

**DIGI-SOSIAALINEN NUORISO JA MUSIIKKI – DIGITAALISEN
MEDIAN VAIKUTUKSET NUORTEN MUSIIKIN KUUNTELUUN**

Pyry Salakari
Pro gradu -tutkielma
Musiikkikasvatus
Syksy 2016
Jyväskylän yliopisto

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistinen tiedekunta	Laitos – Department Musiikin laitos
Tekijä – Author Pyry Pekka Salakari	
Työn nimi – Title Digi-sosiaalinen nuoriso ja musiikki – digitaalisen median vaikutukset nuorten musiikin kuunteluun	
Oppiaine –Subject Musiikkikasvatus	Työn laji –Level Maisterintutkielma
Aika – Month and year Marraskuu 2016	Sivumäärä – Number of pages 85 + liite (1kpl)
Tiivistelmä – Abstract <p>Tutkimukseni tavoitteena on tarkastella, miten digitaalinen media vaikuttaa nuorten musiikin kuunteluun. Käsittelen aihetta tutkimalla kuuntelulähteiden ja kuunteluun saatavien idealähteiden suosiota. Lisäksi selvitän digitaalisen median ominaisuuksien käyttöä ja tutkin verkon sosiaalisten piirteiden liittymistä musiikin kuunteluun.</p> <p>Tutkimukseni on määrällinen Survey-tutkimus, jonka tavoitteena on kerätä tietoa suurehkosta määrästä edustavalla näytteellä. Keräsin tutkimusaineistoni kyselylomakkeella 154:lle seitsemäsluokkalaiselle yläkoululaiselle maaliskuussa 2015. Lomake oli pääosin strukturoitu, ja siihen vastattiin anonymisti. Analysoin aineistoani tilastollisesti kuvaavana tarkastelemalla vastausten lukumääriä, prosentteja, sijaintilukuja ja hajontalukuja. Etsin myös riippuvuuksia ja testasin tilastollisia eroja sukupuolten välillä.</p> <p>Tutkielmastani ilmeni, että nuoret kuuntelevat musiikkia paljon verkon suoratoistopalveluista Spotifysta ja YouTubesta, ja Internet antaa heidän kuuntelemaansa musiikkiin runsaasti ideoita. Kuitenkin vanhemmat kuuntelu- ja idealähteet ovat myös käytössä, ja digitaalinen media on ikään kuin tullut perinteisten lähteiden rinnalle niitä vielä täysin syrjäyttämättä. Musiikkia kuunnellaan yhä enemmän mobiilisti tablettitietokoneiden ja erityisesti puhelinten kautta. Digitaalisten musiikkipalveluiden ominaisuuksia käytetään vaihtelevasti, ja monelle tutkittavalle Internetin ulkopuolinen sosiaalisuus musiikin saralla on tärkeämpää kuin verkossa tapahtuva viestintä.</p>	
Asiasanat – Keywords musiikin kuuntelu, digitaalinen media, musiikin suoratoistopalvelut, musiikkimaku, nuoruus, sosiaalipsykologia	
Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän yliopisto, Musiikin laitos	
Muita tietoja – Additional information	

1	JOHDANTO	4
2	NUORUUS	8
2.1	<i>Sosiaaliset suhteet</i>	9
2.2	<i>Ihanteet</i>	11
2.3	<i>Identiteetti</i>	12
3	KUUNTELUTOTTUMUKSIIN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT	13
3.1	<i>Musiikkimaun muodostuminen</i>	13
3.2	<i>Musiikillisen reaktion vastavuoroisen palautteen malli</i>	14
3.3	<i>Koti ja lapsuus</i>	16
3.4	<i>Nuorten musiikillinen identiteetti</i>	18
4	MEDIAN VALTA MUSIIKKIVIRIKKEIDEN TARJOAJANA.....	22
4.1	<i>Digitaalinen media</i>	23
4.2	<i>Piratismi</i>	24
4.3	<i>Musiikin suoratoistopalvelut</i>	27
4.3.1	<i>YouTube</i>	30
4.4	<i>Nuoret ja digitaalinen media</i>	31
4.4.1	<i>Sosiaalinen kanssakäyminen verkossa</i>	34
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	37
5.1	<i>Aineisto</i>	38
5.2	<i>Aineiston hankintamenetelmät</i>	39
5.3	<i>Aineiston analyysimenetelmät</i>	41
5.4	<i>Tutkimuksen luotettavuus</i>	42
6	TUTKIMUKSEN TULOKSET	44
6.1	<i>Nuorten musiikin kuuntelulähteet</i>	44
6.2	<i>Idealähteet nuorten kuuntelemaan musiikkiin</i>	49
6.3	<i>Digitaalisten musiikkisovellusten ominaisuuksien käyttö</i>	55
6.4.	<i>Sosiaaliset merkitykset musiikin kuuntelussa</i>	60
7	TULOSTEN POHDINTA	65
7.1	<i>Pohdintaa nuorten musiikin kuuntelulähteistä</i>	66
7.2	<i>Pohdintaa idealähteistä nuorten kuuntelemaan musiikkiin</i>	70
7.3	<i>Pohdintaa digitaalisten musiikkisovellusten ominaisuuksien käytöstä</i>	72
7.4	<i>Pohdintaa sosiaalisista merkityksistä musiikin kuuntelussa</i>	74
8	PÄÄTÄNTÖ.....	78
	LÄHTEET	81
	LIITTEET.....	86
	<i>Liite 1: Kyselylomake</i>	86

1 JOHDANTO

Musiikin kulutus on kokenut valtavan mullistuksen viime vuosikymmeneltä lähtien musiikin digitalisoitumisen johdosta. Vaikka esimerkiksi CD-levyjä ja vinyylejä toki ostetaan edelleen, ihmiset kuuntelevat musiikkia nykyään eniten digitaalisesti. 2000-luvun alussa mp3-tiedostot olivat merkittävässä asemassa, kun taas 2000-luvun loppupuolelta tähän päivään asti alan ovat vallanneet erilaiset pilvipalvelut. Kehitys on ollut nopeaa, ja se on vaikuttanut musiikin kuunteluun monellakin tapaa. Ihmisillä on käytössään todella iso digitaalinen musiikkikirjasto, josta he voivat valita haluamaansa musiikkia milloin tahansa. Lisäksi verkon suoratoistopalveluissa voi kuunnella musiikkia helposti esimerkiksi genren mukaan, ja palvelut voivat ehdottaa musiikkia artistien perusteella.

Pilvipalvelut ovat palveluita, joiden palvelinkoneet tuottavat käyttäjien koneiden tarvitsemat tiedot, ohjelmat ja resurssit. Yksinkertaisemmin sanottuna niiden toiminta on Internetissä tapahtuvaa tietojenkäsittelyä, missä ohjelmat siirtyvät verkon virtuaalisille palvelimille. Musiikin kohdalla puhutaan usein suoratoistopalveluista, jotka lähettävät ääni- ja videolähetettä reaaliajassa verkkoon. Näin ääni- tai videolähetys voidaan vastaanottaa ja toistaa heti Internet-yhteyden omaavalla laitteella.

Internetin eri palveluihin liittyvät nykyään vahvasti interaktiivisuus ja sosiaaliset aspektit, mitkä vaikuttavat myös musiikin kuunteluun. Ihmiset voivat helposti kertoa verkossa toisilleen, mitä he kuuntelevat, ja he voivat esimerkiksi tehdä soittolistoja haluamiensa ihmisten kuultaviksi. Ihmisten kuuntelutottumuksiin on aina vaikuttanut ympäristö, ja nykyään vaikutteita muista ihmisistä saa fyysisten kohtaamisten lisäksi verkon kohtaamispaikoista.

Tarkastelen pro gradu -työssäni, miten digitaalinen media vaikuttaa seitsemäsluokkalaisten musiikin kuuntelutottumuksiin. Tutkin tätä selvittämällä nuorten kuuntelu- ja idealähteitä, tarkastelen digitaalisten palveluiden ominaisuuksia ja pohdin musiikin kuuntelua sosiaalipsykologisista näkökulmista. Vertailen tyttöjen ja poikien eroja, ja etsin mahdollisia riippuvuuksia digitaalisten lähteiden ja musiikkimaun vaihtumisen väliltä. Uskon tämän hetken olevan oiva

aiheen tutkimiselle, sillä sitä ei ole ehditty vielä tutkia laajasti, mutta toisaalta olemme eläneet digitaalisen median luomassa musiikillisessa ympäristössä jo useamman vuoden, joten pystyn tarkastelemaan teknologisen mullistuksen aiheuttamia vaikutuksia suhteellisen luotettavasti.

Rajasin tutkimuksen kohderyhmäksi nuoret, koska tulen ensinnäkin opettamaan teini-ikäisiä. Nuoruudessa tapahtuu lisäksi paljon psykososiaalisia muutoksia, jotka saattavat olla yhteydessä musiikin kuunteluun. Musiikin merkitys nuoruudessa on erittäin suuri, ja nuoret käyttävät erilaisia musiikkimedioita runsaasti ja ennakkoluulottomasti. Nuoret ovat aina omaksuneet nopeasti uusia ilmiöitä, joten ei olekaan ihme, että musiikin kuunteleminen digitaalisessa muodossa on heille tyypillistä.

Sosiaalinen media on hyvin merkittävässä roolissa verkossa oleilevien nuorten elämässä. Sosiaalinen media on nuorille osa päivittäistä elämää kuten television katsominen tai puhelimen käyttö (Boyd 2014, 5). Koska nykyään Internetin palveluihin liittyy interaktiivisuus niin vahvasti, ja olen havainnut nuorten kuluttavan todella paljon erilaisia verkon palveluita, olen kehittänyt käsitteen *digi-sosiaalinen nuoriso*. Tällä käsitteellä tarkoitan siis sitä suurta osaa nuorista, jotka käyttävät runsaasti digitaalista mediaa ja harrastavat sosiaalista kanssakäymistä digitaalisen median sisällä. Olen kiinnostunut selvittämään, onko *digi-sosiaalinen nuoriso* vallannut digitaalisen median myös musiikin saralla.

Käsitellessäni juuri nuorten musiikin kuuntelua, selvitän aluksi nuoruutta sosiaalisten suhteiden, identiteetin ja ihanteiden kautta. Kirjoitan tämän jälkeen musiikin kuuntelusta linkittäen sen musiikkimakuun, eri kuuntelukonteksteihin sekä nuoruuden ja sitä edeltäneen ajan vaikutukseen kuuntelukäyttäytymisessä. Viimeiseksi ennen varsinaista tutkimustani kartoitan mediaa ja erityisesti digitaalista mediaa niin musiikin, nuorten kuin sosiaalisten merkitysten näkökulmista katsottuna.

Tutkimukseni palvelee musiikkikasvatuksen käytännön työelämää tuomalla uusia näkökulmia nuorten musiikkimaun muovautumiseen, ja miten nuoret ylipäättään löytävät ja kuluttavat musiikkia. Lisäksi yritän tarkastella, kuinka vahvasti toiset

ihmiset vaikuttavat nuorten kuuntelutottumuksiin. Näin opettajat pystyvät ymmärtämään oppilaidensa musiikillista käyttäytymistä koulun ulkopuolella paremmin, käsittelemään uusia musiikkipalveluja musiikin tunneilla ja myös ottamaan niitä osaksi omaa opetustaan.

Olen kirjoittanut vuonna 2012 kandidaatintutkielman otsikolla ”Nuorten musiikkimakuun vaikuttavat tekijät uuden median aikakaudella”. Lainaankin itseäni tämän tutkielman kirjallisuuskatsausluvuissa, koska musiikkimaku linkittyy vahvasti musiikin kuunteluun ja tutkimukseni kysymyksiin musiikin idealähteistä, digitaalisten palveluiden ominaisuuksien käytöstä sekä musiikin sosiaalisista merkityksistä. Pro gradu –tutkielmassani musiikkimaku on kuitenkin vain yksi aspekti musiikin kuunteluun. Tarkastelen tässä tutkielmassani musiikin kuuntelu -teemaa monesta näkökulmasta keskittyen tutkimusvaiheessani entistä enemmän digitaaliseen mediaan ja sen rooliin nuorten musiikin kuuntelussa. Kandidaatintutkielmani oli pelkkä kirjallisuuskatsaus, mutta tässä tutkielmassani olen tehnyt oman tutkimuksen aiheeseen liittyen.

Suoraan aiheeseeni liittyvää tieteellistä kirjallisuutta ei ole kirjoitettu laajasti aiheen ollessa vielä nuori, mutta joitakin tutkimuksia siitä on tehty. Pidän tärkeänä kuitenkin aiheen tutkimista säännöllisesti, koska teknologinen kehitys on nopeaa, ja joitakin muutoksia aiheen ympärillä on ollut lähivuosina havaittavissa. Aiempiin tutkimuksiin nähden tarkastelen myös poikien ja tyttöjen eroja ja yritän löytää uusia riippuvuuksia asioiden väliltä. Selvitän lisäksi nuorten suhdetta digitaalisten musiikkipalveluiden ominaisuuksiin ja sosiaalisiin tapoihin, mitä ei ole aiemmissä selvityksissä juuri tutkittu.

Nuorten musiikkisuhdetta on tutkittu esimerkiksi Mikko Anttilan ja Antti Juvosen toimesta heidän tutkimuksessaan *Musiikki koulussa ja nuoren elämässä – kohti kolmannen vuosituhatvuotisen musiikkikasvatusta, osa 3* (2006) ja Suvi Saarikallion osuudessa *Musiikki ja nuoren psykososiaalinen kehitys* kirjassa *Musiikkikasvatus: Näkökulmia kasvatukseen, opetukseen ja tutkimukseen* (2009). Albert LeBlanc on tarkastellut lasten musiikkimieltymysten kehitystä luvussa *The Development of Music Preference in Children* teoksessa *Music and Child Development* (1987).

Digitaalisen median suhteesta nuorten sosiaaliseen käyttäytymiseen on tehty tutkimuksia. Don Tapscott on tarkastellut nuorten ja sosiaalisen median suhdetta

teoksessaan *Syntynyt digiaikaan – sosiaalisen median kasvatit* (2010). Danah Boyd on tutkinut verkkoa käyttävien teini-ikäisten sosiaalista elämää kirjassaan *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens* (2014). Elina Noppari ja Niina Uusitalo ovat tarkastelleet nuorten nettiyhteisöllisyyttä artikkelissaan Kavereita verkossa ja sen ulkopuolella: näkökulmia nuorten verkkoyhteisöllisyyteen kirjassa *Yksilöllinen yhteisöllisyys: avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen* (2010). Suvi Silfverberg, Lassi Liikkanen ja Airi Lampinen ovat tehneet tutkimuksen nimeltään *"I'll press Play, but I won't listen": Profile Work in a Music-focused Social Network Service* (2011), jossa he selvittivät Last.fm-nimisen sosiaalisen musiikkiverkkopalvelun profiileiden vaikutusta sen käyttäjiin.

Aalto yliopiston tutkijoiden Lassi Liikkasen ja Pirkka Åmanin tutkimus vuodelta 2012 julkaistiin artikkelina *Current trends in interacting with digital music* *Interactive with computers* -lehdessä maaliskuussa 2015. Tutkijat kertovat Aalto-yliopiston haastattelussa tutkimuksen osoittavan ensimmäistä kertaa tieteellisesti suuresta muutoksesta musiikin kuuntelukäytännöissä ja digitaalisessa mediamaailmassa (Aalto-yliopisto 2015). Tutkimuksella haluttiin selvittää suomalaisten opiskelijoiden merkittävimmät teknologiat digitaalisen musiikin kuunteluun, syyt niiden suosioon ja miten opiskelijat hahmottavat näitä kuuntelulähteitä.

Sari Komulainen, Minna Karukka ja Jonna Häkkilä ovat tutkineet vuonna 2010 tehdyssä tutkimuksessa *Social Music Services in Teenage Life – A Case Study* musiikkipalveluiden käyttöä 16–20-vuotiaiden suomalaisten keskuudessa. Tutkimuksessa tarkasteltiin myös verkon musiikkipalveluiden sosiaalisia näkökulmia musiikin jakamisessa ja uuden musiikin löytämisessä.

2 NUORUUS

Nuoruus on aikaa, jolloin on opittava oman yksilöllisyytensä kautta ohjaamaan elämäänsä yhä tietoisemmin suhteessa luontoon, muihin ihmisiin ja koko maailmankaikkeuteen. Nuoruudessa tämä oppiminen on erityisen kiihkeää, vaikka se jatkuu koko elämän ajan. Nuoruudessa alkaa yksilöllisyyden valmistelu- ja kokeiluaika. (Dunderfelt 1997, 93.) Kaveripiirin ja myöhemmin läheisen ihmissuhteen valinnalla kuten myös koulutyöllään, koulutusvalinnoillaan ja harrastuksillaan nuori antaa suuntaa elämälleen. Nuoruusiän päätökset luovat perustaa sille elämäkululle, jonka nuori aikuisena elää. (Nurmi, Ahonen, Lyytinen, Lyytinen, Pulkkinen & Ruoppila 2006, 124.)

Nuoruus voidaan jakaa Risto Vuorisen (1997) mukaan neljään osaan. Esinuoruudessa (10-12v.) puberteetti käynnistää nuoruusiän kehityksen ja vaatii nuorta muovailemaan minuuttaan: aikaisemmat vuorovaikutusmielikuvat eivät vastaa niitä havaintoja, joita fysiologisesti ja anatomisesti muuttunut ruumis tarjoaa minälle. Tämä jakso koettelee etenkin kehominuuden koostuneisuutta ja muuttumiskykyä. Varhaisnuoruudessa (12-14v.) psyykkinen murros näkyy selkeästi ulospäin: nuori kokeilee vanhemmista etääntymistä, arvostelee heitä ja etsii kodin ulkopuolisia ihmissuhteita. Lisäksi hän kokeilee erilaisia rooleja aktiivisesti ikätovereidensa kanssa. (Vuorinen 1997, 202.)

Varsinainen nuoruus (14-16v.) on aikaa, jolloin tunteiden tasolla pyritään irti vanhemmista: nuori on täynnä normaalia negativismia, ärtynyt ja itsekeskeinen. Intensiiviset ystävyysuhteet auttavat nuorta hänen rakentaessaan vanhemmista riippumatonta sisäistä maailmaansa. Myöhäisnuoruuden (16-20/22v.) aikana nuori tasaantuu, hänen tunne-elämänsä vakiintuu ja itsearvostuksensa vahvistuu. Kun nuoren identiteetti on selkiintynyt tarpeeksi, hän on valmis aikuisuuteen. (Vuorinen 1997, 202.)

Käsittelen tässä luvussa nuoruutta yleisellä tasolla ja luvuissa 3.3 *Koti ja lapsuus* ja 3.4 *Nuorten musiikillinen identiteetti* (s. 16–21) yhdistän nuorten sosiaaliset suhteet, ihanteet ja identiteetin musiikkiin.

2.1 Sosiaaliset suhteet

Nuori kuluttaa aikansa pääsääntöisesti kahdessa sosiaalisessa ympäristössä, kaveripiirissä ja perheessä (Nurmi et al. 2006, 130). Mielestäni yksi ehdottomasti mainitsemisen arvoinen paikka on Nurmen luettelemien ympäristöjen ohella myös koulu, sillä tärkeiden kavereiden lisäksi nuori on vuorovaikutuksessa opettajien ja luokkatovereiden kanssa. Nurmi jatkaa, että vaikka vanhempien ja perheen merkitys jatkuu ilman äkillistä muutosta lapsuusvuosista varhaisuoruuteen, nuorten suhde vanhempiin kuitenkin muuttuu siirryttäessä nuoruuteen ja varsinkin sen aikana. Nuori alkaa viettää enemmän aikaa kavereiden kanssa ja hän saa enemmän itsenäisyyttä. Ikätoverien merkitys on merkittävä jo varhain lapsuudessa, mutta se korostuu nuoruuden kuluessa. (Nurmi et al. 2006, 130.)

Lukuisten tutkimustulosten mukaan nuoren toimintatavat ja ajattelu ovat monin tavoin yhteydessä siihen, minkälaiset vanhemmat hänellä on ja minkälaisia kasvatuskäytäntöjä nämä soveltavat. Tiedetään myös, että samoissa kaveriryhmissä oleskelevat nuoret ovat keskenään samankaltaisia. Kuitenkin voidaan olettaa myös, että nuoret itse vaikuttavat sekä vuorovaikutukseensa vanhempiensa kanssa että kaveripiiriinsä. Yksilön ja ympäristön vuorovaikutusta voidaankin esittää tapahtumasarjana, jossa vanhemmat ja kaverit antavat nuorelle malleja, ohjeita ja toimintatapoja, ja jossa nuori vaikuttaa myös omalla toiminnallaan kehitykseensä. (Nurmi et al. 2006, 130.)

Perhe säilyy tärkeänä osana nuorten elämää, vaikka yksilön kehitysympäristö suurenee vähitellen nuoruuden kuluessa. Vanhemmat auttavat, ohjaavat ja neuvovat nuorta, mutta toisaalta nuoren oma toiminta vaikuttaa siihen, miten vanhemmat häneen suhtautuvat. Perhevuurvaikutuksen tutkimus on osoittanut, että lapsuudesta nuoruuteen siirryttäessä lapsen ja vanhemman vuorovaikutus muuttuu vanhemman yksisuuntaisesta kasvatuksesta neuvotteluun, keskusteluun ja yhteiseen päätöksentekoon perustuvaksi kanssakäymiseksi. Siirtymässä myös nuoren ja vanhemman keskinäinen läheisyys ja riippuvuus sekä yhdessä vietetty aika vähenevät, ja nuoren autonomia suhteessa vanhempiin lisääntyy. Kuitenkin lasten ja

heidän vanhempiensa vuorovaikutuksen laatu on melko muuttumatonta sekä lapsuudesta nuoruuteen siirryttäessä että nuoruuden kuluessa. Nuoret arvostavat ylipäättään vanhemmat läheisimmiksi ihmisikseen heti tärkeiden ystävien jälkeen. (Nurmi et al. 2006, 145.)

Nuoruudessa yksilöt viettävät yhä enemmän aikaa samanikäisten kavereiden seurassa. Nykyistä yhteiskuntaa onkin kutsuttu saman ikäisten yhteiskunnaksi, sillä vanhemmat kuluttavat päivät työssä ja nuoret koulussa. Tämä on selkeä vastakohta aiemmille historiallisille yhteisöille, joissa perhe oli merkittävä elinympäristö kaikille. Nuoren kaverisuhteita on tutkittu yksittäisen nuoren kannalta lähinnä siitä näkökulmasta, kuinka ikätoverit nuoreen suhtautuvat. Sosiaalinen asema on monin tavoin yhteydessä nuorten hyvinvointiin: esimerkiksi suositut nuoret eivät ole niin masentuneita ja ahdistuneita kuin torjutut nuoret. (Nurmi et al. 2006, 148.)

Christopher A. Hafen, Brett Laursen ja Dawn DeLay (2012) viittaavat teoksessaan henkilöihin Engels, Knibbe, de Vries, Drop ja Van Breukelen, jotka ehdottavat vetäytymisen vanhemmista ja epävarmuuden minästä aiheuttavan nuoren alttiiksi uusille vaikutteille. Kaverit tulevat tärkeiksi tässä tilanteessa. Tutkimusten mukaan todennäköisyys muiden ihmisten vaikutteille on suurin varhaisnuoruudessa. Toisista ihmisistä saadut vaikutetekemukset ovat välttämättömiä muodostamaan vahvoja siteitä ja läheisiä ihmissuhteita, mutta riskinä herkkyydessä muiden vaikutukselle on negatiivisen käyttäytymisen eskaloituminen. (Hafen, Laursen & DeLay 2012, 69–70.)

Suurimmalla osalla nuorista on jokin ryhmä, johon kuulua tai vähintään yksi ystävä. Ryhmän yhdistäviä tekijöitä voivat olla esimerkiksi asuinpaikka, koulu, ikä, sukupuoli, harrastukset ja toisaalta monet käyttäytymispiirteet kuten koulumenestys, koulumotivaatio, ongelmakäyttäytyminen ja omaa tulevaisuutta koskevat käsitykset. Ryhmän nuoria samankaltaistavat ryhmän normit ja jäsenten painostus näiden noudattamiseen. Normit ovat erityisen vahvoja nuorilla, koska heidän arvonsa ja ajattelunsa eivät ole vielä yhtä vakiintuneita kuin aikuisilla. Toisaalta ikätoverit ovat myös malleja ryhmän muille jäsenille. Kaverit voivat vaikuttaa suurestikin nuorten käyttäytymiseen ja ratkaisuihin, sillä nuoret vielä kokeilevat lukuisia käyttäytymistapoja eivätkä heidän ajatuksensa ole aina vakiintuneita. Toisaalta nuoret myös itse hakeutuvat tietynlaisiin ryhmiin. Monet

ryhmän piirteet, kuten vaikkapa tyypilliset harrastukset ja käytetäänkö ryhmässä alkoholia vai ei, vaikuttavat nuorten valikoitumiseen. (Nurmi et al. 2006, 148–149.)

2.2 Ihanteet

Nuoressa tapahtuu tietynlainen kahtiajakautuminen. Seksuaaliset ja genitaaliset muutokset ovat voimakkaita, ja samaan aikaan kehittyy kognitiivinen ajatuksellinen kyky. Nuori oppii oivaltamaan ja käyttämään loogisia ja täysin abstraktisia ajatuskuvioita, kuten teoreettisia, matemaattisia ja filosofisia ongelmanasetteluja. Ihanteiden syntyminen mahdollistuu tämänkaltaisen tietoisuuden kasvamisen ja kehittymisen myötä. Ajatukset ja tavoitteet kohdistuvat murrosiän aikana ja sen jälkeen kohti kauneuden, totuuden ja oikeamielisyyden täydellisiä ihanteita. Ihanteista syntyvä sisäinen kiinnostus ja into löytävät ulkoisia kohteita: pop-tähdet, elokuvanäyttelijät sekä nykyajan ja entisajan sankarit. (Dunderfelt 1997, 95–96.)

Nuori asettaa itselleen myös vaatimuksia, joilla hän haluaa toteuttaa ihanteensa. Tämä on nuoruuden filosofoinnin ja itsetutkiskelun aikaa, minkä tekee mahdolliseksi siirtyminen formaaliseen, abstraktiseen ajatteluun. Pyrkimykset ja ihanteet ovat kaikessa ylimaallisuudessaan erittäin todellisia. Nuori etsii sekä maailmankuvaansa että minäkuvaansa, ja koko sisäinen psyykkinen maailma käy läpi ison rakenteellisen ja toiminnallisen muutoksen. Nuoruuden tunnevyöryt, uhma, aggressiot ja muut itsenäistymisen kamppailut on nähtävä näitä sisäisyyden kehitysvaiheita vasten. (Dunderfelt 1997, 97.)

Nuoret samaistuvat julkisen ihailun kohteena eläviin artisteihin ja urheilusankareihin. Tällöin nuori saa identiteetilleen uutta vahvistusta ja uusia sisältöjä. Samaistumalla nuoret luovat seksuaalis-aggressiivisia mielikuvia, joita he tarvitsevat sitoakseen näitä itsessään kuohuttavia voimia. Rakentavilla mielikuvilla nuori voi neutralisoida aggressionsa, ja tämä toimii nuoren kasvun keskeisenä energian antajana ja työntövoimana. Tunnekohteiden murros palvelee identiteetin etsintää, ja nuori saattaa innostua milloin mistäkin asiasta – diskoista, rock-konserteista ja harrastuksista. Näiden avulla nuori tavoittaa kohteita ihastumisilleen, vihastumisilleen ja lisäksi uusia suuntia kehitykselleen. Siirtyessään

samaistumiskohteesta toiseen nuori muokkaa jatkuvasti minuuttaan. Fanaattiset joukkohurmiot jalkapallo-otteluissa ja rock-konserteissa edesauttavat nuoria saamaan yhdessä kosketuksen varhaisiin tunteisiinsa. (Vuorinen 1997, 215–218.)

2.3 Identiteetti

Nuoren on ajateltu rakentavan kuvaa itsestään paitsi omasta toiminnasta saatavan palautteen perusteella myös tietyn aseman edustajana. Tällaisen itseä koskevan käsityksen hahmottamista on nuoruusiän psykologiassa nimitetty identiteetin muodostamiseksi. Nuorten työskennellessä valitsemiensa päämäärien toteuttamiseksi, he saavat monenlaista palautetta omista kyvyistään, heikkouksistaan ja vahvuuksistaan. Tämä palaute muodostaa pohjaa heidän minäkuvalleen. Eriksonin klassisen psykososiaalisen kehitysteorian mukaan eri ratkaisuihin sitoutuva ja tulevan elämän suuntaa etsivä nuori ajautuu erilaisiin aikuisen asemiin ja rooleihin, joita ovat muun muassa jokin ihmissuhde, ammatti ja maailmankatsomus. Nämä roolit ja asemat vaikuttavat nuoren identiteetin muodostumiseen. (Nurmi et al. 2006, 132, 142–143.)

