

Taloudellisen arvon määrittelyminen kulttuurialalla
Case: Suomen musiikkialan suppean klusterin talous vuosina 2011 ja
2012

Eero Tolppanen
Master's Thesis
Arts Management
Sibelius Academy
University of the Arts
Helsinki
Fall 2014

<p>Title</p> <p>Taloudellisen arvon määrittäminen kulttuurialalla Case: Suomen musiikkialan suppean klusterin talous vuosina 2011 ja 2012</p>	<p>Number of pages</p> <p>72</p>
<p>Author</p> <p>Eero Tolppanen</p>	<p>Semester</p> <p>Fall 2014</p>
<p>Degree programme</p> <p>Arts Management Mater's Degree Programme in Helsinki</p>	
<p>Abstract</p> <p>Traditional industries have had their total economic value measured accurately for a long time but industries in the cultural fields are still struggling to have precise economic indicators. This is, in part, because cultural values are often seen in juxtaposition to economic realities and reliable data about actual numbers is hard to come about. This thesis aims to tackle this situation by studying the Finnish music industry with the aim to find out its the total value.</p> <p>Music industry and its functioning has been widely studied and there are numerous approaches the phenomenon and its structure. This study elaborates on an analytical model that examines the industry from a cluster perspective where the narrow cluster consists of actors in three separate but interlinked sectors: the musical works, recordings and live music sector, generating the major part of their revenue from pure music products and services. The revenues form three separate streams based on their source: sales of recordings or streaming, copyright royalties and live music revenues which together, after deducting overlapping revenues, count as the total value of the narrow cluster.</p> <p>Applying the analytical model to the Finnish music industry for the years 2011 and 2012 the revenue streams are studied and numerical data is gathered largely from pre-existing sources such as annual reports and statistics, complimented with expert interviews when necessary. Where readily applicable data is not available, mathematical methods are used to generate an estimate of the revenue stream. Based on the study, the total value is finally determined to be 473,7 million euros and 487 million euros respectively with a growth rate of 2,1 percent and live music revenue stream forming approximately 70 percent of the total. Based on the application, the model serves as a sufficient method to determine the total value of the music industry annually due to its simplicity but as data on certain revenue streams is not available and due to the estimating nature of the mathematical methods used, the model is not completely accurate and hence cannot be considered as the definite approach but rather another tool to tackle the subject.</p>	
<p>Keywords</p> <p>Arts, Culture, culture industry music, music industry, economic cluster, copyright, recordings, live music, creative economy,</p>	
<p>Additional information -</p>	

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO	1
1.1	TUTKIMUKSEN TAUSTAA	1
1.2	TUTKIMUSKYSYMYS JA TAVOITTEET	3
1.3	TUTKIMUSNÄKÖKULMA	4
1.4	TUTKIELMAN RAKENNE	5
2	TEOREETTINEN VIITEKEHYS	6
2.1	KULTTUURIN MÄÄRITELMÄ	6
2.2	KULTTUURITEOLLISUUS	7
2.3	KULTTUURIN TALOUDELLISET VAIKUTUKSET	9
2.4	MUSIIKKIALAN RAKENNE	9
2.4.1	<i>Musiikkisysteemi</i>	10
2.4.2	<i>Sisäiset ja ulkoiset toimijat</i>	11
2.4.3	<i>Musiikkiklusteri</i>	14
3	TUTKIMUSMENETELMÄ	16
3.1	TUTKIMUSMETODI	16
3.2	TUTKIMUSAINEISTO JA ANALYYSI	18
3.3	TUTKIMUSPROSESSIN KRIITTINEN ARVIOINTI	20
4	CASE: SUOMEN MUSIIKKIALAN SUPPEAN KLUSTERIN TALOUS 2011 JA 2012	21
4.1	SUPPEA KLUSTERI	21
4.1.1	<i>Teos</i>	22
4.1.2	<i>Tallenne</i>	27
4.1.3	<i>Elävä musiikki</i>	34
4.1.4	<i>Muut tulot ja 360-malli</i>	37
4.2	SUPPEAN KLUSTERIN KOKONAISARVON MÄÄRITYS	38
4.2.1	<i>Ulkoiset ja sisäiset rahavirrat</i>	38
4.2.2	<i>Musiikin kuluttajat, käyttäjät ja rahavirrat</i>	39
4.2.3	<i>Rahavirtojen kolme kategoriaa</i>	42
4.3	SUOMEN MUSIIKKIALAN RAHAVIRRAT 2011 JA 2012	42
4.3.1	<i>Tallennemyynti ja suoratoisto</i>	43
4.3.2	<i>Tekijänoikeuskorvaukset</i>	46
4.3.2.1	<i>Teossektori</i>	46
4.3.2.2	<i>Tallennesektori</i>	50
4.3.2.3	<i>Tekijänoikeustulot yhteensä</i>	51
4.3.3	<i>Elävän musiikin tulot</i>	52
4.4	KOKONAISARVO	56
5	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTELMÄT	60
6	LÄHTEET	64
6.1	HAASTATTELUT	64
6.2	KIRJALLISET	64

1 Johdanto

1.1 Tutkimuksen taustaa

Teollisuuden eri toimialat ovat historiallisesti mitanneet rahallista kokonaisarvoaan ja taloudellisia vaikutuksiaan yhteiskunnassa sekä lokaalisti kotimaansa kansantalouteen että globaalisti koko maailmantalouteen. Vaikutuksien suuruudesta on ollut olemassa tarkkoja mittareita jo pitkään ja Suomessa esimerkiksi metsäteollisuuden koko tiedetään hyvinkin tarkkaan sen ollessa yksi merkittävimpiä taloutemme sektoreita.

Kulttuurialaa ei sitä vastoin ole historiallisesti usein mitattu tai arvotettu ensisijaisesti näillä kriteereillä vaan taiteen eri muotojen on ajateltu olevan lähinnä henkistä, kulttuurista tai sosiaalista pääomaa, kuten esimerkiksi Bourdieu (1984) ehdotti. Viime vuosikymmenien aikana on kuitenkin noussut keskustelua myös kulttuurialojen rahallisesta arvosta ja vaikutuksesta kansantalouteen. Elintason nousun myötä ja taiteen tavoittaessa yhä suurempia kansanosia myös rahallisen arvon on odotettu olevan merkittävä ja nykyisessä maailmantaloudessa aineettoman omaisuuden arvo on korostunut materiaalisen omistamisen ohi. Jotkut tutkijat, kuten esimerkiksi Richard Florida, ovat pyrkineet mittaamaan ja osoittamaan erityisesti kulttuurialojen merkitystä tietointensiivisten toimialaklustereiden syntyyn ja siten taloudellisia kerrannaisvaikutuksia yhteiskuntaan. Suomessa vastaavia kerrannaisvaikutuksia huomioivia tutkimuksia on tehty joitakin lähinnä aluetaloudellisen vaikutuksen näkökulmasta.

Jotta voisimme arvioida toimialan kerrannaisvaikutuksia, tulisi ensin tietää toimialan oma rahallinen arvo. Yksittäisenä kulttuurialan osana myös suomalainen musiikkiala onkin pitkään kaivannut tietoa alan taloudellisesta kokonaisarvosta. Eräässä harvoista asiaa selvittäneistä tutkimuksista Pekka Oesch (1998) selittää tätä puutetta muihin toimialoihin verrattuna musiikkialan pirstoutuneella luonteella. Vaikka musiikkiala on ammattimaisesti toimiva liiketoimintakokonaisuus, se koostuu erittäin monista osa-alueista, joissa yksittäiset toimijat voivat olla hyvin pieniä ja erilaisia. Tämä tekee jo pelkästään alan tilastoinnista haastavaa. Lisäksi tulonmuodostus on useilla näistä sektoreista päällekkäistä, jolloin luotettavien lukujen saaminen ja laskeminen on

haasteellista. Oeschin lisäksi Tilastokeskuksen tutkija Aku Alanen (2011) on käytännössä ainoa, joka on lähestynyt aihetta tarkempien numeroiden selvittämiseksi Suomessa .

Ongelma ei ole ainoastaan kotimainen, vaan myös kansainvälisesti musiikkialan talousmittarit ovat olleet erittäin tulkinnanvaraisia. Eri mailla on erilaisia tapoja hahmottaa musiikkialaansa ja siten olemassa olevatkin tiedot ovat vaikeasti vertailtavia. Alan toimijat kuitenkin tarvitsevat uskottavia numeroita esimerkiksi yksityisten rahoittajien kiinnostuksen herättämiseksi tai julkisen sektorin vaikuttamiseen sekä kansallisella että esimerkiksi EU-tasolla. Eräät Euroopan maat ovatkin viime aikoina tarttuneet tähän haasteeseen. Esimerkiksi brittiläisen tekijänoikeusjärjestö PRS:n tekemä "Adding up the industry" –artikkelisarja (Page & Carey, 2010) on lähestynyt asiaa ytimekkäällä, noin 10-sivuisilla katsauksilla alan tärkeimpiin numeroihin. PRS:n raportissa numerot pohjautuvat asiantuntevaan analyysiin musiikkialan eri sektoreiden ansaintalogiikasta ja näin päällekkäisyydet on onnistuttu eliminoimaan huomattavan tehokkaasti. Raportti on myös helppolukuinen. Myös ruotsalainen Musiksverige-järjestön teettämä selvitys (Portnoff & Nielsén, 2010) ruotsalaisen musiikkialan rahavirroista pohjaa PRS:n selvitykseen paitsi sen hyvän metodiikan myös vertailukelpoisuuden vuoksi.

Suomessa tehtävään tarttui syksyllä 2011 silloinen Suomalaisen musiikin tiedotuskeskus Fimic eli nykyinen Music Finland tavoitteenaan laatia uskottava ja vertailukelpoinen selvitys suomalaisen musiikkialan taloudellisesta arvosta. Selvityksen työryhmä koostui ohjausryhmästä ja varsinaisen selvityksen tekijöistä. Ohjausryhmään kuului Suomen musiikkialan eri osa-alueilla vaikuttavia ammattilaisia etujärjestöistä sekä tutkimusaiheesta kiinnostuneita, itsekin samasta aihepiiristä tutkimuksia tekeviä henkilöitä. Ohjausryhmän työskentelyyn osallistuivat Music Finlandin tutkija Merja Hottinen, Suomen musiikkituottajien toiminnanjohtaja Tommi Kyyrä, Sibelius-Akatemian erityissuunnittelija Hannu Tolvanen , Suomen Muusikkojen liiton toiminnanjohtaja Ahti Vääntinen, Teoston tutkija Ano Sirppiniemi, entisen Fimicin toiminnanjohtaja Jutta Jaakkola sekä hänen seuraajansa, Fimicin ja Music Export Finlandin yhdistymisestä syntyneen Music Finlandin toiminnanjohtaja Tuomo Tähtinen.

Selvityksen toteuttajaksi valittiin musiikkialan yritys Elements Music Oy, jonka osakas ja työntekijä tämän tutkielman kirjoittaja on. Toimeksianto toteutettiin talvella 2012 Elements Musicin toimitusjohtajan Tommi Tuomaisen ohjauksessa ja selvitys julkaistiin kesäkuussa 2012 osana Music Finlandin ”Lukuja ja tutkimuksia” – julkaisusarjaa. Vuonna 2013 toteutettiin vastaava selvitys vuoden 2012 luvuista. Tämä pro gradu –tutkielma pohjaa näihin molempiin selvityksiin ja sen tarkoitus on esitellä selvityksessä käytetty malli ja niiden pohjalta tehdyt laskelmat Suomen musiikkialan suppean klusterin kokonaisarvosta vuosina 2011 ja 2012 sekä asettaa selvitys ja sen tulokset laajempaan teoreettiseen viitekehykseen.

1.2 Tutkimuskysymys ja tavoitteet

Tutkielman tutkimuskysymys on, mikä on Suomen musiikkialan suppean klusterin kokonaisarvo vuosina 2011 ja 2012. Varsinaisesti tutkimuskysymys muodostuu siis kolmesta osasta:

- 1) Miten musiikkialan suppean klusteri määritellään?
- 2) Miten suppean klusterin kokonaisarvo lasketaan?
- 3) Mikä suppean klusterin kokonaisarvo oli Suomessa vuosina 2011 ja 2012?

Tutkimuksen rajaaminen ainoastaan musiikkialan suppeaan klusteriin eli ytimeen tarkoittaa, että musiikkialan mahdolliset taloudelliset kerrannaisvaikutukset rajataan kokonaan tutkimuksen ulkopuolelle. Tutkielman tavoite on luoda malli näin rajatun suppean klusterin kokonaisarvon laskemiseksi mahdollisimman täsmällisesti ja vuosittain vertailukelpoisesti. Tavoitteena on saada mallista myös kansainvälisesti vertailukelpoinen, jolloin samaa laskentamallia käyttämällä eri maiden musiikkialojen rakenteita ja kokonaisarvoja voitaisiin vertailla keskenään uskottavasti. Tässä tutkielmassa mallin soveltaminen rajataan kuitenkin vain Suomen musiikkialaan kahtena peräkkäisenä vuotena.

1.3 Tutkimusnäkökulma

Tutkimuksen metodologinen näkökulma on deskriptiivinen tapaustutkimus, jossa Suomen musiikkialan taloutta käsitellään yksittäisenä tapauksena, jonka rakenne, toimijat sekä näiden toiminta- sekä ansaintalogiikat pyritään selvittämään mahdollisimman kattavasti musiikkialan kokonaisarvon laskemiseksi. Tutkimuksen rajauksena on Aku Alasen (2011) käyttämä malli musiikkialan tarkastelusta klustereina, jonka kautta musiikkiala jäsennetään keskittyen niin sanottuun suppeaan klusteriin.

Alasen selvitys Suomen musiikkialan arvosta ei määrittele suppeaa klusteria kovin yksiselitteisesti eikä tarjoa tapoja laskea alan arvoa tarpeeksi tarkasti, jotta sen vuosittainen vertailu olisi mahdollista tai mielekästä. Tutkimuksen tärkein näkökulmia onkin syventää Alasen mallia määrittelemällä ja rajaamalla musiikkialan suppea klusteri mahdollisimman tarkasti ja yksiselitteisesti sekä esitellä tämän avulla menetelmä musiikkialan tarkan arvon laskemiseksi siten, että tarvittavan aineiston kerääminen on ajallisesti mielekästä vuosittain päivitettäväksi. Koska taloudelliset kerrannaisvaikutukset jätetään tutkimuksen ulkopuolelle, suppean klusterin rajaaminen korostuu erityisesti. Tutkimuksen empiirisessä osiossa luotua mallia sovelletaan Suomen musiikkialaan vuosina 2011 ja 2012 pyrkien löytämään tarvittavat luvut mallin testaamiseksi. Analyyttisen mallin luomisen osalta kyseessä on kvalitatiivinen tutkimusmetodi ja empiirisen numeroiden keräämisen ja laskemisen osalta kvantitatiivinen.

Alasen mallin lisäksi metodillisen viitekehyksen tutkimukselle muodostavat pääasiassa PRS:n Adding up the UK Music Industry (2010) ja Musiksverigen Musikbranschen i siffror (2010) –tutkimukset. Tätä puoltaa näiden tutkimusten selkeä metodiikka, informatiivinen ja selkeä esitystapa sekä kansainvälinen vertailtavuus.

Jotta tutkimuksen merkitys avautuisi laajemmassa yhteiskunnallisessa kontekstissa, teoreettisen viitekehyksen avulla pyritään aluksi avaamaan erilaisia näkemyksiä kulttuuriin konseptina, taiteesta tuotteena sekä kulttuurin ja talouden suhteesta. Tässä korostuu näkökulma kulttuurin ja talouden usein ristiriitaisestakin rinnakkaiselosta sekä

kulttuurituotannon taloudellisten vaikutusten arvioinnin tavoista ja haasteista.

1.4 Tutkielman rakenne

Tutkielma alkaa teoriaosuudella, jonka tarkoitus on aluksi avata lyhyehkösti kulttuuria käsitteenä sekä kulttuurin ja talouden suhdetta. Osion pääasiallinen tarkoitus on esitellä eri tapoja ja näkökulmia musiikkialan tarkastelemiseksi ja jäsentämiseksi. Osion lopuksi esitellään tarkastelutapa, jota käytetään viitekehyksenä ja rajauksena tässä tutkimuksessa.

Seuraavassa kappaleessa esitellään tutkielmassa käytetty tutkimusmetodi sekä tutkimusaineisto ja sen analysointimenetelmä. Kappaleessa esitetään myös kriittistä arvioita itse tutkimusprosessista.

Tämän jälkeen siirrytään itse tutkimukseen, jossa aluksi jäsennetään musiikkialaa perustuen aiempaan kirjallisuuteen alasta. Jäsentelyn perusteella luodaan analyttinen malli tutkielman kvantitatiivisen osion toteuttamiseksi. Osion lopuksi esitellään kvantitatiivisen tutkimuksen tulokset koostettuna.

Tutkielman viimeinen kappaleessa tehdään yhteenveto tutkimuksen kulusta ja tarkoituksesta ja peilataan tuloksia näitä vasten. Lisäksi ehdotetaan aiheita jatkotutkimuksiin.

2 Teoreettinen viitekehys

Tutkielman teoreettinen viitekehys muodostuu katsauksesta kulttuuriin ja kulttuurialaan yleisesti, sekä niiden suhteesta talouteen. Aluksi esitellään kulttuurin ja kulttuurialan määritelmää sekä keskustelua näiden rooleista yhteiskunnassa, jonka lisäksi tuodaan esiin teoreettisia ajatuksia taiteen luonteesta ja sekä kulttuuriteollisuuden käsitteestä. Lisäksi avataan historiaa ja keskustelua kulttuurin vaikutuksista talouteen. Näiden näkökulmien esittely auttaa lukijaa ymmärtämään varsinaisen tutkimuksen suomalaisen musiikkialan arvosta laajemmassa yhteiskunnallisessa kontekstissa. Osion lopuksi paneudutaan erilaisiin tapoihin havainnoida ja tarkastella musiikkialan rakennetta, joka johdattaa lukijan tutkielman varsinaiseen tutkimusosioon.

2.1 Kulttuurin määritelmä

Sanalla ”kulttuuri” voidaan tarkoittaa hyvinkin erilaisia asioita riippuen kontekstista. Oxford Dictionary –sanakirja on määritellyt kulttuurin 1933 vuodesta eteenpäin Sir Edward Burnett Taylorin vuonna 1871 kirjoittaman Primitive Culture –teoksen mukaisesti seuraavasti:

“Culture, or civilization .. is that complex whole which includes knowledge, belief, art, law, morals, custom, and any other capabilities and habits acquired by man as a member of society.”.

Suomennettuna Sir Edward Burnett Taylor siis tarkoittaa kulttuurin laajimmillaan käsittävän kaiken sen mitä ihminen on oppinut yhteiskunnan jäsenenä. Esimerkiksi Linton (1945) antaa kulttuurille kuitenkin hieman kapeamman määrittelyn ja tarkoittaa sen olevan opittuja käytösmalleja, jotka tietyn yhteisön jäsenet jakavat . Suomen kielessä onkin huomattava määrä erilaisia kulttuuri-päätteisiä yhdyssanoja kuten eräkulttuuri, jalkapallokulttuuri, ruokakulttuuri tai työkalukulttuuri, jotka määrittävät tarkemmin tietyn osa-alueen opittua käytösmallia ja koodistoa Lintonin määritelmän mukaisesti.

Heiskanen, Kangas & Mitchell (2002) käyttävät kulttuurin yhteiskunnallista asemaa ja erityisesti Suomen kulttuuripolitiikkaa laajasti käsittelevässä kirjassaan kulttuurista määritelmää, joka perustuu Euroopan neuvoston ”Syrjästä esiin” -raportissa esiteltyyn jaotteluun. Tässä jaottelussa kulttuuri käsitetään kolmiosaista A, B, C -järjestelmää käyttämällä. A-määritelmä kattaa Sir Edward Burnett Tyloria mukaillen seuraavia asioita: *”...ihmiskunnan elämän muodot, ihmisten perusoikeudet, arvojärjestelmät, perinteet ja vakiintuneet toimintamuodot”*.

Kulttuurista puhutaan kuitenkin suppeammin myös yhteiskunnan sektorina tai toimialana, jolloin tarkoitetaan käytännössä aina jollain tavalla taiteisiin liittyvää liiketoimintaa kuten kuvataidetta, musiikkia, elokuvaa tai tanssia. B-määritelmä huomioi tämän markkinapainotteisen näkökulman määritellen kulttuurin käsittämään *”...tekijänoikeusteollisuuden, kulttuuriteollisuuden ja viestintäjärjestelmien eri lohkot sekä niiden tuotteiden varaan rakentuvat kulutusmallit ja taide- ja kulttuuriosallistumisen muodot”*. (ibid).

C-määritelmä on itse taiteen tekemiseen ja tukemiseen keskittyvä suppein määritelmä, joka kattaa *”...edellisiä [määritelmiä] suppeamman inhimillistä elämää ja kohtaloita kuvaavan ja pohdiskelevan (taiteellisen) luovan työn, läntisen sivistyspiirin ”korkeakulttuurin” ja sen luoman kulttuurisen perinnön ylläpidon, tallentamisen ja välittämisen erityisesti erilaisten kulttuuripalvelujärjestelmien välityksellä”*. Tämä käsittää siis esimerkiksi valtion infrastruktuurin kuten julkiset rahoituskanavat taiteellisen luovan työn mahdollistamiseksi. (ibid).

2.2 Kulttuuriteollisuus

Heiskanen ym. (2002) käyttämässä jaottelussa C-määritelmä käsittää itse taiteellisen luovan työn, sen tekijän sekä tekijänoikeuskysymykset. B-määritelmä laajentaa kulttuurin käsitettä kulttuurituotteiden markkinointiin, jakeluun ja myyntiin, jolloin voidaan kulttuuriteollisuudesta. Kulttuuriteollisuuden aloina voidaan pitää esimerkiksi elokuva-, kirja- ja musiikkiteollisuutta: näissä kaikissa myytävä tuote on alun perin

taiteellisen työn tulosta ja tuotteen ympärille tai ”jatkeeksi” on syntynyt ns. välittäväporras, jolla on taitelijan varsinaisesta työstä erillinen, kaupallistava funktio.

Kulttuuriteollisuuden voidaan katsoa syntyneen, kun teknologia mahdollisti taiteellisen työn monistamisen ja standardoinnin. Käsite syntyi alun perin niin sanotun ”Frankfurtin koulukunnan” ja erityisesti sen tunnetuimpien jäsenten Max Horkheimerin ja Theodor W. Adornon vuonna 1944 julkaistun Valistuksen dialektiikka –teoksen ajatuksesta autonomisesta taiteesta massakulttuurin vastakkainasetteluna. Tärkein syy puhua nimenomaan teollisuudesta löytyi kaupallisten toimijoiden tavasta standardisoida tuotteensa, ei niinkään tuotteiden myynnistä. Kuten muillakin teollisuuden aloilla, standardisointi perustuu tutkimukseen kuluttajien mieltymyksistä, jolloin mahdollisimman suuri osa tuotteesta pyritään tekemään mahdollisimman suuria massoja miellyttäväksi ja pienillä eroavaisuuksilla voidaan luoda yksilöintiä. Tämän kaiken tarkoituksena on maksimoida myytävästä tuotteesta saatava voitto. Adornon ja Horkheimerin mukaan näin tehty yksilöinti on kuitenkin vain illuusio yksilöllisestä taiteesta ja todellisuudessa standardointi ja massajakelu vie pohjan todelliselta autonomiselta taiteelta ja johtaa lopulta homogeeniseen ja tyhjöpäiseen kansaan, jota voi ohjailta ja, joka johtaa lopulta täydelliseen rappioon. (Hautamäki, 1999)

Adornon näkemyksiä on usein kritisoitu elitistiseksi ja hänen oman perheensä vahvan kiinnostuksen korkeakulttuuriin on nähty yksipuolistavan hänen näkemyksiään Yleisesti kulttuuriteollisuudesta on alettu sittemmin puhumaan neutraalimmalla sävyllä ja sen arvon maailmantaloudelle on arvioitu kasvaneen erittäin merkittäväksi. (Karvinen, 2014). Tästä huolimatta -- vaikka ei mentäisikään Frankfurtin koulukunnan yhteiskunnallisen kritiikin tasolle -- nähdään kulttuurin ja talouden välillä lähes aina jonkunlainen ristiriita. Tämä johtuu mahdollisesti siitä, että kulttuurin ja erityisesti taiteen on usein nähty edustavan puhdasta luovuutta, autenttisuutta ja pehmeyttä, kun taas talouden on ajateltu edustavan niin sanottuja kovia arvoja kuten tehokkuutta ja suoriutumista (Du Gay, 1997).

