

Krista Kierikka

Rakkaudesta lajiin: näin tehtiin *Nuorgam*

Musiikkiverkkomedian tekemisen taustat teemahaastatteluina

Kandidaatintutkielma

Journalistiikan ja viestinnän

tutkinto-ohjelma

Tampereen yliopisto

19.12.2014

SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO: UUDENLAINEN MUSIIKKIVERKKOMEDIA	1
1.1 Tutkimuksen tavoite, aiheen rajausta ja teoreettinen viitekehys	2
1.2 Tutkimuskysymykset	4
2 AINEISTO JA MENETELMÄT: TAUSTAT SELVILLE TEEMAHAASTATTELUILLA	5
3 ANALYYSI JA TULOKSET: MIKSI JA MISTÄ NUORGAM ON TEHTY?	6
3.1 Analyysi	6
3.1.1 <i>Nuorgam</i> lähtöruudussa	6
3.1.2 Nuorgamilainen työnjako.....	8
3.1.3 Verkkomedia webin ehdoilla	10
3.1.4 Yleisösuhte sosiaalisessa mediassa	14
3.1.5 <i>Nuorgamin</i> paikka musiikkijournalismin kentällä	16
3.1.6 <i>Nuorgamin printti</i>	18
3.1.7 Voittoa tavoittelematon projekti	21
3.1.8 <i>Nuorgamin</i> loppu	24
3.2 Tutkimuskysymyksiin vastaaminen eli menestyksen salaisuus.....	25
4 POHDINTA JA PÄÄTELMÄT: VERKOSSA ON TILAA HEITTÄYTYÄ.....	27
LÄHTEET.....	28
AINEISTO	30
LIITE: Teemahaastattelun kysymykset	31

1 JOHDANTO: UUDENLAINEN MUSIIKKIVERKKOMEDIA

Vuonna 2011 huhtikuussa suomalaisessa musiikkijournalismissa alkoi tapahtua. Silloin *Nuorgamin* tekijätiimi päätti kokeilla siipiään oman musiikkiverkkomedian tekijänä. Pian *Nuorgam* löysi suotuisat ilmavirtaukset, ampaisi nousukiitoon suomalaiselle mediataivaalle ja päätti lopettaa ollessaan huipulla. *Nuorgamin* ei tarvinnut koskaan turvautua pakkolaskuun.

Musiikkiyhdistys Helsingin Nuorgam ry julkaisi *Nuorgamia* vuosina 2011–2013. Yhdistyksen perusti joukko musiikista ja musiikkijournalismista innostuneita ihmisiä. Heistä muodostui tekijätiimi, joka teki oman musiikkimedian kokonaan vapaaehtoistyönä. Tällä musiikkimedialla ei ollut päätoimittajaa, mutta Matti Markkola oli vastaavan toimittajan roolissa. (Nuorgam 2013a)

Nuorgamia julkaistiin verkkomediana internetissä osoitteessa <http://www.nrgm.fi/>. *Nuorgamin* logossa esiintyy vokaaleja vailla oleva NRGM-nimiversio, mutta virallisesti nimen kirjoitusasu on kuitenkin *Nuorgam*. Loppuvaiheessaan *Nuorgam* julkaisi myös yhden kertaluonteisen painetun teoksen, joka tunnetaan *Nuorgamin printtinä*. Tiimi keräsi teoksen rahoituksen joukkorahoituksella Mesenaatti.me-palvelun kautta (Mesenaatti.me 2013).

On kuljettu pitkä matka niistä ajoista, kun rockmusiikki soi radiossa harvakseltaan ja *Suosikki*-lehti kuului suomalaisnuorison suosituimpiin populaarikulttuurin tietolähteisiin. Nykyisin musiikkinsa voi kuunnella suunnattoman monelta eri jakelukanavalta. Pitkäikäinen vuodesta 1961 asti ilmestynyt *Suosikkikin* lopetti toimintansa vuonna 2012 (MTV 2012). Musiikkijournalismin kenttä kaipasi uusia näkökulmia.

Nuorgamin tiimi huomasi tilaisuutensa tulleen ja hyödynsi useita erilaisia internetin mahdollistamia artikkelien toteutustapoja. Niistä merkittävin ja eniten painetun median konventioista eroava toteutustapa on multimediasisällön upottaminen artikkeleiden leipätekstin lomaan. Upotettavista sisällöistä esimerkkinä ovat itse laaditut Spotify-soittolistat ja aiheeseen liittyvät YouTube-videot. Sivustolla on esimerkiksi kolmiulotteinen tagipilvi artistien ja yhtyeiden nimistä ja myös toistuva palsta valokuvaaja Tomi Palsan tekemistä GIF-animaatioista. Nämä animaatiot esittelevät erilaisia artisteja ja yhtyeitä livekeikoilla.

Nuorgamissa on paljon musiikkijournalismin perinteestä tuttuja tekstityyppejä ja piirteitä, kuten kritiikkejä, diskografioita, kappale-analyysisarjoja, pitkiä tarinallisia artikkeleja, infografiikkaa ja artisti- ja yhtyeahaastatteluja. Monipuolisine sisältöineen *Nuorgam* vetosi kaltaiseeni musiikkiniörttiin. Seurasin *Nuorgamia* mielenkiinnolla päivittäin. *Nuorgamissa* kiehtoi usein päivittyvä kiinnostava monipuolinen sisältö, ammattimaisesti kirjoitetut artikkelit ja tekijätiimin

persoonallinen ote musiikkijournalismiin. Jopa pitkän artikkelin jaksoi useimmiten lukea kokonaan vaikka bussissa älypuhelimien näytöltä, koska yleensä juttu oli toteutettu todella kiinnostavalla tavalla. Esimerkiksi YouTube-videoupotukset toivat leipätekstin lomaan audiovisuaalisia lukutaukoja. Aihevalinnat olivat usein ilahduttavia. Esimerkiksi Leevi and the Leavings -yhtyettä, jota nykymediassa analysoidaan harvakseltaan, käsiteltiin sekä verkkoversiossa että *Nuorgamin printissä*. Myös kiinnostavia *Nuorgamin* laatimia soittolistoja oli mukavaa lisätä oman Spotifynsä musiikkikirjastoon. Esimerkiksi Juuso Janhusen ”Rakkaudesta foniin” -artikkelin (Janhunen 2012) yhteydessä oleva soittolista nimeltä ”NRGM #63 Saksofoni lämmittää sydäntä” kokosi yhteen 54 kappaletta, joissa sykehdyttävät saksofonisävelet ovat suuressa osassa. Lähes nelituntisen soittolistan helmiä ovat muun muassa Saden ”Smooth Operator” ja Spandau Balletin ”True”. *Nuorgamista* paistoi läpi tekijätiimin omaehtoisuus ja intohimo musiikkiin.

Nuorgam palkittiin vuoden verkkomediana Tampereella Musiikki & Median palkintogaalassa lokakuussa 2012 (Musiikki & Media Finland 2012). Tekijätiimi lopetti *Nuorgamin* toiminnan 30. marraskuuta 2013. Sen jälkeen sivustoa ei enää ole päivitetty. (Nuorgam 2013b) Sivusto on edelleen kokonaisuudessaan luettavissa vanhassa tutussa osoitteessa Helsingin kaupunginkirjaston arkistoina (Helsingin kaupunginkirjasto 2014).

Mielestäni on ällistyttävää, että *Nuorgam* onnistui ponnistamaan näin korkealle pelkän vapaaehtoistyön voimalla. *Nuorgamin* lopettamisesta eli marraskuusta 2013 on nyt kulunut noin vuosi. Tänä aikana suomalaiselle musiikkimediakentälle ei ole ilmestynyt vastaavanlaista uutta verkkomedia-ilmiötä.

1.1 Tutkimuksen tavoite, aiheen rajausta ja teoreettinen viitekehys

Tutkin *Nuorgam*-musiikkimediata nykyaikaisena musiikkijournalismin ilmiönä. Keskityn selvittämään, millaisilla keinoilla *Nuorgam* onnistui olemassaolonsa vuosina 2011–2013 saavuttamaan omien sanojensa mukaan kaiken, mitä vapaaehtoisvoimin toimiva musiikkiverkkomedia voi Suomessa saavuttaa. *Nuorgam* oli hyvin poikkeuksellinen ilmiö suomalaisella musiikkiverkkomediakentällä, koska se perustui vapaaehtoisuuteen ja hyödynsi verkkojulkaisemisen mahdollisuuksia Suomessa ennennäkemättömällä tavalla. Siksi on tärkeää tutkia, missä asioissa piilee *Nuorgamin* menestyksen salaisuus.

Journalismi on tällä hetkellä suuressa murroksessa. Tämä murros näkyy luonnollisesti monissa journalismin alalajeissa, niin myös kulttuuri- ja populaarimusiikkijournalismissa.

