtag pysyi 50 suosituimman aiheen listalla keskimäärin 17,5 tuntia vuonna 2013, niin vuoteen 2016 tultaessa tuo aika oli lyhentynyt 11,9 tuntiin. Lorenz-Spreen avainto ei rajoitu pelkästään Twitteriin, vaan digitaalisen median kuluttamiseen yleisemminkin.²⁷³ Kiihtymisen takana on teknologisen kehityksen kiihdyttämä medioituminen, joka on lisännyt informaation ja

²⁶⁸ Deezer wants artists to be paid fairly: Deezer 2021.

²⁶⁹ Ingham 2018a.

²⁷⁰ Kosonen 2020.

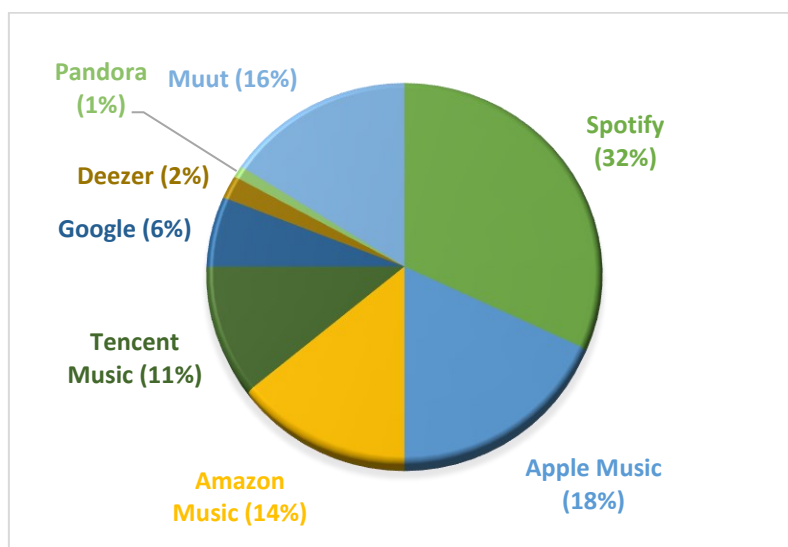
²⁷¹ Kosonen 2020; Kopf 2019.

²⁷² Kotilainen 2020; Kosonen 2020; Koivisto 2020.

²⁷³ Lorenz-Spreen et al. 2019, 2-3.

median määrää ympäristössämme. Median tuotanto ja kulutus ovat lisääntyneet, joka puolestaan on johtanut huomiokykymme laskuun. Niinpä suuret levy-yhtiöt usein yksinkertaisesti hylkäävät tuottamattomat artistinsa ja käyttävät resurssinsa mieluummin uusien nousevien ilmiöiden tukemiseen, joiden tuottoennuste on parempi.

Vaikka musiikkiedoston rajakustannukset painuivat lähellä nollaa, suurten levy-yhtiöt ja teknologiayhtiöt onnistuivat tuotteistamaan musiikin uudelleen myöhäiskapitalismin logiikan mukaisesti ja järjestivät alan toimintaehdot omaa valtaansa tukevalla tavalla. Suuri osa äänitealasta on keskittynyt kolmen ylikansallisen levy-yhtiön ja neljän suoratoistopalvelun ympärille. Youtubelle, Spotifylle ja muille suoratoistojättiläisille musiikilla ei ole kuitenkaan mitään itseisarvoa, vaan se on väline datan keräämiseksi ja työkalu asiakaskontaktien aikaansaamiseen ja ylläpitoon ²⁷⁴. Digitalisoituminen on mahdollistanut musiikintuotannon ja jakelun yhä useammalle toimijalle, mutta siitä huolimatta alan kehitystä johtaa kourallinen yhtiöitä ja vapaiden markkinoiden periaatteiden varaan rakennettu internet muistuttaakin enemmänkin Monopolilautaa ²⁷⁵.



Kuva 6 Suoratoistopalveluiden globaalit markkinaosuudet ²⁷⁶

6.3 Kohti globaalia verkkodemokratiaa

Myöhäiskapitalismin uusliberalistisen ideologisen opin mukaisesti yksilön etu menee yhteisön edelle. Olemme tottuneet pitämään voitontavoitteluun tähtäävää toimintaa luonnollisena toimintana,

²⁷⁴ vrt. Negus 2019, 376.

²⁷⁵ vrt. Wu 2010.

²⁷⁶ Mulligan 2020b; Ingham 2020a.

joka on mahdollistanut suuryritysten kasvun ylikansalliseksi jättiläisiksi – siitäkkin huolimatta, että näemme niiden elämänlaatuamme rajoittavat ominaisuudet päivittäisessä elämässämme. Meierin mukaan digitalisoitunutta ekonomiaa nyt hallitseva teknologiaoligopoli taannuttaa musiikin ulkopuolisten brändien sisäänheittotuotteeksi, jonka pääasiallisena tarkoituksena on myynnin edistäminen ja promotoiminen ²⁷⁷. Alan ansaintalogiikka ohjaa artisteja lyhentämään kappaleitaan ja algoritmien perustana on musiikinkuuntelijoiden elämäntapojen kartoittaminen ja asiakaskontaktien lisääminen. Myöhäiskapitalismi on kapitalismin äärimmäinen ilmentymä, jonka alla lähes kaikki inhimillinen toiminta on muunnettu taloudelliseksi prosesseiksi. Tämä on johtanut musiikin pikaruokakulttuuriin, joka vaatii artistilta jatkuvaa tuloksentekeä. Mikäli suosio loppahtaa, artistin uraa ei elvytetä, vaan siirrytään seuraavaan artistiin. Tämän huomasi vuoden 2016 The Voice of Finland -voittaja Suvi Åkerman, jonka sopimuksen Universal irtisanoi vain kolmen kappaleen julkaisun jälkeen ²⁷⁸.

Rifkinin mukaan digitaalinen ekonomia johtaa kehitystä kuitenkin toiseen suuntaan. Digitaalinen ekonomia tulee hänen mukaansa väijäämättömästi johtamaan yhteisomistajuuteen perustuvaan talousjärjestelmään, joka ei perustu niinkään taloudellisen voiton tavoittelulle, vaan yhteisöllisen hyvinvoinnin varaan. Olemme keskellä paradigman muutosta, jolla on musiikkialan ansaintalogiikkaa syvällisempiä vaikutuksia. Rifkin kuvaa muutosta ”*kaiken demokratisointina*”. ²⁷⁹ Käynnissä on hybridivaihe, jossa verkon käyttäjäyhteisöt ovat vasta havahtumassa teknologian suomiin mahdollisuuksiin ja kykyynsä järjestäytyä organisoituun toimintaan. Viraali verkkoilmiö ei tarvitse tuekseen miljoonien dollarien mainoskampanjoita, vaan sellainen syntyy paljon todennäköisemmin kengännauhabudjetilla. Esimerkiksi TikTok synnyttää uusia viraali-ilmiöitä ja artisteja täysin oligopoliin ulkopuolelta, joka painottaa autenttisuutta virheettömien brändien sijaan ²⁸⁰. TikTok on toiminut laukaisualustana lukuisille artisteille, joista monet ovat tosin sittemmin solmineet sopimuksia suurten levy-yhtiöiden kanssa, kuten Sonyn omistamalle Columbialle päätyntä TikTokiin Lil Nas X, jolla on yli 25 miljoonaa kuukausittaista kuuntelijaa Spotifyssa ²⁸¹.

Kaikki työhön haastattelemani musiikin ammattilaiset kokivat musiikkialan demokratisoituneen digitalisoitumisen myötä ²⁸². Musiikin tuottamisen, markkinoimisen ja julkaisemisen helpottuminen on johtanut myös musiikkikulttuurin diversiteetin kasvuun. Koivisto pitää kehitystä inspiroivana ja positiivisena ilmiönä, mutta toteaa levy-yhtiöllä olevan edelleen oma roolinsa artistin kehittäjänä ja

²⁷⁷ Meier 2017, 162.

²⁷⁸ Hopi 2018.

²⁷⁹ Rifkin 2014a, 21, 273

²⁸⁰ Robley 2020; Kosonen 2020.

²⁸¹ Lil Nas X: Spotify 2021.

²⁸² Kosonen 2020; Kotilainen 2020; Koivisto 2020.

artistin piilevien voimavarojen valjastamisessa. Indielevy-yhtiöiden organisaatiomallit perustuvat enemmän itseohjautuvuudelle, kun taas suurten levy-yhtiöiden toimintamallit ja sopimukset ovat usein hierarkkisempia ja artistia sitovampia.²⁸³ Liika sitovuus tukahduttaa luovuuden, josta artisti Lucy Rosen ja artistinimellä Kiesza -esiintyvän Kiesha Rae Ellestadin tapaukset toimivat esimerkkinä. Kun Rosen toinen albumi ei menestynyt hänen levy-yhtiönsä Columbian odotusten mukaisesti, levy-yhtiö otti ohjat käsiinsä ja halusi muuttaa asioita Rosen pukeutumisesta lähtien. Rosen odotettiin muuttavan linjaansa *myönteisempään* ja *radioystävällisempään* suuntaan, jonka ohella hänen olisi pitänyt luopua silloisesta taustabändistään. Bändin jäsenet olivat kuitenkin hänen ystäviään, ja hän kertoo kokeneensa tilanteen ikäväksi. Ellestad puolestaan kommentoi Islandin päätöksentekoprosessin jokaisen vaiheen tähänneen ”maksimaaliseen voitontekoon”, jossa hänen persoonallaan ja omilla toiveilla ei ollut merkitystä. Kummatkin kokivat suurten levy-yhtiöiden toimintakulttuurin ahdistavaksi ja ovat sittemmin jatkaneet uraansa itse perustamiensa indielevy-yhtiöiden kautta. Heidän kohdallaan siirtymä on tarkoittanut taloudellisen toimeentulon kaventumista, mutta sen vastapainona ovat saavuttaneet päätävävallan ja motivaation työhönsä.²⁸⁴

Schmidt et al. korostavat legitimitetin merkitystä luovien alojen toiminnassa, joka ruokkii myös yhtiön taloudellista menestystä²⁸⁵. Voidaan myös kysyä, miten henkinen hyvinvointi halutaan hinnoitella. Jos maksimaalisen voitonteon edellytyksenä pitää toimia omien arvojensa vastaisesti, niin onko se silloin sen arvoista? Kun artisti menettää integriteettinsä ja autenttisuutensa, hän menettää itsekunnioituksen ohella lopulta myös yleisönsä kunnioituksen, sillä juuri aitous on musiikkikappaleen, tai minkä tahansa muun taideteoksen *herkin ydin*²⁸⁶. Taannoisessa Yale Center for Emotional Intelligencessä pitämässään seminaaripuheessa Lady Gaga kuvaili sitä, miten hän koki musiikkiteollisuuden muuttaneen hänet ”rahantekokoneeksi” ja miten ihmisten keskinäinen kommunikointi on ajassamme taantunut miellyttämiseen pyrkiväksi valehteluksi. Hän kertoi sittemmin rajoittaneensa kaupallisia projektejaan, jonka jälkeen hän kertoi nukkuneensa yönsä paremmin.²⁸⁷ Myös Koivisto kertoo pitävänsä etäisyyttä kaupallisiin projekteihin, joita ei saa istutettua luonnollisella tavalla omaan ammatilliseen toimintaansa ja toteaa yhteistyökumppanien valinnan olevan osa artistin ammattitaitoa²⁸⁸. Integriteetistään piittaamaton artisti rakentaa uransa huteralle pohjalle, josta esimerkiksi Burger King -mainoksessa esiintyneen Mary J. Bligen tapaus kertoo.