Noin 15-18-vuotiaana nuori todella etsii itseään. Harrastukset, seurustelut, opiskelu, vaihto-oppilasvuosi, matkustelu, kesätyöt ja erilaiset kokeilut antavat aineksia jäsentymässä olevalle identiteetille. Nuoren tunteet vaihtelevat erittäin paljon: ajoittain hän on maansa myynyt, toisinaan hän ei voisi olla onnellisempi. Tilanne on silti vaativa, ja enemmistöllä nuorista identiteetin saavuttaminen kestääkin varhaisaikuisuuteen. (Vuorinen 1997, 218.)

Paine identiteetin muodostamiselle syntyy nuoren epämääräisestä piinaavasta tunteesta, että häneltä puuttuu jotakin. Vuorinen viittaa kirjassaan Turo Reenkolan määritelmään, jonka mukaan identiteetin yhteys kokonaisminään on ilmeinen: sisäinen eheys eli minuuden tavoiteltu tila vastaa yksilön identtisyttä itsensä kanssa. Tämä ajatus edustaa nuoruudessa sellaista psyykkeen pyrkimystä, jota ei oikeastaan vielä ole. Nimenomaan tästä johtuu myös nuoruusiän kriisin ydin: nuoren on tehtävä hyppy tuntemattomaan löytääkseen oman identiteettinsä. (Vuorinen 1997, 208.)

3 KUUNTELUTOTTUMUKSIIN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

Musiikkimaku on opittu ajatusmalli, joka ilmenee luokittelevana ja tiedollisena perustana musiikin kokemiseen liittyvään tunnereaktioon. Tästä syystä musiikkimaku liittyy musiikillisten kokemusten kognitiivisiin, emotionaalisiin ja asenteellisiin tapahtumaketjuihin. Muutokset näissä tiedollisissa ja kokemuksellisissa rakenteissa ovat muutoksia musiikkimaussa. (Salminen 1989, 47.) Musiikkimakua ohjailevat ihmisen elämänkulun tapahtumat sekä ikä. Lapsuudessa musiikki voimistaa perusturvallisuutta ja tukee alusta lähtien sosialisatioprosessia. Nuoruudessa musiikki on jakajana nuoriso- ja aikuiskulttuurin välillä, ja se on muutenkin mukana aikuistumistapahtumissa. (Sairanen 1997, 108.) Musiikkimaku muovautuu enkulturaation eli kulttuurin sisään kasvamisen myötä nuoren sosiaalistuessa ympäröivään yhteiskuntaan. Lukuisilla ihmisillä musiikkimaku muodostuu jo alakouluiässä, mutta tavallisesti se vakiintuu murrosiässä. (Anttila & Juvonen 2006, 271.)

3.1 Musiikkimaun muodostuminen

Kimmo Salminen viittaa teoksessaan ruotsalaiseen sosiologiin Göran Nylöfiin, joka on käyttänyt tutkimuksissaan käsitteitä musiikkitottumus ja musiikkitapa. Näillä käsitteillä tarkoitetaan opittuja toimintatapoja, jotka sitovat musiikin ihmiseen. Musiikkitavat sisältävät erilaisia aktiviteetteja ja asenteita, käsityksiä musiikista sekä tapoja ymmärtää ja luonnehtia musiikkia. (Salminen 1989, 46.)

Musiikki välittömästi vaikuttavana tekijänä on oiva keino oman identiteetin tiedostamisessa. Henkilökohtainen musiikkimaku liittyy yksilöllisiin tekijöihin, kuten tunnetiloihin ja musiikin herättämiin muistoihin (Hämäläinen 2009, 27). Musiikkimaun omakohtainen näkökulma ilmenee persoonallisena ja yksilöllisenä musiikkimakuna, joka pohjautuu ihmisen henkilökohtaisen kokemusmaailman

tapahtumiin, ja maku voi olla hyvinkin erilainen verrattuna niin sanottuun sosiaaliseen musiikkimakuun (Juvonen 2000, 55–56).

Albert LeBlanc (1987) on tehnyt mallin musiikkimieltymyksen synnystä. Kuulijan musiikkimakuun vaikuttavat hänen mielestään musiikillisen ärsykkeen fyysiset ominaisuudet, haastavuus, esityksen laatu ja sivumerkitykset. Musiikillisen ärsykkeen fyysisillä ominaisuuksilla tarkoitetaan tässä melodiaa, rytmiä, harmoniaa ja musiikin muotoa. Haastavuus vaikuttaa musiikin mielekkyyteen niin, että liian monimutkaisesta musiikista ei pidetä sen haastavuuden takia, ja liian yksinkertainen musiikki alkaa nopeasti pitkästytää. Ideaalia säveltaidetta on sopivan haastava musiikki, joka sijoittuu näiden kahden ääripään väliin. Esityksen laatu vaikuttaa henkilön mieltymyksiin niin, että teknisesti taitavammasta esityksestä pidetään yleensä enemmän. Myös kappaleen esitettävällä tyylillä on merkitystä. Sivumerkityksillä LeBlanc kuvaa ulkomusiikillisia tekijöitä, kuten sanoja, mielikuvia ja tunteita. (LeBlanc 1987, 141–143.)

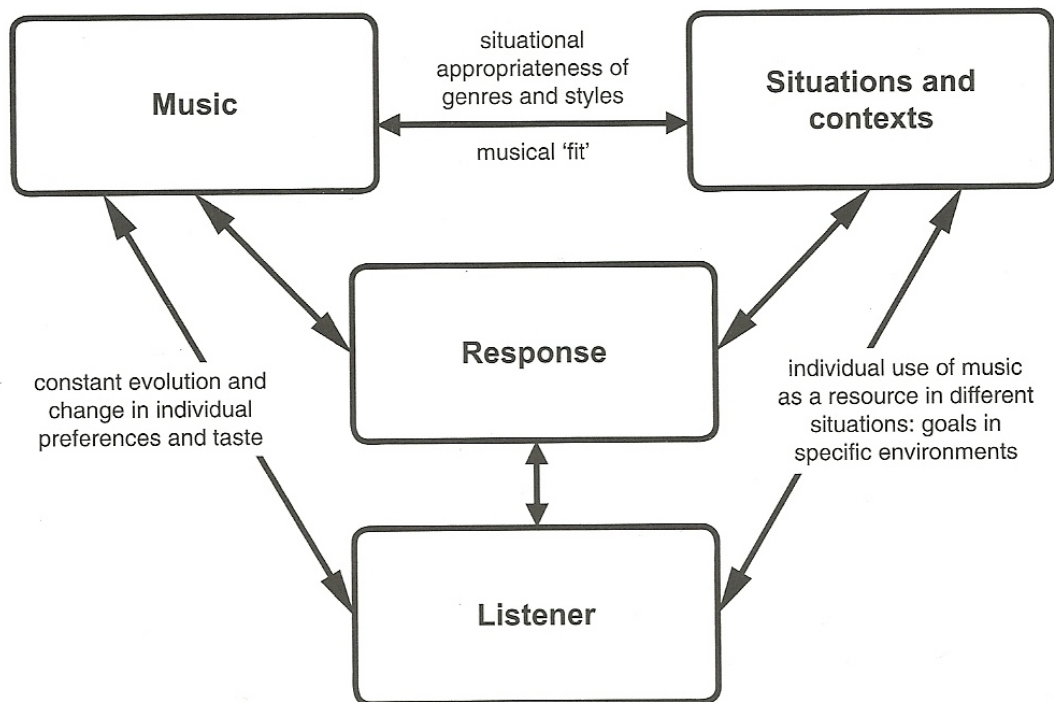
LeBlancin esittämät sivumerkitykset ovat mielestäni olennaisia tekijöitä valittaessa kuunneltavaa musiikkia. Mikä on musiikin kuuntelun tarkoitus, ja mitä tunnetiloja sillä yritetään saavuttaa? Theodor W. Adorno (1976) kutsuu tämän tyyppistä kuuntelijaa emotionaaliseksi kuuntelijaksi. Musiikin tärkein tarkoitus hänelle on synnyttää tunteita ja muistikuvia. Emotionaalinen kuuntelija liikuttuu usein ja on siten helposti manipuloitavissa musiikin avulla. Hän ei halua ymmärtää mitään tunteiden aiheuttajasta, ja musiikin tarkoitus on luoda turvallisuuden tunnetta taustalla. (Adorno 1976, 8–10.)

3.2 Musiikillisen reaktion vastavuoroisen palautteen malli

Kuunneltavaan musiikkiin vaikuttavia tekijöitä on lukuisia, mutta suuri merkitys on mielestäni eri yhteyksillä ja tilanteilla, joissa musiikkia kuunnellaan. Jos henkilön tavoitteena on rauhoittuminen ja rentoutuminen, hän kuuntelee todennäköisesti hidastempoista musiikkia. Jos taas henkilö haluaa juhlia, hän luultavasti panee levysoittimeensa nopeatempoista ja hyväntuulista tuttua musiikkia. Sanojen kuuntelun ollessa tärkeässä asemassa henkilö voi kuunnella esimerkiksi kielitaidosta

johtuen kotimaista musiikkia. Soittimiin keskittyvä kuuntelija saattaa kuunnella taas täysin toisenlaista musiikkia.

Ohessa on David J. Hargreavesin, Adrian C. Northin ja Mark Tarrantin (2006) esittämä kuvio, joka kuvaa kontekstin ja tilanteiden merkityksen musiikin kuuntelemisessa (Kuvio 1). Musiikin aiheuttamat *reaktiot* (*response*) määräytyvät kolmen toisiinsa vaikuttavan muuttujan mukaan: *kuuntelija* (*listener*), *musiikki* (*music*) sekä *tilanteet ja konteksti* (*situations and contexts*). Jokainen kolmesta osatekijästä voi vaikuttaa samanaikaisesti kahteen muuhun tekijään, ja nämä keskinäiset vaikutukset ovat kaksisuuntaisia jokaisessa tapauksessa. (Hargreaves, North & Tarrant 2006, 136.)



KUVIO 1. Musiikillisen reaktion vastavuoroisen palautteen malli (Hargreaves, North & Tarrant 2006).

Kuuntelijat poikkeavat toisistaan yksilöllisten tekijöiden kuten iän, sukupuolen, persoonallisuuden, tietyn musiikillisen pätevyyden, tiedon ja kokemuksen vuoksi. Kuvio 1 esittää, kuinka voimme käsitteellistää *musiikin* ja *kuuntelijan* keskinäisen suhteen. Yksilöiden välittömät reaktiot uudelle ärsykkeelle muodostuvat heidän pitkäaikaisen musiikkimakukaavan mukaisesti, mutta merkittävät uudet reaktiot

voivat vastaavasti muuttaa pitkäaikaiset kaavat, koska musiikkimaun järjestelmä on jatkuvassa muutoksen ja kehityksen tilassa. Yksilöllinen musiikkimaku ja mieltymykset siis kehittyvät ja muuttuvat jatkuvasti *musiikin ja kuuntelijan* välillä. (Hargreaves et al. 2006, 137.)

Tilanteiden ja kontekstien sekä *kuuntelijan* keskinäinen suhde viittaa kuviossa 1. jossain tietyssä tilanteessa musiikin kuuntelijassa aikaansaamien vaikutuksien ja tapojen, joilla yksilöt käyttävät musiikkia voimavarana nyky-yhteiskunnassa esimerkiksi emotionaalisten tilojen tai mielialojen hallinnassa, väliseen vuorovaikutukseen. *Tilanteilla* voidaan tarkoittaa esimerkiksi musiikin kuuntelemisen kanssa samanaikaisesti tapahtuvaa muuta toimintaa. *Konteksti* voi puolestaan tarkoittaa sosiaalista tai institutionaalista ympäristöä kuten esimerkiksi konserttisali, kauppa, ravintola, työpaikka, koululuokka tai vapaa-ajan ympäristö. *Kuuntelijat* käyttävät musiikkia omalla tavallaan voimavarana eri tilanteissa, ja musiikilla tavoitellaan erilaisia päämääriä eri *tilanteissa* ja *konteksteissa*. (Hargreaves et al. 2006, 137–138.)

Kuvion 1 viimeinen yhteys on *musiikin* sekä *tilanteiden ja kontekstien* välinen suhde. Tiedyt genret ja tyylit ovat yleisesti havaittu enemmän tai vähemmän hyväksyttäviksi eri ympäristöissä, esimerkiksi nuorille suunnattua muotia myyvissä kaupoissa soi tyypillisesti kovaääninen tämän päivän popmusiikki ja antiikkikaupassa voi soida Vivaldi tai Mozart. Vähittäismyyntialalla käytetään paljon aikaa ja rahaa asianmukaisen tunnelman luomiseen optimoimalla musiikillinen yhteensopivuus tiettyihin tuotteisiin ja ympäristöihin. (Hargreaves et al. 2006, 138.)

3.3 Koti ja lapsuus

Ympäristö muokkaa voimakkaasti ihmisen musiikkimakua, ja varsinkin lapset ja nuoret ovat erittäin alttiita ulkopuolisten tekijöiden vaikutukselle. Vanhempien vaikutus lapsen ensimmäisinä ohjaajina musiikkiin on luonnollisesti suuri, mutta ensimmäisen kosketuksen musiikkiin ihminen saa kuitenkin jo sikiöaikana. Minna Huotilainen toteaa äidin kuunteleman voimakkaan musiikin kuuluvan kohtuun, ja vaikka musiikki kuuluu hieman vaimennettuna sikiölle, hän erottaa selvästi musiikin melodian ja rytmin sekä äänenvoimakkuuden vaihtelut. Sikiön reaktiot ovat äidin

reaktioiden kaltaisia, eli esimerkiksi äidin rentoutuessa sikiökin rentoutuu. Vauvan lempimusiikkia jonkin aikaa syntymän jälkeen on äidin lempimusiikki raskausajalta, eli musiikki, jonka vauva tunnistaa ja johon hän reagoi myönteisesti ja rauhoittumalla. Vauvan musiikkimaku muuttuu myöhempien aistihavaintojen tuloksena, ja onkin vaikea arvioida ensimmäisen lempimusiikin arvoa lapsen myöhäisemmässä kehityksessä. (Huotilainen 2009, 121–123.)

Yksilöllisten ja subjektiivisten musiikkikokemusten lisäksi vanhempien, sisarusten, isovanhempien ja muiden läheisten arvostukset ja musiikkikäyttäytyminen antavat musiikkiin assosioituvia tietoisia ja tiedostamattomia arvoja paljon aikaisemmin kuin vastaanottaja kykenee edes tietoisesti musiikkia ymmärtämään musiikiksi. Vanhempien rooli lapsuuden ja myös myöhemmän iän musiikkiasenteille on kiistämätön. (Kosonen 2009, 159.)

Ikätoverien vaikutus musiikkimakuun on varhaislapsuudessa vähäisempi kuin perheen. Sisaruksilla voi olla lisäksi todella suuri merkitys lapsen musiikkimieltymyksiin. Musiikkimaku saattaa olla sisaruksilla samanlainen, mutta on hyvin mahdollista, että musiikkimaku on heillä täysin poikkeavakin toisistaan. Esikoinen kuuntelee mahdollisesti usein aikuisten musiikkia, kun taas nuoremmat voivat kuunnella nuorten suosimaa musiikkia. Perheen vaikutus musiikkimieltymyksissä näkyy joskus myös päinvastaisena ilmiönä. Murrosiässä nuoret saattavat kapinoida vanhempiaan vastaan ja kuunnella täysin erilaista musiikkia kuin vanhemmat ja muu perhe. Päivähoitokin vaikuttaa jatkuvasti lasten musiikkivalintoihin. (LeBlanc 1987, 146.)

Olli Juntusen (2008) tekemä tutkimus osoittaa, että nuoret ja heidän vanhempansa saattavat kuunnella nykyään hyvin samanlaista musiikkia, eikä nuorilla ole enää tarvetta irtautua musiikkivalinnoillaan vanhemmistaan kuten muutama vuosikymmen sitten. Isät pitävät tärkeänä kertoa musiikkimaustaan ja kasvattaa lastaan musiikillisesti, jos nuori kokee musiikin olevan isälle tärkeä asia. Tästä johtuen monet nuoret pitävätkin isän lempimusiikista. Myös isät pitävät usein lastensa musiikista, mikäli musiikki on heille arvokasta. Vaikka isän rooli näyttää olevan merkittävä etenkin nuorten kuuntelutottumusten suhteen, on äideillä oma asemansa lapsen musiikillisessa kasvatuksessa. Äiti vaikuttaa olevan henkilö, joka

lopulta tekee päätökset lapsen musiikillisen kehityksen kannalta oleellisissa kysymyksissä. Äidit ovat esimerkiksi vieneet lapsiaan musiikkileikkikouluun, ja he ovat kannustaneet lapsiaan pyrkimään musiikkiluokille. Sisarukset vaikuttavat olevan vanhempiin rinnastettavassa asemassa nuorten musiikillisten valintojen suhteen. Etenkin vanhemmat sisarukset ovat tärkeässä roolissa, ja heidän tekemisiään nuoret seuraavat usein ihailien, kun taas nuorempia sisaruksia he väheksyvät. (Juntunen 2008, 77, 82–83.)

Mielestäni vanhempien vaikutus lapsen musiikkimieltymyksissä on kiistaton, sillä lapsi ei pysty valikoimaan kuuntelemaansa musiikkia niin hyvin kuin vanhempana. Lapsen ei ole juurikaan mahdollista etsiä uutta ja erilaista kuunneltavaa kuin hänen vanhempansa hänelle soittavat. Merkittävänä vaikuttajana musiikkimakuni muotoutumisessa on ollut myös isoveljelläni. Hän on varmasti vaikuttanut minun musiikillisiin mieltymyksiin, koska ihailin häntä monissa muissakin asioissa. En olisi kuitenkaan missään nimessä alkanut kuunnella samantapaista musiikkia kuin hän, jos en olisi löytänyt siitä minua miellyttäviä aspekteja. Pidän tärkeänä seikkana myös sitä, että en olisi koskaan välttämättä edes tutustunutkaan hänen kuuntelemaansa musiikkiin ja artisteihin, jos en olisi seurannut hänen musiikillisissa jalanjäljissään. Veljeni kautta sain mahdollisuuden tutustua uuteen ja toisenlaiseen musiikkiin kuin mitä esimerkiksi ikätoverini ja radio tarjosivat. Hän kuunteli musiikkia, joka ei ollut niin sanottua valtavirtamusikkoa ja jota ei olisi ollut helppo kuulla muualta kuin hänen levykokoelmistaan.

3.4 Nuorten musiikillinen identiteetti

Nuoruus on suurten psykososiaalisten muutosten aikaa. Käsite itsestä hahmottuu ja rakentuu nuoruuden kuluessa vähitellen aikuisiän identiteetiksi. Musiikki liittyy moniin nuoren elämää mietityttäviin kysymyksiin ja kehityksellisiin haasteisiin, ja musiikki onkin todella tärkeässä roolissa nuorten elämässä. Musiikki vaikuttaa voimakkaasti tunteisiin, ja sen on huomattu olevan sidoksissa kaikkiin kolmeen keskeiseen tunteiden osa-alueeseen: fysiologiaan, kokemukseen ja ilmaisuun. Musiikin yhteys tunnekokemuksiin voi olla erittäin tärkeää nuorille, sillä he kokevat usein hyvin voimakkaitakin tunnevaihteluita. (Saarikallio 2009, 221.)

Nuorten on havaittu suosivan etenkin populaarimusiikkia, sillä sen lyriikat liittyvät usein nuoruuden kehityksellisyyttä käsitteleviin aiheisiin kuten itsenäisyyteen ja vapauteen, rakkauteen, seksuaalisuuteen, arvoihin tai päihteiden käyttöön (Saarikallio 2009, 222). Nuoret kokevat sanoitusten ja musiikin kuvastavan heidän omia tunnetilojaan (Laiho 2002, 77–78). Lisäksi populaarimusiikki on helposti tavoitettavissa (Salminen 1989, 53).

Kaupallinen ”mainstream”-musiikki on perinteisesti kohdistettu teinikulttuurin edustajille, ja klassinen musiikki ei heitä yleensä juurikaan kiinnosta. Heavy- tai muu aggressiivinen musiikki sopii hyvin tutkimusten mukaan vihan käsittelyyn ja purkamiseen, ja rauhallinen musiikki auttaa nuoria rauhoittumaan ja piristymään heidän ollessaan vihaisia, ärtyisiä tai surullisia. (Russell 1997, 145–147.)

Musiikki tukee nuorten sosialisatiokehitystä viidellä osa-alueella: viihdykkeenä, selviytymiskäyttäytymisessä, voimakkaiden kokemusten tarjoajana, identiteetin muodostamisessa ja nuorisokulttuuriin identifioitumisessa. Nuoren tietoisuus omasta identiteetistä on usein epävarma, ja musiikki tukee identiteetin rakentumista. Tämän lisäksi musiikki tukee myös olemassa olevan identiteetin vahvistamista, esiintuomista ja ilmaisemista. Nuoret ovat todella tarkkoja musiikkityyleistä, joista he pitävät ja jotka sopivat heidän identiteettiinsä, arvoihinsa ja elämäntapaansa. Jokin tietty lempikappale tai -bändi saattaa tuoda nuorelle jatkuvuudentunnetta ja kokemuksen identiteetin pysyvyydestä muiden asioiden muuttuessa hänen elämässään. Musiikki saattaa merkitä nuorelle hetkellisesti hyvinkin vahvasti sitä, mitä hän kokee olevansa. (Saarikallio 2009, 222–224.)

Musiikin kautta saatavat idolit, tähdet ja heidän henkilökohtaiset elämäntyylinsä voivat kiinnostaa myös nuoria. He ovat esikuvia, joihin voi samaistua, ja jotka pystyvät antamaan suojaa ja turvaa. Idolit kykenevät ilmaisemaan niitä elämyksiä ja toiveita tulevaisuudesta, joita nuoret kaipaavat. He ovat nuorille mielikuvituksen sekä haaveilun materiaalia, ja he voivat toimia myös esikuvina, joita kohti nuori pyrkii. (Sairanen 1997, 134–135.)

Nuori voi käyttää musiikkia läheisyyden ja yksityisyyden tarpeidensa tukemisessa. Musiikki voi olla tukena ihmissuhteiden muutoksissa, koska se saattaa edustaa sekä yhteenkuuluvuutta että erottautumista ihmisten välillä. Musiikkimaku vahvistaa tiettyyn joukkoon kuulumista, ja se voi toimia hyvänä keskustelunaiheena. Se tarjoaa yhteisyyden kokemuksia ja vahvistaa sosiaalista identiteettiä. (Saarikallio 2009, 225–226.) Jos nuori haluaa erottautua ryhmän tai suuren enemmistön tavoista, vaatii se häneltä vahvaa itseluottamusta, vaihtoehtojen tuntemista ja tukea (Salminen 1989, 56). Musiikki toimii nuoren elämässä myös yksityisyyden osoittajana. Henkilökohtaiset musiikkimieltymykset ja idolit toimivat tekijöinä, jotka helpottavat vanhemmista irtautumista ja itsenäisen minän muodostumista. (Saarikallio 2009, 226.) Musiikki voi muodostaa nuorelle oman maailman tai tilan, jonne hän voi halutessaan vetäytyä (Laiho 2002, 75–76).

Muistan itsekin kokemuksia musiikkimaun tärkeydestä nuoruudessa ja sen, kuinka yhteisön paine oli aina läsnä. Musiikintunnilla oli tehtävä, jossa kaikkien oli pidettävä esitelmä jostakin artistista 1990- ja 2000-luvuilta. Käytännössä tämä tarkoitti usean oppilaan kohdalla lempiartistin esittelemistä ainakin 2000-luvulta. Innostuin tehtävästä, sillä pääsin esittelemään musiikkimakuani, mitä pidin hyvin tärkeänä. Vaikka minuun eivät ole juuri koskaan vaikuttaneet muiden mielipiteet musiikkimieltymyksistäni, pohdin kuitenkin tehtävää valmistellessani ja esitellessäni jatkuvasti muiden näkemyksiä musiikkimaustani. Mietinkin tarkkaan, minkä kappaleen soitan artistilta tunnilla, sillä sen piti edustaa hyvin artistia mutta myös kuvata omia musiikkimieltymyksiäni. Osa oppilaista moitti toisten oppilaiden musiikkimakua, ja tilanne ei varmastikaan ollut mieluisa ja helppo käsitellä näille oppilaille. Vastaavanlaisia tarinoita on monella varmasti esimerkiksi koulussa järjestetyistä levyraadeista.

Musiikinopettajalla voi olla myös merkitystä nuorten musiikkimieltymysten ohjaajana. Hän voi tarjota oppilailleen uusia näkökulmia, ja hänen täytyy kunnioittaa nuorten identiteettejä. Opettaja voi esitellä uusia musiikkityylejä ja näkemyksiä ja ohjata nuoria perustelemaan näkökulmiaan ja kunnioittamaan toisten mielipiteitä. Musiikinopettaja on monelle oppilaalleen merkittävä muusikon malli, jonka musiikilliset asenteet ja arvot vaikuttavat oppilaisiin hyvinkin vahvasti. (Kosonen 2009, 162; Saarikallio 2009, 227.) Musiikinopettajan asema tässä roolissa korostuu

mielestäni alaluokilla, koska oppilaat ovat tällöin helpommin vastaanottavia kuin myöhemmillä luokilla, mutta tietysti musiikinopettajan antama roolimalli voi hyvin vaikuttaa vielä jatkossakin. Musiikkikasvattajan on tärkeä ymmärtää, että musiikki saattaa olla nuorelle erittäinkin henkilökohtainen asia, ja välinpitämätön tai loukkaava asennoituminen esimerkiksi nuoren lempimusiikkiin voi uhata hänen koko minuuden kokemustaan (Saarikallio 2009, 224). Olen nähnyt opettajia, jotka tyrkyttävät oppilailleen soitettavaksi ja kuunneltavaksi vain omia suosikkejaan, vaikka opettajan pitäisi mielestäni avartaa oppilaiden eri musiikillisten ilmiöiden ja tyylien tuntemista. On nimittäin mahdollista, että musiikintunnit ovat joillekin ainoa mahdollisuus tutustua tarkemmin toisenlaiseen musiikkiin kuin siihen, mitä he tavallisesti kuuntelevat.

4 MEDIAN VALTA MUSIIKKIVIRIKKEIDEN TARJOAJANA

Medialla on suuri vaikutus musiikin kuunteluun, sillä se tarjoaa ihmisille materiaalia, josta on mahdollista valita mieleistään musiikkia. Termi musiikkimedia sisältää levytetyn musiikin, radion, television, musiikkivideot, musiikkilehdistön ja -kirjat. Nämä kaikki yhdessä muodostavat musiikkiteollisuuden. (Hämäläinen 2009, 32.) Median vaikutuskanavat ovat hieman muuttuneet vuosien kuluessa. Ennen radio ja televisio olivat ehkä merkittävimmissä asemassa, kun taas nykyään Internet on tullut yhä suuremmaksi musiikin välittäjiksi.

Ääniteollisuus ja laitteet mahdollistavat musiikin kuuntelun nykyaikana kaikkialla ja milloin tahansa. Elävän musiikin arvo yksittäiselle henkilölle oli suurempi ennen television ja radion yleistymistä, ja musiikkikulttuuri välittyi sukupolvelta toiselle suullisen perinteen kautta. Musiikkitradition välittyminen oli tuolloin hitaampaa ja rajoittuneempaa, ja tästä syystä vieraisiin tyyleihin tutustuminen oli vaikeampaa. Nykyään eri musiikkityylejä kuullaan eri medioiden välityksellä kaiken aikaa, ja musiikillinen painopiste on kevyissä kaupallisissa populaarimusiikin lajeissa. (Sintonen 2001, 34–35.)

Media heijastaa yleisön tarpeita ja vaatimuksia – mitä enemmän vaaditaan tiettyä musiikkia, sitä enemmän sitä eri medioissa esiintyy. Toisaalta voidaan myös uskoa, että media muokkaa ja luo makuja. Esimerkiksi soittoaika radiossa kohentaa soitettavan musiikin suosiota. Jonkin roolimallin suosittelujen ja musiikin toiston uskotaan vaikuttavan ihmisten ja etenkin nuorten mielipiteisiin. (Russell 1997, 152–154.)