2.3 Kulttuurin taloudelliset vaikutukset

Siinä missä kulttuuriteollisuutta voidaan tarkastella teoreettisesti teollisten prosessien vaikutuksena kulttuuriin, voidaan asetelma kääntää myös toisin päin ja tarkastella kulttuurin vaikutusta talouteen. Alun perin keskustelua käytiin pitkälti julkisen sektorin ja sen rahoittaman toiminnan puitteissa niin sanotun ”Baumolin kriisin” ympärillä, joka tarkoittaa tuotantokustannusten jatkuvaa nousua työn tehokkuuden pysyessä samana. Musiikkialalla tästä esimerkkinä on, että klassista sävelteosta vaaditaan tänä päivänä esittämään sama määrä muusikoita kuin heitä vaadittiin 1700-luvulla, mutta muusikoiden palkat nousevat muun yhteiskunnan kanssa samaa vauhtia. Tällaisen tilanteen vallitessa kulttuuriala on jatkuvan kustannuskriisin alaisena eikä voi olla itsessään kannattava vaan vaatii taloudellista tukea oman toimintansa ulkopuolelta esimerkiksi julkisvallan tukena tai yksityisinä lahjoituksina. (Cantell, 1999).

Myöhemmin keskustelua on käyty kustannuskriisi-teorian sijaan enemmän siitä, kuinka paljon kulttuurialat tuottavat rahaa talouteen. 1980-luvun lopusta alkaen useissa Euroopan maissa on tehty tutkimuksia, joiden tarkoituksena on ollut selvittää kulttuurisektorin instrumentaalisia vaikutuksia yhteiskuntaan ja talouteen eli paljonko lisää rahaa tai esimerkiksi työllisyyttä kulttuuriala tuo. Tutkimukset ovat päätyneet siihen, että kulttuurisektori on yksi nopeimmin kasvavista teollisuuden aloista, siihen sijoitetut rahat tulevat moninkertaisina takaisin ja, että kulttuurisektori on erittäin suuri työllistäjä. Keskeistä näissä tutkimuksissa on ollut retoriikan painottaminen ”perinteisten” teollisuudenalojen kuten raskaan teollisuuden tutkimuksista tuttuun terminologiaan. Näin on saatu tutkimuksille uskottavuutta ja tuotu kulttuuriala selkeästi samalle viivalle vertailtavaksi. (ibid).

2.4 Musiikkialan rakenne

Tutkielman tutkimuskysymykseen Suomen musiikkialan rakenteesta vastatakseen on hyvä avata erilaisia tapoja käsitellä musiikkialan rakennetta ja toimintalogiikkaa aluksi teoreettisesta näkökulmasta. Seuraavissa kappaleissa on esitelty erilaisia teoreettisia

tapoja musiikkialan jäsentämiseksi.

2.4.1 Musiikkisysteemi

Geoffrey Hull ym. (2011) esittelee kaksi erilaista tapaa, joiden kautta musiikkialaa voidaan hahmottaa. Ensimmäinen näistä tavoista on erittäin kattava ja lähestyy musiikkialaa systeemiteorian kautta, jossa ala nähdään avoimena systeeminä, joka on jatkuvassa vuorovaikutuksessa sitä ympäröivän todellisuuden kanssa. Systeemiin syötetään ”inputteja” eli tuotantotekijöitä kuten musiikkituottajia, säveltäjiä, musiikkikappaleita ja teknologiaa, joiden avulla se tuottaa ”outputteja” eli tuotteita, joita ovat esimerkiksi äänilevyjä, konsertteja ja näiden tuottamia voittoja ja tappioita. Systeemin reagoiminen sitä ympäröivän todellisuuden eli esimerkiksi konserttiyleisön tai musiikin ostajan kanssa muokkaa systeemin tapaa toimia. Lisäksi tähän lähestymistapaan kuuluu, että systeemin pitää saada jatkuvasti uusia tuotantotekijöitä tai systeemi luhistuu.

Systeemiteoreettinen lähestymistapa erottelee siis musiikkialan sisäiset toimijat ja systeemin ulkopuolella olevan ulkoisen maailman selkeästi. Systeemin ulkopuolinen maailma on erittäin tärkeässä roolissa ja ilman siellä olevia toimijoita koko systeemiä ei voisi olla olemassa. Tähän ulkopuoliseen maailmaan kuuluu Hull ym. (2011: 34) mukaan viisi eri tahoja, jotka vaikuttavat systeemin toimintaan. Näistä **ensimmäinen** on yhteiskunta käsittäen erityisesti sen sosiaalisen ulottuvuuden. Tämä tarkoittaa käytännössä pitkälti ihmisiä ja heidän mieltymyksiään musiikin kuluttajina. Nämä mieltymykset ovat erittäin laaja käsite ja sisältää esimerkiksi millaista musiikkia, missä, millä tavoin, mihin aikaan ja mistä syistä ihminen haluaa musiikkia kokea. Tärkeä näkökulma teorian kannalta on kuitenkin se, millainen vaikutus erilaisilla mieltymyksillä on systeemin sisäiseen maailmaan eli itse musiikin tuotantoon. Tällä voidaan tarkoittaa hyvin käytännöllisiä asioita kuten esimerkiksi radion vaikutusta kuuntelutottumuksiin tai vaikkapa erilaisten formaattien kuten CD:n tai mp3:n vaikutusta ostopäätökseen. Laajemmin tämän tason tarkastelu ottaa huomioon myös esimerkiksi tutkielman teoreettisessa viitekehyksessä esitellyn keskustelun massa- ja korkeakulttuurien eroista ja ristiriidoista. (Hull ym., 2011: 33-47).

Toinen taho, joka vaikuttaa systeemin toimintaan on politiikka. Tähän kuuluu muun muassa erilaiset kauppasopimukset eri maiden välillä sekä esimerkiksi hallitusten asettamat rajoitukset musiikin sisältöön lapsille. Lisäksi valtion harjoittamalla kulttuuripolitiikalla voi olla merkittävä vaikutusalan toimintaan. Poliittista vaikutusta erittäin lähellä on **kolmas** taho eli lainsäädäntö, jolla on erittäin suuri vaikutus musiikkialaan. Lainsäädäntö kattaa esimerkiksi työsopimukset ja muut normaalit elinkeinoelämään vaikuttavat asiat, mutta selkeästi tärkein yksittäinen lainsäädännön vaikutin musiikkialaan on tekijänoikeuslaki, joka mahdollistaa musiikintekijöiden taloudellisen hyötymisen tuotoksistaan. (Hull ym., 2011: 36-48).

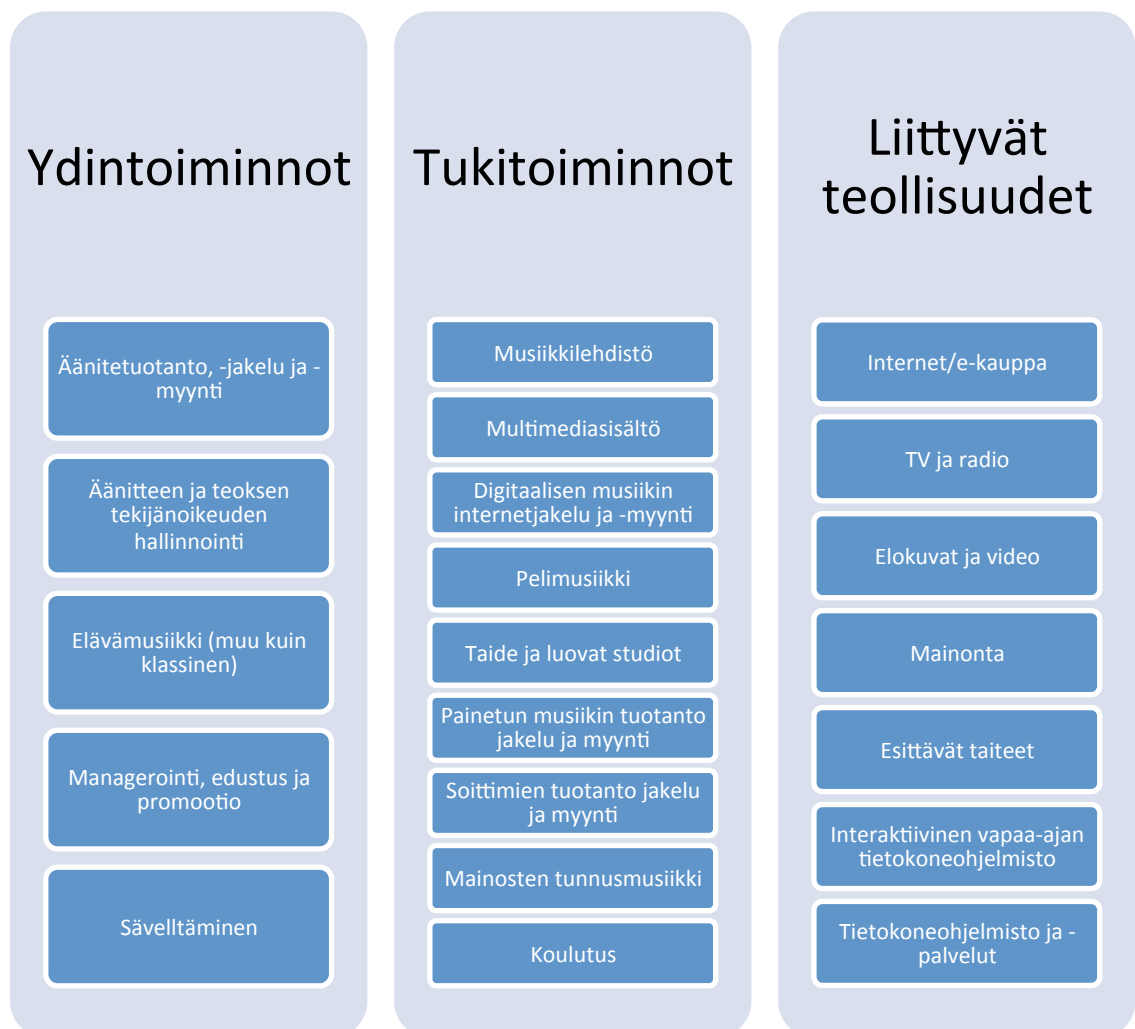
Neljäs vaikuttaja systeemiin on talous. Ensinnäkin eri maat ja alueet ovat erilaisia markkinoita ja niissä voivat päteä erilaiset säännöt. Lisäksi talouden yleinen tila vaikuttaa musiikkialaan, koska esimerkiksi lamassa ihmisillä on vähemmän rahaa käytettävänä ja musiikki kilpailee tästä vähästä muiden viihdetuotteiden kanssa. Myös esimerkiksi radion ja television, jotka olivat pitkään musiikkialan pääasiallisia promootiokanavia, on täytyntä sopeutua internetin tuomien uusien talouden toimijoiden haasteisiin (ibid: 38). **Viides** ja viimeinen systeemiin vaikuttava taho on Hull ym.in (2011: 39) mallin mukaan teknologia, jonka voi katsoa olevan hyvin lähellä taloutta. Teknologia on käytännössä mahdollistanut musiikin tallentamisen äänitteelle ja sen kuuntelemisen esimerkiksi kotona vinyyliltä ja näin luonut äänilevyteollisuuden liiketoiminnan edellytykset. Uudemmat teknologiat kuten mp3 ja suoratoistopalvelut ovat sittemmin muuttaneet ihmisten kulutustottumuksia suuresti ja näin vaikuttaneet myös itse musiikkialan toimintaan monilla eri tavoilla. Esimerkiksi fyysisten äänitteiden myynti on käytännössä romahtanut vuosien takaiseen ja uudet formaatit luovat myös lainsäädännöllisiä haasteita.

2.4.2 Sisäiset ja ulkoiset toimijat

Hull ym.in (2011) systeemitheoreettinen lähestyminen avaa musiikkialan jatkuvaa vuorovaikutusta ympäröivän maailman kanssa ja ottaa hyvin huomioon erilaiset elementit, joilla on vaikutusta systeemin toimintaan. Tämä tarkastelutapa ei kuitenkaan juurikaan avaa musiikkialan sisäisten toimijoiden funktiota eikä pureudu kovinkaan

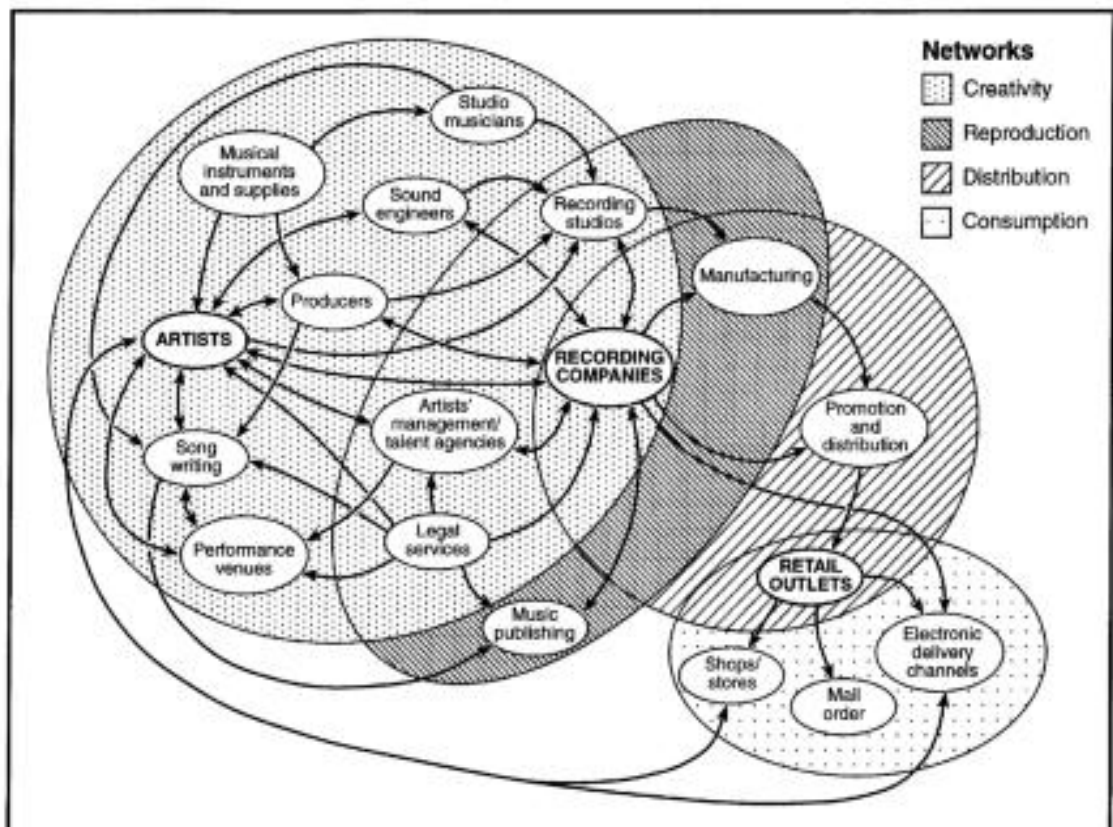
syvälle yksityiskohtiin näiden vuorovaikutussuhteisiin sisäisesti tai ulkopuolisten tahojen kanssa. Puhtaasti systeemiteoreettinen lähestymistapa onkin rahavirtojen tarkastelua varten liian laava.

Päästäkseen kiinni yksittäisiin rahavirtoihin pitää siis saada tarkempi kuva varsinaisen musiikkialan toimintalogiikasta ja löytää tapa järjestää ala sisäisiin ja ulkoisiin toimijoihin. Musiikkialan sisäistä toimintaa ja toimijoita on kuvattu ja järjestetty useilla eri tavoilla vuosien aikana ja esimerkiksi Iso-Britannian hallitus on vuonna 1998 (DCMS, 1998) jakanut musiikkialan toiminnot kolmeen eri kategoriaan. Nämä kategoriat ovat ydintoimintoiminnot (Core activities), tukitoiminnot (Supporting activities) ja liittyvät teollisuuden alat (Related industries). Kategorioihin kuuluvat varsinaiset funktiot on esitetty kuvassa 1.



Kuva 1. DCMS 1998. Creative Industries Mapping Document: Music. Department for Culture, Media and Sport, Lodon. Avattu: 5.8.2014

Engström ja Hellencreuz (2003) ovat käyttäneet hieman erilaista lähestymistapaa ja jakaneet musiikkialan vain kahteen eri osioon: musiikkialan organisaatioihin ja liittyviin teollisuudenaloihin. Musiikkialan organisaatioihin kuuluu tässä jaotellussa muun muassa levy-yhtiöt, tuottajat, studiot, musiikkikustantajat ja musiikkilehdistö. Liittyviin teollisuudenaloihin taas kuuluu esimerkiksi hotellit, ravintolat, valokuvaus ja radio- ja televisiolähetystoiminta (broadcasting). Iso-Britannian hallituksen ja Engströmin ja Hellencreuzin tekemissä määrittelyissä on jo keskenään eroja, kun esimerkiksi musiikkilehdistö on listattu ensimmäisessä tukitoimintoihin ja jälkimmäisessä alan organisaatioihin. Leyshon (2001) on puolestaan määritellyt musiikkialan neljään toisiinsa kytköksissä olevaan verkostoon. Nämä verkostot ovat luova-, monistus-, jakelu-, ja kulutusverkostot. Leyshonin malli on esitetty kuvassa 2.



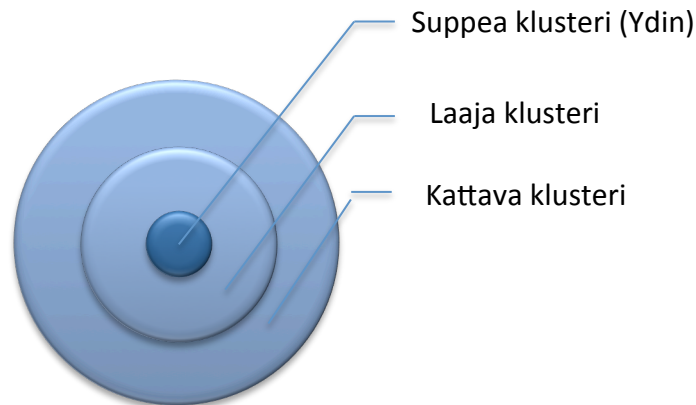
Kuva 2. Musiikkiteollisuuden verkostomalli. Lähde: Layshon, 2001.

Ainoita Suomessa tehtyjä selvityksiä on Pekka Oeschin (1998) tekemä tutkimus Suomen musiikkialasta ja sen rakenteesta. Oeschin selvitys painottuu alan yrityksiin, ja perustuu pitkälti tilastokeskuksen toimialaluokituksiin. Oesch jäsentää musiikkialan sen ytimeen, johon kuuluu äänitetuotanto ja ohjelmatuotanto sekä näihin välittömässä tai

välillisessä yhteydessä olevat toimijat. Esimerkiksi Leyshonin käyttämää verkostomallia Oesch pitää liian kapeana, koska verkostojen paikkaa toisiinsa voi vaihtaa. Oeschin mukaan musiikkialan ytimeen kuuluvat äänitysstudiot, nuottikustantajat, levy-yhtiöt, äänitallenteiden valmistus, äänitekauppa, ohjelma- ja konserttitoimistot, soitinrakennus ja -huolto, soitinkauppa, esitystekniikka, musiikkilehdet. Lisäksi Oesch tarkastelee näihin kiinteästi sidoksissa olevia tahoja eli radio- ja televisiotoimintaa sekä tekijänoikeusjärjestöjä. Oeschin mukaan ottamat toimialat pitävät sisällään monia erilaisia ja erikokoisia yrityksiä, jotka ovat usein limittyneitä ja myös osa samaa isompaa konsernia. Oesch huomauttaa selkeästi, että musiikkialan yrityksistä ei ole selkeitä tilastoja olemassa ja tilastolliset kriteerit antavat harhaanjohtavan kuvan alan todellisesta rakenteesta, koska päällekkäisyyksiä ja epätarkkuuksia on liian paljon. Lisäksi tutkimusaineistot sisältävät paljon oletuksia, joka entisestään heikentävät selvitysten luotettavuutta, jos halutaan tehdä tarkempia laskelmia alan luvuista (Oesch, 1998: 31-33).

2.4.3 Musiikkiklusteri

Musiikkialan toimijoita voi siis järjestellä eri tavoin riippuen tarkastelun tarkoituksesta, mutta yhteistä lähes kaikille näistä tavoista on alan jakaminen eri kerroksiin tai tasoille. Lähivuosina Suomen musiikkialaa tarkastellut Aku Alanen (2011) käyttää selvityksessään alasta klusterimallia. Tämän mallin mukaan musiikkiala voidaan käsittää klusterina, joka muodostuu toisiinsa linkittyneistä sektoreista. Klusteri ylesterminä tarkoittaa joukkoa samanlaisia kohteita, jotka kasvavat tai muulla tavoin pysyvät yhdessä. Klusterin osien ajatellaan useimmiten jollain tavalla hyötyvän keskinäisestä yhteydestään toisiinsa ja klusteriin kokonaisuutena (Tekes, 2009). Alanen (2011) määrittelee musiikkialalle kolme viitekehyseltään erillistä klusteria: suppean, laajan ja kattavan. Tämä malli on havainnoinut kuvassa 3.



Kuva 3. Musiikkialan klusterimalli. Alanen, 2011.

Jaottelun perusteena käytetään muusikin osuutta toimijan liikevaihdosta siten, että mitä kauemmas suppeasta klusterista eli musiikkialan ytimestä mennään, sitä pienempi osuus musiikkituotteilla on klusterin toimijoiden liikevaihdosta. Toisin sanoen, *suppea klusteri* kattaa siis vain toiminnot ja toimijat, joiden raha tulee pääosin musiikista. Alasen mukaan tähän kuuluu esimerkiksi säveltäminen, musiikkikustantaminen, äänitetuotanto, -jakelu ja -myynti sekä konsertit. Lisäksi ytimeen pitää laskea radio, koska puolet ohjelma-ajasta on musiikkia. Myös kuuntelulaitteet kuten iPod ovat mukana, koska niillä kuunnellaan pääosin musiikkia. Lisäksi Alasen mukaan tähän suppeaan klusteriin pitää laskea ehdottomasti koulutus, koska ilman sitä ei ole muita musiikin aloja. *Laajassa klusterissa* on mukana toimijat, jotka ovat välillisesti tekemisissä musiikin kanssa. Esimerkiksi televisio käyttää paljon musiikkia ohjelmissaan, mutta musiikin pitäminen television pääasiallisena tuotteena on vähintään kyseenalaista. Myös muita musiikin toistamiseen pystyviä elektronisia laitteita kuten tietokoneita ja kännyköitä myydään osittain musiikin avulla, mutta niiden ei voida katsoa olevan pääasiassa musiikkituotteita. *Kattavalla klusterilla* mukana on kaikki toimijat, joilla on vähänkään tekemistä muusikin kanssa ja tällöin puhutaan jo selkeästi musiikkialan taloudellisista kerrannaisvaikutuksista. (Alanen, 2011). Niin Suomen valtion kuin Euroopan Unioninkin tasolla on viime aikoina ollut suurta mielenkiintoa selvittää kulttuurialojen kerrannaisvaikutuksia muuhun yhteiskuntaan ja Suomessa työtä on tehty esimerkiksi Luova Suomi -hankkeen puitteissa (<http://www.luovasuomi.fi/tietoa>. Avattu 10.2.2012). Kaukana suppeasta klusterista arvon laskeminen on kuitenkin erittäin haastavaa, koska muuttujien määrä kasvaa ja syy-seuraus -suhteet ovat vaikeammin todennettavissa. Tässä tutkimuksessa

kerrannaisvaikutukset on rajattu ulkopuolelle.

3 Tutkimusmenetelmä

Tämän osion on tarkoitus selvittää, miten tutkielman varsinainen tutkimusosuus on tehty ja mitä menetelmiä on käytetty tiedon hankkimiseen. Osiossa käydään läpi tutkimuksen lähdemateriaalia sekä arvioidaan kriittisesti itse tutkimusprosessia.

