

MUSIIKIN KULUTTAJA

Kuuntelutottumukset, merkitys ja maku

Tuomas Turunen

Helsingin yliopisto

Valtiotieteellinen tiedekunta

Sosiologia

Pro gradu -tutkielma

Elokuu 2016

Tiivistelmä

Monesti kuulee väitettävän, että juuri nyt ollaan todistamassa uusien musiikin digitaalisten kuuntelutottumusten lopullista esiintuloa, jotka jättävät marginaaliin ns. perinteiset fyysisiin ääniformaatteihin perustuvat kuuntelutottumukset. Tämän oletetun murroskohdan tutkimista varten luotiin yksinkertainen malli, joka ottaa huomioon kolme tärkeintä kaikille aktiivisille musiikin kuluttajille luontaisesti kuuluvaa perusmuotoa: musiikin kuuntelutottumukset, musiikin merkityksen ja musiikkimaun, mutta toisaalta samalla myös erottelee aktiiviset musiikin kuluttajat näiden perusmuotojen sisällä olevien aineksien perusteella. Perusmuotojen sisältöjen tutkimista varten keskeisiksi tutkimusteorioiksi valittiin musiikin merkitystä kuvaava, sosiaalisia ulottuvuuksia sisältävä musiikin minäteknologia ja Bourdieun kolmeen eri makuun homologisesti koulutuksen ja sosiaalisen aseman mukaan jakautuva makuteoria. Perusmuotojen sisällä olevia sisältöjä tutkittiin itse kerätyllä aineistolla kvantitatiivisin menetelmin legitimiyskertoimien, pääkomponenttianalyysin ja varianssianalyysin avulla. Ensimmäisen perusmuodon sisällön analyysissä havaittiin ensinnäkin se, että musiikin kuluttaminen digitaalisesti on nykyisin merkittävä musiikin kuluttamisen muoto, joka on levinnyt 18-44-vuotiaiden keskuuteen. Fyysisiin formaatteihin perustuvaa musiikin kuluttamista esiintyy eniten vain vanhimmassa ikäluokassa, 54-76-vuotiaissa. Lisäksi havaittiin, että musiikin digikuluttamisen välineet, striimaaminen, YouTubettaminen ja musiikin kuluttaminen sosiaalisessa mediassa jakautuvat kukin vielä sisällään erilaisia musiikin kuluttamisen erityispiirteitä sisältäviin musiikin kuluttamisen muotoihin. Toisen perusmuodon sisältä paljastui sukupuolen perusteella kahtiajakautuneet musiikin merkitykset. Naisille musiikin merkitys liimautuu sosiaalisiin ulottuvuuksiin, ja toimii täten oman identiteetin yhtenä rakennusaineena tärkeissä elämänvaiheissa ja ihmissuhteissa. Miehillä musiikki näyttäytyy enemmän henkilökohtaisena merkityksenä ja toimii näin ollen omien henkilökohtaisten tunteiden jäsentäjänä. Kolmannen perusmuodon päätulos on ensinnäkin se, että Bourdieun teorian alin musiikkimaku, populaari maku, on Suomessa tämän aineiston perusteella suomenkielinen suuren yleisön populaarimusiikki. Tämä musiikkimaku on alimmin koulutettujen ja toiseksi ylimmin eli ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneiden naisten keskuudessa suosituinta. Toiseksi Bourdieun korkeakulttuurista snobistista musiikkimakua esiintyy teorian mukaisesti ylimmässä koulutusryhmässä

sukupuolittuneesti vain naisilla. Miehet sen sijaan hyljeksivät näitä molempia musiikkimakujen ääripäitä, highbrow-lowbrow-makuja. Musiikin digikuluttamisen havaittiin tehneen eräänlaisen jaon populaarimusiikin tyylilajeihin. Tilastollisesti ajatellen EDM, räp, pop, suomirock ja suomi-iskelmä ovat siirtyneet kokonaan digitaaliselle musiikin kuluttamisen puolelle. Blues, jazz, reggae, R & B korreloivat positiivisesti ainoastaan fyysisten levyjen kuluttamiseen. Rock, ja sen alalajit viihtyvät molemmilla puolilla. Musiikin digikuluttaminen ei siis ole ottanut valtaansa kaikkia musiikin kuluttajia, vaan vain tietyn osan heistä.

Avainsanat: musiikin kuluttaja, musiikin digitaalinen kuluttaminen, musiikin merkitys, musiikkimaku

Sisällysluettelo

Johdanto	5
1 Kirjallisuuskatsaus	7
1.1 Musiikin digitalisoituminen	7
1.2 Musiikin merkitys	10
1.3 Musiikin tyylilajit ja musiikkimakatutkimus	12
1.4 Länsimaisen populaarimusiikin kaava	14
1.5 Korkea ja matala kulttuuri	17
1.6 Tutkielmassa käytettävä musiikin tyylilajikavalkadi	18
2 Tutkimuskysymyksien tarkennus ja tutkimusteoriat	23
3 Aineisto, selittävät muuttujat ja menetelmät	24
3.1 Aineisto	24
3.2 Selittävät muuttujat	26
3.3 Menetelmät	29
4 Musiikin digikuluttaminen	32
4.1 Erilaisten kuuntelutottumusten yleisyys ja legitimiyskertoimet	32
4.2 Pääkomponenttianalyysi musiikin kuuntelutottumuksista	36
4.3 Musiikin striimaamisen, YouTubettamisen ja somettamisen yleisyys ja legitimiyskertoimet	38
4.4 Pääkomponenttianalyysit musiikin striimaamisesta, YouTubettamisesta ja sosiaalisen median käytön muodoista	44
4.5 Musiikin digikuluttaminen selittävien muuttujien mukaan	47
5 Musiikin minäteknologinen ja henkilökohtainen merkitys	52
6 Musiikkimakuprofiilit	55
6.1 Musiikin tyylilajeista pitämisen/inhoamisen/tuntemisen mittaaminen	55
6.2 Musiikin tyylilajeista pitämisen/inhoamisen yleisyys ja legitiimiyskertoimet	56
6.3 Pääkomponenttianalyysi musiikin tyylilajeista	58
6.4 Musiikkimakuprofiilit selittävien muuttujien mukaan	61
7 Alkuperäisten levyjen kuuntelun ja musiikin digikuluttamisen yhteydet musiikkimakuprofiileihin	74
Lopuksi	76
Lähteet	80
Liitteet	83

Johdanto

Viljo on syntynyt 1970-luvulla. Viljo kiinnostui musiikista, kun hänen luokkakaverinsa kuuntelutti Viljolle isoista kotistereoista Iron Maidenin (heavymusiikkia edustava yhtye) albumeja. Tämän merkityksellisen kokemuksen jälkeen Viljo osti kyseisen yhtyeen albumit itselleen vinyyleinä paikallisesta musiikkiliikkeestä ja alkoi seurata yhtyettä muutenkin aktiivisesti musiikkialan paperisista lehtijulkaisuista. Viljon musiikkimaku kehittyi sittemmin laajemmaksi käsittäen myös joitain rokkia, punkkia ja grungea edustavia artisteja. Nykyään hän omistaa laajan valikoiman alkuperäisiä vinyyli- ja CD-levyjä, joita hän edelleen kuuntelee.

Viljon lapset ovat syntyneet 1990-luvulla. Heille musiikki on myös tärkeää. He pitävät pääosin räpistä ja elektronisesta musiikista. He kuuntelevat musiikkia digitaalisesti internetin videopalvelusta YouTubesta ja striimaus- eli suoratoistopalvelusta Spotifysta yleensä älypuhelimillaan.. Uusista mielenkiintoisista biiseistä he kuulevat kavereiltaan sosiaalisen median kautta.

Tämä täysin kuvitteellinen tarina, jossa kahden peräkkäisen sukupolven musiikin kuuntelemisen, eli toisin sanoen musiikin kuluttamisen tapa, on hyvin erilainen, voisi olla totta paitsi 2010-luvun Suomessa, myös kaikkialla maailmassa, jossa länsimaista musiikkikulttuuria esiintyy, ja internetiä ja digitaalisia älylaitteita käytetään. Yhden sukupolven aikana on siis tapahtunut merkittävä muutos musiikin kuluttamisen ensimmäisessä vaiheessa. Tällä ensimmäisellä vaiheella tarkoitetaan tässä sitä valintatilannetta, johon ajaudutaan, kun halutaan kuunnella musiikkia. Kuunnellakseen musiikkia on tehtävä valinta erilaisten musiikin kuunteluvälineiden laajasta kirjosta. Ostetaanko musiikkikaupasta fyysisessä vinyyli- tai CD-muodossa oleva artistin alkuperäinen äänitalenne ja kuunnellaan sitä kotona vinyyli- tai CD-soittimella, aukaistaanko radio ja valitaan sieltä suosikkikanava, joka soittaa mieleistä musiikkia, vai kuunnellaanko musiikkia jostain suoratoistopalvelusta kuten Spotifysta esimerkiksi älypuhelimella? Näistä erilaisista musiikin kuuntelun välineistä voidaan puhua myös musiikin kuuntelutottumuksina, koska yleensä tottumuksia niistä ihmisille tulee. Joku kuuntelee musiikkia enimmäkseen CD:ltä, toinen vinyylilevyiltä, kolmas ostaa ja lataa musiikkia digitaalisesti MP3-muodossa iTunesin kaltaisesta laillisesta internetin musiikkikaupasta jne. On tärkeää huomata, että musiikin kuuntelutottumukset vaihtelevat ajan mukaan, koska uudet musiikin kuunteluun liittyvät innovaatiot syrjäyttävät vanhoja tottumuksia.

Viljon ja hänen lastensa suhteesta musiikkiin kertovasta tarinasta löydetään lisäksi kaksi tärkeää musiikin kuuntelemisesta, eli kuluttamisesta *seurannutta* muotoa. Nämä muodot ovat musiikin merkitys ja musiikkimaku. Musiikin kuluttaminen on synnyttänyt heille paitsi jonkinlaisen merkityssuhteen itse musiikkiin, myös oman erityislaatuisen musiikkimaun.

Nämä kolme läheisesti toisiinsa liittyvää musiikin kuluttamiseen suoranaisesti (kuuntelutottumukset) liittyvää tai siitä seurannutta muotoa tai ulottuvuutta (musiikin merkitys ja musiikkimaku) ovat samaan aikaan musiikin kuluttajille yhdistäviä ja toisaalta erottelevia muotoja. Ne ovat *puhtaina* perusmuotoina (kuuntelutottumuksina, merkityksenä ja makuna) kaikkia musiikin kuluttajia yhdistäviä, mutta samaan aikaan sisällöltään erottelevia ulottuvuuksia, koska musiikin kuuntelutottumukset, musiikin merkitys ja musiikkimaku voivat olla hyvin erilaisia kullekin musiikkia kuluttavalle yksilölle sisällöltään. Loogisesti ajatellen nämä kolme musiikin kuluttamiseen liittyvää muotoa tai ulottuvuutta ovat siis keskeisimmät, kun tutkitaan ihmisen suhdetta musiikkiin kuluttajan näkökulmasta.

Edellä esitetty vihjailee kausaalisuuden olemassaoloon, jossa musiikin kuluttamisen väline olisi lähtökohta eli syy, ja musiikin merkitys ja musiikkimaku sen seuraukset. Tällaisia syy-seuraus-suhteita on kuitenkin erittäin vaikea määritellä ja todentaa, kun on kyse ihmiseen liittyvästä toiminnasta. Tämä kolmen perusmuodon malli toimiikin tässä tutkielmassa eräänlaisena musiikin kuluttamisen ymmärtämistä helpottavana mallina.

Tutkielman tutkimuskysymys jakautuu näin ollen kolmeen tärkeimpään musiikin kuluttamista koskevaan ulottuvuuteen: musiikin kuuntelutottumuksiin, musiikin merkitykseen ja musiikkimakuun.

Näiden kolmen tutkimuskysymyksen analysoimiseen sisältyy jokaiseen kaksi vaihetta. Ensimmäisessä vaiheessa kunkin kysymyksen tai ilmiön yleisyyttä hahmotetaan ja lopulta saatetaan ne mitattavaan muotoon eli jatkuvaksi/jatkuviksi muuttujaksi/muuttujiksi. Menetelmällisesti vaiheessa yksi operoidaan legitiimiyskertoimien ja/tai pääkomponenttianalyysin avulla.

Toisessa vaiheessa tutkimuskysymyksiä testataan varianssianalyysien avulla, joissa ollaan kiinnostuneita selittävien muuttujien ryhmien välisistä eroista kulloinkin kyseessä olevaan tutkimuskysymykseen (selitettävään muuttujaan). Populaarimmassa esitysmuodossa analyysin toinen vaihe ilmaistaisiin niin, että analyysissä ollaan kiinnostuneita mm. seuraavanlaisista kysymyksistä: Onko ikäluokalla tai sukupuolella

merkitystä sille, millainen musiikin kuunteluväline valitaan, kun halutaan kuunnella musiikkia? Onko naisten ja miesten välillä eroja musiikin merkityksessä? Miten ammatillinen koulutustaso vaikuttaa musiikkimakuun?

Tämä pro gradu-tutkielma on siis kvantitatiivinen tutkimus musiikin kuluttajista, joilla jokaisella nähdään olevan kolme yhdistävää perusmuotoa: kuuntelutottumukset, merkitys ja maku.

1 Kirjallisuuskatsaus

Kirjallisuuskatsauksessa käydään läpi tutkielman johdannossa esiteltyjen tutkimuskysymyksiä kannalta oleelliset teokset ja tutkimukset, joiden perusteella tutkimuskysymyksiä mahdollisesti tarkennetaan ja tutkimusteoriat valitaan.

1.1 Musiikin digitalisoituminen

Frankelin, Greelyn ja Sawyerin (1999) mukaan musiikin digitaalinen kuuntelu nousi suosioon syksyllä 1998 digitaalisen MP3-formaatin (lyhenne sanoista MPEG Layer 3) myötä, jonka koodausmenetelmän oli kehittänyt saksalainen tiedemies Karlheinz Brandenburg musiikin- ja videosignaalien pakkaamiseen keskittyneessä kehitysprojektissa (Fraunhofer Institute for Integrated Circuits IISA) (Frankel, Greely & Sawyer 1999: 3,16). Tämä musiikin digitaalisen kuluttamisen (käytetään jatkossa myös nimeä musiikin digikuluttaminen) formaatti on noista ajoista lähtien ollut yksi keskeisimmistä musiikkialaa kokonaisuudessaan muuttaneista innovaatioista. Sen vaikutus näkyy myös seuraavassa sosiologi Chris Rojekin (2011) näkemyksessä musiikin digitalisoitumisen seurauksista.

Rojekin (2011) mukaan viimeisen reilun kahdenkymmenen vuoden aikana digitaalisen teknologian myötä musiikin tuottamisessa, jakelemisessa ja kuluttamisessa ollaan oltu kokemassa vallankumouksellista kulttuurista muutosta, joka on jo muuttanut ja tulee muuttamaan tapaa tehdä, jakaa ja kokea musiikkia (Rojek 2011, 4). Rojek erittelee neljä tärkeää ilmenemisen muotoa, jotka ovat seurausta tästä muutoksesta:

1) Fyysiset äänilevyt ovat korvautumassa digitaalisilla äänitteillä, joiden markkinat sijaitsevat internetissä iTunesin kaltaisilla laillisilla musiikin lataussivustoilla ja laittomilla vertaisverkkosivustoilla (P2P). Musiikkia voi kuunnella internetissä YouTube:n kaltaisilla sivustoilla ja erilaisissa striimaus- eli suoratoistopalveluissa kuten Spotify. Kannettavat tietokoneet, älypuhelimet, iPadit ja autoihin asennettavat internet-

kytkennän sisältävät uudet stereolaitteet ovat nyt suosittuja musiikin kuunteluun sovellettavia laitteita. Musiikki on siis siirtymässä *perinteisistä* kaduilla sijaitsevista musiikkikaupoista ja tietyssä paikassa CD:ltä tai vinyyliltä stereoista kuunneltuna bittiavaruuteen internetiin ja ihmisten mukana kulkeviin äylaitteisiin.

2) Musiikin sijoittuminen pelkästään internetin maailmaan heikentää uusien merkittävien alakulttuurien (ja niiden piirissä syntyvien uusien musiikin tyyli-lajien kuten esimerkiksi rock and roll, reggae, heavy, punk, grunge ja räp) syntymistä. Väheksymättä internetin kykyä yhdistää saman ajatusmaailman jakavia ihmisiä, uuden alakulttuurin syntyminen on vaatinut yleensä aina jonkin spesifin alueellisen sijainnin, ja tätä kautta mahdollistuvan ihmisten toistuvan kohtaamisen kasvokkain luodakseen sille tärkeän sosiaalisen siteen ja yhtenäisen identiteetin.

3) Digitaalisen teknologian myötä, teoriassa kuka tahansa tietokonetaiteinen ja jonkinlaiset kosketinsoitintaidot omaava henkilö voi halutessaan tehdä omaa musiikkia tai omia versioita toisten tekemästä musiikista tietokoneella erilaisten musiikkiohjelmien avulla. Tämä on heikentänyt musiikkia ammattimaisesti tekevien ja oikeita instrumenttejaan mestarillisesti hallitsevien muusikoiden ja artistien arvostusta. Rojekin mukaan *perinteisen* toisen maailman sodan jälkeisen populaarimusiikkiteollisuuden malli, jossa musiikin kuuntelijat tai kuluttajat ovat passiivisia *faneja* ja musiikin tekijät ja esiintyjät aktiivisia *staroja*, on rikkoutunut.

4) Yksittäisten levy-yhtiöiden asemaa suhteessa artisteihin ovat heikentäneet internetissä toimiva sosiaalinen media ja YouTuben-kaltaiset palvelut, jotka ovat edullisia ja osin ilmaisia, tehokkaita ja helposti käytettäviä kanavia artisteille markkinoida omaa musiikkiaan ja persoonaansa artistina. Lisäksi digitaalinen teknologia mahdollistaa nykyisin laadukkaan musiikin tuottamisen käytännössä pelkän kannettavan tietokoneen avulla. Nämä tekijät ovat heikentäneet levy-yhtiöiden neuvotteluvoimaa levytyssopimusten tulonjakosuhteissa, koska malli, jossa perinteisesti levy-yhtiö on kustantanut äänitteiden tuottamisen alusta loppuun kalleimmissa huippustudioissa, markkinoinut artistejaan ja heidän äänitteitään, ja on näin ollen tuntenut olevansa oikeutettu suurimpaan osaan artistiensa tulevista tulovirroista, ei enää päde. (Rojek 2011, 4-5.)

Rojekin (emt) mukaan digitalisaation aikaansaama muutos koskee siis koko musiikkialaa ja sen toimijoita: musiikin kuluttajia, tekijöitä, tuottajia ja jakelijoita.

Musiikin digitalisoitumisesta on kirjoitettu eniten Rojekin (emt) kohtaan 4. sijoittuvaa kansainvälistä kirjallisuutta (esim. Kusek & Leonhard 2005; Gordon 2008), joiden sisältö on jaettavissa karkeasti ottaen kahteen osaan. Ne pyrkivät ensinnäkin kuvailemaan muutosta, jonka musiikin digitalisoituminen on aiheuttanut ja/tai tulee aiheuttamaan musiikkiteollisuuden keskeisten toimijoiden, kuten levy-yhtiöiden ja artistien toimintaympäristöön. Toiseksi ne pyrkivät antamaan uusia toimintamalleja, joita noudattamalla toimijat pystyvät säilyttämään ja/tai parantamaan asemaansa tällä digitalisaation vaikutuksesta oleellisesti muuttuneella musiikkiteollisuuden kentällä.

Johdanto-luvussa tämän tutkielman tutkimuskysymyksiksi hahmottuivat musiikin kuluttamiseen liittyvät kolme perusmuotoa, joten ensisijaisesti tutkielmassa ollaan kiinnostuneita Rojekin esittämästä kohdan 1. musiikin digitalisoitumisen seurauksesta, joka liittyy siis ensimmäiseen tutkimuskysymykseen (musiikin kuuntelutottumukset). Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että tutkielman musiikin digitaalista kuluttamista koskevassa analyysiluvussa 4 tullaan analysoimaan musiikin digitalisoitumisesta seuranneita uusia musiikin digikuuntelun eli digikuluttamisen välineitä. Nämä musiikin digikuuntelun välineet, joita tullaan kutsumaan myös musiikin digikuuntelun muodoiksi tai ulottuvuuksiksi ovat seuraavat.

Musiikin striimaaminen, jolla tarkoitetaan Spotifyn kaltaisia suoratoistopalveluita. Internetissä toimiva ruotsalainen Spotify on suoratoisto- eli striimauspalvelu, jossa voi kuunnella eri artistien musiikkiteoksia MP3- eli digitaalisessa muodossa ns. suoratoistona. Musiikin suoratoistolla tarkoitetaan sitä, että kuluttajan ei tarvitse ostaa kuuntelemaansa musiikkia missään erillisessä formaatissa itselleen, vaan musiikin kuuntelu tapahtuu suoratoistopalvelussa, joko ilmaisella mainoksia sisältävällä versiolla, tai kehittyneemmällä (ei sisällä mainoksia ja kuuntelussa ei ole mitään rajoituksia) kuukausimaksuperusteisella versiolla.

Musiikin kuluttaminen YouTuben kaltaisissa videopalveluissa, joilla tarkoitetaan internetissä olevia videopalveluja, joissa on tarjolla elävää kuvaa sisältävien videoiden lisäksi myös musiikkia, jotka on ladattu videopalveluihin artistien alkuperäisiltä levyiltä. Internetin videopalvelujen perusidea on, että niihin voi kuka tahansa ladata omia videoita ja nämä videot ovat kaikkien internetin käyttäjien nähtävissä lähes rajatta (joidenkin videoiden kohdalla voi olla esim. maakohtaisia rajoituksia) ja ilmaiseksi.

Lisäksi tarkastelun kohteeksi otetaan sosiaalisessa mediassa tapahtuva musiikin kuluttaminen.

Näistä digitaalisen musiikin kuluttamisen uusista välineistä ei ole juurikaan saatavilla tutkimuskirjallisuutta. Yksi löyhästi musiikin digikuluttamista sivuava pro gradu-tutkielma on tehty vuonna 2008 Helsingin yliopiston viestinnän laitoksella. Tuomas Kallio (2008) teki Teosto ry:lle (suomalainen tekijänoikeusjärjestö) pro gradu-tutkielman, jossa selvitettiin musiikin laillisen ja laittoman lataamisen yleisyyttä Suomessa musiikin kuluttajien keskuudessa. Ja toki sosiaalista mediaa on tutkittu Suomessakin (esim. Salmenkivi 2012; Suominen et al. 2013), mutta suoranaisesti musiikin kuluttamisen näkökulmasta siitäkään ei löydy tutkimuskirjallisuutta. Tässä tutkielmassa tutkitaan siis musiikin digikuluttamisen välineitä pyrkimyksenä hahmottamaan niiden erilaisia ulottuvuuksia *sukeltamalla* niihin ikään kuin sisälle. Tällaista tutkimuskirjallisuutta ei löytynyt. Syynä voi olla se, että kyseessä on verrattain uusi ilmiö. Esimerkiksi Purhonen et al. (2014) kirjoittaa, että heidän tutkimuksensa kyselylomake laadittiin vuonna 2007, juuri ennen sosiaalisen median räjähdysmäistä kasvua (Facebook lanseerattiin suomenkielisenä vuonna 2008) ja tästä syystä heidän kyselylomakkeessa ei ole kuin muutama internetin käyttöä koskeva yleinen kysymys (Purhonen et al. 2014, 32). Facebookilla oli vuoden 2013 tilaston mukaan rekisteröityneitä suomalaisia käyttäjiä n. 2,1 miljoonaa (Suominen et al. 2013, 10-11). YouTube levisi maailmalle vuonna 2005 ja ensimmäinen striimauspalvelu Spotify julkaistiin vuonna 2008. Niinpä tätä taustaa vasten käsillä olevaa tutkielmaa varten havainnoitiin musiikin striimauspalveluista Spotifyta, videopalveluista YouTubea ja sosiaalisen median palveluista Facebookia musiikin kuluttamisen näkökulmasta ja operationalisoitiin kyselylomakkeeseen kysymykset havainnoinnin perusteella.

1.2 Musiikin merkitys

Kotarba ja Vannini (2009) kirjoittavat, että musiikki on ihmisille jokapäiväisessä elämässä tärkeä elementti sosioekonomisesta ja kulttuurisesta taustasta riippumatta (Kotarba & Vannini 2009, ix). Kotarban ja Vanninin väite pitää paikkansa, kun musiikin merkitystä ihmisten elämään ajattelee hieman syvällisemmin. Musiikkia kuullaan passiivisesti miltei päivittäin erilaisissa tilanteissa, kuten televisiota katsellessa, internetissä surffaillessa esim. mainoksien myötä, videopelejä pelatessa, ravintoloissa, kauppakeskuksissa asioidessa jne. Tällainen passiivinen musiikin kuluttamisen muoto rajataan pois tämän tutkielman aihepiiristä. Sen sijaan ollaan

kiinnostuneita oma-aloitteisesta eli aktiivisesta musiikin kuluttamisesta, joka on myös läsnä ihmisten arjessa. Aktiivisen musiikin kuluttamisen muotojen voidaan nähdä jakautuvan kahteen osaan: elävän musiikin kuluttamiseen ja ei-elävän musiikin eli musiikin kuluttamiseen erilaisten formaattien (fyysisten äänilevyjen ja/tai digitaalisesti MP3-muodossa) muodossa. Tutkielmassa ollaan kiinnostuneita ensisijaisesti aktiivisesta musiikin kuluttamisesta digitaalisessa muodossa, mutta kuten analyysissä tullaan huomaamaan, aktiivisen musiikin kuluttamisen elementit kokonaisuudessaan ovat läsnä sosiaalisessa mediassa tapahtuvassa musiikin kuluttamisessa. On huomioitava, että tästä tutkielmasta pois rajattu elävän musiikin kuluttaminen tulee myös laskea musiikin kuuntelutottumukseksi, eli yhdeksi musiikin kuluttamisen välineeksi.

Musiikilla voidaan kuitenkin nähdä olevan itse musiikista irrallaan olevia tai sen kuluttamisesta *johtuvia* merkityksiä, jotka ovat ihmisille tärkeitä, tai ainakin jollain lailla suuntaan tai toiseen ihmisen mieltä liikauttavia. Tällaiset merkitykset ilmenevät esimerkiksi musiikin ollessa työnä ja/tai harrastuksena, jokin tietty artisti, yhtye tai yksittäinen musiikkikappale voi tuoda mieleen jonkin merkittävän elämänvaiheen, tärkeän ihmisen tai ihmiset, onnen, surun tai ylipäättään jonkin tunnetilan.

Kotarba ja Vannini (2009) esittävätkin, että musiikki ei ole pelkästään yksilönä kulutettava melodiaa, harmoniaa, lyriikkaa ja rytmiä sisältävä teknologian avulla valmistettu kulutustuote vaan musiikki tulee nähdä myös sosiaalisena tuotteena, joka koetaan yhdessä muiden ihmisten kanssa (Kotarba & Vannini 2009, x).

Purhonen et al. (2014) kirjoittavat samasta aiheesta. He esittävät, että musiikki on väline identiteettien rakentamiseen sekä minäteknologisesti että kollektiivien teknologiana. Tämä tarkoittaa sitä, että yksilöt voivat merkityksellistää omaa elämänsä historiaansa musiikin avulla (minäteknologia) ja ryhmät korostaessaan identiteettiään ja toisaalta tehdessään eroja suhteessa toisiin ryhmiin (kollektiivien teknologia). Purhonen et al. (emt) ovat siis samoilla jäljillä (Kotarban ja Vanninin (2009) kanssa) kirjoittaessaan, että ”pelkän äänen ominaisuuksien sijaan sosiologeja kiinnostavatkin ne sosiaaliset suhteet, joissa musiikki on osana ja joita se muokkaa”. (Purhonen et al. 2014, 35.)

Musiikin merkitystä kuvaavista teorioista otetaan tähän tutkielmaan tutkimusteoriaksi musiikin minäteknologia. Musiikin merkitys kollektiivien teknologiana jätetään pois, koska se kuuluu mielestäni enemmän tapauskohtaiseen (case studies) laadulliseen tutkimukseen. Se sopii esimerkiksi jonkin tietyn yhtenäisen identiteetin ja musiikkimaun omaavan ryhmän tutkimiseen kvalitatiivisesti.

Purhonen et al. (2014) mukaan musiikin minäteknologialla tarkoitetaan siis sitä, että musiikin avulla ihminen rakentaa omaa identiteettiään. Musiikki on läsnä elämän erityisissä merkityksellisissä hetkissä ja sosiaalisissa kanssakäymisissä. Se toimii rakennusaineena oman itsensä hahmottamisessa suhteessa maailmaan ja suhteissa muihin ihmisiin. (Purhonen et al. 2014, 35.)

Musiikin erilaisia merkityksiä tarkasteltaessa musiikilla voidaan mielestäni nähdä olevan myös astetta henkilökohtaisempi taso verrattuna musiikin minäteknologiaan. Merkityksen taso, jossa ei ole erotettavissa, ainakaan *näkyvästi*, musiikin sekoittumista erilaisiin sosiaalisiin ulottuvuuksiin, kuten minäteknologiassa. Tällaista musiikin astetta henkilökohtaisempaa merkitystä silmällä pitäen tutkielman kyselylomakkeeseen lisättiin musiikin henkilökohtaista suhdetta mittaavia kysymyksiä, eli muuttujia.

1.3 Musiikin tyylilajit ja musiikkimakututkimus

Käsitteenä musiikkimaku sisältää vähintään yhden musiikin tyylilajin. Näin ollen musiikin tyylilajeista täytyy olla jokin käsitys ennen kuin eri musiikkimauista voidaan järkevästi puhua. Holtin (2007) mukaan musiikkia *yleisesti*, ilman genre- tai tyylirajoja ei ole olemassa, koska tällöin musiikista keskusteleminen millään eri tasoilla muuttuu mahdottomaksi vertailuelementtien puuttuessa (Holt 2007, 2). Seuraavaksi siis pureudutaan tutkielman musiikkimakua koskevan tutkimuskysymyksen kannalta tärkeisiin teoksiin ja tutkimuksiin, jotka käsittelevät musiikin tyylilajeja ja musiikkimakuja.

Jos tehtäväksi annettaisiin musiikin luokittelu erilaisiin luokkiin, niin ongelmat todennäköisesti olisivat seuraavanlaisia. Pitääkö kaikki rock-sanan sisältävät (esim. rock and roll, rock, folkrock, rockabilly, hardrock jne.) musiikin tyylilajit sijoittaa samaan luokkaan? Eivätkö ne kaikki ole jo nimensäkin perusteella jotain rock-pohjaista musiikkia? Entä blues ja rhythm and blues? Seuraava populaarimusiikintutkija Roy Shukerin (1994) määrittely länsimaisesta populaarimusiikista antaa asialle selkeyttä.

Shukerin (1994) mukaan länsimaiseen populaarimusiikkiin kuuluvia tyylilajeja on ensinnäkin paljon mm. blues, country and western, rhythm and blues, rock and roll, rock, soul, disco, trashmetal, punk, grunge, hip hop, EDM jne. Toiseksi ne edelleen eriytyvät kunkin tyylilajin sisällä ja kolmanneksi uusia tyylilajeja syntyy, joten ns. sanakirjamäärittelykään, jossa kaikki tyylilajit lueteltaisiin populaarimusiikin käsitteen alle, ei ole mielekäs. Shuker (emt) esittää ratkaisuksi seuraavaa. Kun populaari-sanaa

tarkastellaan adjektiivina, niin sana *suosittu* yhdistettynä johonkin substantiiviin antaa ongelmalle jo jonkinlaisen ratkaisun. Populaarimusiikki tarkoittaa näin ollen suosittua musiikkia. Jonkin asian suosiota on kuitenkin vaikea mitata, koska suosio on suhteellinen käsite. Esimerkiksi jokin yksittäinen musiikkityyli tai artisti voi ääritapauksessa olla suosittua vain yhdelle ihmiselle, mutta on silti määritelmällisesti suosittua jollekin. Ongelma ratkeaa osittain sillä, että erilaisten populaarimusiikin piiriin kuuluvien tyylilajien, artistien, yhtyeiden ja yksittäisten musiikkiteosten suosiota voidaan mitata myyntiluvuilla, jotka ilmenevät erilaisilla musiikin myyntilistoilla ja tilastoilla. Jotta suosion mittaaminen tällä tavoin laskennallisesti onnistuisi, on populaarimusiikki puristettava kulutustuotteeksi eli äänitteeksi, jota myydään markkinoilla. Tästä seuraa yksinkertaisesti se, että mitä suositumpaa jokin populaarimusiikki on, sitä enemmän sillä on kuluttajia eli yleisöä. Näin syntyy erottamaton yhteys ns. massayleisön tai suuren yleisön ja populaari-käsitteen välille. Ilman massayleisöä ei ole suosiota ja ilman suosiota ei ole massayleisöä. (Shuker 1994, 3-4, 6.) On kuitenkin huomattava, että Shukerin määritelmän mukaan mikä tahansa musiikkityyli voi päätyä myydyimpien äänitteiden listoille, tai nykyisin myös musiikin digikuluttamisen puolella striimatuimpien biisien listoille, koska suosituin musiikki on riippuvainen suuren maksavan/*klikkaavan* yleisön mieltymyksistä ja mieltymykset voivat vaihdella eri aikakausina. Suosituin musiikki on siis aina aikansa kuva suosituimmasta sen hetkisestä musiikista. Toinen tärkeä huomio on se, että määrittely supistaa populaarimusiikin tyylilajikirjoa koskemaan vain määritelmän mukaisia suosituimpia lajeja. Tämä on tilastollisen tutkimuksen kannalta positiivinen ominaisuus, koska näin ollen voidaan keskittyä musiikin tyylilajeihin, jotka ovat suurimmilta osin ihmisten tuntemia ja siten paremmin mitattavissa kvantitatiivisin menetelmin. Ongelmaksi nousee kuitenkin se, että populaarimusiikiksi määritelty suosituin musiikki ilmenee viime kädessä artistien teosten kautta. On vaikea tyhjentävästi luokitella, mihin tyylilajiin kuuluu esimerkiksi tämän viikon striimatuimman artistin musiikkikappale.