Musiikkiteollisuudessa säveltäjät, artistit ja kappaleet kulkevat pitkän matkan ennen kuin valmis kappale pääsee julkisesti soitettavaksi. Niin levy-yhtiöiden ihmiset kuin tuottajatkin tai vaikkapa radioiden soittolistoista vastaavat henkilöt tekevät lukuisia päätöksiä ja valintoja ennen kappaleen julkistamista. Heidän mielipiteensä siitä, millaista musiikkia ihmisille tarjotaan, on näin osaltaan muokkaamassa yksilöiden musiikkimakuja joko luomalla uusia musiikillisia tarpeita tai muokkaamalla vallalla

olevaa makua. Tällainen musiikkimedian mahdollisuus muokata ihmisten makuja onkin saanut kritiikkiä. Erityisesti on oltu huolissaan, että median vaikutus saattaa johtaa epämieluisaan musiikkimakujen yhtenäistymiseen. Tästä voi pahimmillaan seurata yksi iso massakulttuuri, jossa musiikki on samanlaista kaikkialla maailmassa. (Russell 1997, 152–154.)

4.1 Digitaalinen media

Media on muuttunut valtavasti viimeisten vuosikymmenien aikana. Internetin kaupallistuminen ja räjähdysmäinen kasvu 1990-luvulla muutti koko mediakentän, ja uudet innovaatiot muokkaavat sitä jatkuvasti. Internet ja uudet teknologiset laitteet ovat muuttaneet huomattavasti myös musiikin kulutustottumuksia. Ihmiset kuuntelevat nykyään musiikkia yhä useammin tietokoneiltaan digitaalisessa muodossa, ja mukana kulkevat laitteet kuten älypuhelimet ja mp3-soittimet ovat mahdollistaneet musiikin kuuntelun kaikkialla paikasta riippumatta. Muutos menneisyydestä nykypäivään on valtava. Aikaisemmin musiikkia oli mahdollista ostaa fyysisinä kopioina tai kuunnella radiosta, josta kappaleet oli mahdollista kaapata kasettinauhurin avulla. Nykyään kaikki musiikki on saatavilla nopeasti monien kanavien kautta verkon välityksellä. Digitaalinen media tai uusmedia - termeillä tarkoitan tässä mediaa, joka eroaa selkeästi perinteisemmästä mediasta kuten sanomalehdistä, televisiosta ja radiosta. Digitaalinen media eroaa vanhasta mediasta merkittävästi siinä, että kuka tahansa voi helposti luoda ja jakaa sisältöä, ja monet uusmedian sisältökanavat ovat hyvin interaktiivisia.

Vaikka digitaalinen media usein liitetään Internetiin ja maailmanlaajuiseen tietoverkkoon, kuuluu siihen monia muitakin teknologioita. Verkkolehtien, ladattavan musiikin ja videoiden, blogien ja podcastien lisäksi digitaalisen median voidaan katsoa käsittävän langattoman ja mobiilin median, digitelevision ja satelliittiradion, digikamerat, digitaaliset musiikkisoittimet ja monet muut julkisen kommunikoinnin välittäjinä toimivat teknologiat. John V. Pavlik määrittelee yksinkertaistettuna termin digitaalinen media julkisen kommunikaation järjestelmiksi, sisällön tuottamisen ja jakamisen järjestelmiksi sekä tietokone- ja

tietoverkkopohjaisiksi teknologioiksi, jotka tukevat ja muokkaavat näitä järjestelmiä. (Pavlik 2008, 8.)

Digitaaliseen mediaan liittyy vahvasti myös termi Web 2.0, jolla tarkoitetaan Internetin toista sukupolvea. Web 2.0:ssa Internet nähdään kaiken digitaalisen materiaalin alustana, ja sille on ominaista, että käyttäjät voivat jakaa aineistoja, rakentaa materiaaleja yhteisesti ja aktiivisesti osallistua sosiaalisiin yhteisöihin. Web 2.0:ssa keskeisessä asemassa on käyttäjien luoma sisältö, joka on joko siirretty palvelimelle tai tuotettu suoraan verkossa. Sisältöä voi käsitellä entisestään yhdessä muiden kanssa samoissa palveluissa, ja sosiaalinen verkkotyöskentely ja käyttäjien välinen yhteistyö onkin Web 2.0:n keskiössä. (Carlsson 2010, 52.)

Viimeisimpänä merkittävänä palvelujen sukupolvena voidaan pitää termin sosiaalinen media alle kuuluvia palveluja. Tähän joukkoon kuuluvat Wikipedia, kuvien ja videoiden jakamispalvelut kuten Flickr, Instagram ja YouTube, sosiaaliset verkkosivut kuten LinkedIn, Google+ ja Facebook, mikrobloggauspalvelut kuten Twitter sekä mobiili- ja paikkapohjaiset palvelut kuten Yelp ja Foursquare. Vaikka Web 2.0:lle on ominaista käyttäjien osallistuminen, personointi ja yhteistoiminta, täytyy muistaa, että nämä olivat läsnä myös Internetin aikakaudella ennen 2000-lukua. Uusia palveluita ja ohjelmistoja mukaan lukien sosiaalista mediaa täytyykin pitää laajennoksia meneillään olevaan kehitykseen Internetin synnystä alkaen. (Lomborg 2013, 13.)

4.2 Piratismi

Piratismi on ollut koko ajan puheenaiheena ja huomion keskipisteenä musiikin alettua yleistyä Internetissä. Piratismi on pakottanut musiikkibisneksen kehittämään uusia tapoja musiikin kulutukselle, ja suoratoistopalveluiden vallatessa alan piratismissa on tapahtunutkin valtava muutos. Nuoret ovat tutkimusten mukaan harjoittaneet piratismia paljon, mutta heidänkin toimintatavat ovat muuttuneet radikaalisti viimeisten vuosien aikana, minkä takia haluankin nostaa piratismiin esille käsitellessäni digitaalisen median suhdetta nuorten musiikin kuunteluun.

Don Tapscott (2010) tuo esille kolme tutkimusta menneisyydestä aiheeseen liittyen. Moni vastaajista ei pitänyt musiikin lataamista varastamisena tai jos piti, yritti oikeuttaa sen eri tavoin. He olivat sitä mieltä, että musiikkiteollisuus on suuri bisnes, joka ansaitseekin tällaisen kohtelun, tai he pitivät ideaa musiikin omistamisesta vanhanaikaisena. Osa jopa ajatteli palvelevansa tuntemattomia bändejä toiminnallaan. (Tapscott 2010, 101.)

Lataaminen on nuorten mielestä liiketoimintamalli, joka pitää muuttaa. Nettisukupolvi kertoo maksavansa musiikista enemmän kuin ikinä, mutta se ei vain toteudu perinteisin keinoin. He ostavat musiikkia jonkin verran verkosta, ja käyttävät huomattavan osan rahoistaan konsertteihin, soittoääniin ja artistien tuotteisiin. (Tapscott 2010, 318–319.)

Musiikin lataaminen laittomasti on tietysti väärin, mutta se on herättänyt myös paljon hyvää keskustelua musiikkiteollisuudesta. Fyysisten albumien ja singlejen osto on vähentynyt radikaalisti viime vuosien aikana, ja verkosta on tullut paikka, josta musiikkia pääsääntöisesti kuunnellaan. Tämänlainen ilmiö on tapahtunut etenkin compact disc -formaatin eli CD-levyjen kohdalla. Tapscottin useamman vuoden takainen tutkimus on siis edelleen ajankohtainen, eli musiikin omistamista pidetään vanhanaikaisena. Toisaalta vinyyliä suosio on viime vuosina kasvanut. Tähän pidän mahdollisina syinä vinyyliä analogisesti tallennettua ääntä, joka on hyvin erilainen verrattuna digitaaliseen tallenteeseen. Lisäksi vinyyleillä on oma nostalgia-arvonsa, ja ne ovat fyysisiä esineitä, jotka voi kotona panna osaksi sisustusta kirjahyllyyn.

Kuitenkin suurin osa musiikin ostamisesta tapahtuu nykyään verkossa, joten musiikkiteollisuuden on täytynyt kehittää uusia tapoja tarjota musiikkia kuluttajille. Paul Messaris ja Lee Humphreys ilmaisevat yhden syyn, miksi digitaalisessa muodossa olevasta musiikista on tullut suosittumpaa kuin fyysisistä kopioista. Kuluttajat voivat ostaa helposti vain tiettyjä kappaleita albumeilta, eikä heidän täydy ostaa kokonaisia albumeita. Näin ihmiset saavat kokoelmistaan persoonallisempia kuin ennen, ja he voivat muodostaa kappaleistaan haluamiaan kombinaatioita. (Humphreys & Messaris 2006, 89.)

Piratismi on vähentynyt viime vuosina selvästi. Esimerkiksi tutkimuslaitos Ipsos MMI:n raportista ilmenee, että vuonna 2008 Norjassa kopioitiin laittomasti 1,2 miljardia musiikkikappaletta, mutta vuonna 2012 enää 210 miljoonaa kappaletta. Musiikkipiratismi on vähentynyt tuona aikana Norjassa siis 82,5 prosenttia. Suomessa nuorten laitton nettilataaminen on lähes puolittunut neljässä vuodessa. Luovia aloja edustavan Lyhdyn Taloustutkimuksella teettämän kyselyn mukaan vuonna 2009 laitonta nettilataamista ilmoitti harjoittavansa 61 prosenttia ikäryhmästä, kun taas vuonna 2013 luku oli 33 prosenttia. Myös piratismiin suhtautuminen on muuttunut, sillä vuonna 2009 piratistien hyväksyi 42 prosenttia nuorista ja vuonna 2013 23 prosenttia. (Ovaskainen 2013; Tiittula 2013.)

Vaikka verkosta tapahtuva lataaminen on vähentynyt, ovat ihmiset siirtyneet toisenlaisiin laittomiin palveluihin. Kaikista vastanneista 25 prosenttia ilmoitti käyttävänsä laittomia suoratoisto- eli streaming-palveluita ja nuorista palveluita käytti yli puolet. Fyysisiä piraattilevyjä, -elokuvia tai -pelejä kertoo raportin mukaan hankkineensa vain pari prosenttia suomalaisista, mikä kertoo teknologian kehittymisestä. (Tiittula 2013.)

Uskon piratistien vähentyneen siitä syystä, että laillisista musiikkipalveluista on tullut hyvin helppokäyttöisiä, niiden sisältöä pystyy kuuntelemaan eri laitteiden kautta ja käytettävissä on hyvin laaja musiikkikirjasto. Merkittävä syy on tietenkin myös suoratoistomusiikkipalveluiden hinta, koska niitä pystyy käyttämään ilmaiseksi, vaikka tiettyjä haittapuolia ilmaisissa palveluissa on maksullisiin verrattuna. Tiittulan mainitsemat laittomat streaming-palvelut eivät ole musiikin kohdalla niin isossa asemassa kuin elokuvien tai televisiosarjojen kohdalla. Musiikkia kuunnellaan Suomessa suurimmaksi osaksi laillisten suoratoistopalveluiden kuten YouTube'n ja Spotifyn kautta. Toisaalta YouTube-videoilta on mahdollista ladata musiikkia helposti Internetistä löytyvien sivustojen kautta, enkä ole varma, tulevatko tällaiset toimet esiin piratistitutkimuksissa.

Piratistien oikeuttajat nostivat esille musiikkibisneksen, joka ei heidän mielestään toimi täysin reilulla tavalla. Tähän on helppo yhtyä siinä mielessä, että itse artistit ansaitsisivat ehdottomasti paljon enemmän tuottoja teoksistaan. Seuraavaksi esittelemäni Spotify on laillinen ja hyvin suosittu musiikkipalvelu verkossa, mutta

sieltäkään suurin osa rahasta ei usein päädy artisteille. Internetin avulla tapahtuvaa musiikin kuuntelua on edelleenkin siis muokattava ja pohdittava, ja tulisi keksiä uusi liiketoimintamalli, joka miellyttäisi niin musiikkiteollisuutta, artisteja kuin kuluttajiakin.

Esimerkiksi Radiohead-yhtyeen Thom Yorke ja heidän tuottajansa Nigel Godrich vetivät soolotuotantoansa sekä heidän yhteisen Atom for Peace -yhtyeen tuotantoa pois Spotifysta, koska uudet artistit eivät Yorken mukaan ansaitse nykyisellä mallilla Spotifysta juuri mitään. Godrich on sitä mieltä, että musiikkipalvelu vain haittaa pienten levy-yhtiöiden ja uusien tulokkaiden toimintaa. Vuonna 2013 yhden keskimääräisen Spotify-suoratoiston rojalti oli 0,004–0,005 euron välillä. Tuhat soittokertaa tuottaa artistille siis viisi euroa. (Helsingin Sanomat 2013.) Anssi Kela on myös kirjoittanut aiheesta omassa blogissaan. Hän toteaa Spotifysta saatavien rojaltien olevan sellaisia, että levymyyntien korvautuessa jatkossa yhä enemmän suoratoistopalveluilla, eivät ammattilaiset voi olla nykyiseen malliin tyytyväisiä. Esimerkiksi Kelan kappaleita pitäisi kuunnella Spotifyssa noin 2000 kertaa ennen kuin hän olisi ansainnut siitä saman kuin yhdestä myydystä CD-levystä. Hän jatkaa vielä, että Suomen kokoisella markkina-alueella suoratoistopalvelujen kuunteluista saatavista pienistä tuotoista ei vain kasva tarpeeksi isoja summia. (Kela 2013.)

4.3 Musiikin suoratoistopalvelut

Musiikin ostamisen ja omistamisen vanha malli ei ole järkevä monen mielestä. Don Tapscott (2010) ehdottaa, että musiikin tulisi olla palvelu eikä tuote. Pienen kuukausimaksun maksettuaan kuluttaja saisi pääsyn kaikkiin maailman sävelmiin sen sijaan, että hän ostaisi kappaleita. Ne voisivat tulla suoratoistona verkon kautta kuulijan valitsemassa paikassa ja haluamana aikana. Musiikkitietokannan pystyisi järjestämään käyttäjän haluamalla tavalla, esimerkiksi artistin, tyyllilajin, suosion ja vuosiluvun mukaan. Palvelu voisi lisäksi ehdottaa käyttäjälle artisteja, jotka muistuttavat hänen suosikkejaan. Jos tämän kaltainen palvelu olisi olemassa, kukaan ei varastaisi. Miksi kukaan haluaisi omistaa kappaleen? Musiikkiteollisuus on muodostanut mallin, joka perustuu kanteiden nostamiseen asiakkaita vastaan, eikä se ole panostanut ideoimaan uusia näkökulmia digitaaliseen viihteeseen.

Teollisuudenala, joka toi meille Beatlesin, on nyt romahtamispisteessä ja asiakkaidensa vihaama. (Tapscott 2010, 319.)

Don Tapscottin kuvaamia malleja on tänä päivänä jo melkein olemassa, vaikka ne eivät sisällä aivan kaikkia maailman kappaleita – erittäin suuren määrän tosin. Musiikin suoratoistopalveluita on nykyään useita kuten esimerkiksi Spotify, Tidal, Deezer, Apple Music, Google Play Music, Pandora ja SoundCloud. Myös YouTubea voidaan pitää musiikin suoratoistopalveluna, vaikka se sisältää lisäksi muutakin kuin vain musiikkia. Osa edellä mainituista palveluista on julkaistu tai alkanut saavuttaa suosiota Suomessa vasta tehtyäni kyselyn tutkimukseeni, joten siksi käsittelen tutkielmassani juuri Spotifya ja YouTubea, sillä ne ovat olleet jo usean vuoden ajan selkeästi suosituimmat palvelut Suomessa.

Spotify kehitettiin Ruotsissa, ja se on levinnyt etenkin läntisen Euroopan maihin, Pohjois- ja Etelä-Amerikkaan sekä Australiaan. Palvelua pystyy käyttämään myös muutamissa Aasian maissa. Spotifysta on elokuussa 2016 saatavissa sekä maksulliset Premium- ja Family-versiot että ilmainen Free-versio. Spotify toimii siis kuten Tapscottin toivoma palvelu: musiikkia voi kuunnella missä vain ja milloin tahansa. Riittää, että asentaa Spotify-ohjelman koneelleen tai käyttää sen selainversiota, jolloin käyttäjä pääsee käyttämään palvelua verkon kautta. Näin henkilö voi kuunnella tekemiään soittolistoja laitteistosta riippumatta, ja myös Spotifyn nopea leviäminen älypuhelimiin on mahdollistanut Spotifyn käytön kaikkialla.

Spotify-palvelussa on ”Samantapaiset artistit” -toiminto, jonka avulla käyttäjä voi etsiä samantyyllisiä artisteja kuin kuuntelemansa artisti. Tällä tavoin kuluttajat löytävät helposti ja nopeasti uusia artisteja, ja heidän musiikkikirjastonsa kasvaa kuin huomaamatta. Uutta mieleistä musiikkia voi löytää lisäksi Spotifyn oman radion avulla. Sillä voi kuunnella jotain tiettyä genreä tai vuosikymmentä, mutta se osaa soittaa myös samankaltaista musiikkia käyttäjän haluaman artistin tai kappaleen pohjalta. Spotifysta voi kuunnella helposti myös tämän hetken suosituimmat kappaleet maailmanlaajuisesti tai Suomessa.

Spotifyssa on läsnä myös sosiaaliset ja interaktiiviset aspektit. Ohjelman voi halutessaan saada näyttämään, mitä kappaleita kaverit kuuntelevat reaaliajassa.

Lisäksi kavereille on helppoa suositella jotain tiettyä laulua, ja tämän voi tehdä niin itse Spotifyn sisällä, mutta myös helposti linkitettyinä Facebookiin, Twitteriin tai Messengeriin. Palvelussa voi luoda soittolistoja, jotka voi asettaa halutessaan niin, että muut ihmiset voivat kuunnella tai muokata niitä.

Suoratoistopalvelujen suosio on suuressa kasvussa, ja niiden käyttö on selkeästi vähentänyt piratismia. Olen kuitenkin Don Tapscottin kanssa siinä ehdottomasti eri mieltä, että kukaan ei halua enää omistaa kappaleita suoratoistomallin tulon myötä. Monet ihmiset haluavat omistaa musiikkinsa – eihän kukaan tiedä millainen suoratoistopalveluiden tulevaisuus on. Jos palvelu lakkautetaan, tai jos sen käyttäjä ei jostain syystä haluakaan enää palvelua käyttää, häviää käyttäjän kaikki soittolistat. DJ:t haluavat ja tarvitsevat myös teoksia omaan omistukseensa, sillä kappaleiden miksaaminen toisiinsa onnistuu tällä hetkellä vain erillisillä ohjelmilla ja omilla tiedostoilla. Lisäksi suoratoistopalveluissa ei ole läheskään kaikkien artistien musiikkia. Fyysisen median kuollessa lisäksi käytettyjen fyysisten musiikkikopioiden kaupankäynti katoaisi.

Useimpien suoratoistopalveluiden bittinopeudet eivät myöskään riitä vaativille käyttäjille. Bittinopeus tarkoittaa käytännössä sitä, kuinka hyvällä äänenlaadulla kappaleet toistetaan. Varsinkin hifitason kaiuttimilla ero suoratoistopalveluiden häviöllisellä musiikinpakkausmenetelmällä tuotetulla musiikilla verrattuna häviöttömään menetelmään on havaittavissa. Tidal-niminen musiikkipalvelu on harvoja palveluja, jotka tarjoavat asiakkailleen häviötöntä eli cd-laatuista musiikkia. Lisäksi suoratoistopalvelut tukeutuvat melko pitkälti Internetiin, vaikka palveluita pystyy nykyään käyttämään myös niin sanotussa offline-tilassa eli ilman verkkoon yhdistämistä. Kappaleet, jotka omistaa, toimivat kuitenkin varmemmin missä vain ja milloin tahansa.

4.3.1 YouTube

YouTube on muuttanut tapaa, jolla ihmiset kuluttavat, luovat ja jakavat musiikkia. YouTubea voi käyttää millä tahansa tietokoneella, joka on yhteydessä Internetiin, joten YouTube on lisännyt musiikin saatavuutta. YouTuben etu on siinä, että sitä voi kuunnella ilmaiseksi, ja sieltä on nopeasti nähtävissä kappaleiden eri versioita useiden ihmisten esittämänä. Ennen 2000-lukua verkko oli lähinnä julkaisumedia, kun taas sen jälkeen siitä on tullut enemmän kommunikaatio-orientoitunut. (Cayari 2011.) YouTube on oiva esimerkki tästä. Nettisukupolven nuoret seuraavat jatkuvasti kavereidensa kaikkia tekemisiä (Tapscott 2010, 15). Facebookissa on helppo jakaa YouTube -linkkejä, ja näin jokin video voi levitä todella nopeasti valtavan joukon nähtäväksi. Näin tapahtui esimerkiksi vuonna 2012 Robinin Frontside Ollie -videolle, jota levitettiin ahkerasti sosiaalisessa mediassa. Video sai huikkeen määrän katselukertoja, ja pian kaikki tunsivat Robinin. Uuden median aikakaudella ei olekaan harvinaista, että artistista voi tulla tähti yhdessä yössä.

Niin kuin gramofoni, levysoitin, kasettinauha, CD ja digitaalinen äänitiedosto, YouTube on vaikuttanut musiikin taidemuotoon. Tämä on nähtävissä musiikkivideoiden saatavuudessa. YouTuben kautta ihmiset pääsevät käsiksi miljardeihin videoihin, joissa on esiintymisiä, "mash-uppeja" ja tribuuttiesityksiä. Monet YouTube -artistit käyttävät palvelua kaikupohjana alkuperäisille kappaleilleen, myydäkseen tuotteitaan ja jakaakseen musiikkiaan ystäviensä kanssa. (Cayari 2011.)

Musiikkivideot tulivat tärkeäksi musiikin levityskanavaksi Music Televisionin aloitettua toimintansa 1980-luvulla. Tämän johdosta myös musiikin ulkopuoliset seikat kuten ulkonäkö ja näyttävyys ovat tulleet entistä oleellisimmiksi. Musiikkivideot antavat kasvot artistille, ja nuorten on helppo löytää idoleita ja samaistumisen kohteita heidän joukostaan. YouTubesta voi heti katsoa haluamansa musiikkivideon ja kommentoida sitä muiden ihmisten kanssa. Kappaleesta voi halutessaan katsoa myös vaikkapa live-esiintymisen ja muiden ihmisten tekemiä cover-versioita. YouTubessa on valtava määrä materiaalia, ja koska palveluun ei ole pakollista kirjautua, YouTube-linkkien jakaminen ja avaaminen ovat todella nopeaa ja helppoa. Myös YouTubesta löytyy Spotifyn tapaan erilaisia listoja kuten

esimerkiksi kuunnelluimman musiikin listoja. YouTubessa on vaivatonta siirtyä seuraavaan videoon, koska palvelu ehdottaa käyttäjille uusia videoita.

Myspace -sivusto oli pitkään suosittu paikka uusille bändeille, jotka halusivat saada tunnettavuutta ja esitellä sävellyksiään. Sitten YouTube on noussut tärkeimmäksi tämänkaltaiseksi paikaksi suuren käyttäjämääränsä ansiosta. Cayari (2011) kirjoittaa, että ajatus ammattilais- ja amatöörimuusikosta, musiikin tapahtumapaikasta ja yleisöstä on muuttunut YouTuben kautta. YouTuben ansiosta monet niin sanotut makuuhuonemuusikot saavat itselleen näkyvyyttä. He voivat osoittaa taitonsa maailmanlaajuiselle katsojakunnalle, ja heillä on uusi paikka taiteellensa. Kuuntelijoista voi tulla laulajia, katsojista näyttelijöitä ja kuluttajista uusien omaperäisten teoksien tuottajia ja olemassa olevien teoksien täydentäjiä. YouTube antaa jokaiselle mahdollisuuden saada äänensä kuuluviin ja kasvonsa näkyviin. (Cayari 2011.)

YouTube:ssa on lisäksi opetusvideoita, joissa ihmiset opettavat esimerkiksi jonkin instrumentin soittoa. Nykypäivän ja tulevaisuuden opettajat voisivatkin mielestäni hyödyntää näitä videoita myös kouluissa. Esimerkiksi musiikintunneilla opettaja voisi ohjeistaa osan porukasta opettelemaan jonkin tietyn asian opetusvideon avulla samalla, kun opettaja itse neuvoa muita oppilaita. Opetusvideoita voisi hyödyntää myös niin, että oppilaat voisivat harjoitella ja opiskella musiikkia niiden avulla kotona.

4.4 Nuoret ja digitaalinen media

Etenkin nuoret ja nuoret aikuiset ovat omaksuneet digitaalisen median nopeasti. Don Tapscott (2010, 14) toteaa, että suurten ikäluokkien jälkikasvusta koostuva nettisukupolvi on kasvanut digitaalisen median ympäröimänä. Heidän teknologiasuhteensa on täysin erilainen kuin suuriin ikäluokkiin kuuluvilla – nettisukupolvelle digitaalitekniikka ei ole leivänpaahdinta kummallisempi asia. Tapscott esittää aiemmassa kirjoituksessaan Internetin juuri lyötyä läpi, että ensimmäistä kertaa historiassa yhteiskunnan keskeinen innovaatio on helppokäyttöisempi, selkeämpi ja mukavampi lapsille kuin heidän vanhemmilleen.

Digitaalisen median kautta nettisukupolvi kehittää ja levittää oman kulttuurinsa kaikkialle yhteiskuntaan. (Tapscott 2010, 14.)

Tapscott (2010, 19) luettelee kahdeksan piirrettä, jotka erottavat tyypillisen nettisukupolven edustajan tämän suuriin ikäluokkiin kuuluvista vanhemmista. Nettisukupolven henkilöt arvostavat etenkin valinnan vapautta, ja he haluavat muuttaa asiat ja esineet itselleen sopiviksi. He toimivat yhdessä ja tykkäävät keskustelusta, eivät luennoinnista. Nettisukupolvi vaatii rehellisyyttä, ja he haluavat tuntea ihmiset ja organisaatiot perusteellisesti. He haluavat pitää hauskaa jopa koulussa ja töissä. Nettisukupolvi on nopea, ja innovointi kuuluu heidän elämäänsä. (Tapscott 2010, 19.) Teinit suosivat Internetiä televisioon verrattuna, koska Internet antaa enemmän vapauksia ja valintoja, ja on interaktiivisempi kuin televisio (Pavlik 2008, 268).

Lasten median käytön vaikutukset voivat olla sekä huonoja että hyviä, sosiaalisuutta lisääviä sekä vähentäviä. Tietokoneen ja muun median käyttö voivat vaikuttaa lapsen neurologiseen kehitykseen, kognitiiviseen kehitykseen, seksuaaliseen käyttäytymiseen, asenteisiin, tietoon ja käsitykseen itsestä sekä asenteisiin muita kohtaan ja päihteiden käyttöön. (Pavlik 2008, 266–268.)

Digitaalisen median hyötynä verrattuna vanhaan analogiseen mediaan on mahdollisuus osallistua aktiivisesti mediaan. Tämä voi kiihdyttää kognitiivista kehitystä ja edistää luovuutta. Lapset voivat harjoitella itseilmaisua omalla nettisivullaan tai blogissa. Digitaalisen median sanaston ja luonteen ymmärtäminen voi nopeuttaa lasten potentiaalia oppimiseen. (Pavlik 2008, 271–272.)

YouTube on lapsille ja nuorille suosittu paikka harjoitella itseilmaisua myös musiikin saralla. Palveluun voi hyvin nopeasti ja vaivatta lisätä videon itsestään laulamassa tai soittamassa jotakin kappaletta, minkä jälkeen video on koko maailman arvostelun kohteena. On palaute sitten positiivista tai negatiivista, on sillä varmasti suuri vaikutus nuoren musiikillisen identiteetin muovautumiseen. Parhaimmillaan henkilö voi saada suuren itseluottamussysäyksen kommentteista, mutta pahimmillaan nuori saatetaan murskata henkisesti täysin. On myös mahdollista, että teini-ikäinen saa paljon epäolennaista palautetta, sillä voihan kommentoijana olla kuka vain

musiikillisesti hyvin eritasoinen ihminen. Musiikinopettajalla on tässäkin asiassa tärkeä rooli oppilaiden mediakasvattajana, ja hänen täytyy muistaa antaa musiikintunneilla paljon rehellistä ja kannustavaa palautetta oppilaan suorituksista, sillä ne voivat olla todella merkittäviä palautteita verrattuna verkon epäaitoihin arvosteluihin.

Nuoret etsivät verkon yhteisöllisistä ympäristöistä omia vertaisryhmiään ja samaan aikaan autonomiaa ja vanhemmista vapaata tilaa. Koti on usein tarkasti vanhempien ohjaama alue ja useilla nuorilla on lisäksi kotiintuloajat. Internetin kautta mahdollistuu yhteys kodin ulkopuoliseen maailmaan kotiintuloaikojen jälkeenkin. (Noppari & Uusitalo 2011, 143–144.) Verkon yhteisöpalvelut, joissa mahdollistuu esimerkiksi kuvien julkaiseminen, kommentointi ja keskustelu, antavat mahdollisuuden nuorten tärkeisiin kehitystehtäviin: identiteetin etsimiseen ja testaamiseen, seurusteluun vastakkaisen sukupuolen kanssa ja irtiottoon vanhemmista. (Salokoski & Mustonen 2007, 23.)