2000-luvun alussa puhe journalismin kriisistä on kiihtynyt. Kriisissä näyttävät olevan sanomalehdistön talous, journalismin uskottavuus ja laatu. Kriisitunnelmia journalismin kentälle on tuonut ennen kaikkea internetin haaste. Kun internet on täynnä ilmaisesti luettavaa ja ladattavaa aineistoa, kuka on enää valmis maksamaan alan ammattilaisten mediataloissa tekemästä journalismista. Myös journalismin kaupallistumisesta ja viihteellistymisestä puhutaan paljon. (Väliaverron 2009, 7)

Nuorgam käänsi päälaelleen suomalaisen mediakenttään juurtuneen perusolettamuksen siitä, että alan ammattilaisten tekemä journalismi olisi aina maksullista. Kun tutkin *Nuorgamia* nykyaikaisena mediailmiönä, käytän apuna seuraavaksi esittelemiäni teorioita.

Tarkastelen *Nuorgamin* tekemisen luonnetta Mark Deuzen, Charles Leadbeaterin ja Paul Millerin esittämien väitteiden valossa. Deuzen (2007, 74) mukaan digitaalisen aikakauden mediatyö on monimutkainen kokonaisuus, jossa työ, elämä ja vapaa-aika ovat keskenään vuorovaikutuksessa. Tähän ilmiöön liittyy myös käsite ammattimainen amatööri (professional amateur eli pro-am). Tällainen henkilö pyrkii amatöörimäisessä vapaa-ajan toiminnassaan saavuttamaan mahdollisimman ammattimaisen tason. Pro-amit käyttävät vapaa-aikanaan tietämystään ja taitojaan, jotka ovat kertyneet heille ajan mittaan esimerkiksi työelämässä. (Leadbeater ja Miller 2004, 20)

Etsin *Nuorgam*-verkkosivuston toteutuksen lähtökohdista yhteneväisyyksiä hypermedian lainalaisuuksiin. Web-julkaisemisen keskeinen ilmaisumuoto on hyperteksti (Felker 2002, 326). Stephen Papon, Robert Goldman ja Noah Kersey ovat tutkineet web-sivujen suunnittelua hypertekstin estetiikan ja visuaalisen sosiologian näkökulmasta. Kun käytetään hypertekstiä, syntyy hypermediaa. Se on tekstin, äänen, videon ja valokuvien kokoelma, jonka osat ovat elektronisesti linkitettyinä toisiinsa. (Papon, Goldman ja Kersey 2004, 1624)

Kun analysoin *Nuorgamin* yleisösuhdetta, niin käytän apunani seuraavia Hugh Dalziel Duncanin, Merja Hurrin, Charlie Geren ja Henry Jenkinsin väitteitä.

Sovellan tutkimuksessani Duncanin kehittämää kulttuurijournalismin kolmiomallia (Duncan 1967, 211) Hurrin laajentamana (Hurri 1993, 78). Malli käsittelee taiteilijan, kriitikon, yleisön ja välineen vuorovaikutusta.

Geren mukaan online-yhteisöt antavat käyttäjille mahdollisuuden haravoida esille valtavasta mediasisältöjen maailmasta heitä itseään kiinnostavat aiheet. Uusien mediateknologioiden myötä median kuluttajat eivät ole pelkkiä passiivisia vastaanottajia, vaan nykyisin enenevässä määrin aktiivisia tuottajia. (Gere 2008, 212)

Myös Jenkins on tutkinut samantyyppistä yleisön asemaa. Hän kuvailee tätä konvergenssikulttuurina, jossa mediankuluttajat löytävät itseään kiinnostavia sisältöjä mediavirroista ja myös vuorovaikuttavat toisten mediankuluttajien kanssa (Jenkins 2004, 37).

Selvitän *Nuorgamin* julkaisemien kritiikkien perusluonnetta. Merja Hurri määrittelee kulttuurijournalismin symboliseksi taisteluksi vallasta eli kulttuurisesta pääomasta. (Hurri 1993, 76) Pierre Bourdieun mukaan henkilöllä pitää olla kulttuurista pääomaa, mikäli henkilö mieli määritellä, mikä kulttuuri on hyvää ja mikä huonoa (Bourdieu 1984, 65). Tässä tapauksessa musiikkijournalistilla on siis kulttuurista pääomaa, jonka avulla hän voi arvottaa erilaisia kulttuurituotteita.

Tutkin, mihin Hurrin määrittelemiin kulttuurijournalismin alalajeihin *Nuorgam* sijoittuu. Hurri jakaa kritiikin eli kulttuurijournalismin kolmeen eri alalajiin: esteettinen, journalistinen ja popularisoiva kritiikki. Kulttuurijournalismin aseman ja luonteen voi siis hahmotella sen mukaan, millainen on kriitikon suhde kentän muihin osatekijöihin, eli välineeseensä, taide-elämän edustajiin tai yleisöön. (Hurri 1993, 79) Hurri listaa myös neljännen hypoteettisen tilanteen, jossa kriitikko ei ole kiinteästi sidoksissa arvoihin tai instituutioon, vaan pelkästään omiin näkemyksiinsä.

Tarkastelen *Nuorgamin* verkkoversion ja printtilehden sijoittumista joukkoviestinnän kiertoihin. Risto Kunelius on kirjoittanut joukkoviestinnän ensimmäisestä ja toisesta kierrosta, jotka määrittelevät joukkoviestinnän tuotannon logiikkaa. Ensimmäisessä kierrossa joukkoviestintäyrityksen tuote on sanoma ja tuotteen markkinat ovat yleisön maut, tarpeet ja halut. Yleisö maksaa tuotteesta yritykselle. Toinen kierto alkaa itse tuotteesta, joka tuottaa itse yleisönsä. Tuote vangitsee tuotteesta kiinnostuneiden ihmisten huomion. Tuotteesta kiinnostuneen yleisösegmentin huomio on siis kauppatavaraa, jonka joukkoviestintäyritys myy mainostajille. (Kunelius 2003, 80) *Nuorgamin* printin suhteen tarkastelen Herbert Pimlottin väitettä, jonka mukaan printtimedia on väline, jonka välityksellä voi esittää huomattavasti pidempiä artikkeleja kuin sähköisissä välineissä (Pimlott 2011, 520).

1.2 Tutkimuskysymykset

Tutkimustani eteenpäin johdattava pääkysymys eli ensimmäinen tutkimuskysymys on: ”Mikä oli *Nuorgamin* tekijöiden motiivi *Nuorgamin* tekemiseen?” Tarkentava alakysymys eli toinen tutkimuskysymys on: ”Millaisilla työtavoilla tekijät pääsivät tavoitteeseensa eli onnistuivat tekemään merkittävän musiikkiverkkomedian?” Nämä kaksi tutkimuskysymystäni sopivat yhteen tutkimukseni tavoitteen kanssa. Tavoitteeni on selvittää, millaisin keinoin *Nuorgam* onnistui olemassaolonsa vuosina 2011–2013 saavuttamaan omien sanojensa mukaan kaiken, mitä vapaaehtoisvoimin toimiva musiikkiverkkomedia voi Suomessa saavuttaa. Tulkitseen tekemiäni havaintoja edellisessä luvussa esitellyn teoreettisen viitekehyksen avulla.

2 AINEISTO JA MENETELMÄT: TAUSTAT SELVILLE TEEMAHAASTATTELUILLA

Tutkimusmetodini on teemahaastattelu. Valitsin menetelmäksi teemahaastattelun, koska se on sopiva tapa kerätä ääneen lausuttua tietoa haastateltavien henkilöiden kokemuksista ja ajatuksista *Nuorgamin* ja musiikkijournalismin suhteen.

Tein kolme teemahaastattelua lokakuussa 2014. Haastattelin 15.10. Helsingissä Oskari Onnista (Ylioppilaslehden toimittaja), 16.10. Helsingissä Matti Markkola (Ilta-Sanomien sosiaalisen median tuottaja) ja 27.10. Tampereella Antti Lähde (Aamulehden toimittaja). He kaikki ovat olleet mukana perustamassa ja konseptoimassa *Nuorgamia*. Markkola oli *Nuorgamin* vastaava toimittaja, kun taas Onnisella ja Lähteellä oli toimitussihteerimäinen ote *Nuorgamin* tekemiseen. Heitä voi kutsua tiimin ydinhenkilöiksi ja heidän työpanoksensa *Nuorgamin* eteen on ollut merkittävä koko projektin ajan. Tämän vuoksi halusin haastatella juuri heitä.

Kysyin kaikilta haastateltavilta teemahaastattelun kysymykset, jotka ovat tutkimuksen liitteenä. Äänitin kaikki kolme haastattelua. Tallennettua haastattelumateriaalia on yhteensä 122 minuuttia. Tämä haastattelumateriaali muodostaa tutkimukseni aineiston. Kuuntelen haastatteluäänitteitä tietokoneella ja litteroin haastatteluista sitaattipaimintoja, jotka liittyvät tutkiini teemoihin.

Analysoin *Nuorgamin* tekijöiden motiivia ja tekotapoja. Tutkimukseni on aineistolähtöinen eli pyrin luomaan tutkimusaineistosta teoreettisen kokonaisuuden. Aineiston analyysi on teoriaohjaava. Teoriaohjaavassa analyysissä teoria voi toimia apuna analyysin etenemisessä. Tutkijan ajatteluprosessissa vuorottelevat aineistolähtöisyys ja valmiit teorioiden tarjoamat mallit. (Tuomi ja Sarajarvi 2009, 95–99) Analyysini alkaa aineistolähtöisesti eli haastattelujen purkamisella. Teoriapohja nousee myöhemmin analyysin etenemisen aikana elementiksi, joka ohjaa aineistoni tulkintaa.