3.1 Tutkimusmetodi

Tutkimuksen metodi on deskriptiivinen tapaustutkimus, jossa olemassa olevaa analyttistä mallia täsmennetään yhdistämällä siihen aiemmin tehtyä muuta tutkimusta aiheesta. Tutkimuksessa käytetään sekä kvalitatiivisia että kvantitatiivisia menetelmiä. Laine ym. (2007) kuvaavat tapaustutkimuksen päämäärää seuraavasti:

”Päämääränä lisätä ymmärrystä tutkittavasta tapauksesta ja olosuhteista, joiden lopputuloksena tapauksesta tuli sellainen kuin tuli.” (Laine ym, 2007: 10).

Kvalitatiivisen tapaustutkimuksen tavoite on selittää yksittäisen tapauksen monimuotoisuutta ja sitä on käytetty paljon psykologiassa, sosiologiassa, politiikan tutkimuksessa sekä taloustieteissä, kun on haluttu selvittää tietyn teollisuudenalan tai kaupungin rakennetta (Stake, 1995: xi; Yin, 2003). Tapaustutkimus on luonteeltaan holistinen analyysi tutkittavasta ilmiöstä ja suurinta osaa tällä metodilla tehdyistä tutkimuksista kuvaa kiinnostus sosiaalisiin prosesseihin, useiden menetelmien ja aineistojen käyttö sekä aikaisempien tutkimuksien hyödyntäminen (Laine ym, 2007: 9-10). Deskriptiivisessä tapaustutkimuksessa pyritään yleensä tutkimaan tietyn asian tämän hetkistä ilmentymää ja tietoa kerätään esimerkiksi kyselyin tai haastatteluin (Kothari, 2009: 1). Tämän tutkielman tutkimuskysymys, joka yhdistää jo teoreettiselta viitekehykseltään usein keskenään ristiriitaisiksi ymmärretyt kulttuurin ja talouden konseptit sekä pyrkimys tutkimuskohteen perusteelliseen jäsentämiseen luo pohjan laadulliselle tapaustutkimukselle metodina. Tapaustutkimuksella voidaan paneutua

yksityiskohtaisesti pieneen osa-alueeseen– tässä tapauksessa musiikkialaan - ja tutkia, miten se on organisoitunut ja miten tulonmuodostus alan sisällä rakentuu ja onko siitä saatavissa riittävästi tietoa. Mikäli tietoa on tarpeeksi, voidaan kvantitatiivista tutkimusta käyttämällä laskea minkä suuruinen tulo kokonaisuudessaan on lopulta kyseessä.

Tapaustutkimuksessa voidaan käyttää teoriaa ja analyyttisiä kehyksiä ohjaamaan aineiston keruuta ja analyysiä ja tämän kaltainen aineistolähtöinen tutkimus pyrkii yleensä kehittämään uutta tai olemassa olevaa teoriaa. Ideat ja analyyttiset kehykset tulevat tapaustutkimuksessa usein aiemmista tutkimuksista sekä tutkijan omista ideoista (Laine ym. 2007). Analyyttisen mallin käyttäminen tapaustutkimuksessa on myös perusteltua, koska teoreettisille ideoille perustuvat analyyttiset kehykset vievät abstrakteja ideoita lähemmäs empiiristä tutkimuskohdetta sekä ohjaavat myös valintaa siitä, mitkä ovat tutkimuksen kannalta olennaisia aineistohavaintoja (ibid). Erilaiset analyyttiset kehykset voidaan jakaa niiden tarkkuuden perusteella, joka puolestaan juontaa käytettävästä tutkimusmenetelmästä. Kvalitatiivisessa tapaustutkimuksessa analyyttinen kehys voi olla väljä ja tutkimuksen edetessä kerättävä aineisto määrittelee millaisia käsitteitä, kategorioita ja luokkia tulee käyttää aineiston jäsentämiseksi ja analysoimiseksi. Kehyksen luominen etenee yleensä laajemmasta tarkempaan ja esimerkiksi kirjallinen materiaali tai haastattelut voivat toimia kehystä tarkentavana aineistona. Alkuperäistä tarkemman kehyn luominen voikin olla laadullisen tutkimuksen varsinainen tarkoitus ja lopputulos. (Stake, 1995: 88).

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa pyritään vastaamaan kysymyksiin määrästä; kuinka paljon, miten usein tai esimerkiksi missä suhteessa. Analysoitava aineisto perustuu mittaamiseen ja on numeerista antaen kuvan muuttujien välisistä eroista tai esimerkiksi riippuvuussuhteesta (Vilkka, 2007: 13). Analyyttisen viitekehyn tulee kvantitatiivisessa tutkimuksessa yleensä olla mahdollisimman tarkka jo aluksi, jotta tutkimusaineisto pystytään rajaamaan selkeästi. Kehys pysyy yleensä myös muuttumattomana koko tutkimuksen ajan, jotta tutkimustulokset ovat luotettavia. Aineistolla testataan usein erilaisia hypoteeseja ja mikäli analysoidut luvut eivät istu mallin pohjalta luotuun hypoteesiin, on tärkeää, että tarkastetaan ensisijaisesti käytettyä

mallia eikä lukuja. (Stake, 1995. s. 87).

Tässä tutkimuksessa käytetään analyyttisenä viitekehyksenä Aku Alasen (2011) klusteri-mallia musiikkialan rajaamiseksi suppeaan klusteriin tutkimuskysymyksen edellyttämällä tavalla. Tutkimuksen kvalitatiivisen osion tarkoitus on syventää olemassa olevaa teoriaa eli tässä tapauksessa Alasen mallia selvittämällä ja jäsentämällä suppean klusterin toimijat olemassa olevan kirjallisen aineiston avulla. Musiikkialan toimijoiden liiketoimintalogiikkaa tutkitaan tarkasti, jotta saadaan käsitys niiden roolista ja tulonmuodostuksesta suhteessa muihin toimijoihin. Liiketoimintalogiikan tarkastelun perusteella suppeaa klusteria tutkitaan ja jäsennetään rahavirtojen näkökulmasta ja suppealle klusterille ulkopuolelta tulevat rahavirrat jaotellaan niiden syntymekanismien perusteella. Tämä rahavirtojen kategorioihin perustuva jaottelu toimii täsmennettynä analyyttisenä mallina suppean klusterin kokonaisarvon laskemiseksi.

Tutkimuksen kvantitatiivisessa osiossa suppean klusterin rahavirroista kerätään tietoa mahdollisimman kattavasti ja tarkasti aiemmin luodun analyyttisen mallin mukaisesti, jonka jälkeen niistä lasketaan musiikkialan suppean klusterin kokonaisarvo. Mallin testaamisen kannalta olennaisinta on, että tarvittavat luvut on mahdollista löytää ja sikäli, kun kaikkia lukuja ei ole suoraan saatavissa, pyritään tutkimaan onko olemassa tapa saatavissa olevien lukujen soveltamiseen tyydyttävään lopputulokseen pääsemiseksi. Toistamalla kvantitatiivinen tutkimus kahdelle erilliselle vuodelle osoitetaan sen pätevyys nostaa esiin muutoksia tapauksessa eri aikoina.

3.2 Tutkimusaineisto ja analyysi

Tutkielman tutkimusaineistona toimi kirjallinen materiaali sekä kirjallisuuden että erilaisten raporttien ja artikkeleiden muodossa. Lisäksi tutkimuksessa haastateltiin musiikkialalla toimivia henkilöitä.

Kirjallisena aineistona käytettiin kvalitatiivisen tutkimuksen osalta musiikkialaa

käsittävää teoreettista kirjallisuutta, jonka avulla haettiin malli suppean klusterin jäsentämiseksi. Aineistoa käytiin läpi ensin pääpiirteissään ja pyrittiin löytämään yhtenevyyksiä eri lähteiden tavassa jäsentää musiikkialan toimijoita. Yhtenevän tavan löydyttyä se valittiin lähtökohdaksi seuraavaan vaiheeseen, jossa toimijoita ja niiden keskinäisiä suhteita tutkittiin tarkoituksena nostaa esiin toimijoiden yksityiskohtainen liiketoimintalogiikka ja tulonmuodostus, joiden perusteella luotiin täsmennetty analyttinen malli suppean klusterin rahavitojen laskemiseksi.

Kvantitatiivisessa osiossa, jossa täsmennettyä mallia testattiin, käytettyjen lukujen lähteenä on pääosin erilaiset vuosikertomukset ja –katsaukset, jotka ovat musiikkialan toimijoiden etujärjestöjen keräämiä ja julkisesti saatavilla. Julkisten lukujen käyttäminen on tärkeää sekä tutkimuksen uskottavuuden että toistettavuuden kannalta sillä lukujen ollessa julkisesti saatavilla, voivat ulkopuoliset tahot tarkastaa niiden paikkansapitävyyden ja niiden pohjalta tehdyt laskelmat voidaan toistaa kohtuullisen vaivattomasti ja nopeasti vuosittain. Hannu Tolvasen (2012) julkaisu musiikkialan tilastoinnista on toiminut hakuteoksena lukujen löytämiseksi.

Haastatteluita on käytettiin tutkimusaineiston saamiseksi pääosin tutkimuksen kvantitatiivisessa osiossa. Kun kirjallisen aineiston pohjalta ei pystytty suoraan löytämään tarvittavia lukuja, haastateltiin alan toimijoita lisätiedon saamiseksi ja haastateltavien avulla on etsitty mallia tarvittavien lukujen laskemiseksi. Haastateltavat henkilöt olivat pääsääntöisesti etujärjestöjen työntekijöitä, jotka olivat keräämässä kirjallisista aineistoista löytyviä lukuja. Haastattelut toteutettiin pääosin sähköpostiin välityksellä vuosien 2012 ja 2013 aikana tutkimuksen edetessä, kun haettiin vastauksia ja tarkennuksia yksityiskohtaisiin ongelmiin lukuja analysoitaessa.

Kvantitatiivisen analyysissä, jossa musiikkialan lukuja laskettiin ei tarvittu monimutkaisia menetelmiä vaan pärjättiin yksinkertaisilla yhteen-, vähennys- ja kertolaskutoimenpiteillä.

3.3 Tutkimusprosessin kriittinen arviointi

Kuten johdannossa mainittiin, musiikkialalla on ollut iso tarve saada kvantitatiivista tietoa alan numeroista ja kokonaisarvosta. Tämä tarve juontaa alan toimijoiden tarpeesta saada vertailukohtaa muihin teollisuuden aloihin sekä luultavasti etujärjestöjen tarpeesta puolustaa asemaansa julkisten tukien saajana. Tämänkin tutkielman alkusysäys oli Music Finlandin tarve saada selkoa näihin asioihin. Näin ollen eräs kriittisen tarkastelun kohde tässä tutkimuksessa on analyysissä käytettyjen numeroiden luotettavuus. Tutkielmassa käytetyt luvut ovat musiikkialan etujärjestön keräämiä ja vaikka ei esittäisikään, että niitä on suoranaisesti vääristelty, niiden voisi ajatella olevan esitetty mahdollisimman positiivisessa valossa. Kuitenkin, koska tutkimuksessa käytetyt luvut ovat julkisesti saatavilla ja niiden tilastojat ovat vastuussa myös asiakkailleen, joille rahoja tosiasiallisesti tilitetään, voidaan olettaa riittävässä määrin lukujen olevan totuudenmukaisia.

Myös tutkimuksen oma suhde tutkittavaan asiaan voi vaikuttaa tutkimuksen suorittamiseen ja lopputulokseen. Koska tämän tutkielman tekijä on itse töissä musiikkialalla ja asioi säännöllisesti esimerkiksi alkuperäisen selvityksen tilaajan kanssa tukien saamiseksi, voidaan hänen luotettavuutensa asettaa kyseenalaiseksi. Tutkijalla on kuitenkin ammatillisesta asemastaan musiikkikustantajana erittäin rajoitetut mahdollisuudet vaikuttaa kokonaisen alan lukuihin ja jälleen, koska käytetyt luvut ovat pitkälti julkisesti saatavilla ja niiden lähteet on selkeästi ilmoitettu, niiden ulkopuolinen todentaminen on kohtuullisen helppoa. Tässä tutkimuksessa luvut on myöskin esitetty niin kuin ne on aineistoa tutkimalla kerätty ja jos niitä on muokattu, perusteet ja menetelmät muokkaukselle on esitetty seikkaperäisesti. Toisaalta tapaustutkimuksessa tutkijan läheisestä suhteesta tutkimuskohteeseen voi olla myös hyötyä, koska se saattaa mahdollistaa aineiston paremman ymmärtämisen ja tutkijan omien ideoiden tuomisen analyysiin tätä kautta (Stake, 1995: 37; 99).

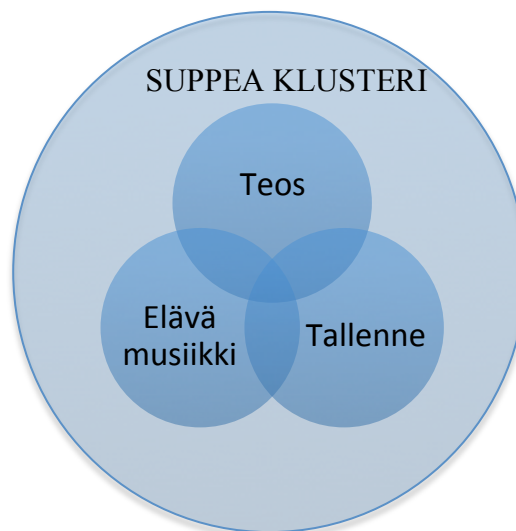
4 Case: Suomen musiikkialan suppean klusterin talous 2011 ja 2012

Tämä osio esittelee tutkimuksen tapauksen, Suomen musiikkialan ja sen talouden. Aluksi avataan musiikkialan rakennetta esitellen sen toimijat ja näiden erilaisia funktioita sekä keskinäisiä toimintasuhteita. Tämän jälkeen sovelletaan tutkimuksen metodisena pohjana olevaa analyttistä viitekehystä ja pyritään muodostamaan järjestetty ja rajattu malli alan rakenteesta sekä asettamaan eri toimijat tähän malliin. Seuraavassa vaiheessa esitellään tietoa tutkimuskysymyksen suhteen oleellisten alan toimijoiden luvuista ja näiden taustoista vuosina 2011 ja 2012 sekä vertaillaan näitä keskenään. Osion lopuksi tutkimukselle oleellisten toimijoiden luvut lasketaan yhteen ja muodostetaan alan kokonaisarvo vuosina 2011 ja 2012.

4.1 Suppea klusteri

Tässä tutkielmassa musiikkialan rakenteen lähtökohdaksi otetaan Alasen klusterimalli keskittyen sen esittelemään suppeaan klusteriin – musiikkialan ytimeen. Klusterimalli soveltuu tähän tutkimukseen analyttiseksi lähtökohdaksi hyvin, koska sen tarkoitus on tarkastella musiikkialaa nimenomaan rahavirtojen kannalta. Malli erottelee musiikkialan toimijat niiden ansaintalogiikan perusteella ja käyttää puhtaasti musiikista saatavaa rahaa perusteena jakaa toimijat musiikkialan ytimeen ja sen ulkopuolelle. Malli on hyvä viitekehys, mutta Alanen ei selvityksessään perustele suppean klusterin koostumusta kovinkaan analyttisesti ja käyttää pitkälti tilastokeskuksen toimialaluokituksia tai yritysrekisterin tietoja relevanttien toimijoiden poimimiseen ja tekee näiden pohjalta erilaisia arvioita puhtaasti musiikin osuudesta toimijoiden liikevaihdosta. Kuitenkin kuten Oeschkin (1998) omassa selvityksessään toteaa, puhtaasti tilastolliset menetelmät voivat antaa harhaanjohtavan kuvan alan todellisesta rakenteesta, koska oletuksia ja päällekkäisyyksiä on liikaa. Jos siis halutaan saada vieläkin tarkempi kuva todellisesta rakenteesta, pitää yksittäisten toimijoiden toimintaa ja suhteita tarkastella vielä tätäkin syvemmin.

Kuten Alanen (2011) mallissaan määrittelee, musiikkiklusteri muodostuu toisiinsa linkittyneistä sektoreista. Sektorilla yleisterminä tarkoitetaan klusterin osaa, joukkoa toimijoita, jotka jakavat samankaltaisen toimintalogiikan ja kunkin sektorin sisällä samankaltaiset toimijat ovat yleensä kilpailuasetelmassa toisiinsa nähden (Hietanen ym., 2009). Erilaisia sektoreita löytyykin musiikkiklusterin jokaiselta tasolta, mutta mentäessä aivan musiikkialan ytimeen se voidaan jakaa kolmeen erilliseen ja toisistaan erottamattomasti riippuvaan sektoriin: kustantaminen, äänitetuotanto ja elävä musiikki (Wikström, 2009: 49) . Tämä on myös Hull ym. (2011) esittämä toinen musiikkialan tarkastelutapa, joka perustuu ulkoisten voimien sijaan alan sisäisiin rahavirtoihin. Jokaisen sektorin ytimessä on tuote, palvelu tai myyntiartikkeli, jolle koko sektorin ansaintalogiikka perustuu. Kustantamisen ytimessä on musiikkikappale eli teos, äänitetuotantosektorin musiikkitalenne ja elävässä musiikissa yksittäinen esiintyminen (Hull ym., 2011: 111-164). Voidaankin siis puhua teos-, tallenne-, ja elävä musiikki – sektoreista. Sektorit ja niiden linkittyneisyys on havainnollistettu kuvassa 4 ja seuraavissa kappaleissa tarkastellaan jokaisen sektorin toimintaa ja toimijoita yksityiskohtaisemmin.



Kuva 4. Suppean klusterin sektorit.

4.1.1 Teos

Teos-sektori perustuu musiikin säveltäjien, sanoittajien ja sovittajien luomalle musiikkikappaleelle eli teokselle. Teoksen luominen käsittää varsinaisen taiteellisen

prosessin ja tutkielman teoreettisessa viitekehyksessä tämän voidaan ajatella kuuluvan kulttuurin C-määritelmään (ks. sivu 8). Musiikkialan liiketoiminnan kannalta olennainen on kuitenkin säveltäjille ja sanoittajille luomaansa teokseen syntyvä tekijänoikeus (Hull ym., 2011). Tekijänoikeuden idea on suojella teosta ja sen tekijöitä sekä varmistaa luovan työn tekijän toimeentulo. Tekijänoikeus syntyy lain perusteella automaattisesti eikä sen saadakseen tarvitse tehdä erillisiä rekisteröintejä tai muita toimenpiteitä (www.tekijanoikeus.fi). Termi tekijänoikeus on englanninkielellä ”copyright” eli kopio-oikeus ja tarkoittaa kirjaimellisesti teoksen luojan oikeutta tehdä teoksestaan kopioita sekä määrätä näiden mahdollisesta käytöstä (Krasilovski ym, 2007: 90) . Teoksen sanotaan usein olevan koko musiikkialan ensimmäinen ilmentymä ja ilman sitä ei olisi mitään mitä esittää tai äänittää eikä muita musiikkialan sektoreita voisi näin ollen syntyä (Hull ym. 2011:).

Teoksella on siis taiteellinen arvo ja tekijänoikeus jo syntyessään, mutta kaupallinen arvo syntyy siinä vaiheessa, kun teosta käytetään erilaisissa yhteyksissä ja käyttöä vastaan maksetaan korvauksia teoksen tekijänoikeuden omistajille (Hull ym., 2011). Gammonsin (2011) mukaan teoksella on neljä erillistä tulovirtaa perustuen erilaisiin käyttöihin. Ensimmäinen näistä on mekanisointikorvaus, joka maksetaan teoksen käytöstä tallenteella. Käytännössä tämä tarkoittaa yleensä, että levy-yhtiön kiinnittämä artisti esittää levyllään teoksen ja levyä monistetaan myytäväksi kuluttajille. Kun puhutaan teoksesta ja tallenteesta, on selvyuden vuoksi tärkeä erotella nämä musiikkialan kaksi erillistä tekijänoikeutta, joiden sekä Hull ym. (2011) että Gammons (2011) mainitsevat menevän ihmisillä usein sekaisin. Sekaannus syntyy siitä, että teos ja tallenne ovat toisistaan riippuvaisia, mutta niillä on erillinen tekijänoikeus, joiden omistajat ovat usein eri tahot. Teoksen omistaa teoksen tekijät ja mahdollisesti kustantaja, kun taas tallenteen omistaa lähtökohtaisesti sen tuotannon rahoittava ja julkaiseva levy-yhtiö sekä mahdollisesti artisti ja tuottaja (Hull ym., 2011). Tähän palataan vielä myöhemmin tallenne-sektoria tarkasteltaessa.

Varsinaisesti mekanisointikorvausta ei makseta vielä teoksen sisällyttämisestä tallenteelle vaan vasta, kun tallennetta kopioidaan esimerkiksi myyntitarkoitukseen. Tällöin korvaus maksetaan jokaista kopiota kohden. Mekanisointimaksun maksaa

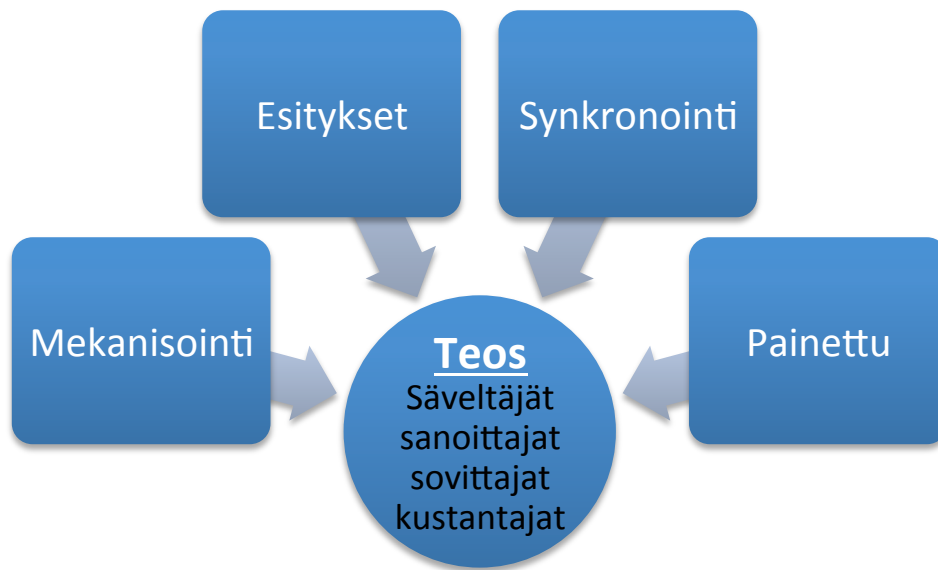
tallenteen tuottaja riippumatta tallenteen formaatista, mutta maksun määrä saattaa vaihdella esim. fyysisen CD-levyn ja pelkän digitaalisen kopion välillä. Mekanisointimaksut laskuttaa ja maksaa eteenpäin yleensä tekijänoikeusjärjestöt, joille teoksen omistajat ovat ulkoistaneet tämän toiminnon, koska jokaisen yksittäisen teoksen lisensoiminen kaikkiin käyttötarkoituksiin olisi käytännössä erittäin vaikeaa. Joissain tapauksissa ja maissa näitä korvauksia kerää edelleen myös suoraan kustantaja. Se mihin kaikkiin käyttöihin maksu kohdentuu, maksun laskentaperuste ja suuruus vaihtelevat kaikki maittain ja esimerkiksi Iso-Britanniassa mekanisointimaksu lasketaan fyysisten tallenteiden osalta prosenttiosuutena tukkumyyntihinnasta (PPD – Published Price for Dealers) ja on 8,5% yksikköä kohden. Digitaalisten myyntien osalta taas käytetään vähittäismyyntihintaa, josta teoksen omistajien osuus on 8% myytyä yksikköä kohden. Iso-Britanniassa nämä korvaukset kerää ja tekijöille tekijänoikeusjärjestö PRS. (Gammons, 2011)

Toinen tulovirta teoksista perustuu niiden julkiselle esittämiselle. Tyypillisimmillään tämä tarkoittaa radiossa tai televisiossa soitettua musiikkia, josta kanavat maksavat käyttökorvauksia (Gammons, 2011). Lisäksi tähän liittyy musiikin myös käyttö näitä kanavia pitkin muussa kaupallisessa käytössä kuten yökerhoissa, takseissa tai vaikka kauppojen taustamusiikkina. Jos esimerkiksi kampaamossa soitetaan radiosta musiikkia, luokitellaan tämä kaupalliseksi käytöksi, jolloin käyttökorvauksen maksavat erikseen sekä teosta soittava radiokanava että radiokanavaa auki pitävä kampaamo (Hull ym., 2011). Kuinka suuri vaikutus musiikin soittamisella on esimerkiksi juuri kampaamon myyntiin on mielenkiintoinen kysymys, mutta tällöin mennään jo selkeästi suppean klusterin ulkopuolelle kerrannaisvaikutuksiin, jotka on tästä tutkielmasta rajattu ulkopuolelle. Eri kanavien ja kaupallisten käyttäjien maksamat korvaukset voivat erota suurestikin ja mitään yhtä laskentaperustetta ei ole vaan nämä perustuvat yleensä sopimuksiin teoksen oikeudenomistajien ja käyttäjien välillä. Myös julkisen esittämisen osalta lupien myöntäminen jokaiselle käyttäjälle erikseen olisi teoksen tekijöille ja kustantajille käytännössä mahdotonta, joten useimmissa tapauksissa käytön ehdot ja hinnat myöntää tekijänoikeusjärjestöt ja nämä myös tilittävät kerätyt korvaukset eteenpäin teoksen oikeudenomistajille (ibid). Perinteisten kanavien kuten radion ja TV:n rinnalle on tullut sittemmin esimerkiksi internet-kanavat kuten ja YouTube ja suoratoistopalvelut kuten Spotify. Myös näissä käyttökorvaukset menevät yleensä

tekijänoikeusjärjestöjen kautta sopimuksilla, mutta teknisesti laskenta saatetaan tehdä osittain esityskorvauksina ja osittain mekanisointimaksuina (Gammons, 2011). Teoksen julkista esittämistä on myös konsertit ja muut elävän musiikin tapahtumat, joista niistäkin maksetaan korvauksia esitetyn teoksen omistajille. Tällöin maksaja on konsertin järjestäjä kuten festivaali tai yökerho ja maksut menevät tekijänoikeusjärjestöjen kautta (Wikström, 2009: 57).