Nuorten verkossa tapahtuvaan identiteetin rakentamiseen sisältyy identiteetin tutkiskelua, ilmaisemista ja itsensä esittelyä. He esittelevät, kokeilevat ja muokkaavat osia identiteetistään tai itsestään yhteisössä, jossa on heidän ikätovereitaan. Näin he saavat palautetta, luovat kertomuksia itsestään ja etsivät kumppaneita tai kavereita. (Subrahmanyam & Smahel 2010, 76.)

Verkossa tehtyjen kuvavalintojen ja tekstien kautta nuori esiintyy eri verkostoissa oleville ystävilleen. Hän kertoo, kuka hän oikeasti on ja millainen hän haluaisi mahdollisesti olla kavereidensa silmissä. Kavereiden kirjoittamat palautteet ja kommentit kertovat myös nuorelle, miten toiset hänet näkevät. Nuorten maailmassa statuksella ja sosiaalisilla hierarkioilla on tärkeä asema. Sosiaalisessa mediassa muut käyttäjät näkevät nuoren kaveriverkoston kuuluvat henkilöt. Täten ystäväksi suostumisella saattaa olla merkittäviä sosiaalisia seurauksia. (Noppari & Uusitalo 2011, 144–145.)

4.4.1 Sosiaalinen kanssakäyminen verkossa

Vaikka tietyt teknologiat vaihtuvat, ne tarjoavat kollektiivisesti nuorille paikan oleilla, jakaa informaatiota ja olla yhteydessä kavereihinsa. Ennen teinien mielestä oli hienoa oleskella ostoskeskuksissa, ja vaikka nykyäänkin näin saattaa olla, on heidän mielestään hienoa olla myös Facebookissa, Twitterissä tai Instagramissa. Teinit ovat intohimoisia löytämään paikkansa yhteisössä. Sosiaalisen median tuloksena nuorten jatkuva halu sosiaaliselle kanssakäymiselle ja autonomialle heijastuu verkon eri paikoissa, joissa yhteisöt kohtaavat. Verkon sidosryhmien avulla ihmiset voivat tuntea olevansa osa laajempaa yhteisöä. (Boyd 2014, 6–10.)

Digitaaliset välineet kuten Internet ja matkapuhelin ovat kasvattaneet ja laajentaneet nuorten yhteydenpitoa ihmisiin kuten ystäviin, perheeseen, mies- ja naisystäviin ja jopa tuntemattomiin henkilöihin. Lisääntynyt yhteydenpito on merkittävä ja vastoin pelkoja teinit ovat verkossa yhteydessä lähinnä niiden kanssa, jotka he tuntevat Internetin ulkopuolellakin. Vaikka verkon ja verkon ulkopuoliset sosiaaliset maailmat ovat yhteydessä, ne eivät ole toistensa peilikuvia. Nuoret voivat käyttää eri viestimiä eri ihmisten kanssa käytävään vuorovaikutukseen. (Subrahmanyam & Smahel 2010, 84, 99.)

Verkon kohtaamispaikoilla on tiettyjä erityispiirteitä verrattuna perinteisiin fyysisiin paikkoihin. Varsinkin neljä käyttömahdollisuutta muokkaavat sosiaalisen median luomia ympäristöjä. Vaikka nämä käyttömahdollisuudet eivät ole uusia, sosiaalinen media muuttaa ja vahvistaa sosiaalisia tilanteita teknillisten toimintojen avulla, joita ihmiset voivat käyttää näihin vakiintuneisiin käytäntöihin osallistumiseen. (Boyd 2014, 11–13.)

Ensinnäkin teknologiat ovat suunniteltu mahdollistamaan *pysyvyyden*, eli sosiaalisen median kautta jaettu sisältö säilyy. Tämän ansiosta kanssakäyminen voi tapahtua eri hetkinä ihmisten välillä. Toiseksi ihmiset voivat helposti jakaa asioita laajalle yleisölle ja pääsevät käsiksi sisältöihin pitkienkin välimatkojen päästä sosiaalisen median avulla. Tällä tavoin erilaisten viestin mahdollinen *näkyvyys* kasvaa. Usein ihmisten panemat asiat Internetiin sosiaalisen median kautta ovat laajalti saavutettavissa, koska vuorovaikutus on yleensä julkista oletuksena ja salaista vasta

vaivannäön jälkeen. Kolmantena erityispiirteenä verkkoon lähetetyt asiat ovat helposti *jaettavissa* muutaman näppäinpainalluksen jälkeen. Ihmiset voivat jakaa linkkejä, kopioida ja liittää sisältöä paikasta toiseen sekä uudelleen lähettää asioita. Viimeiseksi ihmisten viestintää pystyy etsimään. Hakukoneet voivat löytää lukemattomia muiden kirjoittamia viestejä, ja vaikka jotkin näistä on kirjoitettu julkisesti, ei niitä ole ajateltu ilmestyvän uudestaan hakukoneiden kautta. Tästä syystä jotkin asiat saatetaan irrottaa kontekstistaan. (Boyd 2014, 11–13.)

Sirpa Kannasoja on väitöskirjassaan *Nuorten sosiaalinen toimintakyky* (2013) jakanut nuoret ryhmittelyanalyysin perusteella erilaisiin toimijatyyppeihin. Tämän avulla tarkasteltiin, millaisia erilaisia nuorten ryhmiä heidän keskuudessaan oli sosiaalisen toimintakykyisyyden näkökulmasta tarkastellen. Laadullisesta aineistosta nousi esiin keskeisenä muuttujana Internet-sosiaalisuus. Tähän ryhmään kuuluvat nuoret viettävät paljon aikaa tietokoneella koulun jälkeen, saavat tukea Internetistä ja tutustuvat uusiin ihmisiin Internetin kautta. Internet-sosiaaliset nuoret ovat suunnitelmallisia ja heillä on kaikki taidot kuten empatiakyky ja yhteistyövalmiudet toimia myönteisesti ystävyssuhteissaan. Vastoin mielikuvia, Internet-sosiaalinen nuori ei ole syrjään vetäytyvä henkilö, ja Internet-sosiaalisista nuorista oli tutkimuksen mukaan reilusti yli puolet tyttöjä. (Kannasoja 2013, 162–168.)

Kannasojan tekemässä haastattelussa nuoret eivät osanneet päättää, onko tietokoneen runsas käyttö hyvä vai huono sosiaalisuuden muoto. Toisaalta se on myönteistä yhteydenpitoa kavereiden kanssa, mutta toisaalta sosiaalisuus voi olla siinä kielteistä kasvatusten tapahtuvan yhteydenpidon puuttuessa vuorovaikutuksesta. Internet-sosiaalisilla nuorilla on runsaasti sekä myönteistä että kielteistä sosiaalista käyttäytymistä. Heillä on paljon epävarmuutta ja psykososiaalisia oireita, mutta samalla heillä on myös runsaasti tulevaisuuteen luotaavaa lojaaliutta ja suunnitelmallisuutta. Näiden epävarmuutta tuntevien nuorten täytyy tasapainotella arjessa myönteiseksi ja kielteiseksi mielletyn käyttäytymisen välillä. (Kannasoja 2013, 168.)

Verkkoyhteisöihin osallistuminen voi olla nykyajan nuorelle sosiaalinen välttämättömyys. On harvinaisempaa olla kuulumatta kuin kuulua johonkin sosiaalisen median yhteisölliseen palveluun, ja osallistumatta jättämisestä voi seurata

nuorelle kaveripiirin ulkopuolelle jäämistä ja kulttuurista toiseutta. Nuorten verkon yhteisöissä toimimisessa suurimpana motiivina on sosiaalisuus. Verkkoympäristöt mahdollistavat jo olemassa olevien kaverisuhteiden ylläpidon ja syventämisen, ja tällaisissa tapauksissa toimitaan yleensä tunnistettavan profiilin kautta. Paikoissa, joissa nuoret taas käyttäytyvät anonyymisti, he etsiytyvät uusiin vuorovaikutustilanteisiin ja irrottautuvat lähipiiristään. (Noppiari & Uusitalo 2011, 143.) Internet avaa ujommille ja aremmille nuorille mahdollisuuden ilmaista itseään paremmin ilman kasvotusten tapahtuvaa vuorovaikutusta (Salokoski & Mustonen 2007, 77).

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Tutkimusaineisto kerättiin kyselylomakkeella seitsemäsluokkalaisille nuorille. Kyselylomakkeen avulla pyrittiin selvittämään nuorten musiikin kuuntelulähteitä, heidän musiikin idealähteitään, digitaalisen median musiikkisovellusten ominaisuuksien käyttöä sekä uusmedian sosiaalisten aspektien vaikutusta musiikkisovellusten käyttöön. Lisäksi vertailin tyttöjen ja poikien kuuntelukäyttäytymisten eroja, sekä tutkin riippuvuuksia muun muassa musiikkimaun vaihtumisen ja digitaalisten lähteiden väliltä. Tutkimukseni on määrällinen ja tutkimusstrategiani pohjautuu Survey-tutkimukseen, eli tavoitteenani on koota kyselymenetelmän avulla tietoa suurehkosta perusjoukosta eli tässä tapauksessa seitsemäsluokkalaisista nuorista.

Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (2009) esittävät, että pääongelmana tutkimuksessa on usein yleisluontoinen kysymys, josta tulee ilmi tutkittava kokonaisuus. Pääongelmaan saa ratkaisun hakemalla vastauksia alaongelmiin. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 128.) Tutkimuskysymykseni on, miten digitaalinen media vaikuttaa nuorten musiikin kuunteluun.

Alakysymyksiäni ovat:

1. Kuinka paljon nuoret kuuntelevat musiikkia digitaalisena ja kuinka paljon he saavat ideoita kuuntelemaansa musiikkiin digitaalisista lähteistä verrattuna perinteisiin kanaviin?
2. Miten nuoret käyttävät digitaalisten musiikkisovellusten ominaisuuksia?
3. Miten digitaalisen median sosiaaliset ulottuvuudet liittyvät nuorten ja musiikin väliseen suhteeseen?

5.1 Aineisto

Keräsin aineiston Sastamalan Sylvään koulun seitsemäsluokkalaisilta maaliskuussa 2015. Hankin koko aineiston itse, enkä käyttänyt muiden keräämää aineistoa. Tällaista aineistoa kutsutaan primaariaineistoksi, sillä sen empiirinen tietoa sisältää välitöntä tietoa tutkimuskohteesta (Hirsjärvi ym. 2009, 186). Kyselyyn vastattiin oppituntien aikana, jotta oppilaat pystyivät keskittymään vastaamiseen keskittyneesti ja aineistosta saatiin mahdollisimman suuri. Kyselyyn vastasi seitsemän luokkaa ja vastaajia oli yhteensä 154.

Valitsin vastaajajoukoksi seitsemäsluokkalaiset oppilaat, sillä halusin saada luotettavaa tietoa juuri tämän ikäisestä joukosta. Täten minimoin vaihtoehdon, että nuoruuden eri ikävuodet ja yläkoulun eri luokka-asteet vaikuttaisivat saamiini tuloksiin. Valitsin aineistoksi seitsemäsluokkalaiset oppilaat, koska uskon heidän olevan ikävaiheessa, jossa he omaksuvat nopeasti uusmedian mahdollisuuksia, hyödyntävät niitä monipuolisesti ja käyttävät hyväkseen digitaalisen median sosiaalisia ulottuvuuksia. Seitsemäsluokkalaiset saattavat olla vielä myös sen kaltaisessa iässä, että muiden mielipiteet voivat vaikuttaa merkittävästikin heidän musiikkimakuunsa ja kuuntelutottumuksiinsa. Tutkimuksen kohteena olevien oppilaiden paikaksi halusin koulun, jolla ei ole musiikkilinjaa, jotta oppilaiden musiikkikäyttäytyminen ei eroaisi merkittävästi tavanomaisesta suomalaisesta nuoresta.

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa ei voida useimmiten tutkia koko joukkoa, vaan tavoitteena on saada tulokseksi yleistettäviä päätelmiä. Tutkija määrittelee perusjoukon ja ottaa tästä joukosta edustavan otoksen. Jos tutkija ajattelee, että esimerkiksi maalla ja kaupungissa asuvat työttömät ajattelevat asioista eri tavalla, hänen on muodostettava otos siten, että tutkittavaan joukkoon tulee valituksi maalla asuvia ja kaupunkilaisia samassa suhteessa kuin niitä on koko perusjoukossa. Tällaisen otosaineistoon perustuvan tutkimuksen kautta on kuitenkin lopulta tarkoitus tehdä päätelmiä koskien koko perusjoukkoa, ja se onnistuu tekemällä yleistyksiä otoksesta. (Hirsjärvi ym. 2009, 180.)

Tutkimuksessani perusjoukkona oli siis seitsemäsluokkalaiset koululaiset, joista tein edustavan näytteen sastamalalaisilla nuorilla. Minulla ei ollut käytännössä mahdollista tutkia koko perusjoukkoa, joten tutkin perusjoukon osajoukkoa. Poimin tutkimukseen ne perusjoukon alkiot, jotka sattuivat olemaan saatavilla, joten kyseessä oli näyte eikä otos. Tutkimustulokseni voi yleistää siis vain tutkittavaan joukkoon. (Taanila 2014, 28.) Toisaalta pidän näytettäni harkinnanvaraisena, koska uskon sastamalalaisen seitsemäsluokkalaisten kuvaavan suhteellisen hyvin keskimääräistä suomalaista seitsemäsluokkalaista, ja lisäksi tein kyselyn jokaiselle koulussa olleelle kaupungin seitsemäsluokkalaistelle, enkä näin karsinut haastateltavia pois minkään syyn takia.

En usko paikkakunnan vaikuttavan radikaalisti aiheeseeni, joten päätin koota aineiston yhden ison koulun oppilaista. Pidän Sastamalan Sylvään yläkoulua lisäksi hyvänä tutkimuspaikkana tutkimukseeni siitä syystä, että oppilaitos on kunnan ainoa yläkoulu, jolloin kouluun tulee oppilaita niin kaupungista kuin maalta. Tällöin sijainnin mahdollisesti vaikuttaessa tuloksiin saisin suhteellisen hyvän keskimääräisen otannan suomalaisista nuorista. Suomi on kuitenkin teknologisesti niin kehittynyt maa, että suurimmalla osalla väestöstä on mahdollisuus käyttää erilaisia laitteita ja sitä kautta uusmediaa ja erilaisia musiikkipalveluita. Täten voidaan olettaa, että näitä palveluita käyttävät nuoret soveltavat niiden ominaisuuksia samankaltaisesti, ja heidän sosiaalinen käyttäytyminen verkossa on samansuuntaista joka puolella Suomea.

5.2 Aineiston hankintamenetelmät

Hankin aineiston paperisen kyselylomakkeen avulla. Päädyin tähän ratkaisuun, koska kysely oli tällöin helppo toteuttaa musiikintunneilla musiikinluokassa. Tämä takasi minulle suuren vastaajamäärän, koska kyselyn teko kuului musiikintuntien ohjelmaan. Lomake oli pääosin strukturoitu kyselylomake eli se oli kirjallisessa muodossa systemaattisesti esitetty kysymyssarja valmiine vastaustentiloineen. Strukturoitu lomake on strukturoimattomaan lomakkeen verrattuna parempi tilastollisen tarkastelun kannalta, mutta toisaalta se on myös vähemmän informatiivinen. (Niskanen 2012, 60.) Lomakkeessa oli pääosin

monivalintakysymyksiä, mutta joihinkin kysymyksiin vastaajien oli mahdollista kirjoittaa oma vastauksensa. Päädyin kyselyyn, koska arvelin tämän soveltuvan parhaiten tutkittavalleni ikäryhmälle. Tutkittavien ikä vaikutti myös valintaani sisällyttää lomakkeeseen suurimmaksi osaksi monivalintakysymyksiä. Nuoret pääsivät valitsemaan selkeistä vaihtoehdoista, millä pyrin välttämään tyhjiä vastauksia eri kysymyksissä. Kyselyyn vastattiin anonyymisti, sillä uskoin tämän takaavan korkean vastausmäärän jokaiseen kysymykseen.

Kysymysten muoto oli vakioitu eli kaikilta vastaajilta kysyttiin samat asiat, samalla tavalla ja samassa järjestyksessä. Kyselyssä vastaaja lukee itse kysymyksen ja vastaa siihen. Kyselylomaketta käytetään, kun tutkitaan henkilöiden käyttäytymistä, asenteita, ominaisuuksia tai mielipiteitä. (Vilka 2007, 28.)

Kysymyksiä oli lomakkeessa yhteensä 27. Ensimmäisessä kysymyksessä kysyin vastaajien sukupuolen, mikäli joissakin kysymyksissä ilmeni merkittäviä eroja miesten ja naisten välillä. Toinen ja kolmas kysymys olivat avoimia kysymyksiä, joissa nuoret pääsivät kertomaan oman suosikkimusiikkityylinsä sekä -artistinsa. Loput kysymykset olivat monivalintakysymyksiä, joiden teemat koskivat musiikin kuuntelulähteitä, idealähteitä nuorten musiikkivalintoihin, musiikkimakua, digitaalisten musiikkipalveluiden ominaisuuksien käyttöä, sosiaalisen median ja musiikin kuuntelun yhteyttä sekä toisten ihmisten vaikutusta nuorten musiikin kuuntelutottumuksiin.

Käytin kysymyksissäni kahdenlaista vastausasteikkoa: luokittelu- eli nominaaliasteikkoa sekä järjestys- eli ordinaaliasteikkoa. Osassa monivalintakysymyksissä sai valita usean vaihtoehdon, mutta osassa kysymyksissä piti valita vain yksi vastausvaihtoehdoista. Osa kysymyksiin oli mahdollista valita myös vaihtoehto ”joku muu, mikä?”, jolloin vastaaja pääsi kirjoittamaan vastauksen, joka ei ollut yhtenä vaihtoehdoista. Joissakin monivalintakysymyksissä oli kaksi vastausvaihtoehtoa, joista vastaajan oli valittava vain toinen. Lopuissa kysymyksistä käytettiin neljä- tai viisiportaista Likert-asteikkoa, ja osassa kysymyksistä oli lisäksi mahdollista valita vastausvaihtoehto ”en osaa käyttää toimintoa” tai ”en käytä soittolistoja”. Vastausvaihtoehdot olivat Likert-asteikkoa käyttävissä kysymyksissä kirjoitettu sanoin, jolloin välttyttiin epäselvyyksiltä.

5.3 Aineiston analyysimenetelmät

Ennen varsinaista analyysin tekemistä käsittelin keräämäni aineiston. Määrällisessä tutkimuksessa tämä tarkoittaa kolmea vaihetta eli lomakkeiden tarkistusta, aineiston muuttamista numeraaliseen muotoon ja tallennetun aineiston tarkistamista (Vilkka 2007, 105). Aloitin tutkimustulosteni käsittelyn tarkastamalla lomakkeet ja varmistin, että kysymykset oli ymmärretty suurimmaksi osaksi oikein. Lisäksi tarkistin, että jokainen oli merkinnyt lomakkeen alkuun sukupuolensa. Merkitsin paperin yläreunaan koodin, jonka avulla pystyin tarkastamaan tiedot myöhemmässä vaiheessa. Merkitsin koodiin vastaajan sukupuolen sekä numeron.

Tutkijalla on kaksi vaihtoehtoa käsitellä puuttuvia havaintoja: puuttuvat havainnot voi käsitellä omana luokkanaan ja ottaa näin mukaan analyysiin tai hylätä puuttuvat havainnot kokonaan analyysistä (Vilkka 2007, 108). Itse päätin jättää puuttuvat havainnot kokonaan pois analyysistä, ja tästä johtuen monessa taulukossa ja kuviossa vastaajien lukumäärää kuvaavan kirjaimen n jälkeen oleva luku on alle 154. Päädyin tähän ratkaisuun, koska tyhjiä vastauksia ei ollut missään kysymyksessä paljon, joten vastauksia oli yhä tarpeeksi tutkimukseni luotettavuuteen nähden. En halunnut toisaalta myöskään poistaa vastaajan kaikkia vastauksia, mikäli hän oli jättänyt yhden kohdan tyhjäksi, koska tämä olisi voinut pienentää näytekokoa liikaa. Lisäksi jätin huomioimatta ne harvat vastaukset, mitkä koin epäasiallisiksi. Näitä oli kysymyksissä, joissa sai itse kirjoittaa myös oman vastausvaihtoehdon.

Syötin keräämieni kyselylomakkeiden tiedot SPSS-tilasto-ohjelmistolle ja loin taulukon eli havaintomatriisin. Siirrettyäni aineiston ohjelmistolle tarkistin vielä, etten ollut asettanut virheellisiä arvoja muuttujille. Tulokset syötettyäni tarkastelin vastausten lukumääriä, prosentteja ja sijaintilukuja kuten moodeja ja mediaaneja sekä hajontaluvuista kvartiileja ja keskihajontoja. Lisäksi tein t-testejä, Mann-Whitneyn testejä ja khiin neliö -testin. Suoritin analyysini siis tilastollisesti kuvaavana. Tutkin poikien ja tyttöjen vastausten eroja, ja lisäksi tarkastelin riippuvuuksia joidenkin kysymysten välillä. Havainnollistin analyysiani Excel-taulukko-ohjelmalla tekemilläni taulukoilla ja kuvioilla.

5.4 Tutkimuksen luotettavuus

Näytteen koko oli suhteellisen hyvä ja uskon tutkittavien keskittyneen kysymyksiin hyvin, koska he tekivät kyselyn musiikintuntien aikana. Toki kaverit ympärillä saattoivat vaikuttaa joidenkin kysymysten vastaamiseen, mutta en usko tämän olleen laajamittaista toimintaa. Pidän tutkimaani näytettä suhteellisen hyvänä esimerkkinä keskimääräisestä sen ikäisestä suomalaisesta ryhmästä, mutta tietysti erittäin luotettavan tiedon saamiseksi tutkimus pitäisi teettää eri puolilla Suomea. En voikaan yleistää tutkimustuloksiani koskemaan suomalaista seitsemäsluokkalaista, mutta pyrin työlläni kuitenkin antamaan suuntaa keskimääräiselle suomalaiselle nuorelle. Tyttöjä ja poikia oli vastaajista lähes sama määrä. Poikia oli 78 ja tyttöjä 76, ja tämä lisää luotettavuutta tutkiessani tulosten eroja tyttöjen ja poikien välillä. Vastausprosentti oli korkea useimpaan kysymykseen, mutta jouduin hylkäämään vastauksia joissakin kysymyksissä, joissa oli tarkoitus valita yksi vaihtoehto, mutta vastaajat valitsivat monta vastausvaihtoehtoa. Kysely teetettiin paperilomakkeella, josta siirsin tiedot SPSS-tilasto-ohjelmaan. Tietysti jossain kohtaa on saattanut tapahtua näppäilyvirhe, mutta kehitin tietojen syöttöön tekniikan, jonka uskon minimoineen syöttövirheiden määrän.

Jokaisen tutkimukseen vastaajan on ymmärrettävä kysymykset ja käsitteet samalla tavalla, tai muuten tutkimus ei ole luotettava ja yleistettävissä (Vilka 2007, 37). Muotoilin kysymykseni arkikielelle, jota seitsemäsluokkalaisten oppilaiden olisi helppo ymmärtää. Kysymykseen 26 eli ”Minkälaisia soittolistoja sinulla on verkon musiikkipalveluissa?” lisäisin sanan omia ennen soittolistoja-sanaa. Nyt joku vastaajista saattoi ymmärtää kysymyksen käsittelevän soittolistoja yleensä. Olisin voinut kysyä myös erikseen omista soittolistoista ja soittolistoista yleensä. Kysymyksen 10 eli ”Onko musiikkimakusi mielestäsi vaihtunut viimeisen vuoden aikana?” vaihtaisin muotoon ”Onko musiikkimakusi mielestäsi muuttunut viimeisen vuoden aikana?”, koska musiikkimaun muuttuminen on varmasti yleisempää kuin vaihtuminen kokonaan toiseen. Joku vastaaja on voinut ymmärtää kysymyksen juuri musiikkimaun radikaalilla vaihtumisena, vaikka juuri kevyempää muuttumista yritin kysymyksellä selvittää.

Olisin voinut tarkentaa vastaajille lisäksi vielä selkeämmin, että monivalintakysymyksissä tulee valita vain yksi vastausvaihtoehto, mikäli toisin ei mainita. Nyt osa valitsi monivalintakysymyksissä useamman vaihtoehdon, mikä ei sinällään kaikissa tällaisissa kysymyksissä välttämättä paljon vääristä tutkimustulosta, mutta toki tutkimus olisi luotettavampi, mikäli jokainen vastaaja olisi valinnut joka kysymyksessä yhtä monta vastausvaihtoehtoa.

6 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Esitän tulokseni jaoteltuna ne alatutkimuskysymyksiini mukaan. Yhteensä vastaajia oli 154 – tyttöjä oli vastaajista 76 ja poikia 78. Pyöristän tulosteni prosenttiosuudet lähimpään kokonaisprosenttilukuun, minkä johdosta prosenttien yhteenlasketusta summasta ei tule aina tasan 100 %. Lisäksi osaan kysymyksistä sai vastata usealla vastausvaihtoehdolla, joten prosenttien yhteenlasketusta summasta tulee yli 100 %. Toinen ja kolmas kysymys selvittää tutkittavieni mieluisimpia musiikkityylejä ja artisteja.

Minun oli ensin tarkoitus kysyä vastaajien koululuokka sekä heidän parhaimmat kaverinsa luokalta, jolloin olisin tarkastellut läheisten ystävien musiikkimaun samankaltaisuutta. Päätin kuitenkin olla kysymättä tätä, sillä uskoin nuorten vastaavan kyselyyn todenmukaisemmin anonyymisti. Täten toinen ja kolmas kysymys suosikkimusiikista ovat melko irrelevantteja, mutta toisaalta musiikin kuuntelua tutkittaessa on aina mielestäni mielenkiintoista selvittää sen hetken mieltymyksiä ja trendejä. Suosituimmat musiikkityylit olivat pop, elektroninen musiikki, rap ja rock. Elektroninen musiikki oli ylivoimaisesti suosituin musiikkityyli poikien keskuudessa. Pojat kuuntelivat paljon myös rap-musiikkia. Tyttöjen suosituin musiikkityyli oli pop. Tytöt kuuntelivat myös rappia ja rockia. Suosikkiartistikysymykseen tuli paljon erilaisia vastauksia, mutta monet artisteista ovat tuttuja tämän hetken hittilistoilta.

6.1 Nuorten musiikin kuuntelulähteet

YouTubesta kuunneltiin selkeästi eniten musiikkia, sillä lähes kaikki vastasivat kuuntelevansa musiikkia kyseisestä verkkopalvelusta (Taulukko 1). Myös toinen digitaalinen palvelu eli Spotify oli suosittu kuuntelulähde seitsemäsluokkalaisten keskuudessa. Perinteisemmistä kuuntelulähteistä selkeästi käytetyin oli radio, ja joka kolmas nuorista kuunteli musiikkia myös CD-levyiltä, televisiosta ja MP3-tiedostojen kautta. YouTube ja Spotify olivat ylivoimaisesti suosituimmat digitaaliset musiikkipalvelut, sillä muut palvelut jäivät hyvin marginaaliseen asemaan.

TAULUKKO 1. Musiikin kuuntelulähteet. (n=154)

Kuuntelulähde	Prosenttia vastaajista
YouTube	95 %
radio	67 %
Spotify	65 %
CD	34 %
MP3:sina tai vastaavina esimerkiksi iTunesista hankittuna	31 %
televisio	27 %
joku muu, mikä?	11 %
Internetradio	5 %
SoundCloud	5 %
Deezer	4 %
vinyyli	2 %

Joku muu -kohdan vastauksia olivat iTube, iMusic, MixRadio, kasetti, MusicAll, PlayTube, Counter-Strike: Global Offensive ja Google Play -musiikki. En ollut tutustunut näihin palveluihin aikaisemmin, mutta osa näistä vaikutti pienen tarkastelun jälkeen olevan sovelluksia puhelimelle, joiden avulla pystyy kuuntelemaan musiikkia YouTubea. Google Play -musiikki on Spotifyn kaltainen suoratoistopalvelu, mutta palveluun voi ladata myös omia musiikkitiedostoja. Counter-Strike: Global Offensive -tietokonepeliin olen tutustunut, mutta sieltä ei löydy musiikin kuunteluvaihtoehtoa. Vastaajat ovatkin saattaneet tarkoittaa tässä esimerkiksi Twitch-sivustoa, jossa ihmiset suoratoistavat omaa pelaamistaan jossakin videopelissä, ja samalla pelaaja on saattanut kuunnella musiikkia pelin taustalla.