²⁸³ Koivisto 2020.

²⁸⁴ Peirson-Hagger 2020.

²⁸⁵ Schmidt et al. 2018, 310.

²⁸⁶ Benjamin 1989, 143.

²⁸⁷ Schrodt 2015.

²⁸⁸ Koivisto 2020.

Digitaalisessa ekonomiassa talouden, yhteisöjen ja julkishallinto sulautuvat yhdeksi saumattomaksi kokonaisuudeksi, jossa toiminta ei voi rakentua yksisilmäiselle taloudellisen voiton maksimoinnille. Yardleyn mukaan eettisyys on digitaalisessa ekonomiassa kilpailuvaltti, jossa organisaation maine ja arvot ovat yhtä tärkeitä kuin sen tuotteet ja palvelut.²⁸⁹ Eettisten koodien rikkominen kiinnittää median huomion ja tieto epäeettisestä toiminnasta leviää tiiviisti verkottuneessa ympäristössä nopeasti ja laajalle. Autenttisuus on digitaalisessa ekonomiassa korostuneen tärkeä ominaisuus ja erityisen tärkeässä roolissa se on musiikkialalla. Kaupallisten tuotteiden mannekiinina esiintyvä artisti kyseenalaistaa oman uskottavuutensa ja musiikkinsa aitouden. Kun musiikki on valjastettu brändin myynninedistämiseen, se menettää erityislaatuisen merkityksensä. ja artistin maine saattaa kärsiä. John ”Rotten” Lydon sai osakseen kritiikkiä, kun 1970-luvulla itsensä anarkistiksi ja antikristukseksi itsensä artisti esiintyi brittiläisen meijerituotteita valmistavan Dairy Crest -brändin voimainoskampanjassa. Brändi raportoi kampanjan nostaneen myyntiä 85 prosentilla, mutta samalla kampanja johti Lydonin henkilökohtaisen brändin arvon laskuun. Lydon kuitenkin kuittasi symbolisen pääomansa myymisestä viisi miljoonaa puntaa.²⁹⁰

Rifkinin mukaan uusi yhteisomistajuuteen ja vertaistuotantoon (engl. collaborative commons) nojaava talous perustuu vähemmän taloudellisen hyödyn tavoitteluun ja enemmänkin yhteisöllisen hyvän lisäämiseen. Kun rajakustannukset digitalisoitumisen myötä putoavat nolnaan, kapitalistisella taloudella ei yksinkertaisesti ole enää toimintaedellytyksiä. Samalla tarjonnan lisääntyminen paljastaa suurten levy-yhtiöiden kustannustehottomuuden. Suurten levy-yhtiöiden keskuudessa on pitkään vallinnut nyrkkisääntö, jonka mukaan yksi julkaisu kymmenestä tuottaa voittoa. Kosonen mielestä se on ylellisyys, johon indiekentällä ei ole varaa: hän näkee indiekentän ideaalin asetelman niin, että yhdeksän julkaisua kymmenestä tekee nollatulosta ja yksi julkaisu tuottaa paljon voittoa.²⁹¹ Rifkin näkee yhden digitaalisen ekonomian alkupisteen Napsterissa, jonka liikeideana oli muuntaa käyttäjiensä symbolinen pääoma dataksi ja edelleen taloudelliseksi pääomaksi.²⁹² Se oli jakamistaloudeksikin kutsutun markkinaperiaatteen ensimmäisiä ilmentymiä, vaikkakin sen taustavoimien motiivit olivat enemmän tai vähemmän puhtaaseen voitontavoitteluun perustuvia. Musiikkiala jatkaa edelleen digitaalisen ekonomian tienraivaajana. Sen nykyinen monopolikapitalistinen rakenne on kuitenkin vapaan kulttuurin este, sillä nykyisten harvalukuisten suoratoistopalveluiden musiikinkulutustottumuksia ohjaavat algoritmit perustuvat ensisijaisesti niiden voitontavoittelulle.

²⁸⁹ Yardley 2018.

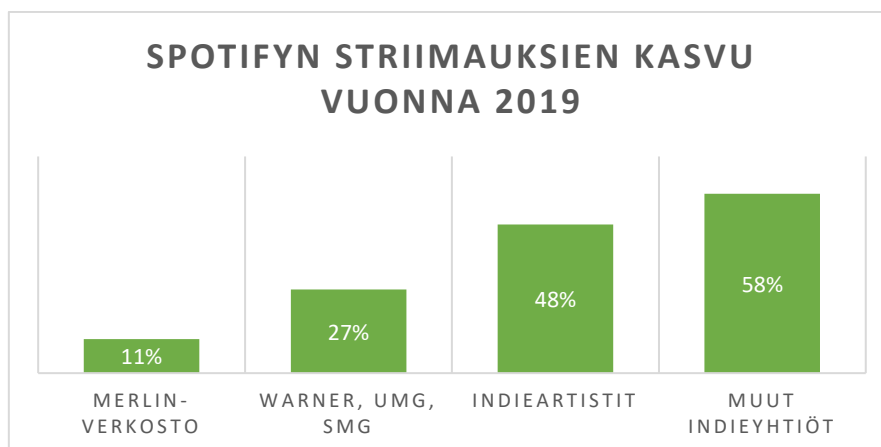
²⁹⁰ Loughran 2009.

²⁹¹ Napier-Bell 2008; Kotilainen 2020; Kosonen 2020.

²⁹² vrt. Rifkin 2014b.

Marraskuussa 2020 Spotify kertoi tiedotteessaan uudesta kokeilusta, joka mahdollistaa artistin itsensä valitsemien kappaleiden nousevan paremmin esiin käyttäjien suosituksissa. Uudella artistiprofiilityökalulla on kuitenkin hintansa, sillä artisti sitoutuu pienempiin rojalteihin valitsemiensa kappaleiden kohdalla.²⁹³ Aiemmin Spotifyn suositusalgoritmit ovat kolmeen analyysitasoon: yhteistoiminnalliseen suodattamiseen (collaborative filterin), joka suosittelee kappaleita samanlaista musiikkia kuunnelleiden ihmisten tottumusten perusteella, luonnollisen kielen käsittelyjärjestelmään (natural language processing), joka poimii verkossa esitettyjä artistista esitettyjä avainsanoja ja hakee sitten vastaavia ja lopuksi äänimallien mukaisia (raw audio model), joka arvioi käyttäjien kuuntelemien kappaleiden tempoa, voimakkuutta jne.²⁹⁴ Uudesta kokeilusta voi ajatella olevan hyötyä artisteille, jotka haluavat promota uutta kappalettaan. On kuitenkin vaikea tulkita Spotifyn liikettä minään muuna kuin omaa taloudellista voittoa tavoittelevana liikkeenä.

Vuonna 2019 riippumattomat indieartistit- ja yhtiöt kasvoivat nopeimmin Spotifyssa. Mulligan esittää mielenkiintoisen kysymyksen ja pohtii, mikä osuus kasvusta ”orgaanista” ja mikä taas Spotifyn algoritmeista johtuvaa.²⁹⁵ Alla olevassa kaaviossa (kuva 7) kuvattuna striimauksien kasvu ryhmittäin.



Kuva 7 Spotifyn striimauksien kasvu ryhmittäin. Merlin-verkosto on indielevy-yhtiöiden yhteistä digitaalista lisensointia edustava järjestö, joka edustaa kymmeniätuhansia indieartisteja- ja yhtiöitä ympäri maailman. Merlin-verkoston muita ryhmiä hitaampi kasvuvauhti kiinnittää huomiota.

Vaikka Spotifyn maksamat rojalit ovat kasvaneet vuosittain, se on kasvattanut omaa osuuttaan jakamastaan potista. Yhdelläkään äänitealan toimijalla ei kuitenkaan ole varaa jäädä myöskään markkinoita johtavan suoratoistopalvelun ulkopuolelle, jossa toimijoiden määrä on muutenkin vähäinen. Melart kuitenkin näkee pitkän keskustelun tuloksena syntyneen EU:n tuoreen

²⁹³ Spotify 2020.

²⁹⁴ Ciocca 2017.

²⁹⁵ Mulligan 2020c.

tekijänoikeusdirektiivin sisällön muotoutuneen pitkälti luovan alan konglomeraattien lobbauksen tuloksena, jossa häviöinä olivat suoratoistopalvelut. Uusi direktiivi vahvistaa samalla entisestään esim. Youtuben asemaa, sillä se edellyttää suoratoistopalveluilta kehittyntä (ja kallista) algoritmista tekijänoikeussuodatusta, joka nostaa markkinakynnyksen entistä korkeammalle ja suojaaa alan vakiintuneita toimijoita.²⁹⁶

Mikäli digitaalisen ekonomian toimijoille ei anneta mahdollisuutta omaehtoisesti nostaa esiin näkemyksiään ja osallistua kehitykseen, olemme digitaalisten ekosysteemien asiantuntija Charlotte de Broglie mukaan vaarassa suistua digitaalisen autokratian tielle. YK:n pääsihteeri Antonio Guterres nosti saman huolen esiin viitatessaan sosiaalisen median jättiläisten valtaan.²⁹⁷ Aihetta koskevan keskustelun yleistymisen osoittaa, miten verkon oligopolistiset rakenteet ymmärretään yhä laajemmin kehityksen ja hyvinvoinnin kasvun esteinä. Verkon voimasuhteet tulevat muuttumaan, kun yhä useammat ihmiset tulevat tietoisiksi yhteisestä voimastaan. Musiikkikulttuurissa muutokset tulevat suurella todennäköisyydellä näkymään diversiteetin lisääntyneenä kasvuna ja oikeudenmukaisempina toimintaedellytyksinä.

7 Lopuksi

Tutkielman tarkoituksena oli tutkia äänitealan teknologisten ja esteettisten innovaatioiden vaikutuksen ohella bisneksen ja taiteen välistä jännitettä. Työ lähti käyntiin musiikin digitalisoitumisen vaikutusten tutkimisesta, mutta havaittuani sen asettuvan osaksi laajempaa innovaatioiden jatkumoa myös tutkielman aikajana laajeni. Tutkimalla aiempia innovaatioita digitaalisuuden rinnalla innovaatioiden erot hahmottuivat selkeämpinä ja niiden vaikuttavuuden arvioiminen helpottui. Kilpailusääntelyä koskevalla lainsäädännöllä on ollut kautta äänitealan historian merkittävä rooli musiikkitarjonnan monipuolisuuden takaajana. Sääntelyn vähennettyä 1980-luvulla äänitealan pääomat ovat kasautuneet ja markkinoita johtaa nyt kolme konglomeraattia, joiden kanssa kilpailee kymmenistä tuhansista yksittäisistä toimijoista koostuva indiekenttä. Musiikkivideoissa mukailtiin mainoksien ilmaisutapaa ja supertähtiartisteista itsestään tuli megabrändejä. Indieyhtiöt ovat historiallisesti saavuttaneet innovaatioiden yhteydessä lyhytaikaisia kilpailuetuja, jotka ne ovat kuitenkin menettäneet innovaation diffuusiovaiheessa ja suurten levy-yhtiöiden omaksuttua ne osaksi omaa toimintaansa.

²⁹⁶ Melart 2020.

²⁹⁷ de Broglie 2016; Jääskeläinen 2021.