Kolmas tulovirta muodostuu teoksen käytöstä liikkuvan kuvan yhteydessä jolloin puhutaan synkronoinnista. Tämä tulovirran merkitys on kasvanut viime vuosina, kun tallenteiden myynti on hiipunut ja oikeudenomistajat ovat pyrkineet löytämään uusia käyttömahdollisuuksia teoksilleen. Synkronointi on käytännössä musiikin käyttämissä esimerkiksi elokuvissa, tv-sarjoissa, mainoksissa tai peleissä (Hull ym., 2011). Korvaus synkronoinnista maksetaan yleensä kertakorvauksena, jonka lisäksi lopputuotosta esittävät kanavat maksavat julkisesta esityksestä esityskorvauksia, kuten aiemmin kuvattiin. Kertakorvauksen suuruus riippuu täysin käyttötarkoituksesta ja –laajuudesta ja voi olla muutamista sadoista euroista satoihin tuhansiin (Gammons, 2011). Tommi Tuomaisen (2012) mukaan synkronointiin tulee yleensä kysyä lupa suoraan teoksen oikeudenomistajilta ja tekijät saattavatkin asettaa rajoituksia teostensa liittämiseen esimerkiksi uskonnollisten tai pornografisten sisältöjen yhteyteen. Myös luvat esimerkiksi teosten suoraan yrityskäyttöön internetissä tulee kysyä teoksen oikeudenomistajilta ja tällainen käyttö on yleistynyt viimeaikoina. Korvaus käytöstä maksetaan joko tekijänoikeusjärjestön kautta tai oikeudenomistajat laskuttavat käytön suoraan, jolloin puhutaan suoraisenoinnista. Tiettyyn tarkoitukseen varta vasten sävelletty musiikki eli tilausmusiikki menee myös tähän kategoriaan (Tuomainen, 2012).

Neljäs tulonlähde teoksesta on niiden painettu muoto, joka on käytännössä nuotit tai esimerkiksi karaoke-videossa käytetty kappaleen lyriikka. Nuotit ovat historiallisesti ensimmäinen tulonlähde teoksista, mutta nykypäivänä niiden merkitys on huomattavan pieni verrattuna muihin tulonlähteisiin. Lupa nuottien julkaisemiseen pitää kysyä suoraan teoksen oikeudenomistajilta ja he myös laskuttavat korvaukset suoraan (Hull ym., 2011). Yhteenveto teoksista tulevista tulovirroista on esitetty kuvassa 5.



Kuva 5. Teossektorin tulovirrat.

Musiikin säveltäjien ja sanoittajien lisäksi teosten kaupallisesta hyödyntämisestä puhuttaessa tulee lisäksi huomioida musiikkikustantajat, jotka on tässäkin aiemmin ohimennen mainittu. Kustantajan rooli on toimia musiikin tekijöiden edustajana ja osaoikeudenomistajana musiikkikäyttäjien suuntaan. Kustantaja pyrkii hankkimaan teoksia katalogiinsa ja kaupallistamaan niitä sekä markkinoimaan edustamiensa musiikin tekijöitä. Käytännössä teoksia hankitaan säveltäjiltä ja sanoittajilta kustannussopimuksella, jolla tekijät luovuttavat osan teoksiensa kaupallisista oikeuksista kustantajalle, joka hallinnoi näitä oikeuksia ja pyrkii saamaan niitä esimerkiksi artistien levyttämiksi, mainoksiin, peleihin ja muuhun kaupalliseen käyttöön. Kustantaja saa näitä palveluitaan vastaan osan tekijälle kuuluvista tekijänoikeustuloista. Myös suurin osa kustantajien tuloista tuloutetaan tekijänoikeusjärjestöjen kautta, mutta osan kustantajat laskuttavat suoraan käyttäjiltä, kuten usein esimerkiksi synkronointikäytössä (Gammons, 2011). Vuonna 2013 kansainvälisiä suuria musiikkikustannusyhtiöitä eli niin sanottuja major-kustantajia oli kolme: Sony/ATV Music Publishing, Universal Music Publishing Group ja Warner/Chappell. Nämä suuret yhtiöt omistavat kustannusoikeudet suureen osaan kaikista tehdyistä teoksista, mutta näiden lisäksi on olemassa tuhansia pieniä kustannusyhtiöitä (Music & Copyright, 2014). Tuomaisen (2014) mukaan maailmalla suurin osa julkaistuista teoksista onkin kustannettuja, mutta Suomessa erittäin suuri osa on tekijöiden itsensä hallinnoimia eli niin sanottuja manus-teoksia, joka on kotimaisen

markkinamme erityispiirre.

4.1.2 Tallenne

Tallenne-sektori perustuu artistin esittämän teoksen tallentamiseen äänitteelle ja äänitteiden kopioiden myymiseen kuluttajille tai lisensoimiseen erilaisiin käyttötarkoituksiin. Kuten aiemmin mainittiin, teoksella ja tallenteella on erilliset tekijänoikeudet ja tyypillisesti tallenteen tekijänoikeuden – ja näin ollen kopio-oikeuden - omistaa sen tuotannon rahoittanut taho, kun taas tallenteella esitetyt teokset omistaa niiden tekijät ja heidän kustantajansa. Tallenteella esiintyvä artisti voi tietysti olla myös ainakin yksi teoksen säveltäjästä, jolloin hänelle kuuluu osaltaan teoksista saatavat mahdolliset tulot. Toisin sanoen kaikki mahdolliset tallenteesta tulevat tulot kohdistuvat tallenteen omistajille, mutta tallenteen omistaja ei välttämättä saa mitään tuloa teoksesta. Näillä eri tekijänoikeuksilla on historiallisestikin hyvin erilaiset taustat, kun teokset ovat nauttineet suojaa jo vuodesta 1891 ja tallenteet vasta vuodesta 1971 eteenpäin. (Hull ym., 2011)

Tallenne-sektorin ytimessä on levy-yhtiö, jonka rooli on kiinnittää artisteja ja olla heidän tallenteensa taloudellinen tuottaja sekä julkaisija (Hull ym., 2011). Levy-yhtiöiden rooli musiikkialalla on ollut keskeinen aina äänitteen keksimisestä lähtien ja usein musiikkiteollisuudesta puhuttaessa tarkoitetaan usein nimenomaan levy-yhtiö -toimintaa (Oesch, 1998: 61). Vuonna 2013 maailman tallennemarkkinoita hallitsi kolme kansainvälistä niin sanottua major-yhtiötä, jotka ovat Universal Music Group, Sony Music Entertainment ja Warner Music Group. Näiden yhteenlaskettu markkinaosuus oli noin 75 prosenttia kokonaismarkkinoista. Loput 25 prosenttia ovat tuhansien itsenäisten levy-yhtiöiden hallussa (Music & Copyright, 2014).

Tärkeä levy-yhtiön funktio on A&R, joka tulee sanoista ”Artist & Repertoire”. A&R – henkilö pyrkii hankkimaan levy-yhtiölle tallenteita solmimalla artistien kanssa levytyssopimuksia (Barrow & Nevby, 1994). A&R -henkilö tunnetaan Suomessa yleensä tuotantopäällikkö –nimikkeellä ja hän on lopullisessa vastuussa tallennetuotannon kaikista vaiheista aina julkaisuun asti (Halonen, 2012).

Tuotantopäällikkö onkin tärkeä portinvartija, koska heitä pääsevät tapaamaan vain pieni osa julkaistuksi artistiksi haluavista kokelaista ja mikäli tuotantopäätös tehdään, on siitä vielä pitkä matka menestyväksi artistiksi (Wikström, 2009: 55). Solmittuaan levytyssopimuksen tuotantopäällikkö etsii artistille taiteellisen tuottajan (vrt. taloudellinen tuottaja), jonka kanssa artisti työskentelee äänitysstudioissa lopullisen tuotteen aikaansaamiseksi. Äänitysstudio ja siellä työskentelevät ihmiset ovat osa musiikkituotannon taiteellista prosessia. Taiteellinen tuottaja työskentelee artistin kanssa ja on vastuussa äänityslaitteiston käyttämisestä ja taiteellisesta lopputuloksesta. Tuottajan lisäksi studioissa työskentelevät äänitteellä esiintyvät artistit ja muusikot sekä usein musiikkikappaleiden säveltäjät ja sanoittajat. Tuottajaa auttamassa voi vielä olla esimerkiksi erillinen äänittäjä, miksaaja ja masteroija, joka saattaa äänitteen lopulliseen tekniseen muotoonsa ennen monistamoon lähettämistä. (Newell, 2008) . Aina 80-luvulle asti studiot olivat lähinnä isojen levy-yhtiöiden omistamia ja niissä työskentelivät koulutetut ammattilaiset. Tämä tarkoitti, että varsinaiseen studiotyöskentelyyn päästiin, kun tuotantopäällikkö kiinnostui artistista ja onnistui vakuuttamaan levy-yhtiön johdon tämän kaupallisesta potentiaalista, jolloin kalliiseen studioaikaan löytyi rahoitus (Wikström, 2009: 55). Sittemmin digitaalinen teknologia on pitkälti syrjäyttänyt kalliit fyysiset laitteet ja studion pystyttämistä on tullut huomattavasti halvempaa, mikä on mahdollistanut kotistudioiden syntymisen (Newell, 2008). Kotistudioiden myötä yhä useampien on ollut mahdollista kokeilla musiikin tekemistä ammattimaisessa ympäristössä ja nykyään tuottaja ja artisti työskentelevät usein musiikkinsa parissa keskenään ja saattavat materiaalin lähes julkaisukelpoiseksi ennen kuin esittelevät sen levy-yhtiöille. Näin taiteellinen tuottaja tekee käytännössä itsenäistä A&R –työtä ilman levy-yhtiön tukea ja sopimusta. Tällöin tarkoituksena on yleensä saada myytyä artistin valmis master-äänite myydyksi levy-yhtiölle ja saada aikaan parempi sopimus kuin pelkän artistisopimuksen tekemällä (Newell, 2008)

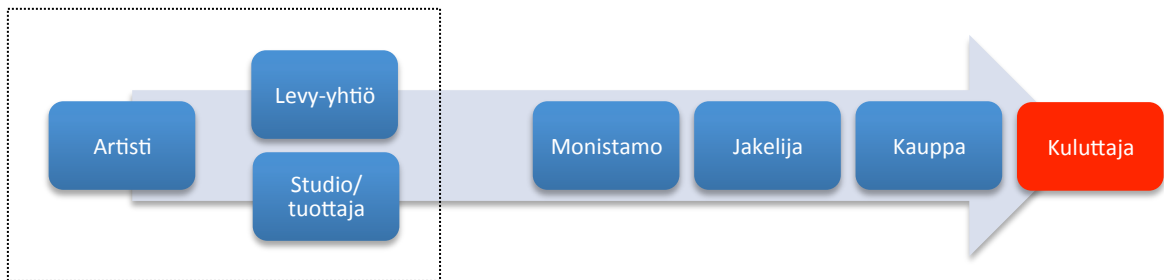
Levy-yhtiön muihin funktioihin kuuluu muun muassa artistin ja hänen äänitteensä markkinointi ja promootio, jotka alkavat yleensä lähellä tallenteen valmistumista ja niiden tarkoitus on lisätä yleisön tietoutta artistista julkaisun lähestyessä (Oesch, 1998: 61). Promootion tavoitteista olennaisin on artistin musiikin saaminen radiosoittoon, joka on edelleen tärkein kanava artistin läpilyömiseksi. Tämän lisäksi tärkeä kanava on internet ja erityisesti sosiaalisen median palvelut, joiden merkitys on kasvanut viime

vuosina huomattavasti. Muita markkinoinnin keinoja ovat esimerkiksi mainostus erilaisissa medioissa ja lehtihaastattelut (Hull ym., 2011). Promootion onnistuessa, kuten esimerkiksi artistin kappaleen päätyessä radiosoittoon, sen vaikutukset näkyvät myynissä, mutta sillä saattaa olla myös suoria tulosvaikutuksia levy-yhtiölle. Tähän palataan myöhemmin tässä osiossa.

Korvauksen työstään levy-yhtiö saa useasta eri lähteestä. Ensimmäinen ja perinteisin näistä on tallenteiden myynti kuluttajille. Tallenteet ovat perinteisesti olleet fyysisessä muodossa kuten vinyylinä, kasettina tai CD-levynä. Studioissa tehtyä alkuperäistä fyysistä tallennetta monistetaan ja kopioita myydään kuluttajille musiikkilevyjä myyvissä kaupoissa. Historiallisesti levy-yhtiöiden toiminta onkin perustunut käytännössä yksinomaan fyysisten tallenteiden myynnille (Hull ym., 2009). Suosituimpien artistien kuten esimerkiksi The Beatlesien levyjä on myyty vuosien saatossa satoja miljoonia kappaleita, jolloin tuotantokustannusten osuus suhteessa tuottoihin on marginaalisen pieni ja voitot ovat olleet huimia (www.CNNMoney.com). Wikström (2009: 64-65) selittää, että 2000-luvun jälkeen teknologia on kuitenkin muuttanut musiikkiteollisuutta merkittäväällä tavalla. Internetin ja täysin digitaalisten formaattien myötä fyysisen levy-yhtiöiden perinteisen myyntiartikkelin, fyysisen levyn, merkitys on laskenut dramaattisesti ja asettanut kyseenalaiseksi koko perinteisen levy-yhtiötoiminnan merkityksen. Suurimpia yksittäisiä virstanpylväitä tässä muutoksessa olivat aluksi mp3-formaatin keksiminen vuonna 1989 ja kannettavien mp3-soittimien ilmaantuminen noin kymmenen vuotta myöhemmin vuonna 1998, Applen lanseeraama iTunes -latauskauppa vuonna 2003 ja suoratoistopalveluiden (streaming) yleistyminen vuoden 2009 jälkeen.

Fyysisten tallenteiden osalta tuotantoprosessi etenee käytännössä siten, että master-äänitteen valmistuttua se toimitetaan äänitysstudiosta monistamoon, joka valmistaa siitä halutun määrän kopioita. Nämä kopiot kulkevat useimmiten erillisen jakelijaportaan kautta jälleenmyyntipisteisiin, josta kuluttaja voi ostaa levyn itselleen (Graham ym. 2004: 193). Fyysisten levyjen jälleenmyynti voi tapahtua myös internet-toimijan kuten Amazonin kautta eikä levykaupan itsessään tarvitse olla fyysinen toimipiste (Passmann, 2012: 50-63) . Kuten todettiin, tapoja itse tallenteen luomiseksi on useita ja mm.

Grahamin ym. (2004) käyttämä yksinkertaistettu malli tuotantoketjusta levy-yhtiön näkökulmasta on esitetty kuvassa 6.

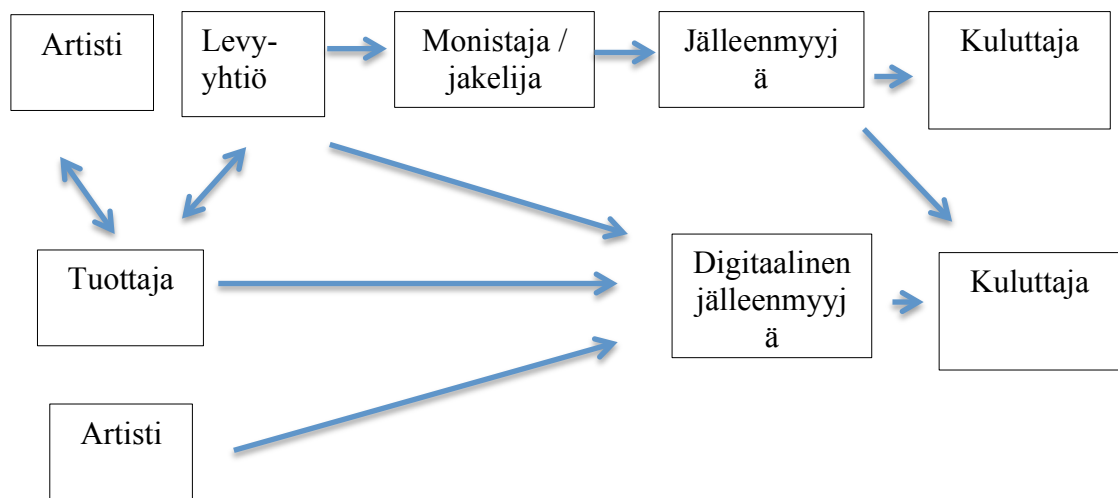


Kuva 6. Tallenteen tuotantoketju. Graham ym. 2004. Kirjoittajan visualisointi.

Kuten jo teos-sektoria kuvaillessa mainittiin, levy-yhtiöt myyvät tallenteen kopiot jälleenmyyjille tukkuhinnalla, josta käytetään lyhennettä PPD. Levyillä saattaa olla erilaisia hinnoittelukategorioita tuotteilleen, mutta joka tapauksessa levy-yhtiön tulos fyysisten tallenteiden myynnistä muodostuu tukkuhinnasta vähennettynä tuotantokustannuksilla, joihin sisältyy myös jakelijan osuus, artistille levytyssopimuksen nojalla tilittävistä rojaltilta sekä teoksen tekijöille kuuluvilla mekanisointimaksuilla. Pitää kuitenkin huomata, että major-yhtiöt omistavat lähtökohtaisesti omat jakelukanavansa, jolloin jakelijan osuus pysyy yrityksen sisällä. Itsenäisten levy-yhtiöiden taas pitää ulkoistaa jakelu, jolloin jakelun osuus menee kuluksi (Hull ym., 2011). Tallennemyyntiin lasketaan myös muut kuin pelkkää musiikkia sisältävät fyysiset levyt kuten esimerkiksi DVD- ja yhdistelmälevyt (Peitz, & Waelbroeck, 2005: 6). Lisäksi levy-yhtiöt voivat valmistaa myös niin sanottuja spesiaali- tai premium-tuotteita suoraan yritysasiakkaille tai muille tahoille, jolloin ne eivät päädy lainkaan jakelijan kautta jälleenmyyntiin tai kuluttajille. Tällainen fyysisten tallenteiden myynti on Hull ym. (2011) mukaan toinen levy-yhtiöiden perinteisistä tulonlähteistä suoraan kuluttajille myytyjen äänitteiden lisäksi.

Digitaalisesti myytävien tallenteiden osalta tuotantoprosessi on Graham ym. (2004) mukaan sama kuin fyysisissä levyissä aina master-äänitteen valmistumiseen asti, mutta sen jälkeen tuotanto- ja jakeluketjuun tulee muutoksia, koska äänitettä ei digitaalisessa muodossa tarvitse fyysisesti monistaa tai jaella, ei myöskään näihin erikoistuneita toimijoita tarvita. Näin ollen levy-yhtiön kustannusrakenne kevenee. Helpottava tekijä

levy-yhtiöille on myös se, että digitaalisessa maailmassa ei tarvita varastointia eikä myymättä jäätyjä kopioita tule valmistettua (Hull ym. 2011). Bockstedt ym. (2006: 7-38) mukaan yksinkertaisimmillaan digitaalinen myyntiketju toimii siten, että varsinaisen luovan tuotannon jälkeen levy-yhtiö tai artisti itse jakelee digitaalisen tallenteen suoraan digitaalisille kauppapaikoille, jotka myyvät ne kuluttajille. Tämä malli, joka on tullut vielä toistaiseksi fyysisten tallenteiden rinnalle, mutta joka saattaa korvata perinteisen myyntiketjun tulevaisuudessa kokonaan, on havainnollistettu kuvassa 7.



Kuva 7. Digitaalinen jakeluketju. Graham ym. 2004.

Kokonaisten kappaleiden lisäksi digitaalisena myyntinä voi pitää myös erilaisia erikoistuotteita kuten kännyköiden soittoaaniä. Digitaalisia jälleenmyyjä on maailmassa useita, mutta merkittävimmät niistä ovat iTunes ja Amazon, joiden yhteenlaskettu markkinaosuus Yhdysvalloissa vuonna 2012 oli noin 85% (The NPD Group, 2013).

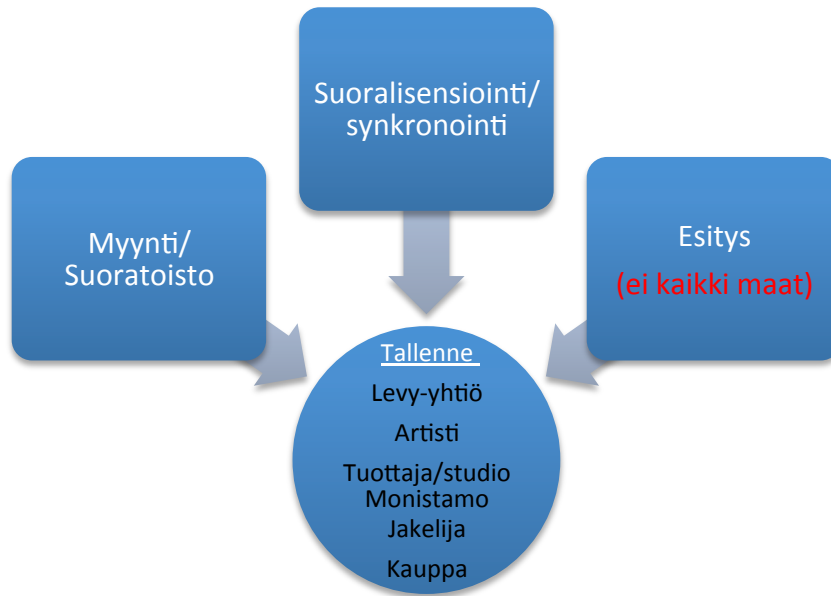
Digitaalisesti latauskauppojen rinnalle on viime vuosina tulleet erilaiset suoratoistopalvelut, joiden kautta kuluttaja voi kuunnella haluamiaan kappaleita esimerkiksi tietokoneelta tai matkapuhelimelta internet-yhteyden avulla silloin kun haluaa. Suoratoistopalvelut eroavat latauspalveluista pohjimmiltaan siinä, että suoratoistossa kuluttaja ei omista kuuntelemaansa kappaletta vaan se toistetaan eli ”streamataan” palveluntarjoajan serveriltä. Tällöin ei varsinaisesti olekaan kyse myynnistä vaan palvelumaksusta, mutta koska kuluttajan kannalta idea on sama –

haluamansa kappaleen kuuntelu – voidaan suoratoistopalvelut tässä käsitellä digitaalisen kaupan yhteydessä. Suoratoistopalveluja on kahdentyyppisiä: tilauspohjaiset palvelut ja mainosrahoitteiset palvelut. Tilauspohjaiset palvelut perustuvat yleensä kuukausimaksuun, jonka kuluttaja maksaa päästäkseen käsiksi palvelun tarjoamaan musiikkivalikoimaan. Tällöin palvelu maksaa korvauksen tallenteen ja teoksen tekijänoikeudet omistajille kuukausimaksuista kertyvistä rahoista sopimusten mukaan. Mainosrahoitteisissa palveluissa taas palvelun käyttäjä ei maksa mitään, mutta kappaleiden välissä toistetaan mainoksia, joiden myynnistä saatavista tuloista palvelun tarjoaja maksaa musiikin oikeudenomistajille. Suoratoistopalvelut voidaan kategorisoida lisäksi tietokoneella käytettäväksi ohjelmistoksi tai mobiilipalveluiksi, joissa kännykkäliittymän tarjoaja saattaa sisällyttää suoratoistopalvelun omaan palvelupakettiin. Varsinaisia suoratoistopalveluita on esimerkiksi Spotify, jolla on sekä kuukausimaksuun että mainoksiin perustuvat tilauspalvelut, Deezer ja YouTube, joka on puhtaasti mainosrahoitteinen ja maksaa musiikin oikeudenomistajille mainostuloistaan (Doerr ym. 2010: 13-24; Kreitz & Niemelä, 2010)

Kolmas tulonlähde levy-yhtiöille on perinteisesti ollut tallenteiden käyttö elokuvissa, TV-ohjelmissa ja muissa audiovisuaalisissa tuotannoissa kuten mainoksissa. Tällöin puhutaan suoralisensioinnissa tai synkronoinnista aivan kuten teostenkin kohdalla. Tallenteella olevan musiikin liittämistä kuvaan maksaa sen suorittava taho eli yleensä elokuva- tai televisiotuotantoyhtiö. Maksu suoritetaan tallenteen oikeuksien omistajalle eli yleensä levy-yhtiölle ja se on luonteeltaan useimmiten kertakorvaus. Tiettyihin rajattuihin käyttöalueisiin luvan tallenteen käyttämiseen audiovisuaalisessa tuotannossa voi myöntää myös tallenteiden käyttöä valvovat tekijänoikeusjärjestöt standardihinnoittelulla. Tämän perinteisen lisensioinnin rinnalle on tullut digitalisoitumisen ja internetin myötä myös suoralisensiointi yrityskäyttöön internetissä, jolloin asiakkaalle voidaan esimerkiksi räätälöidä erilaisia brändättyjä sisältöjä, joiden pääasiallinen käyttökanava on internet. Pitää huomioida, että tällaiseen käyttöön tarvitaan aina lupa myös tallenteella olevan teoksen oikeudenomistajilta, kuten aiemmin teoksista puhuttaessa tuli ilmi. (Paoletta, 2007; Searle, 2011).