Havaitusta ongelmasta huolimatta edellä esiteltyä Shukerin (1994) määritelmää länsimaisesta populaarimusiikista (joka ei ole ainoa laatuaan, kts. esim. Aho & Kärnä 2007, 9-15) käytetään tässä tutkielmassa, mutta määritelmään lisätään kaksi sen historiaan perustuvaa tärkeää lisäelementtiä. Toinen niistä liittyy ns. *korkean* ja *matalan* kulttuurin ideologisiin arvohierarkioihin. Aho & Kärnä (2007) esittävät, että populaarimusiikki on läpi sen historian vertautunut *alempiarvoisempaan* suhteessa

arvokkaampaan korkeakulttuuriin (Aho ja Kärnä 2007, 14-15). Toinen elementti liittyy myös populaarimusiikin historiaan, mutta paljon syvemmin. Kyseessä on populaarimusiikin luonteeseen erottamattomasti kuuluva ns. leikkaa ja liimaa-malli (Rojek 2011), jota voidaan pitää länsimaisen populaarimusiikin kaavana. Asian ymmärtämiseksi joudutaan kahlaamaan läpi populaarimusiikin syntyhistoria, joskin mahdollisimman lyhyellä oppimäärällä esitettynä. Tätä ennen täytyy kuitenkin selvittää, miten ns. korkeakulttuurisena pidetty musiikki mm. klassinen musiikki ja ooppera huomioidaan tässä tutkielmassa.

Kotarban ja Vanninin (2009) mukaan traditionaalisesti määriteltynä musiikin tyyllilajit jaetaan yleensä kahteen vastakkaiseen kategoriaan, korkeakulttuuria edustavaan taidemusiikkiin ja populaarikulttuurin piiriin kuuluvaan populaarimusiikkiin (Kotarba & Vannini 2009, 1). Purhonen et al. (2014) ovat tästä eri mieltä ja esittävät, että kyseinen hierarkkinen jako tulee nähdä nykyisin enemmän empiirisenä kysymyksenä, koska jaottelu on perustaltaan keinotekoinen (Purhonen et al. 2014, 37-38). Purhonen ja kumppanit (emt) esittävät itse asiassa, että kaikki musiikin tyyllilajien luokitukset ovat perustuksiltaan sosiaalisia sopimuksia, jotka ovat jatkuvassa liikkeessä ja muuttuvat ajassa (Purhonen et al 2014, 37).

Perinteisen jaon ongelmallisuudesta huolimatta tutkielman analyysissä jakoa käytetään vertailukohtana tuloksia tulkittaessa. Musiikkimakututkimuksen klassikon Pierre Bourdieun *Distinction*-teoksen (1984), jossa klassinen musiikki ja ooppera edustivat ainoina korkeakulttuurisia musiikin tyyllilajeja, jälkeisissä musiikkimakututkimuksissa korkeakulttuurisina musiikin tyyllilajeina on pidetty ainakin klassista musiikkia, oopperaa ja jazzia (esim. Peterson & Kern 1996; Alasuutari 2009; Purhonen et al. 2009; Purhonen et al. 2014). Kaikkia muita länsimaisen musiikin tyylejä voidaan siis pitää edellä esitetyn mukaan populaareina.

1.4 Länsimaisen populaarimusiikin kaava

Stuessy ja Lipscomb (2006) kirjoittavat, että levottomien ja sekasortoisten vuosikymmenten, 1930-luvun laman ja sitä seuranneen toisen maailmansodan jälkeen 1950-luvun alun Yhdysvalloissa vallitsi luottavainen suhtautuminen vakaaseen ja suhteellisen ennustettavaan tulevaisuuteen, jonka rakennuspalikat nähtiin olevan perinteisessä ydinperhemallissa, jossa miehen tuli keskittyä työuraansa ja naisen hoitaa kotitaloutta. Tuon ajan suosittu poplaulajat kuten Frank Sinatra ja Tony Bennett esittivät

musiikillisesti ja lyriikaltaan hyvin kevyttä, ristiriidatonta, tarinoiltaan rakkausorientoitunutta ja viatonta suuren yleisön popmusiikkia, joka sopi hyvin ajan henkeen kuvastaen Yhdysvalloissa vallitsevaa yhteiskunnallista vakautta ja keskiluokan vaurastumista. (Stuessy & Lipscomb 2006, 6-7, 10.) Tämän valtavirrassa olevan popmusiikin ja varsinkin kahden musiikillisen alakulttuurin myötävaikutuksesta tulisi syntymään uusi vallankumouksellinen nuorisokulttuuri ja sen tärkeä ilmentymä, rock and roll.

Stuessyn ja Lipscombin (2006) mukaan 1950-luvun alkuvuosina Yhdysvalloissa oli kaksi merkittävää musiikillista alakulttuurin lajia, rhythm and blues (R & B) ja country and western (C & W). R & B:n juuret olivat musiikilliselta muodoltaan kahdentoista tahdin ja kolmen soinnun blues-musiikissa ja improvisaatiossa. Sen tärkeimmät tunnistettavat elementit olivat vahva rytmi, omakohtainen ja tarinallinen laululyriikka, huutava laulutyyli ja se, että rhythm and bluesia edustavat artistit sävelsivät ja sanoittivat itse musiikkinsa. Merkille pantavaa on myös se, että R & B oli tuolloin pelkästään mustille suunnattua musiikkia. Sen esittäjät ja yleisö olivat mustia. R & B:n ensimmäisiä suuria nimiä olivat mm. Muddy Waters ja Howlin' Wolf. Folk-musiikkiin pohjautuva Country and Western, jota kutsutaan myös nimellä hillbilly, puhkesi kukkaan lopullisesti Yhdysvaltain Nashvillessä. Ensisijaisesti köyhien valkoisten musiikkina pidetty C & W oli musiikillisesti ja lyriikaltaan ajan popmusiikin kaltaista eroten kuitenkin siinä, että sen melodiat ja rytmiiikka olivat yksinkertaisempia ja suoraviivaisempia kuin popmusiikissa, ja se esitettiin paljon pienemmällä kokoonpanolla. Se erosi popmusiikista myös siinä, että sen musiikillisesti tärkein instrumentti oli steel-kitara. Lisäksi joillekin tyylin laulajille oli tyypillistä käyttää erilaisia laulutekniikoita tyylillisinä tehokeinoina: nasaalista laulusoundia, äänen liu`uttamista nuotista nuottiin ja jotkut mieslaulajat ikään kuin *rikkoivat* äänensä falsettiin ylettyäkseen naislaulajien äänialarekisteriin. (Stuessy & Lipscomb 2006, 7-8, 19-20 ja 26-27.)

Stuessy ja Lipscomb (2006) esittävät, että kolmea musiikin tyylilajia, aikansa valtavirtatyylisiä edustanutta popmusiikkia ja kahta sen aikaista vahvaa erillistä alakulttuuria edustavaa *mustaa* rhythm and bluesia ja *valkoista* country and westerniä yhdistelemällä yhdysvaltalainen laulaja-muusikko Bill Haley ja hänen bändinsä The Comets loivat rock and rolliksi kutsutun musiikkityylin 1950-luvulla. Haley, joka syntyi Detroitissa vuonna 1927, oli pitkällä musiikillisella urallaan ehtinyt tutustua kaikkiin näihin tyylisuuntiin esiintyessään alun perin country and westerniä edustaneessa, mutta

varsinkin rhythm and bluesia mukaan sekoittaneessa Bill Haley and Saddlemen kokoonpanossa. Nimen vaihdoksen jälkeen, Bill Haley and The Comets alkoi saada suosiota Yhdysvalloissa originaalilla tyyllillään, joka oli sekoitus rhythm and bluesia ja country and westerniä. Haleyn kokoonpano oli siis edelleenkin ns. coveryhtye, joka esitti muiden, etenkin R & B-artistien tekemiä sävellyksiä omalla persoonallisella tyyllillään. Lopulta Bill Haley and The Cometsin luoma rock and roll-konsepti tuotti tulosta ja suuri kansallinen läpimurto tapahtui heinäkuussa vuonna 1955. Alkuperältään R & B-hitti ja Sonny Dae-nimisen R & B-artistin levyttämä *Rock Around The Clock* nousi Haleyn kokoonpanon levyttämänä Yhdysvaltain pop-myyntilistan ykkössijalle. Tässä on erityisen tärkeää nähdä myös se, että Bill Haley & The Comets rikkoi paitsi musiikillisia myös rodullisia raja-aitoja levytyksillään, jotka nousivat kaikille eri myyntilistoille mukaan lukien mustien musiikkia edustaneelle R & B-listalle, joka oli tuohon aikaan erityisen harvinaista. Vaikka Bill Haley & the Cometsia pidetään rock and rollin keksijänä, niin siitä ei kuitenkaan tullut sen suurta keulakuvaa. Kapinaa ja raakaa voimaa sisältävä nuori rock and roll tarvitsi keulakuvakseen jonkun, joka edusti kaikkea tätä paitsi ulkonäöllään myös musiikillisilla lahjoillaan. Memphisläinen Elvis Aaron Presley oli se, joka lopulta popularisoi rock and roll-musiikin suurelle yleisölle. (Stuessy & Lipscomb 2006, 33-34.)

Chris Rojek (2011) kirjoittaa, että yleisesti oletetaan väärin, että populaarimusiikki syntyi edellä esitetyistä rock and rollin ensivaiheista, ja että Elvis Presley on tämän kaiken ruumiillistuma. Rock and roll tulee Rojekin (emt) mukaan nähdä osana populaarimusiikin jatkumoa, jonka juuret ovat jo 1800-luvun puolivälissä. Populaarimusiikin luonteeseen on paljon ennen rock and rollia kuulunut tietynlainen leikkaa ja liimaa-malli. Mallissa eri musiikkityyleistä ja toisten artistien omintakeisista esittämistyyleistä, tavasta säveltää, sanoittaa, soittaa ja laulaa on otettu vaikutteita, kunnes oma persoonallinen tyyli on löytynyt. Malli oli yleinen jo bluesmuusikoilla 1850-luvulla Etelä-Yhdysvaltojen plantaaseilla. Esimerkiksi Robert Johnsonin, jota pidetään bluesin ensimmäisenä *supertähtenä*, tyylistä soittaa, laulaa ja kirjoittaa musiikkia voidaan löytää samankaltaisuuksia muilta sen ajan bluestulkitsijoilta, kuten Charlie Pattonilta tai Eddie Son Houselta. Malli on nähtävissä myös saman aikakauden brittiläisessä British Music Hall-perinteessä ja Yhdysvaltojen Vaudeville-perinteessä. 1700- ja 1800-luvun brittiläisessä pubikulttuurissa syntyneen British Music Hall-perinteen esiintyjät, jotka olivat aikansa *suuria tähtiä*, ottivat vaikutteita lauluihinsa ja esiintymisiinsä komiikasta ja päivänpolttavista yhteiskunnallisen elämän aiheista. Rojek

(emt) kirjoittaa, että siinä missä brittiläisen The Beatles-yhtyeen Paul McCartney tunnetaan nykyisin vaikkapa *Yesterday*-kappaleestaan niin British Music Hall-tähti Harry Champion *Any Old Iron* esityksestään. Yhdysvaltojen Vaudeville-perinne, joka oli luonteeltaan teatraalista, alkoi kiertävistä esityksistä, kunnes isoihin yhdysvaltalaiskaupunkeihin perustettiin teattereita, joissa Vaudeville eli kukoistuskauttaan aina 1930-luvulle saakka. Vaudeville-perinteen kuuluisuuksia olivat mm. The Marx Brothers ja Judy Garland. (Rojek 2011, 121-123.)

Populaarimusiikille on siis tyypillistä vaikutteiden ottaminen ja lainaaminen muilta musiikin tyyli-suuntauksilta, muilta taiteenaloilta ja jopa politiikasta. Leikkaa ja liimaa-mallia voidaankin pitää populaarimusiikin yleisenä ominaispiirteenä tai kaavana, joka pätee edelleen aikakaudesta riippumatta. Näin se ikään kuin luo itsensä aina uudelleen ja pitää itsensä tällä tavoin *ikuisesti* nuorena ja kiinnostavana.

1.5 Korkea ja matala kulttuuri

Luvussa 1.3 tuli esille länsimaisen populaarimusiikin määrittelyssä käsitepari *korkea* kulttuuri ja *matala* kulttuuri. Käsite on sosiologiassakin paljon käytetty ja on tämän tutkielman tutkimusteorian kannalta keskeinen. Seuraavassa siihen tutustutaan sosiologisesta näkökulmasta.

Purhosen ja kumppaneiden (2014) mukaan korkeakulttuurin käsitteen konkreettinen sisältö on aikakauteen sidottua, mutta määrittyy aina erottautumiskamppailuna, jota käyvät yhteiskunnan ylin ja alin sosiaaliryhmä. Kyse on siis siitä, miten ylin luokka erottautuu *kansasta*. Sosiologiassa tästä käsiteparista käytetään nimeä highbrow-lowbrow. Se on ollut sosiologisessa keskustelussa 1800-luvun lopulta lähtien ja tarkoittaa siis korkeakulttuurin ja populaarikulttuurin välistä eroa. (Purhonen et al. 2014, 23-24.) Tutkielmassa käsitepari highbrow-lowbrow tulee olemaan tutkimusteorian musiikin tyyli-lajeja koskevissa analyysissä. Käsitepari näyttäytyy tässä Pierre Bourdieun (1984) makuteorian.

Bourdieu (1984) jakaa maut kolmeen ryhmään, legitiimiin makuun, middlebrow-makuun ja populaariin makuun. Bourdieun mukaan nämä makuryhmät korreloivat erityisesti koulutustason mukaan siten, että legitiimi maku edustaa sekä korkeinta koulutustasoa että korkeinta sosiaalista asemaa, middlebrow-maku keskiluokkaisuutta, joka tunnustaa legitiimin maun paremmuuden ja pyrkii ikään kuin jäljittelemään sitä, sekä populaari maku työväenluokkaa ja alhaisinta koulutustasoa. Bourdieun (emt)

mukaan legitiimin maun, eli kulttuurituotteista puhuttaessa legitiimin taiteen, määrittelevät korkeimmin koulutetut. Bourdieu (emt) esittää myös, että taiteen legitiimiys vähenee koulutustason mukaan eli alimman koulutustason omaavien populaarimaku käsittää musiikista puhuttaessa ns. kevyen musiikin eli populaareimman musiikin. Bourdieulle (emt) musiikki on taidetta puhtaimmillaan ja musiikkimaku kategorisoi ihmiset kaikkein selkeimmin eri yhteiskuntaluokkiin. Bourdieulle legitiimi maku on puhdas ja populaari maku barbaarinen. (Bourdieu 1984, 16, 18-19, 30.)

Bourdieun makuteoriaan liittyy siis oleellisesti homologiiteesi, joka tarkoittaa käytännössä sitä, että sosiaalinen asema, joka tässä tutkielmassa määräytyy ainoastaan ammatillisen koulutuksen perusteella (kuten edellä nähtiin, koulutus oli myös Bourdieulle tärkeä, ellei tärkein sosiaalisen aseman mittari), on homologinen kolmelle maulle: legitiimi maku edustaa korkeimmin koulutettujen makua, middlebrow-maku keskiluokan makua (opistotason ja/tai ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneiden maku) ja populaari maku alimman koulutustason makua.

1.6 Tutkielmassa käytettävä musiikin tyylilajikavalkadi

Tutkielmassa tullaan käyttämään perustana musiikin tyylilajeista kysyttäessä Purhonen et al. (2009; 2014) käyttämää kolmentoista tyylilajin kirjoa lisäten siihen perustellusti seitsemän tyylilajia. Seuraavassa on luettelo kysytyistä 20:stä tyylilajista (kursivoidut ja lihavoidut ovat myös Purhosen et al. (2009; 2014) tutkimuksissa kysytyt):

1. *Kotimainen iskelmä*

2. *Rock*

3. *Pop*

4. *Jazz*

5. *Punk*

6. *Blues*

7. *Klassinen*

8. *R'n'B, soul, funk*

9. *Kotimainen kansanmusiikki, folk*

10. *Kantri*

11. *Maailmanmusiikki, etno*

12. *EDM (elektroninen tanssimusiikki)*

13. *Heavy*

14. **Hip hop, räp**

15. **Hengellinen**

16. Reggae

17. Suomirock

18. **Ooppera**

19. Indie, alternative

20. Grunge

Purhosen ja kumppaneiden tutkimukset (2009; 2014) ovat luonteiltaan vertailevia ja ne kuuluvat kansainväliseen tutkimusohjelmaan *Cultural Capital and Social Exclusion*, joissa on mukana Britanniasta Manchesterin yliopisto ja Open university. Tästä syystä johtuen kysymyksissä ja aineiston keruussa on seurattu mahdollisimman tarkasti edellä mainittuja tahoja. (Purhonen et al. 2014, 26.) Ongelmaksi voi kuitenkin tällöin nousta se, että suomalaisen musiikkikulttuurin omaleimaiset kansalliset erityispiirteet jäävät helposti huomioimatta ja tulokset eivät vastaakaan nimenomaan suomalaisia musiikkimakuja. Tätä ongelmaa valaisee seuraava populaarimusiikin tutkijoiden Ahon ja Kärnän esittämä huomio.

Aho & Kärjä (2007) kirjoittavat, että populaarimusiikin tutkimus on tieteenalana levinnyt nykyisin kansainväliseksi tieteenalaksi, jota hallitsevat Yhdysvallat ja Iso-Britannia. Ahon ja Kärnän (emt) mukaan tämä on johtanut (osittain myös kielellisistä syistä johtuen) siihen, että tutkimus, joka pyrkii selittämään erityisiä populaarimusiikin kansallisia piirteitä, jää helposti paitsioon kansainvälisen tutkimuksen kentällä, joka pitkälti määrittelee mitä musiikkia tutkitaan ja keiden tietous musiikista on relevanttia. (Aho & Kärnä 2007, 22-24.)

Jokisen ja Saariston (2000) mukaan suomirokin nousu suuren suomalaisen yleisön tietoisuuteen tapahtui voimakkaana 1970-luvun alussa ja siitä lähtien se on ollut tärkeä osa suomalaista kulttuuria. Suomirokin asema konkretisoitui vuonna 1973 Suomen myydyimpien äänitteiden listoilla, joissa *koreilivat* suomirokin pioneereiksikin kutsuttujen artistien levyt: Jussi Raittisen *Mä tahdon rokata*, Dave Lindholmin *Sirkus* ja Hectorin *Herra Mirandos*. Suomenkielisessä rokissa on tyypillisesti ollut alusta asti piirteitä melankolis- ja mollisävytteisestä, slaavilaispiirteitäkin sisältävästä kotimaisesta iskelmästä. Suomirock on esimerkki ns. globaalista kulttuurituotteesta, jossa sekoittuvat toisaalta ylikansallinen angloamerikkalainen rytmimusiikki ja toisaalta suomalaiskansalliset ominaispiirteet. Esimerkkinä käy vaikkapa Eppu Normaali-yhtye,

joka musiikillisesti noudattaa ylikansallista angloamerikkalaista rytmimusiikkia, mutta on tunnetilansa ja lyriikoidensa puolesta suomalaista kansallista perintöä. Suomirokissa on kyse siis eräänlaisesta angloamerikkalaisen rytmimusiikin ja suomalaisuuden erityislaatuisesta fuusiosta, jota on kutsuttu myös nimellä punamultarock. (Jokinen & Saaristo 2000, 300, 304-306.)

Vaikka suomirokissa onkin ollut alusta asti vaikutteita suomi-iskelmästä, niin sen synty tulee nähdä ensisijaisesti vastareaktionä tälle valtavirrassa olleelle suomalaisen iskelmämusiikin laululyriikalle. Suomirock-lyriikka syntyi siis vastareaktionä iskelmien tyypilliselle laululyriikalle, jossa esimerkiksi Reino Helismaan sanoin *hopeinen kuu luo merelle siltaa*. Jokinen & Saaristo (2000) kirjoittavat, että esimerkiksi suomirocklyriikan pioneereihin lukeutuvat Juice Leskinen ja Gösta Sundqvist ottivat suomenkieliseen laululyriikkaan Reino Helismaan ja Juha Vainion tekstinteon tekniikkaa kunnioittaen täysin erilaisen sisällöllisen näkökulman, jossa lyriikka tuotiin kuvaamaan enemmän suomalaista yhteiskuntaa, suomalaisuutta yleensä ja suomalaisten arkielämää ja toteutettiin musiikillisesti angloamerikkalaisen rokin keinoin (Jokinen & Saaristo 2000, 298-300). Voidaan siis sanoa, että suomenkielinen rocklyriikka tuotiin suomalaisen iskelmäperinteen edustajan Unto Monosen ja suomenkielistä rocklyriikkaa edustavan Gösta Sundqvistin sanoja mukaillen *aavanmeren tuolta puolen kotiseudulle Pohjois-Karjalaan*, tässä ja nyt koettuun suomalaisuuteen.

Suomirock otti siis syntyessään musiikillisesti ja lyyrisesti etäisyyttä kotimaiseen iskelmään, mutta sittemmin niiden on nähty lähentyneen toisiaan. Muikku (2001) esittää, että Suomessa 1980-luvulla vallinneen Dingo-ilmiön ja Agentsin & Topi Sorsakosken menestyksekkään nostalgisen suomi-iskelmän ja rokin fuusion myötä suomi-iskelmän ja suomirokin raja-aidat kaatuivat (Muikku 2001, 325). Suomirokkikin on siis hakenut muotoaan luvussa 1.4 esitellyn länsimaisen populaarimusiikin erityispiirteiden leikkaa ja liimaa-mallin mukaisesti.

Oesch (1998) on tutkinut Suomen musiikkiteollisuutta tilastoihin perustuen ja kirjoittaa, että kotimaisella musiikilla on ollut erityinen ja poikkeuksellisen suuri merkitys Suomen äänilevymarkkinoilla. Oesch (emt) kirjoittaa, että Suomessa myydyimpien albumeiden joukossa on vain 3 ulkomaista äänitettä, mutta peräti 22 suomalaista äänitettä, jotka ovat myyneet 100 000 kappaletta tai enemmän vuoden 1995 tilaston mukaan. (Oesch 1998, 73.) Epävirallinen *tilastotieto* (kts. internet-lähteet: Spotify, striimatuimmat artistit Suomessa vuonna 2015) Suomen suosituimmista artisteista Spotifyn striimauspalvelussa kuuntelukertojen mukaan laskettuna kertoo siitä,

että suomalaisen musiikin suosio on nykyisinkin säilynyt poikkeuksellisen suurena. Viidestä striimatuimmasta artistista 4 ensimmäistä oli suomalaisia ja suomenkielellä musiikkia esittäviä artisteja vuonna 2015 Spotifyssa.

Näistä edellä esitetyistä syistä johtuen kyselyssä suomirock otettiin huomioon erillisenä tyyllilajina. Nykyisin suuren populariteetin vuoksi myös suomiräppi olisi syytä kysyä erikseen Shukerin (1994) populaarimusiikin määritelmän mukaisesti. Esimerkiksi Spotifyn laskemien *tilastojen* (kts. internet-lähteet: Spotify, striimatuimmat artistit Suomessa vuonna 2015) mukaan kaksi striimatuinta artistia Suomessa Spotifyssa vuonna 2015 edustaa suomiräppiä. Suomiräpissä voidaan lisäksi nähdä samanlaisia glokaaleja piirteitä kuin suomirokissa. Kyselyssä suomiräppiä ei kuitenkaan erillisenä tyyllilajina huomioitu.

Suomirokin lisäksi tyyllilajien kirjoon haluttiin ottaa mukaan länsimaisen populaarimusiikin merkittävimpiä historiallisia kehityssuuntauksia edustavat tyyllilajit. Ensinnäkin mukaan otettiin alakulttuureissa syntyneet tyyllilajit, jotka ovat määritelleet länsimaisen populaarimusiikin ja -kulttuurin tyyllillisiä, asenteellisia ja elämäntavallisia suuntaviivoja uudelleen: reggae, punk, grunge ja räp (rock ja heavy ovat jo tyyllilajien listalla mukana). Ahon ja Kärnän (2007) mukaan muun muassa Dick Hebdigen klassikkoteos *Subculture: The meaning of style* vuodelta 1979 kuuluu Birminghamin *Centre for Contemporary Cultural Studies (BCCCS)* koulukunnan merkittäviin teoksiin, jossa alakulttuurien edustajat nähtiin populaarikulttuuria luovalla tavalla hyödyntävinä, yhtenäisen tyylin ja elämänasenteen omaavina nuorina, jotka vastustavat ns. valtakulttuuria (Aho & Kärnä 2007, 17). Hebdigen (1979) alakulttuureja käsittelevistä tapaustutkimuksista kaksi, reggae ja punk otetaan tähän tutkielmaan mukaan musiikin tyyllilajeina. Jokisen ja Saariston (2000) mukaan punk syntyi Yhdysvalloissa ja Britanniassa 1970-luvun puolivälissä ensinnäkin rockmusiikin kaupallisuuden, sekä sen soittamiseen liittyvän liiallisen teknisen taituruuden protestina. Punkkiin yhdistyi rokin sisäisen kritiikin lisäksi myös yhteiskuntakriittinen elämänasenne. Tämän kokonaisuuden punkyhtyeet toteuttivat esittämällä teknisesti mahdollisimman yksinkertaista ja *kaottista* musiikkia pienissä pubeissa yhteiskunnallisesti kantaaottavin tekstein ja tuottamalla ja jakelemalla musiikkiaan itse tai korkeintaan pienten, monikansallisista levy-yhtiöistä riippumattomien levy-yhtiöiden toimesta. Suomalaisen version punkmusiikista muotoili mm. Pelle Miljoona. (Jokinen & Saaristo 2000, 309-310.) Punk on yksi kuuluisimmista ja tärkeimmistä alakulttuurin tarinoista, joissa on syntynyt uusi musiikin tyyllilaji. Tutkielman tyyllilajikirjoon mukaan otettavat muutkin

alakulttuureissa syntyneet tyylilajit, Jamaikalla 1960-luvulla syntynyt reggae, Yhdysvalloissa Seattlessa 1980-luvun lopulla alkunsa saanut ja punkista vaikutteita ottanut grunge ja Yhdysvalloissa New Yorkin Bronxin kaduilla 1970-luvulla syntynyt räp, oletettavasti läpäisevät Shukerin (1994) määritelmän populaarimusiikista eli ovat tyylejä, jotka ovat nykyisin suuren yleisön tiedossa.

Kuten punkin kohdalla nähtiin, alakulttuurin luonteeseen kuuluu vahvasti ns. *tee se itse*-mentaliteetti ja tätä taustaa vasten mukaan otettiin erillisenä *tyylinä* kyseistä mentaliteettia edustava indie/alternative-ilmio, joka jo sanojensa perusteella edustaa itsenäistä ja vaihtoehtoista musiikkia valtavirrasta poikkeavana. Onkin kiinnostavaa nähdä mihin indie/alternative-ilmio sijoittuu nykyisin musiikin tyylilajien kentällä analyysissä. Se miksi myös pop otettiin mukaan erillisenä tyylilajina, selviää seuraavasta.

Vaikka Shukerin (2008) mukaan poppia ja rokkia käytetään usein eräänlaisina populaarimusiikkia yleisesti kuvaavina metatason ja massayleisön saavuttamina tyylilajeina, niin ne tulee nähdä myös kahtena erillisenä, erilaiset ideologiat sisältävinä tyylilajeina (Shuker 2008, 122). Pop on alkujaan ikään kuin lantrattu versio 1950-luvun rock & rollista kepeine harmonioineen ja *höpsöine* rakkausteemaisine lyriikoineen, johon on yhdistynyt 1950-luvun lopulta lähtien teini-idolius ja suuret markkinakoneistot. Shukerin (emt) mukaan sama popin ajatus on nähtävissä nykypäivänäkin esimerkiksi Pop Idol-tyyppisissä tosi-tv-laulukilpailuissa. Sen sijaan rock, jonka juuret ovat siis *mustassa* R & B:ssä ja *valkoisessa* C & W:ssä, yhdistetään muun muassa sanoihin autenttinen, vilpitön, lahjomaton. Siihen sisältyy myös vahvasti ajatus artisteista/yhtyeistä, jotka tekevät itse musiikkinsa ensisijaisesti vain musiikin tähden. Näin ollen popin ja rokin ideologiat ovat jo lähtökohtaisesti erit. (Shuker 2008, 122-125.)

Kuten edellä (ja luvussa 1.4) nähtiin, R & B on lähtöisin ajalta ennen rock and rollin syntymää, joten Purhosesta ja kumppaneista (2009; 2014) poiketen se erotettiin tässä hip hopista/räpistä. Hip hop/räp on syntynyt omassa alakulttuurissaan vasta 1970-luvulla Yhdysvalloissa. R & B:n tyylilajiluokkaan lisättiin läheisesti siihen liittyvät, tai siitä syntyneet soul- ja funkmusiikki.

Tyylilajikavalkadi haluttiin siis luoda tätä tutkielmaa varten paremmin länsimaisen populaarimusiikin tärkeimpiä historiallisia kehityslinjoja vastaaviksi ja suomalaisen populaarimusiikkikulttuurin ainutlaatuisuus huomioon ottavaksi.

2 Tutkimuskysymyksien tarkennus ja tutkimusteorioiden

Kirjallisuuskatsauksen perusteella tutkimuskysymysten suuret linjat pysyvät ennallaan. Tarkennuksia jokaisen kohdalla on tarpeen kuitenkin tehdä.

Musiikin kuuntelutottumuksien osalta erityisen kiinnostuksen kohteeksi nousee musiikin digikuluttaminen, jota edustavat musiikin kuluttaminen Spotifyn kaltaisissa suoratoistopalveluissa ja musiikin kuluttaminen YouTuben kaltaisissa videopalveluissa. Sosiaalista mediaa tarkastellaan myös musiikin digikuluttamisen näkökulmasta. Tutkimuskirjallisuuden puuttuessa aiheesta, edellä esitettyjä tullaan havainnoimaan musiikin kuluttamisen näkökulmasta Spotifyssa, YouTubessa ja Facebookissa, jonka perusteella operationalisoidaan kysymykset kyselylomakkeelle.

Musiikin merkityksessä ollaan kiinnostuneita kahdesta erilaisesta musiikin merkityksestä. Sosiaalisia merkityksiä omaavasta musiikin minäteknologiasta ja henkilökohtaisia merkityksiä kuvaavasta musiikin henkilökohtaisesta merkityksestä. Musiikin minäteknologia toimii tutkimusteorianäkökulmana musiikin merkitystä tutkivassa analyysiosassa, johon itse kehitettyä musiikin henkilökohtaista merkitystä verrataan.

Musiikkimaun kohdalla tutkimuskysymystä tarkennetaan ensinnäkin siten, että kiinnostuksen kohteeksi nousee vertaileva tutkimusote viimeaikaiseen suomalaiseen musiikkimakututkimukseen, koska musiikin tyyllilajikavalkadi muokattiin osin hyvinkin erilaiseksi. Tyyllilajeissa otetaan nyt huomioon länsimaisen populaarimusiikin historian merkittävimmät kehityslinjat ja suomalaisen populaarimusiikkikulttuurin erityispiirre, suomirock. Tutkimusteorianäkökulmana musiikkimaun analyyseissä käytetään Bourdieun (1984) makuteoriaa, joka jakaantuu kolmeen eri makuun (legitiimi maku, middlebrow-maku ja populaari maku) ja vertautuu homologisesti sosiaaliseen asemaan (sosiaalisen aseman mittarina toimii ammatillinen koulutus). Musiikkimaun kohdalla tutkimuskysymys tarkentuu siis kahteen osaan. Ensinnäkin tuloksia verrataan tiiviisti viimeaikaiseen suomalaiseen musiikkimakututkimukseen. Toiseksi etsitään kolmea eri legitiimiysasteen omaavaa musiikkimakua.