Huomionarvoista äänitealan innovaatioiden historiassa on ollut markkinoita johtavien yhtiöiden innovaatiovastaisuus, mikäli innovaatio ei ole syntynyt niiden oman tuotekehittelyn kautta ja/tai suoraan palvelut niiden ansaintalogiikkaa. Suuret levy-yhtiöt ovat aikojen saatossa vastustaneet niin jazzia, radiota, rock-musiikkia ja musiikin verkkojakelua ja ovat hyväksyneet innovaatiot vasta silloin, kun muuta vaihtoehtoa ei ole, tai vaihtoehtoisesti laadittuaan toimivan menetelmän innovaation monetisointiin. Esteettiset innovaatiot ovat rakentuneet symbolisen pääoman varaan, jonka kehittäminen on perinteisesti ollut äänitealalla indiekentän tehtävä. Koska tuoreen innovaation tuottoennustetta on vaikea laatia, niin varman päälle pelaavat suuret levy-yhtiöt odottavat ilmiön läpimurtoa, ja kun se tapahtuu, symbolinen pääoma ja ilmiöön liittyvä tietotaito ostetaan markkinoilta.

Kun suuret levy-yhtiöt ovat omaksuneet esteettisen innovaation, se on johtanut ilmiön kaupallistamiseen, joka puolestaan on johtanut ilmiön banalisoitumiseen ja sen uniikkien erityispiirteiden laimenemiseen. Monet vastakulttuurista ponnistaneet musiikki-ilmiot ovat kaupallistamisen myötä sulautuneet osaksi valtakulttuuria. Kun Elvis siirtyi Sun Recordsilta RCA:lle, hänen imagostaan hiottiin ajan moraalikäsitusten vastaiset piirteet pois, osin mahdollisimman laajan yleisön tavoittamisen toivossa ja osin RCA:n konservatiivisen linjan takia. Samoin kävi grungen kanssa, jonka kapinallisuus sulisti suurten levy-yhtiöiden ja viihdeteollisuuden laajemmin valjastettua sen estetiikan palvelemaan omaa voitontavoitteluaan. Lopulta grungen kaupallistettu versio muuttui lähinnä autenttisen seattliläisen rock-kulttuurin imitoinniksi. Grungen vapaa kehitys tyrehtyi, jonka jälkeen kulttuuri-ilmion sisältö ja muoto määriteltiin brändisuunnittelijoiden työpöydillä.

Digitalisoituminen on demokratisoinut äänitealaa ja tuonut musiikintuotannon, jakelun ja markkinoinnin työkalut kaikkien ulottuville. Yhä useammin verkon viraali-ilmiot syntyvät autenttisten yksilöiden toimesta, ennemminkin kuin miljoonien dollareiden markkinointikampanjoiden tuloksena. Autenttisuudesta on tullut korostetun tärkeä ilmiö, jolla erottaudutaan verkon huomiotaloudessa. Ehkä juuri tästä syystä television laulukilpailujen voittajat eivät enää kiinnosta yleisöä siinä määrin, kuin vielä kilpailun alkuvaiheessa. Karsintavaiheessa kilpailijat ovat vielä autenttisia ja uniikkeja yksilöitä, kun ohjelmakauden edetessä metamorfoosi etenee vähitellen ja autenttinen amatööri muuttuu ylikansallisen levy-yhtiön tiukoin sopimusehdoin säätelemäksi musiikin sesonkituotteeksi.

Ei ole kuitenkaan syytä epäillä, etteikö myös suurissa levy-yhtiöissä työskentelisi musiikista aidosti välittäviä ihmisiä. Pörssi-yhtiöissä toimivat ihmiset tekevät kuitenkin työtään pörssi-yhtiön ehdoilla, yhtiön toimialasta riippumatta. Pörssi-yhtiön tehtävä on kuitenkin ensisijaisesti tuottaa varallisuutta

omistajilleen. Myöhäiskapitalismin pörssiyhtiön tuotantoprosessi on äärimmilleen viritetty maksimaalisten voittojen tuottamiseksi. Schumpeter näki kapitalismin kehityksen johtavan alati tehokkaampiin tuotantojärjestelmiin. Uudet tuotantojärjestelmät paikkaavat vanhat luovan tuhon kierteessä, joka on hänen mukaansa kapitalismin olennaisin piirre. Luova tuho johtaa lopulta täydelliseen automatisointiin, jonka tehokkuus hävittää teollisuusporvariston ja tekee heistä *hallinnollisia työntekijöitä*.²⁹⁸ Edgar Bronfman Jr. koki tämän omakohtaisesti myytyään perheyhtiönsä Vivendi -konglomeraatille, samoin kuin Ahmet Ertegun myytyään perustamansa Atlantic -levy-yhtiön Warnerille.

Kapitalismi on tehnyt pitkän matkan sitten Adam Smithin päivien, jonka mielestä oikeudenmukaisuus oli paitsi talouden, myös koko yhteiskunnan keskeisin pilari. Mikäli arvot häviävät, koko sivistynyt yhteiskunta luhistuu alta.²⁹⁹ Myöhäiskapitalismissa arvot näkyvät voitonteon esteenä, jotka toimivat korkeintaan brändinkiillokkeina ja myyntiä lisäävinä sepitteinä yrityksen yhteiskuntavastuuraporteissa. Schumpeter ennusti kuitenkin kapitalismin romahtavan oman tehokkuutensa alla, jota kohtaan esitetty kritiikki tulee ajan myötä lisääntymään. Hänen mukaansa vapaalla demokratialla ei lopulta ole keinoja, eikä myöskään halua puolustaa epäinhimilliseksi ja epäoikeudenmukaiseksi kehittynyttä tehokapitalismia. Ajan myötä intellektuellit nousevat kasvavissa määrin kyseenalaistamaan kapitalismin ja yleisen koulutustason lisääntyessä tehokapitalismin elintila kapenee.³⁰⁰ Musiikkialalla kritiikki epäoikeudenmukaista tulonjakoa kohtaan on jo nyt varsin yleistä. Teknologijättiläisten yksityisyydensuojan loukkaukset ovat myös laajemman yhteiskunnallisen keskustelun ja analyysin kohteina.

Digitalisoituminen on tulkittavissa uuden syklin aluksi, teknologiseksi harppaukseksi, joka on johtanut myös hallitsevan talousjärjestelmän muodonmuutokseen. Digitaalisessa ekonomiassa taloudellinen pääoma tarvitsee rinnalleen yhä useammin symbolista pääomaa, joka kumuloituu yhteisöjen sisäisessä vuorovaikutuksessa. Kiinnostava jatkotutkimusaiheita olisivat artistien ja bändien käyttämät yhteisölliset verkkopalvelut kuten Patreon, jotka ovat lisänneet artistien autonomiaa ja tarjonneet artisteille uusia väyliä riippumattomampaan ansionmuodostukseen. Patreonin ja muiden vastaavien palvelujen symbolisen pääoman muodostumista voisi tutkia niin artistien-, kuin myös musiikinkuuntelijoiden näkökulmasta.

Musiikin digitalisoituminen eroaa aiemmista innovaatioista pitkäaikaisemmilla vaikutuksillaan. Kun monet aiemmat innovaatiot ovat tuottaneet indielevy-yhtiöille vain lyhytaikaisia kilpailuetuja,

²⁹⁸ Schumpeter 2003, 83, 134.

²⁹⁹ Smith 2006, 78.

³⁰⁰ Schumpeter 2003, 150-152.

niin digitalisoitumisen vaikutukset näyttävät pysyviltä. Ääniteala jatkaa digitaalisen ekonomian suunnannäyttäjänä ja sen piirissä näkyvät ilmiöt tulevat näkymään viiveellä myös muilla toimialoilla. Alan keskeisten konglomeraattien toimet säilyvät kuitenkin osittain arvoituksena ja ne saattavat osaltaan vaikuttaa kehityksen suuntaan lyhyellä aikavälillä. Äänitealan muutoksista huolimatta musiikki itsessään ei ole menettänyt merkitystään kulttuurimuotona, joka tuo sisältöä ja merkitystä ihmisten elämään.

”Varmaan jostain luolamiesten ajoista samoja asioita musiikilla koitetaan tehdä, sanoa asioita. Samaa virkaa se ajaa yhteiskunnassa kuin ennenkin. Sellaset perusasiat ei muutu mihinkään. Se on ihan hyvä.”

– Miikka Koivisto

Lähteet

Kaikki linkit tarkistettu 7.2.2021

Verkkosivut ja blogit

#1063 Daniel Ek. Forbes, 2020. <https://www.forbes.com/profile/daniel-ek/>

1995: Consumer CD-R drive priced below \$1000. Computer History Museum 2021.

<https://www.computerhistory.org/storageengine/consumer-cd-r-drive-priced-below-1000/>

1952: Bell Labs licenses transistor technology. Computer History Museum 2020.

<https://www.computerhistory.org/siliconengine/bell-labs-licenses-transistor-technology/>

2017 Streaming Price Bible! Spotify per Stream Rates Drop 9%, Apple Music Gains Marketshare of Both Plays and Overall Revenue. The Trichordist, 15.1.2018. <https://thetrichordist.com/2018/01/15/2017-streaming-price-bible-spotify-per-stream-rates-drop-9-apple-music-gains-marketshare-of-both-plays-and-overall-revenue/>

A Brief History of Recording to ca. 1950, AHRC Research Centre for the History and Analysis of Recorded Music, 2020. https://www.charm.rhul.ac.uk/history/p20_4_1.html

A Quick History of the Victor Phonograph, Victor-Victrola 2020. <http://www.victor-victrola.com/History%20of%20the%20Victor%20Phonograph.htm>

A&M Records history, Biografia, A&M Records 2020. <https://onamrecords.com/labels/a-m-records/146447/history>

About Okeh, Okeh-records 2020. <https://www.okeh-records.com/about/>

Advertiser-friendly content guidelines, Youtube, 2020. <https://support.google.com/youtube/answer/6162278#>

Alexander, Julia: The golden age of Youtube is over. The Verge, 5.4.2019.

<https://www.theverge.com/2019/4/5/18287318/youtube-logan-paul-pewdiepie-demonetization-adpocalypse-premium-influencers-creators>

Allen, Katie: EMI paid ousted music chief £4.6m, report reveals. The Guardian, 18.6.2007.

<https://www.theguardian.com/business/2007/jun/18/executivesalaries.executivepay>

Amplifying Artist Input in Your Personalized Recommendations, Spotify, 2.11.2020.

<https://newsroom.spotify.com/2020-11-02/amplifying-artist-input-in-your-personalized-recommendations/>

Anderton, Frances: Kurt Cobain, accidental fashion icon. KCRW 2019. <https://www.kcrw.com/culture/shows/design-and-architecture/sun-seekers-in-socal-kurt-cobains-fashion-legacy/kurt-cobain-accidental-fashion-icon.>

Annual report, Walmart Inc., 2020.

http://s2.q4cdn.com/056532643/files/doc_financials/2020/ar/Walmart_2020_Annual_Report.pdf

App Integrations, Spotify 2020. <https://spotify-everywhere.com/collections/app-integrations>

Art Gilham, artistiprofiili, Discogs. <https://www.discogs.com/artist/1753513>

Arthur Judson Dies at 93: Leading Concert Manager. *The New York Times*, 29.1.1975. Haettu osoitteesta

<https://www.nytimes.com/1975/01/29/archives/arthur-judson-dies-at-93-leading-concert-manager.html>

Bartz, Diane: *Analysis: Key to Universal-EMI decision: Has music business lost control?* Reuters, 16.5.2012.