Tallenteeseen kohdistuvan kuluttajille suoraan suunnatun kaupan ja palveluiden sekä suoraliensioinnin lisäksi levy-yhtiöt voivat saada tuloja myös tallenteella olevan musiikin julkisesta esittämisestä kuten radiosoitosta maksettavista käyttökorvauksista. Tämä on rinnasteista teosten julkisesta esittämisestä maksettaviin korvauksiin, mutta tallenteiden kohdalla puhutaan niin sanotuista lähioikeuksista (eng. neighbouring rights) varsinaisen tekijänoikeuden (eng. copyright) sijaan, koska tekijänoikeus ei varsinaisesti tunnista tallenteen esittämistä kuten teoksen esittämistä, mutta on käytännössä hyvin lähellä samaa asiaa (Gammons, 2011). Tässä on vaihteluja maittain ja esimerkiksi Yhdysvalloissa tallenteiden omistajille julkisesta esittämisestä ei makseta lainkaan korvauksia, kun taas Euroopassa näin tehdään (Future of Music Coalition, 2013) . Vastaavasti korvauksia maksavat esimerkiksi TV-yhtiöt kanavillaan käytetystä musiikista tai DJ:t esittäessään kappaleita keikoillaan yökerhoissa, jolloin musiikki tulee tallenteelta eikä sitä tuoteta elävänä paikan päällä. Tämän lisäksi aivan kuten teossektorilla, myös tallenteiden käytöstä osana liiketoimintaa saattaa joutua maksamaan erillistä korvausta tallenteiden omistajille. Tästä jälleen esimerkkinä kampaamo, jossa musiikki soi radiosta viihtyvyyden lisäämiseksi. Niissä maissa joissa tallenteiden julkisesta esittämisestä tulee maksaa korvauksia, sitä valvovat yleensä tekijänoikeusjärjestöt (Gramex, 2011)

Edellä mainitut neljä tulonmuodostustapaa eli äänitekauppa kuluttajille – johon voi nykyään lukea myös suoratoiston – tai yrityksille premium-tuotteina sekä suoraliensointi AV-tuotantoihin ja maasta riippuen esityskorvaukset ovat siis olleet perinteisesti levy-yhtiöiden pääasialliset kanavat rahastaa omistamiaan tallenteita. Näiden lisäksi sittemmin tullut räätälöityjä palveluita yrityksille esimerkiksi suoratoiston avulla, joka on käytännössä suoraliensointia. tulovirrat on esitetty yhteenvetona kuvassa 8.



Kuva 8. Tallenne-sektorin tulovirrat.

4.1.3 Elävä musiikki

Elävän musiikin sektorissa on yksinkertaisimmillaan kyse artistin esiintymisessä yleisölle ja perusyksikkö on yksittäinen esiintyminen. Elävän musiikin kenttä on Wikströmin (2009: 59) mukaan kuitenkin monimutkainen systeemi ja musiikkialan vaikeimmin analysoitava ja mitattava sektori vaikkakin se on yleisölle kaikista näkyvin osa-alue. Harvat suuret projektit muodostavat suurimman osan koko elävän musiikin arvosta, mutta esiintyminen voi tapahtua käytännössä missä tahansa paikassa kadulta stadionille, jolloin kentän selkeä erottelu ja tarkkan tiedon saaminen on lähes mahdotonta.

Elävän musiikin vakiintuneet toimijat voidaan jakaa kahteen kategoriaan, esiintyjiin ja välittävään portaaseen. (Wikström, 2011: Oesch, 1998). Esiintyjä eli artisti voi olla käytännössä mikä tahansa taho tai kokoonpano, joka esittää musiikkiteoksia yleisölle kuten esimerkiksi yksittäinen artisti, bändi, sinfoniaorkesteri tai kuoro.. Esiintyjien tämän tarkempi jaottelu tai erittely ei ole tarkoituksenmukaista, koska vaihtoehtoja on lukematon määrä.

Toinen kategoria on välittävän portaan toimijat, johon kuuluu toisiinsa tiiviisti

yhteydessä olevat agentti, promoottori ja esiintymispaikka. Agentti, josta Suomessa puhutaan yleensä keikkamyynnä, edustaa artistia ja pyrkii hankkimaan tälle esiintymisiä (Wikström, 2009:59; Laaksonen, 2011) Keikkamyynnä tuntee mahdolliset esiintymispaikat ja millaisia artisteja niihin haetaan sekä promoottorit, jotka vastaavat elävän musiikin tapahtumien artistikiinnityksistä. Keikkamyynnä on tärkeää, että he ymmärtävät erilaisten keikkapaikkojen tai tapahtumien profiilin ja myyvät oikean artistin oikeaan paikkaan ja oikeaan hintaan. Ammattimaiset keikkamyynjät työskentelevätkin usein ohjelmatoimistossa ja edustavat useita eri artisteja, jotta valikoimaa on tarpeeksi tyydyttämään erilaisten asiakkaiden tarpeet Artisti voi aluksi myydä myös itse esiintymisiään, mutta tämä vie paljon aikaa ja ilman apua voi olla vaikea päästä oman kotikaupunkinsa ulkopuolelle esiintymään (Truly, 2005: 42-43). Keikkamyynnä voikin toimia maantieteellisesti monella tasolla, jolloin yksittäinen agentti saattaa myydä esiintyjä vain paikallisesti, kun taas kansalliset tai kansainväliset ohjelmatoimistot edustavat artisteja laajemmalla alueella. Nämä isommat toimijat saattavat tosin ottaa edustukseensa vain artisteja, joilla on jo menestyslevyjä tai edes levytyssopimus ja asiakkaina on suuren alueen kaikki esiintymispaikat (Hull ym., 2011). Tulonsa keikkamyynjät saavat useimmiten prosenttiosuutena artistin esiintymispalkkiosta ja suuruudeltaan osuus on yleensä 15-20% (Truly, 2005: 43).

Promoottorit edustavat elävän musiikin tapahtumia kuten festivaaleja tai konsertteja ja vastaavat niiden artistikiinnityksistä. Promoottori toimenkuvaan kuuluu järjestää tapahtuma, etsiä sinne artisteja -- tyypillisesti heitä edustavan agentin kautta--, neuvotella esiintymissopimus ja kiinnittää artisti esiintymään. Agentti siis markkinoi artistia promoottorille, joka ottaa vastuun tapahtuman järjestämisestä eli etsii esiintymispaikan ja tekee sopimuksen sen käytöstä esiintymistä varten, pitää huolta, että kaikki tarvittava kuten äänitekniikka, valot, lavahenkilökunta ja niin edelleen ovat valmiina artistin esiintymistä varten ja varmistaa, että kaikki käytännön asiat sujuvat ongelmitta (Hull ym. 2011). Kansainvälisistä markkinoista puhuttaessa isoja tähtiä edustavat agentit antavat yleensä artistinsa kiertueen esiintymispaikkojen löytämisen maakohtaisten luottopromoottorien hoidettavaksi, koska nämä tuntevat paikalliset markkinat parhaiten. Tulonsa promoottori saa yleensä järjestämänsä tapahtuman lippumyynnistä, joka jaetaan artistin kanssa. Tapahtuman taloudellinen riski on yleensä promoottorilla ja jako-osuus promoottorin ja esiintyjän välillä voikin olla käytännössä mitä vain. Mitä todennäköisempi esiintymisen menestys on johtuen artistin

houkuttelevuudesta, sitä suurempi myös hänen osuutensa on yleensä lipputuloista ja toisinpäin (ibid). Suomessa markkinoiden pienuudesta johtuen myös ohjelmatoimistot saattavat toimia promoottorina ja järjestää edustamilleen artisteilleen esimerkiksi yhteisesiintymisiä, joko saavuttaakseen näkyvyyttä tai saadakseen myös promoottorin osuuden lipputuloista. (Nieminen, 2000).

Kolmas välittäjäportaan toimija ennen kuin yleisö pääsee kuulemaan elävää musiikkia on esiintymispaikka. Esiintymispaikkoja on lukematon määrä erilaisia ja niiden koko voi vaihdella pienestä baarista olympiastadioniin. Perusmalli kiinteän esiintymispaikan kuten klubin liiketoiminnalle on tilan vuokraaminen artistien käyttöön ja tämän lisäksi oheistuloja voi tulla muun muassa ruoka ja juomamyynnistä ravintoloissa tai osuutena muiden oheistuotteiden myynnistä. Esiintymispaikka voi olla myös tilapäinen, jolloin se on useimmiten promoottorin kehittämä. Myös kiinteät esiintymispaikat voivat toimia myös itse promoottorina ja ostaa esiintyjä keikkamyyjiltä ottaen itse taloudellisen riskin esiintymisen onnistumisesta. (Hull ym., 2011). Tulonmuodostus esiintymispaikalle riippuu siis lopulta tilaisuuden luonteesta ja järjestäjästä.

Näiden kolmen välittäjäportaan lisäksi on syytä mainita neljäs toimija, joka on tärkeä osa elävän musiikin kenttää. Esiintymispaikat myyvät lippuja usein ovelta, mutta niitä voi myös ostaa erityisistä lipunmyyntipisteistä tai nykyään internetin kautta lipunmyyntipalveluista. Tämä on yleisölle helpompaa, kun esimerkiksi koko kaupungin tarjonta voidaan nähdä ja ostaa samasta paikasta eikä ostajan tarvitse mennä paikan päälle hakemaan lippua. Lippumyyjät saavat tulonsa komissiosta, jonka he lisäävät lipun alkuperäisen hinnan päälle. (Hull ym. 2011) Elävän musiikin sektorin kokonaisrakenne ja tulovirta on havainnollistettu kuvassa 9.



Kuva 9. Elävä musiikki -sektorin tulovirta.

Kuten teos-sektorin kohdalla mainittiin, elävän musiikin tapahtumien kohdalla tulee huomioida, että niiden järjestäjän tulee maksaa tekijänoikeuskorvauksia esitettyjen teosten tekijöille ja kustantajille. Nämä maksut voivat olla sopimukseen perustuvia kiinteitä korvauksia tietyltä ajalta tai lipputuloihin perustuva prosenttiosuus. Esiintyvä artisti ei ole välttämättä esittämiensä teosten tekijä, joten näin myös säveltäjien ja sanoittajien panos tapahtuman tuottoihin tulee huomioiduksi. (Gammons, 2011)

4.1.4 Muut tulot ja 360-malli

Artisteilla on tyypillisesti myös muita tuloja, jotka eivät varsinaisesti kuulu millekään edellä mainituista sektoreista, mutta liittyvät kiinteästi artistin nimen ja maineen eli brändin hyödyntämiseen. Tyypillinen tällainen lisätulonlähde artistille on oheistuotemyynti eli niin sanottu merchandise, jota voi olla käytännössä mikä vain tuote, jota myydään artistin nimellä ja maineella. Oheistuotemyyntiä voi hoitaa artistin manageri, levy-yhtiö, keikkamyyjä tai asiaan erikoistunut yritys. Toinen tulonlähde, joka ei varsinaisesti kuulu suppean klusterin sektoreille on sponsoritulot, joita artisti saa nimensä ja maineensa käytöstä erilaisissa kaupallisissa yhteyksissä, mutta ei kuitenkaan suoraan tuotemyynnissä. Varsinaisen musiikin käytöstä tulevat kyllä eri sektoreille teoksen ja tallenteen käytöstä, mutta sponsorituloihin sektoreiden perinteiset sopimukset eivät päde. Tyypillisesti sponsorisopimuksia hoitaa artistille hänen managerinsa. (Hull ym., 2011).

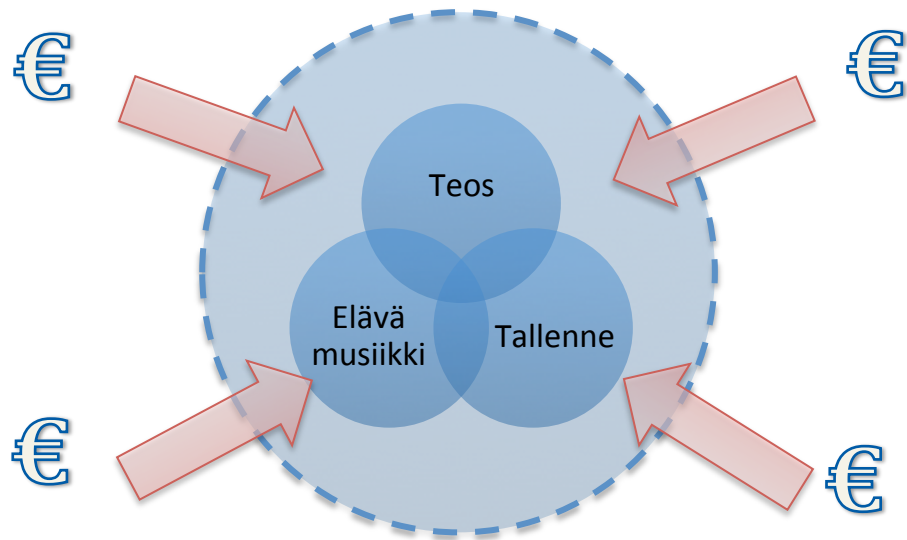
Levy-yhtiöiden kärsiessä fyysisten levyjen myynnin laskusta jo vuosien ajan ne ovat alkaneet etsiä tapoja päästä käsiksi myös artistin muihin tulolähteisiin. Perinteisesti levy-yhtiöt eivät saa tuloja kuin julkaisemiensa levyjen myynnistä, kun taas usein heidän löytämänsä ja tunnetuksi tuomansa artisti nauttii konserttipalkkioista ja myös tekijänoikeustuloista, mikäli ovat osallistuneet esittämiensä teoksien kirjoittamiseen. Näin ollen levy-yhtiöt ja myös isot elävän musiikin yritykset ovat alkaneet ehdottaa artisteilleen niin sanottuja 360-sopimuksia, jolloin levy-yhtiö saa osuutensa kaikista artistille kuuluvista rahavirroista mukaan lukien edellä mainitut oheistuotemyynti ja sponsoritulot. Kitkaa artistien ja levy-yhtiöiden välille aiheuttaa 360-sopimuksissa tyypillisesti kustannussopimuksen eli teossektorin osuus. Artisti saattaa kokea, että kustannussopimus on vain edellytys levytyssopimukselle, mutta varsinaista

kustannustoimintaa ei kuitenkaan harjoiteta. Joka tapauksessa, malli on yleistynyt viimeaikoina, kun perinteisesti vain levy-yhtiönä toimivat yritykset haluavat saada osuutensa edustamansa artistin tuloista kokonaisvaltaisesti. (Wikström ,2009: 130-141).

4.2 Suppean klusterin kokonaisarvon määrittäminen

4.2.1 Ulkoiset ja sisäiset rahavirrat

Tässä tutkielmassa musiikkialan suppean klusterin kokonaisarvon määrittämisen lähtökohdaksi pidetään edellisessä osiossa esitettyjen, musiikkialan ytimen muodostavien teos-, tallenne-, ja elävä musiikki –sektoreiden tulovirtojen kokonaisuutta. Tulovirrat ovat ulkopuolelta suppean klusterin sisään tulevia rahoja eli kuluttajien maksama loppuhinta ostamisestaan tai suoratoistamisestaan äänitteistä sekä musiikin käyttäjien kuten radioiden tai televisiokanavien maksamat esityskorvaukset tai esimerkiksi tuotantoyhtiöiden maksamat synkronointimaksut. Lisäksi voidaan ajatella, että sektoreiden sisäisten luovien toimijoiden sekä välittäjäportaalan arvo ja kustannukset lopullisen tuotteen myyvälle taholle ovat sisällytetty täysimääräisesti hintaan, jonka ulkopuoliset tahot sektoreiden tuotteista tai palveluista maksavat. Näihin sisäisiin toimijoihin, jotka palvelevat eri sektoreita suoraan, ovat esimerkiksi soitinkaupat. Näitä toimijoita voidaankin pitää tukitoimintoina, jotka ovat välttämättömiä suppean klusterin toiminnalle, mutta esimerkiksi juuri soittimien myyntiä, joilla on tuki elintärkeä merkitys musiikin olemassaololle, ei tarvitse laskea sektorien lisäksi erikseen kokonaisarvoon, koska niidenkin synnyttämä arvo näkyy sektorien rahavirroissa sikäli kun soittimen ostaja päätyy levyttämään tai vaikka esiintymään konserttiin. Näin ajatellen rahavirtojen tutkimista pystytään yksinkertaistamaan, kun tutkittavia tahojen määrä supistetaan koskemaan vain niitä rajapintoja, joissa suppeaklusteri kohtaa välittömästi sen ulkopuoliset tahot. Tämä on havainnollistettu kuvassa 10.



Kuva 10. Suppealle klusterille saapuvat tulovirrat.

On myös syytä erikseen huomioida harrastustoiminnan rooli, koska musiikin harrastajien määrä esimerkiksi Suomessa on huomattava. Tilastokeskuksen ajankäyttötutkimuksen mukaan 10 vuotta täyttäneistä suomalaisista 14 % harrastaa soittamista ja 7 % harrastaa laulamista (Tilastokeskus, 2009) . Harrastustoiminta ei kuitenkaan itsessään suoraan kerrytä rahallista arvoa vaan sitä mukaa, kun harrastustoiminta muuttuu ammattimaisemmaksi, se näkyy myös eri sektorien rahavirroissa. Näin ollen musiikin harrastajia ei ole tässä tutkielmassa huomioitu erityisesti.

4.2.2 Musiikin kuluttajat, käyttäjät ja rahavirrat

Suppean klusterin ulkopuoliset tahot voidaan jakaa sektorikohtaisen tarkastelun perusteella kahteen kategoriaan, jotka ovat *musiikin kuluttajat* ja *musiikin käyttäjät*. Musiikin kuluttaja on yksityishenkilö tai taho, joka maksaa ostamastaan tuotteesta tai palvelusta sen tarjoajan määrittämän hinnan. Näitä transaktioita on tallennesektorilla kaikenmuotoinen äänitteiden hankkiminen tai kuluttaminen kuten esimerkiksi fyysisen levyn ostaminen, digitaalisen tallenteen lataaminen tai musiikkikappaleen kuunteleminen suoratoistopalvelun kautta. Myös yrityksille suoraan myytävät premium-tuotteet menevät tähän kategoriaan, koska kyse on tällöin tuotteen myynnistä. Elävä musiikki –sektorilla tämä toteutuu lipunmyynnissä kuluttajalle. Kuluttajakategoriassa teossektori on erittäin kiinteässä yhteydessä tallenteisiin niiden tuotantoprosessissa,

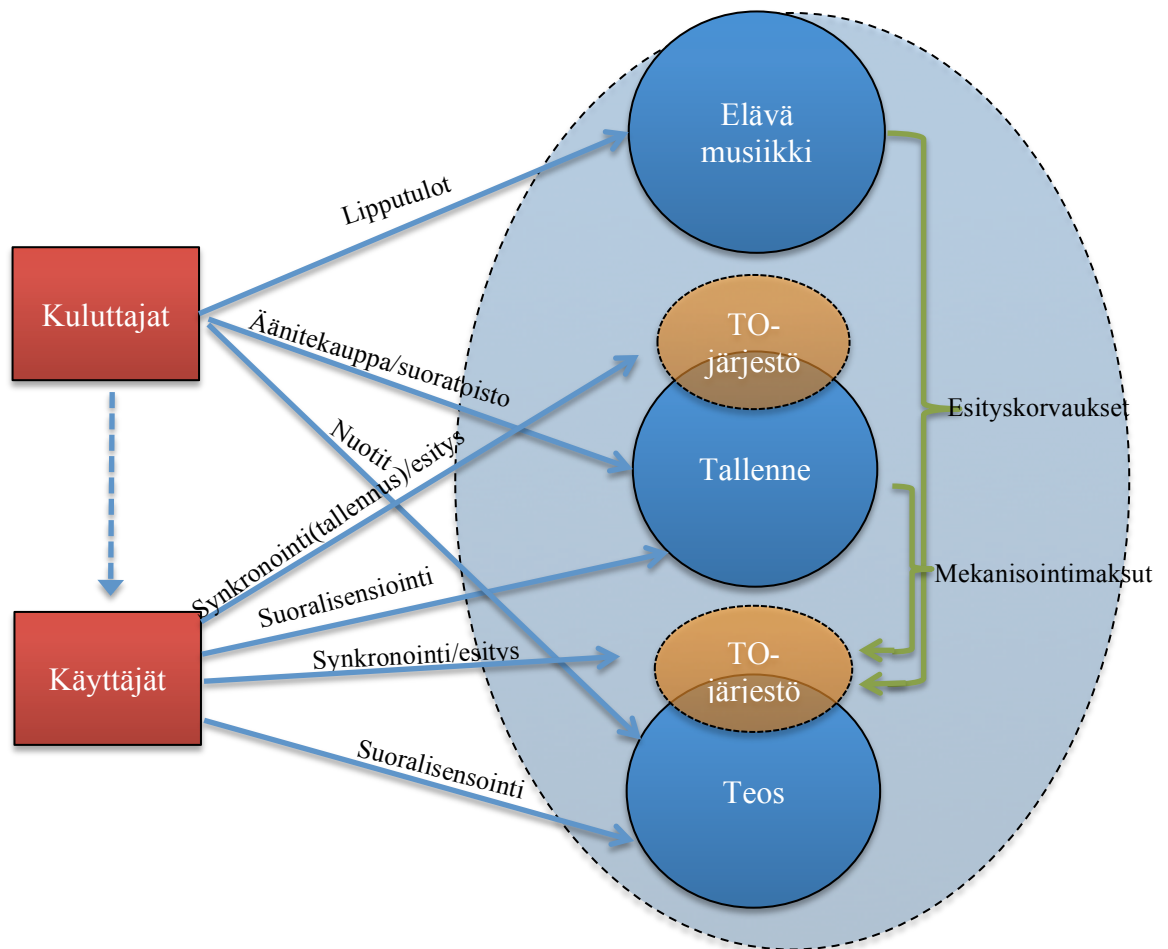
mutta kuluttajalla ei ole suoraa kontaktia sektorin toimijoihin vaan yhteys on välillinen tallenne- ja elävä musiikki –sektoreiden kautta. Poikkeus tähän on painetut teokset eli nuotit, joita kuluttaja voi ostaa suoraan itselleen, mutta tällöinkin kustantaja yleensä lisensoi nuotin esimerkiksi kirjakustantajalle, joka painaa varsinaisen nuotin. Internet-käytössä nämä menevät suoralisensoinnilla kustantajan kautta.