Kaikkien kolmen tutkimuskysymyksen kohdalla ollaan lisäksi kiinnostuneita niiden mahdollisesta sosiaalisesta eriytymisestä. Tätä tutkitaan varianssianalyysien avulla selittävien muuttujien ollessa sukupuoli, ikäluokka, ammatillinen koulutus ja asuinalue (kts. luku 3.4).

Tutkimuskysymykseksi lisätään vielä musiikin digikuluttamisen ja musiikkimakujen välisten yhteyksien tutkiminen Pearsonin korrelaatiokertoimien

(kaksisuuntaiset testit) avulla. Tämän avulla tietämys suhteellisen uudesta ilmiöstä, musiikin digikuluttamisesta laajenee, kun tiedetään missä musiikkimauissa kyseistä ilmiötä mahdollisesti esiintyy ja missä ei.

3 Aineisto, selittävät muuttujat ja menetelmät

Tässä luvussa käydään läpi kyselylomakkeen joitakin keskeisiä kysymyksiä, aineiston keruu ja aineiston edustavuus. Lisäksi esitellään tutkielman analyyseissä käytettävät selittävät muuttujat ja menetelmät.

3.1 Aineisto

Tutkielman aineisto kerättiin aikavälillä 6.-31.1.2016. Suomenkielinen kyselylomake valmisteltiin sähköiseen muotoon Google Forms-palvelussa. Tärkeimpänä esikuvana erityisesti sosiodemografisten taustamuuttujien, musiikkityyleistä pitämisen/inhoamisen ja eri artistien musiikkikappaleiden/albumien tuntemisen/pitämisen/inhoamisen osalta käytettiin apuna Purhosen ja kumppaneiden (2014) käyttämää kyselylomaketta. Tämän tutkimuksen kannalta keskeiset musiikin digitaalista kuluttamista (musiikin striimaaminen ja musiikin kuluttaminen videopalveluissa ja sosiaalisessa mediassa) koskevat kysymykset laadittiin itse käyttäen Likert-asteikollista viisiportaista mittaria: *sopii erittäin hyvin, sopii, en osaa sanoa, ei sovi, ei sovi laisinkaan*. Kysymys muotoiltiin samalla tavalla kaikkiin kolmeen erilliseen kysymyspatteristoon musiikin digitaalisesta kuluttamisesta: ”Kuinka hyvin seuraavat väittämät sopivat profiiliisi suoratoistopalveluiden/videopalveluiden/sosiaalisen median käyttäjänä”. Myös kysymykset musiikin kuuntelutottumuksista muodostettiin itse. Kuuntelutottumuksia mitattiin kolmiportaisella järjestysasteikolla: *en koskaan, silloin tällöin, säännöllisesti*. Kysymys kuuntelutottumuksista muotoiltiin muotoon: ”Kuuntelen musiikkia...”.

Vastaajien rekrytoiminen tapahtui pääosin Facebookin kautta, jossa kyselylomakkeen internet-linkki julkaistiin tutkielman tekijän toimesta yhden kerran. Julkaisua edelleen jaettiin Facebookin käyttäjien toimesta yli 50 kertaa. Lisäksi kyselyn internet-linkki lähetettiin sähköpostina noin 150 ihmiselle, joiden osoitteet olivat tiedossa tutkijan aikaisempien kontaktien kautta. Sähköpostien vastaajanottajista tiedettiin etukäteen vähintään sen verran, että he olivat kaikki jo aikuisikäen ehtineitä ja äidinkieleltään joko suomen- tai ruotsinkielisiä. Samoin oletettavissa oli, että

Facebookin kautta vastanneet olisivat jo aikuisiässä ja äidinkielenään suomea tai ruotsia puhuvia. Oletukset toteutuivat. Vastauksien ikäjakaumaksi muodostui 18-76-vuotiaat. Vastaajista kaksi ei halunnut ilmoittaa ikäänsä, joka kysyttiin kyselyssä epäsuorasti syntymävuotena. Vastaajista miehiä oli 161 (53%) ja naisia 143 (47%). Äidinkielekseen suomen ilmoitti 294 vastaajaa, ruotsin 10 vastaajaa ja muun kielen 0 vastaajaa. Vastauksia kertyi yhteensä siis 304 kappaletta. Erittäin suurella todennäköisyydellä voidaan sanoa, että tutkimukseen osallistuneet ovat kaikki suomalaisia tai vähintäänkin Suomeen hyvin juurtuneita. Tämä on tärkeä tieto, koska tutkielmassa ollaan kiinnostuneita nimenomaan suomalaisista musiikin kuluttajista.

Kyselylomakkeen saatetekstissä esiteltiin aluksi lyhyesti kyselyn aihealueet. Sitten painotettiin asianmukaista tutkimusetiikan noudattamista. Sitä, että vastauksia käsitellään ainoastaan tilastollisin menetelmin ja näin ollen yksittäisiä vastauksia ei voida mitenkään yhdistää keneenkään yksittäiseen vastaajaan. Lopuksi saatteessa mainittiin myös, että kyselyyn vastaaminen veisi aikaa noin 15 minuuttia. Vastaaja pystyi siis näillä tiedoilla puntaroimaan haluaan osallistua kyselyyn. Vastaukset siirrettiin aineiston keruun jälkeen jatkokäsittelyyn Excel-ohjelmaan, jossa ne koodattiin analyysissä käytettävän SPSS-tilasto-ohjelman vaatimaan muotoon.

Kerätty aineisto on muodoltaan vapaaehtoisten vastaajien näyte, joten se ei ole satunnaisotos Suomen väestöstä. Tutkimustuloksia ei voida näin ollen yleistää suoraan Suomen koko väestöä koskeviksi. Aineiston keruun ollessa edellä kuvatuinen, ns. *lumipalloefektiin* pyrkivä, on otettava huomioon, että aineisto voi vääristyä monellakin eri tavalla. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että kyselyyn voi osallistua *liikaa* vain tietynlaisia vastaajia, kuten opiskelijoita tai tietyn ammattiryhmän edustajia. Aineisto voi sukupuolittua liiaksi joko naisten tai miesten eduksi, tai se voi myös sukupolvittua johonkin tiettyyn ikäryhmään jne. Näitä aineiston keruun ongelmia, vinoutumia, silmällä pitäen seuraavaksi tarkastellaan aineiston normaalijakautuneisuutta eräiden keskeisten sosiodemografisten taustamuuttujien avulla.

Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2014 sukupuolisuhdeluku (miehet/naiset) oli Suomessa 0,97 (kts. Internet-lähteet: Tilastokeskus, väestötilasto). Tässä aineistossa se on 1,13. Tämä tarkoittaa sitä, että kerätyssä aineistossa miesten edustus on hieman suurempi verrattuna Suomen koko väestöön. Saman väestötilaston mukaan Suomen väestön keski-ikä vuonna 2014 oli pyöristettynä 42 vuotta. Vastaava luku tässä aineistossa on 43 vuotta ja keskihajonta pyöristettynä 12 vuotta. Erona tietenkin on se, että Tilastokeskuksen luvuissa on mukana koko Suomen väestö, kun kerätyssä

aineistossa ikäjakauma on 18-76 vuotta. Edelleen saman tilaston mukaan vuonna 2014 ruotsinkielistä äidinkielenään puhuvia oli 5,3% ja suomea 89%. Luvut ovat linjassa kerätyn aineiston kanssa: 3,3% ja 96,7%. Siviilisäätyä koskeva vertailu on myös tasapainossa. Tilastokeskuksen (emt) luvut vuoden 2014 osalta ovat (suluissa kerätyn aineiston luvut): naimaton 47,9% (46,4%), naimisissa tai rekisteröidyssä parisuhteessa 36,8% (43,8%), eronneet ja lesket 15,3% (9,8%).

Kyselyssä kysyttiin myös vastaajien tämän hetkistä pääasiallista toimintaa ja ammattialaa (molemmissa pyydettiin valitsemaan vain yksi vaihtoehto). Näiden muuttujien avulla nähtiin ensinnäkin ansiotyössä olevien, yrittäjien ja työelämän ulkopuolella olevien keskinäinen suhde. Ansiotyössä (koko- tai osa-aikaisesti töissä) olevien osuus oli aineistossa 58,9%, yrittäjien (maatalous- tai muu yrittäjä) 8,5% ja työelämän ulkopuolisten (opiskelijat, työttömät/lomautetut yms.) 32,4%. Ammattialojen kohdalla suurin ryhmä eli moodi oli julkisten palveluiden piirissä työskentelevät 33,2 prosentin suhteellisella osuudellaan. Toisena teollisuusala 13,5%, kolmantena liike-elämän palvelut, rahoitus ja vakuutus 12,2%, neljäntenä kaupanala 10,5% ja viidentenä kulttuuriala 10,2%. Muiden ammattialojen suhteelliset osuudet vaihtelivat 0,7 prosentin ja 4,6 prosentin välillä. Vastaukset eivät siis kasautuneet selvästi mihinkään yksittäiseen pääasialliseen toimintaan tai ammattialaan. Sekä pääasiallista toimintaa että ammattialaa koskeviin kysymyksiin vastasivat kaikki kyselyyn osallistuneet (N=304).

Kaikki vastaajat vastasivat myös tutkielman kannalta tärkeään ammatillista koulutusta koskevaan kysymykseen ja sen perusteella aineisto jakautui näin: ei ammatillista koulutusta 8,9%, ammattikoulu tai ammattikurssi 21,1%, opistotason koulutus 17,1%, ammattikorkeakoulututkinto 21,7%, korkeakoulututkinto 28,6%, akateeminen jatkotutkinto 2,6%.

Kerätyn aineiston lähempi tarkastelu eräiden keskeisten sosiodemografisten taustamuuttujien avulla osoittaa selvästi, että suurimmilta aineiston vinoutumilta vältyttiin. Aineiston keruu onnistui siis verrattain hyvin ja aineistoa voidaan pitää validina jatkokäsittelyä varten.

3.2 Selittävät muuttujat

Selittävinä muuttujina analyysissä käytetään sukupuolta, ikää luokiteltuna, ammatillista koulutusta ja asuinalueita. Selittävät muuttujat ovat siis kaikki luokiteltuja muuttujia, ja ne on valittu Purhonen et al. (2009; 2014) tekemien suomalaisten

musiikkimakututkimuksien mukaan. Molemmissa Purhonen et al. tutkimuksissa vuosilta 2009 ja 2014 on käytetty tilastokeskuksen vuonna 2007 keräämää kyselyaineistoa (Purhonen et al. 2009, 49; Purhonen et al. 2014, 27). Purhonen et al. (2009) käyttivät edellä mainittujen muuttujien lisäksi selittävänä muuttujana kolmen tuloluokan muuttujaa, mutta tässä analyysissä se jätettiin pois kahdesta syystä. Ensinnäkin se oli heikoin musiikkimakuja selittävä muuttuja Purhosen ja kumppaneiden (2009) tutkimuksessa (Purhonen et al. 2009, 44). Toiseksi nettotuloluokkien (luokittelu: 0-999e, 1000-1999e, 2000-2999e ja 3000e tai enemmän) ja ammatillisen koulutuksen välillä on tässä aineistossa kohtuullisen suuri positiivinen korrelaatio (Spearmanin järjestyskorrelaatiokerroin on 0,25, $p < 0,001$), josta voi seurata kollineaarisuus-ongelma. Näin ollen ne mittaavat samaa asiaa ja toisin sanoen yhdessä ollessaan kumoaisivat toistensa vaikutuksia analyyseissä.

Taulukossa 1 on nähtävillä kaikki selittävät muuttujat ja niiden sisäinen jakaantuminen muuttujien eri ryhmiin. Sukupuolta kysyttäessä pitäydyttiin vaihtoehtoissa mies ja nainen, vaikka siihen olisi voinut lisätä suomalaista yhteiskunnallista keskustelua mukailien myös kolmannen vaihtoehdon: muu. Ikäluokat jaoteltiin Purhosen et al. (2009) mukaan, mutta teknisistä syistä kaksi nuorinta ja kaksi vanhinta ikäluokkaa jouduttiin yhdistämään. Tämä siitä syystä, koska nuorimmassa ikäluokassa, 18-24-vuotiaissa, havaintoja oli vain 18 kappaletta (5,9%) ja 65-76 vuotiaissa 12 kappaletta (3,9%). Nummenmaan (2004) mukaan useampisuuntaisen (enemmän kuin kaksi selittävää muuttujaa) varianssianalyysin edellytyksiin kuuluu se, että jokaisessa selittävän muuttujan ryhmässä tulee olla vähintään 20-30 havaintoa (Nummenmaa 2004, 224).

Koulutusta voidaan kysyä monella eri tavalla esimerkiksi kysymällä koulutuksen määrää vuosina, peruskoulutusta ja ammatillista koulutusta erikseen, oman koulutuksen lisäksi vanhempien ja puolison koulutusta jne. Tätä tutkielmaa varten tehdyssä kyselyssä koulutuksesta kysyttiin ainoastaan ammatillista koulutusta kuusiportaisella mittarilla: ei ammatillista koulutusta, ammattikoulu tai ammattikurssi, opistotason koulutus, ammattikorkeakoulu, korkeakoulututkinto ja akateeminen jatkotutkinto. Mielestäni loppuun suoritettua ammatillista koulutusta kysyttäessä saadaan vastaajien koulutuksesta täsmällisin kuva. Tällöin ongelmaksi voi kuitenkin nousta ensimmäistä ammatillista tutkintoaan suorittavien opiskelijoiden korkea suhteellinen osuus vastaajissa. Ongelma tulee esille, kun ajatellaan esimerkiksi ensimmäistä ammatillista tutkintoaan suorittavaa korkeakouluopiskelijaa, joka on valmistumisen *kynnyksellä*

vastaushetkellä, mutta *joutuu* ilmoittamaan kyselyssä, että ei omaa ammatillista koulutusta ollenkaan. On todennäköistä, että kyseisellä vastaajalla on tilastollisesti ajatellen erilainen suhtautuminen esimerkiksi musiikkiin kuin ei ammatillista koulutusta omaavalla ja näin ollen aineisto voi vääristyä, jos tällaisia vastaajia on suhteellisen paljon aineistossa. Vastaajista vain 20 (6,6%) ilmoitti pääasialliseksi toiminnakseen

Taulukko 1: Selittävät muuttujat

	N	%
Sukupuoli		
Mies	161	53,0
Nainen	143	47,0
Yhteensä	304	100,0
Ikäluokka		
18-34	81	26,6
35-44	93	30,6
45-54	71	23,4
55-76	57	18,8
Yhteensä	302	99,3
Ammatillinen koulutus		
Korkeintaan ammattikoulu tai ammattikurssi	91	29,9
Opistotason koulutus	52	17,1
Ammattikorkeakoulututkinto	66	21,7
Vähintään korkeakoulututkinto	95	31,3
Yhteensä	304	100,0
Asuinalue		
Maaseudulla	59	19,4
Esikaupunkialueella tai lähiössä	167	54,9
Kaupungin keskustassa	78	25,7
Yhteensä	304	100,0

opiskelun, joten edellä esitettyä ongelmaa ei ole tässä aineistossa. On syytä mainita myös, että ammatillista koulutusta kysyttäessä kandidaatin tutkintoa ei jaoteltu erilliseksi ammatilliseksi koulutukseksi vaan sen oletettiin kuuluvan korkeakoulututkintojen piiriin. Koulutus-muuttuja on siis hieman erilainen tässä kuin Purhonen et al. (2009; 2014) tutkimuksissa, joissa koulutus-muuttujassa on huomioitu myös peruskoulutus. Koulutus-muuttujalle jouduttiin tekemään uudelleen luokittelu,

jossa kaksi alinta ja kaksi ylintä luokkaa yhdistettiin vähäisten (ei ammatillista koulutusta 8,9% ja akateeminen jatkotutkinto 2,6%) havaintoyksikköjen vuoksi.

Asuinalue-muuttujalle tehtiin niin ikään muuttujamuunnos, koska muualla maaseudulla asuvien osuus jäi pieneksi, 8,2 prosenttiin. Muualla maaseudulla asuvat yhdistettiin maaseudun taajamassa tai asutuskeskuksessa asuvien kanssa ja uusi ryhmä nimettiin maaseudulla asuviksi.

3.3 Menetelmät

Analyysit tehdään SPSS-ohjelmalla (Statistical Package for Social Sciences). Koska tutkielman kyselylomakkeen esikuvana on ollut suurelta osin varsinkin sosiodemografisten taustamuuttujien ja musiikkimakuja mittaavien kysymysten osalta Purhosen et al. (2009; 2014) käyttämä lomake, on luontevaa ja tulosten vertailun kannalta järkevää käyttää tutkielmassa myös samoja menetelmiä. Menetelminä käytetään monimuuttujamenetelmistä pääkomponenttianalyysiä ja varianssianalyysiä. Lisäksi analyyseissä käytetään apuna legitimiyskertoimia, jotka määräytyvät tyyllilajien analyyseissä käytettävän tutkimusteorian mukaisesti (highbrow-lowbrow). Seuraavaksi analyyseissä käytettävien monimuuttujamenetelmien pääpiirteet esitellään suomalaiseseen menetelmäkirjallisuuteen (Nummenmaa 2004; Jokivuori & Hietala 2007; Metsämuuronen 2008) nojautuen. Lopuksi esitetään legitimiyskertoimien peruseriaatteet ja niiden laskeminen aineistoon perustuvien esimerkkien avulla. Aloitetaan pääkomponenttianalyysistä.

Nummenmaan (2004) ja Jokivuori & Hietalan (2007) mukaan pääkomponenttianalyysi on korrelaatiokeskeinen menetelmä, jolla pyritään tiivistämään aineistossa olevia muuttujia toisistaan riippumattomiin ryhmiin, komponentteihin (Nummenmaa 2004, 344; Jokivuori & Hietala 2007, 90). Metsämuuronen (2008) kirjoittaa, että pääkomponenttianalyysissä otoskoon tulee olla vähintään 200 ja muuttujien tulee olla vähintään järjestysasteikolla mitattuja, mutta ei välttämättä normaalisia eli normaalijakaumaa noudattavia (Metsämuuronen 2008, 28-29). Nämä ehdot täyttyvät aineistossa, sillä havaintoyksikköjä on yhteensä 304 kappaletta ja muuttujat, joita pääkomponenttianalyysissä tullaan käyttämään, ovat joko järjestysasteikolla tai Likert-asteikolla mitattuja.

Toisena monimuuttujamenetelmänä käytetään varianssianalyysiä. Metsämuuronen (2008) kirjoittaa, että varianssianalyysin tarkoitus on testata nollahypoteesia, jossa keskiarvoissa ei ole eroja tietyn selittävän muuttujan ryhmien

välillä (Metsämuuronen 2008, 153-155). Nollahypoteesia tutkitaan ns. F-testin avulla ja F-testin ollessa tilastollisesti merkitsevä, nollahypoteesi hylätään (Metsämuuronen 2008, 162-163). Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että jos esimerkiksi koulutusmuuttujan F-testin tulos on tilastollisesti merkitsevä (p-arvo on vähintään pienempi kuin 0,05), nollahypoteesi hylätään, koska ainakin yhden koulutusryhmän keskiarvo selitettävään muuttujaan, esim. klassisesta musiikista pitämiseen, poikkeaa muista. Jokivuoren & Hietalan (2007) mukaan selitettävän muuttujan tulee olla jatkuva muuttuja, koska varianssianalyysissä tarkastellaan luokiteltujen selittävien muuttujien ryhmien välisiä keskiarvoja ja näin ollen selitettävästä muuttujasta pitää pystyä laskemaan aritmeettinen keskiarvo (Jokivuori & Hietala 2007, 153-154).

Tutkielman varianssianalyyseissä tutkitaan ensisijaisesti Purhosen et al. (2009) tapaan selittävien muuttujien yhtäaikaista päävaikutuksia kulloinkin kyseessä olevaan selitettävään muuttujaan (Purhonen et al. 2009, 44). Näin saadaan eliminoitua yksittäisten selittävien muuttujien ns. näennäisvaikutukset selitettävään muuttujaan. Joitakin aikaisempaan tutkimukseen perustuvia tai muutoin tarpeelliseksi nähtäviä kahden muuttujan välisiä yhdysvaikutuksia tullaan myös testaamaan.

Analyysissä hyödynnetään myös legitimiyskertoimia, joissa vertaillaan ylimmän ja alimman koulutusryhmän välistä eroa esim. pitämisessä tai inhoamisessa johonkin kulttuurituotteeseen. Tämän ajatuksen pohjalta kulttuurituotteelle voidaan laskea legitimiyskerroin, joka kertoo kyseisen kulttuurituotteen tai kulttuuriaktiviteetin legitimiyden. Legitiimiydellä tarkoitetaan tässä ylimmän koulutuksen saaneiden makua.

Purhonen et al. (2014) esittävät, että kulttuurinen legitimiys pohjautuu Pierre Bourdieu'n ajatteluun siitä, että moderneissa yhteiskunnissa maun legitimiys on korkeakoulu-järjestelmän tuottamaa (Purhonen et al. 2014, 67). Purhosen ja kumppaneiden mukaan tätä ajatusta on jalostanut Alan Warde tutkimusryhmineen esittämällä, että kaikille kulttuurituotteille ja kulttuuritoiminnoille voidaan laskea legitimiyyttä kuvaava legitimiyskerroin jakamalla ylimmän ja alimman koulutusasteen suhteelliset osuudet keskenään. Laskutoimitus voidaan tehdä, kun laaditaan mittari kulttuurituotteelle. Purhonen ja kumppanit (emt) ottavat esille myös legitimiyskertoimien ongelmat ja kritiikin. Kertoimia voidaan ensinnäkin kritisoida siitä, että ne tuottavat kehäpäätelmiä, joissa legitimeiksi kulttuurituotteiksi ja kulttuuritoiminnoiksi lasketaan kaikki ne, joista korkeimmin koulutetut ja todennäköisesti tätä kautta yhteiskunnan hyväosaiset henkilöt pitävät. Toinen ongelma

on kertoimissa käytettävät suhteelliset luvut, jotka voivat johtaa siihen, että saman legitiimiyskertoimen voivat saada kaksi täysin eri mittakaavassa yleisyyden näkökulmasta olevaa ilmiötä. Näin voi käydä, jos ylimmän ja alimman koulutusluokan mieltymyksiä suhte sattu olemaan sama esimerkiksi hyvin yleiseen ja toisaalta hyvin harvinaiseen kulttuurituotteeseen. Purhosen et al. (emt) esittävät, että legitiimiyskertoimia tuleekin edellä esitetyn ongelman vuoksi tarkastella ilmiön yleisyyden yhteydessä, ei siitä irrallisena. Kaikesta kritiikistä huolimatta Purhosen ja kumppaneiden (emt) mukaan legitiimiyskertoimet antavat yksinkertaisen ja tehokkaan menetelmän erilaisten kulttuurituotteiden ja kulttuuritoimintojen vertailuun koulutuksen näkökulmasta. (Purhonen et al. 2014, 67.) Edellä esitetty ongelma huomioiden tämän tutkielman analyyseissä legitiimiyskertoimen huomioon ottamisen rajaksi asetettiin se, että ilmiön yleisyys on aineistossa vähintään 15%.

Purhonen et al. (2014) jakavat kulttuurituotteet ja -aktiviteetit kolmeen eri ryhmään legitiimiyskertoimien mukaan: epälegitiimi (legitiimiyskerroin alle 0,8), neutraali (0,8-2,0) ja legitiimi (yli 2,0) (Purhonen et al. 2014, 212). Tutkielman analyyseissä tullaan käyttämään samaa jaottelua. Esimerkiksi kerätyssä aineistossa rock-musiikista pitää vähintään jonkin verran 84,2 prosenttia ylimmässä koulutusryhmässä (vähintään korkeakoulututkinnon suorittaneet) ja alimmassa (korkeintaan ammattikoulu tai ammattikurssi) 84,5%. Legitiimiyskerroin rockmusiikista pitämiseksi on tällöin $84,2/84,5=1,00$ ilmiön (rockmusiikista vähintään jonkin verran pitäminen) yleisyyden ollessa aineistossa 87,4%. Rockmusiikista pitäminen on siis luonteeltaan neutraalia legitiimiydeltään. Purhonen et al. (emt) saivat rockmusiikista vähintään jonkin verran pitämiseksi legitiimiyskerroimeksi 1,58 yleisyyden ollessa 70% (Purhonen et al. 2014, 68). Heidän koko Suomen väestöä (pois lukien Ahvenanmaa) koskevassa aineistossa rockista vähintään jonkin verran pitäminen oli siis hieman legitiimimpää. Epälegitiimiä kulttuurituotetta tai -aktiviteettiä puolestaan tutkielman aineistossa edustaa esimerkiksi se, että on kuullut Paula Koivuniemen musiikkikappaleen *Aikuinen nainen* ja pitää siitä. Legitiimiyskerroin tälle kulttuurituotteelle on 0,76 ja sen yleisyys aineistossa 46%. Arvot ovat samalla tasolla kuin Purhosella et al. 0,79/62% (emt). Legitiimiyskerroin on lähes sama, mutta ilmiön yleisyys Purhosella ja kumppaneilla (2014) on hieman yleisempää.

Legitiimiyskertoimien avulla saadaan siis helposti kulttuurituotteiden kirjosta selville tutkielmassa käytetyn tutkimusteorian, eli Bourdieun (1984) makuteorian mukaiset legitiimit ja populaarit maust.

4 Musiikin digikuluttaminen

Tämän analyysin ensimmäisessä osassa (4.1 ja 4.2) tarkastellaan ja analysoidaan musiikin erilaisia kuuntelutottumuksia. Toisessa osassa (4.3 ja 4.4) analyysiä syvennetään *sukeltamalla* musiikin digikuluttamisen välineisiin: musiikin striimaamiseen, musiikin kuluttamiseen videopalveluissa ja musiikin kuluttamiseen sosiaalisessa mediassa. Analyysi päättyy musiikin digikuluttamisen tutkimiseen varianssianalyysien avulla.

4.1 Musiikin erilaisten kuuntelutottumuksien yleisyys ja legitiimiyskertoimet

Kuten johdannossa esitettiin, musiikkia kuunnellakseen on tehtävä valinta millaisella välineellä musiikkia kuunnellaan eli kulutetaan. Musiikin kuuntelun välineistä voidaan puhua musiikin kuuntelutottumuksina, koska jonkinlaisesta tottumuksesta on kuitenkin kyse. Joku preferoi musiikin kuuntelussa artistien alkuperäisiä CD-levyjä, toinen suoratoistopalvelu Spotifyta jne.

Musiikin kuuntelutottumuksista kysyttäessä järjestysasteikolla (en koskaan, silloin tällöin, säännöllisesti) pyrittiin ottamaan huomioon mahdollisimman laaja valikoima kuuntelutottumuksia, joka vastaisi mahdollisimman hyvin nykyistä tilannetta musiikin kuuntelussa. Uusimpia musiikin kuuntelun innovaatioita edustavat kyselyssä erillinen digilaite esim. muistitikku tai älypuhelin kytkettynä (esim. autostereoihin) ja kuuntelu bluetooth-kaiuttimilla. Ihan kaikkia kuuntelutottumuksia ei onnistuttu ottamaan kyselyyn mukaan, koska eräs vastaaja palautteessaan kertoi kuuntelevansa musiikkia ensisijaisesti siten, että ostaa ensin artistin alkuperäisen CD:n, jonka sitten kopioi tietokoneelleen digi- eli MP3-muotoon. Taulukkoon 2 on kerätty musiikin kuuntelutottumuksia mittaavien kysymyksiä vastaukset *säännöllisesti* ja *en koskaan*, koska tällöin mielestäni saadaan totuudenmukaisempi kuva siitä, mitä kuuntelutottumuksia oikeasti käytetään ja ei käytetä. Jos vastauksena on *silloin tällöin*, niin todennäköisesti juuri se kuuntelumuoto ei ole ensisijainen vastaajalle. Taulukosta 2 nähdään, että autostereoista, radiosta ja kuulokkeilla kuuntelu ovat ainoat ns. perinteiset musiikin kuuntelun muodot, jotka ovat nykyisin suosituimpia säännöllisen kuuntelun muotoja tämän aineiston perusteella. Muutoin suosituimmiksi muodoiksi nousivat YouTuben kaltaisesta palvelusta, läppäritä, älypuhelimella ja Spotifyn kaltaisesta palvelusta kuunteleminen, jotka epäilemättä kuuluvat musiikin digikuuntelun piiriin.

Taulukko 2: Musiikin kuuntelutottumuksien yleisyys ja legitiimiyskertoimet (LK)

Kuuntelen musiikkia...	SÄÄNNÖLLISESTI		EN KOSKAAN	
	Yleisyys (%)	LK	Yleisyys (%)	LK
Autostereoista	65,1	0,80	8,9	0,95
Radiosta	59,2	0,83	6,3	1,43
Kuulokkeilla	46,4	1,23	18,8	1,15
Youtuben kaltaisesta palvelusta	45,7	1,07	3,3	0,97
Läppäriä	43,4	1,18	15,5	1,16
Älypuhelimella	42,1	1,12	19,7	1,71
Spotifyn kaltaisesta palvelusta	41,8	1,03	22,0	1,03
Alkuperäiseltä CD:ltä	37,5	1,32	13,5	0,88
Kotona erillisestä radiolaitteesta	30,3	1,29	30,6	0,99
Kotona CD-soittimella	28,9	1,40	28,0	0,76
Kotona pöytätietokoneella	27,6	1,40	46,7	1,16
Erillinen digilaitte esim. muistitikku, älypuhelin kytkettynä	25,3	1,05	44,7	1,03
Töissä erillisestä radiolaitteesta	20,1	0,22	56,3	1,99
Nettiradioista	19,7	0,92	30,9	0,72
Tabletilta	17,8	0,91	48,4	1,04
Kotona vinyylilevysoittimella	13,5	1,59	64,1	0,79
Alkuperäiseltä vinyyliltä	11,8	1,62	57,2	0,81
iPodilla tai jollakin MP3-laitteella	10,9	1,21	65,5	1,14
Bluetooth-kaiuttimilla	9,9	0,87	62,2	1,07
iTunesin kaltaisesta palvelusta ladattuna	8,2	2,63	70,7	0,89
Alkuperäiseltä DVD:ltä	6,3	1,32	45,1	1,09
C-kasetilta	2,6	0,50	75,7	1,06
Vertaisverkosta (P2P) ladattuna	2,6	1,45	86,5	0,99
VHS-kasetilta	0,3	1,00	86,2	0,98

Musiikin kuunteluun liittyvien digitaalisten innovaatioiden kiertonopeus ja oikeanlaisten kuluttajille soveltuvien kuuntelumuotojen muotoutuminen näkyy siinä, että musiikin kuuntelu iTunesin (internetissä oleva musiikkipalvelu, josta voi ostaa ja

ladata laillisesti MP3-muodossa eli digimuodossa olevaa musiikkia) kaltaisista palveluista ladattuna ja vertaisverkoista (internetissä olevat laittomat musiikin latauspalvelut) ladattuna ovat aineistossa harvinaisia. Asia konkretisoituu Tuomas Kallion vuonna 2008 tekemän pro gradun myötä (toimeksiantajana Teosto ry). Kallio tutki pro gradussaan tuohon aikaan uutta ja kiinnostavaa latauspalveluiden (laillisten ja laittomien) käytön yleisyyttä musiikin kuluttajien keskuudessa. Nyt, vain kymmenen vuotta myöhemmin (Kallion aineisto on kerätty vuonna 2006), ne eivät ole enää kiinnostavia muotoja lainkaan musiikin kuluttajille tämän aineiston perusteella vaan uudet musiikin digikuluttamisen muodot ovat syrjäyttäneet ne.