Viime kysymyksestä kävi ilmi, että nuoret kuuntelevat musiikkia monista paikoista, mutta kahta digitaalista palvelua eli Spotifya ja YouTubea käytettiin selkeästi eniten ensisijaisina musiikin kuuntelulähteinä (Taulukko 2). Tästä nähdään siis, että lähes kaikki käyttävät YouTubea joskus musiikin kuunteluun, mutta ensisijaisena vaihtoehtona se ei ole enää niin suosittu. Radiosta musiikkia eniten kuunteli noin joka seitsemäs vastaajista. Muut vastausvaihtoehdot olivat selkeänä vähemmistönä, sillä jokaisesta niistä musiikkia eniten kuunteli alle 5 % henkilöistä. Näitä vastausvaihtoehtoja olivat ”joku muu, mikä?”, CD, MP3:sina tai vastaavina

esimerkiksi iTunesista hankittuna, televisio, Deezer ja SoundCloud. ”joku muu, mikä?” -kohdassa vastaukset olivat samoja kuin aiemman kysymyksen ”joku muu, mikä?” -vastausvaihtoehdoissa. Internetradiosta tai vinyyleiltä ei kuunnellut yksikään vastaajista eniten musiikkia.

TAULUKKO 2. Ensisijaiset musiikin kuuntelulähteet. (n=147)

Ensisijainen kuuntelulähde	Prosenttia vastaajista
Spotify	43 %
YouTube	41 %
radio	14 %
joku muu, mikä?	5 %
CD	4 %
MP3:sina tai vastaavina esimerkiksi iTunesista hankittuna	3 %
televisio	1 %
Deezer	1 %
SoundCloud	1 %

Minua kiinnosti vertailla, löytyykö tyttöjen ja poikien välisiä eroja kuudesta käytetyimmästä musiikin kuuntelulähteestä eli YouTubesta, radiosta, Spotifysta, CD:stä, MP3-tiedostoista ja televisiosta sekä kolmesta ensisijaisesti käytetyimmästä musiikin kuuntelulähteestä eli Spotifysta, YouTubesta ja radiosta (Taulukko 3). Tytöt kuuntelivat musiikkia poikia enemmän radiosta, CD-levyiltä, televisiosta ja jonkin verran MP3-tiedostoina. Digitaalisten palveluiden eli YouTuben ja Spotifyn tiedostojen käyttö oli sukupuolten välillä lähes yhtä yleistä.

TAULUKKO 3. Tyttöjen ja poikien kuuntelulähteiden sekä ensisijaisten kuuntelulähteiden käyttö.

Tytöt (n=76)	Pojat (n=78)	Tytöt (n=74)	Pojat (n=73)
YouTube 93 %	YouTube 96 %	Spotify 47 %	YouTube 49 %
radio 80 %	Spotify 65 %	YouTube 32 %	Spotify 38 %
Spotify 64 %	radio 54 %	radio 20 %	radio 8 %
CD 43 %	MP3 28 %		
MP3 34 %	CD 26 %		
televisio 33 %	televisio 22 %		

Testasin kahden perusjoukon odotusarvojen yhtäsuuruutta t-testillä. Tyttöjen vastausten standardoitu keskihajonta oli radion kuuntelussa 0,401 ja poikien 0,502. Oletettiin, että kysymyksen vastaukset olivat riippumattomia toisistaan. Näin ollen voitiin selvittää testaamalla ja luottamusvälin avulla, onko poikien ja tyttöjen radion kuuntelukäyttäytymisessä tilastollisesti merkittävää eroa. Testin nollahypoteesi oli, että tyttöjen ja poikien keskimääräiset vastaukset ovat samat, eli eroa ei löydy keskimäärin sukupuolten väliltä. Testin p-arvoksi saatiin 0,000. Tämä tarkoitti sitä, että nollahypoteesi voitiin hylätä. Toisin sanoen tyttöjen ja poikien välillä oli keskimääräisesti tilastollisesti eroa.

Standardoidut keskihajonnat olivat CD-levyjen kuuntelussa tytöillä 0,499 ja pojilla 0,439. Testattiin jälleen, onko tyttöjen ja poikien kuuntelukäyttäytymisessä CD:n osalta tilastollisesti merkittävää eroa. Testin p-arvoksi saatiin 0,020. Koska arvo oli alle riskitason 0,050, voitiin nollahypoteesi hylätä. Toisin sanoen tyttöjen ja poikien välillä oli keskimääräisesti tilastollisesti eroa. Tyttöjen standardoitu keskihajonta oli television kohdalla 0,473 ja poikien 0,416. Testattiin, onko tyttöjen ja poikien välillä tilastollisesti merkittävää eroa. Testin p-arvoksi saatiin 0,124. Näin ollen nollahypoteesi sai tukea, eli tyttöjen ja poikien välillä ei ollut keskimääräisesti tilastollisesti eroa p-arvon ollessa suurempi kuin 0,05.

Standardoidut keskihajonnat olivat YouTuben käytössä musiikin kuunteluun tytöillä 0,250 ja pojilla 0,194. Testattiin jälleen, onko tytöillä ja pojilla tilastollisesti merkittävää eroa. Testin p-arvoksi saatiin 0,448. Täten nollahypoteesi sai tukea, eli

tyttöjen ja poikien välillä ei ollut keskimääräisesti tilastollisesti eroa. Tyttöjen standardoitu keskihajonta oli Spotifyn kuuntelussa 0,482 ja poikien 0,479. Testattiin, onko tyttöjen ja poikien välillä tilastollisesti merkittävää eroa. Nollahypoteesi sai tukea testin p-arvon ollessa 0,906, joten tyttöjen ja poikien välillä ei ollut keskimääräisesti tilastollisesti eroa. Standardoidut keskihajonnat olivat MP3-tiedostojen kuuntelussa tytöillä 0,478 ja pojilla 0,453. Testattiin jälleen, onko tytöillä ja pojilla tilastollisesti merkittävää eroa. Testin p-arvoksi saatiin 0,424, mikä tarkoitti, että nollahypoteesi sai tukea. Tyttöjen ja poikien välillä ei ollut keskimääräisesti tilastollisesti eroa.

Vertailin tyttöjen ja poikien mahdollista eroa ensisijaisten kuuntelulähteiden suhteen. Valitsin vertailtaviksi kuuntelulähteiksi siis Spotifyn, YouTuben ja radion. Radio oli tytöillä edelleen suosituampi kuin pojilla kysyttäessä eniten kuunneltavaa musiikkilähdettä. Spotifya kuunneltiin ensisijaisesti eniten tyttöjen joukossa, kun taas pojat kuuntelivat musiikkinsa ensisijaisesti selkeästi tyttöjä enemmän YouTubesta.

Suoritettiin t-testi. Tyttöjen keskihajonta radion ensisijaisessa kuuntelussa oli 0,405 ja poikien 0,277. Selvitettiin testaamalla ja luottamusvälin avulla, onko poikien ja tyttöjen radionkuuntelukäyttäytymisessä tilastollisesti merkittävää eroa. Testin nollahypoteesi oli jälleen, että tyttöjen ja poikien keskimääräiset vastaukset ovat samat, eli eroa ei löydy keskimäärin sukupuolten väliltä. Testin p-arvoksi saatiin 0,037. P-arvon ollessa pienempi kuin 0,05 nollahypoteesi voitiin hylätä. Toisin sanoen, tyttöjen ja poikien välillä oli keskimääräisesti tilastollisesti eroa radion kuuntelussa.

Standardoidut keskihajonnat YouTuben kuuntelussa olivat tytöillä 0,471 ja pojilla 0,503. Testattiin jälleen, onko tyttöjen ja poikien YouTuben ensisijaisessa kuuntelussa tilastollisesti merkittävää eroa. Testin p-arvoksi saatiin 0,038. Tämä tarkoitti sitä, että nollahypoteesi voitiin hylätä. Näin ollen tyttöjen ja poikien välillä oli keskimääräisesti tilastollisesti eroa. Standardoidut keskihajonnat Spotifyn käytössä olivat tytöillä 0,503 ja pojilla 0,490. Testattiin, onko tyttöjen ja poikien välillä tilastollisesti merkittävää eroa. Testin p-arvoksi saatiin 0,277, eli nollahypoteesi sai tukea. Täten tyttöjen ja poikien välillä ei ollut keskimääräisesti tilastollisesti eroa.

Lähes jokainen vastaajista kuunteli musiikkia digitaalisena puhelimesta (Taulukko 4). Seuraavaksi eniten musiikkia kuunneltiin digitaalisesti pöytäkoneelta tai kannettavalta tietokoneelta ja tablettitietokoneelta. MP3-soitintakin käytti vielä joka kuudes henkilöistä. ”Joku muu, mikä?” -vastausvaihtoehto sai vain muutaman vastauksen. Tähän vastausvaihtoehtoon oli kirjoitettu auto, television kaiuttimet sekä PlayStation Vita ja PlayStation 3. Tässä kysymyksessä ei ollut merkittäviä eroja poikien ja tyttöjen välillä. Jokainen tutkittava tyttö kuunteli musiikkia digitaalisena puhelimesta, kun taas pojista seitsemän henkilöä ei kertonut kuuntelevansa musiikkia puhelimen kautta.

TAULUKKO 4. Laitteet digitaalisen musiikin kuunteluun. (n=153)

Laite	Prosenttia vastaajista
puhelin	96 %
pöytäkone tai kannettava tietokone	66 %
tablettitietokone	33 %
MP3-soitin	17 %
joku muu, mikä?	2 %

6.2 Idealähteet nuorten kuuntelemaan musiikkiin

Merkittävimmäksi idealähteikseen musiikin kuunteluun nuoret mainitsivat YouTuben ja kaverit (Taulukko 5). Seuraavaksi eniten ideoita vastaajat saivat radiosta ja Spotifysta. Tärkeimpinä idealähteinä on siis samoja vastauksia kuin edellä, ja digitaaliset palvelut ovat radion ohella merkittävässä roolissa tässäkin asiassa. Merkittävää on kuitenkin huomata erityisesti kavereiden, mutta myös esimerkiksi sisarusten ja Facebookin nouseminen tärkeiksi idealähteiksi musiikin kuunteluun nuorilla. Musiikintunneilta sanoo saavansa ideoita kuuntelemaansa musiikkiin tämän kyselyn mukaan vain 9 %.

TAULUKKO 5. Ideälähteet musiikin kuunteluun. (n=153)

Idealähde	Prosenttia vastaajista
YouTube	81 %
kaverit	80 %
radio	63 %
Spotify	58 %
sisarukset	37 %
televisio	34 %
Facebook	32 %
muualta Internetistä	24 %
vanhemmat	18 %
muu sukulainen	15 %
tyttö-/poikaystävä	14 %
musiikkiharrastus	9 %
levykaupat	9 %
musiikintunnit	9 %
iTunes ym. musiikinostopalvelut Internetissä	9 %
Twitter	8 %
lehdet	6 %
joku muu, mikä?	6 %
blogit	5 %
Deezer	5 %
Internetradio	4 %
SoundCloud	4 %

Kohdan joku muu vastauksia olivat Counter Strike, League of Legends, PlayTube, Instagram, oma mieli, Tumblr, SingStar ja mieliala. PlayTube on siis YouTubeen linkittyvä palvelu, ja Counter Strike ja League of Legends ovat tietokonepelejä. Aikaisemman Twitch-palvelu selityksen lisäksi vastaajat saattavat saada ideoita peleistä esimerkiksi pelivideoiden taustamusiikeista. Tumblr on blogipalvelu, jossa on blogikirjoituksia, videoita, linkkejä, kuvia ja musiikkia. Instagram on sosiaalinen kuvien jakopalvelu, ja SingStar on karaokekonsolipeli.

Kaverit olivat tärkein ensisijainen idealähde vastaajille ja digitaaliset palvelut YouTube ja Spotify olivat seuraavaksi suurimmat ideoiden antajat (Taulukko 6). Osa nuorista sai eniten ideoita lisäksi radiosta ja sisaruksilta. Muita vastausvaihtoehtoja valittiin vain harvakseltaan. Seitsemäsluokkalaiset saavat siis yleisesti ideoita

musiikin kuunteluun hyvin monesta eri lähteestä, mutta edellä mainituista paikoista he saavat selkeästi tärkeimmät ideansa.

TAULUKKO 6. Ensisijaiset idealähteet musiikin kuunteluun. (n=146)

Ensisijainen idealähde	Prosenttia vastaajista
kaverit	34 %
YouTube	27 %
Spotify	21 %
radio	16 %
sisarukset	10 %
tyttö-/poikaystävä	3 %
televisio	3 %
Facebook	2 %
musiikkiharrastus	1 %
Twitter	1 %
muualta Internetistä	1 %
joku muu, mikä?	1 %
vanhemmat	1 %
muu sukulainen	1 %
musiikintunnit	1 %
Deezer	1 %
Internetradio	1 %

Tutkin, saivatko pojat ja tytöt ideoita musiikin kuunteluun samankaltaisesti kahdeksasta yleisimmästä idealähteestä (Taulukko 7). Tytöt saivat poikia enemmän ideoita musiikin kuunteluun kavereilta, radiosta ja sisaruksilta. Pojat saivat taas tyttöjä enemmän ideoita YouTubesta, Spotifysta, Facebookista, televisiosta ja muualta Internetistä. Tein jälleen t-testin, jolla testasin, onko tyttöjen ja poikien välillä tilastollisesti merkittävää eroa. Standardoidut keskihajonnat YouTuben kohdalla olivat tytöillä 0,428 ja pojilla 0,352. Testin p-arvo oli 0,140, joten sukupuolten välillä ei ollut keskimääräisesti tilastollisesti eroa.

TAULUKKO 7. Tyttöjen ja poikien idealähteet sekä ensisijaiset idealähteet musiikin kuunteluun.

Tytöt (n=76)	Pojat (n=77)	Tytöt (n=73)	Pojat (n=73)
kaverit 88 %	YouTube 86 %	kaverit 33 %	kaverit 34 %
YouTube 76 %	kaverit 71 %	Spotify 23 %	YouTube 34 %
radio 74 %	Spotify 60 %	radio 23 %	Spotify 18 %
Spotify 55 %	radio 52 %	YouTube 19 %	radio 10 %
sisarukset 47 %	Facebook 40 %	sisarukset 15 %	sisarukset 5 %
televisio 30 %	televisio 38 %		
Facebook 24 %	muu Internet 32 %		
muu Internet 14 %	sisarukset 27 %		

Standardoidut keskihajonnat kavereita tarkastellessani olivat tytöillä 0,325 ja pojilla 0,455. Testin p-arvo oli 0,010, eli tytöillä ja pojilla oli keskimääräisesti tilastollisesti eroa. Standardoidut keskihajonnat olivat radiota testatessani tytöillä 0,443 ja pojilla 0,503. Testin p-arvo oli 0,005, joten tyttöjen ja poikien välillä oli keskimääräisesti tilastollisesti eroa.

Standardoidut keskihajonnat Spotifyn kohdalla olivat tytöillä 0,501 ja pojilla 0,494. Testin p-arvo oli 0,578, eli sukupuolilla ei ollut keskimääräisesti tilastollisesti eroa. Standardoidut keskihajonnat sisaruksia tarkastellessani olivat tytöillä 0,503 ja pojilla 0,448. Testin p-arvoksi tuli 0,010, joten tytöillä ja pojilla oli keskimääräisesti tilastollisesti eroa.

Standardoidut keskihajonnat olivat television kohdalla tytöillä 0,462 ja pojilla 0,488. Testin p-arvoksi tuli 0,337, eli tyttöjen ja poikien välillä ei ollut keskimääräisesti tilastollisesti eroa. Standardoidut keskihajonnat Facebookia testatessani olivat tytöillä 0,428 ja pojilla 0,494. Testin p-arvo oli 0,028, joten sukupuolten välillä oli keskimääräisesti tilastollisesti eroa. Standardoidut keskihajonnat vaihtoehtoa "muualta Internetistä" tarkastellessani olivat tytöillä 0,354 ja pojilla 0,471. Testin p-arvo oli 0,008, eli tyttöjen ja poikien väliltä löytyi keskimääräisesti tilastollisesti eroa.

Halusin tietää myös, minkälaisia eroja ensisijaisten idealähteiden väliltä löytyy vertailllessani tyttöjä ja poikia. Tarkastelin viittä suosituinta ensisijaista idealähdettä

eli kavereita, YouTubea, Spotifya, radiota ja sisaruksia. Tytöt saivat poikia enemmän ensisijaisesti ideoita musiikkiin kavereilta, sisaruksilta ja jonkin verran Spotifysta kun taas YouTube vaikutti poikiin selvästi enemmän. Suoritettiin t-testi. Standardoidut keskihajonnat olivat kavereiden kohdalla tytöillä 0,473 ja pojilla 0,478. Testin p-arvo oli 0,862, eli tytöillä ja pojilla ei ollut keskimääräisesti tilastollisesti eroa. Standardoidut keskihajonnat YouTubea testatessani olivat tytöillä 0,396 ja pojilla 0,478. Testin p-arvoksi saatiin 0,040, joten sukupuolten välillä oli keskimääräisesti tilastollisesti eroa.

Standardoidut keskihajonnat Spotifyn kohdalla olivat tytöillä 0,426 ja pojilla 0,385. Testin p-arvo oli 0,416, eli sukupuolilla ei ollut tässä vertailussa keskimääräisesti tilastollisesti eroa. Standardoidut keskihajonnat radiota tarkastellessani olivat tytöillä 0,426 ja pojilla 0,296. Testin p-arvoksi tuli 0,026, joten tytöillä ja pojilla oli keskimääräisesti tilastollisesti eroa. Standardoidut keskihajonnat sisarusten kohdalla olivat tytöillä 0,360 ja pojilla 0,229. Testin p-arvo oli 0,057, joten tyttöjen ja poikien välillä ei ollut 0,05 rajaa käyttäessä niukasti keskimääräisesti tilastollisesti eroa.

Halusin selvittää myös, pystyvätkö nuoret löytämään eroja sille, mikä vaikuttaa heidän musiikkimakuunsa ja mikä vain antaa heille ideoita musiikin kuunteluun. Tämän kysymyksen vastaukset eivät juurikaan eronneet edellisestä kysymyksestä, joten teemaa pitäisi tutkia jollain toisella tavalla. Nyt kysymykset olivat ehkä liian samankaltaisia, ja yleisesti musiikkimakua koskeviin kysymyksiin voi olla vaikea vastata.

59 % vastaajista (n=150) sanoi musiikkimakunsa mielestään vaihtuneen viimeisen vuoden aikana, ja 41 %:lla se oli pysynyt samana. Minua kiinnosti tutkia, voisiko kuuntelulähde vaikuttaa tutkittavien henkilöiden musiikkimaun vaihtumisen yleisyyteen. Tein ristiintaulukoinnin ensisijaisen musiikin kuuntelulähteen ja musiikkimaun vaihtumisen välillä. Olisin tehnyt khiin neliö -testin, mutta totesin, että tulos ei olisi tieteellisesti tarpeeksi tarkka. Tämä siitä syystä, että ensisijaisessa musiikin kuuntelulähde -kysymyksessä osa vastaajista valitsi useamman vaihtoehdon. Siksi en pysty täysin luotettavasti sanomaan, mikä on vaikuttanut musiikkimaun vaihtumiseen. Kuitenkin koen vastausten olevan tarpeeksi tarkkoja mainitakseni ne tutkimuksessani, sillä suurin osa tutkittavista valitsi vain yhden

vaihtoehdon. Tein tutkimuksessani usein ristiintaulukointia ensisijaisen kuuntelulähteen kanssa, koska pelkkään kuuntelulähdekysymykseen nuoret vastasivat hyvin monella vastauksella. Koen, että kysymys ensisijaisuudesta antaa minulle järkevämpää dataa varsinkin, kun YouTubea kuunteli edes joskus 95 % vastaajista, joten sen ottaminen ristiintaulukointiin olisi ollut turhaa.

Ensisijaisten kuuntelulähteiden ja musiikkimaun vaihtumisen väliltä löytyi joitakin eroja. 48 % radiota ensisijaisena musiikin kuuntelulähteenä käyttävistä vastasi, että heidän musiikkimakunsa on vaihtunut viimeisen vuoden aikana. (n=21) YouTubesta eniten musiikkia kuuntelevista 57 % ilmoitti musiikkimakunsa vaihtuneen viimeisen vuoden aikana. (n=58) Spotifysta musiikkinsa pääsääntöisesti kuluttavat vastasivat taas, että 72 %:lla musiikkimaku oli vaihtunut viimeisen vuoden aikana. (n=61) Vastaajamäärä eli n on radion kohdalla pienempi verrattuna verkon suoratoistopalveluihin, mikä saattaa hieman heikentää tutkimustuloksen luotettavuutta.

Vertasin myös viittä merkittävintä idealähdettä musiikin kuunteluun suhteessa musiikkimaun muutoksen kanssa. Tässäkin vertailussa pitää huomioida, että osa vastaajista valitsi usean ensisijaisen idealähteen. Suurin osa valitsi ensisijaisista idealähteistä vain yhden vaihtoehdon, mutta silti tulokseen pitää suhtautua varautuneesti. 42 % henkilöistä, joiden ensisijainen idealähde oli radio, vastasi musiikkimakunsa vaihtuneen viimeisen vuoden aikana. (n=24) Sisaruksilta pääsääntöisesti ideoita saavilla 47 %:lla musiikkimaku oli vaihtunut. (n=15) Kavereilta eniten ideoita saavista 56 %:lla musiikkimaku oli vaihtunut. (n=48) 59 % ihmisistä, joiden ensisijainen idealähde oli YouTube, vastasi musiikkimakunsa vaihtuneen. (n=37) Spotifysta eniten ideoita saavilla 73 % vastasi musiikkimakunsa vaihtuneen viimeisen vuoden aikana. (n=30) Myös tässä luotettavuus nousisi, mikäli vastaajamäärät eri idealähteiden välillä olisivat lähempänä toisiaan.

6.3 Digitaalisten musiikkisovellusten ominaisuuksien käyttö

Halusin selvittää, miten digitaaliset musiikkisovellukset vaikuttavat nuorten musiikin kuunteluun. Sovellusten avulla on erittäin helppoa kuunnella sekä tuttua musiikkia että myös uusia ja tuntemattomia artisteja, joten kysyin seitsemäsluokkalaisten kuuntelutottumuksia tämän asian suhteen. Digitaaliset musiikkisovellukset mahdollistavat myös yksittäisten kappaleiden ja erilaisten top-listojen kuuntelemisen, vaikka toki myös kokonaisia albumeja pystyy kuuntelemaan. Lisäksi Spotify ja YouTube sisältävät toimintoja, joiden kautta pystyy löytämään helposti uutta musiikkia. Spotifyssa on ”Samantapaiset artistit” -toiminto, joka linkittää samankaltaisia artisteja toisiinsa. YouTuben oikeassa laidassa on lisää erilaisia videovaihtoehtoja käyttäjän katsellessa jotakin videota.

Kartoitin tätä teemaa kysymyksillä, jotka hyödynsivät viisiportaista Likert-asteikkoa. Lisäksi kahteen kysymykseen oli mahdollista vastata lisäksi, ettei osaa käyttää toimintoa. Tätä vastausvaihtoa en huomionnut laskiessani sijainti- ja hajontalukuja. Viisiportaisen asteikon vastausvaihtoehdot olivat ”en koskaan”, ”harvoin”, ”melko usein”, ”usein” ja ”jatkuvasti”. ”En koskaan” -vaihtoehdon arvoksi asetin yksi, ”harvoin” sai arvoksi kaksi, ”melko usein” -vaihtoehdon arvo oli kolme, ”usein” sai arvoksi neljä ja ”jatkuvasti” viisi. Laskin jokaiselle kysymykselle moodin, alakvartaalin, mediaanin, yläkvartaalin ja keskihajonnan.

Seitsemäsluokkalaisten kuuntelivat uutta ja tuntematonta musiikkia keskimäärin melko usein, kun taas tuttua musiikkia kuunneltiin usein tai jatkuvasti (Taulukko 8). 29 % kuunteli tuntematonta musiikkia harvoin tai ei koskaan ja 23 % kuunteli sitä usein tai jatkuvasti. Taulukosta huomataan, että tuntematonta musiikkia kuunneltiin selkeästi eniten vastausvaihtoehdolla melko usein moodin, mediaanin ja yläkvartiilin ollessa kyseinen vastausvaihtoehto, ja lähes puolet eli 48 % vastaajista ilmoittikin kuuntelevansa tuntematonta musiikkia melko usein.

TAULUKKO 8. Kuuntelutottumukset (1=en koskaan, 2=harvoin, 3=melko usein, 4=usein, 5=jatkuvasti)

	Moodi	Alakvartiili	Mediaani	Yläkvartiili	Keskihajonta	n
Tuntematon musiikki	3	2	3	3	0,894	n=151
Tuttu musiikki	5	4	4	5	0,822	n=152
Kokonaiset albumit	2	2	2	3	1,079	n=150
Top-listat	2	2	2	4	1,214	n=142
Spotifyn Samantapaiset artistit	1	1	2	3	0,981	n=144
Uusi video YouTubeen oikeasta laidasta	3	2	3	4	1,104	n=150

Lähes joka toinen eli 47 % vastaajista kuunteli tuttua musiikkia jatkuvasti. Vastausvaihtoehdon voi huomata olleen suosittu moodin ja yläkvartiilin eli pienimmän arvon vastauksien viimeisestä neljäosasta olleen tämä vaihtoehto. Toisaalta myös vaihtoehto usein sai paljon kannatusta, joten mediaani asettui arvoksi neljä. Taulukosta huomataan, että keskihajonnat olivat pienimmät kysymyksissä tuntemattoman ja tutun musiikin kuuntelusta. Näiden kysymysten vastauksissa oli siis vähiten vaihtelua, eli seitsemäsluokkalaiset käyttäytyivät samankaltaisesti kuunnellessaan tuttua ja tuntematonta musiikkia.

Testasin, löytyykö Spotifya tai YouTubea ensisijaisena kuuntelulähteenä käytävillä henkilöillä eroa top-listojen käytössä. Spotifya eniten kuuntelevat käyttivät top-listoja enemmän kuin YouTubeen suurkuluttajat. Spotifysta pääsääntöisesti musiikkinsa kuuntelevista 45 % käytti top-listoja usein tai jatkuvasti. (n=60) Samasta ryhmästä vajaa 37 % käytti listoja harvoin tai ei koskaan. YouTubeesta ensisijaisesti musiikkinsa kuuntelevista 18 % käytti top-listoja usein tai jatkuvasti, ja 61 % ei käyttänyt top-listoja ikinä tai käytti niitä harvoin. (n=56)

Spotifyn "Samantapaiset artistit" -toimintoa käytettiin keskimäärin harvoin mediaanin ollessa arvo kaksi. Moodi ja alakvartaali olivat tässä kysymyksessä vain

arvo yksi eli en koskaan, joten monet eivät käyttäneet ominaisuutta lainkaan. 74 % eli lähes kolme neljästä nuoresta ei käyttänyt Spotifyn "Samantapaiset artistit" -toimintoa koskaan tai käytti sitä harvoin. 19 % eli lähes joka viides käytti toimintoa melko usein. Kahdeksan henkilöä vastasi, ettei osaa käyttää toimintoa.

Tuloksia vääristää tässä se, että osa ei käytä Spotifya muutenkaan. Tulokset saattaisivatkin erota jonkin verran, mikäli toiminnon käyttöastetta kysyttäisiin pelkästään Spotifya edes joskus käyttäviltä tai Spotifyn säännöllisiltä käyttäjiltä. Sama koskee osittain kysymyksiä Spotifyn ja YouTuben top-listojen käytöstä ja uuden videon avaamisesta YouTuben oikeasta laidasta. Kuitenkin näitä kysymyksiä voidaan pitää suhteellisen luotettavina, sillä tutkimuksessani 95 % vastaajista kertoi YouTuben olevan heidän kuuntelulähteensä. Toki täytyy ottaa huomioon, että Spotifyn ja YouTuben satunnaiskäyttäjät eivät välttämättä käytä esimerkiksi top-listoja yhtä ahkerasti verrattuna palveluiden suurkuluttajiin, mutta tulokset ovat kuitenkin varmasti suuntaa antavia.