3 ANALYYSI JA TULOKSET: MIKSI JA MISTÄ NUORGAM ON TEHTY?

Analyysiosassa tulkiten teemahaastatteluissa esiin tulleita näkökulmia teoreettisen viitekehyksen sisältämien teorioiden avulla. Lopuksi vastaan tutkimuskysymyksiini ja esittelen tutkimustulokset.

3.1 Analyysi

Olen jaotellut analyysin kahdeksaan alalukuun, joista kukin keskittyy käsittelemään tiettyä teemahaastatteluista esiin noussutta näkökulmaa. Teemahaastattelujen analyysivaiheessa havaitsin, että kaikki haastateltavat kuvailivat *Nuorgamin* tekemisen motiiveja ja tekotapaa samantapaisesti.

3.1.1 Nuorgam lähtöruudussa

Oskari Onnisen, Matti Markkolan ja Antti Lähteen mukaan suurin syy *Nuorgamin* perustamiseen oli suomalaisen musiikkijournalismin kehno tila. *Nuorgamin* tekijätiimin jäseniä yhdisti intohimo musiikkiin ja halu tehdä entistä parempaa musiikkijournalismia nykyaikaisin keinoin.

Meit oli porukka Rumban avustajii, jotka kyllästyttiin siihen, miten huonoo musiikkijournalismii Suomessa tehtiin verkossa. – – Huomattiin, että kuitenkin luetaan tosi paljon niinkun jotaa jenkkiäisii musiikkisivustoi ja vastaavii, et Suomessa oli täysin erilainen tekemisen kulttuuri verkossa, mitä se oli missään muualla. – – Pitkäaikaisen kitinän jälkeen päätettiin, että nyt loppukoot, tehään oma. Käytännössä päädyin mukaan, koska olin näitä kitisijöitä. (Oskari Onninen)

Journalistikaveriporukka päätti, ettei jää valittamaan, vaan halusi käyttää energiansa mielummin ideointiin ja luovaan työhön. Onninen mainitsee *Nuorgamin* esikuviksi esimerkiksi chicagolaisen Pitchforkin ja newyorkilaisen Stereogumin, jotka osaavat kumpikin hyödyntää internetin mahdollisuuksia nykyaikaisesti. Tekijätiimin ydinporukalla oli sangen yhteneväiset visiot siitä, mitä *Nuorgam* voisi olla.

Tosi paljon vaan kerättiin referenssisivuja ja referenssiartikkelityyppejä ja vastaavia, et sinänsä siin on tai jotenki vähän ehkä konkretian kautta hahmoteltiin, että millaisia nää jutut täällä vois olla, tai niinkun esimerkin kautta, mut jotenkin se, tosi paljon siin oli sellasta, et alettiin tehdä jotain ja sit se toimi tai ei toiminu. On siellä yhteen osaan jääneitä juttusarjoja seassa olemassa. (Oskari Onninen)

Nuorgamin tekijöitä voidaan pitää ammattimaisina amatööreinä. Ammattimainen amatööri (professional amateur eli pro-am) tarkoittaa henkilöä, joka pyrkii amatöörimäisessä vapaa-ajan toiminnassaan saavuttamaan mahdollisimman ammattimaisen tason. Tästä eteenpäin käytän ammattimaisesta amatööristä käsitettä pro-am. Pro-ameille vapaa-aika ei ole passiivista aikaa, vaan enemmänkin aktiivista osallistumista. Pro-amit käyttävät vapaa-aikanaan tietämystään ja taitojaan, jotka ovat kertyneet heille ajan mittaan esimerkiksi työelämässä. (Leadbeater ja Miller 2004, 20)

Nuorgamin tekijöistä suurin osa oli työskennellyt jo ennen *Nuorgamia* enemmän tai vähemmän musiikkijournalismin parissa. Näin ollen tekijäjoukolle oli ehtinyt kertyä runsaasti tietotaitoa ja näkemystä siitä, kuinka musiikkijournalismia tehdään. He siis käyttivät aikaisemmin hankkimiaan taitoja *Nuorgamin* kehittämiseen ja ylläpitämiseen vapaa-ajan toimintana. *Nuorgamin* voi siis luokitella toimintaperiaatteensa vuoksi pro-am-lähtöiseksi projektiksi. *Nuorgam* on ammattitaitoisten henkilöiden oma voittoa tavoittelematon vapaa-ajan projekti, jonka lopputulos on kilpailukykyinen kaupallisten ammattimaisten musiikkiverkkomedioiden kanssa. *Nuorgam* todisti, että nykyaikainen suomalainen musiikkiverkkomedia on mahdollista toteuttaa, vaikka sitten vapaaehtoisvoimin.

Markkolan mukaan *Nuorgamin* tiimi halusi näyttää suomalaisille ja maailmalle, että Suomessa on osaamista kansainvälisen mittapuun nettijournalismin tekemiseen.

Me haluttiin niinku tavallaan tuoda suomalainen musiikkimedia 2010-luvulle. Ei se silloin mun mielest, niinku verkkomusiikkimedia, ei se silloin ollu [2010-luvulla], ja nyt se on taas vähä ehkä taantunu. Se oli tavoite ja siinä onnistuttiin kyllä. Harrastukseks se otettiin, meillä tiedettiin myös alusta alkaen omista kokemuksistamme, että musiikkibisnes on tosi nappikauppaa Suomessa. Ei niinku todellakaan haaveiltu missään vaiheessa, että tää nyt on joku meidän elämäntyö. Me kaikki oltiin omissa paikoissamme töissä. (Matti Markkola)

Charlie Geren mukaan online-yhteisöt antavat käyttäjille mahdollisuuden etsiä ja löytää mediatarjonnan valtamereistä mediasisältöä, joka vastaa heidän omia tarpeitaan. Näin jopa pientä piiriä kiinnostavat niche-aiheiset artikkelit löytävät tiensä lukijoiden luokse. (Gere 2008, 212) Onninen muotoilee *Nuorgamin* tavoitteen olleen ”tehdä Suomeen sellainen musiikkiverkkomedia, jota me itse haluaisimme lukea”.

Luotettiin tosi paljon kyl siihe, et muut haluaa samaa kuin me itse. (Oskari Onninen)

3.1.2 Nuorgamilainen työnjako

Mark Deuzen mukaan digitaalisen kulttuurin aikakaudella mediaan liittyvässä työssä on lukuisia erilaisia tuottamis- ja innovaatioprosesseja. Mediatyö on monimutkainen kokonaisuus, jossa työ, elämä ja vapaa-aika ovat keskenään vuorovaikutuksessa. Tätä monimutkaisen palapelin hallintaa helpottaa informaatioteknologian nopea kehitystahti. (Deuze 2007, 74)

Kaikki *Nuorgamin* tekijät tekivät verkkojulkaisun eteen työtä omalla ajallaan ja vapaaehtoisesti. Tekijätiimillä oli ja on edelleen aktiivinen Facebook-ryhmä, joka toimii tekijätiimin keskinäisviestintävälineenä. *Nuorgam*-tiimin jäsenet laativat juttunsa omilla tietokoneillaan ja julkaisivat ne WordPressin kautta, joten tämäntyyppinen *Nuorgam*-työskentely ei ollut sidoksissa aikaan tai paikkaan. Onninen kertoi haastattelussa kirjoittaneensa juttuja toisinaan aamuyölläkin. Informaatioteknologian kehitys on siis tuonut joustavuutta ja mahdollisuuksia tämäntyyppisten verkkopohjaisten projektien toteuttamiseen.

Markkolan mielestä verkkomedialla ei voi olla päätoimittajaa, jos sillä ei ole varsinaista toimitustakaan. Sopiva nimike hänelle oli siis *Nuorgamin* vastaava toimittaja.

Katoin meidän kaikki jutut läpi ja niinku tavallaan olin vastuussa. Meillähän oli pari sellaista kiistanalaista juttuakin, joista tuli niinkun kohua, niin sitten mä olin siellä omalla nimelläni vastailemassa, koska mä olin se vastaava toimittaja. Mut en mä ollut siinä mielessä päätoimittaja, että ei kaikki juttuideat mitenkään kulkenu mun kautta ja pitäny saada jotain mun hyväksyntää tai mitään. (Matti Markkola)

Markkola keskittyi nimenomaan toimitusjohtajamaiseen koko operaation pyörittämiseen ”firmassa, jota ei ole olemassa” ja kirjoituspuolella asettui tietoisesti taka-alalle. Markkolan, Onnisen ja Lähteen mukaan kenelläkään muulla nuorgamilaisella ei ollut virallista tittelii, joka määrittelisi työnkuvan tarkasti.

Kaikki otti just sellasen roolin ku kukakin katsoi itselleen sopivaks, kun kellekään ei mitään mistään ollu tarkoituskaan maksaa. (Antti Lähde)

Musiikkialan ja verkkojulkaisemisen moniosaaja Tommi Forsström koodasi *Nuorgam*-sivuston. Markkolan mukaan hän toteutti ydinporukan ideat siitä, miltä nykyaikainen musiikkiverkkosivusto voisi näyttää ja miten se toimii.