Musiikin digikuuntelun muodot ovat ajaneet populariteetin perusteella mitattuna ohi myös *perinteisten* kuuntelun muotojen, kuten artistien alkuperäisten CD- ja vinyylilevyjen kuuntelun. Alkuperäisten CD- ja vinyylilevyjen kuuntelua (jatkossa alkuperäisten levyjen kuuntelu) on kuitenkin syytä tutkia tarkemmin kahdesta syystä. Ensinnäkin alkuperäisten levyjen kuuntelu edustaa nuorimpana ja voimakkaimpana aikaa ennen musiikin kuuntelun digitalisoitumista. Ja toiseksi, kun tarkastellaan taulukon 2 legitiimiyskertoimia, nähdään että alkuperäisten levyjen kuunteluun oleellisesti liittyvät muodot: *en kuuntele koskaan musiikkia kotona CD-soittimella* (joskin myös ns. poltettuja eli kopioituja CD-levyjä voidaan toistaa CD-soittimella) ja *en koskaan kuuntele kotona musiikkia vinyylilevysoittimella* ovat epälegitiimejä. Se, miksi näissä kysymyksissä kysyttiin kotiin sijoittuvaa musiikin kuuntelua, juontaa juurensa aikaan ennen musiikin kuuntelun digitalisoitumista. Silloin musiikin kuuntelu oli enemmän johonkin tiettyyn paikkaan sidottua (ja usein juuri omaan kotiin) kuin nyt, johtuen luonnollisesti osittain fyysisistä CD- ja vinyyliformaateista, jotka tarvitsevat erillisen soittimen soidakseen. *Melkein* epälegitiimin alueelle päästään myös itse alkuperäisten levyjen kuuntelua koskevissa kysymyksissä: *en kuuntele koskaan musiikkia alkuperäiseltä CD:ltä tai vinyylilevyiltä* (legitiimiyskertoimet 0,88 ja 0,81). Nämä havainnot kertovat siitä, että ylimmän ammatillisen koulutusasteen suorittanut ehkä kuuntelee enemmän alkuperäisiä levyjä kuin alimman ammatillisen koulutustason omaava. Tarkistetaan tämä epäily tekemällä keskiarvosummamuuttuja neljästä muuttujasta, jotka mittaavat alkuperäisten levyjen kuuntelua (kuuntelen musiikkia: *alkuperäiseltä CD:ltä, kotona CD-soittimella, alkuperäiseltä vinyylilevyiltä ja kotona vinyylilevysoittimella*) ja tekemällä varianssianalyysi, johon ammatillisen koulutuksen lisäksi selittäviksi muuttujiksi analyysiin otetaan mukaan kaikki tässä tutkielmassa käytettävät selittävät muuttujat (sukupuoli, ikäluokat ja asuinalue).

Taulukko 3: Varianssianalyysi alkuperäisten levyjen kuuntelusta

	Alkuperäisten fyysisten levyjen (CD ja vinyyli levy) kuuntelija
Ammatillinen koulutus (F)	1,30
Korkeintaan ammattikoulu tai ammattikurssi	-0,13 (0,08)
Opistotaso	0,05 (0,10)
AMK-tutkinto	-0,03 (0,09)
Sukupuoli (F)	3,86
Mies	0,13 (0,06)
Ikäluokka (F)	8,77***
18-34	-0,47 (0,10)***
35-44	-0,37 (0,09)***
45-54	-0,20 (0,10)*
Asuinalue (F)	0,04
Maaseudulla	-0,01 (0,10)
Esikaupungissa tai lähiössä	-0,02 (0,07)
Vakiotermi	1,09 (0,10)***
Korjattu selitysaste	0,11
N	302

Tulkintaohje: F-testisuuret (F) esitetty kaikille selittävillä muuttujilla sekä parametristimaatit (B) ja niiden keskivirheet (suluissa) muuttujien ryhmille. Referenssi- eli vertailuryhmät (B=0) muuttujille ovat: sukupuoli: nainen, ikäluokka: 55-76, ammatillinen koulutus: vähintään korkeakoulututkinto, asuinalue: kaupungin keskustassa. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Cronbachin alfa-arvoksi saatiin alkuperäisten levyjen kuuntelua mittaavalle keskiarvosummamuuttujalle 0,81. Jokivuoren & Hietalan (2007) mukaan Cronbachin alfa-arvo on *hyvä*, jos se ylittää arvon 0,60 (Jokivuori & Hietala 2007, 135). Tällöin muuttuja on luotettava ja kertoo sen sisältämien muuttujien sisäisestä konsistenttisuudesta eli siitä, että muuttuja kokonaisuudessaan mittaa samaa asiaa (emt). Varianssianalyysin (taulukko 3) tulokseksi saatiin, että ammatillisten koulutusryhmien keskiarvojen välillä ei ole eroja alkuperäisten levyjen kuuntelussa. Sen sijaan taulukosta 3 havaitaan, että ikäluokalla on merkitystä. Aineistossa alkuperäisiä levyjä kuunnellaan eniten vanhimmassa ikäluokassa 55-vuotiaista ylöspäin.

4.2 Pääkomponenttianalyysi musiikin kuuntelutottumuksista

Musiikin kuuntelutottumuksien analysointia jatkettiin pääkomponenttianalyysin avulla, jossa nähtiin, miten erilaiset kuuntelutottumukset latautuivat eri komponentteihin. Taulukossa 4 on nähtävissä pääkomponenttianalyysin tulokset. Ensimmäiseen ja selitysosuudeltaan (16,90%) suurimpaan komponenttiin latautuivat musiikin kuuntelu Spotifyn kaltaisesta palvelusta, älypuhelimella, YouTuben kaltaisesta palvelusta, kuulokkeilla ja läppärillä. Nämä musiikin kuuntelutottumukset edustavat selvästi digitaalista musiikin kuuntelua.

Se, että myös kuulokkeilla kuuntelu latautui digikuuntelua edustavaan ryhmään, kertoo siitä, että musiikin kuuntelu on nykyään luonteeltaan mobiilia, ei mihinkään tiettyyn paikkaan sidottua. Mutta samalla on huomattava, että musiikin mobiilikuuntelu oli mahdollista jo aikaa ennen CD-levyjä, C-kasettiaikana, jolloin markkinoille tulivat ensimmäiset kannettavat, Suomessa korvalappustereoiksikin kutsutut musiikkisoittimet.

Chaline (2013) kirjoittaa, että vuonna 1979 markkinoille ilmestyivät Sony:n valmistamat Sony Walkman-nimiset kannettavat C-kasettisoittimet, jotka tullessaan ikään kuin loivat musiikin kuluttajille sekä omien henkilökohtaisten stereoiden että omien soittolistojen tekemisen tarpeen. Ilmiön yleisyydestä kertoo Chalinen (emt) mukaan se, että sana *Walkman* lisättiin vuonna 1986 englantilaiseen Oxford English Dictionary-sanakirjaan. (Chaline 2013, 192-194.) Musiikin kuluttajille syntynyt tarve tehdä omia soittolistoja selittyy innovaatiolla, joka liittyy C-kasettiaikaan yleisesti. C-kasettisoittimissa (ei kuitenkaan kannettavissa soittimissa) oli mukana nauhoitusominaisuus, joka mahdollisti alkuperäisiltä vinyylilevyiltä nauhoittamisen C-kasetille. Tällöin tuli mahdolliseksi tehdä omista suosikkibiiseistä ns. parhaimmat-kokoelmia, joita pystyi kuuntelemaan missä vaan Sony Walkmanin ansiosta.

Ilmiönä musiikin mobiilikuuntelu ei siis ole uusi, mutta mittaluokka on nykyisin toinen, joka konkretisoituu parhaiten, kun komponentin tulosta tulkitaan tarkemmin. Komponentin tulos tulee tulkita niin, että nykyisin älypuhelimessa on kaikki komponentin muut muuttajat saatavilla läppäri (jolla voidaan kuunnella myös alkuperäisiä ja/tai kopioituja CD- ja DVD-levyjä) ja kuulokkeet luonnollisesti pois lukien. Älypuhelimessa on siis optio kuunnella kaikki (miljoonat) biisit, jotka ovat internetissä. C-kasetti- ja myöhemmin CD-aikana musiikin kuunteluvalikoima oli mobiilisti kuunneltuna luonnollisesti erittäin rajoittunut johtuen musiikin olomuodosta fyysisinä formaatteina.

Taulukko 4: Pääkomponenttianalyysi musiikin kuuntelutottumuksista

Kuuntelen musiikkia...	Komponentti								Kommunaliteetti
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Spotifyn kaltaisesta palvelusta	,728	-,243	-,056	-,154	,141	-,055	-,100	-,004	,649
Älypuhelimella	,646	-,160	,112	-,061	,359	-,004	,179	-,145	,641
YouTuben kaltaisesta palvelusta	,631	,120	-,174	-,043	-,003	-,194	-,109	,236	,550
Kuulokkeilla	,571	,009	-,105	,196	,177	-,064	,334	,064	,527
Läppäriellä	,509	,071	,064	-,341	-,185	,030	,316	-,245	,580
Kotona CD-soittimella	-,077	,816	,112	,198	-,130	,122	,004	-,047	,758
Alkuperäiseltä CD:ltä	-,083	,806	,104	,195	-,020	,011	-,001	,030	,707
Alkuperäiseltä DVD:ltä	-,025	,652	-,104	,007	,163	,380	-,021	,162	,634
Radiosta	,052	-,091	,792	-,046	,244	,018	-,130	,025	,717
Kotona erillisestä radiolaitteesta	-,039	,331	,707	,026	-,064	,128	,066	-,023	,636
Töissä erillisestä radiolaitteesta	-,091	,022	,628	,005	-,045	-,058	,052	-,022	,412
Kotona vinyyli-soittimella	-,051	,253	,009	,827	-,099	,301	,064	,008	,856
Alkuperäiseltä vinyyli-levyltä	-,069	,272	,004	,823	-,090	,276	,081	,015	,848
Bluetooth-kaiuttimilla	,131	,044	-,074	-,200	,686	,065	,077	,111	,558
Autostereoista	-,092	-,012	,503	,106	,575	-,122	-,192	,084	,661
Erillinen digilaitte esim. muistitikku, älypuhelin kytkettynä	,353	-,152	,120	,124	,554	,056	,167	-,104	,527
Tabletilta	,199	,067	,066	-,307	,435	,085	,315	-,201	,479
Alkuperäiseltä C-kasetilta	-,163	,139	,093	,259	,052	,748	-,062	-,034	,689
alkuperäiseltä VHS-kasetilta	-,029	,174	-,035	,201	,022	,737	-,043	,089	,627
iPodilla tai jollain muulla MP3-soittimella	-,109	,052	-,026	,072	,289	-,141	,735	-,007	,664
iTunesin kaltaisesta palvelusta ladattuna	,193	-,037	,007	,033	-,043	,008	,691	,008	,519
Kotona pöytätietokoneella	-,022	,156	-,017	,098	,048	-,026	-,039	,814	,701
Nettiradiosta	,365	-,103	,378	-,090	-,043	,244	,015	,508	,615
Vertaisverkosta (P2P) ladattuna	-,052	-,267	-,131	-,124	-,078	,284	,331	,394	,458
Ominaisarvo	4,06	2,72	2,13	1,48	1,35	1,15	1,11	1,02	
Selitysosuus (%)	16,90	11,34	8,86	6,17	5,63	4,8	4,64	4,23	

Menetelmä: Pääkomponenttianalyysi. Rotaatio: Varimax Kaiserin normalisoinnilla.

Nämä tulokset ja tulkinnat antavat tämän aineiston perusteella empiiristä tukea Rojekin väitteelle (kts. luku 1.1) siitä, että musiikin kuuntelu on siirtynyt suurimmalta osin internetiin digitaaliseen muotoon ja paikasta riippumattomaksi toiminnaksi.

Koska käsillä olevassa, tai todennäköisemmin digimuodossa ja näytöllä olevassa tutkielmassa ollaan kiinnostuneita erityisesti digitaalisesta musiikin kuuntelusta, niin pääkomponenttianalyysin tulokseen nojautuen komponentista 1 tehdään

keskiarvosummamuuttuja (Cronbachin alfa 0,70) jatkoanalyysiä varten, joka tehdään musiikin digikuluttamiselle kokonaisuudessaan luvussa 4.5. Ensimmäiselle musiikin digikuluttamisen ulottuvuudelle annetaan nimeksi musiikin digikuuntelija.

4.3 Musiikin striimaamisen, YouTubettamisen ja somettamisen yleisyys ja legitiimiyskertoimet

Edellä oltiin kiinnostuneita musiikin kuuntelemisen eli kuluttamisen ensimmäisestä vaiheesta, siis siitä, missä tehdään valinta millä välineellä musiikkia halutaan kuunnella. Tässä analyysin osassa tutkielman kannalta kiinnostaviin musiikin digikuluttamisen välineisiin, musiikin striimaamiseen ja musiikin kuluttamiseen videopalveluissa poraudutaan syvemmälle ja katsotaan mitä ulottuvuuksia niistä löydetään. Samoin tehdään myös sosiaaliselle medialle.

Spotifyn kaltaisia musiikin suoratoisto- eli striimauspalveluita ei käyttänyt tässä kyselyssä lainkaan 21,4% vastaajista (N=304). Vähintään kerran päivässä tai useammin-käyttäjiä oli 30,9% vastaajista. 67,8% striimauspalveluiden käyttäjistä käytti ensisijaisesti Spotify-palvelua. Muista striimauspalveluista käytettiin mm. Apple Music:ia ja Google Play Music:ia. Muutamat vastaajat vastasivat käyttävänsä videopalvelu YouTubea striimauspalveluiden kohdalla, vaikka kysymys oli muotoiltu hyvin selkeästi viittaamaan juuri musiikin suoratoistopalveluihin (esimerkkinä suluissa Spotify). Tämä kertoo siitä, että sanana ja/tai ilmiönä musiikin suoratoisto- eli striimaaminen ei ole vielä täysin vakiintunut ihmisten kielenkäyttöön. Musiikin striimaamista suosittumpaa oli aineistossa videopalveluiden käyttö.

YouTuben kaltaisia videopalveluita ei käyttänyt lainkaan 3 vastaajaa eli 1% vastaajista (N=304). Kerran päivässä tai useammin-käyttäjiä oli 43,7% vastaajista. 96,7% videopalveluiden käyttäjistä käytti ensisijaisesti YouTube-palvelua. YouTuben käyttö on aineistossa erityisen suosittua, joten tässä tutkielmassa videopalveluista voidaan puhua jatkossa yhteisellä nimittäjällä: YouTube.

Sosiaalista mediaa ei käyttänyt lainkaan 4,3% vastaajista (N=304). Kerran päivässä tai useammin sosiaalista mediaa käytti 89,5% vastaajista, mutta sosiaalisen median käytön kohdalla täytyy muistaa, että kysely toteutettiin suurelta osin Facebookin kautta. Täten luvut ovat hyvin todennäköisesti liian suuria todelliseen sosiaalisen median käyttöön verrattuna. Kun sosiaalisen median käytön aktiivisuutta tarkasteltiin

kussakin ikäluokassa erikseen, niin havaittiin, että tässä aineistossa suuria eroja ei ollut. Vähintään kerran päivässä sosiaalista mediaa käyttäneiden suhteelliset prosenttiosuudet olivat ikäluokkien sisällä: 100% nuorimmassa ikäluokassa, 35-45-vuotiaissa 93,6%, 45-44-vuotiaista 77,5% ja vanhimmassa ikäluokassa 84%. Sosiaalisen median käyttäjistä 73,4% käytti ensisijaisesti Facebookia. Muita ensisijaisia sosiaalisen median palveluja olivat mm. Instagram, Snapchat, Twitter tai useamman palvelun kombinaatio. Kolmasosa nuorimmasta ikäluokasta käytti ensisijaisesti jotain muuta sosiaalisen median palvelua kuin Facebookia. Tämä oli suurin osuus kaikista ikäluokista. Vastaavasti vähiten jotain muuta sosiaalisen median palvelua käytettiin vanhimmassa ikäluokassa (15,4%).

Musiikin striimaamisesta, YouTubettamisesta ja somettamisesta kysyttiin viisiportaisella Likert-asteikolla *ei sovi laisinkaan, ei sovi, en osaa sanoa, sopii, sopii erittäin hyvin*. Näin ollen muuttujia voidaan käsitellä jatkuvina. Kysymys muotoiltiin kaikkiin samalla tavalla: Kuinka hyvin seuraavat väittämät sopivat profiiliisi suoratoistopalveluiden (esim. Spotify) / videopalveluiden (esim. YouTube) / sosiaalisen median käyttäjänä? Videopalveluiden ja sosiaalisen median kohdalla kysyttiin muitakin niille tyypillisiä käytön muotoja kuin vain suoranaisesti musiikkiin liittyviä.

Saadakseni jonkinlaisen kokonaiskuvan musiikin digitaalisesta kuluttamisesta Spotifyn kaltaisissa striimauspalveluissa ja YouTuben kaltaisissa videopalveluissa aloin ensinnäkin Spotifyta havainnoimaan ja etsimään sille tyypillisiä musiikin kuluttamisen muotoja. Havaitsin, että Spotifyn oleellimmat käytön muodot jakautuivat kahteen ryhmään. Toisaalta tietynlaiseen musiikin *surffailuun*, johon liittyy olennaisesti ainakin seuraavat muodot:

- 1) Yksittäisten musiikkikappaleiden (käytetään jatkossa myös sanaa biisi) kuunteleminen.
- 2) Toisten Spotifyn käyttäjien tekemien soittolistojen kuunteleminen.
- 3) Uuden musiikin löytäminen. Esim. palvelun ilmaisversion mainosten kautta. Uutta musiikkia voi helposti löytää myös palvelussa automaattisesti esiintyvän toiminnon kautta, joka esittelee *samantapaisia artisteja* verrattuna käyttäjän aikaisemmin kuuntelemiin artisteihin.

Nämä striimaamisen muodot edustavat mielestäni eräänlaista musiikin *surffausta* (vrt. nettisurffailu), jossa ei olla ensisijaisesti kiinnostuneita esim. mistään tietystä artistista vaan lähinnä yksittäisistä biiseistä.

Toisaalta taas seuraavat käytön muodot ovat enemmän artistilähtöisiä:

- 1) Artistien seuraaminen
- 2) Palvelussa voi kuunnella myös artistien albumeja kokonaisuudessaan
- 3) Omien soittolistojen tekeminen

Kyseiset muodot ovat siis mielestäni artistilähtöisiä ja käyttäjän omaan aktiivisuuteen viittaavia. Näin ollen tällainen suoratoistopalvelun käyttäjä on ehkä enemmän tietoinen siitä, mitä musiikkia etsii ja kuuntelee palvelussa.

Yksi ominaisuus, tietynlainen musiikin kuuntelun helppous ja vaivattomuus Spotifyssa ilmeni yhteisenä tekijänä. Tämä ominaisuus ilmenee siinä, että musiikkia on helppo etsiä suoratoistopalvelussa olevan hakukoneen avulla.

Musiikin striimaamisessa on vahvasti läsnä luvussa 4.2 esitelty C-kasettiaikakautena Sony Walkmanin ansiosta uutena musiikin kuluttajille esiin noussut ominaisuus, joka mahdollisti omien soittolistojen tekemisen. Musiikin striimaaminen jatkaa siis tätä vanhaa perinnettä.

Vaikka striimaamisen havainnointi tapahtui ainoastaan Spotifyssa, niin jatkossakin musiikin striimaamisesta voidaan puhua yleisesti, koska striimauspalvelut ovat hyvin samankaltaisia pääpiirteittäin.

Suomisen et al. (2013) mukaan sosiaalista mediaa voidaan pitää eräänlaisena todellisuuden laajenuksena ihmisten arjessa, jonka kautta ihmiset jäsentävät elämäänsä ja paikkaansa erilaisissa yhteisöissä ja yhteiskunnassa. Se tulee nähdä siten laajempaan ilmiönä kuin pelkästään tietokoneiden ja mobiililaitteiden ruudulle jäävänä vuorovaikutuksen muotona. Sosiaalisen median ehkä tärkein avainsana on sisällön jakaminen ja tätä kautta käyttäjän rooli nähdään paljon aktiivisempaan kuin perinteisen internetin käyttäjän. Triviaalisti määriteltynä sosiaalinen media on siis perusluonteeltaan sosiaalista. Sosiaalinen media myös linkittyy suoraan erilaisiin sisällönjakopalveluihin ja suoratoistopalveluihin kuten YouTube, Spotify yms. (Suominen et al. 2013, 13-15.) Tämä Suomisen ja kumppaneiden sosiaalisen median määritelmä mielessäni aloin havainnoida sosiaalisen median palveluissa tapahtuvaa musiikin digitaalista kuluttamista Facebookissa. Ensinnäkin seurasin yleisesti sitä, miten musiikin kuluttaminen tulee esille Facebookin käyttäjien toimesta. Toiseksi aloin seuraamaan Facebookissa useita eri kotimaisia ja kansainvälisiä artisteja. Havainnoinnin tuloksena esiin nousi kahdeksan sosiaalisen median käytön muotoa, jotka ovat luonteeltaan musiikin kuluttamista. Ne ovat nähtävissä kursivoituina taulukossa 5 some-kohdassa. Tässä esittelen erikseen muutamia muotoja, jotka nousivat kiinnostavina erityispiirteinä esiin. YouTuben ja Facebookin välillä oli havaittavissa yhteys, jossa YouTubesta

jaettiin artistien musiikkivideoita ja yksittäisiä musiikkikappaleita omalle Facebookin aikajanelle ja samalla ikään kuin suositeltiin niitä joillain saatesanoilla omille Facebook-kavereille. Uusin ominaisuus artistien Facebook-sivuilla oli havainnoinnin aikana (syksyllä 2015) ns. live-tila-lähetykset, joissa artistit reaaliaikaisesti mm. esiintyivät seuraajilleen ja/tai kommunikoivat heidän kanssaan liikkuvan kuvan välityksellä. Live-tila-lähetyksiä lähetettiin myös artistien konserteista, konserttien jälkeisistä tunnelmista jne.

Kaiken kaikkiaan Facebookissa tapahtuneen havainnoinnin perusteella voidaan sanoa, että musiikin digikuluttaminen Facebookissa, josta voidaan puhua musiikin somettamisena, on hyvin monivivahteista ja vuorovaikutteista, jossa itse artistin musiikki on monesti vain välillisesti mukana. Musiikin somettamisessa yhdistyvät artisti, seuraajat, artistin musiikki, esiintymiset ja erilaiset ulkomusiikilliset seikat, jotka tulevat esiin artistin julkaisemista erilaisista sisällöistä esim. kuvista ja videoista, jotka on otettu esiintymisistä, esiintymismatkoilta, levytystilanteista, harjoituksista, takahuoneista jne. Nämä Facebookissa havaitut erityispiirteet tuovat vääjäämättä artistin ja seuraajan yhteiseen kanssakäymiseen, joka ei enää tapahdu pelkästään yksisuuntaisesti seuraajan (tai fanin) toimesta artistin musiikkia kuunnellen, konserteissa käyden, *perinteisessä* mediassa artistin edesottamuksia seuraten ja artistien elämäkertoja lukien. Voidaan kärjistetysti esittää, että Facebookissa aktiivisesti toimiva artisti ei enää *tule sumusta* ja *katoa usvaan*, vaan artisti tulee nyt Facebookin kautta lähemmäksi ja ikään kuin arkipäiväistyy seuraajilleen. Kyse ei siis enää ole pelkästään artistin kulutustuotteesta eli musiikista, vaan paljon monipuolisemmasta ilmiöstä, jossa seuraaja pääsee kurkistamaan artistin julkaisemien sisältöjen avulla artistin elämään tarkemmin ja yksityiskohtaisemmin. Konkreettisimmin tämä artistin ja seuraajan lähentynyt suhde tulee esille, kun esimerkiksi ajatellaan, että suomalainen Facebookin käyttäjä seuraa aktiivisesti jotain yhdysvaltalaista artistia, joka on aktiivinen päivittäjä Facebookin artistisivuillaan ja konsertoi ainoastaan Yhdysvalloissa. Maantieteellinen etäisyys on valtava, mutta Facebookin kautta seuraaja voi päivittäin olla tietoinen siitä, missä artisti kulloinkin konsertoi, minkälaisissa asusteissa hän esiintyy, ketä hänen yhtyeeseensä ja kenties kiertueorganisaatioonsa kuuluu, millainen takahuone hänellä on Madison Square Gardenissa New Yorkissa, milloin hän on sairaana jne. Kyse on siis yksinkertaisesti eräänlaisesta fani-toiminnasta, jota esiintyy artistien Facebook-sivuilla.

Mäkelä (2007) esittää, että populaarimusiikissa faneilla tarkoitetaan tiettyjen artistien tai esiintyjien kiihkeitä ja omistautuneita seuraajia. Niin sanottu fanikerhotoiminta musiikin puolella nousi ilmiöksi 1960-luvulla The Beatles-yhtyeen myötä. Faniudelle on tyypillisesti ollut ominaista kohteensa eli artistin ihailu etäältä. (Mäkelä 2007: 214-215.) Facebookissa tapahtuva fanittaminen on siis jatkumoa tälle 1960-luvulla suosioon nousseelle fanikerhotoiminnalle sillä erotuksella, että sosiaalinen media luo nyt uudet säännöt fanin ja artistin suhteelle. Sosiaalinen media tuo siis artistin lähemmäksi faniaan ikään kuin isontamalla artistin julkista esiintymislavaa ja samalla pienentämällä artistin intiimiä takahuonetta *goffmanilaisittain* ajateltuna. Luvussa 1.1 esitettiin Rojekin (2011) näkemys musiikin digitalisoitumisen seurauksesta (seuraus 3.), jossa *aktiivisen* artistin ja *passiivisen* fanin rajat hälvenevät, koska nykyisin digitaalinen teknologia mahdollistaa erilaisten musiikinteko-ohjelmien avulla musiikin äänittämisen esimerkiksi pelkän läppärin avulla. Nykyisin siis musiikkia voi tehdä ilman, että *oikeasti* osaa soittaa jotain soitinta. Taidokkaasti omia instrumenttejaan vuosien työn tuloksena hallitsevat muusikot ja artistit ovat siis Rojekin mukaan ikään kuin kärsineet inflaation ja tätä kautta edellä mainittu artistien ja fanien selkeiden rajojen rikkoutuminen on musiikin digitalisoitumisen yksi seuraus. Tässä musiikin somettamisen yhteydessä esiin noussut artistin ja fanin (tai seuraajan) uudenlainen, enemmän molemminpuolinen vuorovaikutuksen suhde esittäytyy samankaltaisesti, mutta kiinnostavasti erilaisesta näkökulmasta kuin Rojekilla.

YouTubea seurasin erityisesti musiikin kuluttamisen näkökulmasta ja päädyin käytön muotoihin, jotka ovat nähtävissä taulukossa 5. Yleisesti havainnoinnin perusteella voidaan sanoa, että nämä kolme (striimaaminen, YouTube ja Facebook) musiikin digikuluttamisen ulottuvuutta ovat luonteiltaan erilaisia ja voivat kukin haarautua vielä sisälläänkin eri ulottuvuuksiin. Tästä syystä johtuen niitä tullaan analysoimaan erillään toisistaan.

Taulukkoon 5 on kerätty kaikki käytön muodot, jotka kysyttiin musiikin striimaamisesta, YouTubettamisesta ja somettamisesta. Taulukossa 5 on yhdistetty myönteiset vastaukset *sopii* ja *sopii erittäin hyvin*. Myös kielteiset vastaukset *ei sovi* ja *ei sovi laisinkaan* on yhdistetty.

Musiikin striimaamisessa kolme yleisintä ominaisuutta olivat yksittäisten biisien kuuntelu (95,8%), se, että kokee musiikin kuuntelun helpoksi ja vaivattomaksi (90,7%) ja löytää uutta musiikkia palvelusta (84,5%). Kolme käyttäjien vähiten omaksumaa ominaisuutta olivat muiden käyttäjien soittolistojen kuunteleminen (48,7%),

Taulukko 5: Musiikin striimaamisen, YouTubettamisen ja somettamisen yleisyys ja legitimiyskertoimet (LK)

Kuinka hyvin seuraavat väittämät sopivat profiilisi suoratoistopalveluiden (esim. Spotify)/videopalveluiden (esim. YouTube)/sosiaalisen median käyttäjänä?	VÄHINTÄÄN SOPII		VÄHINTÄÄN EI SOVI	
	Yleisyys (%)	LK	Yleisyys (%)	LK
Striimaaminen:				
Käytän maksullista suoratoistopalvelua	48,1	1,10	46,4	1,00
Käytän ilmaista suoratoistopalvelua	69,3	1,08	26,9	0,77
Musiikin kuuntelu on helppoa ja vaivatonta	90,7	1,00	5,4	1,00
Löydän kaiken musiikin, josta pidän	69,5	0,98	22,6	1,10
Löydän uutta musiikkia	84,5	0,93	6,7	1,31
Teen omia soittolistoja	56,9	0,94	35,5	1,54
Kuuntelen muiden käyttäjien tekemiä soittolistoja	40,3	1,13	48,7	1,03
Kuuntelen yksittäisiä musiikkikappaleita	95,8	0,96	2,1	2,93
Kuuntelen artistien kokonaisia albumeja	79,8	1,10	15,1	1,05
Seuraan useita artisteja	61,6	0,89	28,8	1,21
YouTube:				
Julkaisen omia videoita	17,6	0,97	80,0	1,04
Katselen muiden käyttäjien julkaisemia videoita	83,3	1,08	11,0	0,55
Kuuntelen musiikkia	94,0	1,02	5,3	1,10
Katselen artistien musiikkivideoita	82,9	0,89	13,4	2,32
Löydän kaiken musiikin, josta pidän	58,2	0,80	26,5	1,79
Löydän uutta musiikkia	71,4	0,90	20,2	1,60
Jaan sosiaaliseen mediaan artistien yksittäisiä musiikkikappaleita	52,5	0,75	40,4	1,69
Jaan sosiaaliseen mediaan artistien musiikkivideoita	50,5	0,71	43,8	1,59
Some:				
Yli 500 kaveria jossain sosiaalisen median palvelussa	15,1	1,70	82,0	0,92
Yli 500 seuraajaa jossain sosiaalisen median palvelussa	7,2	2,83	88,3	0,96
Päivitän omaa profiiliani säännöllisesti	53,2	1,21	38,1	0,84
Julkaisen omia kuviani	75,3	1,04	18,9	1,00
Julkaisen omia videoita	21,3	0,76	72,5	1,10
Jaan uutisia tai muuta sisältöä	72,7	1,12	20,0	0,88
Kommentoin kavereideni julmaisia päivityksiä tai sisältöjä	88,0	1,05	7,3	0,73
<i>Seuraan useita artisteja</i>	57,0	1,07	33,3	1,05
<i>Kommentoin seuraamieni artistien julkaisemia päivityksiä</i>	22,8	0,93	67,1	1,11
<i>Jaan musiikkikappaleita, musiikkivideoita tai soittolistoja</i>	51,0	0,84	40,0	1,49
<i>Suosittelen eri artisteja</i>	31,8	0,83	55,0	1,31
<i>Jaan kuvia tai videoita artistien keikoilta tai konserteista</i>	36,3	0,71	51,9	1,23
<i>Löydän mielenkiintoista vast'ikään julkaistua uutta musiikkia</i>	44,8	1,09	40,6	1,23
<i>Löydän mielenkiintoista vanhempaa musiikkia</i>	56,7	0,95	30,8	1,16
<i>Katson seuraamieni artistien live-tila-lähettyksiä</i>	23,8	1,08	63,7	0,98

maksullisen palvelun käyttäminen, joka tarkoittaa edistyneempää kuukausimaksuperusteista palvelua, jossa musiikkia voi kuunnella rajoituksetta ilman mainoksia (46,4%) ja omien soittolistojen tekeminen (35,5%).

Vaikka YouTubea voidaan pitää ensisijaisesti videopalveluna, niin sen yleisimmäksi ominaisuudeksi aineistossa osoittautui musiikin kuunteleminen (94%). YouTubeen suosio musiikin kuuntelussa oli nähtävissä jo aiemmin kuuntelutottumuksien vertailussa (taulukko 2). Toiseksi ja kolmanneksi yleisimmiksi nousivat artistien musiikkivideoiden katseleminen (82,9%) ja se, että löytää uutta musiikkia palvelusta (71,4%). Omien videoiden julkaiseminen (80%), musiikkivideoiden (43,8%) ja artistien yksittäisten biisien (40,4%) jakaminen sosiaaliseen mediaan olivat kolme vähiten käytettyä ominaisuutta.

Facebookissa yleisimmät kolme käytön muotoa olivat kavereiden julkaisemien päivitysten kommentointi (88%), omien kuvien julkaiseminen (75,3%) ja uutisten tai muun sisällön jakaminen (72,7%). Musiikkiin liittyvistä ominaisuuksista suosituimmiksi aineistossa nousivat useiden artistien seuraaminen (57%), mielenkiintoisen *vanhemman* musiikin löytäminen (56,7%) ja musiikkikappaleiden, musiikkivideoiden tai soittolistojen jakaminen (51%). Musiikkiin liittyvästä somettamisesta harvinaisimmat muodot olivat artistien päivitysten kommentointi (67,1%), artistien live-tila-lähetysten seuraaminen (63,7%) ja eri artistien suosittelu (55%).

Taulukosta 5 nähdään, että legitiimiyskertoimet ovat kauttaaltaan hyvin neutraaleja. Joissakin käytön muodoissa on havaittavissa epälegitiimiyttä, mutta selkeää kokonaisuutta, jota olisi erikseen syytä tutkia, ei löytynyt.