<https://www.reuters.com/article/us-universal-emi-antitrust/analysis-key-to-universal-emi-decision-has-music-business-lost-control-idUSBRE84F06120120516>.

Bates, James: *Name Dropping: Parent Firm Won't Be 'MCA' Anymore*. LA Times, 10.12.1996.

<https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1996-12-10-fi-7695-story.html>

Bates, James & Philips, Chuck: *Wal-Mart Bans Album Over Gun Sale Lyrics*. L.A. Times, 10.9.1996.

<https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1996-09-10-mn-42265-story.html>

Bell Laboratories – American company, Encyclopaedia Britannica 2020. <https://www.britannica.com/topic/Bell-Laboratories>

Boxed Philips N2600 -2ND Car Cassette Player, Historic Tech 2020. <https://historictech.com/product/boxed-philips-n2600-a-very-early-car-cassette-player/>

Brand Authenticity, Sprout Social 2020. <https://sproutsocial.com/glossary/brand-authenticity/>

Bring, One Green Bean and Havas team up as Vivendi Village, The Music Network, 12.11.2020.

<https://themusicnetwork.com/vivendi-village-body-shop/>

Browne, David: *Little Richard, Founding Father of Rock Who Broke Musical Barriers, Dead at 87*. Rolling Stone

9.5.2020. <https://www.rollingstone.com/music/music-news/little-richard-dead-48505/>

Brownfield, Paul: *Billboard Cover: The Voice' Hasn't Created an Actual Star — But Is Making Bigger Stars of Its*

Judges. Billboard, 12.9.2014. <https://www.billboard.com/articles/news/6251215/the-voice-billboard-cover-story-gwen-stefani-adam-levine-pharrell-williams-blake-shelton>

Bruner, Jon: *Steve Wozniak's Favorite Gadget*. Forbes, 6.6.2012.

<https://www.forbes.com/sites/jonbruner/2012/06/06/steve-wozniaks-favorite-gadget/?sh=198dcb232e78>

Business to Business to Consumer (B2B2C), Techopedia 23.2.2017.

<https://www.techopedia.com/definition/23169/business-to-business-to-consumer-b2b2c>

Butler, Eamonn: *A Short History of The Mont Pelerin Society*. The Mont Pelerin Society 2014.

<https://www.montpelerin.org/wp-content/uploads/2015/12/Short-History-of-MPS-2014.pdf>

Burkeman, Oliver: *Glitter tarnished as Mariah Carey gets £35m payoff to break record deal*. The Guardian, 3.1.2002.

<https://www.theguardian.com/world/2002/jan/03/oliverburkeman>

Calculate the value of \$100,000 in 1927, DollarTimes 2020.

<https://www.dollartimes.com/inflation/inflation.php?amount=100000&year=1927>

Cassy, John: *EMI misses revenue target*. The Guardian, 20.11.2002.

<https://www.theguardian.com/business/2002/nov/20/localmuseums.arts>

Caulfield, Keith: *Director Russell Mulcahy and Duran Duran's John Taylor Look Back on Their Classic Music Videos*.

Billboard, 11.3.2014. <https://www.billboard.com/articles/news/6296755/russell-mulcahy-duran-duran-john-taylor-classic-videos>

CBS/Sony Records is Established in First Round of Capital Deregulation, Sony 2020.

<https://www.sony.net/SonyInfo/CorporateInfo/History/SonyHistory/2-22.html>

CD Price Fixing Suit Settled For \$143 Million, Billboard, 1.10.2002.

<https://www.billboard.com/articles/news/74008/cd-price-fixing-suit-settled-for-143-million>

Ciocca, Sophia: *How Does Spotify Know You So Well?* Medium, 10.10.2017. [https://medium.com/s/story/spotify-](https://medium.com/s/story/spotify-discover-weekly-how-machine-learning-finds-your-new-music-19a41ab76efe)

[discover-weekly-how-machine-learning-finds-your-new-music-19a41ab76efe](https://medium.com/s/story/spotify-discover-weekly-how-machine-learning-finds-your-new-music-19a41ab76efe)

Clark, Rebekah: *Homelessness & the holidays: did you know 61 percent of those who access homeless services in*

Australia are women? Grazia Magazine, 2020. <https://graziamagazine.com/articles/siala-robson-interview-womens-homelessness/>.

Cohen, Colin: *Zoe Keating Offers More Evidence That Spotify Royalties Are Declining*. Digital Music News, 6.12.2019.

<https://www.digitalmusicnews.com/2019/12/06/zoe-keating-spotify-royalties-declining/>

Cole, Nicki Lisa: *Definition of Base and Superstructure*. ThoughtCo., 24.1.2020.

<https://www.thoughtco.com/definition-of-base-and-superstructure-3026372>

de Broglie, Charlotte: *We need to talk about digital ethics*. OECD Yearbook, 2016.

<http://www.oecd.org/fr/numerique/we-need-to-talk-about-digital-ethics.htm>

Deezer wants artists to be paid fairly, Deezer 2021. <https://www.deezer.com/ucps>

Del Barco, Mandalit: *A&M Records: Independent, With Major Appeal*. NPR, 14.11.2012.

<https://www.npr.org/sections/therecord/2012/11/14/165052112/a-m-records-independent-with-major-appeal>

Del Rowe, Sam: *Spotify Links Musical Tastes to Marketing*. CRM, 28.8.2017.

<https://www.destinationcrm.com/Articles/CRM-Insights/Insight/Spotify-Links-Musical-Tastes-to-Marketing-120156.aspx>

Dredge, Stuart: *Spotify CEO talks Covid-19, artist incomes and podcasting (interview)*. Music Ally, 30.7.2020.

<https://musically.com/2020/07/30/spotify-ceo-talks-covid-19-artist-incomes-and-podcasting-interview/>

Duke, Alan: *Rock and Roll Hall of Fame ousts DJ Alan Freed's ashes, adds Beyonce's leotards*. CNN, 4.8.2014.

<https://edition.cnn.com/2014/08/03/showbiz/rock-and-roll-hall-of-fame-alan-freed/index.html>

Edwards, David & Callahan, Mike: *The Atlantic Records Story*. BSN Publications, 20.2.2000.

<https://www.bsnpubs.com/atlantic/atlanticstory.html>

Elvis Presley, artistiprofiili, Discogs, 2020. <https://www.discogs.com/artist/27518-Elvis-Presley>

EMI profit to slide 20%, CNN Money, 25.9.2001. <https://money.cnn.com/2001/09/25/europe/emi/>.

EMI set to cut up to 2,000 jobs, BBC News, 15.1.2008. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/7188898.stm>

Employee Wage Lawyer and Overtime Lawyer - Sony Computer Entertainment America, Inc. Settlement on Behalf of Computer Graphic Artists, Shapiro Haber & Urmy LLP, 2020. <http://www.shulaw.com/About-Us/Litigation-Successes/Employee-Wage-Litigation/Sony-Computer-Entertainment-America2C-Inc.-Settlement-on-Behalf-of-Computer-Graphic-Artists/>

Erlewine, Stephen Thomas: *New Wave*. All Music 25.10.2010. Haettu Internet Archive -palvelusta 11.11.2020.

<https://web.archive.org/web/20101025110745/http://allmusic.com/explore/essay/new-wave-t727>

Espeso, Frances Josephine: *Banijay Group completes acquisition of Endemol Shine*. S&P Global, 3.7.2020.

<https://www.spglobal.com/marketintelligence/en/news-insights/latest-news-headlines/banijay-group-completes-acquisition-of-endemol-shine-59307049>

Fabrikant, Geraldine: *Company News; Thorn EMI Is Buying Virgin Music*. The New York Times, 7.3.1992.

<https://www.nytimes.com/1992/03/07/business/company-news-thorn-emi-is-buying-virgin-music.html>

Filosofia: historiallinen materialismi, Tieteen termipankki 14.1.2021.

https://tieteentermipankki.fi/wiki/Filosofia:historiallinen_materialismi

Financial Report and Audited Consolidated Financial Statements for the year ended December 31, 2019, Vivendi,

13.2.2020. https://www.vivendi.com/wp-content/uploads/2020/02/20200213_VIV_Financial-Report-and-Consolidated-Financial-Statements-FY-2019.pdf

Financial Statements and Consolidated Financial Results for the Fiscal Year Ended March 31, 2020 And Outlook for the Fiscal Year Ending March 31, 2021, Sony Corporation, 13.5.2020.

https://www.sony.net/SonyInfo/IR/library/presen/er/pdf/19q4_sony.pdf

Fleming, Karl: *Who is Ted Ashley? Just the King of Hollywood, Baby*. New York Magazine, 24.6.1974.

https://books.google.fi/books?redir_esc=y&hl=fi&id=iOkCAAAMBAJ&q=antitrust#v=onepage&q&f=false.

Fong-Torres, Ben: *Alan Freed*, biografia, alanfreed.com, 2020. <http://www.alanfreed.com/wp/biography/>

Friedman, Milton: *The social responsibility of business is to increase its profits*. The New York Times, 13.9.1970.

Haettu osoitteesta <http://graphics8.nytimes.com/packages/pdf/business/miltonfriedman1970.pdf>

Garling, Caleb: *How Digital Music Missed Its Big Chance*. Wired, 12.11.2014. <https://www.wired.com/2014/12/how-digital-music-missed-its-big-chance/>.

Gnerre, Sam: *Now you can hear Dion's great, mostly unheard mid-1960s music on reissue*. Daily Breeze, 15.5.2017.

<https://www.dailybreeze.com/2017/05/15/now-you-can-hear-dions-great-mostly-unheard-mid-1960s-music-on-reissue/>

Gold & Platinum News, RIAA 2020. https://www.riaa.com/gold-platinum/?tab_active=top_tallies&ttt=DA#search_section.

Gordinier, Jeff: *Discount stores refuse to shelve Nirvana's latest*. Entertainment Weekly, 8.4.1994. <https://ew.com/article/1994/04/08/discount-stores-refuse-shelve-nirvanas-latest/>

Gotlieb, Andy: *From RCA to Lockheed, music to defense*. Philadelphia Business Journal, 19.3.2001. <https://www.bizjournals.com/philadelphia/stories/2001/03/19/focus3.html>

Government Starts Anti-Trust Suits, Gettysburg Times, 14.5.1930. Haettu osoitteesta <https://news.google.com/newspapers?id=1rIIAAAIBAJ&sjid=pvoFAAAAIBAJ&pg=2968%2C1740678>

Govindarajan, Vijay, Lev, Baruch, Srivastava, Anup & Enache, Luminata: *The Gap Between Large and Small Companies Is Growing. Why?* Harvard Business Review, 16.8.2019. <https://hbr.org/2019/08/the-gap-between-large-and-small-companies-is-growing-why>

Gray, Tyler: *Punk Rock Branding: How Bruce Pavitt built Sub Pop in an anti-corporate Nirvana*. Fast Company, 27.11.2012. <https://www.fastcompany.com/1681976/punk-rock-branding-how-bruce-pavitt-built-sub-pop-in-an-anti-corporate-nirvana>.