Kenenkään ei tarvinu käytännössä esittää juuri mitään mielipiteitä niistä asioista, jos vähän osas sanoo sinnepäinkin, se [Forsström] osas kyllä ratkasta ne asiat. Se oli aika sillee niinkun, se vähä mitä ymmärrän tollasesta WordPress-pohjaisesta toiminnasta, niin ihmiset jotka WordPressiä käyttää työkseen sano, että se oli kyllä tosi hyvin tehty sillä niinkun perustyökalulla. (Antti Lähde)

Lähteen mukaan vastaava toimittaja ja verkkosivun teknisestä toteutuksesta vastaava henkilö ovat käytännössä välttämättömiä, jos suunnittelee perustavansa uuden omaehtoisen verkkomedian.

Yleensä puuttuu tämmönen mattimarkkolamainen ihminen, kun tämmösiä ruvetaan tekeen, että ne on kaikki sitten jotain, haluaa vaan kirjottaa jotain, ja sitten siitä ei synny koskaan mitään. Puuttuu joko niinku natsi toimituspäällikkö, tai sitten puuttuu tekninen osaja, tai sitten puuttuu tämmönen, joka osaa säätää hauskoja pieniä yhteistyökuvioita ja semmosta pientä kuhinaa siinä ympärillä, ilman että se on mitään sellasta päälle liimattua konsulttitouhua. (Antti Lähde)

Omien Nuorgam-juttujensa kirjoittamisen ohella Lähde editoi muiden nuorgamilaisten juttuja ja piti yleisesti huolta siitä, että aikatauluista pidetään kiinni. Hänen mielestään on tärkeää, että toimitusprosessit toimivat.

Siin oli niin hyvät ainekset, että olis harmittanu, jos se ois jääny sellaseks, että ihmiset nyt tekee, mitä silloin tällön haluaa ja sit se jää semmoseks löysäks. Että otin siinä sitten vähän niinku sellasta toimitussihteeriotetta. (Antti Lähde)

Nuorgamin internet-sivujen listauksen mukaan 127 eri henkilöä tuotti sisältöä Nuorgamiin (Nuorgam 2013c). Lähteen lisäksi myös Onninen teki toimitussihteerimäistä työtä oikolukemalla juttuja ja julkaisemalla niitä WordPress-sisällönhallintajärjestelmän kautta Nuorgam-sivustolle. Nuorgamin toimintaperiaate oli Onnisen, Markkolan ja Lähteen mukaan hyvin omaehtoinen ja antoi tekijöille todella vapaat kädet luovaan työskentelyyn.

Kun kukaan ei saanut mitään, oli hirveen helppo sopia asioista ja jokainen sai tehdä [juttuja] juuri siitä, mistä halus. Olin alusta saakka tosi luottavainen, että sitä kautta tulee tosi hyvää sisältöä, kun ihmiset saa tehdä niinkun mistä ne haluaa ilman sellaista hirveen niinku selkeää linjaa. (Antti Lähde)

Toisaalta se niinku samaan aikaan, että vaikka lähtökohta oli sellainen, että ois ollu jonkinlainen tavoite, se syntyi tarpeesta ja sen tarpeen täyttäminen oli tavoite, mutta niinkun minkäänlaista tavoitetta ei mietitty missään vaiheessa sen enempää. Pikemminkin niin, että kuhan vaan tehtiin asioita, mitä nyt satuttiin haluamaan tehdä ja mitä koettiin, että joku ois halunnu lukee, paitsi että sitäkin mietittiin tosi vähän. Enemmänkin se meni niin päin, että 90 prossaa ehdotetuista jutuista sai tehdä, kun vaan teki. (Oskari Onninen)

Lähteen mukaan oli ratkaisevaa, että Nuorgamin eniten vastuuta ottavat henkilöt eivät olleet ollenkaan toistensa reviiireillä. Tällainen tilanne muodostui Nuorgamissa kuin itsestään. Lähde uskoo, että Nuorgamin menestyksen kannalta oli ratkaisevaa, että mukana oli juuri tällainen ydinporukka omine fokusalueineen. Tekijät olivat Lähteen mukaan myös todella innoissaan, koska vastaavanlaista musiikkimediaa ei ollut aiemmin vielä ollut Suomessa.

3.1.3 Verkkomedia webin ehdoilla

Web-julkaisemisen keskeinen ilmaisumuoto on hypertexti. Se on teksti, joka on suunniteltu siten, että sen lukemisen voi aloittaa haluamastaan kohdasta ja sen voi lukea haluamassaan järjestyksessä (Felker 2002, 326). Hypertekstin keskeinen ominaisuus on hyperlinkki, eli linkki, jota klikkaamalla sivun lukija ohjautuu toiseen paikkaan joko kyseisellä sivustolla (tässä tapauksessa *Nuorgamin* sivustolla) tai sitten määränpääksi on asetettu jokin muu websivusto. Koska periaatteessa mihin tahansa world wide webissä julkaistuun sisältöön voi tehdä hyperlinkin, hypertekstuaalisuutta on mahdollista hyödyntää laajalti world wide webin sisältöjen parissa. (Papson, Goldman ja Kersey 2004, 1624)

Hypermedia on luonteeltaan hypertekstuaalista. Hypermedia on tekstin, äänen, videon ja valokuvien kokoelma, jonka osat ovat elektronisesti linkitettyinä toisiinsa. Linkit tarjoavat aina lukijalle mahdollisuuden valita, millaista sisältöä hän ryhtyy tarkastelemaan seuraavaksi. (Papson ym. 2004, 1624)

Noi linkit, niitä käytettiin Suomessa vielä tosi vähän tossa vaiheessa kun me perustettiin toi. Esimerkiks sen takia, koska siitä oli laillinen epäselvyys olemassa, että jos laittaa YouTubesta linkin omalle sivulleen, ja se on laittomasti YouTubeen upattu video, niin voidaanko se juridisesti katsoa, et sä levität sitä laitonta teosta. – – Se oli meiltä kyllä silloin ihan tietoinen päätös, että jos tästä tulee, niin tehdään sit ennakkotapaus. (Oskari Onninen)

Nuorgamin lähtökohta oli se, että kaikki tehdään webin ehdoilla. *Nuorgam* hyödynsi journalistisessa ilmaisussaan paljon hypermedialle tyypillisiä multimediaupotuksia YouTube-videoista ja Spotify-soittolistoista.

Mehän oltiin ekoja Suomessa, jotka teki silleen niinku Buzzfeediä niinku sitä kuuluu tehdä, siis sillee, et oli niinku listajuttuja, joissa oikeesti oli rakennettu niinku nettijournalismin kerrontatavoilla otsikkoa, kuvaa ja videonkäyttöä myöten, meil oli animoituja giffejä ja kaikkee tällästä jo kolme vuotta sitten. Se oli just sitä leikkimistä sillä, että me nähtiin, et maailmalla tehdään näitä ja nää on hauskoja: miksei kukaan Suomessa tee tätä samaa? (Matti Markkola)

Charlie Geren mukaan yleisön matka kohti aktiivista tuottamista alkoi jo silloin, kun nauhoittavat video- ja audiolaitteet tulivat ensimmäistä kertaa kuluttajien saataville. (Gere 2008, 213) Jo silloin mediankuluttajat nauhoittivat liipasinsormi rec-nappulalla kappaleita uuteen järjestykseen tyhjille c-kaseteille. Nyt 2010-luvulla *Nuorgam*-tiimi käytti Spotifyä luodakseen kulloiseenkin aihepiiriin liittyviä soittolistoja, jotka upotettiin *Nuorgamin* verkkosivuille. *Nuorgamin* lukijoilla puolestaan oli mahdollisuus seurata näitä listoja oman Spotify-käyttäjätilinsä kautta.

On turha ehkä lähteä erittelemään yksittäisiä keinoja, että miten jotkin yksittäiset asiat on vaikuttanu. Koko lähtökohta oli se, että me tehdään tätä netissä ja me tehdään tätä sillä

tavalla miten niinkun 2010-luvun alussa verkkomediaa kuuluis tehdä. Jos se vaikutti tossa määrin erityiseltä, niin enimmässä määrin se on sitten ollut muiden huonoutta kuin sitä, että me oltais jotenkin niinkun tosi siinä mielessä urauurtavii tai mitä tahansa tollasta. Et jos mä mietin monia muita Suomen ulkopuolisia verkkomedioita tuohon aikaan, niin ei me mun mielestä netin suhteen tehty juuri mitään silleen hienommin tai paremmin. (Oskari Onninen)

Lähteen mielestä oli tärkeää, että *Nuorgamissa* oli säännöllisesti toistuvia elementtejä. Niitä olivat erilaiset toistuvat sarjat, kuten pop-klassikot ja levyarviot. Osa listajutuista liittyi ajankohtaiseen musiikkiin, kun taas osa tarkasteli popmusiikin historiaa.