Selvitin, kuinka paljon Spotifya ensisijaisena kuuntelulähteenään vastanneista käytti Spotifyn "Samantapaiset artistit" -toimintoa. Edelleen täytyy ottaa huomioon, että kysymykseen ensisijaisesta kuuntelulähteestä pieni osa vastasi usealla vaihtoehdolla, joten tulos ei ole täysin tarkka. Spotifya ensisijaisesti kuuntelevista nuorista 35 % käytti Spotifyn "Samantapaiset artistit" -toimintoa harvoin ja 32 % käytti sitä melko usein. (n=60) Reilu viidesosa eli 22 % ei käyttänyt toimintoa koskaan. Halusin tietää lisäksi, kuinka paljon Spotifyn ylipäättään kuuntelulähteekseen maininneista käytti "Samantapaiset artistit" -toimintoa. 34 % henkilöistä käytti sitä harvoin ja 27 % käytti sitä melko usein. (n=96) 29 % ei käyttänyt toimintoa milloinkaan.

Minua kiinnosti, vaikuttiko Spotifyn "Samantapaiset artistit" -toiminnon käyttäminen tutkittavien musiikkimaun vaihtumiseen (Taulukko 9). Tein ristiintaulukoinnin, joissa vertailin "Samantapaiset artistit" -toiminnon vaikutusta musiikkimaun vaihtumiseen niiden kesken, jotka mainitsivat Spotifyn olevan heidän kuuntelulähteensä edes joskus. Ristiintaulukoinnista havaitsin, että musiikkimaun vaihtuminen vaikutti olevan yleisempää kuin sen pysyminen samana, mikäli tutkimushenkilöt käyttivät toimintoa edes joskus verrattuna sitä käyttämättömin. Tein khiin neliö -testin testatakseni riippuvuutta. Testin nollahypoteesi oli, että

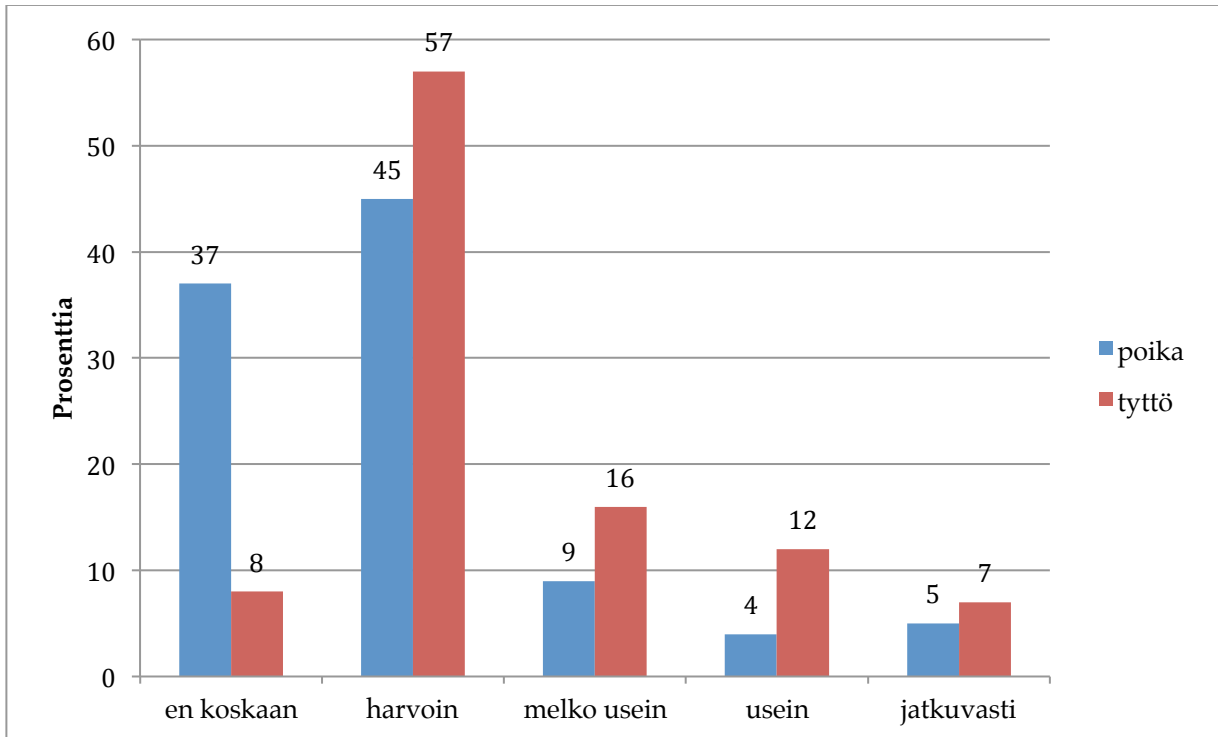
”Samantapaiset artistit” -toiminnon käyttäminen on riippumaton musiikkimaun vaihtumisen kanssa. P-arvoksi sain 0,066, joten nollahypoteesi sai tukea riskitason ollessa 0,05. Näin ollen riippuvuutta ei ollut. Kuitenkin p-arvo on vain hieman riskitason yläpuolella, joten testiä ei voi pitää täysin luotettavana.

TAULUKKO 9. Spotifyn ”Samantapaiset artistit” -toiminnon vaikutus musiikkimaun vaihtumiseen. Luvut ovat vastaajien lukumäärät. (n=92)

		Onko musiikkimakusi mielestäsi vaihtunut viimeisen vuoden aikana?		
		on vaihtunut	pysynyt samana	Yhteensä
Kuinka usein käytät Spotifyn Samantapaisia artisteja (Related artists) -toimintoa?	en koskaan	12	15	27
	harvoin	22	10	32
	melko usein	20	5	25
	usein	5	1	6
	jatkuvasti	1	1	2
	Yhteensä	60	32	92

Seitsemäsluokkalaiset vastasivat klikkaavansa uuden videon pyörimään YouTubeen oikeasta laidasta keskimäärin melko usein, mutta tässä kysymyksessä vastaukset hajaantuivat paljon ja tasaisesti, minkä pystyy havaitsemaan myös tunnusluvuista. Vastauksista tehtävä käyrä olisi suhteellisen tasainen huipun ollessa arvon kolme eli melko usein kohdalla. 33 % eli melkein joka kolmas klikkasi uuden videon pyörimään usein tai jatkuvasti, mutta toisaalta yhtä suuri joukko teki näin harvoin tai ei koskaan.

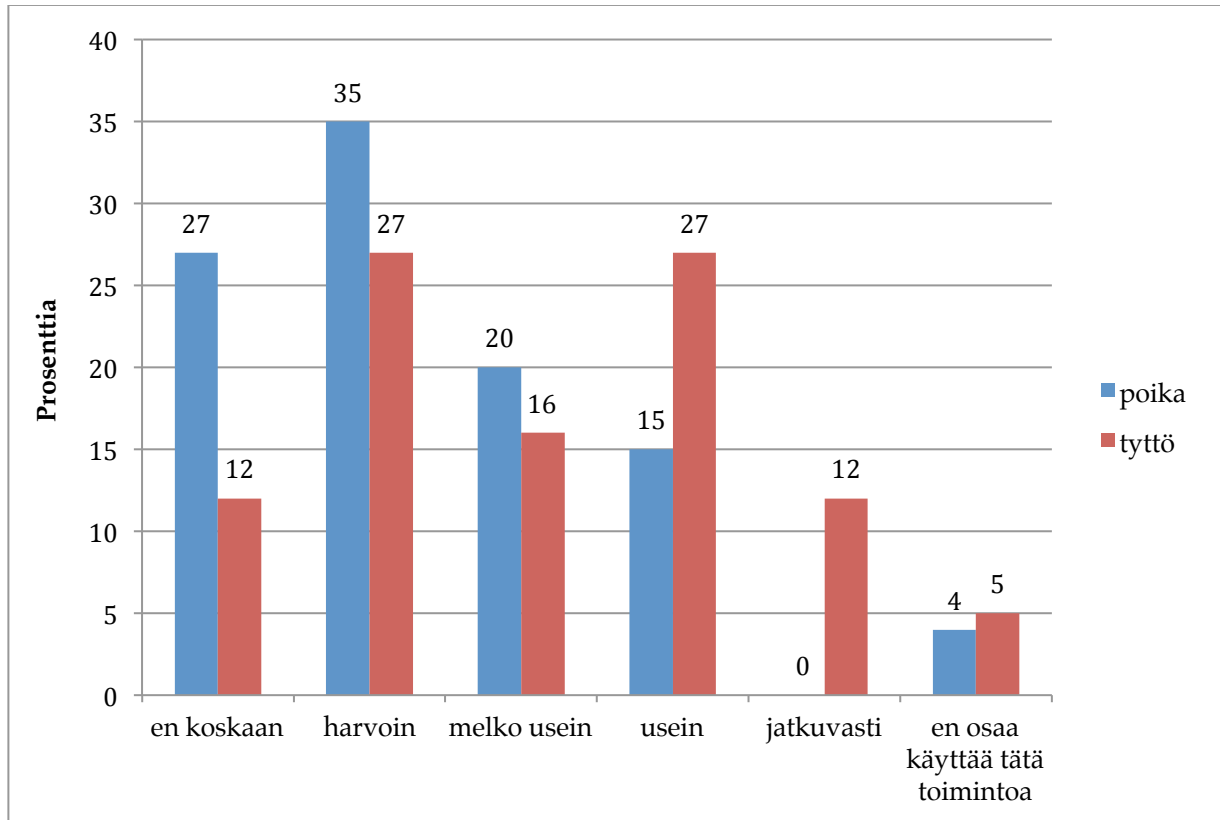
Tyttöjen ja poikien suurimmat erot löytyivät kokonaisten albumien kuuntelussa sekä top-listojen käytössä (Kuvio 2). Tytöt kuuntelivat poikia enemmän kokonaisia albumeita. Yli kolmannes tytöistä kuunteli kokonaisia albumeita yksittäisten kappaleiden sijaan melko usein, usein tai jatkuvasti, kun taas pojista yhtä usein niitä kuunteli vain alle joka viides. Peräti 37 % pojista (n=76) vastasi, ettei kuuntele kokonaisia albumeita koskaan, kun tyttöjen (n=74) vastaava prosenttiluku oli vain 8 %.



KUVIO 2. Kokonaisten albumien kuuntelu. Pylväät kuvaavat prosentteja. (n=150)

T-testin parametrin vastine on Mann-Whitney U-testi, jolla testasin kahden perusjoukon jakaumien yhtäläisyyttä. Suoritin Mann-Whitney U-testin kokonaisten albumien kuunteluun sukupuolia vertaillen. Nollahypoteesi oli, että tyttöjen ja poikien kokonaisten albumien kuuntelukäyttäytyminen on keskimääräisesti sama. P-arvoksi saatiin 0,000. Näin ollen nollahypoteesi voitiin hylätä, eli tyttöjen ja poikien kokonaisten albumien kuuntelussa oli tilastollisesti eroa.

Tytöt kuuntelevat musiikkia poikia enemmän myös Spotifyn top-listoilta tai YouTuben suosittu -listoilta (Kuvio 3). Vain 15 % pojista (n=72) kuuntelee niitä usein, eikä yksikään heistä kuuntele niitä jatkuvasti. Tytöistä (n=70) 39 % kertoi käyttävänsä listoja joko usein tai jatkuvasti. Peräti 62 % pojista ei käyttänyt top-listoja ikinä tai käytti niitä vain harvoin, kun tytöistä nämä vaihtoehdot valitsivat 39 %.



KUVIO 3. Top-listojen kuuntelu. Pylväät kuvaavat prosentteja. (n=151)

Testasin jälleen kahden perusjoukon jakaumien yhtäläisyyttä suorittamalla Mann-Whitney U-testin top-listojen kuunteluun tyttöjä ja poikia vertaillen. Nollahypoteesi oli, että tyttöjen ja poikien top-listojen käyttötiheys on keskimääräisesti sama. P-arvoksi saatiin 0,000. Täten nollahypoteesi voitiin hylätä, eli top-listojen käytössä sukupuolten välillä oli tilastollisesti eroa.

6.4. Sosiaaliset merkitykset musiikin kuuntelussa

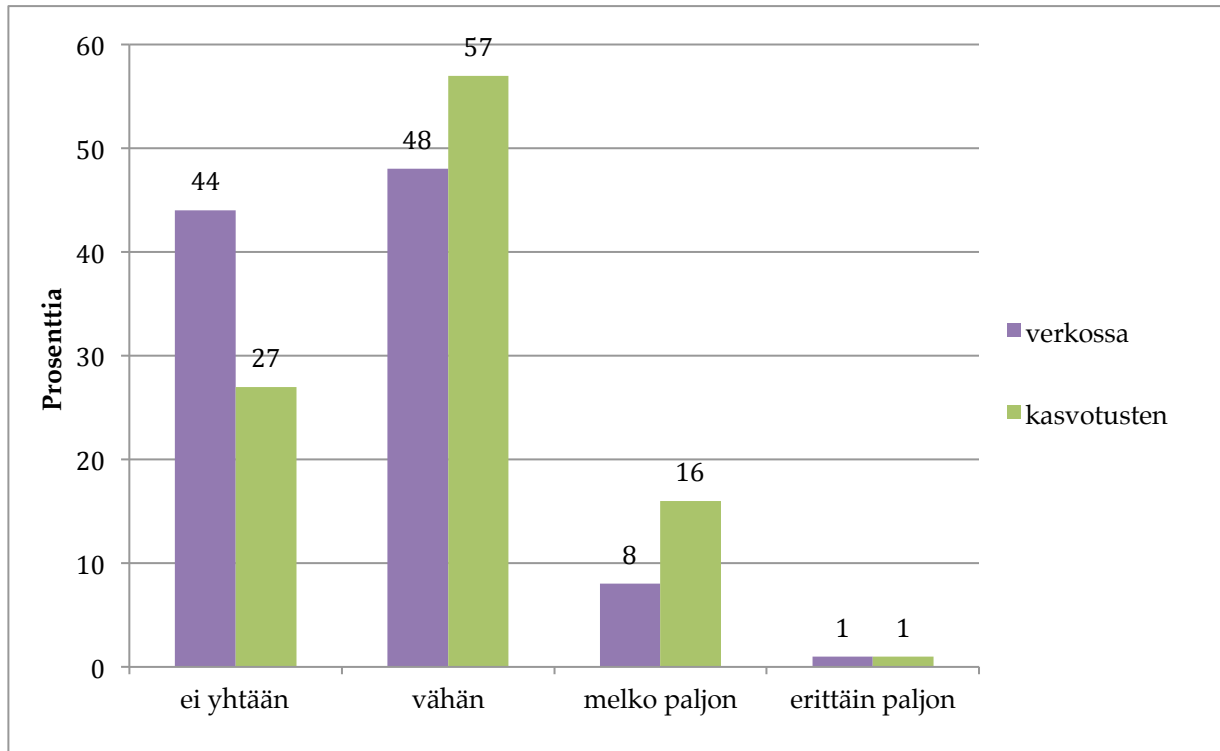
Lähes 37 % vastaajista (n=153) kertoi mainitsevansa suosikkiartistejansa jossakin sosiaalisen median profiileissa, kun taas yli 63 % nuorista ei ilmoittanut lempiartistejään verkon eri profiileissa. Kysyin lisäksi erikseen, jättävätkö nuoret kertomatta joitakin suosikkiartistejään sosiaalisen median profiileissa, ja 77 % kyselyyn vastanneista (n=148) ilmaisi tekevänsä tällä tavoin.

Nuoret eivät anna aktiivisesti kuunteluvinkkejä toisilleen verkossa tutkimukseni mukaan. Peräti 90 % heistä (n=153) arvioi jakavansa kuunteluvinkkejä kavereilleen Facebookissa tai Twitterissä harvoin tai eivät tehneet niin koskaan. Lähes samanlainen lopputulos oli kysymyksessä, jossa kysyttiin kuunteluvinkkien jakamista Spotifyssa tai YouTubessa. 88 % nuorista (n=152) vastasi jakavansa kuunteluvinkkejä kyseisissä palveluissa harvoin tai eivät tehneet niin koskaan. Molemmissa kysymyksissä vain kolme prosenttia vastaajista kertoi jakavansa kuunteluvinkkejä verkon palveluissa usein tai jatkuvasti. Kuunteluvinkkien antaminen kasvotusten vaikuttaakin olevan selkeästi yleisempää nuorten keskuudessa kuin suositusten antaminen verkossa, sillä 73 % tutkittavista (n=136) eli lähes kolme neljästä vastasi jakavansa kuunteluehdotuksia muille useimmiten kasvotusten kuin verkossa.

Mikäli tutkimani nuori käytti ensisijaisena kuuntelulähteenään Spotifya tai YouTubea, oli yleisempää, että hän jakoi kuunteluvinkkejä verkossa eikä kasvotusten verrattuna radiota ensisijaisesti käyttävään. Vain 11 % radiota ensisijaisena kuuntelulähteenään käyttävästä seitsemäsluokkalaisesta jakoi kuunteluvinkkejä mieluummin verkossa kuin kasvotusten. (n=19) Vastaavasti sekä Spotifyn että YouTubeen käyttäjistä 33 % eli noin kolmasosa jakoi vinkkejä eniten verkossa. (n=58, n=49) Lisäksi Spotifyn ja YouTubeen ensisijaiset käyttäjät mainitsivat suosikkiartistejään joissain sosiaalisen median profiileissa radion ensisijaisia kuuntelijoita enemmän. Spotifyn käyttäjistä (n=62) näin teki 45 %, YouTubeen käyttäjistä (n=60) 38 % ja radion kuuntelijoista (n=21) 24 %. Digitaalisten musiikkipalveluiden käyttäjien keskuudessa näytti siis olevan yleisempää verkossa tapahtuva sosiaalinen musiikkikäyttäytyminen verrattuna radion kuuntelijoihin. Näissä vertailussa on havaittava taas, että vastaajamäärät olivat eri suuruisia.

Tutkimukseni seitsemäsluokkalaisista ilmeni, että noin joka toisen vastanneen kuuntelutottumukseen vaikuttaa jonkin verran ystävien antamat mielipiteet niin kasvotusten kuin verkossa annettuina (Kuvio 4). Kuitenkin kasvotusten annettuina mielipiteet vaikuttivat enemmän nuoriin kuin verkossa annettuina. Neliportaisen asteikon vastausvaihtoehdot olivat "ei yhtään", "vähän", "melko paljon" ja "erittäin paljon". Vain noin reilu neljännekselle ystävien kasvotusten annetut mielipiteet eivät vaikuttaneet lainkaan kuuntelutottumukseen, kun taas verkossa annetut mielipiteet

eivät muuttaneet ollenkaan 44 %:n vastaajista kuuntelutottumuksia. Vastaajista kaksinkertainen määrä oli sitä mieltä, että ystävien kasvatusten annetut mielipiteet vaikuttavat heidän kuuntelutottumuksiinsa melko paljon verrattuna verkossa annettuihin mielipiteisiin.

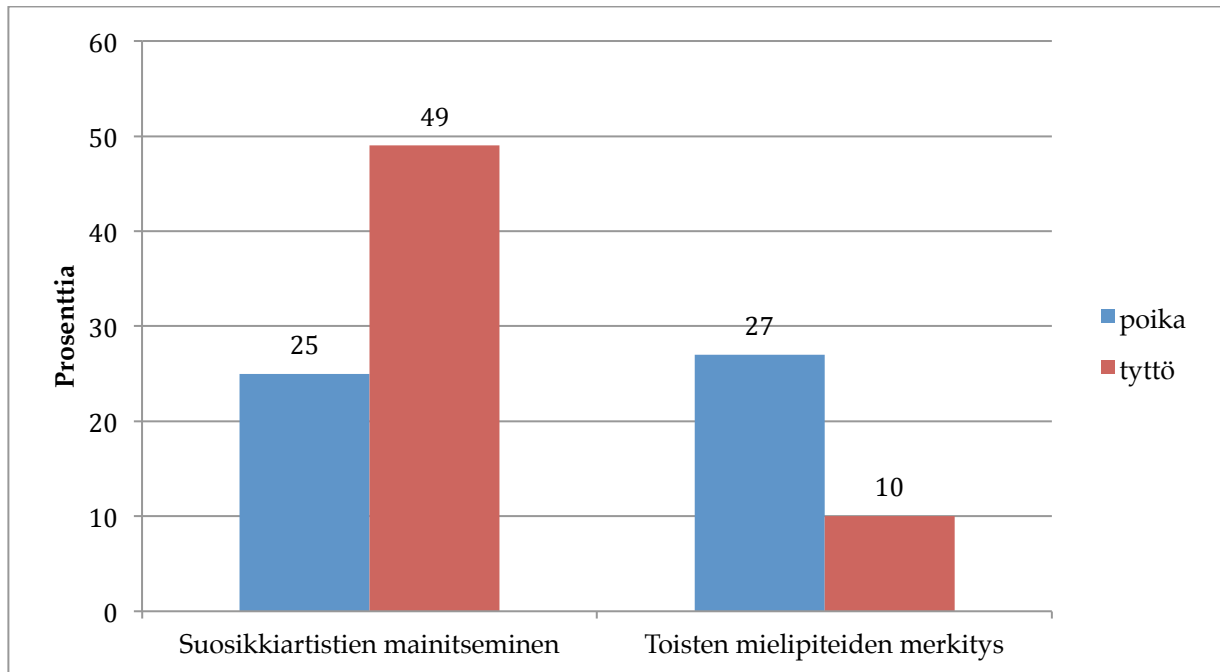


KUVIO 4. Ystävien verkossa ja kasvatusten annettujen mielipiteiden vaikutus kuuntelutottumuksiin. Pylväät kuvaavat prosentteja. (n=147)

82 % nuorista (n=149) vastasi, että toisten mielipiteet eivät ole tärkeitä heidän kuuntelemaansa musiikkiin kysyessäni suoraan toisten mielipiteiden vaikutusta heihin. Kuitenkin 60 % eli kolme viidesosaa seitsemäsluokkalaisista (n=142) totesi pitävänsä kuuntelemaansa musiikin verkossa salaisena niin, että heidän kaverinsa eivät näe heidän kuuntelutottumuksiaan.

Tutkimuksestani ilmeni, että tytöt mainitsevat selkeästi poikia enemmän suosikkiartistejään jossain sosiaalisen median profiilissaan (Kuvio 5). Vain neljäsosa pojista ilmoitti tekevänsä tällä tavoin, kun taas tytöistä noin puolet kertoi mainitsevansa suosikkiartistejään jossain sosiaalisen median profiilissa. Sen sijaan toisten mielipiteet ovat pojille tärkeämpiä kuin tytöille heidän kuuntelemaansa

musiikkiin. Yli neljännekselle pojista toisten mielipiteillä on merkitystä, kun vain joka kymmenes tyttö pitää toisten mielipiteitä tärkeänä kuuntelemaansa musiikkiin.



KUVIO 5. Suosikkiartistien mainitseminen sosiaalisen median profiilissa ja toisten mielipiteiden merkitys vastaajan kuuntelemaan musiikkiin. Pylväät kuvaavat "kyllä" -vastauksen prosentteja, kun vaihtoehtoina olivat joko "kyllä" tai "ei". (n=153, n=149)

Musiikin siirtyessä verkkoon erilaisista soittolistoista on tullut merkittävä osa musiikkipalveluja. Käyttäjät voivat luoda omia listojaan ja kuunnella toisten tekemiä soittolistoja. Halusinkin selvittää, miten tutkimani seitsemäsluokkalaiset ovat omaksuneet soittolistojen käytön. 33 % eli noin joka kolmas koululainen (n=149) ei käyttänyt soittolistoja lainkaan, ja 38 %:lla vastaajista listat olivat vain omaan kuunteluun. 29 % eli viimeinen vajaa kolmannes tutkittavista käytti soittolistojaan niin, että kaikki listat olivat muiden kuunneltavissa tai ainakin osa listoista oli muiden kuunneltavissa olevia.

Spotifya ja YouTubea ensisijaisesti kuuntelulähteenään käyttäviltä löytyi eroja listojen käytössä. YouTubea ensisijaisesti musiikin kuunteluun käyttävistä noin 43 % ei käyttänyt soittolistoja. (n=58) Spotifya eniten kuuntelevista vain noin 8 % kertoi, ettei käytä soittolistoja. (n=60) Spotifyn käyttäjillä oli yleisempää, että soittolistat olivat muiden kuunneltavissa olevia. 40 % Spotifyn ensisijaisista käyttäjistä vastasi,

että heidän soittolistat ovat muiden kuunneltavissa olevia, kun taas YouTube'n käyttäjistä 26 % vastasi samalla tavoin.

Vaikka seitsemäsluokkalaiset antoivat siis toisten kuunnella soittolistojaan jonkin verran, ei listojen muokkaus ollut läheskään yhtä suosittua. 63 % koululaisista (n=151) ilmoitti, että heidän soittolistojaan voivat muokata vain he itse. Vain 4 % nuorista kertoi käyttävänsä soittolistoja niin, että joku muu voi heidän itsensä lisäksi muokata tekemiään listoja. 33 % ei käyttänyt soittolistoja.

7 TULOSTEN POHDINTA

Pohdin tutkimuksestani saamia tuloksia niin omilla näkemyksilläni kuin aiemmista tutkimuksista saaduilla tuloksilla. Jaottelen tulosten pohdinnan samalla tavoin kuin tuloksia kertoessani eli alatutkimuskysymysteni mukaan. Kokonaisuudessaan voisi sanoa, että musiikin kuuntelun kanavat ovat muuttuneet hyvin vahvasti verkon digitaalisiin palveluihin, mutta nuorille on edelleen tärkeää myös verkon ulkopuolelta tulevat virikkeet.

Saamani tulokset ovat jokseenkin samansuuntaisia ääniteollisuuden kansainvälisen toimialajärjestön IFPI:n vuoden 2016 globaaliin musiikkiraporttiin verrattaessa. Raportista selviää, että levytetyn digitaalisen musiikin liikevaihto ylitti fyysisen musiikin liikevaihdon vuonna 2015 ensimmäistä kertaa historiassa. Lisäksi musiikin suoratoistosta saatavat tuotot kasvoivat maailmanlaajuisesti, ja suoratoisto on edelleen musiikkiteollisuuden nopeimmin kasvava tulonlähde. Suoratoisto on lähes ohittanut lataamisen musiikkialan ensisijaisena digitaalisesta musiikista saatavien tuottojen kanavana, vaikka latauksista saatavat tuotot ovat edelleen merkittäviä. Fyysisistä formaateista saatavat tuotot ovat edelleen vähentyneet, mutta niistä saatavat tuotot ovat kuitenkin vielä 39 % globaalista kokonaistulosta. (International Federation of the Phonographic Industry 2016.)

Tutkimani koululaiset vaikuttavat siis kuluttavan musiikkia ajankohtaisen kansainvälisen trendin suuntaisesti – digitaalisesti ja suoratoistopalveluita käyttäen. Tutkimukseni mukaan voisi jopa väittää, että suomalainen seitsemäsluokkalainen on enemmän mukana musiikin kuluttamisen kehityksessä kuin keskimääräinen kansainvälinen kuluttaja. Tutkimukseni nuoret kuitenkin käyttivät suoratoistoa jo selkeästi lataamista enemmän musiikin kuluttamiseen, ja ylipäätään musiikin kuunteleminen digitaalisesti oli ylivoimaisesti suositumpaa kuin fyysisten lähteiden käyttö.

7.1 Pohdintaa nuorten musiikin kuuntelulähteistä

Tutkimuksestani kävi ilmi siis, että tutkimani seitsemäsluokkalaiset kuuntelevat musiikkia selkeästi eniten Internetin suoratoistopalveluista kuten YouTubesta ja Spotifysta. Myös radio on säilyttänyt suuren aseman. Tutkimustulokseni on samanlainen kuin Aalto-yliopiston tutkijoiden Lassi Liikkasen ja Pirkka Åmanin marraskuussa 2012 tekemässä kyselytutkimuksessa yli 600:lle reilulle 20-vuotiaalle suomalaiselle. Käytän tätä tutkimusta vertailukohtana omalle tutkimukselle, mutta tuloksia tarkastellessa pitää ottaa huomioon, että muun muassa tutkimushenkilöiden iät ovat erilaiset, joten suoria päätelmiä vertailuista ei voi tehdä. Heidän tutkimuksessaan havaittiin, että musiikin kuluttaminen kohdistuu muutamaan hallitsevaan palveluun, YouTubeen ja Spotifyhyn. Heidän tutkimuksessaan lähes kaikki ilmoittivat kuuntelevansa musiikkia YouTubesta, ja vajaa 61 % vastaajista kuunteli musiikkia Spotifysta (Liikkanen & Åman 2015, 29).