Musiikin käyttäjä –kategoria taas perustuu nimensä mukaisesti musiikin käyttämiseen eri yhteyksissä, joissa on useimmiten kaupallinen intressi; yritys tai yhteisö käyttää musiikkia osana omaa liiketoimintaansa, koska kokee sillä olevan arvoa lisäävä vaikutus. Tällaista käyttöä ovat tallennesektorilla äänitteen julkinen esittäminen esimerkiksi radiossa tai yökerhossa, jolloin maksetaan esityskorvauksia tallenteiden omistajille. Muuta käyttöä on esimerkiksi musiikin synkronointi AV-tuotteeseen, jota myöhemmin esitetään julkisesti televisiossa, jolloin musiikin synkronoiva taho maksaa synkronointikorvauksen ja esittävä TV-kanava esityskorvauksen. Myös äänitteen välillinen käyttö osana liiketoimintaa kuten aiemmin käytetyssä esimerkissä musiikkia soittavasta kampaamosta voidaan laskea tähän kategoriaan. Uudemmat liiketoimintamallit kuten suoralisensiointi yrityskäyttöön voidaan myös katsoa käyttäjäkategoriaan. Pitää erityisesti huomioida, että myös käyttäjäkategoriassa teossektori on kiinteässä yhteydessä tallennesektoriin, koska aina kun tallenteella olevaa musiikkia käytetään eri yhteyksissä, käytetään samalla myös tallenteen taustalla olevaa teosta. Lisäksi kuten sektorikohtaisissa kuvauksissa selvitettiin, useat musiikin käyttökohteet lisensioidaan ja laskutetaan tekijänoikeusjärjestöjen kautta, mikä tulee huomioida varsinaisia rahavirtoja selvittäessä.

Jaotteleamalla rahavirrat kuluttaja- ja käyttäjälähtöisesti ja kohdistamalla ne suppean klusterin eri sektoreille voidaan siis lähteä hahmottamaan alan kokonaisarvoa. Sektorit eivät kuitenkaan toimi irrallisina toisistaan vaan ovat tiukasti limittyneitä kuten klusterin määritelmä antaa ymmärtää ja aiemmin sektorien toimintaa selvitettäessä havaittiin. Kaikille sektoreille yhteinen tekijä onkin teossektorin tuotteen, teoksen, löytyminen niiden ytimestä. Teossektori tuottaa ikään kuin raakamateriaali, jota muut sektorit hyödyntävät omissa tuotteissaan ja liiketoimintamalleissaan. Tallennesektorilla teosta käytetään äänitteen luomiseksi ja myymiseksi ja elävä musiikki –sektorissa teoksia esitetään yleisölle lipputulojen saamiseksi. Teossektori saa korvauksen raaka-aineestaan tallennesektorilta mekanisointimaksuina, jonka maksaa äänitteen tuottaja ja

elävä musiikki –sektorilta esityskorvauksina, jotka taas maksaa esiintymistilaisuuksien järjestäjät. Koska ajattelemme kaikkien välivaiheiden näkyvän klusterin sisään tulevissa rahavirroissa, tarkoittaa se sitä, että kuluttajalle myytävän tallenteen hinta sisältää paitsi tallennesektorin sisäisen arvoketjun niin myös teossektorille maksettavan korvauksen teoksista, joka on tallennesektorille kuluerä. Sama logiikkaa pätee myös elävän musiikin sektorilla, jossa lipun hinta sisältää teossektorille maksettavat korvaukset. Näin ollen lähettäessä lopulta laskemaan koko musiikkialan arvoa perustuen sektorien yhteenlaskettuihin rahavirtoihin, pitää nämä suppean klusterin sisäiset, sektorien väliset maksut ottaa huomioon. Käytännössä tämä tarkoittaa, että sektorien rahavirtojen summasta pitää vähentää teossektorin mekanisointimaksut ja elävän musiikin esityskorvaukset tai nämä tulee kirjattua kaksi kertaa, jolloin kokonaisarvo kasvaisi perusteetta.

Edellä kuvattu musiikin kuluttaja- ja käyttäjäkategorioiden suhde suppean klusterin sektoreihin rahavirtojen näkökulmasta sekä päällekkäisyyksien takia kokonaisarvosta vähennettävät klusterin sisäiset tilitykset on havainnollistettu kuvassa 11.



Kuva 11. Suppean klusterille tulevat rahavirrat ja klusterin sisäiset tilitykset.

4.2.3 Rahavirtojen kolme kategoriaa

Edellä kuvattu rakenne kuluttajista, käyttäjistä ja niiden maksamista rahoista eri sektoreille sekä klusterin sisällä tehtävät vähennykset muodostavat tässä tutkielmassa musiikkialan suppean klusterin kokonaisarvon. Tätä rahavirtoihin perustuvaa mallia voidaan kuitenkin vielä yksinkertaistaa, koska kuluttaja- ja käyttäjäkategorioihin perustuva kuvaus suppean klusterin rahavirroista perustuu käytännössä kuluttajien osalta *äänitteiden myyntiin tai suoratoistoon* ja elävän musiikin konserttien *lipputuloihin tai kiinteisiin korvauksiin*. Käyttäjien osalta rahavirrat taas perustuvat *tekijänoikeuskorvauksiin*. Tämä malli on havainnollistettu kuvassa 12.



Kuva 12. Suppean klusterin kokonaisarvon muodostuminen

Käytännössä tutkittavia rahavirtoja on siis kolmea kategoriaa ja selvittääkseen suppean klusterin kokonaisarvon pitää selvittää näiden rahavirtojen suuruus. Seuraavassa osiossa tämä tehdään Suomen musiikkialan suppean klusterin osalta.

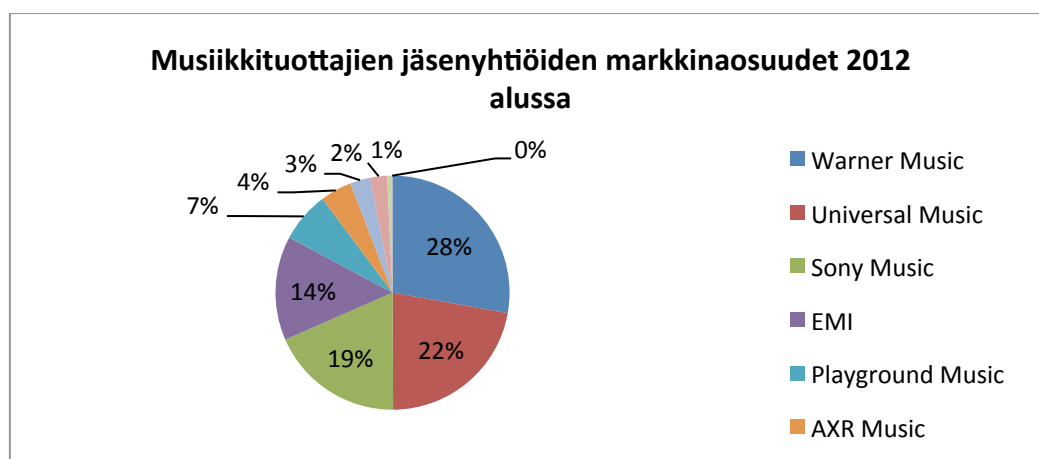
4.3 Suomen musiikkialan rahavirrat 2011 ja 2012

Tässä osiossa tutkielman mallia suppean klusterin rakenteesta ja arvonmuodostuksesta sovelletaan käytäntöön tutkimalla Suomen musiikkialaa vuosina 2011 ja 2012.

Tutkimuksen päämääränä on kerätä tietoa mallin mukaisista rahavirroista ja vastata tutkielman tutkimuskysymykseen siitä, mikä on Suomen musiikkialan suppean klusterin kokonaisarvo näinä vuosina. Molemmilta vuosilta tutkitaan luvut jokaisesta kolmesta rahavirrasta, jonka jälkeen niitä verrataan keskenään ja lisäksi esitetään syitä mahdollisten muutosten takana. Tämän jälkeen kaikki rahavirrat lasketaan yhteen molemmilta vuosilta ja tehdään tarvittavat vähennykset päällekkäisyyksien poistamiseksi. Kokonaisarvo ja kaikki yksittäiset osa-alueet sekä näiden muutos vuosien välillä esitetään lopuksi koottuna taulukkona. Luvut esitetään tutkimuksessa yhden desimaalin tarkkuuteen pyöristäen.

4.3.1 Tallennemyynti ja suoratoisto

Tutkielman mallin mukaan ensimmäinen rahavirta on kuluttajille suunnattu tallennemyynti ja suoratoisto. Äänitteiden myyntiä kuluttajille ja levy-yhtiöiden markkinaosuuksia tilastoi Suomessa Musiikkituottajat – IFPI Finland ry, jonka mukaan Suomen tallennesektorin tuottajien markkinoista suurimman osan muodostavat kolme yhtiötä eli Warner Music, Sony Music ja Universal Music edustaen vuoden 2012 alussa noin 69% markkinaosuutta (IFPI, 2012). Koko tallennesektorin merkittävimmät yhtiöt ja markkinaosuudet on esitetty kuvassa 13.



Kuva 13. Musiikkituottajien arkkinaosuudet. IFPI Finland. 2011. www.ifpi.fi

IFPI:n toiminnanjohtajan Tommi Kyyrän (2012) arvion mukaan IFPI:n tilastoimat toimijat edustavat noin 95% äänitteiden kokonaismyynnistä Suomessa sisältäen myös digitaaliset lataukset ja suoratoiston. Tämän kattavuuden perusteella nämä tilastot

sopivat tutkielman malliin tallennesektorin rakenteesta, joten IFPI:n lukuja voidaan pitää soveliaina tähän tutkimukseen. Kyyrän (2012) mukaan puuttuva 5% toimijoista ovat tahoja, jotka eivät raportoi myyntejään ja niiden saaminen ei siksi ole mahdollista IFPI:n kautta. Näin ollen laskelmat tehdään tässä tutkielmassa tämä puute huomioiden.

IFPI:n tuottamat tilastot perustuvat äänitteiden tukkumyyntiin sekä suoraan esimerkiksi yrityksille myytäviin ns. premium-tuotteisiin, joten niihin ei ole laskettu vähittäiskaupan katetta tai verojen osuutta (IFPI Finland, 2012). Kuitenkin tutkielman mallin mukaan kokonaisarvoa määriteltäessä vähittäismyynti on rajapinta, jossa ulkoinen rahavirta saapuu suppealle klusterille, joten nämä tulisi huomioida luvuissa. IFPI onkin Kyyrän (2012) mukaan selvittänyt joitakin vuosia sitten äänitteiden vähittäismyynnin kokonaismarkkinoita ja näiden selvitysten perusteella vähittäiskaupan arvon voidaan arvioida olevan 1,61 kertaa tukkumyynnin suuruinen sisältäen vähittäiskaupan katteen ja arvonlisäveron. Premium-tuotteiden myynnissä vähittäiskaupan katetta ei ole, mutta tämä on Kyyrön (2012) mukaan vain pieni osa kokonaisymyynnistä, joten kertoimen käyttäminen myös näihin tuotteisiin ei vääristä kokonaiskuvaa suuresti. Äänitemyynnin ja suoratoiston arvosta voidaan siis saada edellä mainitut puutteet huomioiva arvio seuraavalla yksinkertaisella laskentakaavalla, jossa $\dot{A}K$ on äänitteiden kokonaisymyynti, TM on tukkumyynti ja n edustaa tutkittavaa vuotta:

$$\dot{A}K(n) = TM(n) \times 1,61$$

IFPI:n tilastojen mukaan äänitteiden tukkumyynnin arvo vuonna 2011 oli 41,3 miljoonaa euroa, josta laskentakaavan avulla saadaan vähittäismyynnin arvoksi 66,5 miljoonaa euroa. Tallennemarkkinoiden kotimaisuusaste oli kaikkien aikojen huippulukemissa kotimaisten äänitteiden muodostaessa 67% äänitemyynnin kokonaisarvosta. Suurin osa fyysisen äänitemyynnin laskusta johtuu musiikki-DVD ja -bluray tallenteiden myynnin pienenemisestä. Vuoden 2011 digimyynnin odotettua hitaampi, 4% kasvu, johtui osittain Suomessa erittäin suosittu Nokian Ovi Musiikki Unlimitedin poistumisesta markkinoilta. Suoratoistopalvelu Spotify kasvoi sitä vastoin Suomessa erittäin voimakkaasti vuonna 2011 ja latausmyynti kasvoi lähes 18% edellisestä vuodesta. Kotimaisen musiikin suosio näkyi myös 2011 myydyimpien levyjen listalla, jossa kymmenen myydyimmän äänitteen joukosta löytyy ainoastaan

yksi ulkomainen, vuoden viidenneksi myydyin Adelen *21*, jota myytiin yhteensä 44 055 kpl. Vuoden myydyimmän albumin paikasta käytiin kova kilpailu Nightwishin *Imaginaerumin* viedessä voiton 67 932 kappaleen myynnillä. Chisun *Kun valaistun* oli toiseksi suosituin 63 429 kappaleen myynnillä. Kolmanneksi myydyin kotimainen albumi on Kari Tapion *Laulaja 1945–2010*. (Äänitemarkkinat Suomessa 2011. IFPI ry. www.ifpi.fi)

Vuonna 2012 äänitemarkkinat kasvoivat ensimmäisen kerran vuosiin verottoman tukkumyynnin arvon ollessa noin 42,2 miljoonaa euroa kasvaen 1,7% edellisvuodesta. Vähittäismyynnin arvo oli tästä johtaen noin 67,9 miljoonaa euroa, jossa kasvua 2,1%. Fyysisten äänitteiden myynti laski edelleen 7,5% verrattuna edelliseen vuoteen. Kasvu selittyy kuitenkin digitaalisten myynti- ja suoratoistopalveluiden suosion reippaalla kasvulla, ja näiden osuudet olivat jo 27% kokonaismarkkinoista. Etenkin suoratoistopalveluiden (erityisesti Spotify) suosio kasvoi huimasti, ja niiden maksamat korvaukset kasvoivat 57% vuoteen 2011 verrattuna. Digitaalisten palveluiden ja erityisesti suoratoistopalveluiden suosion kasvu oli trendi myös muualla maailmassa ja erityisesti muissa Pohjoismaissa. Globaalit musiikkimarkkinat kasvoivat kokonaisuudessaan ensi kertaa sitten vuoden 1999 ja tämä selittyi pitkälti digitaalisten myyntikanavien kehittymisellä. (Äänitemarkkinat Suomessa 2012. IFPI ry. www.ifpi.fi)

Seuraavassa taulukossa on esitetty koostettuna äänitemyynnin ja suoratoiston luvut vuosilta 2011 ja 2012 sekä muutos vuosien välillä.

Taulukko 1. Teossektorin tekijänoikeuskorvaukset (miljoonaa euroa) sekä näiden muutos vuosina 2011 ja 2012.

2012	2011	Muutos
67,9	66,5	2,1%

Huomioitava selkeä puute tilastoissa on se, että Tommi Kyyrän (2012) mukaan äänitteiden vähittäismyynti ei kata suoratuontia eli kuluttajien suoraan ulkomaisilta jälleenmyyjiltä ostamia fyysisiä tai digitaalisia äänitteitä. Suoratuonnin volyyminä on olemassa erinäisiä arvioita ja osa arvioista on erittäinkin merkittäviä. Ulkomaiset jälleenmyyjät eivät kuitenkaan ole halukkaita julkaisemaan myyntilukujaan, joten tarpeeksi luotettavaa tietoa myynnin määrästä ei ole saatavilla. Näin ollen näissä

laskelmissa käytetyt luvut saattavat sisältävää merkittävän puutteen, mutta ne ovat kuitenkin paras tieto, mikä tällä hetkellä on saatavissa.

Toinen huomion arvoinen seikka on ulkomaisen repertoarin osuus myynnistä. Äänitemarkkinoiden kotimaisuusasteen ollessa 67% loput 33% tuloista tulee ulkomaisten artistien tuotannosta ja näistä tuloista ainakin osa tilitetään ulos Suomesta esimerkiksi kansainvälisten isojen yhtiöiden paikallisille toimipisteille, jotka ovat tallenteiden alkuperäisiä oikeudenomistajia (Kyyrä, 2012). Koska rahavirrat kuitenkin syntyvät Suomalaisesta kulutuksesta, voidaan niitä pitää osana Suomen musiikkialan taloutta ja laskea mukaan kokonaisarvoon.

4.3.2 Tekijänoikeuskorvaukset

Tekijänoikeuskorvauksista muodostuva rahavirta tulee tutkielman mallin perusteella musiikin käyttäjä-kategoriasta ja kohdistuu sekä teos- että tallennesektoreille. Näitä sektoreita tarkastellaan seuraavaksi erikseen sekä ja luvut kerätään molemmilta sektoreilta vuosina 2011 ja 2012. Näiden vuosien lukuja vertaillaan myös keskenään sektorikohtaisesti ja tarkastellaan syitä muutosten takana. Lopulta molempien sektorien luvut lasketaan yhteen, jolloin saadaan tekijänoikeuskorvausten muodostaman rahavirran kokonaisarvo.

4.3.2.1 Teossektori

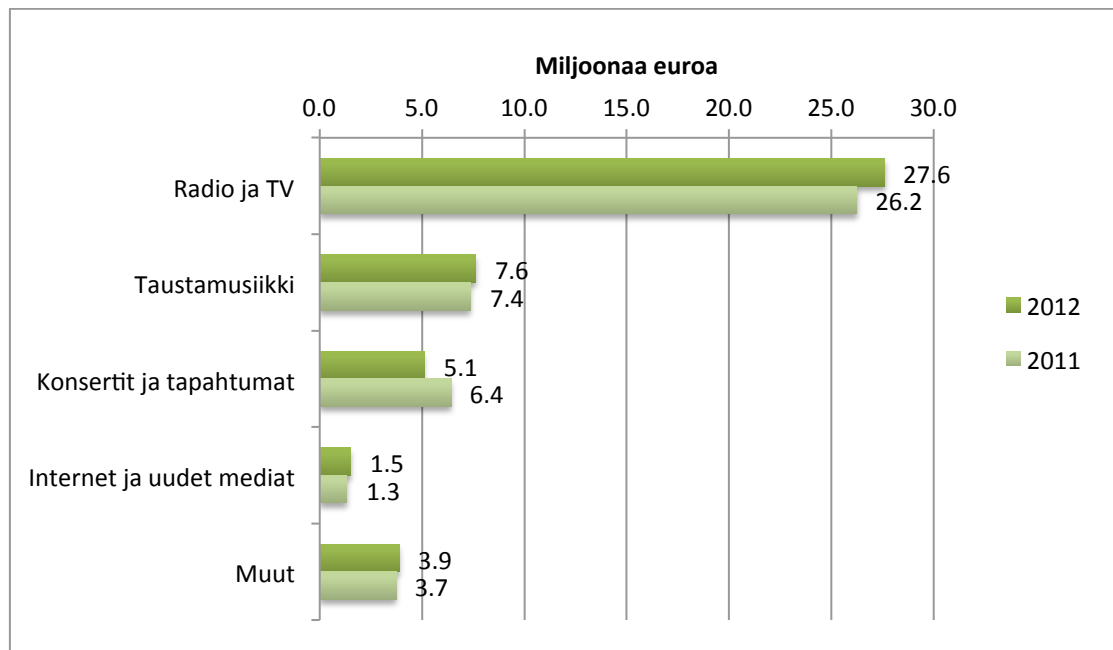
Teossektorin osalta musiikin käyttämisestä kerättäviä tekijänoikeustuloja edustaa Suomessa suurimmaksi osaksi Teosto, jonka asiakkaina on 26 000:ta kotimaista ja lähes kolmea miljoonaa ulkomaista säveltäjää, sanoittajaa, sovittajaa ja musiikinkustantajaa. Teosto kerää ja tilittää musiikintekijöille ja kustantajille korvaukset heidän musiikkinsa julkisesta esittämisestä ja tallentamisesta. Musiikin käyttäjäasiakkaita Teostolla on noin 30 000, joita ovat muun muassa TV- ja radioyhtiöt, konserttien ja tapahtumien järjestäjät sekä muut musiikkia käyttävät yritykset ja yhteisöt (Teoston vuosikertomus, 2011. www.teosto.fi). Musiikin käyttäjiltä kerättyjen korvausten lisäksi Teosto kerää koko luovan alan puolesta yksityisen kopioinnin hyvitysmaksua opetus- ja kulttuuriministeriön valitsemaan jakokohteisiin. Valtio maksaa korvausta eri alojen

tekijöille myös kirjastoista lainatuista teoksista. Teosto tilittää oikeudenomistajilleen musiikin tekijöiden osuudet hyvitysmaksuista ja lainauskorvauksista.

Teoston vuosikertomuksen (2011) mukaan vuonna 2011 kerätyt korvaukset ja muut rahavirrat musiikinkäytöstä olivat yhteensä 54,6 miljoonaa euroa. Tämä on 5,8 prosenttia enemmän kuin edellisvuotena. Toimintakulujen vähennyksen jälkeen summasta tilitettiin 86,4 prosenttia eli 47,2 miljoonaa euroa säveltäjille, sanoittajille, sovittajille ja musiikinkustantajille. Heidän yhteisillä päätöksillään tilityksestä käytetään suomalaisen musiikin edistämiseen 6,7 prosenttia eli 2,6 miljoonaa euroa. Teoston toimitusjohtaja Katri Sipilä kuvailee markkinoiden tilannetta vuonna 2011 seuraavasti

”Vuosi 2011 oli maailmassa ja Suomessakin talouslukujen valossa vaikea. Teostossa mennyt vuosi oli kuitenkin taloudellisesti tyydyttävä. Musiikki soi vaikeinakin aikoina ja onnistuimme kasvattamaan musiikintekijöille ja -kustantajille jaettuja tilityksiä 1,4 miljoonalla eurolla”. (Teoston vuosikertomus, 2011)

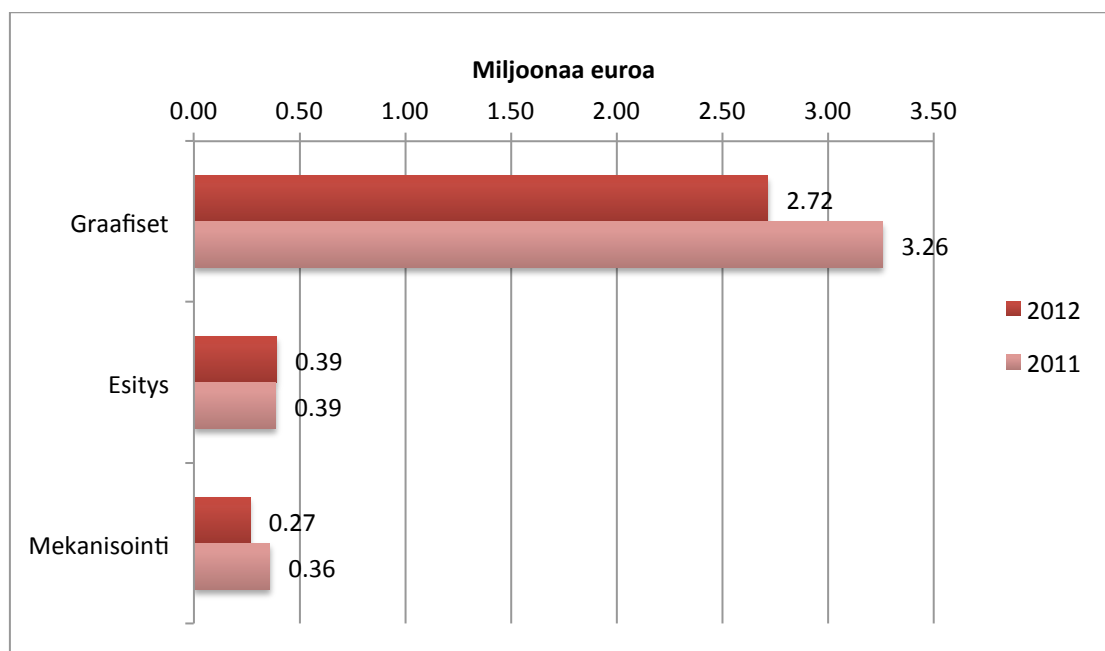
Vuonna 2012 Teoston kokonaiskeräys oli noin 56,5 miljoonaa euroa (54,6m), joka on 3,5% enemmän kuin vuonna 2011. Kokonaiskeräyksestä musiikintekijöille ja heidän edustajilleen tilitetty summa Teoston kulujen (13,4%) jälkeen oli 49,2 miljoonaa euroa (47,2m). Suurin osa, 62%, Teoston keräyksistä muodostuu TV:n ja Radion maksamista esityskorvauksista. Fyysisten äänitteiden myynti oli vuonna edelleen 2012 laskussa, joka näkyi pienenemisenä myös näiden osuutena teosten käytöstä tallenteilla perittävässä mekanisointimaksuissa, jotka Nordic Copyright Bureau (NCB) laskuttaa tallennetuottajilta ja Teosto tilittää edelleen oikeudenomistajille. Digitaalisten myyntien ja palveluiden kasvu kuitenkin kompensoivat fyysisten osuutta ja Teoston kokonaiskeräys kasvoi vuodesta 2011. (Teoston vuosikertomus 2012. www.teosto.fi)



Kuva 14. Teoston keräämien korvausten jakauma 2011 ja 2012. Teoston vuosikertomukset 2011 ja 2012. www.teosto.fi

Teosto lisensoi suomalaista musiikkia kollektiivisesti suureen osaan käyttötarkoituksia, mutta on joitain alueita, joihin Teostolla ei ole valtuuksia myöntää lupia vaan musiikin tekijät tai heidän edustajansa tekevät sen itse ja joissain tapauksissa myös laskuttavat käytön suoraan jolloin tarkoitetaan tutkielman mallin mukaista suoraliensointia teossektorin osalta. Suoraliensoitavia käyttöjä ovat Suomessa esimerkiksi internet- ja mainoskäyttö yrityksillä. Sikäli, kun teoksella ei ole kustantajaa, luvan myöntää tekijät itse, mutta laskituksen tekee silti Teoston kautta NCB, jolloin luvut näkyvät Teoston tilastoissa. Jos kuitenkin kustantaja teokselle löytyy ja lisensointi tapahtuu suoraan kustantajan ja käyttäjän välillä, ei lukuja löydy Teoston tilastoista vaan ne pitää saada muuta kautta. Suomalaisia musiikkikustantajia edustaa Suomen musiikkikustantajat ry, jonka hallituksen jäsenen Tommi Tuomaisen (2012) mukaan kustantaminen Suomessa on verrattain pieni sektori, jolla toimii vain muutamia yrityksiä ja suuri osa suomalaisista teoksista on kustantamattomia. Merkittävimmät kustannusyrietykset ovat monikansallinen Warner/Chappell, joka omistaa erittäin suuren osan suomalaisista kustannetuista teoksista, sekä Universal Music Publishing. Näiden lisäksi pienempiä toimijoita ovat HMC Helsinki Music Company sekä Elements Music. Erityisesti klassista musiikkia kustantaa Fennica Gehrman. Suomen Musiikkikustantajat ry tilastoi kustantajien suoraliensointia ja sen rahallinen arvo vuonna 2011 oli noin 4 miljoonaa euroa ja vuonna 2012 noin 3,8 miljoonaa euroa. Kustantajien suoraliensointi

käyttöalueittain vuosina 2011 ja 2012 esitetty kuvassa 15 (Forsberg, 2012; 2013).