Kovin moni Suomessa ei tehny noin järjestelmällisesti listajuttuja. Et sehän oli niinku tosi keskeinen lukijan koukuttaja-asia, että meillä pyöri koko olemassaolon ajan joku lista siellä. Saattoi olla niinkun päivittäisiä listajuttuja, että kymmenen asiaa on yhdessä jutussa, mut samaan aikaan listoja, jotka jatkuu kuukauden, tai 111 osan listoja, jotka jatkuu läpi kesän, että siinä pysty niinkun olee täysin tollasia holtittomia projekteja myös. (Oskari Onninen)

Listat ja muut toistuvat elementit toivat Lähteen mukaan rungon ja ryhdin *Nuorgamiin*. Listat olivat myös omiaan sitouttamaan lukijoita, koska oli mielenkiintoista odottaa, mitä listalta paljastuukaan esimerkiksi seuraavana päivänä.

Ne [toistuvat elementit] toi sellasen rungon siihen, että sellaista niinkun oikean median tuntua, ettei se oo vaan sellasta, että koko ajan tulee vaan satunnaista tavaraa. Sitten kun oli sellainen runko, niin ne yksittäiset jutut, mitä me julkastiin, saattoi olla ihan mitä tahansa. Kunnan artikkelit, lukujutut, saattoi olla mitä tahansa aiheeltaan. (Antti Lähde)

Nämä lukujutut olivat useimmiten aika pitkiä artikkeleita. Esimerkiksi Gaius Turusen artikkeli ”Fleetwood Mac – neurooseja ja sinnikkyyttä” on pituudeltaan yli 37 000 merkkiä (poiminta 1). Artikkelin on julkaistu *Nuorgamin* verkkosivujen Diskografiat-osiossa 25.10.2013.

Leipätekstin lisäksi artikkelissa on gif-animaatio, valokuvia, lainauksia kappaleiden lyriikoista, infografiikka ja upotettuja YouTube-videoita. Tämäntyyppiset artikkelit eivät olisi välttämättä sellaisinaan istuneet esimerkiksi painettujen musiikkilehtien konseptoiduille palstoille, joilla on yleensä tarkoin määritellyt merkkimäärät.

Siellä oli tosi paljon sellasii myös hetkiä, että jutut oli holtittomasti liian pitkiä, että oishan niitä voinu lyhentää ja vastaavaa. Jos periaate oli se, että nettiin mahtuu, niin sit laitetaan sinne. Jotenki tossa mielessä toimittiin ehkä editoinnin kannalta typerästi, mut sit samaan aikaan se, keneltä se nyt on sit... tai okei, se on pois, jos juttu on huonompi kuin mitä se on oikeesti, mut sit samaan aikaan se, et miks lähtee inttämään sitä, et voisiksä niinkun editoida kolmanneksen pois, ei meillä semmoseen ollu sit aikaa eikä haluukaan. (Oskari Onninen)

Poiminta 1. Ote artikkelista.

Turunen, Gaius (2013). *Fleetwood Mac – neurooseja ja sinnikkyyttä*. Saatavilla:

<http://www.nrgm.fi/artikkelit/fleetwood-mac-neurooseja-ja-sinnikkyutta/> [Viitattu 8.12.2014.]

”

HELSINGIN KAUPUNKINKIRJASTO
HELSINGFORS STADSBIBLIOTEK
HELSINKI CITY LIBRARY

NRGM

♥ kirjasto

Etsi kirjastosta...

ARTIKKELIT HAASTATTELUT ARVIOT SOITTOLISTAT

SATUNNAINEN

Google™-tämähaku

DISKOGRAFIAT

Fleetwood Mac – neurooseja ja sinnikkyyttä

25.10.2013, Gaius Turunen

Tykkää

48

Pistä

1



Fleetwood Macin Suomen-keikan piti olla tänään. Keikan peruuttaminen käsitellään tässä yhdellä gifillä. Sitten puhutaan musiikista.

”If music be the food of love, then play on.”

Shakespearea yhden parhaan levynsä nimessä vaatimattomasti lainannut **Mick Fleetwood** on noudattanut tätä neuvoa. Lukihiäriöisenä syntyneen rumpalin sisua ensin soiton opettelussa ja sitten Fleetwood Macin pyörittämisessä basistikaveri **John McVie** kanssa jo 46 vuoden ajan on kunnioitettava, olkoon musiikista sitten mitä mieltä hyvänsä. Bändin vastoinkäymiset ovat sen verran tunnettuja.

Fleetwood Macin diskografia ei ole helppo tapaus. Harva bändi pohjautuu rytmiseksi jatkuvuudelle ja laulukirjoittajakeulakuvien vaihtamiselle. Niinpä mielipiteet bändin eri kokoonpanoista ovat yhtä kirjavia kuin sen musiikki. Vähemmässä ovat ne, jotka pitävät miltei kaikesta tuotannosta. Röyhistan juuri rintaani.

Yleensä Fleetwood Macin kolme päivävihettä erotellaan näin:

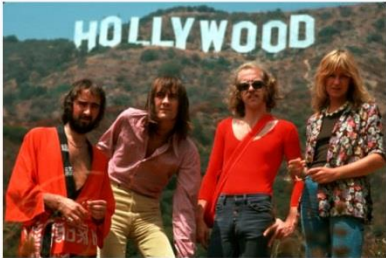
I Peter Greenin vuodet (1967–1970)



Bluesrukous. John McVie, Danny Kirwan, Mick Fleetwood, Peter Green ja Jeremy Spencer.

1960-luvun brittiblueslegenda **Peter Green** oli niin vaatimaton mies, että nimesi perustamansa bändin Fleetwoodin ja McVien mukaan. *Blues Newsin*sä lukee, että aijit pitivät vain näistä ajoista ja katsoivat kaiken myöhemmän maanpetokseksi. Kitaristi Green otti huonoa huppaa, sekosi hieman ja jätti bändin. Ovesta seurasi pian **Jeremy Spencer**, joka siirtyi Mac-perheestä Jumalan lapset -uskonlahkoon.

II Bob Welchin vuodet (1971–1974)



DISKOGRAFIAT

- Leonard Cohen – Kuningas, Soturi, Rakastaja, Velho
- Destroyer – kosmonautti leipäjonossa
- Spacemen 3 – oodi katuhaassakalle
- Bongwater – unipäivakirjoja ja popkääsää
- Scott Walker – kaksi reittiä pimeään
- Pelle Miljoona – Rastamies ei nuku koskaan
- Prefab Sprout – kylähullun uskoa
- Talk Talk – valitse yksi viidestä!
- Yo La Tengo – kunnareita kriitikoille
- Fleetwood Mac – neurooseja ja sinnikkyyttä
- Kansas – 40 vuotta progen ja aikuisrockin rajamilla
- Soundgarden – rockin sulatusuuni
- Steely Dan – kylälevät kynänsikat
- Metallica – thrashmetalin lähetteliäistä valtavirtaheavyn messiaiksi
- Leevi & the Leavings - Antisankareita & alapahuumoria
- Slayer – tappajan muutokuva
- Nick Cave – laita puolen saamamies
- Queen – isompi on parempi, kaikessa
- The Fall – kevyt kuuntelijasyndrooma
- Bruce Springsteen – rock'n'roll pelastaa
- Rush – Lähempänä sydäntä
- Kiss – Naamioitu lemmonyssy
- Pet Shop Boys – pintaa ja syvemmältä
- Don Huonot – taidekoulurokkareista koko kansan suosikeiksi 14 vuodessa
- Primal Scream – pakopisteessä
- Roxy Music – sinun nautintosi vuoksi
- Mark Oliver Everett (E, Eels) – Ryyssistä ryyssihin, ruosteesta ruosteeseen
- Suede – 21 vuotta rakkautta ja myrkyä
- New Order – feeniksintu tanssilattialla
- Dinosaur Jr – passiivis-aggressiivisuuden ytimessä
- Janet Jackson – makuuhuoneiden popikoni
- 22-Pistepirkko – jurot ja tyytymättömät
- Kauko Röyhkä – koiria ja messias

UUSIMMAT

- Nuorgamin viimeinen matka 30.11.06:10
- Nuorgamin viimeinen matka – katso kuvat! 30.11.06:00
- Diskografiat 30.11.12:00
- Leonard Cohen – Kuningas, Soturi, Rakastaja, Velho 30.11.11:40
- Suomipopin valkeat helmet #30 Saara Suvanto – Kissat ja koirat ja linnutkin (1987) 30.11.11:20
- Nainen jolla oli maine – Dusty Springfieldin vuosikymmenet 30.11.11:00
- Nuorgamin totuus Vuoden 2013 parhaat albumit! 30.11.10:55
- Nuorgamin totuus Vuoden 2013 parhaat albumit, sijat 25–1 30.11.10:30
- Popparit piirretyissä – 6 suomipoppareiden esittämää lastenohjelman tunnussävelmää 30.11.10:00
- Diskografiat 30.11.10:00

Kuvankaappaus jatkuu seuraavalla sivulla.

Tunnetaan myös Fleetwood Macin unohdettuina vuosina. Welchin aikana bändin jäsenet vaihtuivat edelleen tiuhaan: Greenin oppipoika **Danny Kirwan** esimerkiksi erotettiin huonon käytöksen takia. Welch vei Macin kohtuullisella suosiolla kohti popin, hämyilyn, jazzin ja juurimusiikin yhteistä pistettä apunaan bändiin liittynyt kosketinsoittaja ja basisti vaimo **Christine McVie**.