4.4 Pääkomponenttianalyysit musiikin striimaamisesta, YouTubettamisesta ja sosiaalisen median käytön muodoista

Kaikki musiikin striimaamisesta kysytyt 10 ominaisuutta eli muuttujaa otettiin pääkomponenttianalyysiin (ominaisarvoksi eli *eigenvalueksi* asetettiin > 1) mukaan ja tulokseksi saatiin kolme komponenttia. Yhteen komponenttiin latautui muuttujat *käytän maksullista suoratoistopalvelua* ja *käytän ilmaista suoratoistopalvelua*. Nämä muuttujat latautuivat toisiaan kohtaan negatiivisesti eli niillä on negatiivinen korrelaatio toisiinsa nähden. Tällainen komponentti ei luonnollisesti tuo mitään lisäarvoa analyysille, joten

nämä kaksi muuttujaa poistettiin analyysistä ja pääkomponenttianalyysi tehtiin uudestaan muutoin samoilla asetuksilla. Taulukosta 6 nähdään pääkomponenttianalyysin tulokset. Muuttujat latautuivat kahteen komponenttiin aikaisemmin luvussa 4.3 esitetyn havainnoinnin mukaisesti eli ensimmäinen edustaa biisiorientoitunutta ja toinen artistiorientoitunutta striimaamisen ulottuvuutta. Havainnoinnissa esiin noussut Spotifyn yleinen ominaisuus kysyttiin kyselyssä muodossa *musiikin kuuntelu on helppoa ja vaivatonta*. Tämä ominaisuus latautui ensimmäiseen komponenttiin. Koska molemmista komponenteista ollaan tässä kiinnostuneita, tallennetaan ne SPSS:n avulla (metodina regressio) jatkoanalyysiä varten ja nimetään komponentit biisi-striimaajaksi ja artisti-striimaajaksi.

Taulukko 6: Pääkomponenttianalyysi musiikin striimaamisesta

	Biisi-striimaaja	Artisti-striimaaja	Kommu-naliteetti
Löydän kaiken musiikin, josta pidän	,793	,037	,630
Musiikin kuuntelu on helppoa ja vaivatonta	,762	,220	,630
Löydän uutta musiikkia	,699	,280	,567
Kuuntelen yksittäisiä musiikkikappaleita	,587	-,039	,347
Kuuntelen muiden käyttäjien tekemiä soittolistoja	,454	,320	,309
Kuuntelen artistien kokonaisia albumeja	-,033	,866	,751
Seuraan useita artisteja	,137	,713	,527
Teen omia soittolistoja	,425	,536	,467
Ominaisarvo	2,99	1,23	
Selitysosuus (%)	37,41	15,43	

Menetelmä: Pääkomponenttianalyysi. Rotaatio: Varimax Kaiserin normalisoinnilla.

YouTubettamisesta tehdyn pääkomponenttianalyysin (ominaisarvo >1) tuloksista taulukosta 7 nähdään, että YouTuben käytön muodot latautuivat kolmeen komponenttiin. Kaksi ensimmäistä komponenttia ovat suoranaisesti musiikin kuluttamiseen liittyviä ja kolmas videoihin liittyvä. Koska tutkielmassa ollaan kiinnostuneita musiikin digitaalisen kuluttamisen eri ulottuvuuksista, tehdään pääkomponenttianalyysin tuloksen perusteella kahdesta ensimmäisestä komponentista keskiarvosummamuuttujat jatkoanalyysiä varten. Ensimmäinen keskiarvosummamuuttuja nimetään yksinkertaisesti musiikin YouTubettajaksi (Cronbachin alfa-arvo 0,70). Toiseen komponenttiin latautuneet muuttujat ovat

kytköksissä sosiaaliseen mediaan. Tämä jo havainnointivaiheessa luvussa 4.3 esiin tullut ulottuvuus nimetään musiikin YouTube-somettajaksi (Cronbachin alfa 0,94).

Taulukko 7: Pääkomponenttianalyysi YouTubettamisesta

	Komponentti			Kommunaliteetti
	1	2	3	
Löydän uutta musiikkia	,726	,108	,126	,554
Löydän kaiken musiikin, josta pidän	,721	,075	-,080	,532
Kuuntelen musiikkia	,716	,160	-,021	,539
Katselen artistien musiikkivideoita	,688	,196	,138	,530
Jaan sosiaaliseen mediaan artistien yksittäisiä musiikkikappaleita	,205	,938	-,014	,922
Jaan sosiaaliseen mediaan artistien musiikkivideoita	,258	,913	,125	,916
Katselen muiden käyttäjien julkaisemia videoita	,191	-,163	,839	,767
Julkaisen omia videoitani	-,107	,339	,736	,668
Ominaisarvo	2,88	1,33	1,22	
Selitysosuus (%)	36,05	16,60	15,20	

Menetelmä: Pääkomponenttianalyysi. Rotaatio: Varimax Kaiserin normalisoinnilla.

Kaikki kysytyt Facebookin käytön muodot vietiin pääkomponenttianalyysiin (ominaisarvo >1), jonka tulokset ovat taulukossa 8. Huomataan, että ne latautuivat kolmeen komponenttiin, joista ensimmäinen ja selitysosuudeltaan (38,49%) suurin sisältää vain ja ainoastaan kaikki kysytyt musiikin kuluttamista koskevat muuttujat. Koska juuri tästä havainnointivaiheesta (luku 4.3) musiikin somettamiseksi kutsutusta ulottuvuudesta ollaan kiinnostuneita, tehdään siitä keskiarvosummamuuttuja (Cronbachin alfa 0,87) jatkoanalyysiä varten. Nimetään tämä viimeinen ja järjestyksessään kuudes musiikin digitaalisen kuluttamisen ulottuvuus musiikin someaktiiviksi.

Taulukko 8: Pääkomponenttianalyysi sosiaalisen median käytön muodoista (jatkuu seuraavalla sivulla)

	Komponentti			Kommunaliteetti
	1	2	3	
Katson seuraamieni artistien live-tila-lähetyksiä	,784	-,012	,004	,614
Kommentoin seuraamieni artistien julkaisemia päivityksiä tai sisältöjä	,755	,185	,076	,611
Seuraan useita artisteja	,733	,123	-,018	,552
Suosittelen eri artisteja	,704	,383	,099	,652
Löydän mielenkiintoista vast'ikään julkaistua uutta musiikkia	,697	,134	,291	,588
Löydän mielenkiintoista vanhempaa musiikkia, joka on julkaistu jo kauan sitten	,629	,224	,266	,517
Jaan kuvia tai videoita artistien keikoilta tai konserteista	,583	,436	-,094	,539
Jaan musiikkikappaleita, musiikkivideoita tai soittolistoja	,541	,512	,029	,556
Jaan uutisia tai muuta sisältöä	,155	,794	,113	,666
Päivitän omaa profiiliani säännöllisesti	,150	,787	,230	,694
Julkaisen omia kuviani	,075	,785	,087	,630
Kommentoin kavereideni julkaisemia päivityksiä tai sisältöjä	,192	,768	-,048	,629
Julkaisen omia videoitani	,221	,468	,130	,285
Minulla on yli 500 seuraajaa jossain sosiaalisen median palvelussa	,095	,086	,902	,830
Minulla on yli 500 kaveria jossain sosiaalisen median palvelussa	,111	,180	,891	,838
Ominaisarvo	5,77	1,83	1,60	
Selitysosuus (%)	38,49	12,23	10,63	

Menetelmä: Pääkomponenttianalyysi. Rotaatio: Varimax Kaiserin normalisoinnilla.

4.5 Musiikin digikuluttaminen selittävien muuttujien mukaan

Tutkielman analyysiosassa 4 on analysoitu musiikin digitaalisen kuluttamisen erilaisia ulottuvuuksia. Analyysin tuloksena saatiin kuusi musiikin digitaalista kuluttamista

kuvaavaa jatkuvaa muuttujaa, jotka ovat (suluissa muuttujat, joista kyseinen jatkuva muuttuja koostuu):

- 1) Musiikin digikuuntelija (Kuuntelen musiikkia: *Spotifyn kaltaisesta palvelusta, älypuhelimella, YouTuben kaltaisesta palvelusta, kuulokkeilla ja läppärillä*)
- 2) Biisi-striimaaja (*löydän kaiken musiikin josta pidän, musiikin kuuntelu on helppoa ja vaivatonta, löydän uutta musiikkia, kuuntelen yksittäisiä biisejä ja kuuntelen muiden käyttäjien tekemiä soittolistoja*)
- 3) Artisti-striimaaja (*kuuntelen artistien kokonaisia albumeja, seuraan useita artisteja ja teen omia soittolistoja*)
- 4) Musiikin YouTubettaja (*löydän uutta musiikkia, löydän kaiken musiikin josta pidän, kuuntelen musiikkia ja katselen artistien musiikkivideoita*)
- 5) Musiikin YouTube-somettaja (*jaan sosiaaliseen mediaan artistien biisejä ja jaan sosiaaliseen mediaan artistien musiikkivideoita*)
- 6) Musiikin someaktiivi (*katson seuraamieni artistien live-tila-lähetystä, kommentoin seuraamieni artistien julkaisemia päivityksiä tai sisältöjä, seuraan useita artisteja, suosittelen eri artisteja, löydän mielenkiintoista vast 'ikään julkaistua uutta musiikkia, löydän mielenkiintoista vanhempaa musiikkia joka on julkaistu jo kauan sitten, jaan kuvia tai videoita artistien keikoilta tai konserteista ja jaan biisejä, musiikkivideoita tai soittolistoja*)

Näille jatkuville muuttujille tehtiin kullekin varianssianalyysi, jossa selittävinä muuttujina käytettiin luvussa 3.2 esiteltyjä muuttujia. Näin saatiin selville, onko musiikin digitaalisessa kuluttamisessa eroavaisuuksia selittävien muuttujien ryhmien keskiarvojen välillä. Varianssianalyysit tehtiin siten, että kaikkien taustamuuttujien päävaikutukset otettiin samaan aikaan huomioon kussakin tapauksessa, jolloin kunkin taustamuuttujan näennäisyhteydet musiikin digitaalista kuluttamista kuvaaviin jatkuviin muuttujiin (eli selitettäviin muuttujiin) saatiin eliminoitua. Varianssianalyysien tulokset ovat nähtävissä taulukossa 9. Tulokset kertovat, että musiikin digikuuntelu lisääntyy lineaarisesti ikäluokan mukaan siten, että nuorimmassa ikäluokassa (18-34-vuotiaat) kuunnellaan musiikkia digitaalisesti eniten, kun verrokkiryhmänä käytetään vanhinta ikäluokkaa. Digikuuntelun ikähaarukaksi muodostui 18-54 eli vanhimmassa ikäluokassa kuunnellaan digitaalisesti musiikkia vähiten. Taulukosta 9 nähdään myös, että naiset ovat selkeästi miehiä aktiivisempia biisi-striimaajia. Artisti-striimauksessa pieni eroavaisuus näyttäisi olevan asuinalueiden välillä. Kaupungin keskustassa asuvat ovat maaseudulla asuviin nähden todennäköisemmin artisti-striimaajia, mutta tulokseen

Taulukko 9: Varianssianalyysit musiikin digikuluttamisen kuudesta eri ulottuvuudesta

	Musiikin digikuuntelija	Biisi-striimaaja	Artisti-striimaaja	Musiikin YouTubettaja	Musiikin YouTube-somettaja	Musiikin someaktiivi
Sukupuoli (F)	0,09	14,54***	1,00	0,00	0,57	0,71
Mies	0,02 (0,05)	-0,50 (0,13)***	-0,14 (0,14)	0,00 (0,09)	0,13 (0,17)	0,10 (0,11)
Ikäluokka (F)	25,68***	0,30	0,98	0,20	1,16	3,23*
18-34	0,69 (0,08)***	-0,06 (0,22)	0,13 (0,23)	0,03 (0,14)	-0,42 (0,26)	-0,55 (0,18)**
35-44	0,36 (0,07)***	-0,18 (0,21)	-0,05 (0,22)	-0,05 (0,13)	-0,31 (0,25)	-0,40 (0,17)*
45-54	0,33 (0,08)***	-0,08 (0,22)	0,25 (0,23)	-0,04 (0,14)	-0,08 (0,26)	-0,30 (0,18)
Ammatillinen koulutus (F)	1,10	0,95	0,26	2,65*	3,58*	1,16
Korkeintaan ammattikoulu tai ammattikurssi	-0,12 (0,07)	0,20 (0,17)	0,04 (0,18)	0,30 (0,12)*	0,66 (0,22)**	0,27 (0,15)
Opistotaso	-0,08 (0,08)	-0,05 (0,21)	-0,14 (0,22)	0,30 (0,14)*	0,22 (0,26)	0,19 (0,18)
AMK-tutkinto	-0,04 (0,07)	-0,08 (0,18)	0,02 (0,19)	0,16 (0,13)	0,58 (0,24)*	0,18 (0,16)
Asuinalue (F)	0,20	0,45	2,49	0,16	0,39	0,46
Maaseudulla	-0,05 (0,08)	0,14 (0,21)	-0,46 (0,21)*	0,02 (0,14)	0,18 (0,26)	-0,17 (0,18)
Esikaupungissa tai lähiössä	-0,03 (0,06)	-0,04 (0,15)	-0,24 (0,16)	-0,04 (0,11)	-0,02 (0,20)	-0,05 (0,13)
Vakiotermi	0,98 (0,08)***	0,33 (0,23)	0,21 (0,24)	3,77 (0,15)***	2,83 (0,28)***	3,03 (0,19)***
Korjattu selitysaste	0,21	0,05	0,001	0,004	0,02	0,02
N	302	233	233	299	299	289

Tulkintaohje: F-testisuuret (F) esitetty kaikille selittäville muuttujille sekä parametriestimaatit (B) ja niiden keskivirheet (suluissa) muuttujien ryhmille. Referenssi- eli vertailuryhmät (B=0) muuttujille ovat: sukupuoli: nainen, ikäluokka: 55-76, ammatillinen koulutus: vähintään korkeakoulututkinto, asuinalue: kaupungin keskustassa. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

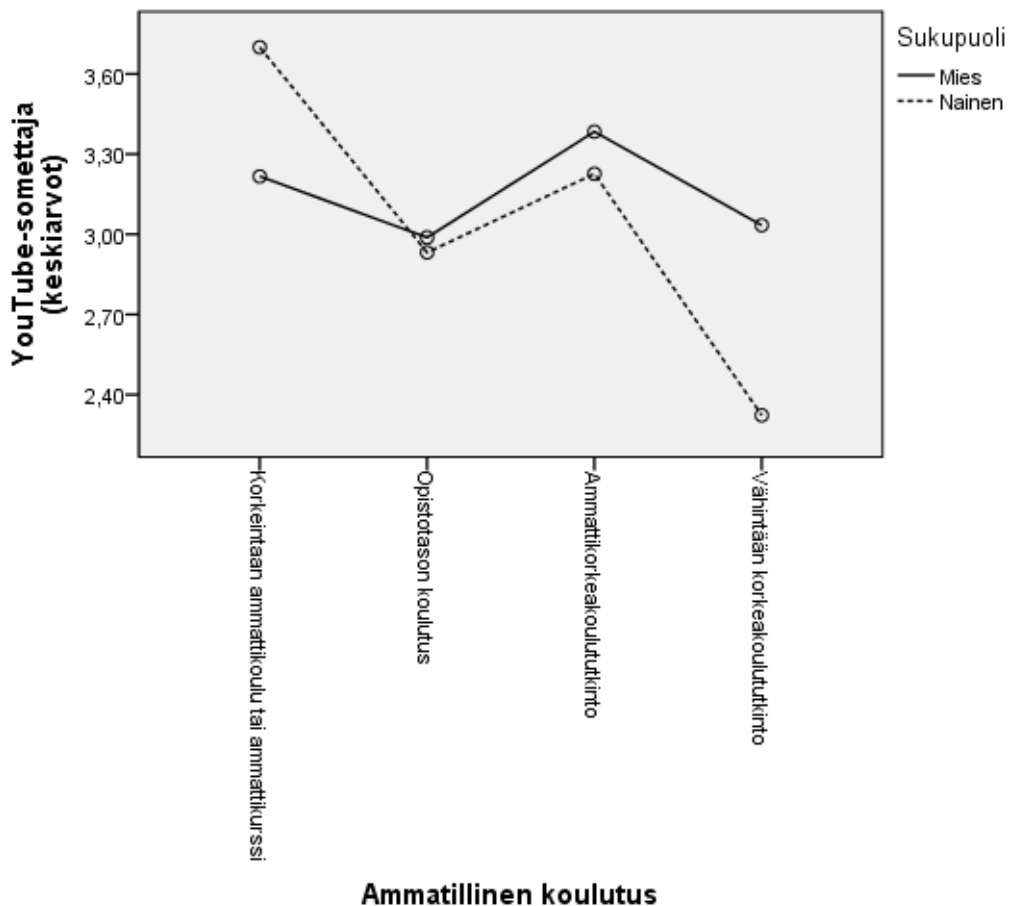
täytyy suhtautua varauksella, koska F-testin tulos (2,49) ei ole tilastollisesti merkitsevä. Musiikin YouTubettaminen keskittyi tässä aineistossa kahteen alimpaan ammatilliseen koulutusryhmään, kun vertauskohteena käytettiin ylintä ammatillisen koulutuksen ryhmää. Myös musiikin YouTube-somettaminen oli ammatillisen koulutuksen mukaan jakautunutta. Sitä esiintyi keskiarvoltaan eniten alimmassa koulutusryhmässä ja toiseksi eniten ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneiden keskuudessa verrattuna ylimpään koulutusryhmään. Musiikin someaktiivisuuden ikäraajaksi muodostui 45-vuotta. 45-vuotiaat ja sitä vanhemmat ovat aineistossa aktiivisimpia musiikin somettajia. Tätä tulosta täytyy tulkita vasten sitä seikkaa, että kysymykset koskien musiikin someaktiivisuutta muodostettiin havainnoinnin perusteella, joka tehtiin Facebookissa. Tästä syystä johtuen tulosta ei voida yleistää kattamaan koko sosiaalisen median kenttää, joka on nykyisin hyvin laaja, mutta samalla myös hyvin fragmentoitunut

erilaisine palveluineen ja ominaisuuksineen, ja täysin uusia palveluita myös syntyy. Tästä syystä musiikin digikuluttamisen kokonaisuuden hahmottaminen sosiaalisessa mediassa yhteen pro gradu-tutkielmaan on mahdoton tehtävä, koska eri palveluita tulisi havainnoida kutakin erikseen ja tätä kautta, mikäli mahdollista, laatia niille yhteinen kysymyspatteristo. Yksi Facebookissa esiintyvä musiikin someaktiivisuuden muoto on kuitenkin tässä saatu jäljitettyä ja aineistossa sitä esiintyi eniten 45-76-vuotiaiden keskuudessa.

Musiikin digikuluttamisen ulottuvuuksia tutkittiin myös kahden selittävän muuttujan välisten yhdysvaikutuksien avulla siten, että kaikkien tässä tutkielmassa käytettävien selittävien muuttujien päävaikutus otettiin huomioon samanaikaisesti yhdysvaikutuksia tutkiessa. Yksi mielenkiintoinen sukupuoli- ja ammatillisen koulutuksen välinen yhdysvaikutus eli interaktio löydettiin YouTube-somettamiseen. Tulos on tilastollisesti merkitsevä, $F(3,286)=2,65$, $p<0,05$. Nummenmaan (2004) mukaan yhdysvaikutuksen löytyessä, yhdysvaikutuksessa olevien muuttujien päävaikutuksia ei tule huomioida, koska ne ovat todennäköisesti interaktion aiheuttamia (Nummenmaa 2004: 217-218). Käytännössä tämä tarkoittaa siis sitä, että YouTube-somettajan kohdalla taulukon 9 tulos ammatillisen koulutuksen osalta kumoutuu ja korvautuu sukupuolen ja ammatillisen koulutuksen yhdysvaikutus-tuloksella. Tulos havainnollistuu kuviossa 1. Nähdään, että miesten YouTube-somettajuus säilyy keskiarvon (3,05) tuntumassa (opistotasolla ja ylimmällä koulutustasolla ollaan alle keskiarvon keskiarvoilla 2,99 ja 3,03) tai sen yläpuolella kaikissa koulutusryhmissä. Sen sijaan naisten kohdalla YouTube-somettajuus romahtaa radikaalisti vähintään korkeakoulututkinnon suorittaneiden naisten keskuudessa (keskiarvo 2,32). YouTube-somettajuutta esiintyy siis tuloksen perusteella vähiten korkeakoulututkinnon suorittaneiden naisten ryhmässä. Toisaalta sitä esiintyy eniten alimmassa naisten koulutusryhmässä keskiarvolla 3,70, joten koulutustasojen ääripäillä näyttäisi olevan suuri merkitys YouTube-somettajuuteen naisten kohdalla. Tämä tulos kannusti tarkastelemaan myös muita musiikin digikuluttamisen ulottuvuuksia sukupuolen ja koulutuksen mukaan highbrow-lowbrow-käsiteparia hyväksi käyttäen, vaikka tilastollisesti merkitseviä yhdysvaikutuksia niistä ei löytynytäkään. Näistä tehdyt kuvat ovat nähtävillä liitteessä 1. Kuviossa 1 (liite 1) musiikin YouTube-tuttamisessa on nähtävissä naisten kohdalla koulutusryhmien ääripäissä selvää samankaltaisuutta kuin edellä musiikin YouTube-somettamisen yhteydessä. Musiikin YouTube-tuttamista esiintyy siis kaikista ryhmistä eniten ryhmässä, joka edustaa alimman koulutuksen omaavia

naisia, ja vähiten vähintään korkeakoulututkinnon suorittaneiden naisten keskuudessa. Sama tulos on havaittavissa myös musiikin someaktiivisuudessa kuviossa 2. Sen sijaan musiikin YouTubettamisen ja someaktiivisuuden muodoista poiketen musiikin kaksi striimaamisen muotoa (kuvio 3 ja 4) jakautuvat siten, että biisi-striimaaminen on suosituinta alimmassa naisten koulutusluokassa, kun taas artisti-striimaaminen ylimmällä koulutustasolla. Ammatillisen koulutustason ääripäiden voidaan siis nähdä olevan tärkeässä roolissa naisten kohdalla, kun ollaan kiinnostuneita musiikin digikuluttamisen eri ulottuvuuksien sosiaalisesta jakautumisesta.

Kuvio 1: Sukupuolen ja ammatillisen koulutuksen yhdysvaikutus YouTube-somettajuuteen



Kuviosta 5 nähdään, että miehet pääsevät musiikin digikuuntelussa yli keskiarvon, joka on 1,28 (minimi 0 ja maksimi 2) opistotasolla ja pysyttelevät

keskiarvon yläpuolella myös toiseksi ylimmällä ja ylimmällä koulutustasolla. Naiset sen sijaan ylittävät keskiarvon vasta ylimmässä koulutusryhmässä keskiarvolla 1,34. Musiikin digikuuntelun tapauksessa kuvio 5 hieman *liioittelee* tulosta, koska kyseessä on jatkuva muuttuja, joka saa arvoja välillä 0-2. Kuten huomataan, erot eivät ole suuria minkään ryhmän välillä puhtaasti numerojen valossa. Alhaisin keskiarvo on naisilla opistotasolla (1,17) ja korkein arvo naisilla ylimmässä koulutusryhmässä (1,34).

5 Musiikin minätekologinen ja henkilökohtainen merkitys

Taulukossa 10 on nähtävissä kysymykset, jotka kysyttiin musiikin merkityksestä seitsenportaisella Likert-asteikolla *täysin eri mieltä...täysin samaa mieltä*. Muuttujia voidaan käsitellä näin ollen jatkuvina. Samassa taulukossa 10 on myös tulokset pääkomponenttianalyysistä, joka tehtiin musiikin merkitystä kuvaaville kysymyksille, eli muuttujille. Kirjallisuuskatsauksessa luvussa 1.2 musiikin merkitys jaettiin kahteen erilaiseen merkitykseen. Toisaalta musiikilla nähtiin olevan minätekologinen merkitys, jossa musiikin avulla ihmiset merkityksellistävät omaa elämäänsä, sen tärkeitä tapahtumia, ajanjaksoja ja sosiaalisia suhteita. Ja toisaalta musiikilla on myös henkilökohtaisempi merkitys ilman *näkyvää* sosiaalista ulottuvuutta. Koska musiikin merkityksille on määritelty tässä tutkielmassa kaksi teoriaa, joiden perusteella kysymykset on operationalisoitu, niin täten myös pääkomponenttianalyysissä komponenttien määräksi asetettiin kaksi komponenttia. Tällöin pääkomponenttianalyysi on luonteeltaan konfirmatorinen, jossa teoriat testataan.

Kuten tuloksista taulukossa 10 nähdään, muuttujat latautuivat teorioiden mukaisesti. Ensimmäisessä komponentissa kaikissa viidessä muuttujassa musiikki liittyy johonkin sosiaaliseen ulottuvuuteen. Kuten esimerkiksi muuttujissa *musiikin kuuntelu on olennainen osa ystäväieni kanssa vietetyissä illanistujaisissa ja läheisten ihmisten kanssa koettu yhteinen musiikillinen kokemus on minulle tärkeää*. Ja toiseen komponenttiin latautuivat kaikki kysytyt, enemmän henkilökohtaista musiikin merkitystä mittaavat muuttujat, kuten *musiikki on tärkeimpiä asioita elämässäni ja musiikki synnyttää minussa usein voimakkaita tunnereaktioita*. Myöntävä vastaus tällaisiin kysymyksiin kertoo siitä, että musiikilla todella on jotain syvällistä ja perustavanlaatuaista merkitystä vastaajan elämässä henkilökohtaisella tasolla.

SPSS-ohjelman (metodina regressio) annettiin tehdä näistä kahdesta komponentista jatkuvat muuttujat jatkoanalyysiä varten. Muuttujat nimettiin teorian mukaisesti musiikin minäteknologiaksi ja musiikin henkilökohtaiseksi merkitykseksi.

Taulukko 10: Pääkomponenttianalyysi musiikin merkityksistä

7-portainen Likert-asteikko: <i>täysin eri mieltä...täysin samaa mieltä</i>	Musiikin minäteknologia	Musiikin henkilökohtainen merkitys	Kommu-naliteetti
Musiikki kuuluu olennaisesti iloisein perhetapahtumiin	,754	,166	,596
Läheisten ihmisten kanssa koettu yhteinen musiikillinen kokemus on minulle tärkeää	,715	,252	,574
Musiikki kuuluu olennaisesti surullisiin perhetapahtumiin	,715	,121	,525
Musiikin kuuntelu on olennainen osa ystäviensä kanssa vietetyissä illanistujaisissa	,713	,212	,553
Jokin tietty musiikkikappale voi palauttaa mieleeni jonkin itselleni tärkeän elämänvaiheen tai tapahtuman	,623	,035	,389
Musiikki on tärkeimpiä asioita elämässäni	,288	,806	,733
Musiikin tekeminen ja/tai soittaminen/laulaminen on tärkeimpiä asioita elämässäni	-,051	,799	,641
Kuuntelen yleensä musiikkia siihen syventyen ja keskittyen	,205	,789	,664
Musiikki synnyttää minussa usein voimakkaita tunnereaktioita	,451	,611	,577
Ominaisarvo	3,83	1,42	
Selitysosuus (%)	42,60	15,76	

Menetelmä: Pääkomponenttianalyysi. Rotaatio: Varimax Kaiserin normalisoinnilla.

Jatketaan analyysiä varianssianalyysin avulla. Taulukossa 11 on nähtävillä varianssianalyysien tulokset. Tuloksia tarkastellessa huomio kiinnittyy erityisesti siihen, että naisille ja miehille musiikilla on tässä aineistossa erilainen merkitys. Naisille musiikin minäteknologinen merkitys on tärkeämpää kuin miehille ja musiikin henkilökohtainen merkitys on merkityksellisempää miehille kuin naisille. Tämä on mielenkiintoinen ja yllättäväkin tulos, joten on syytä pohtia asiaa tarkemmin. Olisiko niin, että ammatti, kuten kulttuurialalla työskentely (aineistossa 10,2% vastaajista ilmoitti työskentelevänsä kulttuurialalla) selittäisi varsinkin musiikin henkilökohtaista

Taulukko 11: Varianssianalyysit musiikin minäteknologisesta ja henkilökohtaisesta merkityksestä

	Musiikin minäteknologia	Musiikin henkilökohtainen merkitys
Sukupuoli (F)	24,90***	15,49***
Mies	-0,57 (0,12)***	0,47 (0,12)***
Ikäluokka (F)	1,36	1,20
18-34	-0,33 (0,18)	-0,16 (0,19)
35-44	-0,10 (0,17)	-0,32 (0,17)
45-54	-0,15 (0,18)	-0,14 (0,18)
Ammatillinen koulutus (F)	3,09*	0,12
Korkeintaan ammattikoulu tai ammattikurssi	0,42 (0,15)**	0,03 (0,15)
Opistotaso	0,38 (0,17)*	0,10 (0,18)
AMK-tutkinto	0,31 (0,16)	0,06 (0,16)
Asuinalue (F)	0,17	1,01
Maaseudulla	0,10 (0,18)	-0,04 (0,18)
Esikaupungissa tai lähiössä	0,03 (0,13)	-0,18 (0,14)
Vakiotermi	0,17 (0,19)	0,00 (0,20)
Korjattu selitysaste	0,10	0,05
N	295	295

Tulkintaohje: F-testisuureet (F) esitetty kaikille selittäville muuttujille sekä parametriesiimaatit (B) ja niiden keskivirheet (suluissa) muuttujien ryhmille. Referenssi- eli vertailuryhmät (B=0) muuttujille ovat: sukupuoli: nainen, ikäluokka: 55-76, ammatillinen koulutus: vähintään korkeakoulututkinto, asuinalue: kaupungin keskustassa. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

merkitystä, jossa yhtenä muuttujana on musiikin tekemisen ja/tai soittamisen/laulamisen tärkeyteen viittaava muuttuja, jota voi esiintyä kulttuurialalla enemmän jo itse työn luonteen (esim. ammattimuusikko) puolesta. Testataan tämä epäily tekemällä varianssianalyysi muutoin samalla tavalla, mutta lisätään siihen ammattiala-muuttuja. Ammattialat luokiteltiin uudelleen, koska suhteellinen osuus joillakin ammattialoilla jäi hyvin pieneksi (0,7% - 4,6%). Ammattialat luokiteltiin uudelleen näin: teollisuus- ja kaupanala (24%), yhteiskunnalliset palvelut (33,2%), liike-elämän palvelut, rahoitus ja vakuutus (12,2%), muu ammattiala (20,4%) ja kulttuuriala (10,2%). Referenssiluokkana varianssianalyysissä käytettiin kulttuurialaa. Tulokseksi saatiin ensinnäkin, että

ammattiluokkien välillä ei ole keskiarvollisia eroja musiikin henkilökohtaiseen merkitykseen ($F(4,281)=1,44, p=0,22$). Toiseksi ammattiluokkien lisääminen selittävään muuttujajoukkoon vaikutti hieman heikentävästi ($B=0,41, p<0,01$) siihen, että miehille musiikin henkilökohtainen merkitys on tärkeämpää kuin naisille. Tulos on silti lievästi heikentymisestä huolimatta tilastollisesti merkitsevä, joten aiempi tulos taulukossa 11 jää edelleen validiksi.

Ammattiala-muuttuja lisättiin myös varianssianalyysiin musiikin minäteknologiasta. Havaittiin, että eri ammattialojen keskiarvojen välillä ei ole eroja musiikin minäteknologiaan ($F(4,281)=1,62, p=0,17$) ja muutoinkin taulukon 11 tulokset säilyivät ennallaan.

Miehille ja naisille musiikilla on siis erilainen merkitys tässä aineistossa. Naisilla musiikki kulkee mukana erilaisissa tärkeissä sosiaalisissa kanssakäymisissä, juhlissa ja muistoissa tärkeiden elämänvaiheiden rinnalla. Miehille musiikissa tärkeämpää on henkilökohtaisempi taso, jossa musiikin merkitys ehkä ikään kuin *kätketään syvälle sielun syövereihin*, tai sen sijoittumista johonkin sosiaaliseen ulottuvuuteen ei ainakaan paljasteta. Kysymys on todennäköisesti siitä, että miehet käyttävät musiikkia omien tunteidensa jäsentelijänä enemmän kuin naiset.

Taulukosta 11 nähdään, että musiikin minäteknologia on myös ammatillisen koulutuksen mukaan jakautunutta. Kahdessa alimmassa koulutusryhmässä musiikin minäteknologialla on suurempi merkitys verrattuna ylimpään koulutusryhmään.

6 Musiikkimakuprofiilit

Musiikin eri tyyllilajit nousevat keskiöön tässä analyysin osassa. Vertailevan tutkimuksen ote aikaisempaan suomalaiseen musiikkimakututkimukseen on vahvasti läsnä analyysin kaikissa osissa. Analyysin keskeinen tavoite on myös hahmottaa aineistosta tutkimusteorian mukaiset musiikkimaut: legitiimi maku, middlebrow-maku ja populaari maku.

6.1 Musiikin tyyllilajeista pitämisen/inhoamisen/tuntemisen mittaaminen

Kuten luvussa 1.6 esitettiin, tässä tutkielmassa musiikin tyyllilajeista tulnaisiin kysymään laajemmin ja tarkemmin verrattuna Purhoseen ja kumppaneihin (2009; 2014).