Kuva 15. Kustantajien suoralisensointi 2011 ja 2012. Suomen musiikkikustantajat ry

Yhteensä Teoston ja kustantajien keräämät tekijänoikeuskorvaukset olivat 59,6 miljoonaa euroa vuonna 2011 ja 60,3 miljoonaa euroa vuonna 2012. Kokonaisuudessaan teossektorin tekijänoikeuskorvaukset siis kasvoivat noin 1,2 prosenttia. Seuraavassa taulukossa on vielä esitetty teossektorin tekijänoikeuskorvaukset yhteensä vuosilta 2011 ja 2012 sekä vuosien välinen muutos.

Taulukko 2. Teossektorin tekijänoikeuskorvaukset (miljoonaa euroa) ja näiden muutos vuosina 2011 ja 2012.

2012	2011	Muutos
60,3	58,6	1,2%

Kun näiden lukujen perusteella lähdetään laskemaan musiikkialan kokonaistaloutta, on huomioitava useita päällekkäisyyksiä, jotka syntyvät tekijänoikeustilityksistä alan sisällä. Kuten aiemmin selvitettiin, äänitteitä tuottavat levy-yhtiöt maksavat tekijänoikeuskorvausta jokaisesta yksittäisestä kappaleesta, jota monistetaan fyysisessä tai digitaalisessa muodossa. Näin ollen osa äänitteiden loppuhinnasta muodostuu tästä korvauksesta, joka näkyy NCB:n (Nordic Copyright Bureau) kautta maksettavissa

mekanisointimaksuissa. Näitä mekanisointeja kerättiin vuonna 2011 yhteensä 4,6 miljoonaa euroa ja 5,1 miljoonaa euroa vuonna 2012. Myös elävästä musiikista maksetaan tekijänoikeuskorvaukset esitettyjen kappaleiden tekijöille, joten konserttilipun hinnankin voidaan katsoa sisältävän tekijöiden osuuden. Tämä taas näkyy Teoston kerääminä elävän musiikin korvauksina, joita kerättiin 5,2 miljoonaa euroa vuonna 2011 ja 5,3 miljoonaa euroa vuonna 2012. Edellä mainitut tekijänoikeuskorvaukset tulee vähentää musiikkialan kokonaistaloudesta, jotta vältetään niiden kaksinkertainen kirjaaminen. Vähennyksiä on yhteensä 9,8 miljoonaa euroa vuonna 2011 ja 10,4 miljoonaa euroa vuonna 2012. (Ano Sirppiäni, 2012; 2013).

4.3.2.2 Tallennesektori

Muusikko- ja tuottajakorvaukset kerätään tallenteiden julkisesta esittämisestä esimerkiksi radiossa, TV:ssä ja tapahtumissa ja ne tilitetään edelleen oikeudenomistajille eli yleensä muusikoille, levy-yhtiöille ja artisteille. Suomessa tämän tekee Gramex ry, jolla oli vuoden 2011 lopussa lähes 50 000 muusikko- ja tuottaja-asiakasta. Vuonna 2011 Gramex keräsi vuosikertomuksena mukaan korvauksia yhteensä 19,2 miljoonaa euroa, josta oikeudenomistajille jaettiin 17,1 miljoonaa euroa. Kotimaiselle musiikille tästä meni 11,1 ja ulkomaiselle 4,0 miljoonaa euroa. (Gramex, 2012)

Gramex keräsi vuodelta 2012 korvauksia yhteensä 19,7 miljoonaa euroa. Tästä jaettiin edelleen oikeudenomistajille 13,7 miljoonaa euroa, josta kotimaisen musiikin osuus oli 10,6 miljoonaa euroa. 2,1% kasvu kerätyissä korvauksissa edellisvuoteen nähden selittyy uusista sopimuksista korvaustasosta sekä sopimusten kattavuuden parantumisella. Korvauksia maksettiin yhteensä 10 204 taiteilijalle ja 2 215 tuottajalle. Seuraavassa taulukossa on vielä esitetty tallennesektorin tekijänoikeuskorvaukset yhteensä vuosilta 2011 ja 2012 sekä vuosien välinen muutos.

Taulukko 3. Tallennesektorin tekijänoikeuskorvaukset (miljoonaa euroa) vuosina 2011 ja 2012 sekä muutos (%) vuosien välillä

2012	2011	Muutos
19,7	19,2	2,1%

IFPI:n Tommi Kyyrän (2012) mukaan, myös suomalaiset levy-yhtiöt ovat kehittäneet viimeaikoina perinteisen äänitemyyntin ohelle ns. uusia ansaintamalleja, joita ovat esimerkiksi master-äänitteiden suoraliensiointi mainoskäyttöön, artistien sponsorointisopimukset sekä muut suorat yritysysteistyöt. IFPI kerää tietoa tämän toiminnan liikevaihdosta, mutta sitä ei ole vielä tutkimuksen tekohekkellä saatavilla tarpeeksi kattavasti, joten tästä selvityksestä nämä tulovirrat on jätetty ulkopuolelle. Kyyrän (2012) epävirallinen arvio suoraliensioinnista tulevista rahoista on joitain satoja tuhansia, joten niiden merkitys kokonaisuudessa ei näin ollen olisi kovin merkittävä.

4.3.2.3 Tekijänoikeustulot yhteensä

Tekijänoikeustulojen kokonaismäärä syntyy, kun teos- ja tallennesektorin korvausten määrä lasketaan yhteen. Näin saadaan laskettua myös ero vuosien 2011 ja 2012 välillä. Seuraavassa taulukossa on esitetty tekijänoikeustulot sektoreittain sekä näiden yhteenlaskettu määrä sekä muutos vuosilta 2011 ja 2012.

Taulukko 4. Tekijänoikeustulot yhteensä (miljoonaa euroa) sekä näiden muutos (%) vuosina 2011 ja 2012

	2012	2011	Muutos
Teossektori	60,3	58,6	1,2%
Tallennesektori	19,7	19,2	2,1%
Yhteensä	80	77,8	2,3%

Kuten taulukosta käy ilmi, sekä teos- että tallennesektorin tekijänoikeustulot kasvoivat vuonna 2012 ja myös yhteenlaskettu tekijänoikeustulojen määrä kasvoi noin 2,3%. Tämä selittyy teosten osalta digitaalisten tallenteiden ja suoratoiston suosion merkittäväällä kasvulla fyysisten levyjen hiipuessa, joka näkyy osaltaan myös tallennesektorilla niiden limittyneisyyden johdosta (Teosto, 2013). Tallennesektorilla musiikin käytön sopimusten kattavuus parani vuoden 2012 aikana, joka näkyy myös Gramexin kautta tilitettävissä tekijänoikeuskorvauksissa (Gramex, 2013).

4.3.3 *Elävän musiikin tulot*

Viimeinen tutkittavista rahavirroista ennen kokonaisarvon muodostamista on elävän musiikin tuottamat tulot. Konserttien ja muiden esiintymisten osuus artistien ja muusikoiden tuloista on kasvanut viime vuosina selkeästi, kun taas levymyynti on ollut laskusuhdanteessa. Elävän musiikin kasvanut merkitys on näkynyt myös konserttitarjonnan laajuudessa sekä muun muassa siinä, että Suomeen on saatu entistä enemmän maailmanluokan esiintyjä, sellaisiakin jotka ovat aiemmin ohittaneet kotimaamme sen syrjäisen sijainnin takia. (Nikula, 2012.)

Rahavirtoja ajatellen elävä musiikki on selkeästi haastavin tutkittava musiikkialan sektoreista. Kenttä on erittäin pirstoutunut, ja isojen toimijoiden lisäksi pieniä toimijoita on lukemattomia määriä. Sektori voidaan jakaa karkeasti esiintyjiin ja välittävään portaaseen ja pidemmälle mentäessä esimerkiksi esiintymispaikkojen mukaan festivaaleihin, konsertteihin, klubeihin, ravintoloihin ja yksityistilaisuuksiin, jotka voivat olla kaikkea isosta areenasta pieneen kabinettiin. Myös klusterinäkökulmasta pelkän musiikin tuottamaa arvoa on monesti haastavaa määritellä ja mitata. Esimerkiksi festivaalien kohdalla voidaan ajatella kaiken oheismyynninkin olevan suoraa seurausta esiintyjistä, koska festivaalit järjestetään esiintyjien ympärille. Ravintoloiden ja klubien kohdalla tämä on kyseenalaisempaa, koska esiintyjä on yleensä vain joinain iltoina, he ovat pienemmässä roolissa, ja asiakkaita saattaisi olla paikalla muutenkin. Joka tapauksessa voidaan olettaa, että esiintyjillä on aina jonkinlaista vaikutusta muuhun myyntiin. Näitä kerrannaisvaikutuksia ei ole käytännössä kuitenkaan tutkittu lainkaan edes näin pienessä mittakaavassa, ja niiden arvioiminen luotettavasti on erittäin hankalaa johtuen jo pelkästään elävää musiikkia tarjoavien paikkojen laajasta kirjosta (Nikula, 2012; Sirppiniemi, 2012). Lisäksi Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry:n SOA:n puheenjohtajan Markku Laaksosen mukaan (2012) yksittäisen ohjelmatoimiston ohjelmamyynti yrityksille on usein ketjutettu siten, että asiakkaille tarjotaan isoja kokonaisuuksia, johon sisältyy musiikkiohjelman lisäksi esimerkiksi tilavuokria, konferenssijärjestelyä ja cateringia. Tämä tarkoittaa, että puhtaan musiikkiin perustuvan ohjelmiston rahavirtojen erottelu muusta tulosta on lähes mahdotonta selvittää luotettavasti, varsinkaan kohtuullisessa ajassa.

Vaikka nämä edellä mainitut seikat huomioiden elävän musiikin arvosta ei ole saatavissa kovin tarkkoja tilastoja yksityiskohtaisten laskelmien tekemiseksi, voidaan lukuja koittaa saada kasaan toisella tapaa. Nyt on musiikin vapaan kentän vuoro! (2011) –raportissa Suomen elävän musiikin kentän toiminta on jaettu karkeasti valtiosuuksista rahoituksensa pääosin saaviin tahoihin ja niin sanottuun vapaaseen kenttään, jotka ei saa valtiosuuksia vaan sen esiintyjien ja välittävän portaan tulo muodostuu esiintymispalkkioista, jotka viimekädessä maksaa yleisö esimerkiksi pääsylippujen muodossa. Tämän perusteella Suomen elävän musiikin toimijat voidaan siis jakaa pääpiirteissään yksityiseen sektoriin ja julkiseen sektoriin. Käytännössä kaikesta yksityisen sektorin elävästä musiikista maksetaan korvauksia Teoston kautta esitettyjen teosten tekijöille ja kustantajille ja näiden korvausten perusteella voidaan tehdä arvio koko yksityissektorin arvosta. Teosto keräävät korvaukset ovat Teoston tutkimusjohtajan Ano Sirppiniemen (2012) ja elävän musiikin tiimin johtajan Mika Nikulan (2012) arvion mukaan 3,5% kaikesta elävän musiikin lipunmyynnistä ja muista palkkiosta. Lisäksi Sirppiniemi ja Nikula arvioivat tutkimuksiinsa nojaten lipunmyynnin muodostavan noin 70% elävän musiikin tapahtumien kokonaistuotosta. Näin ollen jakamalla kokonaiskeräys sen osuudella lipunmyynnistä ja lisäämällä tähän 30% kokonaistuoton laskemiseksi, saadaan arvioitua elävän musiikin rahavirrat yksityissektorin osalta. Tämä laskukaava, jossa A on elävän musiikin yksityissektorin arvo, E on Teoston keräämän elävän musiikin korvaukset ja n edustaa tutkittavaa vuotta, on esitetty seuraavassa:

$$A(n) = E(n) / 0,035 / 0,7$$

Näin laskettua elävän musiikin yksityissektorin arvoa ei voida pitää tarkkana lukuna vaan lähinnä arviona, koska se perustuu kahden kertoimen käyttöön. Koska kerrottava luku perustuu kuitenkin musiikista saataviin tekijänoikeusmaksuihin ja näiden taso on neuvoteltu siten, että se heijastelee musiikin synnyttämää arvoa tilaisuuksien järjestäjille, voidaan laskukaavaa pitää perusteltuna (Sirppiniemi & Nikula, 2012). Lisäksi, koska elävästä musiikista kerättävät korvaukset vaihtelevat vuosittain, näkyy se myös laskukaavalla saadussa arvossa ja näin yksityissektorin rahavirran muutos voidaan päivittää vuosittain kohtuullisen vaivattomasti. Näiden seikkojen perusteella tässä tutkielmassa käytetään edellä esitettyä laskukaavaa elävän musiikin yksityissektorin

rahavirran selvittämiseksi.

Kuten jo teossektorin kohdalla mainittiin, Teosto keräsi vuonna 2011 yhteensä 5,2 miljoonaa euroa koko elävän musiikin kentältä. Tästä luvusta on poistettu tiettyjä päällekkäisyyksiä ja sitä ei löydä sellaisenaan Teoston raporteista, mutta se on avoimesti satavilla kysymällä suoraan Teostosta (Sirppiniemi, 2012). Laskukaavaa käyttäen elävän musiikin yksityissektorin rahavirran suuruudeksi saadaan 212,2 miljoonaa euroa vuodelta 2011. Samankaltaiseen arvioon elävän musiikin sektorin arvosta on päädytty aiemmin esimerkiksi edellä mainitussa Nyt on musiikin vapaan kentän vuoro! –selvityksessä (2011), mikä osaltaan lisää tämän tutkielman laskukaavan uskottavuutta.. Vuonna 2012 Teosto keräsi yhteensä noin 5,3 miljoonaa euroa koko elävän musiikin kentältä (Sirppiniemi, 2013). Tästä johdettuna elävän musiikin arvoksi yksityissektorin osalta vuonna 2012 saadaan noin 216,3 miljoonaa euroa. Edellisvuoteen verrattuna kasvua on 1,9%. Kuten aiemmin mainittiin, laskettaessa lopulta suppean klusterin kokonaisarvoa pitää elävän musiikin korvaukset vähentää kokonaisarvosta, koska muuten ne tulee kirjatuksi sekä elävän musiikin että tekijänoikeustulojen rahavirtoihin.

Yksityissektorin ohella julkisen sektorin rooli Suomen kulttuurialoilla on eurooppalaisen mallin mukaisesti suuri. Vero- ja veikkaustuloilla tuetaan taidemuotoja, jotka koetaan tärkeiksi, mutta joiden selviytyminen puhtaasti markkinaehtoisessa ympäristössä on haastavaa. Musiikin saralla tähän vahvasti tuettuun kenttään kuuluu tyypillisesti klassinen musiikki, jossa merkittäviä tuensaajia ovat erilaiset klassisen musiikin orkesterit kuten sinfoniaorkesterit sekä Kansallisooppera. Näiden lisäksi tuetaan valtavirran ulkopuolella olevia musiikin lajeja. (Hottinen, 2012). Erityishuomiona on syytä todeta, että sinfoniaorkestereiden esittämä musiikki on suurelta osin ns. suojaamatonta eli sen esittämisestä ei peritä tekijänoikeuskorvauksia, joten toiminta ei näy juurikaan Teoston keräämissä elävän musiikin korvauksissa. Näin ollen yksityissektorin -- eli vapaan kentän -- ja julkisen sektorin rahat voidaan erotella toisistaan laskea yhteen vääristämättä kokonaiskuvaa merkittävästi. (Sirppiniemi, 2012).

Suomen Sinfoniaorkesterit ry edustaa muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta suomalaisia orkestereita, jotka saavat osan rahoituksestaan valtionosuuksista tai suorista avustuksista (Suomen Sinfoniaorkesterit ry, 2012). Yhdistyksen vuosikertomuksen

mukaan orkestereiden kokonaisrahoitus vuonna 2011 oli 74,1 miljoonaa euroa sisältäen valtionosuudet ja lipputulot. Toinen merkittävä valtionosuuksilla pääasiassa toimiva julkinen musiikki-instituutio on Kansallisooppera, jonka vuoden 2011 kokonaisrahoitus vuonna 2011 oli 53,3 miljoonaa euroa sisältäen jälleen valtionosuudet ja lipputulot. Edellä mainituista kokonaisrahoituksista valtionosuus on orkestereiden osalta 57,2 miljoonaa euroa ja Kansallisoopperan osalta 41,8 miljoonaa euroa. (Suomen kansallisooppera, 2012.)

Mainittakoon vielä, että jäljelle jäävässä lipputuloista koostuvassa osuudessa kokonaisrahoituksesta ei ole juurikaan päällekkäistä yksityissektorin laskukaavalla saadun arvon kanssa, koska orkesterit ja Kansallisooppera esittävät suurimmalta osin materiaalia, joka ei nauti enää tekijänoikeuden suojasta.

Vuonna 2012 Suomen Sinfoniaorkesterit ry:n jäsenorkesterien kokonaisrahoitus oli noin 77,3 miljoonaa euroa, jossa on kasvua edellisvuoteen 4,3%. Kasvu selittyy kasvaneina yleisömäärinä sekä kunnallisten avustusten hienoisena suurenemisena. Valtion osuus sekä harkinnanvaraiset avustukset pienenevät noin 200 000 eurolla ja lasku tällä saralla on ollut trendi jo useamman vuoden ajan. Nyt kun valtiontalouteen liittyy lisäksi huomattavia säästöpaineita, on valtion kulttuuriin käyttämä raha entistä suuremman leikkausuhan alla. (Suomen Sinfoniaorkesterit ry, 2013.) Kansallisoopperan kokonaisrahoitus oli vuonna 2012 noin 55,9 miljoonaa euroa, jossa kasvua edellisvuoteen on 6,1%. Kasvu kertoo sopeuttamistoimien ja uusien yhteistyökumppanuuksien positiivisesta vaikutuksesta rahoitukseen. Myös Kansallisooppera ilmaisee vuosikertomuksessaan huolensa valtion osuuksien jatkuvasta pienenemisestä tulevaisuudessa, joka nähdään suurimpana strategisena riskinä tulevaisuudessa ja saattaa tarkoittaa lisää sopeuttamistoimia. (Suomen kansallisooppera, 2013).

Elävän musiikin sektorin kokonaisarvon saadakseen edellä tutkitut ja lasketut rahavirrat yksityiseltä ja julkiselta sektorilta tulee laskea yhteen. Seuraavassa taulukossa on esitetty elävän musiikin rahavirrat kootusti vuosilta 2011 ja 2012 sekä vuosien välinen muutos siten, että julkisen sektorin toimijoiden rahavirrat eli Suomen Sinfoniaorkesterit ry:n jäsenten ja Kansallisoopperan kokonaisrahoitukset on laskettu valmiiksi yhteen.

Taulukko 5. Elävän musiikin sektorin rahavirrat yhteensä (miljoonaa euroa) ja näiden muutos vuosina 2011 ja 2012

	2012	2011	Muutos
Yksityissektori	216,3	212,2	1,9%
Julkinen sektori	133,2	127,4	4,4%
YHTEENSÄ	349,5	339,4	2,9%

Laskutoimitusten perusteella voidaan todeta, että koko elävän musiikin sektori kasvoi vuonna 2012 noin 2,9% verrattuna edellisvuoteen. Yksityissektori kasvoi 1,9% ja julkinen sektori vielä tätäkin enemmän eli 4,4%. On huomionarvoista, että verrattaessa julkisen sektorin kokoa yksityissektoriin sen voidaan todeta olevan suurempi ja yli puolet elävän musiikin kokonaisarvosta. Toisin sanoen yli puolet koko elävän musiikin sektorista on julkisen vallan eli lopulta kansalaisten subventoimaa verojen ja esimerkiksi veikkausvoittovarojen kautta.

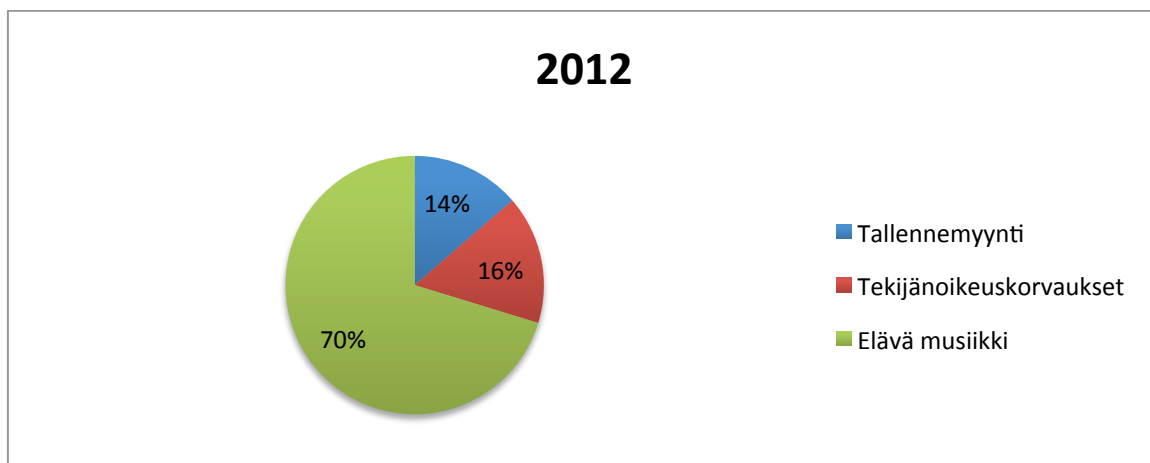
4.4 Kokonaisarvo

Edellisissä kappaleissa selvitettiin Suomen musiikkialan suppean klusterin rahavirrat kategorioittain tallennemyynnin, tekijänoikeuskorvauksien ja elävän musiikin osalta. Tässä kappaleessa muodostetaan suppean klusterin kokonaisarvo, joka muodostuu kategorioiden rahavirtojen summasta. Näin saadusta kokonaisarvosta pitää vielä vähentää päällekkäisyydet, jotka muodostuvat elävän musiikin tekijänoikeuskorvauksista sekä tallenteiden mekanisointimaksuista, jotta niitä ei kirjata kahteen kertaan. Seuraavassa taulukossa on esitetty kootusti kaikkien kategorioiden rahavirrat ja näiden muutokset vuosilta 2011 ja 2012. Taulukon lopussa rahavirrat on laskettu yhteen ja erikseen esitetyt vähennykset on laskettu pois kokonaisarvosta.