Greider, William: *The Education of David Stockman*. The Atlantic, joulukuu 1981. Haettu osoitteesta https://www.theatlantic.com/magazine/archive/1981/12/the-education-of-david-stockman/305760/?single_page=true

Gupta, Rapti: *Nirvana to be Inducted to the Rock Hall of Fame in 2014*. International Business Times, 17.12.2013. <https://www.ibtimes.co.in/nirvana-to-be-inducted-to-the-rock-hall-of-fame-in-2014-530770>

Haire, Meaghan: *A brief history of The Walkman*. Time, 1.7.2009. <http://content.time.com/time/nation/article/0,8599,1907884,00.html>

Hann, Michael: *Sub Pop: 25 years of underground rock*. The Guardian, 4.7.2013. <https://www.theguardian.com/music/2013/jul/04/sub-pop-25-years-underground-rock>

Hasse, John Edward: *The First Jazz Recording Was Made by a Group of White Guys?* Smithsonian Magazine, 24.2.2017. <https://www.smithsonianmag.com/smithsonian-institution/was-first-jazz-recording-made-group-white-guys-180962246/>

Hayes, Adam: *Winner-Takes-All Market*. Investopedia, 30.4.2020. <https://www.investopedia.com/terms/w/winner-takes-all-market.asp>

Hebblethwaite, Phil: *How Michael Jackson's Thriller changed music videos for ever*. The Guardian, 21.11.2013. <https://www.theguardian.com/music/2013/nov/21/michael-jackson-thriller-changed-music-videos>

Herger, Nils. & McCorriston, Steve: *Horizontal, Vertical, and Conglomerate Cross Border Acquisitions*. IMF Economic Review, 4.4.2016. <http://hdl.handle.net/10871/20491>

Herstand, Ari: *How Signing A Major Record Deal Nearly Destroyed My Music Career*. Digital Music News, 9.9.2015. <https://www.digitalmusicnews.com/2015/09/09/how-signing-a-major-record-deal-nearly-destroyed-my-music-career/>

Hesse, Josiah M.: *The Sex Pistols signed with A&M outside Buckingham Palace 35 years ago today*. Westworld, 9.3.2012. <https://www.westword.com/music/the-sex-pistols-signed-with-aandm-outside-buckingham-palace-35-years-ago-today-5702105>

Hilburn, Robert, Boucher, Geoff & Philips, Chuck: *A & M Records Closes; Geffen Lays Off 110*. Los Angeles times, 22.1.1999. <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1999-jan-22-mn-524-story.html>

History of the Record Industry, 1920— 1950s, Medium, 9.6.2014. <https://medium.com/@Vinylmint/history-of-the-record-industry-1920-1950s-6d491d7cb606>

Holguin, Jaime: *Settlement Is Music to CD Buyers' Ears*. CBS News, 1.10.2002. <https://www.cbsnews.com/news/settlement-is-music-to-cd-buyers-ears/>

Hopi, Anna: *TVOF-voittaja Suvi Åkerman taustoittaa uransa floppaamista: "Vaikeudet veivät voimiani ja otin etäisyyttä musiikkiin"*. Iltalehti, 21.12.2018. <https://www.iltalehti.fi/viihdeuutiset/a/7e8755bb-10ba-42a6-bbe2-578cfa78abc3>

Hundreds of Jobs Lost in Universal Mega-Merger, Rolling Stone, 22.1.1999. <https://www.rollingstone.com/music/music-news/hundreds-of-jobs-lost-in-universal-mega-merger-114582/>.

Global Music Report 2019 – State of The Industry. Toimintakertomus, IFPI, 2019. <https://www.ifpi.org/news/IFPI-GLOBAL-MUSIC-REPORT-2019>

I have to tell my story authentically, Music Business USA, 2019. <https://www.musicbusinessworldwide.com/files/2019/06/MBUSA-Issue-1-1.pdf>

Ingham 2018a: Ingham, Tim: *The great big Spotify scam: did a Bulgarian playlister swindle their way to a fortune on streaming service?* Musicbusiness worldwide, 20.2.2018. <https://www.musicbusinessworldwide.com/great-big-spotify-scam-bulgarian-playlister-swindle-way-fortune-streaming-service/>

Ingham 2018b: Ingham, Tim: *Spotify still pays artists out of one big “pot”. Should the company change it’s policy?* Music Business Worldwide, 10.12.2018. <https://www.musicbusinessworldwide.com/spotify-still-pays-artists-out-of-one-big-pot-should-the-company-change-its-policy/>

Ingham 2020b: Ingham, Tim: *Spotify Dreams of Artists Making a Living. It Probably Won’t Come True*. Rolling Stone, 3.8.2020. <https://www.rollingstone.com/pro/features/spotify-million-artists-royalties-1038408/>

Ingham 2020a: Ingham, Tim: *Who Really Owns Spotify?* Rolling Stone, 23.2.2020. <https://www.rollingstone.com/pro/news/who-really-owns-spotify-955388/>

Ingham, Tim: *Warner buys indie hip-hop label Monsp Records in Finland*. Music Business Worldwide, 31.5.2019. <https://www.musicbusinessworldwide.com/warner-buys-indie-hip-hop-label-monsp-in-finland/>

James, Barry: *Mariah Gets Scratched, but With a Glittering Buyout From EMI*. The New York Times, 24.1.2002. <https://www.nytimes.com/2002/01/24/news/mariah-gets-scratched-but-with-a-glittering-buyout-from-emi.html>

Jämsén, Elina: *Muusikkojen Liitto uhkaa Universal Musicia oikeustoimilla*. Yle Uutiset, 5.10.2011. <https://yle.fi/uutiset/3-5433068>

Jääskeläinen, Kai: YK:n pääsihteeri on huolissaan sosiaalisen median yhtiöiden asemasta ja vallasta. Yle, 29.1.2021. <https://yle.fi/uutiset/3-11762328>

Kaplan, David: *Sony Buys Bertelsmann's 50% Stake In Sony BMG for \$1.2B*. Forbes, 5.8.2008. https://www.forbes.com/2008/08/05/sony-bmg-bertelsmann-tech_cx_pco_0805paidcontent.html?sh=62dc99764d0c

Kaufman, Spencer: *The 10 Heaviest Moments on Nirvana's In Utero*. Yahoo!news, 21.9.2018. <https://www.yahoo.com/news/10-heaviest-moments-nirvana-utero-160021850.html>

Kela, Anssi: *Levoton tyttö ja Spotify*. Blogikirjoitus., 6.11.2013. <https://www.anssikela.com/2013/11/06/levoton-tytto-ja-spotify/>

Killoran, Ellen: *Rejected Time Inc. Bidder Edgar Bronfman Jr. Brought Down His Family's Business*. Forbes, 29.11.2016. <https://www.forbes.com/sites/ellenkilloran/2016/11/29/rejected-time-inc-bidder-edgar-bronfman-jr-brought-down-his-familys-business/?sh=595063684568>

King, Brad: *The Day the Napster Died*. Wired, 15.5.2002. <https://www.wired.com/2002/05/the-day-the-napster-died/>

Kopf, Dan: *The economics of streaming is making songs shorter*. Quartz, 17.1.2019. <https://qz.com/1519823/is-spotify-making-songs-shorter/>

Kreps, Daniel: *Virgin/EMI Sue 30 Seconds to Mars for \$30 Million, Leto Fights Back*. Rolling Stone, 18.8.2008. <https://www.rollingstone.com/music/music-news/virgin-emi-sue-30-seconds-to-mars-for-30-million-letto-fights-back-244059/>

Kroll, Luisa: *From Kylie Jenner To Daniel Ek, The 10 Most Notable New Billionaires Of 2019*. Forbes, 20.3.2019. <https://www.forbes.com/sites/luisakroll/2019/03/20/from-kylie-jenner-to-daniel-ek-the-10-most-notable-new-billionaires-of-2019/?sh=4084c9f1262c>

Labaton, Stephen: *5 music companies settle federal case on CD Price-Fixing*. The New York Times, 11.5.2000. <https://www.nytimes.com/2000/05/11/business/5-music-companies-settle-federal-case-on-cd-price-fixing.html>

Langer, Andy: *Is Steve Jobs the God of Music?* Esquire, 10.9.2014. <https://www.esquire.com/news-politics/a11177/steve-jobs-esquire-interview-0703/>

Lappi, Otto: *Abduktio*. Lukion filosofiasanasto, 2001. <https://www.mv.helsinki.fi/home/olappi/lukionfilosofia/sanasto/abduktio.htm>

Leeds, Jeff: *Herb Alpert's Vivendi Deal Has \$200-Million Encore Performance*. Los Angeles Times, 12.3.2003. <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2003-mar-12-fi-alcpt12-story.html>

Lil Nas X, artistiprofiili, Spotify. <https://open.spotify.com/artist/7jVv8c5Fj3E9VhNjxT4snq>

Lindvall, Helienne: *Can major labels be trusted to develop artists?* The Guardian, 4.6.2013. <https://www.theguardian.com/media/media-blog/2013/jun/04/major-labels-develop-artists>

Loughran, Patrick: *Sex Pistol sends Dairy Crest butter sales soaring*. The Times, 3.2.2009. <https://www.thetimes.co.uk/article/sex-pistol-sends-dairy-crest-butter-sales-soaring-wqpfptqlcj6>

Lynskey, Dorian: *How the compact disc lost its shine*. The Guardian, 28.5.2015.
<https://www.theguardian.com/music/2015/may/28/how-the-compact-disc-lost-its-shine>

Maroon 5, *artistiprofilili*, Discogs, 2020. <https://www.discogs.com/artist/192151-Maroon-5>

Mary J. Blige: *Burger King Chicken Ad Fallout 'Crushed Me'*. Rolling Stone, 28.6.2012.
<https://www.rollingstone.com/music/music-news/mary-j-blige-burger-king-chicken-ad-fallout-crushed-me-94243/>

McLaughlin, David: *The Big Keep Getting Bigger in the Pandemic-Rearranged Economy*. Bloomberg Businessweek, 3.5.2020. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-05-03/the-big-keep-getting-bigger-in-the-pandemic-rearranged-economy>

Meet the Buggles, People, 15.7.2001. <https://people.com/archive/meet-the-buggles/>

Memorandum, Sub Pop, 2.4.2008. https://www.subpop.com/artists/sub_pop

Menta, Richard 2001: *PressPlay and MusicNet to Launch*. MP3 Newswire, 17.9, 2001. Haettu Internet Archive - palvelusta. <https://web.archive.org/web/20181130130225/http://www.mp3newswire.net/stories/2001/pressplay.htm>

MTV Turns 20, Voice of America, arkisto, 31.10.2009. <https://www.voanews.com/archive/mtv-turns-20-2001-08-01>.

Mulligan 2020a: Mulligan, Mark: *Global independent label survey*. Blogi, Midia, 14.12.2020.
<https://www.midiaresearch.com/blog/global-independent-label-survey>

Mulligan 2020b: Mulligan, Mark: *Music Subscriber Market Shares Q1 2020*. Blogi, Midia, 23.6.2020.
<https://www.midiaresearch.com/blog/music-subscriber-market-shares-q1-2020>

Mulligan 2020c: Mulligan, Mark: *Independents Grew Fastest on Spotify in 2019, But There's a Twist*. Blogi, Midia.
<https://www.midiaresearch.com/blog/independents-grew-fastest-on-spotify-in-2019-but-theres-a-twist>

Murphy, Owen: *30 Years Being Losers: Sub Pop's Bruce Pavitt, Jonathan Poneman, and Megan Jasper Look Back on the Label's History*. KEXP, 8.8.2018. <https://www.kexp.org/read/2018/8/8/30-years-losers-sub-pops-bruce-pavitt-jonathan-poneman-and-megan-jasper-look-back-labels-history/>

Napier-Bell, Simon: *The life and crimes of the music biz*. The Guardian, 20.1.2008.
<https://www.theguardian.com/music/2008/jan/20/popandrock.musicindustry>

Napoli, Philip & Caplan, Robyn: *Why media companies insist they're not media companies, why they're wrong, and why it matters*. First Monday, 2017. <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/7051/6124>

Nelson, Sean & Segal, Dave: *Looking Back on 30 Years of Sub Pop Records*. The Stranger, 1.8.2018.
<https://www.thestranger.com/features/2018/08/01/30034342/looking-back-on-30-years-of-triumphs-and-tumult-at-sub-pop-records>.