Tyylilajikirjon laajentamisessa piilee kuitenkin yksi ongelma. Purhonen et al. (2014) nimittäin esittävät, että liian yksityiskohtainen ja monisyinen tyylilajien luettelo voi johtaa siihen, että kyselystä tulee tuntee/ei tunne-tyylinen, jolloin mittarin tarkoituksena oleva pitämistä/inhoamista mittaava ulottuvuus saattaa vaarantua (Purhonen et al. 2014, 43). Ongelma paikantuu luonnollisesti siihen, että vastauksiin *en ole kuullut* kerääntyy suhteellisen paljon havaintoja. Tässä kyseinen ongelma ei kuitenkaan noussut esiin, kuten seuraavasta esityksestä voidaan havaita.

Kyselyssä kysyttiin siis mielipidettä 20:stä musiikin eri tyylilajista. Purhonen et al. (2014) tapaan niistä kysyttiin viisiportaisella Likert-asteikolla: *inhoan erittäin paljon, inhoan jonkin verran, en pidä enkä inhoa, pidän jonkin verran, pidän erittäin paljon*. Purhosta ja kumppaneita (emt) mukaillen kuudes vastausvaihtoehto oli *en ole kuullut*, jota esiintyi 14:ssä tyylilajissa (klassinen, ooppera, jazz, blues, grunge, indie/alternative, punk, reggae, hengellinen, räp/hip hop, EDM=elektroninen tanssimusiikki, maailmanmusiikki/etno, kotimainen kansanmusiikki/folk, R & B/soul/funk). Vastausten *en ole kuullut* suhteelliset osuudet vaihtelivat 0,3-10,6 prosentin (suurin luku grungessa) välillä keskiarvolla 2,7%. Purhonen et al. (2014) *en ole kuullut*-vastausten osuudet vaihtelivat hyvin samankaltaisesti 1-10 prosentin välillä keskiarvolla 3,8% (Purhonen et al. 2014, 40). *En ole kuullut*-vastaukset siirrettiin *en pidä enkä inhoa*-luokkaan sekä teknisistä syistä että ilmiön harvinaisuuden vuoksi. Musiikin tyylilaji-muuttujissa on näin ollen yhtenevä viisiportainen Likert-asteikko. Niitä voidaan siis käsitellä jatkossa jatkuvina muuttujina.

6.2 Musiikin tyylilajeista pitämisen/inhoamisen yleisyys ja legitimiyskertoimet

Taulukkoon 12 on kerätty kaikki kysytyt 20:tä musiikin tyylilajia legitimiyskertoimien (LK) suuruuden mukaan järjestettynä (pitää vähintään jonkin verran). Vastaukset *pidän jonkin verran* ja *pidän erittäin paljon* yhdistettiin (inhoamisen luokat yhdistettiin myös). Taulukosta 12 nähdään, että aineistossa suosituimmat musiikin tyylilajit, tai tyylilajit joista pidettiin eniten, olivat rock, pop, suomirock, blues, R & B/soul/ funk, klassinen ja heavy. Inhokit olivat hengellinen musiikki, räp/hip hop, EDM eli elektroninen tanssimusiikki ja ooppera. Purhonen et al. (2014) suosikit olivat rock, kotimainen iskelmä, klassinen, blues ja heavy (Purhonen et al. 2014, 40). Samat suosikit ylsivät myös tämän aineiston laajennetun tyylilajikirjon kärkeen lukuun ottamatta kotimaista

iskelmää, josta vähintään jonkin verran piti 50,7 prosenttia vastaajista. Purhosen ja kumppaneiden (emt) vastaava luku kotimaiselle iskelmälle on 68% (Purhonen et al. 2014, 40). Suurimmat inhokit ovat Purhosella ja kumppaneilla (emt) ooppera, räp/hip hop/R n´ B, moderni jazz, hengellinen (emt). Samat siis kuin tässä aineistossa lukuun ottamatta jazzia (sana moderni jätettiin tässä kyselyssä pois, koska ei nähty tarpeellisenä eritellä jazzin eri historiallisia suuntauksia), jota inhosi vähintään jonkin verran 18,6 prosenttia vastaajista.

Taulukko 12: Musiikin eri tyyllilajeista pitämisen/inhoamisen yleisyys (%) ja legitiimiyskertoimet (LK)

	PITÄÄ VÄHINTÄÄN JONKIN VERRAN		INHOAA VÄHINTÄÄN JONKIN VERRAN	
	Yleisyys (%)	LK	Yleisyys (%)	LK
Indie, alternative	42,4	1,50	19,2	1,12
Ooppera	28,5	1,36	34,9	0,81
Klassinen	62,2	1,28	8,3	0,24
Jazz	54	1,31	18,6	0,41
Maailmanmusiikki, etno	33,6	1,27	18,5	0,98
Kotimainen kansanmusiikki, folk	30,2	1,21	24,9	0,87
Grunge	36,6	1,15	16,6	0,96
Blues	65,8	1,09	10,6	0,36
R & B, soul, funk	62,4	1,04	11,3	0,87
Rock	87,4	1,00	3	1,30
Kantri	40,3	0,93	27	1,27
Pop	76,3	0,90	7,6	1,58
Räp, hip hop	39,2	0,89	36,3	1,34
Reggae	48,5	0,87	18,9	0,91
Suomirock	71,1	0,86	11,6	1,38
Punk	40,5	0,86	28,6	0,87
EDM (Elektroninen tanssimusiikki)	36,7	0,85	35	1,07
Heavy	60,6	0,82	20,9	1,51
Kotimainen iskelmä	50,7	0,60	23,1	2,16
Hengellinen	16,7	0,47	44,5	1,35

Legitiimiyskertoimia tarkasteltaessa taulukossa 12 huomion keskipisteeksi nousee se, että korkeimman koulutuksen omaava ryhmä, eli vähintään korkeakoulututkinnon suorittaneet eivät pystyneet määrittämään tässä aineistossa *bourdieulaisittain* legitiimiä makuaan. Kaikki legitiimiyskertoimet jäivät luvun 2 alapuolelle tyyllilajeista pitämisen

puolella. Korkeimmin koulutetut tietävät kuitenkin sen, mitä musiikin tyyliä inhoavat, kotimaista iskelmää (LK=2,16). Sama asia korostuu siinä, että vastaavasti kotimaisesta iskelmästä vähintään jonkin verran pitäminen on luonteeltaan epälegitiimiä (LK=0,60), eli alimman koulutusryhmän suosimaa. Hengellisestä musiikista pitäminen on myös epälegitiimiä. Purhosella ja kumppaneilla (2014) kotimaisesta kansanmusiikista pitäminen osoittautui kotimaisen iskelmän ja hengellisen musiikin tavoin epälegitiimiksi (Purhonen et al. 2014, 41). Purhosen et al. (emt) koko Suomen väestöä (pois lukien Ahvenanmaa) koskevassa aineistossa korkeimmin koulutetut pystyivät määrittelemään itselleen kysytystä musiikin lajikirjosta ne tyyllilajit, jotka voidaan Bourdieun (1984) makuteorian mukaisesti nimetä legitiimeiksi tyyllilajeiksi (legitiimiyskerroin on kaksi tai enemmän tyyllilajeista vähintään jonkin verran pitämiselle): maailmanmusiikki/etno, ooppera, klassinen, moderni jazz ja blues (Purhonen et al. 2014, 41). Tähän tulokseen ei päästä tämän tutkielman aineistossa vaikkakin tulos on samansuuntainen, mutta heikompi. Taulukosta 12 nähdään, että kaikki nämä viisi edellä mainittua tyyllilajia ovat kärkipäässä legitiimiyskertoimen suuruutta katsottaessa. Ne vaihtelevat välillä 1,09-1,36. Siirrytään analyysissä astetta syvemmälle ja tarkastellaan seuraavaksi valittuja musiikin tyyllilajeja pääkomponenttianalyysin avulla.

6.3 Pääkomponenttianalyysi musiikin tyyllilajeista

Purhonen et al. (2009) tekivät pääkomponenttianalyysin kolmestatoista musiikin tyyllilajista ja saivat tulokseksi neljä pääkomponenttia, jotka latautuivat näin:

- 1) Klassinen, ooppera, moderni jazz, blues ja maailmanmusiikki/etno
- 2) Kotimainen iskelmä, kantri, kotimainen kansanmusiikki/folk ja hengellinen
- 3) Rock, heavy
- 4) EDM ja hip hop/räp/R & B (Purhonen, Gronow & Rahkonen 2009: 43).

Vertailun vuoksi myös tässä tehtiin identtinen pääkomponenttianalyysi (ominaisarvo >1) samoista kolmestatoista tyyllilajista ja kuten taulukosta 13 nähdään, myös tulos on lähes identtinen. Ainoastaan kotimainen kansanmusiikki latautui eri komponenttiin kuin Purhosella ja kumppaneilla (emt). Tässä kotimainen kansanmusiikki latautui komponenttiin, joka edustaa Purhosen et al. (emt) tutkimuksessa korkeakulttuurista musiikin ulottuvuutta. Se ei kuitenkaan muuta itse päätulosta.

Mutta kun pääkomponenttianalyysi tehdään tarkemmin länsimaisen populaarimusiikin historiaan perustuvalla ja Suomen populaarimusiikkikulttuurin ainutlaatuisuus huomioon ottavalla tyylilajikavalkadille, tulos on osin hyvinkin erilainen. Taulukossa 14 on esitetty tämän pääkomponenttianalyysin tulokset. Tuloksia vertailtaessa Purhosen et al. (2009) mallin mukaan tehdyn pääkomponenttianalyysin (taulukko 13) tuloksiin, havaitaan, että tulokset eroavat merkittävästi ensinnäkin siinä,

Taulukko 13: Pääkomponenttianalyysi musiikin 13:sta tyylilajista Purhonen et al. (2009, 43) mallin mukaan

	Komponentti				Kommunaliiteetti
	1	2	3	4	
Klassinen	,803	-,164	-,084	,009	,678
Jazz	,745	,078	-,019	-,112	,574
Blues	,662	,192	,292	-,203	,601
Ooppera	,659	-,106	-,059	,287	,532
Maailmanmusiikki, etno	,643	,385	-,103	-,008	,573
Kotimainen kansanmusiikki, folk	,579	,427	-,122	-,043	,535
Kantri	,306	,751	,186	-,135	,711
Kotimainen iskelmä	-,225	,689	-,009	,258	,592
Hengellinen	,100	,679	-,176	,074	,508
Rock	-,016	-,005	,909	-,126	,843
Heavy	-,079	-,093	,851	,183	,773
EDM	,128	-,018	,004	,842	,725
Hip hop, räp	-,165	,187	,038	,793	,693
Ominaisarvo	3,31	1,87	1,71	1,44	
Selitysosuus (%)	25,46	14,41	13,18	11,10	

Menetelmä: Pääkomponenttianalyysi. Rotaatio: Varimax Kaiserin normalisoinnilla.

miten klassinen, ooppera ja jazz positioituvat. Tässä tutkielmassa käytetty kahdenkymmenen musiikin tyylilajin kavalkadi erottaa korkeakulttuurisena pidetyt tyylilajit klassisen, oopperan ja jazzin (kts. luku 1.3) siten, että klassinen ja ooppera latautuvat omaksi komponenttikseen ja jazz samaan ryhmään R n` B:n/soulin/funkin, bluesin ja reggaen kanssa. Luvussa 1.6 esitettiin länsimaisen populaarimusiikin historiaan nojautuen, että rhythm and bluesia (R & B) ei tulisi sijoittaa hip hopin/räpin yhteyteen, kuten Purhonen et al. (2009; 2014) kyselyissä on tehty. Populaarimusiikin historia oli analyysin perusteella oikeassa, koska taulukosta 14 nähdään, että R & B ei

latautunut räpin/hip hopin kanssa. Ero on myös siinä, että hengellinen ja kotimainen kansanmusiikki/folk latautuvat nyt maailmanmusiikin ja kantrin kanssa. Sen sijaan rock ja heavy pysyivät samassa komponentissa, ja EDM ja räp/hip hop omassaan. Lisäksi se, että suomirock ja pop tulevat nyt kotimaisen iskelmän seuraksi kantrin, hengellisen ja kotimaisen kansanmusiikin tilalle, tuntuu pelkästään intuitiivisesti ajateltuna järkevämmältä tulokselta kuin Purhonen et al. (2009) esityksessä. Tulos ei ole ainoastaan intuitiivisesti järkevä, vaan se on empiirisesti tämän aineiston perusteella todennettu tulos luvussa 1.6 esitetyn kotimaisen iskelmän ja suomirokin 1980-luvulla alkaneesta yhdistymisestä, johon aineiston perusteella myös pop mielletään.

Taulukko 14: Pääkomponenttianalyysi 20:stä musiikin tyyliä

	Rokkari	Blues-jazzari	Suomi-poppari	Kansan- ja maailmanmusiikki	Elektro-hiphoppari	Snobi	Kommunaliteetti
Punk	,796	,042	-,049	,035	,099	,086	,657
Grunge	,737	-,096	-,119	,196	,275	,030	,681
Rock	,701	,251	,254	-,268	-,286	-,115	,787
Heavy	,700	-,030	,258	-,300	-,130	,024	,664
Indie, alternative	,578	,088	-,266	,261	,459	,073	,697
R & B, soul, funk	-,090	,813	,056	,030	,152	,092	,705
Blues	,150	,740	,002	,145	-,219	,256	,705
Jazz	,003	,606	-,224	,260	-,033	,347	,606
Reggae	,099	,598	,188	,334	,249	-,102	,587
Kotimainen iskelmä	-,152	-,089	,784	,221	,107	-,039	,708
Suomirock	,301	-,047	,730	-,028	-,003	-,037	,627
Pop	-,037	,140	,665	,030	,265	-,061	,538
Kotimainen kansanmusiikki, folk	,044	,170	-,010	,722	-,061	,279	,634
Maailmanmusiikki, etno	,020	,479	-,127	,657	,083	,120	,699
Kantri	,071	,347	,396	,588	-,209	,003	,671
Hengellinen	-,188	,015	,359	,569	,039	,028	,491
Hip Hop, rap	,043	,081	,311	-,091	,779	-,127	,736
EDM	,081	,009	,084	-,016	,759	,171	,620
Ooppera	,053	,103	,066	,092	,133	,866	,794
Klassinen	,029	,262	-,199	,178	-,046	,793	,771
Ominaisarvo	4,05	2,84	2,52	1,73	1,16	1,09	
Selitysosuus (%)	20,25	14,18	12,59	8,63	5,80	5,43	

Menetelmä: Pääkomponenttianalyysi. Rotaatio: Varimax Kaiserin normalisoinnilla.

Mielenkiintoisin tulos aiemman musiikkimakututkimuksen näkökulmasta on pääkomponenttianalyysissä (taulukko 14) esiin noussut komponentti, joka on Bourdieun (1984) musiikkimakuteorian kulmakivi, klassisen musiikin ja oopperan kombinaatio, joka edusti Bourdieulle legitiimiä korkeakulttuurista musiikkimakua puhtaimmillaan, ja jota hän kutsui nimellä *highbrow*. Alasuutari (2009) ja Purhonen et al. (2014) käyttävät tästä korkeakulttuurista orientoituneisuutta kuvaavasta termistä suomennosta *snobi*. On siis luontevaa nimetä kyseinen komponentti tässäkin *snobiksi*. Taulukossa 14 vasemmalta katsottuna ensimmäiseen komponenttiin latautuivat rokin ja heavyn lisäksi itsenäisistä alakulttuureista suurten yleisömassojen tietoisuuteen nousseet tyylilajit punk ja grunge, sekä vaihtoehtoinen indie/alternative. Punkin, grungen, rokin ja heavyn yhdistelmä oli siis se kohde, johon tässä aineistossa *tee se itse*-tyyppinen indie/alternative-ilmio samaistui. Tämä ei ole yllättävä tulos, koska kaikille kyseisen komponentin tyylilajeille *tee se itse*-mentaliteetti on ollut tyypillistä tyylilajien syntyvaiheissa alakulttuureissa. Nimetään tämä komponentti rokkariksi, koska ensinnäkin rock on tyylilajina näistä vanhin ja toiseksi, koska Purhonen et al. (2009) käyttivät myös komponentista, johon latautuivat rock ja heavy nimeä rock. Toiseen komponenttiin latautui musiikkimakututkimuksissa nykyään varsin yleisesti korkeakulttuurisena musiikin tyylilajina pidetty jazz (kts. luku 1.3). Jazzin kanssa latautuivat R & B/soul/funk, blues ja reggae. Nimetään komponentti blues-jazzariksi. Kolmanteen komponenttiin latautuivat kotimainen iskelmä, suomirock ja pop. Koska kaksi kolmesta muuttujasta viittaavat vahvasti suomalaisen musiikkikulttuurin erityispiirteisiin ja lisäksi kotimainen iskelmä vastaa taulukon 12 mukaan Bourdieun (1984) makuteorian alimman koulutustason populaaria makua, niin komponenttia parhaiten kuvaava nimi on suomipoppari. Neljäs komponentti nimetään kansan- ja maailmanmusiikiksi (siihen latautuivat myös kantri ja hengellinen). Viides komponentti nimetään elektro-hiphoppariksi.

Tallennetaan nämä kuusi komponenttia eli kuusi erilaista musiikkimakuprofiilia SPSS-ohjelman avulla (metodina regressio) jatkuviksi muuttujiksi ja jatketaan analyysiä tämän osion viimeiseen vaiheeseen.

6.4 Musiikkimakuprofiilit selittävien muuttujien mukaan

Kaikille kuudelle musiikkimakuprofiilille tehtiin varianssianalyysi, joiden tulokset on kerätty samaan taulukkoon 15. Tuloksista nähdään ensinnäkin, että kaikissa muissa

paitsi rokkari-musiikkimakuprofilissa ikäluokkien välillä on eroja suhtautumisissa profiileihin. Rokkariutta näyttäisi esiintyvän eniten 35-44-vuotiaiden keskuudessa, mutta koska F-testin tulos ($F=1,57$) ei ole tilastollisesti merkitsevä, tulokseen on suhtauduttava varauksella. Purhosen ja kumppaneiden (2009) koko Suomen väestöä (pois lukien Ahvenanmaa) koskevassa aineistossa vuodelta 2007 rokin yläikärajaksi muodostui 55-vuotta (Purhonen et al. 2009, 44). Tämän tutkielman aineisto on kerätty melkein kymmenen vuotta myöhemmin, joten voi olla että kyseessä on yksinkertaisesti ns. luonnollinen poistuma. Koska rokkiin kielteisesti tuolloin vuonna 2007 suhtautuneet ikäluokat ovat nyt vuonna 2016 iältään 64-84-vuotiaita, niin voi olla että on tultu tilanteeseen, jossa rock edustaa aikuisväestölle (tässä 18-76-vuotiaat) musiikkityyliä, joka on tavallaan triviaali tai itsestäänselvyys, josta ikään kuin *kuuluu pitää*. Jotta asia ei menisi arvuutteluksi, tarkastellaan kysymystä kirjallisuuden valossa.

Jokinen ja Saaristo (2000) esittävät, että rock on ollut 1970-luvun lopulle saakka nuorisokulttuuria, mutta siitä lähtien sen on nähty irtautuneen ikäluokkasidonnaisuudesta. Jokisen & Saariston (emt) mukaan tähän on syynä muun muassa 60-luvulla syntynyt *kulttuuriteollisuussukupolvi*, joka on kasvanut ja elänyt kulttuuriteollisuuden tuotteiden kuten äänilevyjen parissa rokkia ja sen alalajeja kuunnellen. Toinen mahdollinen syy on musiikkiteollisuudessa äänilevyjen tuottajien toimesta 1980-luvulta alkanut laskemallisuus, jossa rokin käsitettä on keinotekoisesti yritetty venyttää tuomalla uusia rokin muotoja ns. kaikenikäisille. Esimerkiksi vanhemmalle ikäluokalle on suunnattu aikuisrokkia (AOR eli Adults Oriented Rock) ja Suomessa lapsille rokki on puettu Smurffien asuun. (Jokinen & Saaristo 2000, 307-308.) Tällainen toiminta on selkeästi tuottanut tulosta Suomessa, koska esimerkiksi IFPI:n (Musiikkituottajat ry) kaikkien aikojen myydyimpien kotimaisten albumien listalla olevat useat Smurffien albumit ovat myyneet vähintään platinalevyyn oikeuttavan määrän (kts. internet-lähteet: IFPI).

Frith (1988) esitti jo miltei kolmekymmentä vuotta sitten, että rokin merkitys on muuttunut siten, että se ei ole enää ns. nuorison vastakulttuurin muoto, vaan pikemminkin tuotteistettua massakulttuuria *kaikille*. Hän näkee rokin ikään kuin *hyvin voivana* tarinana, joka alkoi rokin kuninkaanakin pidetystä Elvis Presleystä ja päättyi 1970-luvun loppuun punk-yhtye Sex Pistolsiin, jonka jälkeen rock on ollut pelkkiä pastissien täyteisiä viittauksia sen omaan historiaan. Rock on siis ikään kuin kuollut sen alkuperäisenä, kukoistavana nuorisokulttuurin muotona. (Frith 1988, 286-287.)

Edellä esitettyjen näkemysten valossa taulukon 15 tulos rokkari-musiikkimakuprofiilin ikäluokkasidonnaisuudesta alkaa näyttää luonnolliselta, mutta jatketaan vielä kysymyksen puntarointia hieman toisenlaisesta näkökulmasta.

Taulukko 15: Musiikkimakuprofiilit selittävien muuttujien mukaan

	Rokkari	Blues-jazzari	Suomi-poppari	Kansan- ja maailman-musiikki	Elektro-hiphoppari	Snobi
Sukupuoli (F)	2,70	2,55	25,59***	0,66	1,96	5,35*
Mies	0,20 (0,12)	0,19 (0,12)	-0,59 (0,12)***	0,10 (0,12)	-0,17 (0,12)	-0,28 (0,12)*
Ikäluokka (F)	1,57	8,19***	4,06**	4,36**	7,28***	5,44**
18-34	0,35 (0,20)	-0,81 (0,19)***	-0,55 (0,18)**	-0,54 (0,20)**	0,69 (0,19)***	-0,73 (0,19)***
35-44	0,38 (0,18)*	-0,47 (0,18)**	-0,13 (0,17)	-0,59 (0,18)**	0,13 (0,17)	-0,49 (0,18)**
45-54	0,28 (0,20)	-0,10 (0,19)	-0,10 (0,18)	-0,61 (0,20)**	0,03 (0,19)	-0,25 (0,19)
Ammatillinen koulutus (F)	1,74	0,22	6,08**	0,23	0,72	1,30
Korkeintaan ammattikoulu tai ammattikurssi	0,05 (0,17)	0,10 (0,16)	0,63 (0,16)***	0,03 (0,17)	-0,06 (0,16)	-0,15 (0,16)
Opistotaso	0,37 (0,18)*	-0,02 (0,18)	0,16 (0,17)	0,15 (0,18)	-0,19 (0,18)	-0,23 (0,18)
AMK-tutkinto	-0,05 (0,17)	-0,03 (0,17)	0,42 (0,16)**	0,06 (0,17)	0,08 (0,16)	0,10 (0,17)
Asuinalue (F)	1,45	3,49*	1,72	0,32	2,46	1,73
Maaseudulla	-0,26 (0,19)	-0,48 (0,18)**	0,02 (0,18)	-0,01 (0,19)	-0,36 (0,18)*	-0,30 (0,18)
Esikaupungissa tai lähiössä	-0,23 (0,14)	-0,22 (0,14)	0,22 (0,14)	-0,10 (0,14)	-0,04 (0,14)	-0,23 (0,14)
Vakiotermi	-0,28 (0,20)	0,50 (0,19)*	0,11 (0,19)	0,42 (0,20)*	-0,03 (0,19)	0,80 (0,20)***
Korjattu selityssaste	0,02	0,10	0,14	0,03	0,11	0,06
N	275	275	275	275	275	275

Tulkintaohje: F-testisuureet (F) esitetty kaikille selittävälle muuttujille sekä parametriestimaatit (B) ja niiden keskiarvot (suluissa) muuttujien ryhmille. Referenssi- eli vertailuryhmät (B=0) muuttujille ovat: sukupuoli: nainen, ikäluokka: 55-76, ammatillinen koulutus: vähintään korkeakoulututkinto, asuinalue: kaupungin keskustassa. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Purhonen et al. (2014) esittävät, että kysyttäessä musiikin eri tyyllilajeista pitämistä/inhoamista saadaan yleisellä tasolla selville se, mihin musiikkityylien kuviteltuihin yleisöihin vastaajat samaistuvat tai vastaavasti eivät voi kuvitella samaistuvansa. Täsmällisempää tietoa vastaajien musiikkimausta voidaan hankkia joko laadullisilla menetelmillä, esim. haastattelujen avulla tai kysymällä mielipiteitä yksittäisten artistien musiikkiteoksista kvantitatiivisen menetelmin. (Purhonen et al. 2014, 43-44.) Tässä käytettiin jälkimmäistä keinoa.

Kyselyssä kysyttiin mahdollisimman laajalla musiikin tyyllisellä skaalalla eri artistien musiikkiteoksien (60 musiikkiteosta, joista 32 yksittäisiä musiikkikappaleita ja 28 kokonaisia albumeja) tuntemista, pitämistä/inhoamista. Vastausvaihtoehdot olivat Purhonen et al. (2014) mukaiset: *olen kuunnellut ja pidän, en ole kuunnellut, mutta tiedän artistin ja musiikkiteoksen, olen kuunnellut enkä pidä ja en tunne lainkaan*. Teoksista 25 oli suomalaisia: 11 biisiä ja 14 albumia. Edellä esitetyn rokkari-musiikkimakuprofiiliin liitetyn triviaalisuuden ja ikäluokkasidonnattomuuden valossa niitä analysoitiin tuntemisen ja pitämisen näkökulmasta. Kriteeriksi otettiin se, että artistin musiikkiteokseen suhtautumisen moodiluokka tuli olla kaikissa ikäluokissa joko *en ole kuunnellut, mutta tiedän artistin ja musiikkiteoksen* tai *olen kuunnellut ja pidän*. Näin tutkimalla saatiin ensinnäkin selville artistit ja musiikkiteokset, jotka ovat vähintään tuttuja kaikissa ikäryhmissä. Valitut moodiluokat kuvastavat siis lopulta sitä, että valikoitunut artisti ja musiikkiteos on pidetty tai vaihtoehtoisesti vähintään *tunnustettu* positiivisessa hengessä, enemmistön toimesta jokaisessa tämän aineiston ikäluokassa. Tällaisia teoksia löytyi kaikkiaan 21 kappaletta eli 35% kaikista kysytyistä teoksista, jotka on esitetty taulukossa 16. Taulukkoon 16 on karkeasti eritelty rokkari-musiikkimakuprofiiliin soveltuvat kaikissa ikäryhmissä pidetyt tai positiivisessa hengessä *tunnustetut* musiikkiteokset, joita on 8 kappaletta, eli kaikista löydetyistä yli kolmasosa (n. 38%). Tulos antaa jonkinlaista tukea edellä esitettyyn väittämään siitä, että rock (ja sen johdannaiset) musiikkimakuna, tai ainakin sen *hiljainen hyväksyntä*, on levinnyt tasaisesti aikuisväestöön, 18-76-vuotiaisiin tämän aineiston perusteella. Pureudutaan samaan aiheeseen vielä alakulttuurin teorian ja populaarimusiikin leikkaa ja liimaa-mallin avulla.

Kaikki taulukossa 16 olevaa musiikkiteosta (vasemmalla kohdassa: rock, heavy, punk, grunge) ovat lähtöisin alun perin itsenäisistä, yhtenäisistä ja osin kapinahenkisistä valtakulttuuria vastustavista nuorison alakulttuureista, joissa ovat syntyneet kyseiset musiikin tyyllilajit leikkaa ja liimaa-mallin mukaisesti. Vähitellen ne ovat popularisoituneet suuren yleisön tietoisuuteen ja suosikeiksi (osittain tietysti suurten markkinakoneistojen avustamina). Hieman karrikoiden voidaan esittää, että kyseessä olevat musiikkityylit ovat nyt ikään kuin *institutionalisoituneet* tietynlaisen populaarimusiikin tyyllilajien kaavan tai kiertokulun vaikutuksesta. Uusia musiikkityylejä syntyy alakulttuureissa, osa niistä popularisoituu suurelle yleisölle ja lopulta jotkut jopa *institutionalisoituvat*. Asia voidaan nähdä myös siten, että *institutionalisoitunut* tyyllilaji samalla kuolee erityislaatuisena alakulttuurina, koska se

Taulukko 16: Artistien musiikkiteokset, joista pidettiin tai jotka tunnettiin kaikissa ikäluokissa

Rock, heavy, punk, grunge:	Muiden tyyllilajien edustajat:
-Bill Haley & The Comets: Rock around the clock	-Michael Jackson: Billie Jean
-The Beatles: Sgt. Peppers lonely hearts club band (albumi)	-Juice Leskinen: Viidestoista yö
-Led Zeppelin: Stairway to heaven	-Rauli Somerjoki: Paratiisi
-Black Sabbath: Iron man	-Juha Vainio: Vanhoja poikia viiksekkäitä
-The Sex Pistols: God save the queen	-Johnny Cash: Ring of fire
-Hurriganes: Roadrunner (albumi)	-Bob Marley & The Wailers: No woman no cry
-Metallica: Metallica (albumi)	-Olavi Virta: Hopeinen kuu
-Nirvana: Smells like teen spirit	-Mozart: Pianokonsertto nro. 21
	-Adele: 21 (albumi)
	-Johanna Kurkela: Rakkauslaulu
	-Aretha Franklin: Respect
	-Sanni: 2080-luvulla
	-Anssi Kela: Nummela (albumi)

on nyt *kaiken kansan omaisuutta*. Toisaalta osa syntyneistä tyyleistä kuolee kokonaan pois tai säilyy pienimuotoisena alakulttuurin muotona. Kyseessä on siis samankaltainen ajatus kuin Frithin (1988) näkemys rokin kuolemasta nuorison vastakulttuurina, mutta vielä enemmän alakulttuurin teoriaan ja laajemmin populaarimusiikin historiaan nojautuen. Tällainen populaarimusiikin tyyllilajien *kiertokulku*-teoria selittäisi myös sen, että rokkariutta esiintyy myös nuorimmassa ikäluokassa, joka ei ole elänyt, nähnyt eikä kokenut niin sanotusti rokin ja sen alalajien kultakautta nuorison vastakulttuurina. Rokkin *instituutionisoitunut* asema musiikin tyyllilajien kentällä on siis nykyisin ikään kuin vakio ja näin ollen se huomataan ja siitä kiinnostutaan yhä uudestaan ja uudestaan myös nuorten keskuudessa, vaikka se ei enää edustakaan mitään *kapinaa* valtakulttuuria vastaan sanan varsinaisessa merkityksessä. Tyyllilajin *kiertokulku* voimakkaimmillaan olevasta ja valtakulttuuria vastustavasta alakulttuurista suuren massayleisön tietoisuuteen ja hyväksyntään konkretisoituu seuraavassa esimerkissä.

Jokinen & Saaristo (2000) kirjoittavat, että punkyhtye Sex Pistolsin oli määrä esiintyä Helsingissä vuonna 1978, mutta mm. Helsingin Sanomien julkaistessa kirjoituksen yhtyeestä, jossa se esitettiin ns. lapsille turmiollisen roskakulttuurin edustajana, sai aikaan kohun, joka lopulta päättyi siihen, että sisäasiainministeriön päätöksellä Sex Pistolsia ei päästetty Suomeen ollenkaan (Jokinen & Saaristo 2000, 309). Nyt miltei 40:tä vuotta myöhemmin taulukon 16 mukaan kyseisen yhtyeen

musiikkiteos on tämän aineiston perusteella kaikkien ikäluokkien, 18-76-vuotiaiden, vähintäänkin *hiljaisesti* hyväksymä. Jatketaan varianssianalyysien tuloksia esittävän taulukon 15 tulkintaa eteenpäin.

Taulukosta 15 nähdään, että blues-jazzarius on selvästi suosituinta kahdessa vanhimmassa ikäluokassa 45-vuotiaista eteenpäin. Myös asuinalueella on merkitystä. Maaseudulla ollaan vähiten kiinnostuneita kyseisen profiilin sisältämästä musiikista. Blues-jazzarille tehdyn varianssianalyysin tärkein tulos on kuitenkin se, että jazz ei tässä aineistossa edusta korkeakulttuurista musiikin tyylilajia, kuten se aikaisemmissa tutkimuksissa (kts. luku 1.3) on edustanut.