Taulukko 6. Suppean klusterin rahavirrat ja yhteenlaskettu kokonaisarvo (miljoonaa euroa) sekä näiden muutokset (%) vuosina 2011 ja 2012.

	2012	2011	Muutos
Tallennemyynti	67,9	66,5	2,1%
Tekijänoikeusmaksut	80	77,8	2,3%
Elävä musiikki	349,5	339,4	2,9%
Mekanisointimaksut	5,1	4,6	9,8%
Elävän musiikin korvaukset	5,3	5,2	1,9%
KOKONAISARVO	487	473,9	2,7%

Tutkielman mallilla laskettuna Suomen musiikkialan suppean klusterin taloudellinen kokonaisarvo oli vuonna 2011 473,9 miljoonaa euroa ja 487 miljoonaa euroa vuonna 2012. Kasvua edellisvuoteen oli vuonna 2012 kaikissa kategorioissa, yhteensä 2,7%. Tutkittaessa eri kategorioiden suhteellista kokoa huomataan, että elävä musiikki on rahavirroiltaan selkeästi suurin ja muodostaa yli kaksi kolmasosaa koko suppeasta klusterista. Tallennemyynti ja tekijänoikeuskorvaukset ovat keskenään samaa kokoluokkaa tekijänoikeusmaksujen ollessa kuitenkin hieman suurempi kategoria. Kategorioiden suhteelliset osuudet kokonaisuudesta vuonna 2012 on havainnollistettu seuraavassa kuvassa 16.



Kuva 16. Rahavirtakategorioiden suhteelliset osuudet kokonaisarvosta vuonna 2012.

Myös Suomessa on ollut kehitystä niin sanotun 360-mallin suuntaan ja esimerkiksi Warner Musicilla on levy-yhtiötoiminnan ohella saman yrityksen alla myös ohjelmatoimisto sekä musiikkikustantamo (www.warnermusic.fi). IFPI:n Tommi Kyyrän mukaan näiden lisäksi yhtiöillä saattaa myös olla 360-mallin hengessä oheistuotemyynti ja sponsorisopimusten neuvottelemine yhdistetty samassa yhteydessä, mutta näistä tuloista ei ole tietoa saatavilla (Kyyrä, 2011). Näin ollen niitä ei tässä tutkimuksessa huomioida ja ne eivät varsinaisesti käytetyn analyttisen mallin mukaan kuulu millekään sektorille, vaikkakin ovat hyvin lähellä niitä.

On huomion arvoista, että Alasen (2011) selvityksessä, jonka klusterimallia käytettiin myös tässä tutkielmassa viitekehystenä, suppean klusterin kokonaisarvoksi arvioitiin noin miljardi euroa, joka on noin kaksi kertaa enemmän kuin tämän tutkielman tulokset osoittavat. Alasen mallissa suppea klusteri määriteltiin kuitenkin erilailla ja mukaan otettiin myös esim. koulutus, jonka kooksi laskettiin noin 270 miljoonaa euroa. Lisäksi Alanen laski mukaan kirkon käyttämät rahat musiikkiin, sotilasmusiikin sekä musiikin saamat apurahat. Mikäli nämä jätetään pois, Alasen numerot ovat samassa suuruusluokassa tämän tutkimuksen tulosten kanssa.

Vertailtaessa musiikkialaa muihin toimialoihin Tilastokeskuksen tutkimuksen (Alanen, 2011) 11 mukaan vuonna 2009 esimerkiksi koko AV-klusterin koko oli noin 1,7 miljardia euroa. Tästä elokuvien tuotannon, jälkituotannon, levityksen ja esittämisen liikevaihto on noin 400 miljoonaa euroa. AV-klusteria on kuitenkin hankala erotella

äänen ja kuvan osuuteen – kuten jo nimi antaa ymmärtää – joten päällekkäisyyttä esiintyy. Toisena esimerkkinä markkinointiviestintään käytetty raha oli vuonna 2009 noin 3 miljardia euroa, josta osa valuu musiikille ja näin toimialat hyödyttävät toinen toisiaan (TNT-Gallup, 2010).

5 Yhteenveto ja johtopäätelmät

Tutkielman tavoite oli vastata tutkimuskysymyksen siitä, mikä on Suomen musiikkialan suppean klusterin kokonaisarvo vuosina 2011 ja 2012. Vastaukseen päästäkseen piti määritellä suppean klusterin rakenne ja toimijat sekä löytää tapa laskea näiden yhteinen kokonaisarvo.

Tutkimus rajattiin suppeaan klusteriin Aku Alasen (2011) teoreettisen mallin, jonka mukaan mitä kauempaa sen ytimestä musiikkialaa tarkastellaan, sitä vähemmän klusterin toimijoiden liiketoiminnassa on kyse musiikin tai musiikkituotteiden ja – palveluiden myynnistä. Mallin mukaan musiikkiklusterilla on näin tarkasteltuna kolme tasoa, joista sisimmällä eli suppealla klusterilla toimivat tahot saavat tulonsa pääosin musiikista. Tästä seuraavalla tasolla eli laajalla klusterilla toimijoiden ansaintalogiikkaa ei voi pitää pääosin musiikkiin perustuvana, mutta niillä on kuitenkin selkeä välillinen yhteys suppean klusterin toimijoihin. Laajimmalla tarkasteluperspektiivillä puhutaan kattavasta klusterista, jonka toimijoilla on enää vähän tekemistä musiikin kanssa.

Alanen (2011) ei omassa selvityksessään perustellut suppean klusterin varsinaista koostumusta kovin analyttisesti vaan poimi sinne kuuluvat toimijat lähinnä tilastokeskuksen toimialaluokitusten pohjalta. Tämän tutkielman tavoitteena olikin täsmentää Alasen mallia tutkimalla musiikkialan toimijoiden toiminta- ja ansaintalogiikkaa tarkemmin alaa käsittelevän kirjallisuuden avulla. Tutkimuksen perusteella täsmennetyn mallin lähtökohdaksi valittiin jäsentely, jossa suppeaklusteri koostuu teos-, tallenne-, ja elävä musiikki –sektoreista.

Seuraavassa vaiheessa sektoreiden ansaintalogiikka tutkimalla päädyttiin malliin, jossa suppealle klusterille sen ulkopuolelta saapuvat rahavirrat muodostavat kokonaisarvon siten, että arvoketjuajattelun mukaisesti suppean klusterin sisällä tapahtuva arvonlisä sisältyy lopputuotteen hintaan. Rahavirrat saapuvat teos-, tallenne-, ja elävä musiikki -sektoreille kahdesta lähteestä: musiikin kuluttajilta, jotka ostavat musiikkia yleensä henkilökohtaiseen käyttöön esimerkiksi fyysisen levyn, nuotin tai elävän musiikin konsertin muodossa tai musiikin käyttäjiltä, jotka hyödyntävät musiikkiaan omassa liiketoiminnassaan kuten esimerkiksi radiokanavat tai elokuvayhtiöt.

Tutkimalla rahavirtojen luonnetta päädyttiin tutkimuksen seuraavassa, kvantitatiivisessa osiossa, käytettävään tarkennettuun analyttiseen malliin, jossa suppean klusterin kokonaisarvo muodostuu kolmesta rahavirtojen kategoriasta: tallennemyynnistä tai siihen tässä tutkimuksessa laskettavasta suoratoistosta, tekijänoikeuskorvauksista sekä elävän musiikin tuloista. Kokonaisarvo saadaan laskemalla nämä tulovirrat yhteen ja vähentämällä summasta päällekkäisyydet tallennetuottajien sekä elävän musiikin tapahtumien maksamissa korvauksissa säveltäjille ja sanoittajille.

Tutkimuksen viimeisessä eli kvantitatiivisessa osiossa mallin mukaiset rahavirrat kerättiin eri lähteistä. Tallennemyynnin osalta tarvittavat luvut tilastoi Musiikkituottajat IFPI Finland, jonka tilastot perustuvat äänitteiden tukkumyyntiin. Tutkimuksessa haluttiin kuitenkin selvittää musiikin kuluttajien maksaman vähittäismyynnin arvo ja se saatiin laskettua kertomalla tukkumyynnin arvo kertoimella 1,61. Näin laskettuna tallennemyynnin ja suoratoiston kokonaisarvoksi saatiin 66,5 miljoonaa euroa vuonna 2011 ja 67,5 miljoonaa euroa vuonna 2012. Eroja vuosien välillä oli 2,1 prosenttia.

Seuraava rahavirta eli tekijänoikeusmaksut muodostuvat kahdesta osasta: musiikin käyttäjien teossektorille teosten käytöstä sekä tallennesektorille master-äänitteiden käytöstä maksamista korvauksista. Teossektorin osalta tekijänoikeuskorvauksia kerää ja tilittää Teosto sekä musiikkikustantajat ja näiden kokonaiskeräys oli 77,8 miljoonaa euroa vuonna 2011 ja 80 miljoonaa vuonna 2012. Eroa vuosien välillä oli 2,3 prosenttia.

Viimeisen rahavirran eli elävän musiikin tulojen kokonaisarvo muodostuu yksityisen sektorin ja julkisen rahoituksen piirissä olevien toimijoiden yhteenlasketusta arvosta. Yksityisen sektorin osalta tarkkaa tietoa on vaikea saada ja tutkimuksessa päädyttiin laskentatapaan, jossa kokonaisarvo saadaan Teoston keräämien elävän musiikin tekijänoikeuskorvausten avulla. Nämä korvaukset ovat noin 3,5% kaikista lipputulosta ja lipputulot puolestaan edustavat noin 70% tapahtumien liikevaihdosta. Näin ollen kertomalla tekijänoikeuskorvaukset peräkkäin kertoimilla 0,035 ja 0,7, saadaan kokonaisarvo. Julkisen sektorin rahoituksen piirissä olevat toimijat ovat käytännössä Suomen Sinfoniaorkesterit ry:n tilastoimat orkesterit sekä Suomen Kansallisooppera. Näiden yhteenlaskettu kokonaisrahoitus sekä yksityisen sektorin kokonaisarvo muodostavat elävän musiikin kokonaistulot. Elävän musiikin tulot olivat 339,4

miljoonaa euroa vuonna 2011 ja 349,5 miljoonaa euroa vuonna 2012. Eroa vuosien välillä oli 2,7 prosenttia.

Laskemalla kaikki eri rahavirrat yhteen vuonna ja vähentämällä eri sektoreille päällekkäiset rahat Suomen musiikkialan suppean klusterin arvoksi saatiin 473,9 miljoonaa euroa vuonna 2011 ja 487 miljoonaa euroa vuonna 2012. Eroa vuosien välillä oli 2,7%, joten musiikkiala kasvoi kokonaisuutena ja myös jokaisen yksittäisen sektorin osalta.

Tutkimuksessa käytetyt tavat rajata suppea klusteri ja tutkia musiikkialan rahavirtoja kokonaisarvon laskemiseksi antavat lopputulokseksi kohtuullisen tarkan kuvan Suomen musiikkialan koosta. Lisäksi käytetty aineisto on helposti kerättävissä, joten mallia voidaan käyttää tulevaisuudessa vuosittaisen vertailun tekemiseen. Malli on kuitenkin vain yksi tapa hahmottaa musiikkiala ja varsinaisten rahavirtojen osalta tallennesektorin vähittäismyynnin ja elävän musiikin yksityissektorin tulojen laskemiseksi käytettyjen menetelmien tarkkuutta voidaan kritisoida, koska ne perustuvat arvion pohjalta luotujen kertoimien käyttämiseen. Tietyiltä osin myöskään tutkimusaineistoa ei ollut saatavissa tarpeeksi tai lainkaan. Esimerkiksi äänitteiden ulkomaisen suoratuonnin osalta aineiston saaminen ei ollut mahdollista, johtuen toimijoiden liikesalaisuuksista. Äänitteiden suurista verkkokaupoista esimerkiksi Amazon ei julkaise minkäänlaisia myyntilukuja. Suoratuonti on kuitenkin arvoltaan potentiaalisesti erittäin merkittävä, joten keinoja tämän tiedon saamiseen olisi hyvä selvittää lisää tulevaisuudessa. Myöskään levy-yhtiöiden uusien ansaintamalleista tai oheistuotemyynnistä, joka kattaa esimerkiksi levy-yhtiöiden, ohjelmatoimistojen ja erikoistuneiden yritysten myymät bändipaidat sekä muut artistien nimillä brändätyt tuotteet ei ollut tarpeeksi aineistoa tutkimuksen tekohetkellä. Tämänkin liiketoiminnan voi olettaa kehittyvän tulevaisuudessa fyysisen äänitemyynnin laskiessa ja se on alan ansaintalogiikan kannalta ja on mielenkiintoinen tulovirta alan ansaintalogiikan kannalta.. Kaiken kaikkiaan myöskään tällä tutkimusmallilla ei saatu kerättyä täysin tarkkaa aineistoa tai päästy irti tilastollisista menetelmistä, joiden Oesch sanoi jo vuonna 1998 olevan epätarkkoja musiikkialan tarkan arvon laskemiseksi.

Näiden edellä mainittujen puutteiden korjaamisen lisäksi tulevaisuudessa voisi olla hyvä alkaa tutkia tarkemmin musiikkialan kerrannaisvaikutuksia ja laajentaa tarkastelua

esimerkiksi laajalle klusterille, jolloin vaikkapa musiikin vaikutusta radioiden mainosmyyntiin tutkittaisiin tarkemmin. Jo laaja klusteri on kuitenkin huomattavasti suppeaa klusteria monimutkaisempi kokonaisuus ja syy-seuraus –suhteita voi olla erittäin hankala todentaa. Musiikilla on kuitenkin eittämättä vahva vaikutus useiden tuotteiden ja palveluiden houkuttelevuuteen ja vaikutuksen tarkempi ja totuuden mukainen selvittäminen pelkkien olettamusten sijaan olisi paitsi mielenkiintoista, myös hyödyllistä.

6 Lähteet

6.1 Haastattelut

Ano Sirppiniemi. Tutkimusjohtaja. Teosto ry. Sähköpostihaastattelut vuosina 2011 ja 2013.

Mika Nikula, Teosto. Sähköpostihaastattelut vuosina 2012 ja 2013

Tommi Kyyrä. Toiminnanjohtaja. Äänitetuottajat – IFPI Finland ry. Haastattelu 2.2.2012

Virpi Forsberg, Suomen Musiikkikustantajat ry. Sähköpostihaastattelut 2012 ja 2013.

6.2 Kirjalliset

Adorno, T., Max Horkheimer. Dialectic of Enlightenment. Trans. Edmund Jephcott. Stanford: Stanford UP. 2002

Alanen, Aku. Lama liippasi elokuva-alaakin. Tieto&Trendi 6/2011. Tilastokeskus. 2011.

Alanen, Aku. Miljardin klusteri. Tieto&Trendit 4–5/2009. Tilastokeskus. 2009.

Barrow, Tony, and Julian Newby. Inside the music business. Psychology Press, 1994.

Bockstedt, Jesse C., Robert J. Kauffman, and Frederick J. Riggins. "The move to artist-led on-line music distribution: a theory-based assessment and prospects for structural changes in the digital music market." International Journal of Electronic Commerce 10.3 (2006): 7-38.

Cantell, Timo: Kulttuuriteollisuus ja sen kritiikki Adornon mukaan. Koivunen, H., Kotro, T. (toim.): Kulttuuriteollisuus. Edita. 1999. s. 259-261

DCMS 1998. Creative Industries Mapping Document: Music. Department for Culture, Media and Sport, London. 1998.

https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/193580/Creative_Industries_Mapping_Document_Music.pdf . Avattu: 5.8.2014

Doerr, Jonathan, ym. "Pricing of content services—an empirical investigation of music as a service." Sustainable e-business management. Springer Berlin Heidelberg, 2010. 13-24.

Du Gay, Paul, toim. Production of culture/cultures of production. Sage, 1997.

Engström, A. & Hallencreutz, D. (2003) Från A-dur till bokslut – Hårda fakta om em mjukindustri. Hultsfred: IUC Musik & Upplevelseindustri.

Future of Music Coalition. Public Performance Right for Sound Recordings. 5.11.2013. <https://www.futureofmusic.org/article/fact-sheet/public-performance-right-sound-recordings>. Avattu 8.8.2014.

Gammons, Helen. The Art of Music Publishing: An Entrepreneurial Guide to Music Publishing and Copyright for the Media, Film and Music Industries. Oxford/Burlington: Elsevier Ltd., 2011.

Gloaalit arvoverkostot. Tekesin katsaus 257/2009. Tekes, 2009.

(http://www.tekes.fi/fi/gateway/PTARGS_0_644_43457_0_0_18/gloaalit_arvoverkostot.pdf)

Graham, Gary, ym. "The transformation of the music industry supply chain: A major label perspective." International Journal of Operations & Production Management 24.11 (2004): 1087-1103.

Gramexin vuosikertomus 2011. Gramex ry. 2012.

Gramexin vuosikertomus 2012. Gramex ry. 2013.

Tolvanen, Hannu. Tilastojen sinfonia - Musiikkielämä numeroina. Finnish Music Express -hanke. Sibelius-Akatemian selvityksiä ja raportteja 14 /2012

Hautamäki, Irmeli. Kulttuuriteollisuus ja sen kritiikki Adornon mukaan. Koivunen, H., Kotro, T. (toim.): Kulttuuriteollisuus. Edita. 1999

Heiskanen Ilkka, Kangas Anita & Mitchell Ritva, toim. (2002). Taiteen ja kulttuurin kentät. Perusrakenteet, hallinta, lainsäädäntö ja uudet haasteet. Helsinki: Tietosanoma.
Hull, Geoffrey, Thomas Hutchison, and Richard Strasser. The music business and recording industry. Routledge, 2011.

Karvinen, E. Johdatus viestintätieteisiin. 2014. Tampereen yliopisto. Viitattu 4.2.2014 <http://viesverk.uta.fi/johdviest/tutkhistoria/frankfurt.html>.

Krasilovsky, M. William, and Sidney Schemel. This business of music: The definitive guide to the business and legal issues of the music industry. Random House LLC, 2007.

Kreitz, Gunnar, and Fredrik Niemela. "Spotify--large scale, low latency, p2p music-on-demand streaming." Peer-to-Peer Computing (P2P), 2010 IEEE Tenth International Conference on. IEEE, 2010.

Kroeber, A.L., & Kluckhohn, C. (1952). Culture: A critical review of concepts and definitions. Harvard University Peabody Museum of American Archeology and Ethnology Papers 47.

Kothari. Research Methodology: methods and techniques. New Age International. United States. 2009. s. 1.

Laine, Markus, Jarkko Bamberg, and Pekka Jokinen. "Tapaustutkimuksen käytäntö ja teoria." Teoksessa M. Laine, J. Bamberg & P. Jokinen (toim.) Tapaustutkimuksen taito. Helsinki: Gaudeamus 2 (2007): 9-40.

Leyshon, Andrew. Time-space (and digital) compression: software formats, musical networks, and the reorganisation of the music industry. *Environment and Planning A* 33.1 (2001)

Portnoff, Linda & Nielsén, Tobias. Musikbranschen i siffror. Statistik för 2010. Tillväxtverket, Rapport 0118. 2011.

Linton, R. (1945). *The Cultural Background of Personality*. New York. Sivu 21.

Luova Suomi –hanke. <http://www.luovasuomi.fi/tietoa>. Avattu 10.2.2012

Markkinoinnin neuvottelukunnan selvitys. Markkinointiviestinnän määrä supistui 0,5 miljardia euroa vuonna 2009. - TNS Gallup 16.6.2010. <http://www.mtl.fi/mtl-uutiset/markkinointiviestinn%C3%A4n-m%C3%A4%C3%A4r%C3%A4-supistui-05-miljardia-euroa-vuonna-2009>. Avattu 14.3.2012.

Music & Copyright. ”UMG and WMG see gains in recorded-music market share in 2013, while Sony/ATV dominates music publishing”. 6.6.2014
<https://musicandcopyright.wordpress.com/2014/05/06/umg-and-wmg-see-gains-in-recorded-music-market-share-in-2013-while-sonyatv-dominates-music-publishing/#more-1166>. Avattu 11.8.2014

Nieminen, Jouni. Muusikko online. 10/2000. Muusikoiden liitto ry. 2000.
http://www.muusikkojenliitto.fi/muusikko/muusikko_2000/10_konsertti_ka.html. Avattu 17.8.2014.

Newell, Philip Richard. *Recording studio design*. Taylor & Francis, 2008.
Nyt on musiikin vapaan kentän vuoro! Valtakunnallisen klubi- ja aluekiertuehanke VAKAn loppuraportti. Helsinki: Suomen Muusikkojen Liitto ry. / Valtakunnallinen klubi- ja aluekiertuehanke

Paoletta, Michael. "Synch Kings." *Billboard*, March 3, 2007: Vol. 119, Issue 9.

Passman, Donald S. All you need to know about the music business. Simon and Schuster, 2012.

Pekka Oesch. Musiikkiteollisuus Suomessa: rakenne, työllisyys ja talous. Taiteen keskustoimikunta. 1998.

Peitz, Martin, and Patrick Waelbroeck. "An economist's guide to digital music." CESifo Economic Studies 51.2-3 (2005): 359-428.

Searle, Nicola. Changing Business Models in the Creative Industries: The cases of Television, Computer Games and Music. London: UK Intellectual Property Office, 2011.

Stake, Robert E. The Art of Case Study Research. Thousand Oaks, CA: Sage, 1995. s. xi

Suomen Kansallisoopperan säätiön vuosikertomus 2011. Suomen Kansallisoopperan säätiö. 2012. http://www.ooppera.fi/filebank/1569-Vuosikertomus_2011.pdf

Suomen Kansallisoopperan säätiön vuosikertomus 2012. Suomen Kansallisoopperan säätiö. 2013 http://www.ooppera.fi/filebank/2139-Suomen_Kansallisoopperan_saation_vuosikertomus_2012.pdf

Suomen Sinfoniaorkesterit Ry:n vuosikertomus 2011. Suomen Sinfonia Orkesterit ry. 2012. http://www.sinfoniaorkesterit.fi/assets/statistics/Vuosikertomus_2011.pdf

Suomen Sinfoniaorkesterit Ry:n vuosikertomus 2012. Suomen Sinfonia Orkesterit ry. 2013. http://www.sinfoniaorkesterit.fi/assets/statistics/Vuosikertomus_2012.pdf

Taylor, Sir Edward Burnett. 1920 [1871]. Primitive Culture. New York: J.P. Putnam's Sons. Volume 1, sivu 1

Teoston vuosikertomus 2011. Teosto ry. 2012.

Teoston vuosikertomus 2012. Teosto ry. 2013.

Tilastokeskus: Ajankäyttötutkimus 2009.

The NPD Group. "After 10 Years, Apple Continues Music Download Dominance in the U.S.". Port Washington, New York, 2013.

<https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/news/press-releases/the-npd-group-after-10-years-apple-continues-music-download-dominance-in-the-u-s/>. Avattu 10.7.2014

Truly, Traci. Making Music Your Business : A Practical Guide to Making \$ Doing What You Love. Naperville, IL, USA: Source Books, 2005. ProQuest ebrary. Web. 14 October 2014.

Vilkka, Hanna. "Tutki ja mittaa." Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi 1.4 (2007).

Wikström, Patrik. The music industry: Music in the cloud. Polity, 2013.

Will Page & Chris Carey: Adding up the UK music industry for 2010. Economic Insight 23 (www.prsformusic.com/economics). Vastaavat laskelmat on tehty myös vuosille 2009 ja 2008.

Yin, Robert K. Case Study Research. Design and Methods. 3rd edition. Thousand Oaks: Sage. 2003