Network Broadcasting, Bell Telephone Magazine, 2, huhtikuu 1932. Haettu Internet Archive -palvelusta.
<https://archive.org/details/belltelephonemag13amerrich/page/82/mode/2up?q=child>

Norris, Floyd: *Time Inc. and Warner to Merge, Creating Largest Media Company*. The New York Times, 5.3.1989.
<https://www.nytimes.com/1989/03/05/us/time-inc-and-warner-to-merge-creating-largest-media-company.html>.

O'Connell, Mikey: *Inside Adam Levine's 'Voice' Exit and a Massive Missed Payday*. Hollywood Reporter, 30.5.2019. <https://www.hollywoodreporter.com/live-feed/inside-adam-levines-voice-exit-a-massive-missed-payday-1214304>

O'Connor, Jack; *One Policy, One System, Universal Service*. Competitive Enterprise Institute, 15.6.2009. <https://cei.org/blog/one-policy-one-system-universal-service>

O'Dell, Cary: "*Tutti Frutti*"—*Little Richard (1955)*. Library of Congress, 2009. <https://www.loc.gov/static/programs/national-recording-preservation-board/documents/TuttiFrutti.pdf>

Oliver, Myrna: Ted Ashley, 80; Talent Agent Also Ran Warner Bros. Studio. Los Angeles Times, 26.8.2002. <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2002-aug-26-me-ashley26-story.html>

Our history, Walmart Inc. 2020. <https://corporate.walmart.com/our-story/our-history>.

Our timeline, Virgin 2020. <https://www.virgin.com/about-virgin/timeline>

Pakes, Bob: *The Wonderful World of E.P.E. Memorabilia (1957-61)*. Blogikirjoitus, 2020. <http://www.elvisechoesofthepast.com/the-wonderful-world-of-e-p-e-memorabilia-1957-61/>

Pastukhov, Dmitry: *What Music Streaming Services Pay Per Stream (And Why It Actually Doesn't Matter)*. Blogi, Soundcharts, 27.6, 2019. <https://soundcharts.com/blog/music-streaming-rates-payouts>

Parloff, Roger: *No one doubts that Richard Posner is a brilliant judge and antitrust theoretician. Is that enough to bring Microsoft and the government together?* CNN Money, 10.1.2000. https://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/2000/01/10/271747/index.htm

payola, Online Etymology Dictionary, 2020. <https://www.etymonline.com/word/payola>

Peirson-Hagger, Ellen: "I lost my identity": The artists who left major record deals to form their own indie labels. NewStatesman, 8.7.2020. <https://www.newstatesman.com/culture/music-theatre/2020/07/i-lost-my-identity-artists-who-left-major-record-deals-form-their-own>

Pennings, Anthony J.: *Why AT&T invented and shared the transistor that started the digital revolution*. Blogi, 5.3.2011. <http://apennings.com/how-it-came-to-rule-the-world/why-att-invented-and-shared-the-transistor-that-started-the-digital-revolution/>

Pepsi Cancels Madonna Ad, The New York Times, 5.4, 1989. Haettu The New York Times Archives -palvelusta. <https://www.nytimes.com/1989/04/05/business/pepsi-cancels-madonna-ad.html>

Peterson, David: *Is Hayek's Moral Vision Compatible with Democracy?* Blogikirjoitus, Quillette, 10.3.2017. <https://quillette.com/2017/03/10/is-hayeks-moral-vision-compatible-with-democracy/>

Pithers, Malcolm: *EMI may drop the Sex Pistols – archive, 1976*. The Guardian, 8.12.2016. <https://www.theguardian.com/music/2016/dec/08/sex-pistols-emi-punk-music-record-label>

Emma tuli! Leo Stillmanin Facebook-päivitys, 4.2.2018. <https://www.facebook.com/Stillmanleo/posts/10216036844132758>

Pitääkö yrityksen tavoitella muutakin kuin voittoa omistajille? Talouselämä 27.9.2019.

<https://www.talouselama.fi/uutiset/pitaako-yrityksen-tavoitella-muutakin-kuin-voittoa-omistajille-bjorn-wahlroos-eivathan-muut-tekijat-jaa-huomiotta-voitontavoittelussakaan/611613a3-51af-4f57-9e7f-0631257085f1>

Richter, Paul: *Sony to Pay \$3.4 Billion for Columbia Pictures: Japanese Firm Willing to Offer High Price to Get Film, TV Software for Video Equipment It Makes*. LA Times, 28.9.1989. <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1989-09-28-mn-361-story.html>

Richter, Paul & Knoedelseder jr., William K.: *Sony Buys CBS Record Division for \$2 Billion After Months of Talks*. 19.11.1987. <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1987-11-19-fi-22750-story.html>

Rifkin 2014b: Rifkin, Jeremy: *The Rise of Anti-Capitalism*. Blogi, The New York Times, 15.3.2014. <https://www.nytimes.com/2014/03/16/opinion/sunday/the-rise-of-anti-capitalism.html>

Robinson, James: *Radiohead sound off with bum notes for EMI*. The Guardian, 2.12.2007. <https://www.theguardian.com/business/2007/dec/02/businessandmedia5>

Robley, Chris: *TikTok promotion for musicians*. CD Baby, 29.1.2020. <https://diymusician.cdbaby.com/music-promotion/tiktok-music-promotion-guide/>

Schawbel, Dan: *Richard Branson's Three Most Important Leadership Principles*. Forbes, 23.9.2014. <https://www.forbes.com/sites/danschawbel/2014/09/23/richard-branson-his-3-most-important-leadership-principles/?sh=cd809093d509>

Schoenherr, Steven *Electrical Recording*. Muistio, 1999. <http://www.aes-media.org/historical/html/recording.technology.history/blau.html>

Schrodt, Paul: *Lady Gaga discovered how to be happy when she started saying one word a lot more often*. Business Insider, 30.10.2015. <https://www.businessinsider.com/lady-gaga-yale-speech-2015-10?r=US&IR=T>

Sex Pistols, On A&M Records 2020. <https://www.onamrecords.com/artists/sex-pistols>

Sexton, Paul: *'In Utero': Nirvana help shape 1990s rock with final album*. Udiscovermusic, 21.9.2020. <https://www.udiscovermusic.com/stories/nirvana-in-utero-album/>

Sheerin, Jude: *How the world's first rock concert ended in chaos*. BBC News, 21.3.2012. <https://www.bbc.com/news/magazine-17440514>

Simon, Richard B.: *Metallica's anti-Napster crusade inspires backlash*. MTV, 31.5.2000. <http://www.mtv.com/news/971500/metallicas-anti-napster-crusade-inspires-backlash/>

Singers, Matias: *Spotify International Pricing Index*. 7.5.2014. <https://mts.io/2014/05/07/spotify-pricing-index/>

Sisario, Ben: *U.S. and European Regulators Approve Universal's Purchase of EMI*. The New York Times, 21.9.2012. <https://www.nytimes.com/2012/09/22/business/global/universal-takeover-of-emi-music-is-approved.html>

Smith, Ian K. & Thompson, Jennifer: *Top 20 Political Songs*. NewStatesman, 25.3.2010. <https://www.newstatesman.com/music/2010/03/top-20-political-songs>

Srnicek, Nick: *The challenges of platform capitalism*. Juncture, 23.4.2017. <https://www.ippr.org/juncture-item/the-challenges-of-platform-capitalism>

Sony Settles Payola Investigation. New York State Office of the Attorney General, 25.7.2005. <https://ag.ny.gov/press-release/2005/sony-settles-payola-investigation>.

Stosuy, Brandon: 30.5, 2008. *Rolling Stone's 100 Greatest Guitar Songs of all time*. Stereogum, 30.5.2008. https://www.stereogum.com/10114/rolling_stones_100_greatest_guitar_songs_of_all_ti/lists/

Strauss, Neil: *A Major Merger Shakes Up the World of Rock*. The New York Times, 21.12.1998. <https://www.nytimes.com/1998/12/21/arts/a-major-merger-shakes-up-the-world-of-rock.html>

Strauss, Neil: *Record Labels' Answer to Napster Still Has Artists Feeling Bypassed*. The New York Times 18.2.2002. <https://www.nytimes.com/2002/02/18/arts/record-labels-answer-to-napster-still-has-artists-feeling-bypassed.html>

Sullivan, Caroline: *Robbie's £80m deal puts EMI on new path*. The Guardian, 5.10.2002. <https://www.theguardian.com/uk/2002/oct/05/arts.artsnews>.

Suomi-palkinnot kaupunkikulttuurin ja kansalaisaktiivisuuden edistäjille, Yle, 15.12.2011. <https://yle.fi/uutiset/3-5468479>

Taylor, Dick: *July 5th – Today in History*. Blogikirjoitus, 5.6.2020. <https://dicktaylorblog.com/tag/tr-63/>

Samuel Bronfman, The Canadian business Hall of Fame, 2020. <https://cbhf.ca/samuel-bronfman>

The Corporation – Feature Film, Encore. Running time 02:24:20. <https://www.youtube.com/watch?v=zpQYsk-8dWg&t=6111s>

The Group's origins, Vivendi 2020. <https://www.vivendi.com/en/our-group/key-milestones/the-groups-origins/>.

The history of 78 RPM recordings, Yale university library 2020. <https://web.library.yale.edu/cataloging/music/historyof78rpms>

The Record Man: Ahmet Ertegun, Founder of Atlantic Records, Atlantic Records 2020. <https://www.atlanticrecords.com/posts/happy-birthday-ahmet-ertegun-founder-atlantic-records-18746>

The Sex Pistols - No Fun - 1/14/1978 - Winterland (Official). Sex Pistols on MV, Youtube, 18.9.2014. <https://www.youtube.com/watch?v=3K3uAlyNL5o>

The Voice Australia moves to Seven Network, Mediaweek, 30.8.2020. <https://www.mediaweek.com.au/the-voice-australia-moves-to-seven-network/>

Venook, Jeremy: *The political slant of the Nobel prize in economics*. The Atlantic, 9.10.2016. <https://www.theatlantic.com/business/archive/2016/10/nobel-factor-offer-soderberg/503186/>

Vehkaoja, Mikael: *Laulukilpailut tarjoavat riistodiilejä lapsille*. Seura, 12.4.2013. <https://seura.fi/asiat/tutkivat/laulukilpailu-tarjoaa-riistodiileja-lapsille/>

Violation Tracker Parent Company Summary, parent company Access Industries, Good Jobs First 2020. <https://violationtracker.goodjobsfirst.org/parent/access-industries>.

Violation Tracker Parent Company Summary, parent company Sony, Good Jobs First 2020.

<https://violationtracker.goodjobsfirst.org/parent/sony>

Violation Tracker Parent Company Summary, parent company Vivendi, Good Jobs First 2020.