Lisäksi 95 %:lla vastaajista oli oma digitaalinen kokoelma, ja 75 % käytti tätä aktiivisesti. Tässä on selkeä ero minun tutkimukseeni verrattuna, sillä minun aineistostani vain 31 % kuunteli musiikkia digitaalisesti muuten kuin suoratoistona. Tietysti tutkittavien ikä voi vaikuttaa tulosten eroon, mutta suoratoistopalveluiden käyttö on varmasti myös lisääntynyt tutkimusten välisen kahden ja puolen vuoden aikana. Myös fyysisten äänitteiden kuten CD-levyjen, kasettien ja äänitteiden käyttö näyttää olevan laskussa. Omassa tutkimuksessani niitä käytti noin 36 % vastaajista, kun Liikkasen ja Åmanin tutkimuksessa fyysisiä äänitteitä käytti 54 % vastaajista harvoin ja 30 % aktiivisesti. (Liikkanen & Åman 2015, 10–11.)

Uskon YouTubeen olevan suosituin kuuntelulähde muutamasta syystä. Palvelu on ilmainen, ja sitä pystyy käyttämään miltä tahansa laitteelta. Näin YouTube on lähes jokaisen nuoren käytettävissä. Sieltä löytyy lisäksi valtava musiikkikirjasto, jollaista ei muista palveluista löydy. YouTubeessa on hyvin yksinkertainen käyttöliittymä, jonka ansiosta kuka vain osaa käyttää sitä, ja sivuston linkkejä on helppo jakaa ja avata muilla Internetin sivustoilla. Palvelusta löytyy ihmisten tekemiä versioita eri kappaleista, ja tämä saattaa myös lisätä sen suosiota. Lisäksi palvelusta on

mahdollista katsoa videoita musiikin kuuntelun lisäksi, mikä saattaa olla ratkaiseva tekijä joillekin nuorille. Olisinkin voinut kysyä videoiden merkitystä tutkittaviltani henkilöiltä ja tiedustella myös YouTuben videoiden alla olevien kommenttien kirjoittamisen ja lukemisen mahdollista tärkeyttä.

Tuloksistani ilmenee, että YouTube on selvästi kuunnelluin musiikkilähde, mutta Spotify nousee ensimmäiselle sijalle kysyttäessä ensisijaisinta musiikin kuuntelulähdettä. Syyksi tähän voi olla se, että aiemmin mainitsemieni ominaisuuksien johdosta YouTube soveltuu hyvin kaikille vähintään satunnaiseen musiikin kuunteluun. Spotifyn keskittyminen pelkästään musiikkiin, parempi äänenlaatu, käyttöliittymän soveltuvuus soittolistojen helppoon luomiseen ja etsimiseen, samankaltaisen musiikin etsiminen ja artisti-sivut takaavat sen, että musiikin suurkuluttajalle se on parempi vaihtoehto kuin YouTube.

Uskon ilmaisuuden merkityksen olevan suuri YouTuben suosioon. Helsingin Sanomien teettämän gallupin mukaan 23 prosenttia suomalaisista ovat valmiita maksamaan musiikin kuuntelusta. Ruotsinkielisen kauppakorkeakoulun Hankenin markkinoinnin professori Jaakko Asparan mukaan ihmiset ovat valmiita maksamaan ilmaisista palveluista, mikäli ne tarjoavat selvästi jotain lisää. (Heiskanen 2015.) Helsingin Sanomien gallupin tutkimusotos edusti 17–74-vuotiasta väestöä, joten tutkimistani seitsemäsluokkalaisista varmasti entistä pienempi osuus olisi valmis maksamaan musiikin kuuntelusta jatkossa. Ilmaisuuden merkitys musiikin kuuntelussa on erityisen tärkeä mielestäni juuri nuorten keskuudessa, sillä heillä ei ole rahaa usein käytössään yhtä paljon kuin aikuisilla. Tutkimuksessani olisi ollut perusteltua selvittää ilmaisuuden merkitystä tutkimilleni nuorille. Ovatko he valmiita maksamaan musiikistaan? Olisin voinut kysyä myös Spotifyn käyttäjiltä, käyttävätkö he palvelun ilmaista versiota vai maksullista Premium-versiota. Ilmaisuuteen liittyen olisin voinut myös kysyä, lataavatko tutkittavani laittomasti musiikkia Internetistä.

Veikko Halttusen (2016) väitöskirjassa on artikkeli, jonka hän on tehnyt vuonna 2010 yhdessä Markus Makkosen ja Lauri Frankin kanssa. Artikkelia varten haastateltiin neljäätoista 19–31-vuotiasta nuorta aikuista. Kaikki haastateltavat käyttivät Spotifyn ilmaista mainoksellista versiota. Vaikka harva vastaajista suoranaisesti vastustaa

maksullista versiota, on Halttunen sitä mieltä, että maksullinen versio ei silti automaattisesti olisi yhtä menestyvä kuin ilmainen versio. Ensinnäkin olisivatko ilmaisuuteen tottuneet kuluttajat valmiita maksamaan tuotteesta, vaikka hinta olisi alhainen? Toiseksi minkälaista hintajärjestelmää kuluttajat suosisivat? (Halttunen, Makkonen & Frank 2010, 070.)

Mielestäni on huolestuttavaa, että nuoret kasvavat malliin, jossa musiikista ei tarvitse maksaa mitään. Toisaalta nuoret maksavat artisteille niin, että he käyvät ahkerasti erilaisilla keikoilla ja festivaaleilla, ja monet artistit ovat sanoneet viime aikoina ison määrän tuloistaan tulevan nimenomaan keikoilta. Silti myös musiikin rajattomasta kuuntelusta kotona pitäisi olla mielestäni valmis maksamaan, jotta musiikkibisnes toimisi parhaalla mahdollisella tavalla. Tämän lisäksi tuottojen tulisi mennä enemmän artisteille isojen levy-yhtiöiden sijaan. Koska nykyinen systeemi on yleisesti hyväksytty ja vakiintunut, voi toisenlaiseen malliin siirtyminen olla todella hankalaa.

Hankenin markkinoinnin professorin Jaakko Asparan lausunto siitä, että ihmiset ovat valmiita maksamaan ilmaisista palveluista, mikäli ne tarjoavat selvästi jotain lisää, on hyvin mielenkiintoinen. Tämä siitä syystä, että Spotifyn mallihan on tällä hetkellä juuri kuvatuslainen. Spotifysta maksamalla saa muun muassa mainokset pois ja äänenlaatu paranee. Sen lisäksi siis, että nuoret kasvavat ilmaiseen malliin, he kasvavat huonolaatuisen musiikin malliin. Kun he ovat kasvaneet tähän malliin, eivät he edes välttämättä osaa tiedostaa parempilaatuisen musiikin olemassaoloa, eivätkä he näin osaa vaatia sitä niin itseltään kuin palveluiden tarjoajilta.

MP3-tiedostojen, CD:n ja radion isohko osuus kuuntelussa yllätti minut jonkin verran. Toisaalta on tärkeää havaita, että ensisijaisina lähteinä YouTube ja Spotifyn käyttö on selkeästi suurin. Voi olla, että elämme vielä murroksen loppuvaihetta musiikin siirtymisessä verkkoon, ja esimerkiksi viiden vuoden päästä CD:n ja MP3-tiedostojen kuuntelu on merkittävästi vähäisempää. Radio tuskin tulee häviämään mihinkään, koska se on huomattavasti erilainen musiikkimedia muihin verrattuna. Nuorille saattaa olla tärkeitä radiojuontajien puheet, ja radion valmis valikoitu musiikkitarjonta sekä uusien kappaleiden esittely saattavat antaa tarvittavan vaihtelun itse valitulle musiikille. Lisäksi radiot tulevat tuskin lähiaikoina katoamaan

esimerkiksi autoista, joten radion ainakin satunnainen kuuntelu jatkossakin on taattu.

Liikkanen ja Åman arvioivat, että digitaalilataukset ja CD-levyt kuolevat taloudellisessa mielessä muutamassa vuodessa. Tämä johtuu heidän mukaan siitä syystä, että ihmiset eivät hanki uutta sisältöä näitä formaatteja kuunnellessaan, vaan palaavat käyttämään ainoastaan vanhoja CD-levyjään ja MP3-tiedostojaan. (Aaltoyliopisto 2015.)

Radion ja CD-levyjen suurempi suosio tyttöjen keskuudessa kuin poikien saattaa selittyä erinäisistä syistä. Tyttöjä saattaa kiinnostaa radiojuontajien puheet enemmän kuin poikia. Lisäksi tutkimukseni mukaan seitsemäsluokkalaiset tytöt kuuntelevat eniten pop-musiikkia, ja he kuuntelevat poikia enemmän selvästi enemmän erilaisia top-listoja. Pop-musiikki on monien radiokanavien soitetuinta musiikkia ja monilla nuorten kuuntelemilla kanavilla soi sen hetkisten hittilistojen musiikki, joten tämä saattaa selittää tyttöjen runsaamman radion kuuntelun. CD-levyt ovat tytöille tärkeämpiä kuin pojille mahdollisesti siksi, että tytöt voivat fanittaa artisteja enemmän kuin pojat, jolloin he haluavat ostaa fanittamiensa artistien CD-levyjä. Tutkimuksestani selvisi myös, että tytöt kuuntelevat poikia enemmän kokonaisia albumeja. CD-levyjä kuunnellaan usein alusta loppuun, joten tästä on löydettävissä jonkinlainen yhteys.

Liikkasen ja Åmanin tutkimuksessa puhelinta musiikin kuunteluun käytti vähintään joskus noin 54 % (96 %), kannettavaa tietokonetta noin 79 % (sekä kannettava tietokone että pöytäkone 66 %), MP3-soitinta noin 63% (17 %) ja tablettia 12% (33 %). Suluissa olevat luvut ovat tulokset omasta tutkimuksestani. Vertailun vuoksi huhtikuussa 2010 tehdyssä tutkimuksessa Sari Komulainen, Minna Karukka ja Jonna Häkkinen tekivät strukturoidun kyselyn 44:lle suomalaiselle teini-ikäiselle nuorelle, joista suurin osa oli 16–17-vuotiaita. He kuuntelivat musiikkia seuraavasti: MP3-soitin 93 %, puhelin 89 %, FM-radio 77 %, kannettava tietokone 68 % ja pöytäkone 55 %. (Liikkanen & Åman 2015, 29; Komulainen, Karukka & Häkkinen 2010, 2.)

Itse kysyin vain laitteita digitaalisen musiikin kuunteluun, mutta havaittavissa on tiettyjä piirteitä. Musiikkia kuunnellaan yhä suuremmassa määrin mobiilisti, mikä

selittää osittain verkon musiikkipalveluiden suosion ja fyysisten kopioiden vähenemisen. MP3-soitin on menettänyt suosiotaan radikaalisti, ja tilalle ovat tulleet älypuhelimet ja tablettitietokoneet.

Lähes jokainen vastaajista kuunteli musiikkia puhelimestaan, mikä on tietysti myös todella suuri muutos musiikin kuuntelun historiassa. Käytännössä kaikkea musiikkia voi kuunnella nykypäivänä missä vain ja milloin vain. Mobiililaitteisiin on kehitelty sovelluksia kuten Shazam ja SoundHound, jotka pystyvät tunnistamaan kappaleita pelkästään kuulemalla. Jatkotutkimuksissa voisikin kysyä nuorilta, kuinka paljon he käyttävät näitä sovelluksia, ja löytävätkö he uutta musiikkia näiden kautta.

7.2 Pohdintaa idealähteistä nuorten kuuntelemaan musiikkiin

Seitsemäsluokkalaiset saivat ideoita kuuntelemaansa musiikkiin hyvin monesta eri lähteestä. Vaikka Internetin palvelut kuten YouTube, Spotify ja Facebook ovat korkealla, on tärkeää huomata, että myös verkon ulkopuoliset asiat inspiroivat teinejä nykyään. Sisarukset ja etenkin kaverit antavat nuorille runsaasti ideoita heidän kuuntelemaansa musiikkiin. Kavereiden tärkeä asema musiikillisten idealähteiden antajana selittyy varmasti kavereiden muutenkin tärkeästä asemasta teini-ikäisten elämässä. Internet ei ole siis syrjäyttänyt aikaisempia idealähteitä nuorten kuuntelemaan musiikkiin, vaan se on enneminkin tullut vanhempien lähteiden rinnalle. Uskon, että Internet on monipuolistanut nuorten mahdollisuuksia etsiä uutta musiikkia ja toisaalta löytää samanhenkisiä ihmisiä ja ilmiöitä oman suosikkimusiikkinsa ympäriltä. Kappaleita on ennennäkemätön määrä helposti ja nopeasti kuunneltavissa, ja palvelut suosittelevat kappaleita jopa käyttäjän aiemman kuunteleman musiikin perusteella.

Kuitenkin toisaalta verkon musiikkipalveluja voi helposti myös käyttää pelkästään tuttujen yksittäisten kappaleiden, top-listojen, suosittujen kappaleiden sekä erilaisten tuttuja kappaleita sisältävien soittolistojen kuunteluun, jolloin uuden musiikin kuuntelu jää vähälle. Näen tilanteen siis niin, että ihmisillä on ainutlaatuisen hyvät mahdollisuudet uuden musiikin löytämiselle, mutta olisi mielenkiintoista tutkia lisää, käyttävätkö ihmiset annettuja mahdollisuuksia hyväkseen. Verkon

mahdollisuudet musiikin löytämiselle ovat valtavat, mutta ovatko nuoret ottaneet kaiken potentiaalin käyttöön tällä saralla?

Vuonna 2010 suomalaiset nuoret löysivät uutta musiikkia tutkimuksen mukaan eniten ystävien ja perinteisen median kuten television, elokuvien ja radion kautta. Puolessa vuosikymmenessä on tässäkin asiassa siis tapahtunut selkeä muutos musiikillisten ideoiden tullessa yhä enemmän Internetin palveluista, niiden kuitenkin poistamatta ystävien ja perinteisen median kuten radion merkitystä. Tätä tukee myös Åmanin ja Liikkasen vuoden 2012 tutkimus, jossa YouTubesta löydettiin paljon uusia artisteja ja kappaleita. Näitä tutkimustuloksia ja omiani on mielenkiintoista verrata yhdysvaltalaiseen raporttiin vuodelta 2012. Siinä teini-ikäiset nuoret löysivät musiikkia selkeästi eniten radion kautta, vaikka sielläkin musiikkia kuunneltiin jo tuolloin eniten YouTubesta. Jatkotutkimuksissa olisi kiintoisaa verrata Suomessa tapahtunutta digitaalisen musiikin vallankumousta muuhun maailmaan, ja pohtia syitä mahdollisiin eroavaisuuksiin. (Komulainen et al. 2010, 3; Liikkanen & Åman 2015, 13.; Nielsen 2012.)

Pojat saivat tyttöjä enemmän ideoita musiikkiin Internetistä, kun taas tytöt saivat poikia enemmän ideoita kavereilta, sisaruksilta ja radiosta. Jotta tähän voisi löytää syitä, pitäisi pojilta ja tytöiltä kysyä heidän Internetin käytöstään, mikäli se voisi selittää ilmiön. Käyttävätkö pojat Internetiä mahdollisesti enemmän tai toisella tapaa kuin tytöt?

59 prosenttia vastaajista kertoi musiikkimakunsa vaihtuneen viimeisen vuoden aikana, mikä vahvistaa ajatuksen siitä, että nuorilla musiikkimaku ei välttämättä ole muodostunut vielä jokseenkin stabiiliin muotoon, jota se saattaa vanhempana olla. Kysymys oli siinä mielessä huono, että parempi sanavalinta olisi ollut muuttua vaihtua sanan sijaan, koska vaihtua-termi saattaa jollekin tarkoittaa vanhan musiikkimaun hylkäämistä uuteen, kun taas muuttuminen voi tarkoittaa uudenlaisen musiikin tuloa vanhan rinnalle. Jatkotutkimusta ajatellen olisi mielenkiintoista selvittää, miten nuorten musiikkimaku on muuttunut, ja löytyykö tähän syitä digitaalisen median antamista virikkeistä.

Tuloksistani kävi kuitenkin ilmi, että monella esimerkiksi Spotifya ensisijaisena musiikin kuuntelulähteenään käyttävällä oli musiikkimaku muuttunut viimeisen vuoden aikana. Spotify oli myös ensimmäisenä selvittäessäni ensisijaisen idealähteen vaikutusta musiikkimaun muuttumiseen. Tämä tukee ajatusta siitä, että Internetin musiikkipalvelut voivat vaikuttaa nuorten musiikkimakuun uusilla helposti saatavilla inspiraatioilla ja heitä miellyttävillä musiikkilöydöillä. Toki saadaksemme täyden varmuuden, pitäisi tutkittavilta kysyä esimerkiksi heidän musiikin kuuntelumääriään. Voihan olla, että Spotifyn ensisijaiset käyttäjät kuuntelevat musiikkia enemmän kuin muiden lähteiden ensisijaiset kuuntelijat, ja täten Spotifyn kuuntelijoiden musiikkimaun vaihtuminen on todennäköisempää kuin musiikkia vähemmän kuuntelevilla.

7.3 Pohdintaa digitaalisten musiikkisovellusten ominaisuuksien käytöstä

Tutkimuksestani selvisi, että tuttua musiikkia kuunneltiin todella paljon ja tuntematontakin musiikkia melko paljon. Kokonaisia albumeita kuunneltiin harvoin ja top-listoja käytettiin hyvin vaihtelevasti. Tässä kohtaa olisin voinut kysyä tutkimuksessani myös, kuinka usein tutkimani seitsemäsluokkalaiset kuuntelevat yksittäisiä kappaleita sekä käyttävät soittolistoja ja shuffle eli sekoitusominaisuutta. Tutun musiikin suosiossa ei ole tietystikään mitään uutta ja ihmeellistä, mutta jatkossa olisi kiinnostavaa tutkia vielä lisää, ovatko digitaaliset musiikkipalvelut muuttaneet jotenkin nuorten suhdetta niin uuden ja tuntemattoman musiikin kuin tutun musiikin kuunteluun, joihin kumpaankin digitaaliset palvelut antavat loistavat mahdollisuudet, kuten aiemmin olen maininnut.

Komulaisen, Karukan ja Häkkilän vuoden 2010 tutkimuksessa nuoret kuuntelivat eniten yksittäisiä kappaleita, minkä jälkeen seuraavina tulivat järjestyksessä soittolistat, albumit ja shuffle eli sekoitustyyli (Komulainen et al. 2010, 2). Voi olla, että yksittäisten kappaleiden suosio vain kasvaa tulevaisuudessa. Jo nyt on nähtävissä runsaasti kehitystä, jossa artistit julkaisevat pelkästään singlejä kokonaisten albumien sijaan. Tämä johtaa tietysti siihen, että kokonaisten albumien kuuntelu laskee, ja suosituimpia tapoja kuunnella musiikkia on etsiä yksittäisiä

kappaleita palveluista, tai kuunnella niitä erilaisten soittolistojen tai top-listojen kautta. Tässäkin tapauksessa on nähtävissä suunta, jossa digitaaliset palvelut ovat lisänneet erilaisia tapoja kuluttaa musiikkia kuitenkin ainakaan vielä syrjäyttämättä esimerkiksi kokonaisten albumien kuuntelua. Digitaalisten palveluiden lisääntyminen, ja fyysisten kopioiden kuten CD-levyjen myynnin laskeminen selittää kuitenkin osittain mielestäni kokonaisten albumien kuuntelun vähäisyyttä.

Makkosen, Halttusen ja Frankin (2011) artikkelista käy ilmi, että osa suomalaisista nuorista oli sitä mieltä, että digitaalisena musiikin ostamisen etuna oli pelkkien yksittäisten kappaleiden hankinta. Tällä tavoin musiikkia saattoi heidän mielestään hankkia valikoivammin kuin fyysisiä kopioita ostaessa. Kuitenkin jotkut tutkimuksen haastateltavat suosivat edelleen kokonaisten albumien hankkimista, sillä albumit miellettiin taideteoksiksi, joita ei saa jakaa osiin. (Makkonen, Halttunen & Frank 2011, 899–900.)

Spotifyn käyttäjät kuuntelivat musiikkia enemmän top-listoilta kuin YouTubeen käyttäjät. Syitä tähän olisi mielenkiintoista tutkia jatkotutkimuksissa. Tytöt käyttivät tutkimuksessani poikia enemmän Spotifyn top-listoja ja YouTubeen suosittu -listoja. Tämä linkittyy osittain varmasti kysymykseeni nuorien suosikkimusiikkityyleistä. Tytöt kuuntelivat kyselyssäni eniten poppia, jota löytyy juuri paljon erilaisilta kuunnelluimmilta listoilta. Tytöt kuuntelivat lisäksi enemmän kokonaisia albumeita kuin pojat, mikä saattaa osittain johtua aiemmasta havainnostani, että tytöt kuuntelevat poikia enemmän myös CD-levyjä, jolloin albumin kuuntelu alusta loppuun saattaa olla yleisempää.

Noin kaksi kolmesta Spotifyn käyttäjästä käytti palvelun ”Samantapaiset artistit” -toimintoa. Toiminto on näyttävästi esillä artistisivuilla, mikä edesauttaa varmasti sen suosiota. Jatkossa olisi perusteltua selvittää, alkavatko nuoret kuunnella uutta artistia löydettyään sen toiminnon avulla, vai poimivatko nuoret listauksesta vain heille jo entuudestaan tuttuja artisteja. Ristiintaulukointini mukaan voisi olla jopa mahdollista, että toiminnon ja musiikkimaun vaihtumisen välillä on jotain riippuvuutta.

Seitsemäsluokkalaiset klikkaavat uuden videon pyörimään YouTube oikeasta laidasta keskimäärin melko usein. Koululaiset näyttäisivät siis avaavan palvelun ehdottamia videoita, eli he eivät vain keksi omasta päästään uutta videota tai käytä soittolistoja. Jatkossa olisi hyvä pohtia, kuinka paljon ja miten YouTuben algoritmit eli mikä on sen taustalla, miten uusia videoita ehdotetaan, vaikuttavat nuorten musiikin kuunteluun.

7.4 Pohdintaa sosiaalisista merkityksistä musiikin kuuntelussa

Reilu kolmasosa nuorista mainitsi tutkimukseni mukaan suosikkiartistejaan erilaisissa sosiaalisen median profiileissa, ja lähes neljä viidestä jätti kertomatta joitakin suosikkiartistejaan. Jatkossa tulisi selvittää, miksi näin moni nuori jättää kertomatta joitakin suosikkiartistejaan. Onko syynä vain artistien valtava määrä, vai valikoivatko teini-ikäiset profiileihinsa vain tietyt nimet. Lisäksi kolme viidesosaa vastaajista piti kuuntelemansa musiikkinsa toisille näkymättömänä. Osalle teini-ikäisistä nuorista on siis tärkeää kertoa verkossa muille musiikkipreferensseistään, mutta suurin osa haluaa pitää kuuntelemansa musiikin vain omana tietonaan.

Suvi Silfverberg, Lassi A. Liikkanen ja Airi Lampinen tekivät vuonna 2011 selvityksen, jossa he haastattelivat kahtatoista henkilöä, jotka käyttivät aktiivisesti Last.fm-nimistä sosiaalista verkkopalvelua. Last.fm tekee palveluun henkilöstä profiilin hänen kuuntelemansa musiikkinsa perusteella, ja sinne siirtyvät kaikki olennaiset tiedot käyttäjän kuuntelemasta musiikista. Palvelun avulla käyttäjä voi seurata omia ja muiden käyttäjien musiikin kuuntelutilastoja sekä toimia sosiaalisesti muiden käyttäjien kanssa. (Silfverberg, Liikkanen & Lampinen 2011, 1–2.)

Haastatteluiden tuloksista kävi ilmi, että henkilökohtaiset mielihalut ja sosiaaliset normit voivat aiheuttaa ristiriitoja käyttäjille. Käyttäjät ovat valmiita menemään niin pitkälle, että he muuttavat musiikin kuuntelukäyttäytymistään profiilin vuoksi. Tietyissä olosuhteissa sosiaalinen pönkittäminen menee henkilökohtaisten mielihalujen edelle niinkin henkilökohtaisessa asiassa kuin musiikin kuunteleminen. Julkinen profiili vaikuttaa käyttäjiin niin, että he eivät joskus kuuntele musiikkia, jota he oikeasti haluaisivat kuunnella. He kokivat tiedot musiikin kuuntelustaan hyvin

henkilökohtaisiksi, ja heistä tuntui, että he ilmensivät itseään julkisesti näyttämällä kuuntelutottumuksensa verkossa. Last.fm-profiili voitiin nähdä tuotteena, joka on luotu tietoisesti ajatellen niin, että se on nähtävillä julkisesti yleisölle ympäri maailman. (Silfverberg et al. 2011, 2, 4, 9.)

Tulevissa tutkimuksissa olisikin mielenkiintoista selvittää vielä tarkemmin, onko nuorilla erikseen niin sanottu oikea musiikkimaku ja julkinen musiikkimaku. Eli kuuntelevatko he oikeasti erilaista musiikkia kuin mitä he muille antavat ilmi, ja miksi he jättävät kertomatta joitakin suosikkiartistejaan. Asiaa voisi tutkia myös toisinpäin kuin pelkästään suosikkiartisteja Internetin profiileissa mainitsevia henkilöitä tutkimalla – siis tutkimalla myös heitä, jotka pitävät kuuntelemansa musiikin henkilökohtaisena tietonaan. Näitä ihmisiä oli tutkimuksessani kuitenkin jonkin verran enemmän. Mikä on syynä, että he eivät halua jakaa toisille tietoa musiikin kuuntelumielityksistään?

Kysymyksiini kuunteluvinkkien jakamiseen en ole täysin tyytyväinen. Toki voi olla, että tutkimani seitsemäsluokkalaiset eivät oikeasti jaa kuunteluvinkkejä paljon kavereilleen, mutta olen hieman skeptinen asian suhteen. Kysymykset saattoivat jäädä tulkinnanvaraisiksi, sillä kuunteluvinkkien antaminen voidaan ajatella monella tapaa. Olisin voinut esimerkiksi kysyä selkeämmin, lähettävätkö tai saavatko tutkimushenkilöni YouTube- tai Spotify-linkkejä musiikkikappaleisiin Facebookissa tai Twitterissä. Nyt kysymyksen on voinut ymmärtää niin, että kuunteluvinkin antaminen tarkoittaisi vain kirjoitettua kehotusta, vaikka linkkien lähettäminen ja vastaanottaminen ovat varmaankin nykyään yleisimpiä tapoja jakaa musiikkiehdotuksia ihmisille. Lisäksi olisin voinut kysyä erikseen, kuinka usein nuoret jakavat kuuntelulinkkejä tai -vinkkejä kaikille vaikkapa Facebookin kaltaisissa ympäristöissä aikajanallaan, ja kuinka usein he jakavat vinkkejä Facebookissa tai muualla yksityisviestinä tai vain lähimmille kavereilleen. Nyt kysymyksen on voinut ymmärtää monella tapaa.

Digitaalisten palveluiden vaikutus musiikista toisille kertomiseen saattaa olla kaksijakoinen. Näen, että linkkien helppo jakaminen lisää musiikista toisille kertomista. Toisaalta pidän mahdollisena, että ihmiset löytävät digitaalisten palveluiden kautta jo muutenkin enemmän musiikkia, ja niissä on erilaisia

kuunnelluimpia ja suositeltuja listoja, mikä saattaa taas vähentää toisille kerrottavan musiikin tarpeellisuutta.

Tutkimustuloksistani kävi ilmi, että seitsemäsluokkalaiset kuuntelevat musiikkia eniten puhelimestaan. Vaikka niilläkin voi käyttää Facebookia, on suosituin viestittelytapa nykyään varmasti Whatsapp tai joillakin myös Snapchat. Myös Skypeä käytetään todennäköisesti jonkin verran. Olisinkin voinut kysyä kuunteluvinkkien antamista ainakin Whatsappissa, joka oli jo kyselyä tehdessä suosittu applikaatio, sillä musiikin kuuntelun tapahtuessa puhelinten kautta on todennäköistä, että myös kuunteluvinkit ja -linkit annetaan esimerkiksi juurikin Whatsappin kautta. Olisin voinut kysyä ylipäätään kysymyksen linkkien jakamisesta palvelusta riippumatta.

Aiemmissa tutkimuksissa jakamista oli enemmän kuin omassa tutkimuksessani, mutta hyvin yleistä se ei ollut niissäkään. Liikkasen ja Åmanin tutkimuksessa vain 37 % henkilöistä oli jakanut musiikkia jollakin tapaa enemmän kuin kerran tai kaksi. Tähän laskettiin siis kaikenlainen jakaminen muun muassa fyysisen median kuten CD:n, USB:n ja kovalevyjen muodoissa. 26 % vastaajista oli käyttänyt Facebookia toistuvasti musiikin jakamiseen. (Liikkanen & Åman 2015, 14.) Uskon Facebookin suuremman suosion heidän tutkimuksessaan verrattuna minun tutkimukseeni johtuvan muun muassa siitä, että vuonna 2012 Facebookia käytettiin enemmän nuorten keskuudessa kuin vuonna 2015. Åmanin ja Liikkasen tutkimuksessa kerrotaankin, että heidän aineistostaan kaksi kolmasosaa käytti Facebookia elektroniseen viestintään lähettäessään kiireellisen yksityisviestin (Liikkanen & Åman 2015, 14).