Kotimaista kansanmusiikkia, maailmanmusiikkia, kantria ja hengellistä musiikkia sisältävä musiikkimakuprofiili on vahvasti sidoksissa ainoastaan vanhimpaan ikäluokkaan 55-76-vuotiaisiin. Sille päinvastainen makuyhdistelmä iän perusteella katsottuna on elektro-hiphopparius, joka profiloituu vastaavasti nuorimpaan ikäluokkaan, 18-34-vuotiaisiin. Purhosella ja kumppaneilla (2009) elektro-hiphop myös erottautui nuorimman ikäluokan, 18-24-vuotiaiden musiikiksi (Purhonen et al. 2009, 44). Nuorimpia ja vanhimpia ikäluokkia tarkasteltaessa huomio kiinnittyy lisäksi erityisesti siihen, että kaksi nuorinta ikäluokkaa ovat valikoivimpia ja vanhin kaikkiruokaisin musiikin suhteen. Kaikkiruokaisuus (omnivorousness) käsitteenä paikantuu musiikkimakututkimuksessa Petersonin ja Kernin (1996) tutkimukseen, jossa he havaitsivat Bourdieun (1984) snobin (pitää vain klassisesta musiikista ja oopperasta) kääntyneen yhdysvaltalaisista vastaajista koostuvan aineiston perusteella enemmän kaikkiruokaisemmaksi, klassisen ja oopperan lisäksi myös valikoivasti joistakin populaarimusiikin tyyleistä pitäväksi. Tässä yhteydessä kyseiseen, edelleenkin ajankohtaiseen kulttuurisosiologiseen keskusteluun (esim. Veenstra 2015), ei oteta kantaa, vaan kaikkiruokaisuutta käytetään sanana kuvailemaan sitä, että pitää monesta erilaisesta musiikin tyylistä. Taulukosta 15 nähdään, että kaikkiruokaisuus itse asiassa kasvaa lineaarisesti 45-ikävuoden kohdalta. 45-54-vuotiaissa esiintyy tilastollisesti merkitsevästi rokkaria, blues-jazzaria, suomi-popperia ja snobismia. 55-76 vuotiaissa edellisten lisäksi myös kansan- ja maailmanmusiikki-makuprofiilia eli kaikkea muuta paitsi elektro-hipoppia. Nuorimmassa ikäluokassa elektro-hiphop ja rock ovat vallitsevat profiilit ja toiseksi nuorimmassa 35-44-vuotiaiden ryhmässä rock ja suomi-pop. Analyysin perusteella elektro-hipoppia voidaan pitää tämän aineiston ns. nuorisomusiikkina tai pikemminkin nuorten aikuisten musiikkina, joka toimii

eräänlaisena vedenjakana eri ikäluokkien musiikkimakuja tarkasteltaessa 45-ikävuoden lisäksi.

Suomipop-musiikkimakuprofiili on paitsi naisten keskuudessa huomattavasti yleisempää kuin miesten, myös ainoa profiili, joka on ammatillisen koulutuksen mukaan jakautunutta. Kun referenssiluokkana käytetään vähintään korkeakoulututkinnon suorittaneita, niin suomipop on suosituinta alimmassa ammatillisen koulutuksen ryhmässä ja toiseksi suosituinta ylimmässä eli ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneiden ryhmässä. Tätä suomalaisen populaarimusiikkikulttuurin erityispiirteitä sisältävää profiilia voidaan pitää Bourdieun (1984) makuteorian mukaisesti epälegitiiminä, eli populaaria makua edustavana musiikkimakuprofiilina. Tarkennetaan tätä tulosta tarkastelemalla eri artistien musiikkiteoksista pitämistä/inhoamista/tuntemista.

Kuten edellä jo todettiin, kyselyssä kysyttiin mielipidettä 60:stä eri artistien musiikkiteoksesta (32 biisiä, 28 albumia). Näistä 25 oli suomalaisia (11 biisiä, 14 albumia). Näin ollen ns. *suomalaisuusaste* voidaan laskea kyseessä olevalle kysymyspatteristolle, joka on $25/60 \times 100 = 42\%$. Artistien musiikkiteoksia analysoitaessa legitiimiyskertoimien avulla havaittiin, että legitiimejä teoksia, joista pidettiin (vastausvaihtoehto: olen kuunnellut ja pidän) ei löytynyt yhtään. Ei myöskään päinvastaisia, eli legitiimejä teoksia, joita inhottiin. Sen sijaan, kuten taulukosta 17 nähdään, epälegitiimejä teoksia, joista pidettiin, löytyi yhteensä 20 kappaletta 80 prosentin *suomalaisuusasteella*.

Luvussa 1.3 esiteltyä Shukerin (1994) populaarimusiikin määrittystä käytettiin hyödyksi artistien teoksia valittaessa kyselyyn. Osa teoksista valittiin siis niiden suuren populariteetin perusteella (äänitteen myynnin tai striimausmäärien mukaan laskettuna). Taulukkoon 17 on merkitty tähdillä teokset, jotka ovat virallisilla kaikkien aikojen Suomen myydyimmät albumit listoilla vähintään 40:än myydyimmän albumin joukossa tai ovat Spotifyssa striimausmäärällä mitattuna saavuttaneet kulta- tai platinalevyn (kts. taulukon 17 tulkintaohjeet). Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että jos teokseen on merkitty tähti tai tähtiä, niin kyseessä on erittäin hyvin menestynyt teos sen fyysisen äänitallenteen myynnin tai striimausmäärien perusteella mitattuna. Ja kuten taulukosta 17 nähdään, tähtiä löytyy ylivoimaisesti eniten epälegitiimistä osiosta. Tämä tarkoittaa sitä, että kysytyistä eri artistien musiikkiteoksista pääosin myydyimmät/striimatuimmat, eli toisin sanoen populaareimmat teokset, kasautuivat epälegitiimeiksi kulttuurituotteiksi 80 prosentin suomalaisuusasteella.

Taulukko 17: Eri artistien musiikkiteoksista pitämisen/inhoamisen/tuntemisen legitimiysasteet (suluissa yleisyys %)

Epälegitiimiä a)	Neutraalia b)	Legitiimiä c)
<p>1. Olen kuunnellut ja pidän:</p> <p>-Dingo: Kerjäläisten valtakunta (albumi)* (45%)</p> <p>-Yö: Rakkaus on lumivalkoinen (40%)</p> <p>-Paula Koivuniemi: Aikuinen nainen (45%)</p> <p>-Juha Tapio: Kaksi puuta (46%)</p> <p>-Antti Tuisku: Keinutaan feat. JVG** (35%)</p> <p>-Johanna Kurkela: Rakkauslaulu (39%)</p> <p>-Jari Sillanpää: Jari Sillanpää (albumi)* (21%)</p> <p>-Cheek: Kuka sä oot (albumi)*** (16%)</p> <p>-Celine Dion: Let's talk about love (albumi)* (20%)</p> <p>-Kaija Koo: Irti (albumi)*** (21%)</p> <p>-Lady Gaga: The Fame (albumi)*** (22%)</p> <p>-Madonna: Something to remember (albumi)* (25%)</p> <p>-Abba: Arrival (albumi)* (41%)</p> <p>-Agents & Topi Sorsakoski: Besame mucho (albumi)* (35%)</p> <p>-JVG: Mustaa kultaa (albumi)*** (16%)</p> <p>-Jukka Poika:</p> <p>Yhdestä puusta (albumi)*** (30%)</p> <p>-Haloo Helsinki: III (albumi)*** (35%)</p> <p>-Robin: Koodi (albumi)*** (18%)</p> <p>-Anssi Kela: Nummela (albumi)* (48%)</p> <p>-Sanni: 2080-luvulla** (45%)</p> <p style="text-align: right;">Suomalaisuus-aste: 80% d)</p>	<p>1. Olen kuunnellut ja pidän:</p> <p>-Michael Jackson: Billie Jean (75%)</p> <p>-Juice Leskinen: Viidestoista yö (79%)</p> <p>-Nirvana: Smells like teen spirit (65%)</p> <p>-Led Zeppelin: Stairway to heaven (79%)</p> <p>-Rauli Somerjoki: Paratiisi (72%)</p> <p>-Juha Vainio: Vanhoja poikia viiksekkäitä (62%)</p> <p>-The Beatles: Sgt. Peppers lonely hearts club band (albumi) (55%)</p> <p>-Aretha Franklin: Respect (62%)</p> <p>-Johnny Cash: Ring of fire (63%)</p> <p>-Bob Marley & The Wailers: No woman no cry (72%)</p> <p>-Olavi Virta: Hopeinen kuu (71%)</p> <p>-Hurriganes: Roadrunner (albumi)* (63%)</p> <p>-Metallica: Metallica (albumi)* (58%)</p> <p>-Black Sabbath: Iron man (54%)</p> <p>-Mozart: Pianokonsertto nro. 21 (44%)</p> <p>-The Sex Pistols: God save the queen (45%)</p> <p>-Adele: 21 (albumi)*** (37%)</p> <p>-J. Karjalainen: Et ole yksin (albumi)*** (36%)</p> <p>-Kasmir: Vadelmavene** (40%)</p> <p>-Sibelius: Viulukonsertto (47%)</p> <p>-Jenni Vartiainen: Seili (albumi)*** (39%)</p> <p>-Bill Haley & The Comets: Rock around the clock (61%)</p> <p>-Rihanna: Unapologetic (albumi)*** (18%)</p> <p style="text-align: right;">Suomalaisuus-aste: 35% d)</p>	<p>1. Tiedän artistin, mutta en musiikkiteosta:</p> <p>-Herbie Hancock: Cantaloupe Island (18%)</p> <p>-Antti Tuisku: Keinutaan feat. JVG** (16%)</p>
<p>2. En tunne lainkaan:</p> <p>-Charlie Parker: Ornithology (41%)</p> <p>-Muddy Waters: Hoochie koochie man (36%)</p> <p>-Gipsy Kings: Bamboleo (25%)</p> <p>-Giuseppe Verdi: Aida (15%)</p> <p>-Edith Piaf: Le vie en rose (15%)</p> <p>-Miles Davis: Kind of blue (albumi) (17%)</p> <p>-Yousou N'Dour: The Guide (Wommat) (albumi) (43%)</p> <p>-Pekka Kuusisto: Vivaldin vuodenajat (albumi) (23%)</p> <p>-Herbie Hancock: Cantaloupe Island (46%)</p> <p style="text-align: right;">Suomalaisuus-aste: 11% d)</p>	<p>2. En tunne lainkaan:</p> <p>-Pharrel Williams: Girl (albumi)*** (33%)</p> <p>-Ed Sheeran: X (albumi)*** (45%)</p> <p>-Avicii: True (albumi)*** (32%)</p> <p>-The Kings of Leon: Only by the night (albumi)*** (28%)</p> <p>-The Sugarhill Gang: Rapper's delight (60%)</p> <p>-Philip Glass: Einstein on the beach (68%)</p> <p>-Sia: Chandelier (49%)</p> <p>-Calvin Harris: Summer (45%)</p> <p style="text-align: right;">Suomalaisuus-aste: 0% d)</p>	<p>2. En ole kuunnellut, mutta tiedän artistin ja musiikkiteoksen:</p> <p>-Giuseppe Verdi: Aida (19%)</p> <p>-Celine Dion: Let's talk about love (albumi)* (19%)</p>
<p>3. Kuuntelen vähintään silloin tällöin:</p> <p>-Radio SuomiPoppia (64%)</p> <p>-Radio Iskelmää (45%)</p>		

Taulukon tulkintaohjeet (seuraava sivu):

a), b) ja c) edustavat legitimiyskertoimia, jotka on laskettu jakamalla ylimmän ja alimman koulutusryhmän suhteelliset luvut (%) keskenään. Arvot: alle 0,80 (epälegitiimi), 0,80-2,00 (neutraali) ja 2,00 tai enemmän (legitiimi).

d) Kyselyssä kysyttiin mielipidettä 60:stä eri artistien musiikkiteoksesta (32 biisiä, 28 albumia). Näistä 25 oli suomalaisia (11 biisiä, 14 albumia). Suomalaisuusaste kysymyspatteristossa on siis $25/60 \times 100 = 42\%$.

* Artistien albumeita, jotka ovat Suomen kautta aikojen myydyimpien albumien listalla (erilliset listat kotimaisille ja ulkomaisille albumeille) vähintään Top 40:ssä (kts. internet-lähteet: IFPI).

** Suomalaisen artistien musiikkiteoksia, jotka ovat saavuttaneet Suomessa striimauksella platinalevyyn oikeuttavan 4 000 000 kuuntelukerran rajan (kts. internet-lähteet: IFPI) Spotify-kuuntelussa.

*** Artistien albumeja, joiden sisältämä yksittäinen tai useampi musiikkikappale/-kappaleet on/ovat saavuttanut/saavuttaneet kultalevyrajan (kts. internet-lähteet: IFPI), 2 000 000 (kansainvälisissä artisteissa rajaksi asetettiin 100 000 000) kuuntelukertaa Spotify-kuuntelussa.

Lihavoidut musiikkiteokset ovat ylimmän ja toiseksi ylimmän (amk-tutkinto) koulutusryhmän väliset legitimiyskertoimet, jotka ainoana eroavat ylimmän ja alimman koulutusryhmän luvuista siten, että legitimiysluokka vaihtuu.

, * On olemassa muitakin suoratoisto-/striimauspalveluja kuin Spotify. Tässä käytettiin ainoastaan Spotifyn laskemia kuuntelukertojen määriä (katsottu 2.1.2016), jotka ovat nähtävissä kunkin artistin etusivulla Top 10-kuunnelluimmat -listalta.

Kyselyssä kysyttiin myös eräiden radiokanavien kuuntelua järjestysasteikolla: kuuntelen *säännöllisesti, silloin tällöin, en koskaan*. Vastaukset analysoitiin legitimiyskertoimien avulla ja tulokseksi saatiin, että on epälegitiimiä kuunnella vähintään silloin tällöin SuomiPop-radiokanavaa ja Iskelmää. Tulos on lisätty taulukon 17 epälegitiimien kulttuurituotteiden kategoriaan kohtaan 3. Muut kysytyt radiokanavat osoittautuivat legitimiysasteeltaan neutraaleiksi. Tässä yhteydessä ei lähdetä sen tarkemmin selvittämään radio SuomiPopin ja radio Iskelmän musiikkitarjontaa vaan todetaan, että suomenkielinen pop-, rock- ja iskelmämusiikki niissä hyvin todennäköisesti soivat, ainakin suuremmalta osin jo nimien perusteella.

Analyysien perusteella epälegitiimi musiikkimaku osoittautui siis hyvin populaariksi ja suomalaiseksi, tai tarkemmin sanottuna suomenkieliseksi. Koska ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneiden keskuudessa suomipop-musiikkimakua esiintyi myös tilastollisesti merkitsevästi verrattuna ylimpään koulutusryhmään, nähtiin tarpeelliseksi soveltaa legitimiyskertoimia AMK-tutkinnon suorittaneisiin. Kuten taulukosta 17 nähdään, tulos on miltei sama (kts. taulukon 17 tulkintaohjeesta kohta: lihavoidut musiikkiteokset). Lihavoidut teokset edustavat ainoana eroja alimman koulutusryhmän ja AMK-tutkinnon suorittaneiden välillä. Vain yksi epälegitiimeistä teoksista, josta pidettiin (Madonnan Something to remember-albumi) vaihtoi paikkaa legitimiysasteeltaan neutraaliin kategoriaan. Vastaavasti neutraalissa kategoriassa olevat lihavoidut teokset siirtyivät epälegitiimin puolelle.

Taulukosta 17 nähdään, että artistien musiikkiteokset, jotka osoittautuivat *en tunne lainkaan*-vastauksien perusteella epälegitiimeiksi, ovat kaikki kansainvälisiä teoksia (tosin yhdessä esittäjä on suomalainen). Karkeasti luokitellen ne ovat

tyylisuunniltaan jazzia, bluesia, maailmanmusiikkia, klassista ja oopperaa. Tämä tulos vahvistaa tässä aineistossa esiin nousseen epälegitiimin musiikkimaun luonteen, joka on siis suomenkielinen suuren yleisön populaarimusiikki.

Artistien musiikkiteoksia tarkasteltaessa ylin koulutusryhmä ei pystynyt tutkielman aineistossa määrittelemään teoksia, jotka edustaisivat *bourdieulaisittain* legitiimejä musiikkiteoksia. Samoin kävi yksittäisten musiikin tyylilajienkin suhteen, kuten edellä luvussa 6.2 nähtiin. Ainoastaan se, että ei pidä kotimaisesta iskelmästä oli luonteeltaan legitiimiä. Artistien musiikkiteoksia tarkasteltaessa tilanne on siis sama. Legitiimiyskertoimien laskutavasta johtuen epälegitiimi musiikkimaku teoksienkin suhteen paljastaa sen, mistä ylin koulutusryhmä ei pidä. Tällainen *hiljainen* erottautuminen tässä tapauksessa suomipopparista kertoo selvästi sen, mitä legitiimi maku ei ainakaan ole.

Snobistiselle musiikkimaulle tehdyn varianssianalyysin tuloksista taulukossa 15 nähdään, että ammatillisen koulutusryhmien keskiarvojen välillä ei havaittu olevan eroja snobismiin. Iällä sen sijaan on merkitystä. Snobismin ikäraajaksi muodostui aineistossa 45-vuotta.

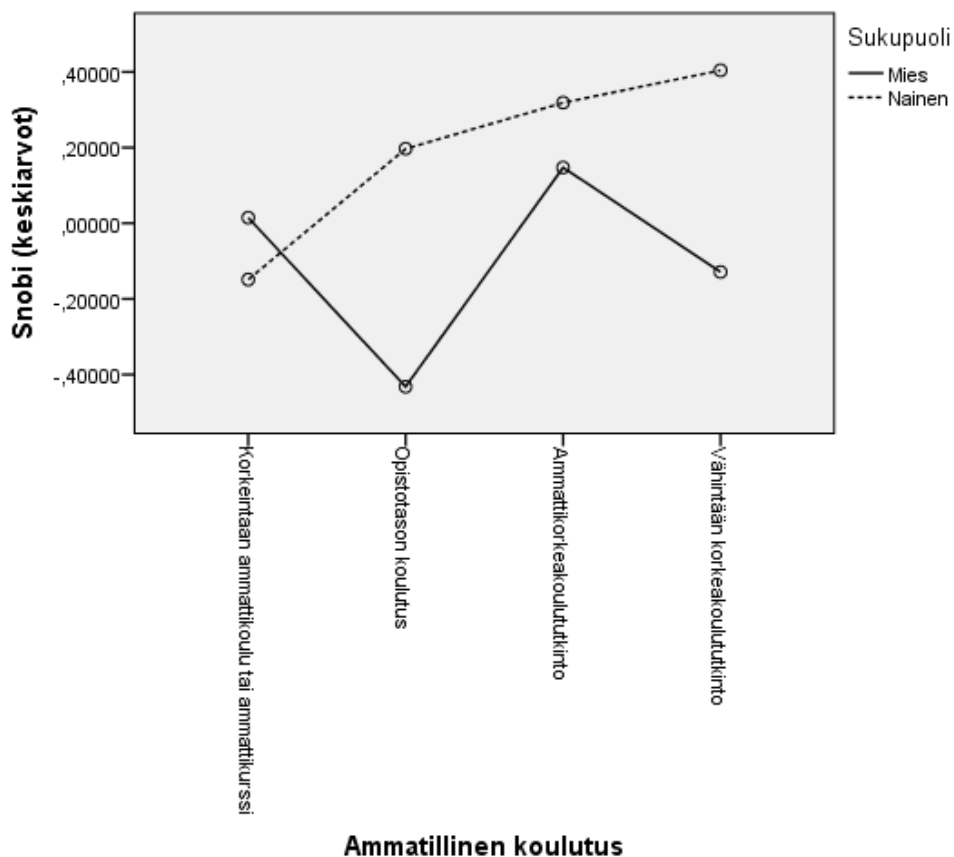
Se, että naiset ovat miehiä useammin sekä populaarin musiikkimaun omaavia suomi-poppareita että snobeja, antaa aiheen tarkastella molempien kohdalla sukupuolen ja ammatillisen koulutuksen yhdysvaikutusta snobismiin. Tämä sen takia, koska snobin historia siihen liittyvästä korkeakoulutustasosta ja naisten suuremmasta orientoituneisuudesta siihen on tiedossa aikaisemman tutkimuksen pohjalta.

Alasuutari (2009) analysoi korkeakulttuurista orientaatiota koulutuksen ja sukupuolen mukaan (Alasuutari 2009, 85). Alasuutarin tutkimuksessa korkeakulttuurisen orientaation summamuuttuja koostui muun muassa konserteissa, oopperassa ja taidenäyttelyissä käymisestä sekä taiteen seuraamisesta (Alasuutari 2009, 85). Alasuutarin mukaan miehillä korkeakulttuurisen orientaation positiivinen merkitys tulee esille ainoastaan ylimmässä koulutusryhmässä eli ylemmässä korkeakouluasteessa (Alasuutarin koulutusmuuttuja käsittää viisiportaisen mittarin, jossa on huomioitu myös peruskoulutus), ja naisilla selkeästi jo toiseksi alimmassa koulutusryhmässä eli keskiasteen koulutuksessa, ja kasvaen siitä edelleen lineaarisesti, ollen huipussaan ylimmässä koulutusryhmässä. Alasuutari korostaa, että miesten suhde korkeakulttuuriseen orientaatioon on tulkittava siten, että inho sitä kohtaan pikemminkin laimenee koulutuksen myötä. Tämä tulkinta antaa Alasuutarin mukaan

tukea näkemykselle siitä, että naisille korkeakulttuurisella orientaatiolla on paljon suurempi merkitys kauttaaltaan kuin miehille. (Alasuutari 2009, 85-86.)

Alasuutarin (2009) käyttämä snobismin mittari on siis erilainen sisällöltään kuin tässä, mutta on syytä silti tutkia snobismia sukupuolen ja ammatillisen koulutuksen mukaan myös tässä, koska klassinen musiikki ja ooppera edustivat Bourdieulle (1984) legitiimiä, korkeakulttuurista orientaatiota musiikissa puhtaimmillaan. Sukupuolen ja ammatillisen koulutuksen yhdysvaikutusta tutkittiin varianssianalyysin avulla siten, että kaikkien tutkielmassa käytettävien selittävien muuttujien päävaikutukset otettiin huomioon yhtä aikaa sukupuolen ja ammatillisen koulutuksen yhdysvaikutuksen kanssa. Tulokseksi saatiin, että sukupuolen ja ammatillisen koulutuksen yhdysvaikutus ei ole tilastollisesti merkitsevä ($F(3,262)=2,39, p=0,07$). Kuviosta 2 nähdään kuitenkin, että naisten kohdalla tulos on lähes identtinen Alasuutarin (2009) kanssa. Alimmasta

Kuvio 2: Snobismi sukupuolen ja ammatillisen koulutuksen mukaan

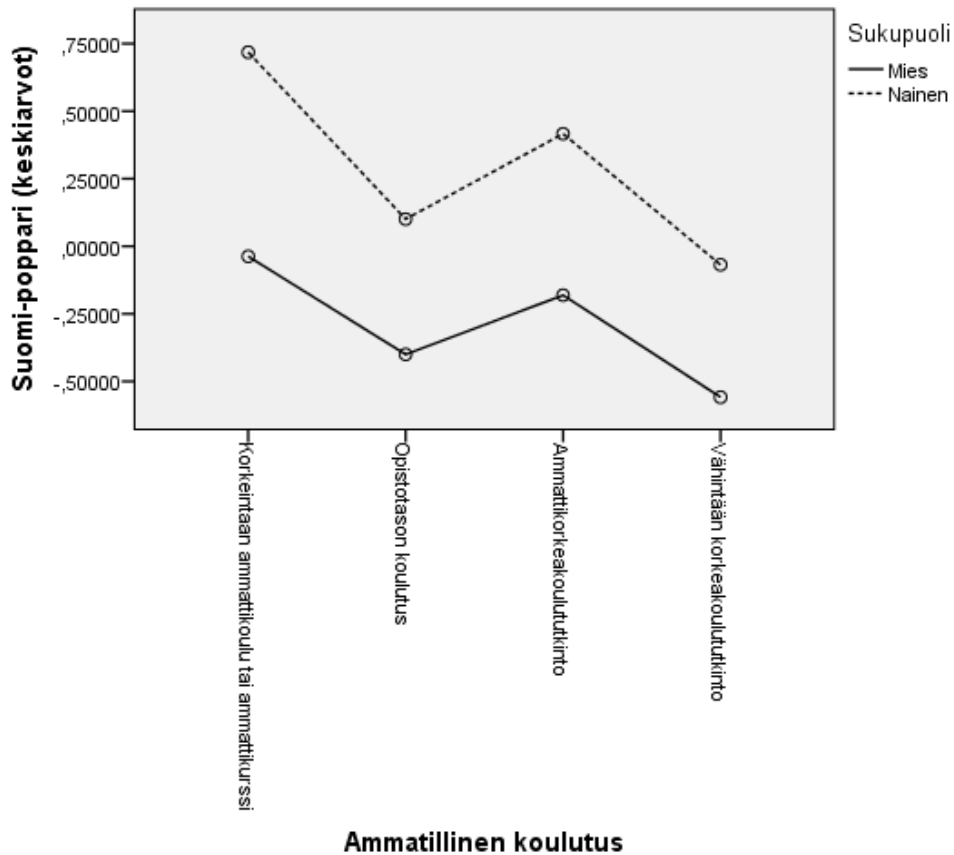


koulutusryhmästä lähtien snobismin keskiarvo kasvaa lineaarisesti muuttuen toiseksi alimmasta koulutusryhmästä alkaen keskiarvoltaan positiiviseksi, ja kasvaen edelleen lineaarisesti ollen korkeimmillaan (keskiarvo=0,40) ylimmässä ammatillisessa koulutusryhmässä. Miestenkin osalta tulos voidaan tulkita samankaltaiseksi kuin Alasuutarilla (emt), koska ainoastaan alimmassa koulutusryhmässä snobismi on korkeammalla tasolla miehillä kuin naisilla, muutoin naisten snobismin keskiarvot ovat selkeästi korkeammalla tasolla verrattuna miehiin. Miesten kohdalla laimea suhtautuminen snobismiin näkyy siinä, että miehiä kuvaava käyrä *sahaa* vuorotellen negatiivisten ja positiivisten snobismin keskiarvojen välillä keskiarvojen ollessa suurempia negatiivisen puolella. Analyysin perusteella klassisen musiikin ja oopperan sisältämää musiikkimakuprofilia voidaan pitää korkeakulttuurisena ulottuvuutena, vaikka muuttuja on rakennettu erilaisista korkeakulttuurisuuden elementeistä kuin Alasuutarin (2009) korkeakulttuurista orientoituneisuutta mittaava muuttuja.

Sukupuolen ja ammatillisen koulutuksen yhdysvaikutus suomipoppariin osoittautui myös tilastollisesti ei-merkitseväksi ($F(3,262)=0,31$, $p=0,82$). Kuvion 3 avulla nähdään kuitenkin selvästi suomipopparille tehdyn varianssianalyysin tulos (sukupuolen päävaikutus), jossa naiset ovat selvästi miehiä orientoituneempia suomipoppariuteen kuin miehet kaikilla koulutuksen tasoilla. Alimmillaan naisilla suomipopparius on korkeimmin koulutettujen ryhmässä (keskiarvo on -0,07). Kuvioista nähdään myös varianssianalyysin toinen tulos (ammatillisen koulutuksen päävaikutus). Siis se, että alimmalla ja toiseksi ylimmällä koulutustasolla esiintyy eniten suomipoppareita kummassakin sukupuolella verrattuna ylimpään koulutusryhmään. Tärkein havainto kuviossa on kuitenkin se, että miesten suhtautuminen näyttää olevan suomipoppiin varsin jäyhää, kuten oli snobismissakin. Itse asiassa keskiarvon nolla yläpuolelle ei päästä millään koulutustasolla (alimmassa koulutusluokassa keskiarvo on -0,04). Tämän vuoksi miesten kohdalla, vaikka käyrä on nouseva ylimmästä alimpaan koulutusryhmään, on mielekkäämpää puhua inhon laimenemisestä suomipop-makua kohtaan koulutustason laskiessa.

Näiden tulosten perusteella voidaan perustellusti esittää tämän aineiston pohjalta, että Bourdieun (1984) makuteoria toimii naisten kohdalla highbrow-lowbrow-makujen osalta. Populaareinta suomipop-makua esiintyy selkeästi eniten sukupuolittuneesti alimmalla koulutusasteella ja päinvastoin vähiten ylimmällä koulutustasolla. Ja toisaalta snobistinen musiikkimaku kasvaa naisilla lineaarisesti koulutustason noustessa. Miesten kohdalla näin ei ole.

Kuvio 3: Suomipopparius sukupuolen ja ammatillisen koulutuksen mukaan



Bourdieu (1984) makuteorian mukaisesti musiikkimaun ääripäitä, ylintä korkeakulttuurista eli legitiimiä makua ja alinta populaaria makua, metsästäessä sivutuotteena saatiin selville myös Bourdieun teorian keskimäinen musiikkimaku, ns. middlebrow-maku. Middlebrow-musiikkimaku on tämän aineiston perusteella sama kuin populaarimaku eli suomipop-maku, jota esiintyi samassa määrin toiseksi ylimmällä koulutustasolla AMK-tutkinnon suorittaneiden keskuudessa. Taulukosta 15 nähtiin, että tulos on tilastollisesti merkitsevä. Mutta tulos on tilastollisesti merkitsevä myös sukupuolen osalta ja tämä havainnollistui kuvioista 2 ja 3, joissa katsottiin snobismia ja suomipopparia sukupuolen ja ammatillisen koulutuksen mukaan. Havaittiin, että miesten kohdalla koulutustaso ei vastaa Bourdieun makuteoriaa. Bourdieun teoria toimii siis ainoastaan sukupuolittuneesti naisten osalta. Tulos on kuitenkin sukupuolittuneisuudesta huolimatta mielenkiintoinen kahdesta toisiinsa liittyvästä syystä. Ensinnäkin sivutuotteena löytynyt middlebrow-maku eroaa Bourdieun middlebrow-mausta siinä, että se ei yritä jäljitellä highbrow:n eli snobin musiikkimakua vaan päinvastoin se samaistuu populaariin makuun. Toiseksi middlebrow-maku ja

populaari maku voidaan tämän aineiston perusteella yhdistää yhdeksi makuluokaksi: suomipop-mauksi. Jäljelle jää siis Bourdieun makuteorian ääripäät: legitiimi maku ja populaari maku. Tämä tulkinta edellyttää tietysti sen, että ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneet lasketaan ns. keskiluokkaan kuuluviksi, ja niin tässä tutkielmassa tehdään tutkimusteoriaan, eli Bourdieun (1984) makuteoriaan ja sen homologieetteihin nojautuen.

Tulos tulee siis tulkita niin, että keskiluokan middlebrow-musiikkimaku *alenee* ja *sulaa yhteen* populaariksi alimman koulutusryhmän naisten ja keskiluokan (AMK-tutkinnon suorittaneiden) naisten suosimaksi suomipop-mauksi, jota miehet ja korkeakoulutetut naiset hyljeksivät. Toisaalta taas legitiimi maku eli snobismi on korkeakoulutettujen naisten suosima, mutta miesten ja alimman koulutustason omaavien naisten hyljeksimä. Tulos on mielenkiintoinen, koska siinä on havaittavissa naisten ja miesten välillä perustavanlaatuinen ero. Miehet enemmänkin hyljeksivät molempia musiikkimaun ääriäitoja koulutustasosta riippumatta. Sen sijaan naisilla ammatillinen koulutustaso toimii musiikkimaun legitiimiystason ennustajana tämän aineiston perusteella.

7 Alkuperäisten levyjen kuuntelun ja musiikin digikuluttamisen yhteydet musiikkimakuprofiileihin

Tässä viimeisessä analyysi-luvussa tutkitaan alkuperäisten levyjen kuuntelun ja musiikin digikuluttamisen kuuden eri ulottuvuuden yhteyksiä musiikkimakuprofiileihin. Alkuperäisten levyjen mukanaolo analyysissä tuo tulkintaan oivan lisämausteen, koska kyseinen muuttuja edustaa vahvasti aikaa juuri ennen musiikin kuluttamisen digitalisoitumista. Yhteyksiä tutkittiin Pearsonin korrelaatiokertoimilla (kaksisuuntaiset testit). Tilastollisesti merkitsevät tulokset ovat nähtävissä taulukossa 18. Nähdään, että alkuperäisiä levyjä kuunnellaan enimmäkseen vanhempien ikäluokkien makuyhdistelmissä ja nuorimman ikäluokan elektrohipparilla näyttäisi olevan negatiivinen yhteys alkuperäisten levyjen kuunteluun. Toisaalta myös *kaiken kansan* rokkariakin kuuntelee levyjä. Näin ollen on syytä varmistaa tulokset vakioimalla ikä kaikista taulukon 18 tuloksista. Osittaiskorrelaation (ikä vakioitu) tulokset on esitettyinä suluissa. Kun näitä suluissa olevia tuloksia tarkastellaan, niin nähdään, että rokkari on profiileista aktiivisin musiikin kuluttaja. Se kuuntelee alkuperäisiä levyjä, striimaa

artisteja ja käyttää molempia YouTubettamisen muotoja. Sen sijaan snobi on passiivisin. Elektrohiphoppari kuuntelee musiikkinsa melkoisella varmuudella digitaalisesti biisiorientoituneesti. Suomipoppari YouTubettaa ja striimaa yksittäisiä biisejä. Blues-jazzari keskittyy pelkästään alkuperäisten levyjen kuunteluun. Samoin kansan- ja maailmanmusiikin kuuntelija, joka on lisäksi musiikin somettaja.