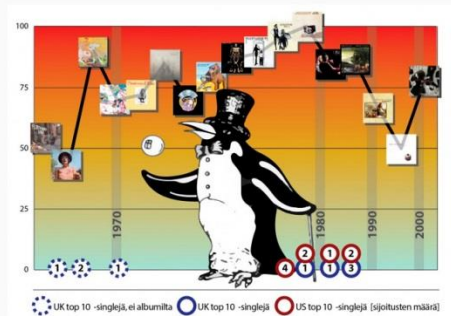
III Lindsey Buckinghamin ja Stevie Nicksin vuodet (1975–)



Räidellen rahaksi: Teemu Markkula tai Lindsey Buckingham, Christine McVie, Mick Fleetwood, John McVie ja Stevie Nicks.]

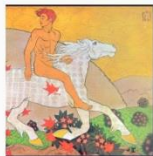
Aioli alkoivat luistaa kaupallisesti tämän seurustelevan kalifornialaistuon liittyä kaikista popmaisimpaan Fleetwood Maciin. Pankki rajatti kokonaan, kun he *Rumoursin* teon aikana erosivat McVien pariskunnan lailla ja saippuaoopperakonteksti sattumalta vain vahditti levyn myyntiä. Fleetwood Macin kokoonpanot ilman sekä Buckinghamia että Nicksiä eivät *Rumoursin* järjettömien myyntilukujen jälkeen ole oikein onnistuneet. Tämän todistavat yritykset vuosilta 1990 ja 1995, jotka molemmat saivat pensään vastaanoton.

Fleetwood Mac on kaikissa muodoissaan pystynyt kanavoimaan nämä tuskallut ja sotkut suoraan musiikkiinsa. Peter Greenin ahdistus kaupallisesta menestyksestä vaihtui Buckinghamin, Nicksin ja Christine McVien toisilleen suuntaamaksi sapeksi. Nämä ihmiset olivat yksinkertaisesti liian rehellisiä sekä lauluissaan että puheissaan. Siksi Fleetwood Mac viiltää ja ravistelee kuultaa yhä – Englannin luotettavimman rytmisektion sitä tasapainottaessa.



KOKEILE KOLMEA

Then Play On (1969)



Alkuaikojen ylivoimainen albuminäyttö on tässä. Fleetwood Mac ei ole enää jämähtäneen puristinen bluesbändi. *Then Play Onin* bluesmutaatiot kumpuavat jostain järjettömän syvän kaivon pohjalla viihtyvistä vanhasta sielusta, joka paljastuu Peter Greeniksi. Jokainen hänen soittamansa nuotti on harkittu, mutta jokainen voi myös sinua liikuttaa, jos vain niiden annat.

Closing My Eyes, Showbiz Blues, Before the Beginning... tätä paremmaksi ei valkomaataideblues pääse. Bändin uusi poika Danny Kirwan paikkaa myös kenttäänsä. *Coming Your Way* voisi olla Greeninkin assabiisi, kun taas Kirwanin popimmat vedot (kalhoisa *Although the Sun Is Shining*) laajentavat bändin maailmankuvaa vielä enemmän. Jeremy Spencerin huumoriplagiaattiosastoa ei tälle albumille päästetty ja hyvä niin.

Fleetwood Mac oli aikanaan Warnerin äänitesivien selkäranka, mutta se ei ole estänyt puljua kohteilemasta bändin diskografiaa kuin dementoitunutta enoa. *Then Play Onin* myöhemmät painokset sössittiin ensimmäisen vinyylitien jälkeen osittain uudella biisisisällöllä. Alkuperäinen brittijärjestys julkaistiin uudestaan tämän vuoden elokuussa, vaatimattomat 44 vuotta myöhemmin.

Ero versioiden välillä ei ole merkityksetön. Pisimpään ja parhaiten tunnettu järjestys ruokkii kuvaa kitarasankari Greenistä poistamalla muutaman Kirwanin biisin ja korvaamalla ne *Oh Wellillä*, tuolla kitararuntauksen ja myös -meditaation klassikolla. Kirwanin debiilisti lallatteleva *When You Say* oli toki levyn heikoin hetki, mutta miehen *Without You* ja *My Dream* taas sen parhaimmistoa. Jos levyjä ostat, osta Rhinon uusi CD, joka sisältää tämän kaiken jättäen *Oh Wellin* bonukseksi.

On outoa, että Macin johtajana pidetty Peter Greeniä kuullaan *Then Play Onilla* vähemmän kuin tämän oppipoikaa. Mutta Green oli avarakatseinen mies, joka tiesi bluespionismien olevan umpikuja. Antamalla Kirwanin popvaikuteille tilaa hän varmisti bändin jatkuvuuden ja teki samalla myönteisen päätöksen bändin "periaatteiden myymisen" suhteen. *Then Play On* oli siis ensimmäinen askel kohti *Rumoursia*, vaikka Greenin pikainen poistuminen rockmartyyrin hoitokotiin varmistikin sen, että bluesajajat pystyivät näkemään pyhimyksensä täysin puhtaana niin halutessaan.



Paikoillanne, valmiit! 8
olemalla tv-urheilutunni

TYKÄTYIMMÄT

- Cheek – Kuka muu muka?
- Karummat festariperuuntumiset ja niiden konvaajat
- Viisi alkoholisoituneinta kotimaista hardcorepunk-pioneeria
- Anssi Kela – Anssi Kela
- "Ei kaunimpaa voi todella tietää" – eli tarina siitä, kuinka työstä nimeltä Kikka tuli tahti
- Maailman poliittisesti epäkorrektuimmat bändit
- Nuorgam lopettaa toimintansa
- Jenni Vartiainen – Terra
- Mitä menit kysymään Osa 1 – "Tahdotko mut tosiaan?"
- R.I.P. Adam Yauch – maailman silein jättä

KOMMENTOIDUIMMAT

- Nuorgamin Suuri Bändilempimänsäkirja
- Karummat festariperuuntumiset ja niiden konvaajat
- Neijä sooloa*, jotka tekevät Eric Claptonista maailman parhaimman kitaristin
- Viisi alkoholisoituneinta kotimaista hardcorepunk-pioneeria
- Mitä menit kysymään Osa 1 – "Tahdotko mut tosiaan?"
- Kymmenen oikeasti hyvää euroviisua
- Scandinavian Music Group – Manner
- Nuorgam rukoilee – nämä artistit Suomeen
- Heitä me odotamme, osa 10
- Top 100 mahlanjuoksuajat – 2000-luvun nerot
- #1 Mika Ratto ja Jussi Lehtisalo
- Top 100 mahlanjuoksuajat – 2000-luvun nerot
- #2 Kanye West

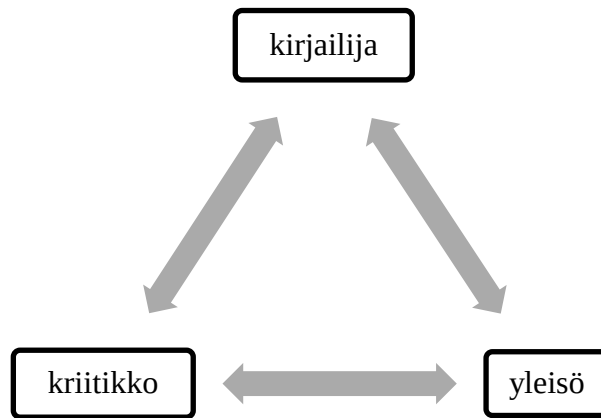
NYT

- Arkadianmäen mestarilaulajat
- Pave Maijanen ja Palava Sydän -VHS
- Pistä pallo maailmi! 2000-luvun suomalaiset futsibisit
- #1 Risto – Nina, olen palasina (2004)
- Sälekaihtimet kasarioppin kuvastossa – kymmenen videota vaakarajoilla
- Kymmenen muistamisen arvoista yhden hitin ihmettä 1980-luvulta
- #1 The Flaming Lips – Do You Realize? (2002)
- Turistikierros Isolla kirkolla – yksitoista laulua Helsingin kaduista
- 2000-luvun ulkomaiset pohjelmat Top 111
- 36 kammiota: Nuorgamin meikkein kalikki huomisien bändit 2011–2013

3.1.4 Yleisösuhte sosiaalisessa mediassa

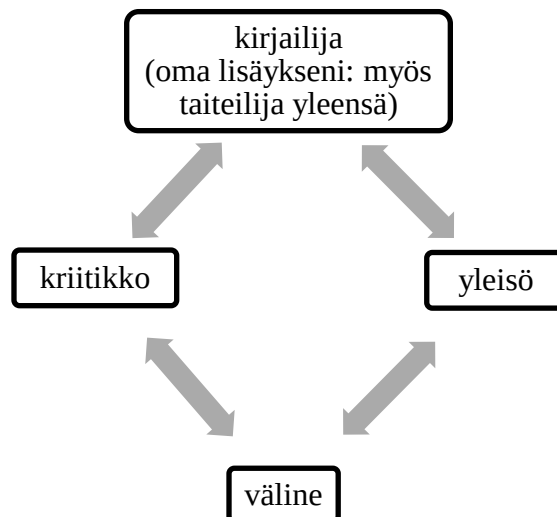
Kirjallisuustieteilijä Hugh Dalziel Duncan on kehittänyt kulttuurijournalismin kolmiomallin.