<https://violationtracker.goodjobsfirst.org/parent/vivendi>

We know our fans. Like, really know them, Spotify for brands, 2020. [https://www.spotifyforbrands.com/nn-](https://www.spotifyforbrands.com/nn-NO/audiences/)

[NO/audiences/](https://www.spotifyforbrands.com/nn-NO/audiences/)

Weber, Bruce: *Jerry Wexler, a Behind-the-Scenes Force in Black Music, Is Dead at 91*. The New York times,

15.7.2008. <https://www.nytimes.com/2008/08/16/arts/music/16wexler.html>

Welch, Jon: *Sex Pistols: Anarchy in the UK and the tour they tried to ban*. BBC News, 3.12.2016.

<https://www.bbc.com/news/uk-england-norfolk-38165091>

Wiederhorn, Jon: *Butch Vig tells the inside story on making Nevermind*. Blogikirjoitus, 2020.

https://web.musicaficionado.com/main/article/making_nirvanas_nevermind_the_inside_story_by_jonwiederhorn

Wilson, Michael: *The North American Free Trade Agreement: Ronald Reagan's Vision Realized*. The Heritage

Foundation, 23.11, 1993. <https://www.heritage.org/trade/report/the-north-american-free-trade-agreement-ronald-reagans-vision-realized>

Wu, Tim: *In the Grip of the New Monopolists*. The Wall Street Journal, 13.11.2010.

<https://www.wsj.com/articles/SB10001424052748704635704575604993311538482>

Wyman, Bill: *Did "Thriller" Really Sell a Hundred Million Copies?* New Yorker 4.1.2013.

<https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/did-thriller-really-sell-a-hundred-million-copies>

Yardley, Dave: *The top five ethical | moral principles for digital transformation*. Consultansy.uk, 11.4.2018.

<https://www.consultansy.uk/news/16602/the-top-five-ethical-moral-principles-for-digital-transformation>

Äänitteiden kokonaismarkkina lähes 11 prosentin kasvussa, IFPI Suomi 2019.

<https://www.ifpi.fi/uutiset/2019/04/aanitteiden-kokonaismarkkina-lahes-11-prosentin-kaavussa/>

Julkaistu kirjallinen aineisto

Azerrad, Michael: *Our band could be your life: scenes from the American Indie underground, 1981-1991*.

Ensimmäinen painos. Little, Brown and Company, Boston, 2001.

Berrett, Joshua: *Louis Armstrong and Paul Whiteman: Two Kings of Jazz*. New Haven, CT: Yale University Press,

2009.

Cohn, Lawrence: *Nothing but the Blues*. Abbeville Press, New York, 1993.

EMI Music. Revenues of Emi Music from 2003 to 2010 (in Million British Pounds). *Statista*, Statista Inc., 15.8.2010.

<https://www.statista.com/statistics/264511/revenues-of-emi-music/>

Giddins, Gary & DeVaux, Scott: *Jazz*. W.W. Norton & Company, Inc., New York, 2009.

Global Music Report 2018 - annual state of music industry, IFPI 2018.

- Guralnick, Peter: Nuori Elvis: viimeinen juna Memphisiin. Suomentanut J. Pekka Mäkelä. Like, Helsinki, 2007.
- Hermeneuttinen spiraali, TaiK 2021.
http://www.uiah.fi/virtu/materiaalit/tuotetiede/html_files/120_kirjallisuus.html#herm
- Klein, Naomi: "No Logo." Into Kustannus Oy, Helsinki, 2015.
- Löppönen, Paavo: *Vapauden markkinat – Uusliberalismin kertomus*. Vastapaino, Tampere, 2017.
- Market Share of Record Companies in The United States from 2011 to 2019, by Label Ownership*, Statista Inc., 2020.
<https://www.statista.com/statistics/317632/market-share-record-companies-label-ownership-usa/>
- McKay, Cory: *The global corporatization of music*. Kurssipaperi. University of Guelph, Ontario, 2000.
<http://www.music.mcgill.ca/~cmckay/papers/musicology/GlobalCorporatization.pdf>
- Postmodernismi*, Jyväskylän yliopisto, 2010. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/taiku/taidehistorian-aikajana/nykytaide/postmoderni%20kuvataide>
- Presley Bordello bit in special becomes a christmas dropout*, Variety (Archive: 1905-2000); Los Angeles Vol. 252, Iss. 4, 11.9, 1968, 30.
- RCA and Associates Separate Under Consent Decree Terms, *Broadcasting*, Joulukuu 1, 1932, 16.
- Schuller, Gunther: *Early jazz: its roots and musical development*. Oxford University Press, New York, 1968.
- Selvitys valtion talousarvion määrärahasta maksettavan yksityisen kopiointin hyvityksen toimivuudesta*, Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2018. <https://www.eduskunta.fi/FI/vaski/JulkaisuMetatieto/Documents/EDK-2018-AK-201102.pdf>
- Shareholder letter Q3*, Spotify, 29.10.2020.
https://s22.q4cdn.com/540910603/files/doc_financials/2020/q3/Shareholder-Letter-Q3-2020_FINAL.pdf
- Siefkes, Christian: *The Commons of the Future*. The Commoner, 19.3.2009. <https://thecommoner.org/article-not-in-an-issue/the-commons-of-the-future-building-blocks-for-a-commons-based-society/>
- Smith, Adam: *The Theory of Moral Sentiments*. E-kirja, MetaLibri, Sao Paulo, 2006
- Smith, Adam: *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. E-kirja, Metalibri, Amsteram, 2007.
- Statistics of income*, Yhdysvaltain valtiovarainministeriö 2020. <https://www.irs.gov/pub/irs-soi/20soirepar.pdf>
- Statement by assistant general R. Hewitt Pate regarding closing of the digital music investigation*, Yhdysvaltain oikeusministeriö, 23.12.2003. https://www.justice.gov/archive/opa/pr/2003/December/03_at_719.htm
- The Bruges speech*, Margaret Thatcher Foundation, 1988. Haettu osoitteesta
<https://www.margarettatcher.org/document/107332>
- Walmart Inc. 2020 Annual Report*, Walmart 2020.
https://s2.q4cdn.com/056532643/files/doc_financials/2020/ar/Walmart_2020_Annual_Report.pdf
- Williamson, Joel: *Elvis Presley – A Southern Life*. Oxford University Press, Oxford 2015.

WINTEL Worldwide Independent Market Report 2018, The Worldwide Independent Network, 2018.

<http://winformusic.org/reports/wintel2018/>

Haastattelut

Koivisto, Miikka, artisti, A&R, 31.1.2020 (Haastattelu, Jarno Valtonen, nauhoite)

Kosonen, Antti, PME Recordsin operatiivinen johtaja, 16.3.2020 (Puhelinhaastattelu, Jarno Valtonen, nauhoite)

Kotilainen, Antti, IFPI:n toiminnanjohtaja 21.2.2020 (Puhelinhaastattelu, Jarno Valtonen, nauhoite)

Melart, Samuli, asiantuntija, 4.5.2020 (Sähköpostihaastattelu, Jarno Valtonen)

Tutkimuskirjallisuus

Aitken, Hugh G.J.: *The Continuous Wave: Technology and American Radio, 1900-1932*. Princeton, N.J, Princeton University Press, 2014.

Alanen, Pentti: *Hermeneuttinen kehä ja kokeellinen tutkimus*. Kustannus HD, Inkoo, 2014.

Amihud, Yakov & Lev, Baruch: Risk Reduction as a Managerial Motive for Conglomerate Mergers. *The Bell Journal of Economics*, Vol. 12, No. 2, 1981, 605-617. <https://www.jstor.org/stable/3003575>

Anderson, Tim: Buried under the Fecundity of His Own Creations: Reconsidering the Recording Bans of the American Federation of Musicians, 1942-1944 and 1948. *American Music*, Vol. 22, No. 2, 2004, 231-269.

Antikainen, Mikko: *Hyvitysmaksujärjestelmä – matka kasettimetristä megatavuun*. Pro gradu -tutkielma, 2012.

Anttonen, Saira: *Valta, moraalit ja yhteiskunnallishistoriallinen oppiminen*. Oulun yliopisto, Oulu, 1998.

<http://jultika.oulu.fi/files/isbn9514251105.pdf>

Argy, Victor: *International Macroeconomics, Theory and Policy*. Routledge, Lontoo, 1994.

Bakker, Gerben: The Making of a Music Multinational: PolyGram's International Businesses, 1945-1998. *The Business History Review*, Vol. 80, No. 1, 2006, 81-123.

Bazinet, Jason B., Singlehurst, Thomas A., May, Mark, Suva, Jim, Ezawa, Kota & Yap, Alicia: *Putting the band back together. Remastering the World of Music*. Citi GPS, 2018.

<https://ir.citi.com/NhxmHW7xb0tkWiqOOG0NuPDM3pVGJpVzXMw7n+Zg4AffffX+eFqDYNfND+0hUxxXA>

Benjamin, Walter: *Messiaanisen sirpaleita. Kirjoituksia kielestä, historiasta ja pelastuksesta*. Toimittaneet Markku Koski, Keijo Rahkonen ja Esa Sironen. Kansan Sivistystyön Liitto, Jyväskylä 1989, 139-173.

Bourdieu, Pierre: The forms of capital. Teoksessa *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Westport, CT: Greenwood, 1986, 241–58.

Broven, John: *Record Makers and Breakers: Voices of the Independent Rock 'n' Roll Pioneers*. University of Illinois Press, Chicago, 2009.

Burnett, Robert: *Global Jukebox*. Routledge, Lontoo, 1996.

- Christensen, Clayton M., Raynor, Michael, McDonald, Rory: What is Disruptive Innovation? *Harvard Business Review*, joulukuu 2015.
- Coase, R. H. Payola in Radio and Television Broadcasting. *The Journal of Law & Economics*, vol. 22, no. 2, 1979, 269–328. www.jstor.org/stable/725120. Accessed 11 Oct. 2020
- Cooper, Mark & Griffin, Jodie: *The Role of Antitrust in protecting competition, innovation and consumers as the digital revolution matures: The case against the Universal-EMI and e-book price fixing*. SSRN Electronic Journal, 2012.
- Cowen, Tyler. *In Praise of Commercial Culture*. Harvard University Press, 1998.
- Cunningham, Stuart & Craig, David: Being ‘really real’ on YouTube: authenticity, community and brand culture in social media entertainment. *Media International Australia*, Vol. 164(1), 2017, 71–81.
- Cusic, Don, Faulk, Gregory K. & Lambert, Robert P.: Technology and Music Piracy: Has the Recording Industry Lost Sales? *Studies in Popular Culture*, Vol. 28, No. 1, lokakuu 2005, 15-24.
- DeVeaux, Scott: *The Birth of Bebop: A Social and Musical History*. Berkeley: University of California Press, 1997.
- Dowd, Timothy J.: From 78s to MP3s: The Embeddedness of Technology and the U.S. Market for Pre-recorded Music. Teoksessa *The Business of Culture: Emerging Perspectives on Entertainment, Media, and Other Industries*. Toim. Joseph Lampel, Jamal Shamsie & Theresa K. Lant. Taylor & Francis e-library, 2008, 205-226.
- Eisner, Marc Allen & Meier, Kenneth J.: Presidential Control versus Bureaucratic Power: Explaining the Reagan Revolution in Antitrust. *American Journal of Political Science*, Vol. 34, No. 1, 1990, 269-287.
- Gere, Charlie: *Digitaalinen kulttuuri*. Faros-kustannus Oy, Turku, 2006.
- Habermas, Jürgen: *Tieto ja intressi*. Teoksessa Yhteiskuntatieteiden filosofiset perusteet, osa I. Toim. Raimo Tuomela & Ilkka Patoluoto. Oy Gaudeamus Ab, Helsinki, 1976.
- Hall, Stuart: *Kulttuurin ja politiikan murroksia*. Gummerrus Kirjapaino Oy, Jyväskylä, 1992.
- Hartwick, Elaine & Peet, Richard: Neoliberalism and Nature: The Case of the WTO. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Nov., 2003, Vol. 590, Rethinking Sustainable Development, 2003, 188-211.
- Hazlitt, Henry: The Mont Pelerin Society. *The Freeman: Ideas on Liberty*. November 2004, 37-38.
- Hesmondhalgh, David: Indie: The institutional politics and aesthetics of a popular music genre. *Cultural Studies*, 13:1, 2010, 34-61, DOI:10.1080/095023899335365
- Hobswan, Eric: *How to Change the World. Reflections on Marx and Marxism*. E-kirja. Yale University Press, New York, 2011.
- Huyssen, Andreas: *After the Great Divide: Modernism, Mass Culture, Postmodernism*. E-kirja, Indiana University Press, Bloomington, 1986.
- Jackson, B.M.: *The Music Producer's Survival Guide: Chaos, Creativity, and Career in Independent and Electronic Music*. Toim. Toinen painos. Routledge, New York, 2018. <https://doi.org/10.4324/9781315519777>