Taulukko 18: Alkuperäisten levyjen kuuntelun ja musiikin digitaalisen kuluttamisen yhteydet musiikkimakuprofiileihin (suluissa osittaiskorrelaation tulos, kun ikä on vakioitu)

	Rokkari	Blues-jazzari	Suomi- poppari	Kansan- ja maailman- musiikki	Elektro- hiphoppari	Snobi
Alkuperäisten fyysisten levyjen (CD ja vinyylilevy) kuuntelija	0,16**(0,20**)	0,28***(0,19**)		0,20**(0,14*)	-0,21*** (-0,10)	0,13* (0,03)
Digikuuntelija				-0,13*(0,02)	0,41*** (0,31***)	
Musiikin YouTubettaja	0,17**(0,18*)		0,17**(0,16*)			
Musiikin YouTube-somettaja	0,15*(0,14*)					
Biisi-striimaaja			0,27*** (0,27***)		0,23** (0,23**)	
Artisti-striimaaja	0,22**(0,24**)					
Musiikin someaktiivi	0,14*(0,13)	0,21***(0,09)		0,20** (0,23**)		

Pearsonin korrelaatiokertoimet (kaksisuuntaiset testit). *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Taulukon 18 tuloksista nousee esiin kolme tärkeää havaintoa. Rokkari on aktiivisin musiikin kuluttaja. Suomipoppari ja elektrohiphoppari kuuntelee musiikkia todennäköisimmin pelkästään digitaalisesti. Alkuperäisten levyjen kuuntelu on edelleen *hengissä*, mutta se on sidonnainen ainoastaan tiettyihin musiikin tyyliin. Se on vahvimmin sidoksissa vahvoista alakulttuureista suuren yleisön tietoisuuteen nousseisiin tyyliin, eli *kaiken kansan* rokkari-musiikkimakuun. Se on lisäksi sidoksissa blues-jazz-makuyhdistelmään ja myös *heikohkosti* kansan- ja maailmanmusiikkiin.

Musiikin digikuluttamisen voidaan siis nähdä tehneen eräänlaisen jaon populaarimusiikin tyyliin. Tilastollisesti ajatellen EDM, räp, pop, suomirock ja suomi-iskelmä ovat siirtyneet kokonaan digitaaliselle puolelle. Rock (ja sen alalajit) viihtyvät hyvin molemmilla puolilla ja blues-jazz ainoastaan fyysisten levyjen parissa.

Lopuksi

Tässä pro gradu-tutkielmassa aktiivisella musiikin kuluttajalla nähdään olevan luontaisesti kolme perusmuotoa: musiikin kuuntelutottumukset, musiikin merkitys ja musiikkimaku. Nämä kolme musiikin kuluttamiseen liittyvää muotoa tulee nähdä kaikille aktiivisille musiikin kuluttajille kuuluvina perusmuotoina, joiden sisältö on riippuvainen mm. musiikin kuluttamiseen liittyvistä innovaatioista, sukupuolesta, ikäluokasta, ammatillisesta koulutuksesta ja musiikin tyylilajeista. Näin ollen kaikilla aktiivisilla musiikin kuluttajilla ovat kolme perusmuotoa toisaalta myös erottelevat aktiiviset musiikin kuluttajat toisistaan sisältöjensä avulla.

Ensimmäisen perusmuodon, kuuntelutottumuksien sisältöjä muokkaavat innovaatiot, jotka muuttavat musiikin kuuntelutottumuksia. Kuten tässä tutkielmassa nähtiin, juuri nyt todistetaan uusien digitaalisten kuuntelutottumuksien lopullista esiintuloa. Fyysiset musiikin ääniformaatit, kuten CD- ja vinyylilevyt ovat jäämässä marginaaliin (tässä aineistossa vanhimpaan ikäluokkaan), uusien digitaalisten kuuntelumuotojen musiikin striimaamisen ja musiikin YouTubettamisen noustessa päärooliin kuuntelun muodoissa. Tutkielman aineiston perusteella musiikin digikuunteleminen on levinnyt 18-44-vuotiaiden keskuuteen.

Moniulotteisuus on tärkein yhdistävä tekijä digikuuntelun kaikissa tarkastelluissa kolmessa muodossa: musiikin striimaamisessa, musiikin YouTubettamisessa ja musiikin somettamisessa. Ne jakautuvat oman muotonsa sisällä erilaisiin yksityiskohtaisia musiikin kuluttamisen piirteitä sisältäviin ulottuvuuksiin. Musiikin striimaaminen jakaantui alimman koulutustason omaavien naisten suosimaan biisiorientoituneeseen striimaamiseen ja ylintä koulutustasoa edustavien naisten keskuudessa suosittuun artistiorientoituneeseen striimaamiseen. Musiikin YouTubettaminen jakaantui myös kahteen osaan. Alimman koulutuksen saaneiden naisten suosimiin ja toisaalta ylimmän koulutuksen saaneiden naisten hylkimiin musiikin YouTubettamiseen ja sosiaalisen median kanssa yhteydessä olevaan musiikin YouTubesomettamiseen. Koulutuksen ääripäillä on siis merkitystä naisten kohdalla siihen, millainen musiikin digikuluttamisen muoto valitaan musiikin striimaamisessa ja musiikin YouTubettamisessa.

Sosiaalinen media on luonut uuden tilan musiikin *täysipainoiselle* kuluttamiselle. Se sulkee sisäänsä molemmat aktiivisen musiikin kuluttamisen muodot: elävän musiikin kuluttamisen ja ei-elävän musiikin kuluttamisen. Sosiaalinen media myös omalla

perusluonteellaan muokkaa *perinteisen* faniuden määritelmän mukaisen artistin ja *etäisen* fanin suhteen molemminpuoliseen aktiiviseen vuorovaikutussuhteeseen, joka isontaa artistin julkista esiintymislavaa, mutta samalla myös kaventaa intiimiä takahuonetilaa, ja täten ikään kuin arkipäiväistää artistin ja fanin suhteen. Aineiston perusteella etenkin 45-76-vuotiaiden suosima musiikin somettaminen on siis erittäin monivivahteista ja eri ulottuvuuksia sisältävää vuorovaikutteista toimintaa, ja sitä voisikin verrata näytelmään, jolla ei ole koskaan yhtään katsojaa, koska yleisö esiintyy itse näytelmässä pääroolissa yhdessä artistin kanssa artistin musiikin soidessa näytelmän musiikkina taustalla.

Musiikin digikuluttamisen perimmäisen olemuksen ymmärtämiseen ei siis riitä pelkästään yleinen kuvailu siitä, mikä musiikin kuuntelun väline todennäköisimmin valitaan, kun halutaan kuunnella musiikkia. Ilmiön ymmärtämiseksi täytyy sukeltaa pintaa syvemmälle välineiden sisään ja etsiä niiden sisältä mahdollisesti löytyviä erityisiä kyseiselle välineelle tyypillisiä ulottuvuuksia. Voidaan siis perustellusti esittää, että musiikin kuluttajan ensimmäisen perusmuodon, eli kuuntelutottumuksien sisältö on nykyisin rikkain ja moniulotteisin musiikin kuuntelutottumuksien historiassa. Asia konkretisoituu, kun ajatellaan esimerkiksi aikaa ennen digikuuntelua, CD-kuuntelun aikakautta. Mitä erilaisia ulottuvuuksia CD-levyn sisällä oli tarjolla?

Musiikin kuluttajan toinen perusmuoto, musiikin merkitys, jakaantui myös sisällään. Tämä perusmuoto on stabiilimpi luonteeltaan kuin kuuntelutottumuksien perusmuoto, koska siihen ei vaikuta mikään erillinen ulkoinen elementti, vaan sen mahdolliset muutokset tapahtuvat kunkin ihmisen sisällä, tunteiden ja kokemuksen välityksellä. Tässä musiikin merkitys jaettiin kahteen erilaiseen merkitykseen, analyysin perusteella naisille merkitykselliseen sosiaalisia ulottuvuuksia sisältävään minäteknologiaan ja miehille tärkeään enemmän henkilökohtaisempia merkityksiä sisältävään musiikin henkilökohtaiseen merkitykseen. Musiikilla on siis tämän aineiston perusteella erilaiset merkitykset naisille ja miehille. Musiikki toimii naisille eräänlaisena oman identiteetin rakennusaineena muurautuessaan osaksi muistoihin, tärkeisiin elämäntapahtumiin ja ihmissuhteisiin, tärkeiden ihmisten kanssa vietettyihin merkityksellisiin ilon ja surun juhliin. Sen sijaan miehille musiikki luo merkityksensä enemmän henkilökohtaisella tasolla vailla *näkyvää* sosiaalista ulottuvuutta, johon musiikki sidottaisiin. Tämä tulee esille esimerkiksi siinä, että miehille on tärkeämpää kuin naisille se, että musiikkia kuunnellaan siihen syventyen. Tärkeää miehille on myös kokea musiikin synnyttävän jonkin tunnetilan itsessään. Näyttäisi siis siltä, että miehet

käyttävät musiikkia enemmän omien henkilökohtaisten tunteidensa käsittelyyn kuin naiset.

Musiikin kuluttajan kolmas muoto on maku, joka on stabiiliudeltaan ensimmäisen muodon kaltainen. Siihen vaikuttaa ulkopuolisena tekijänä musiikin tyylilajit, jotka ovat ainaisessa murroksessa. Kyselyssä kysyttiin musiikin tyylilajeista länsimaisen populaarimusiikin historian merkittävimmät suuntaukset ja suomalaisen populaarimusiikkikulttuurin ainutlaatuisuus huomioon ottavalla tyylilajikavalkadilla 20:stä eri tyylilajista. Näistä tehdyn pääkomponenttianalyysin perusteella kolmas musiikin kuluttajan perusmuoto, (musiikki)maku jakautui kuuteen musiikkimakuprofiiliin: rokkari, bluesjazzari, suomipoppari, kansan- ja maailmanmusiikki, elektrohiphoppari ja snobi.

Rokkarin havaittiin ainoana olevan ikäluokkaneutraali musiikkimakuprofiili. Pääsyyksi löydettiin se, että rokin merkitys on vaihtunut nuorison vastakulttuurista kaiken kansan massakulutustuotteeksi. Se on nykyään siis ikään kuin *institutionalisoitunut* tyylilaji, josta pidetään tai joka vähintäänkin *tunnustetaan* positiivisessa hengessä jokaisessa ikäluokassa (18-76-vuotiaat) enemmistön puolesta.

Tarkemman tyylilajikavalkadin käyttäminen verrattuna aiempaan suomalaiseen musiikkimakututkimukseen (Purhonen et al. 2009; 2014) hajotti aikaisemmin korkeakulttuurisina pidetyt tyylilajit klassisen, oopperan ja jazzin toisistaan siten, että jazz sijoittui nyt samaan musiikkimakuprofiiliin reggaen, bluesin ja rhythm and bluesin kanssa. Tällaista blues-jazzariutta esiintyi eniten kaupungin keskustassa asuvien ja vähintään 45-vuotta täyttäneiden keskuudessa. Jazzia ei siis tämän aineiston perusteella voi pitää erityisenä korkeakulttuurisena tyylilajin muotona.

Klassinen musiikki ja ooppera muodostivat oman musiikkimakuprofiilinsa. Ikärajaksi tälle Bourdieun (1984) makuteoriassa legitimiä ja puhtainta musiikkimakua ja korkeakulttuurisuutta edustavalle yhdistelmälle muodostui aineistossa 45-vuotta. Analyysissä havaittiin myös, että se edelleenkin edustaa korkeakulttuurisuutta Bourdieun teorian homologieen mukaisesti, mutta sukupuolittuneesti vain naisten osalta. Miesten suhtautuminen snobistiseen musiikkimakuun todettiin olevan sitä hyljeksivä.

Suomipoppari oli ainoa profiili, joka varianssianalyysin perusteella jakautui koulutuksen mukaan. Tässä aineistossa suomipopparit ovat todennäköisimmin alimmin koulutettuja ja toiseksi ylimmin koulutettuja (ammattikorkeakoulututkinto) naisia. Suomipopparius osoittautui Bourdieun (1984) makuteorian mukaiseksi barbaariseksi

musiikkimauksi. Se ei kuitenkaan noudata Bourdieun homologieesiä, eli sen esiintyminen ei lineaarisesti kasva koulutuksen alentumisen mukaan, vaan sitä esiintyi tässä aineistossa tilastollisesti merkitsevästi myös ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneiden, toisin sanoen Bourdieuta mukailleen, keskiluokan eli middlebrow-makua edustavien joukossa, kun referenssiryhmänä käytettiin ylintä koulutusryhmää. Analyysin jatko-osassa (kts. luku 6.4, taulukko 17) tutkielman populaariksi (barbaariseksi) mauksi varmistui suomenkielinen suuren yleisön populaarimusiikki. Suomipopparia tutkittiin myös snobismin tavoin erikseen sukupuolen ja koulutuksen mukaan. Tulokseksi saatiin päinvastainen tulos kuin snobismille sillä tärkeällä erotuksella, että nyt myös keskiluokkaisilla (AMK-tutkinto) naisilla on populaari maku middlebrow-maun (joka Bourdieun teorian mukaisesti yrittää jäljitellä legitiimiä makua) sijaan. Bourdieun makuteoria siis kapenee tämän aineiston perusteella highbrow-lowbrow-käsitepariksi naisten kohdalla. Miehet hyljeksivät näitä molempia musiikkimakujen äärilaitoja.

Elektrohiphoppari ja suomipoppari kuuntelevat todennäköisimmin musiikkia ainoastaan digitaalisesti. Toisaalta havaittiin, että alkuperäisten levyjen kuuntelu on edelleen *hengissä*, mutta se on nykyisin voimakkaasti tyyllilajisidonnainen keskittyen etenkin rokkiin (ja sen alalajeihin) ja blues-jazziin (sisältää myös reggaen ja R & B:n). Heikommin myös kansan- ja maailmanmusiikkiin (sisältää myös kantrin ja hengellisen musiikin). Musiikin digikuluttaminen on tehnyt jaon populaarimusiikin tyyllilajeihin. Tilastollisesti ajatellen EDM, räp, pop, suomirock ja suomi-iskelmä ovat siirtyneet kokonaan digitaaliselle puolelle. Rock (ja sen alalajit) viihtyvät erittäin hyvin molemmilla puolilla ja blues-jazz ainoastaan fyysisten levyjen parissa. Tämä kertoo siitä, että musiikin digikuluttaminen ei ehkä sittenkään ole valtaamassa kaikkia musiikin kuluttajia, vaan vain tietyn osan heistä.

Tutkielmasta nousi esiin useitakin erittäin mielenkiintoisia jatkotutkimuksen arvoisia kysymyksiä. Otan esiin muutaman niistä. Ensimmäisen perusmuodon sisältä musiikin somettamista voisi tutkia erikseen laadullisin menetelmin ja selvittää esimerkiksi artistien näkökulmasta, miten he kokevat artistin ja seuraajien (fanien) sosiaalisen median aikaansaaman uudelleen muotoutuneen vuorovaikutussuhteen, jossa artistin intiimin takahuonetilan voidaan nähdä kaventuneen merkittävästi. Toisen perusmuodon sisältä tulisi ehdottomasti tutkia tarkemmin musiikin merkityksissä havaittua eroa naisten ja miesten välillä. Tätäkin kysymystä olisi kiinnostavaa tutkia vaihtoehtoisesti kvalitatiivisin menetelmin. Kolmannen perusmuodon sisältä löytyi

myös kiinnostavia etenkin musiikkimakujen analysoimiseen liittyviä menetelmällisiä kysymyksiä. Tutkielmassa käytetty uusi tyyllilajikavalkadi (johon voisi vielä lisätä suomiräpin) ja taulukon 17 mukainen legitiimiyskertoimien hyödyntäminen artistien musiikkiteoksia analysoitaessa osoittautuivat erittäin hedelmällisiksi tarkemman musiikkimakuanalyysin metodeiksi. Näiden lisäksi kolmanneksi apuvälineeksi voisi kehittää Likert-asteikollisen mittarin artistien musiikkiteoksista kysymiseen, jolloin avautuisi jälleen astetta paremmat mahdollisuudet musiikkimakujen tarkempaan tutkimiseen kvantitatiivisin menetelmin.

Lähteet

Aho, M. & Kärnä, A-V. (toim.). 2007. *Populaarimusiikin tutkimus*. Tampere: Vastapaino.

Alasuutari, P. 2009. *Snobismista kaikkiruokaisuuteen: musiikkimaku ja koulutustaso*. Teoksessa (toim.) Liikkanen, M. 2009. *Suomalainen vapaa-aika. Arjen ilot ja valinnat*. Helsinki: Gaudeamus.

Bourdieu, P. 1984. *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge & Kegan, P.

Chaline, E. 2013. *50 konetta, jotka muuttivat maailmaa (Alkuteos: 50 Machines that Changed the Course of History)*. Helsinki: Moreeni.

Frankel, J., Greely, D. & Sawyer B. 1999. *MP3. Musiikkia Internetissä (Alkuteos: MP3 Power! with Winamp)*. Jyväskylä: Teknolit.

Frith, S. 1988. *Rockin potku. Nuorisokulttuuri ja musiikkiteollisuus (Alkuteos: Sound Effects)*. Tampere: Vastapaino.

Gordon, S. 2008. *The Future of the Music Business. How to Succeed with the New Digital Technologies. A Guide for Artists and Entrepreneurs*. Milwaukee: Hal Leonard.

Hebdige, D. 1983. *Subculture. The Meaning of Style*. London: Methuen.

Holt, F. 2007. *Genre in Popular Music*. Chicago & London: The University of Chicago Press.

Jokinen, K. & Saaristo, K. 2000. *Suomalainen yhteiskunta*. Helsinki: WSOY.

Jokivuori, P. & Hietala, R. 2007. *Määrällisiä tarinoita. Monimuuttujamenetelmien käyttö ja tulkinta*. Helsinki: WSOY.

- Kallio, T. 2008.** *Musiikin kuluttajat ja digitalisoituvat jakelumarkkinat*. Pro gradu-tutkielma. Helsingin yliopisto: viestinnän laitos.
- Kotarba, J. A. & Vannini, P. 2009.** *Understanding Society through Popular Music*. New York: Routledge.
- Kusek, D. & Leonhard, G. 2005.** *The Future of Music. Manifesto for the Digital Music Revolution*. Milwaukee & Boston: Hal Leonard & Berklee Press.
- Muikku, J. 2001.** *Musiikkia kaikkiruokaisille. Suomalaisen populaarimusiikin äänitetuotanto 1945-1990*. Helsinki: Gaudeamus.
- Metsämuuronen, J. 2008.** *Monimuuttujamenetelmien perusteet*. Metodologia-sarja 7. Jyväskylä: Gummerus.
- Mäkelä, J. 2007.** *Erytysuhteita: populaarimusiikin fanit ja fanius*. Teoksessa (toim.) Aho, M. & Kärnä, A-V. 2007. *Populaarimusiikin tutkimus*. Tampere. Vastapaino.
- Nummenmaa, L. 2004.** *Käyttäytymistieteiden tilastolliset menetelmät*. Helsinki: Tammi.
- Oesch, P. 1998.** *Musiikkiteollisuus Suomessa. Rakenne, työllisyys ja talous*. Taiteen keskustoimikunnan julkaisusarja nro. 17. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta.
- Peterson, R. A. & Kern, R. M. 1996.** *Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore*. *American Sociological Review*. Vol. 61 (1996), pp. 900-907.
- Purhonen, S., Gronow, J. & Rahkonen, K. 2009.** *Social Differentiation of Musical and Literary Taste Patterns in Finland*. *Research on Finnish Society*. Vol. 2 (2009), pp. 39-49.
- Purhonen, S. et al. 2014.** *Suomalainen maku. Kulttuuripääoma, kulutus ja elämäntyylien sosiaalinen eriytyminen*. Helsinki: Gaudeamus.
- Rojek, C. 2011.** *Pop Music, Pop Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Salmenkivi, S. 2012.** *Digitaaliteollisuus. Seuraava murros on täällä*. Helsinki: Talentum Media.
- Shuker, R. 1994.** *Understanding Popular Music Culture (First edition)*. London: Routledge.
- Shuker, R. 2008.** *Understanding Popular Music Culture (Third edition)*. New York: Routledge.
- Stuessy, J. & Lipscomb, S. 2006.** *Rock and Roll. Its History and Stylistic Development*. New Jersey: Pearson Education.
- Suominen, J. et al. 2013.** *Sosiaalisen median lyhyt historia*. Helsinki: Gaudeamus.

Veenstra, G. 2015. *Class Position and Musical Tastes: A Sing-off between the Cultural Omnivorism and Bourdieusian Homology Frameworks.* Canadian Review of Sociology. Vol. 52 (2015), pp. 115-240.

Internet-lähteet

IFPI (Musiikkituottajat ry), kaikkien aikojen myydyimmät kotimaiset albumit Suomessa: <http://www.ifpi.fi/tilastot/myydyimmat/kaikki/kotimaiset/>. Viitattu 2.1.2016

IFPI (Musiikkituottajat ry), kaikkien aikojen myydyimmät ulkomaiset albumit Suomessa: <http://www.ifpi.fi/tilastot/myydyimmat/kaikki/ulkomaiset/>. Viitattu 2.1.2016

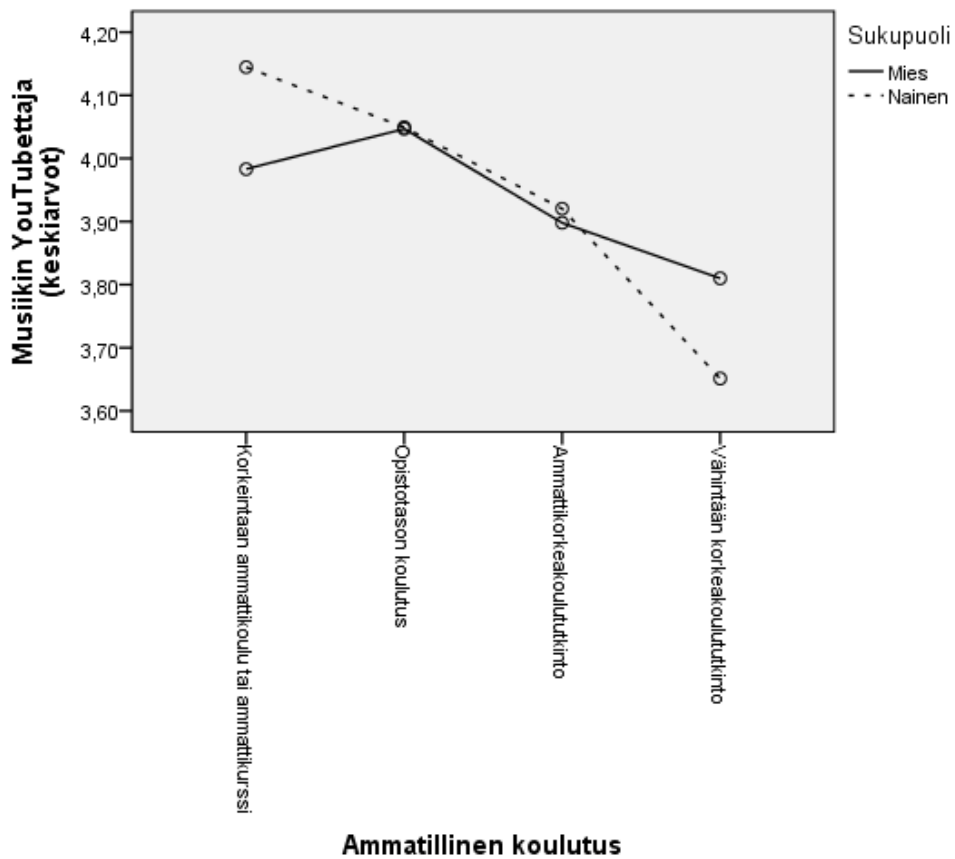
IFPI (Musiikkituottajat ry), kulta- ja platinalevyyn oikeuttavat striimausmäärät Suomessa: <http://www.ifpi.fi/tilastot/kultalevyt/myontamisrajat>. Viitattu 2.1.2016

Spotify, striimatuimmat artistit Suomessa vuonna 2015: <https://yearinmusic.spotify.com/fi-FI/worlds-top-artist/fi/cheek>. Viitattu 18.8.2016.

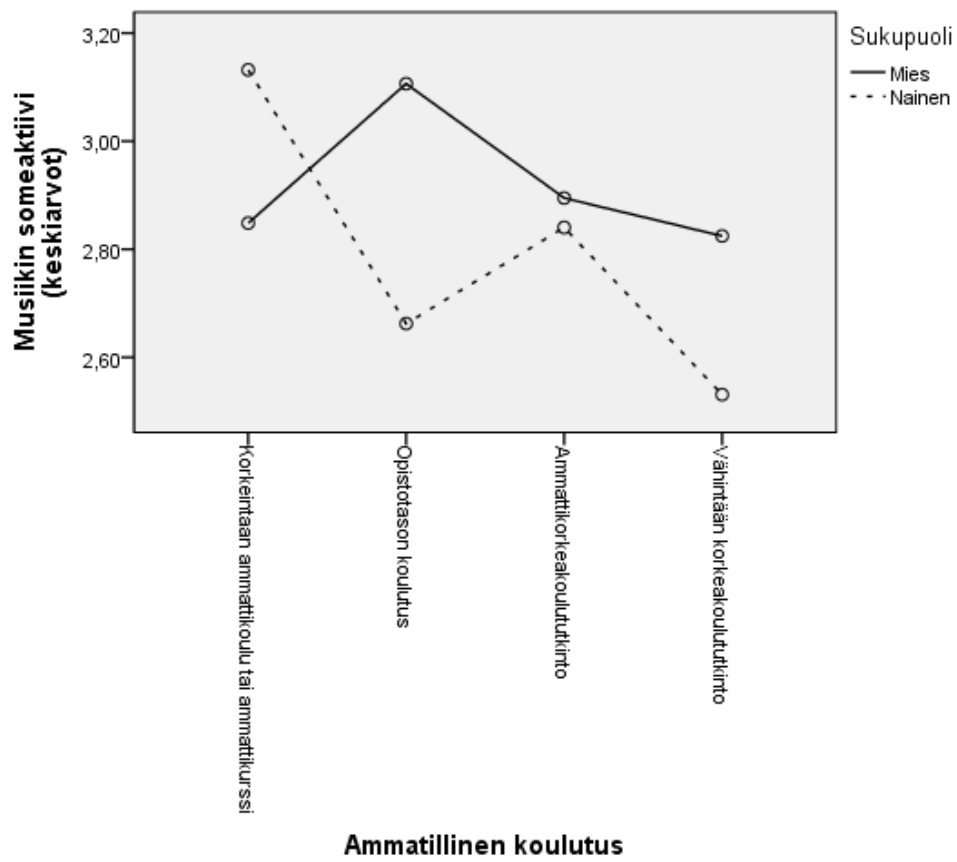
Tilastokeskus, väestötilasto: http://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto.html#vaestoianmukaan. Viitattu 9.3.2016.

Liite 1: Musiikin digikuluttamisen 5 erilaista ulottuvuutta sukupuolen ja ammatillisen koulutuksen mukaan

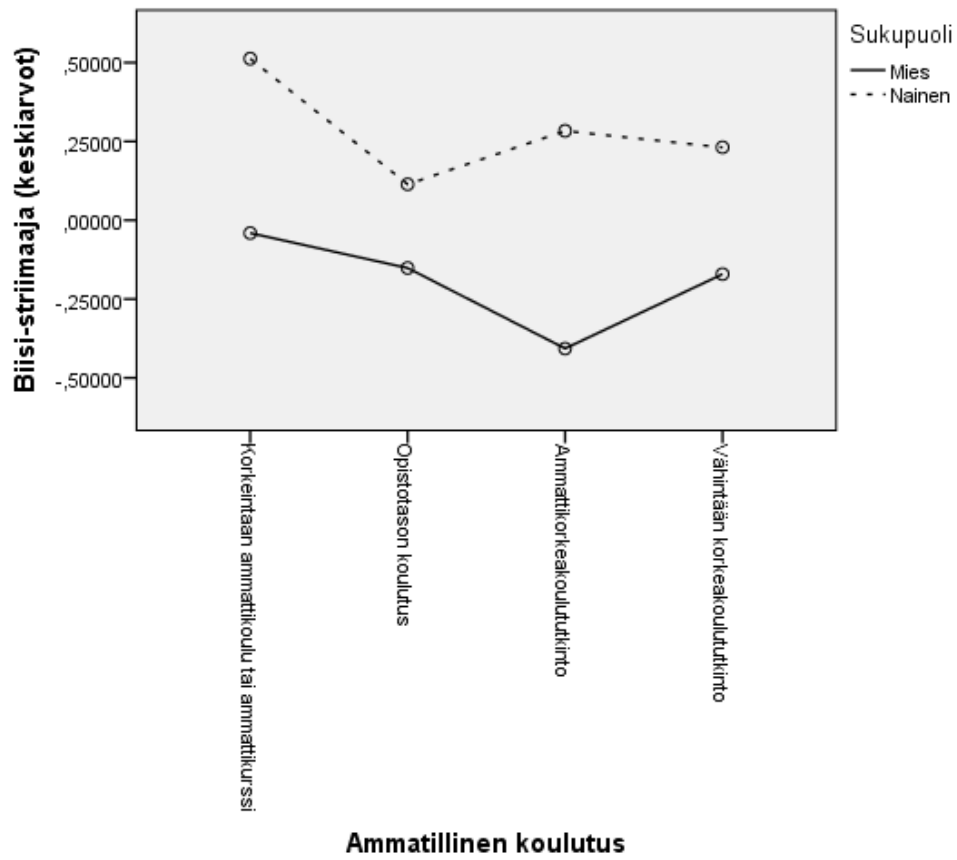
Kuvio 1: Musiikin YouTubettaja sukupuolen ja ammatillisen koulutuksen mukaan



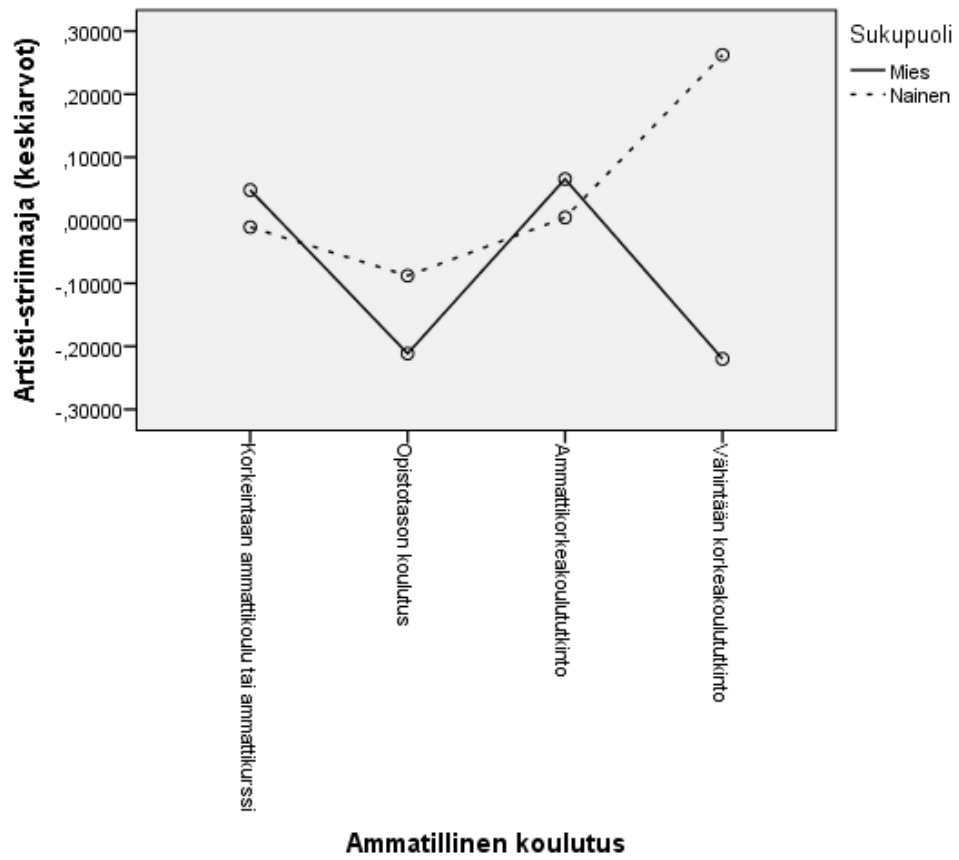
Kuvio 2: Musiikin someaktiivisuus sukupuolen ja ammatillisen koulutuksen mukaan



Kuvio 3: Biisi-striimaaja sukupuolen ja ammatillisen koulutuksen mukaan



Kuvio 4: Artisti-striimaaja sukupuolen ja koulutuksen mukaan



Kuvio 5: Musiikin digikuuntelija sukupuolen ja ammatillisen koulutuksen mukaan