Kuvio 1: Taidekriitiikin yleinen malli (Duncan 1967, 211)



Duncanin mallissa kriitikon, *Nuorgamin* tapauksessa siis kulttuurijournalistin, rooli on olla välittäjänä eli eräänlaisena tulkkina taitelijan ja yleisön välillä (Dalziel 1967, 211). Merja Hurri on lisännyt kuvioon myös neljännen tekijän eli välineen.

Kuvio 2: Taidekriitiikin laajennettu malli (Hurri 1993, 78–80)



Tulkitsen, että kirjailija voi merkitä yhtä lailla millä tahansa muullakin taiteen alalla toimivaa taiteilijaa. Tulkitsen myös, että Hurrin esittämä kriitikko-käsite pitää sisällään musiikkijournalistit ylipäätään, joten tästä eteenpäin puhun kriitikoiden sijaan musiikkijournalisteista. Jokainen musiikkijournalisti tarvitsee jonkinlaisen välineen, jonka kautta hän voi tavoittaa kohderyhmän. *Nuorgamin* tapauksessa väline kohderyhmän eli yleisön tavoittamiseen oli itse *Nuorgam*-sivusto ja sen ohella myös sosiaalisen median kanavat, joissa viitattiin säännöllisesti sivuston sisältöihin.

Me tehtiin Facebookissa lähinnä somee, ei Twitterissä juuri. Mut me tehtiin se Facebookissa tosi hyvin. – – Tapahtui semmonen automaattinen tosikkouden varominen. Et lähinnä postattiin tosi paljon vaan juttusaatteita, mitä nyt tuli mieleen, ja laitettiin puujalkavitsejä jos siltä tuntui, ja alettiin postaa niit meemejä ja vastaavia. Sit siellä niinku jotenkin se ydinlukijakunta oli tosi aktiivisii Facebook-jaoissa, et ne ölisi sinne kaikkee. Et sinne niinku synty tommosiiki reittejä semmosta sitouttamista, jota tuntuu et harva media on saanu aikaseks Suomessa. (Oskari Onninen)

Nuorgamin tekijäpiiri oli laaja, joten yleisöä oli Lähteen mukaan paljon jo pelkästään tekijäpiirin tutuissa. Pian Nuorgamia luki jo paljon suurempi yleisö kuin pelkkä musiikkijournalistien tuttavaporukka. Sosiaalisen median kautta ilmentynyt suosio yllätti Nuorgamin tekijätiimin. Facebook-faneja tuli runsaasti ja juttuja luettiin paljon. Facebook-sivulla on edelleen 8 601 tykkääjää (Nuorgam 2014).

Uudet mediateknologiat muuttavat median kuluttajien käsitystä itsestään. Median kuluttajat eivät ole pelkkiä passiivisia vastaanottajia, vaan nykyisin enenevissä määrin aktiivisia tuottajia. (Gere 2008, 212) Nuorgamin tapauksessa yleisön rooli aktiivisena tuottajana näkyi aktiivisena artikkelien Facebook-jakamisena ja kommentointina. Yleisön keskustelut artikkelien Facebook-kommenteissa toivat lisää näkökulmia artikkeleissa käsiteltyihin aiheisiin ja toisaalta myös lukijapalautetta Nuorgamin tekijätiimille. Tämä on konvergenssikulttuuria, jossa mediankuluttajat löytävät itseään kiinnostavia sisältöjä mediavirroista ja myös vuorovaikuttavat toisten mediankuluttajien kanssa (Jenkins 2004, 37). Miksi mediankuluttajat sitten etsivät musiikkijournalismia luettavakseen? Musiikkijournalismi palvelee yleisöä antamalla tietoa ja perusteltuja mielipiteitä (Lehtiranta 1993, 12). Erkki Lehtiranta luonnehtii musiikkijournalistia tärkeäksi linkiksi yleisön ja musiikkimaailman välillä. Hänen mukaansa musiikkijournalismin merkitys selviää, kun miettii seuraavaa kysymystä: ”Jos musiikkijournalismia ei olisi, mitä sellaista emme tietäisi, jonka nyt tiedämme? (1993, 12)”

Markkolan mukaan Nuorgam osasi nauraa paitsi itselleen, myös musiikkifanittamiseen liittyviin ilmiöille. Nuorgamin käsittelemille aihepiireille oli tilausta. Musiikkinörttiyleisö löysi tiensä sisältöjen ääreen, koska Nuorgamin tarjoama mediasisältö puhutteli juuri tätä yleisösegmenttiä.

Paitsi et me kirjoitettiin bändeistä ja genreistä, mistä moni ei kirjoittanu toki Suomessa, eikä nytkään taas kirjoita, koska me ollaan lähdetty pois, niin se oli tietenkin yks juttu. Toiseks meidän asenne oli monella tapaa arvostava sillee, et me niinku kunnioitettiin musiikkia ja kunnioitettiin fanittamista. On ihan ookoo olla musanörtti ja tietää liikaa jostain 70-luvun alun maksisingleistä. (Matti Markkola)

3.1.5 Nuorgamin paikka musiikkijournalismin kentällä

Merja Hurri jakaa kritiikin eli kulttuurijournalismin kolmeen eri alalajiin, jotka ovat esteettinen, journalistinen ja popularisoiva kritiikki. Kulttuurijournalismin aseman ja luonteen voi siis hahmotella sen mukaan, millainen on kriitikon suhde kentän muihin osatekijöihin, eli välineeseensä, taide-elämän edustajiin tai yleisöön. (Hurri 1993, 79) Hurri puhuu kulttuurijournalismista, mutta tulkitsen tämän termin kohdistuvan toki myös musiikkijournalismiin, koska musiikkijournalismi on osa kulttuurijournalismia.

Jos kriitikko on kiinteimmin sidoksissa taiteen kenttään, kyseessä on esteettinen asiantuntijakritiikki. Arvostelija perinteisesti tuntee kenttensä. Jos kriitikko on kiinteästi sidoksissa välineeseensä, voidaan puhua journalistisesti tai ideologisesti sitoutuneesta kritiikistä. Popularisoivassa kritiikissä kriitikon läheisin viiteryhmä on yleisö ja sen normisto. (Hurri 1993, 79)

Hurri listaa myös neljännen hypoteettisen alalajin, jossa kriitikko ei ole kiinteästi sidoksissa arvoihin tai instituutioon, vaan pelkästään omiin näkemyksiinsä. Hurrin mukaan tällainen riippumattomuus on lähinnä teoreettinen. (Hurri 1993, 80). *Nuorgamin* toimintakulttuuri on tämän neljännen tilanteen kaltainen, koska julkaisu itse ei ole asettanut itselleen tiukkoja normeja eikä ole sidoksissa mihinkään mediayhtiöön. *Nuorgamissa* on myös esteettisen asiantuntijakritiikin piirteitä, jolloin kriitikko on kiinteimmin sidoksissa taiteen kenttään eikä siis itse välineeseen tai yleisöön. Markkolan mukaan *Nuorgam* julkaisi valtavan määrän sisältöä juuri musiikkifanittamisen näkökulmasta. *Nuorgamista* välittyy kuva siitä, että tekijät ovat oman kenttensä asiantuntijoita.

Toisaalta se niinku samaan aikaan, että vaikka lähtökohta oli sellainen, että ois ollu jonkinlainen tavoite, se syntyi tarpeesta ja sen tarpeen täyttäminen oli tavoite, mutta niinkun minkäänlaista tavoitetta ei mietitty missään vaiheessa sen enempää. Pikemminkin niin, että kuhan vaan tehtiin asioita, mitä nyt satuttiin haluamaan tehdä ja mitä koettiin, että joku ois halunnu lukee, paitsi että sitäkin mietittiin tosi vähän. Enemmänkin se meni niin päin, että 90 prossaa ehdotetuista jutuista sai tehdä, kun vaan teki. (Oskari Onninen)

Hurrin artikkeli on julkaistu vuonna 1993, jolloin verkkojulkaiseminen ei vielä ollut kaiken kansan ulottuvilla. Nyt pari vuosikymmentä myöhemmin itsenäinen verkkojulkaiseminen on arkipäiväistynyt ja helpottunut. Näin ollen journalistisen julkaisun riippumattomuus jostakin tietystä mediainstituutiosta on periaatteessa mahdollista saavuttaa. Julkaisemiseen ei tarvita pääomaa, joka taas ennen digitalisaatiota on ollut ohittamaton edellytys laajamittaiselle journalismin julkaisemiselle. Jos journalismin tavoitteita määrittää liiketaloudellinen tehokkuus, journalismin omat tavoitteet jäävät joskus jalkoihin (Kunelius 2003, 90). *Nuorgamin* tavoitteita ei määrittänyt liiketaloudellinen tehokkuus, vaan voittoa tavoittelematon omaehtoisuus. Tällainen toimintatapa

teki mahdolliseksi Hurrin teoreettisena esittelemän tilanteen, jossa kriitikko nojaa vain omiin näkemyksiinsä.