- Jameson, Fredric: *Postmodernism, or The Cultural Logic of Late Capitalism*. E-kirja, Seitsemäs painos. Duke University Press, Durham, 1997.
- Johnson, David: What is innovation and entrepreneurship? Lessons for larger organisations. *Industrial and Commercial Training*, Volume 33, Number 4, 2001, 135-140.
- Kakkori, Leena: Walter Benjamin ja kodittomat taideteokset. Teoksessa *Kritiikin lupaus – näkökulmia Frankfurtin koulun kriittiseen teoriaan*. Toim. Olli-Pekka Moisio. Jyväskylän yliopisto 1999, 197-214.
- Karaganis, Joe: *Media Piracy in Emerging Economies*. Social Science Research Council, 2011. Haettavissa osoitteesta <http://piracy.ssrc.org>
- Kellner, Douglas: Kulttuuriteollisuus ja joukkotiedotus: kriittinen teoria ja sen seuraukset. *Tiedotustutkimus* 3/1984, haettu osoitteesta <https://journal.fi/mediaviestinta/article/view/73608/35448>
- Kellner, Douglas: The Elvis Spectacle and the Cultural Industries. 2014. <https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/elvisspectacle.pdf>
- Kinsella, Elizabeth: *Hermeneutics and Critical Hermeneutics: Exploring Possibilities within the Art of Interpretation*. Forum: Qualitative Social Research. 7. 47 paragraphs. <https://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/145/319>
- Krüger Bridge, Simone: Music Industry. Teoksessa SAGE International Encyclopedia of Music and Culture. Toim. Sturman, Janet. 26.2.2019. <http://researchonline.ljmu.ac.uk/id/eprint/7911/>
- Kyrö, Paula: *Tieteellinen tutkimusprosessi*. Metodix, 17.5.2014. <https://metodix.fi/2014/05/17/kyro-paula-tieteellinen-tutkimusprosessi/>
- Lopes, Paul D.: Innovation and Diversity in the Popular Music Industry, 1969 to 1990. *American Sociological Review*, Vol. 57, No. 1, 1992, 56-71.
- Lorenz-Spreen, Philipp, Mønsted, Mørch, Bjarke, Hövel, Philipp & Lehmann, Sune: Accelerating dynamics of collective attention. *Nature Communications* 10: 1759, 2019. <https://doi.org/10.1038/s41467-019-09311-w>
- Mandel, Ernest: *Late Capitalism*. Toinen painos, Lowe & Brydone Printers Limited, Thetford, Norfolk, 1976.
- Manyika, James, Lund, Susan, Bughin, Jacques, Woetzel, Jonathan, Stamenov, Kalin, Dhingra, Dhruv: *Digital Globalization: The new era of global flows*. McKinsey Global Institute, March 2016.
- Marshall, Lee: The 360 deal and the 'new' music industry. *European Journal of Cultural Studies* 16(1), 2010, 77–99. DOI: 10.1177/1367549412457478.
- Marx, Karl: *Grundrisse*. Marxist Internet Archive 2015. <https://www.marxists.org/archive/marx/works/download/pdf/grundrisse.pdf>
- McLuhan, Marshall: *Ihmisen uudet ulottuvuudet*. Suomentanut Antero Tiusanen. WSOY, Helsinki, 1984.
- Meier, Leslie M.: *Popular Music as Promotion: Music and Branding in the Digital Age*. E-kirja. Polity Press, Cambridge, 2017.

- Moisio, Olli-Pekka 2011a: Marxilaisesta emansipaatioteoriastasta, työväenluokasta ja kriittisestä teoriasta. Teoksessa *Kriittinen teoria ja Marx*. Toim. Mika Pekkola. Jyväskylän yliopisto, 2011. 7-34.
- Moisio, Olli-Pekka 2011b: Max Horkheimer ja Karl Marx. Teoksessa *Kriittinen teoria ja Marx*. Toim. Mika Pekkola. Jyväskylän yliopisto, Jyväskylä, 2011, 35-51.
- Moisio, Olli-Pekka & Huttunen, Rauno: Totuuden ja oikean elämän kaipuu. Max Horkheimerin perustus Frankfurtin koulun kriittiselle teorialle. Teoksessa *Kritiikin lupaus – Näkökulmia Frankfurtin koulun kriittiseen teoriaan*. Toim. Olli-Pekka Moisio. Jyväskylän yliopisto, Jyväskylä, 1999, 9-43.
- Moreau, François: The disruptive nature of digitization: the case of the recorded music industry. *International journal of arts management*. Montréal: Ecole, Vol. 15., 2012/13, 18-31.
- Morris, Jeremy Wade: *Selling Digital Music, Formatting Culture*. University of California Press, 2015. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/kutu/detail.action?docID=2009964>
- Muikku, Jari: *Pro Rata and User Centric Distribution Models: A Comparative Study*. Digital Media Finland, 2017.
- Mulligan, Mark & Jopling, Keith: *Independent Artists | The Age of Empowerment*. Midia, kesäkuu 2019.
- Muniz Jr, Albert M & O'Guinn, Thomas C.: Brand Community. *Journal of Consumer Research*, Volume 27, Issue 4, maaliskuu 2001, 412–432. <https://doi.org/10.1086/319618>
- Negus, Keith: From creator to data: the post-record music industry and the digital conglomerates. *Media, Culture & Society* 2019, Vol. 41(3) 367–384.
- Niiniluoto, Ilkka: *Johdatus tieteenfilosofiaan*. Otava, Helsinki, 2002.
- OECD Digital Economy Outlook 2017*, OECD Publishing, Paris, 2017. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264276284-en>
- Oppermann, Martin: Triangulation — a methodological discussion. *Int. Journal of tourism research* 2, 2000, 141-145. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1522-1970\(200003/04\)2:2%3C141::AID-JTR217%3E3.0.CO;2-U](https://doi.org/10.1002/(SICI)1522-1970(200003/04)2:2%3C141::AID-JTR217%3E3.0.CO;2-U)
- Page, Will & Safir, David: *Money in, money out: Lessons from CMOs in allocating and distributing licensing revenue*. Music & Copyright Newsletter 29, elokuu 2018.
- Repyneck, Kristen Lee. The Ghost of Alan Freed: An Analysis of the Merit and Purpose of Anti-Payola Laws in Today's Music Industry. *Villanova Law Review*, vol. 51, no. 3, 2006, 695-736.
- Rifkin 2014a: Rifkin, Jeremy: *The Zero Marginal Cost Society*. Palgrave MacMillan, New York, 2014.
- Roberge, Jonathan: What is critical hermeneutics? *Thesis Eleven*, 106(I), 2011, 5-22.
- Sahin, Ismail: Detailed review of Rogers' diffusion of innovations theory and educational technology-related studies based on Rogers' theory. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, April 2006, volume 5, issue 2, article 3, 2006. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1102473.pdf>
- Schmidt, Serje, Scheiber, Dusan, Bohnenberger, Maria Cristina & Pinheiro, Cristiano Max Pereira: Strategic design in small creative industry firms. *Creative industries journal* 2018, vol. 11, no. 3, 306-321.

- Schumpeter, Joseph A.: *Capitalism, socialism and democracy*. Taylor & Francis e-Library, 2003.
- Schumpeter, Joseph Alois: *Business cycles. A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process*. Quebec, 2008. Haettu osoitteesta https://discoversocialsciences.com/wp-content/uploads/2018/03/schumpeter_businesscycles_fels.pdf
- Schwartz, Evan: *Inventing Television: Citizen Sarnoff and One Philo T. Farnsworth*. Teoksessa *Media, Technology, and Society: Theories of Media Evolution*. Toim. W. Russell Neuman. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 2010.
- Suisman, David: Co-Workers in the Kingdom of Culture: Black Swan Records and the Political Economy of African American Music. *The Journal of American History*, Vol. 90, No. 4, maaliskuu 2004, 1295-1324.
- The Evolution of FM Radio: 1947-1950: As Reported in the Annual Reports of the Federal Communications Commission. *Journal of broadcasting* 6.3, 1962, 209–220.
- Tschmuck, Peter: *Creativity and innovation in the music industry*. Springer, Dordrecht, 2006.
- Tschmuck, Peter: *The recession in the music industry – a cause analysis*. Blogikirjoitus, 29.3.2010. <https://musicbusinessresearch.wordpress.com/2010/03/29/the-recession-in-the-music-industry-a-cause-analysis/>
- Tschmuck, Peter: *The Us recorded music market in a long-term perspective, 1990-2016*. Blogikirjoitus, 5.5.2017. <https://musicbusinessresearch.wordpress.com/2017/05/05/3340/>
- Tuomi, Jouni, ja Anneli Sarajärvi. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. E-kirja. Uudistettu laitos. Kustannusosakeyhtiö Tammi, Helsinki, 2018.
- Valtonen, Jarno: *Musiikin digitaalinen murros ja uusi nousu - tapaus Health ja vuorovaikutuksen taito*. Julkaisematon kurssisuoritusessse, 2020.
- Vilkko, Arto: *Soittolistan symbolinen valta ja vallankäytön mekanismit. Tutkimus viiden radioaseman formaatista ja musiikkitarjonnasta*. Väitöskirja, Tampereen yliopisto, Tampere, 2010.
- Vonderau, Patrick: The Spotify Effect: Digital Distribution and Financial Growth. *Television & New Media*, 20(1), 2019, 3–19.
- Weber, Heike: Mobile Electronic Media: Mobility History at the Intersection of Transport and Media History. *Transfers* 1(1), 2011, 27–51.
- Winston, Brian: *Media, Technology and Society*. Routledge, Lontoo, 1998. <https://doi.org/10.4324/9780203024379>
- Yhdysvaltain mustan musiikin kulttuurihistoria*, luentosarja, Kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen tutkinto-ohjelma, 2018.

Liitteet

Teemahaastattelujen rungot saa ottamalla yhteyttä tutkielman laatijaan.