Komulaisen, Karukan ja Häkkilän vuoden 2010 tutkimuksessa kaikki sanoivat, että he jakavat musiikkia jollain tavoin. Vielä tuolloin suosituin tapa oli musiikkitiedostojen jakaminen ennen musiikkilinkkien jakamista. Musiikkilinkkejäkin jakoi kuitenkin 61 % vastaajista. (Komulainen et al. 2010, 2.) Tulokset olivat samankaltaiset omien tulosteni kanssa kysymyksessä kappaleiden jakamisesta palveluiden kuten YouTube, Spotify ja iTunes sisällä. Tämä oli erittäin harvinaista. Tutkimuksesta kävi lisäksi ilmi, että jakaminen tapahtuu usein kahden henkilön tai rajatun ryhmän kesken. Musiikkilinkkejä jaettiin selkeästi eniten

chateissa, minkä jälkeen niitä jaettiin eniten Facebookissa. (Komulainen et al. 2010, 2–3.) Chat-vaihtoehdon ja täten rajatun ryhmän mainitsematta jättäminen saattaa selittää tutkimustulokseni, jonka mukaan vinkkien jakaminen ei ole yleistä.

Tutkimukseni mukaan ystävien kasvatusten annettavat kuunteluvinkit ovat selkeästi suositumpia kuin verkossa annetut suositukset. Lisäksi ystävien antamien mielipiteiden vaikutus on yleisempää, mikäli ne on annettu kasvatusten kuin verkossa. Kaveri Subrahmanyam ja David Smahel (2010) kertovat tutkimuksesta, jossa nuoret raportoivat, että heidän verkkotoimintansa eivät vaikuta heidän kasvatusten tapahtuvan viestinnän määrään. Kysyttäessä Internetin vaikutusta ylipäänsä yhteydenpitoon kaverien kanssa, nuoret vastasivat, että Internet oli lisännyt yhteydenpitoa ikätoverien kanssa, muttei välttämättä kasvatusten käytävän kanssakäymisen kustannuksella. Lisäksi ikätoverien verkosto oli laajentunut. (Subrahmanyam & Smahel 2010, 85-86, 99.)

8 PÄÄTÄNTÖ

Teknologiaa kehitetään jatkuvasti ja uutta teknologiaa syntyy nopeaan tahtiin. Nuoret omaksuvat mielellään uusia digitaalisia keksintöjä, ja monet niistä liittyvät verkossa tapahtuvaan kommunikaatioon. Onko nykyajan nuori siis *digi-sosiaalinen*? Yleisesti ympäristöä havainnoidessa tällaisen käsityksen voi saada, ja halusin tutkia, miten *digi-sosiaalisuus* näkyy nuorten musiikin kuluttamisessa. Tulosteni pohjalta voisin sanoa, että digitaalisuus näkyy ainakin vahvasti nuorten musiikin kuuntelussa. He kuuntelevat runsaasti musiikkia verkosta, ja musiikin kuuntelu mobiilisti on yhä yleisempää taulutietokoneiden ja erityisesti puhelinten kautta. Lisäksi Internetin musiikkipalvelut antavat tutkimilleni koululaisille paljon ideoita musiikkiin, ja osan kohdalla palvelut saattavat muokata jopa musiikkimakua.

Näen, että digiaika antaa mahdollisuuksia musiikkimaun muuttumiselle, ja tätä tulisi ehdottomasti tutkia lisää. Muutokset ovat mielestäni mahdollisia, koska palveluissa on paljon ominaisuuksia, jotka helpottavat uuden musiikin löytämistä. Lisäksi palveluihin liittyvä interaktiivisuus ja verkon sosiaaliset kanavat mahdollistavat ideoiden jakamisen, ja musiikki-ideoiden löytäminen ylipäätään on helppoa verkon valtavasta musiikkitarjonnasta. Ongelmaksi saattaakin nousta jopa liiallinen valikoima, jolloin on helppoa turvautua vain omiin soittolistoihin ja top-listoihin. Tutkimuksestani kävi ilmi, että ihmiset kuuntelevat mielellään tuttua musiikkia, jolloin uutta musiikkia ei usein edes haluta kuunnella ja etsiä.

Tutkimukseni osoitti kuitenkin myös, että vanhemmat kuuntelulähteet eivät ole kadonneet uusien tieltä, vaikka niiden käyttö on varmasti aiempaa vähäisempää. Ideoitakin saadaan edelleen muiden kanavien kautta kuin pelkästään Internetistä, ja esimerkiksi kaverien rooli – verkossa tai sen ulkopuolella – on kiistaton.

Koululaiset ovat omaksuneet digitaalisten suoratoistopalveluiden ominaisuuksia, mutta iso osa on myös käyttämättä niitä. Tulevina vuosina onkin mielenkiintoista seurata, miten erilaiset ominaisuudet kehittyvät, ja tuleeko niistä nuorten keskuudessa suosittuja. Teini-ikäiset ihmiset ovat tunnetusti innokkaita kokeilemaan uusia keksintöjä, joten he sopivat mainiosti tällaiseen tutkimukseen.

Minun on vaikeampaa vastata, onko nykyajan nuori digitaalisesti sosiaalinen musiikin parissa. Osalle tutkimistani seitsemäsluokkalaisista verkon sosiaaliset aspektit ovat tärkeitä myös musiikin suhteen, mutta minua yllätti ainakin ennakkoletuksiini nähden, ettei Internetin sosiaalisia mahdollisuuksia musiikin ympärillä käytetty enempää. Monet nuorista haluavat pitää oman musiikkikäyttämisenä vain omana tietonaan. Verkon ulkopuolinen sosiaalisuus on monille nuorille verkossa tapahtuvaa sosiaalisuutta tärkeämpää musiikin saralla, ja verkkokäyttäytyminen on tullut osalle ikään kuin verkon ulkopuolella tapahtuvan käyttäytymisen rinnalle luonnollisena jatkeena. Tuloksistani oli havaittavissa, että mikäli nuori käytti paljon suoratoistopalveluita, käytti hän muita todennäköisemmin myös musiikkiin liittyviä verkon sosiaalisia aineksia.

Tyttöjen ja poikien välillä oli havaittavissa, että tytöt kuuntelivat musiikkia poikia enemmän suoratoistopalveluita edeltäneistä lähteistä. Lisäksi tytöt saivat poikia enemmän ideoita digiaikaa edeltäneistä paikoista, kun taas pojat saivat vaikutteita tyttöjä enemmän Internetin kautta.

Aihettani tarvitsee ehdottomasti tutkia lisää, jotta siitä voi tehdä suurempia yleistyksiä. Koen kuitenkin onnistuneeni saamaan hyvän yleiskuvan tämän päivän nuorison digitaalisesta musiikkikäyttäytymisestä. Toisaalta kuten vertailllessani vain kolme ja viisi vuotta aiempia tehtyjä tutkimuksia huomattiin, tämän tutkimusaiheen muutokset ovat hyvin nopeita, ja teknologista kehitystä on vaikeaa ennustaa kovin tarkkaan. Oma tutkimuksenikin kaipaisi jo esimerkiksi siinä mielessä päivitystä, että Whatsapp ja Snapchat tulisi ottaa tutkimukseen mukaan. Tulevaisuudessa tulee aina uusia välineitä niin musiikin kuunteluun kuin sen sosiaalisiin kytköksiin.

Pidän tutkimustani melko luotettavana siitä syystä, että aineistoni koko oli iso, ja se ei ollut paikkakuntaa lukuun ottamatta valikoitu. Jatkotutkimusta ajatellen pitäisi muuttaa ja tarkentaa tiettyjä kysymyksiä, joiden asetteluun en ollut tyytyväinen. Varsinkin kaikkiin sosiaalisuuteen liittyviin kysymyksiini en ollut tyytyväinen. Sosiaaliset kysymykset ovat tietysti hankalia, ja ihmisten voi olla vaikeaa vastata rehellisesti niihin, vaikka vastaaminen tapahtuukin nimettömänä. Itselleen on helppo vakuutella asioita, jotka eivät oikeasti olekaan totta. Osaan kysymyksistäni minun

olisi lisäksi pitänyt erikseen mainita, että niihin saa vastata vain yhdellä vastausvaihtoehdolla. Täten olisin saanut tiettyihin kysymyksiin ja varsinkin riippuvuuksien tarkasteluun lisää tarkkuutta.

Ylipäätään jatkossa tulisi etsiä syitä tietyille havainnoille esimerkiksi haastatteluiden kautta, jolloin olisi mahdollista tehdä syvällisempää analyysiä eri asioista. Miksi nuoret käyttävät niin paljon digitaalisia musiikkipalveluita ja saavat ideoita sieltä, mutta miksi niitä edeltäneitä medioita käytetään myös yhä? Miten digitaalinen media vaikuttaa nuorten musiikin kuuntelukäyttäytymiseen ja jopa musiikkimakuun? Miksi tiettyjä suoratoistopalveluiden ominaisuuksia käytetään ja miksi toiset jäävät käyttämättä? Miten nuoret kokevat Internetin eri profiilit musiikin näkökulmasta, ja miten sosiaalinen vuorovaikutus koetaan musiikin ympärillä niin verkossa kuin sen ulkopuolella?

Vaikka paljon nuoria harrastaa musiikkia soittamalla eri instrumentteja tai laulamalla, tulevat kontaktit musiikkiin suurimmalla osalla koululaisista juuri musiikin kuuntelun kautta. Pidänkin tutkimani aiheen tarkastelua tärkeänä musiikkikasvatuksen näkökulmasta, sillä opettajan tulee ymmärtää oppilaiden musiikkikäyttäytyminen koulun ulkopuolellakin. Musiikkikasvatuskeskusteluissa on puhuttu paljon, että koulun musiikin ja koulun ulkopuolisen musiikin välillä ei saisi olla niin isoa kuilua, kuin se joidenkin oppilaiden mielestä välillä nähdään. Juuri tähän auttaa digitaalisten musiikkipalveluiden käyttö opetuksessa mahdollisuuksien mukaan, ja niistä ja niiden mahdollisuuksista tulisi ainakin keskustella kouluissa.

LÄHTEET

- Aalto-yliopisto (2015). Suoratoisto syrjäytti lataukset musiikin kuuntelussa. Aalto-yliopiston uutinen 31.3.2015. Haettu 19.5.2015 osoitteesta <http://www.aalto.fi/fi/current/news/2015-03-31-004/>
- Adorno, T. W. (1976). *Introduction to the Sociology of Music*. New York: The Seabury Press.
- Anttila, M. & Juvonen, A. (2006). *Musiikki koulussa ja nuoren elämässä – kohti kolmannen vuosituhatosen musiikkikasvatusta*, osa 3. Joensuu: Joensuun yliopistopaino.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: the social lives of networked teens*. New Haven [Conn.]: Yale University Press.
- Carlsson, U. (2010). *Children and youth in the digital media culture: from a Nordic horizon*. Göteborg: International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, University of Gothenburg.
- Cayari, C. (2011). The YouTube Effect: How YouTube Has Provided New Ways to Consume, Create, and Share Music. *International Journal of Education & the Arts*, Volume 12, Issue 6. Haettu 13.4.2012 osoitteesta <http://www.eric.ed.gov/PDFS/EJ937067.pdf>
- Dunderfelt, T. (1997). *Elämänkaaripsykologia: lapsen kasvusta yksilön henkiseen kehitykseen*. Porvoo; Helsinki; Juva: WSOY.
- Hafen, C., Laursen, B. & DeLay, D. (2012). Transformations in Friend Relationships across the Transition into Adolescence. Teoksessa B. Laursen & W. Collins (toim.), *Relationships across the Transition into Adolescence*. Thousand Oaks, [Calif]; London: SAGE, 69–91. Haettu 13.5.2015 osoitteesta <http://knowledge.sagepub.com/view/relationship-pathways/SAGE.xml>
- Halttunen, V., Makkonen, M. & Frank, L. (2010). Indifferent Behaviour of Young Digital Content Consumers – An Interview Study. *Information Assurance and Security Letters*, Vol. 1, 066-071. Haettu 10.8.2016 osoitteesta https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/49620/978-951-39-6642-3_vaitos28052016.pdf?sequence=1
- Hargreaves, D., North, A. & Tarrant, M. (2006). Musical Preference and Taste in Childhood and Adolescence. Teoksessa G. E. McPherson (toim.), *The Child as Musician: a handbook of musical development*. Oxford: Oxford University Press, 135–152.
- Heiskanen, R. (2015). Lähes 40 prosenttia suomalaisista ei halua maksaa mistään verkon palvelusta. *Helsingin Sanomat* 26.1.2015. Haettu 15.10.2015 osoitteesta <http://www.hs.fi/talous/a1422159379098>

Helsingin Sanomat (2013). Radioheadin laulaja suuttui Spotifylle: "Artistit eivät saa mitään". *Helsingin Sanomat* 15.7.2013. Haettu 20.5.2015 osoitteesta <http://www.hs.fi/kulttuuri/a1373852267088>

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (2009). *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Tammi

Humphreys, L. & Messaris, P. (2006). *Digital media: transformations in human communication*. New York: Peter Lang.

Huotilainen, M. (2009). Musiikillinen vuorovaikutus ja oppiminen sikiö- ja vauva-aikana. Teoksessa J. Louhivuori, P. Paananen & L. Väkevä (toim.), *Musiikkikasvatus: Näkökulmia kasvatukseen, opetukseen ja tutkimukseen*. Jyväskylä: Suomen musiikkikasvatusseura – FiSME r.y., 121–129.

Hämäläinen, H. (2009). "Mukaansa tempaavaa musiikkia". *Kyselytutkimus yleisön musiikkimausta Kuopion Viinijuhlat -tapahtumassa kesällä 2009*. Jyväskylän yliopisto. Musiikin laitos. Pro gradu.

International Federation of the Phonographic Industry (2016). IFPI Global Music Report 2016. Haettu 17.11.2016 osoitteesta <http://ifpi.org/news/IFPI-GLOBAL-MUSIC-REPORT-2016>

Juntunen, O. (2008). "Emme olisi me ilman musiikkia" – perhe nuoren musiikillisena kasvuympäristönä. Jyväskylän yliopisto. Musiikin laitos. Pro gradu.

Juvonen, A. (2000). *...Johnnyllakin on uniformu, heimovaatteet ja -kampa...* Musiikillisen erityisorientaation polku musiikkiminän, maailmankuvan ja musiikkimaun heijastamina. Jyväskylä studies in the arts 70. Jyväskylän yliopisto. Musiikin laitos.

Kannasoja, S. (2013). *Nuorten sosiaalinen toimintakyky*. Jyväskylä: University of Jyväskylä. Väitöskirja. Haettu 15.4.2015 osoitteesta https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/42447/978-951-39-5459-8_vaitos23112013.pdf?sequence=1

Kela, A. (6.11.2013). Levoton tyttö ja Spotify. [Blogikirjoitus]. Haettu 20.5.2015 osoitteesta <http://www.anssikela.com/2013/11/06/levoton-tytto-ja-spotify/>

Komulainen, S., Karukka, M. & Häkkinen, J. (2010). *Social music services in teenage life – A case study*. Konferenssidokumentti. Proceedings of the 22nd Australasian Computer-Human Interaction Conference (OZCHI 2010). Marraskuu 2010, Brisbane, Australia. Haettu 5.7.2016 osoitteesta https://www.researchgate.net/publication/221332125_Social_music_services_in_teenage_life_-_A_case_study

Kosonen, E. (2009). Musiikkia koulussa ja koulun jälkeen. Teoksessa J. Louhivuori, P. Paananen & L. Väkevä (toim.), *Musiikkikasvatus: Näkökulmia kasvatukseen, opetukseen ja tutkimukseen*. Jyväskylä: Suomen musiikkikasvatusseura – FiSME r.y., 157–170.

- Laiho, S. (2002). *Musiikki nuorten kehityksen ja psyykkisen itsesäätelyn tukena*. Jyväskylän yliopisto. Musiikin laitos. Pro gradu.
- LeBlanc, A. (1987). The Development of Music Preference in Children. Teoksessa J. Peery, I. Peery & T. Draper (toim.), *Music and Child Development*. New York: Springer, 137–157.
- Liikkanen, L. & Åman, P. (2015). *Shuffling services: Current trends in interacting with digital music*. Kirjoittajaversio. Haettu 5.7.2016 osoitteesta http://1.kryptoniitti.com/lassial/files/publications/150420-Shuffling_services_music_interaction_trends.pdf
- Lomborg, S. (2013). *Social media, social genres: making sense of the ordinary*. New York: Routledge. Haettu 12.5.2015 osoitteesta <http://web.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/bmxLYmtfXzY1NTc0N19fQU41?sid=24b5dd8d-f68b-463c-ad55-abe06c9feacb@sessionmgr120&vid=0&format=EB&rid=1>
- Makkonen, M., Halttunen, V. & Frank, L. (2011). Exploring the Acquisition and Consumption Behaviour of Modern Recorded Music Consumers: Findings from a Finnish Interview Study. *International Journal of Computer Information Systems and Industrial Management Applications*, Vol. 3, 894–904. Haettu 10.8.2016 osoitteesta https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/49620/978-951-39-6642-3_vaitos28052016.pdf?sequence=1
- Nielsen (2012). Music discovery still dominated by radio, says Nielsen Music 360 report. Haettu 10.8.2016 osoitteesta <http://www.nielsen.com/us/en/press-room/2012/music-discovery-still-dominated-by-radio--says-nielsen-music-360.html>
- Niskanen, V. A. (2012). *Kohti tutkivaa työtapaa*. University of Helsinki. Haettu 6.6.2016 osoitteesta http://www.mv.helsinki.fi/home/niskanen/kotutapa_niskanen12.pdf
- Noppari, E. & Uusitalo, N. (2011). Kavereita verkossa ja sen ulkopuolella: näkökulmia nuorten verkkoyhteisöllisyyteen. Teoksessa S. Kangaspunta (toim.), *Yksilöllinen yhteisöllisyys: avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen*. Tampere University Press, 140–166. Haettu 24.5.2015 osoitteesta http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/66236/kavereita_verkossa_ja_se_n_ulkopuolella_2011.pdf?sequence=1
- Nurmi, J.-E., Ahonen T., Lyytinen, H., Lyytinen, P., Pulkkinen, L., Ruoppila, I. (2006). *Ihmisen psykologinen kehitys*. Porvoo; Helsinki: WSOY.
- Ovaskainen, T. (2013). Todellinen mullistus tekeillä? – Piratismi romahti täysin Norjassa. *Uusi Suomi* 18.7.2013. Haettu 27.4.2015 osoitteesta <http://www.uusisuomi.fi/kulttuuri/60782-spotify-ja-netflix-jyraavat-laittomuudet-piratismi-romahti-taysin-norjassa>
- Pavlik, J. (2008). *Media in the digital age*. New York: Columbia University Press.

Russell, P. (1997). Musical tastes and society. Teoksessa D. Hargreaves & A. North (toim.), *The Social Psychology of Music*. Oxford University Press, 141–158.

Saarikallio, S. (2009). Musiikki ja nuoren psykososiaalinen kehitys. Teoksessa J. Louhivuori, P. Paananen & L. Väkevä (toim.), *Musiikkikasvatus: Näkökulmia kasvatukseen, opetukseen ja tutkimukseen*. Jyväskylä: Suomen musiikkikasvatusseura – FiSME r.y., 221–231.

Sairanen, J. (1997). *”Discomummoja ja rokkivaareja”*: Tutkielma suomalaisten musiikkikäyttäytymisestä iän ja eri aikakausien ilmauksena 1990-luvulla. Jyväskylän yliopisto. Musiikkitieteen laitos. Lisensiaatintyö.

Salminen, K. (1989). *Musiikkimakujen muotoutuminen: Musiikkikulttuuriin sosiaalistuminen ja enkulturaation ongelmat*. Yleisradio. Sarja B. Tutkimusraportit 6. Helsinki: Yleisradio.

Salokoski, T. & Mustonen, A. (2007). *Median vaikutukset lapsiin ja nuoriin – katsaus tutkimuksiin sekä kansainvälisiin mediakasvatuksen ja -sääntelyn käytäntöihin*. Helsinki: Mediakasvatusseura. Haettu 24.5.2015 osoitteesta <http://www.mediakasvatus.fi/publications/ISBN978-952-99964-2-1.pdf>

Silfverberg, S., Liikkanen, L. & Lampinen, A. (2011). *”I’ll press Play, but I won’t listen”*: Profile Work in a Music-focused Social Network Service. Konferenssidokumentti. ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work (CSCW’11). Maaliskuu 2011, Hangzhou, Kiina. Haettu 17.8.2016 osoitteesta http://l.kryptoniitti.com/lassial/files/publications/110130-I_will_press_play.pdf

Sintonen, S. (2001). *Mediakasvatus ja sen musiikilliset mahdollisuudet*. Studia musica 11. Helsinki: Sibelius-Akatemia.

Subrahmanyam, K. & Smahel, D. (2010). *Digital youth: the role of media in development*. New York: Springer. Haettu 26.5.2015 osoitteesta <https://www.dawsonera.com/readonline/9781441962782>

Taanila, A. (2014). *Määrällisen aineiston kerääminen*. Helsinki: HAAGA-HELIA ammatikorkeakoulu. Haettu 6.6.2016 osoitteesta <http://myy.haaga-helia.fi/~taaak/t/suunnittelu.pdf>

Tapscott, D. (2010). *Syntynyt digiaikaan: sosiaalisen median kasvatit*. Jyväskylä: Docendo.

Tiittula, M. (2013). Nuorten laitton nettilataaminen puolittui. YLE 13.8.2013. Haettu 27.4.2015 osoitteesta http://yle.fi/uutiset/nuorten_laitton_nettilataaminen_puolittui/6773689

Vilka, H. (2007). *Tutki ja mittaa: määrällisen tutkimuksen perusteet*. Helsinki: Tammi. Haettu 25.5.2015 osoitteesta <http://hanna.vilka.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-mittaa.pdf>

Vuorinen, R. (1997). *Minän synty ja kehitys: ihmisen psyykinen kehitys yli elämänsäkaaren*. Helsinki; Porvoo: WSOY.

LIITTEET

Liite 1: Kyselylomake

Tällä kyselylomakkeella kerätään aineistoa Jyväskylän yliopiston musiikkikasvatuksen opiskelijan Pyry Salakarin pro gradu -tutkielmaa varten. Tutkimuksessa pyritään selvittämään, miten digitaalinen media vaikuttaa nuorten musiikin kuuntelutottumuksiin. Kyselyyn vastaaminen vie noin 5–15 minuuttia. Kyselyyn vastataan täysin nimettömästi, jolloin vastaajien henkilöllisyydet eivät tule tutkimuksessa ilmi. Monivalintakysymyksissä ympyröi valitsemasi kirjain. Kiitos avustasi!

1. Sukupuoli

- a) nainen b) mies

2. Mikä on suosikkimusiikkityylisi?

3. Kerro joitakin suosikkiartistejasi.

4. Mistä kuuntelet musiikkia? Voit valita usean vaihtoehdon

- | | |
|--|-----------------------------|
| a) radio | f) Spotify |
| b) televisio | g) Deezer |
| c) cd | h) YouTube |
| d) vinyyli | i) Internetradio |
| e) mp3:sina tai vastaavina
esimerkiksi iTunesista
hankittuna | j) Soundcloud |
| | k) Joku muu, mikä?
_____ |

5. Mistä edellisen kysymyksen asioista kuuntelet eniten musiikkia?

6. Jos kuuntelet musiikkia digitaalisena (mp3, Spotify, Deezer, YouTube, Internetradio, SoundCloud ym.), mistä kuuntelet sitä? Voit valita usean vaihtoehdon.

- | | |
|---------------------------------------|--------------------|
| a) pöytäkone tai kannettava tietokone | d) mp3-soitin |
| b) tablettitietokone | e) joku muu, mikä? |
| c) puhelin | _____ |

7. Mistä saat ideoita kuuntelemaasi musiikkiin? Voit valita usean vaihtoehdon.

- | | |
|-----------------------|-------------------------|
| a) vanhemmat | n) Internetradio |
| b) sisarukset | o) SoundCloud |
| c) muu sukulainen | p) blogit |
| d) tyttö-/poikaystävä | q) Facebook |
| e) kaverit | r) Twitter |
| f) musiikkiharrastus | s) iTunes ym. |
| g) musiikintunnit | musiikinostopalvelut |
| h) televisio | Internetissä |
| i) radio | t) muualta Internetistä |
| j) lehdet | u) levykaupat |
| k) Spotify | v) joku muu, mikä? |
| l) YouTube | _____ |
| m) Deezer | |

8. Mistä edellisen kysymyksen asioista saat eniten ideoita kuuntelemaasi musiikkiin?

9. Mikä kysymyksen seitsemän (7.) asioista vaikuttaa eniten musiikkimakuusi? Voit keksiä myös oman vastauksen

10. Onko musiikkimakusi mielestäsi vaihtunut viimeisen vuoden aikana?

- a) on vaihtunut b) pysynyt samana

- 11. Kuinka usein kuuntelet uutta ja sinulle tuntematonta musiikkia?**
a) en koskaan b) harvoin c) melko usein d) usein e) jatkuvasti
- 12. Kuinka usein kuuntelet sinulle tuttua musiikkia?**
a) en koskaan b) harvoin c) melko usein d) usein e) jatkuvasti
- 13. Kuinka usein kuuntelet kokonaisia albumeita etkä yksittäisiä kappaleita?**
a) en koskaan b) harvoin c) melko usein d) usein e) jatkuvasti
- 14. Kuinka usein kuuntelet musiikkia Spotifyn Top listat (Top Lists) -listalta tai YouTubeen Suosittu YouTubeessa (Popular on YouTube) tai YouTubeen Popular Music Videos -listalta?**
a) en koskaan b) harvoin c) melko usein d) usein e) jatkuvasti f) en osaa käyttää näitä listoja
- 15. Kuinka usein käytät Spotifyn Samantapaisia artisteja (Related artists) -toimintoa?**
a) en koskaan b) harvoin c) melko usein d) usein e) jatkuvasti f) en osaa käyttää toimintoa
- 16. Kuinka usein klikkaat uutta videota YouTube oikeasta laidasta kuunneltuasi kappaleen?**
a) en koskaan b) harvoin c) melko usein d) usein e) jatkuvasti
- 17. Oletko maininnut jossain sosiaalisen median profiilissasi suosikkiartistejasi?**
a) kyllä b) en
- 18. Jätätkö kertomatta joitakin suosikkiartisteja sosiaalisen median profiileissa?**
a) kyllä b) en

- 19. Kuinka usein jaat kuunteluvinkkejä kavereillesi Facebookissa tai Twitterissä?**
a) en koskaan b) harvoin c) melko usein d) usein e) jatkuvasti
- 20. Kuinka usein jaat kuunteluvinkkejä kavereillesi Spotifyssa tai YouTubessa?**
a) en koskaan b) harvoin c) melko usein d) usein e) jatkuvasti
- 21. Jaatko kuunteluehdotuksia muille useimmiten verkossa vai kasvotusten? Valitse vain jompikumpi vaihtoehdoista.**
a) verkossa b) kasvotusten
- 22. Kuinka paljon ystäväsi verkossa annetut mielipiteet vaikuttavat kuuntelutottumuksiisi?**
a) ei yhtään b) vähän c) melko paljon d) erittäin paljon
- 23. Kuinka paljon ystäväsi kasvotusten annetut mielipiteet vaikuttavat kuuntelutottumuksiisi?**
a) ei yhtään b) vähän c) melko paljon d) erittäin paljon
- 24. Ovatko toisten mielipiteet tärkeitä kuuntelemaasi musiikkiin?**
a) ovat b) eivät ole
- 25. Näkevätkö kaverisi kuuntelemaasi musiikin verkossa vai pidätkö sen salaisena?**
a) näkevät b) salainen
- 26. Minkälaisia soittolistoja sinulla on verkon musiikkipalveluissa?**
a) kaikki listat omaan kuunteluun b) suurin osa omaan kuunteluun, mutta joitakin muiden kuunneltavissa olevia c) suurin osa muiden kuunneltavissa olevia d) kaikki listat muiden kuunneltavissa olevia e) en käytä soittolistoja

27. Kuka voi muokata soittolistojasi?

a) listojani voi muokata vai minä b) suurimpaa osaa listoistani voi muokata vain minä, mutta joitakin listoja muokkaan yhdessä kaverini / kavereideni kanssa c) suurimpaa osaa listoistani muokkaan kaverini / kavereideni kanssa, mutta joitakin listoja voi muokata vain minä d) muokkaan kaikkia listojani kaverini / kavereideni kanssa e) en käytä soittolistoja