Se [Nuorgam] oli kanava, mitä pitkin pysty toteuttaa sellaisia juttuja ja ideoita, mitä ei mistään muualta sillä hetkellä voinut tehdä. Siihen se toimi tosi hyvin. (Matti Markkola)

Nuorgam oli siis vapaa musiikkijournalistinen temmelyskenttä, joka antoi tekijöilleen vapaat kädet.

Tykitettiin valtava määrä meidän mielestä hyvälaatuista sisältöä musiikkifanittamisen näkökulmasta. Yks meidän sloganeista, tavallaan sellanen sisäinen slogan enemmän, oli ”rakkaudesta lajiin”. Se sisältää paitsi sen, että me tehtiin sitä tavallaan vapaaehtoiskulttuurityönä, et vaan niinkun tykätään musiikista ja bändeistä ja tälläisestä, plus toinen pointti oli siinä, että ei me lähtökohtaisesti lähdetty dissailemaan muita medioita, bändejä tai artisteja. (Matti Markkola)

Markkola luonnehtii suomalaisen musiikkimedian hakevan erottautumista negatiivisten juttujen kautta. Nuorgam ei omasta mielestään toiminut tällä tavalla, koska se saattoi julkaista peräkkäisinä päivinä kehuvat jutut sekä black metalista että Cheekistä.

Merja Hurri määrittelee kulttuurijournalismin symboliseksi taisteluksi vallasta eli kulttuurisesta pääomasta (Hurri 1993, 78). Pierre Bourdieun mukaan henkilöllä pitää olla kulttuurista pääomaa, mikäli henkilö mieli määritellä, mikä kulttuuri on hyvää ja mikä huonoa (Bourdieu 1984, 65). Tässä tapauksessa musiikkijournalistilla on siis kulttuurista pääomaa, jonka avulla hän voi arvottaa erilaisia kulttuurituotteita. Nuorgamin musiikkijournalistit eivät Markkolan mukaan käyttäneet omaa asemaansa tarkoitushakuisen raakaan kritiikkiin.

Toki meillä siis oli kritiikkejä, joista välillä artistit saivat huonojakin arvosanoja, mutta se ei ollut sellaista itsetarkoituksellista lyttäämistä, koska netissä on kuitenkin tilaa, niin sit yritetään perustella, mistä on kyse. – – Printtimedian puolella usein ne perustelut saattaa olla tosi kökkäset, koska tilaa on niin vähän. Tyypillinen Rumban levyarvio saattaa olla 1200 merkkiä, niin meillä niinkun tyypillinen levyarvio oli varmaan lähtökohtaisesti heti joku 5000 merkkiä eli viis kertaa pidempi jo niinku perus, sit meil oli tälläisiä maratonarvioita, et joku innostu jostain levystä ja kirjotti jonku 20 000 merkkiä, mikä nyt oli vähän (naurahtaa), ehkä sitä ei jaksanu kukaan ees lukeakaan, paitsi hän itse. (Matti Markkola)

Nuorgamilla oli siis musiikkiverkkomediana mahdollisuus käyttää sopivaksi katsomansa merkkimäärä kritiikkeihinsä, koska printtimedian merkkimäärät eivät rajoita juttupituuksia verkkomediaa tehdessä.

Mä en koe, että jollain lehdellä tai kriitikolla ois siinä määrin vaikutusvaltaa nostaa mitään, mikä se on ollu joskus silloin että, jos kuvitellaan, että 80-luvulla kun on lehti tullut ja joku nostettu viikon sinkuks tai tehty sellaisesta bändistä haastis, josta ei oo aiemmin tehty mitään, niin sil on ollu tosi paljon valtaa sillon. Nyt se on samaan aikaan silleen, että kaikesta tiedetään ennen kuin lehdet niistä tietää, ja kaikki on juttu, johon lehdet yrittävät jälkikäteen reagoida, mutta samaan aikaan reagoimisen tapa on, että

kattokaas, tässä on hyvä juttu, mutta se ei ole kellekkään enää mikään uutinen silloin.
(Oskari Onninen)

Nuorgam ei missään vaiheessa kokenut olevansa musiikkiuutismedia, jonka velvollisuus olisi reagoida salamannopeasti alaa koskeviin päiväkohtaisiin uutisiin tai uutisuusjulkaisuihin. *Nuorgamin* fokus oli enemmänkin pitkissä taustoittavissa artikkeleissa ja monipuolisissa listajutuissa. Suomessa vierailevia ulkomaisia artisteja haastateltiin Small Talk -juttusarjassa, mutta senkään sarjan tekemisen motiivi ei ollut paine reagoida nopeasti ajankohtaisiin tapahtumiin. *Nuorgam* ei ollut asettanut itselleen tällaista velvollisuutta.

Rakkaudesta lajiin -ajatteluun liittyy ehkä myös se, että mitään ei tarvinnut noteerata, ellei haluttu. Eli käytännössä meillä ei ollut minkäänlaista velvoitetta vaikka arvioida jotain levyjä sen takia, että ne on vaan arvioitava. (Oskari Onninen)

3.1.6 *Nuorgamin printti*

Median murros on koetellut etenkin printtilehtiä ja tämä ajankuva näkyy luonnollisesti myös musiikkiaiheisissa julkaisuissa. Otavamedian kustantaman *Suosikki*-lehden viimeinen numero ilmestyi joulukuussa 2012 (MTV 2012). Vuonna 2003 *Suosikilla* oli 52 410 tilaajaa, kun taas lehden lopettamisvuonna 2012 tilaajia oli enää 14 907 (MediaAuditFinland 2014). Tilausten määrä laski yli 37 500 kappaletta noin kymmenessä vuodessa. Se on todella suuri lasku levikissä. *Suosikin* ja Otavamedian lastenlehtien päätoimittaja Ville Kormilainen kommentoi lopettamista MTV:n uutisille näin: ”Nuoret hakevat nyt itseään kiinnostavan sisällön, viihteen, musiikin, starat ja fanituksen kohteet paljolti ilmaisesta verkosta, ja elämä pyörii sosiaalisessa mediassa. Ankarasti kilpailussa [sic] tyttölehtimarkkinassa *Suosikki* ei vakiinnuttanut paikkaansa. (MTV 2012)” Vuodesta 1961 asti ilmestyneelle *Suosikille* ei ollut enää tilaa suomalaisella musiikki- ja nuorisolehtikentällä.

Laskeva levikkikierre on ajankohtainen ilmiö vielä kaksi vuotta myöhemminkin. Loppuvuodesta 2014 uutisoitiin, että *Sue*-lehti lopettaa toimintansa (Sue 2014) ja että *Rumba*-lehteä julkaistaan entisen kymmenen numeron sijaan vain viisi numeroa vuonna 2015 (Rumba 2014). Lähde ja Onninen luonnehtivat suomalaista painetun musiikkijournalismin kenttää näin:

Hyviä kirjoittajia, joilla ei ole oikein areenoita. – – Vähiin käy erikoislehtien paikat. Vähä rajatusti on missään päivälehdissäkään kuitenkaan semmoselle tilaa, aiheiden pitää usein olla niin tuttuja suurelle lukijakunnalle, että se kyl karsii aiheista aika ison osan pois. Kyllä varmaan musiikista kirjoitetaan Suomessa enemmän kuin koskaan, jos lasketaan Vain elämää -ohjelman ja Voice-ohjelmien ja tällaisten Idols-ohjelmien saama palstatila, joka on tietysti musiikkijournalismia sekin. (Antti Lähde)

Musiikkilehdet toimii sillä tavalla, millä musiikkilehdet ovat toimineet kymmenen vuotta sitten. (Oskari Onninen)

Uudenlaiselle aluevaltaukselle oli siis tilausta painetun musiikkijournalismin saralla myös vuonna 2013. Loppuvaiheessaan *Nuorgam* julkaisi yhden kertaluonteisen painetun teoksen, joka tunnetaan *Nuorgamin printtinä*.

Nuorgamin 146-sivuinen lehti ilmestyi huhtikuussa 2013. Kannessa on kohokuvioitu Jukka Virtanen, jonka kuvittaja Jesse Auersalo laati Oskari Onnisen ottaman valokuvan pohjalta. Lehteä painettiin 1 000 kappaletta. Lehden art directorina toimi Pekka Toivonen Casino Creative Studiolta. Typografiastudio Schick Toikka suunnitteli lehteä varten oman fontin, jossa on *Nuorgamin* logosta tuttu vasemmalle kallellaan oleva G-kirjain. (Nuorgam 2013d, 3, 9)

Aateltiin, että yllätetään. Vähän niinku jotku bändit ja artistit tekee sillä tavalla, että niiden fanit on tottunu johonkin, että tää on tällänen ja tällänen media tai tällästä ja tällästä musiikkia, niin yhtäkkiä ne vaihtaakin täysin tyyliä tai muuttuu joksikin toiseksi. Toi oli vähä samalla tavalla semmonen, että Nuorgam oli jo tullut tavallaan aika tutuks, että me ollaan niinku digijuttu, ja me ylistettiin aina joka paikassa että digitaalisuus ja jee netti, sit yhtäkkiä me tehäänkin aikakauslehti, mikä onkin ihan päinvastoin kuin mitä jengi odottaa ehkä meiltä. (Matti Markkola)

Nuorgamin printti joukkorahoitettiin Mesenaatti.me-palvelun kautta (Mesenaatti.me 2013).

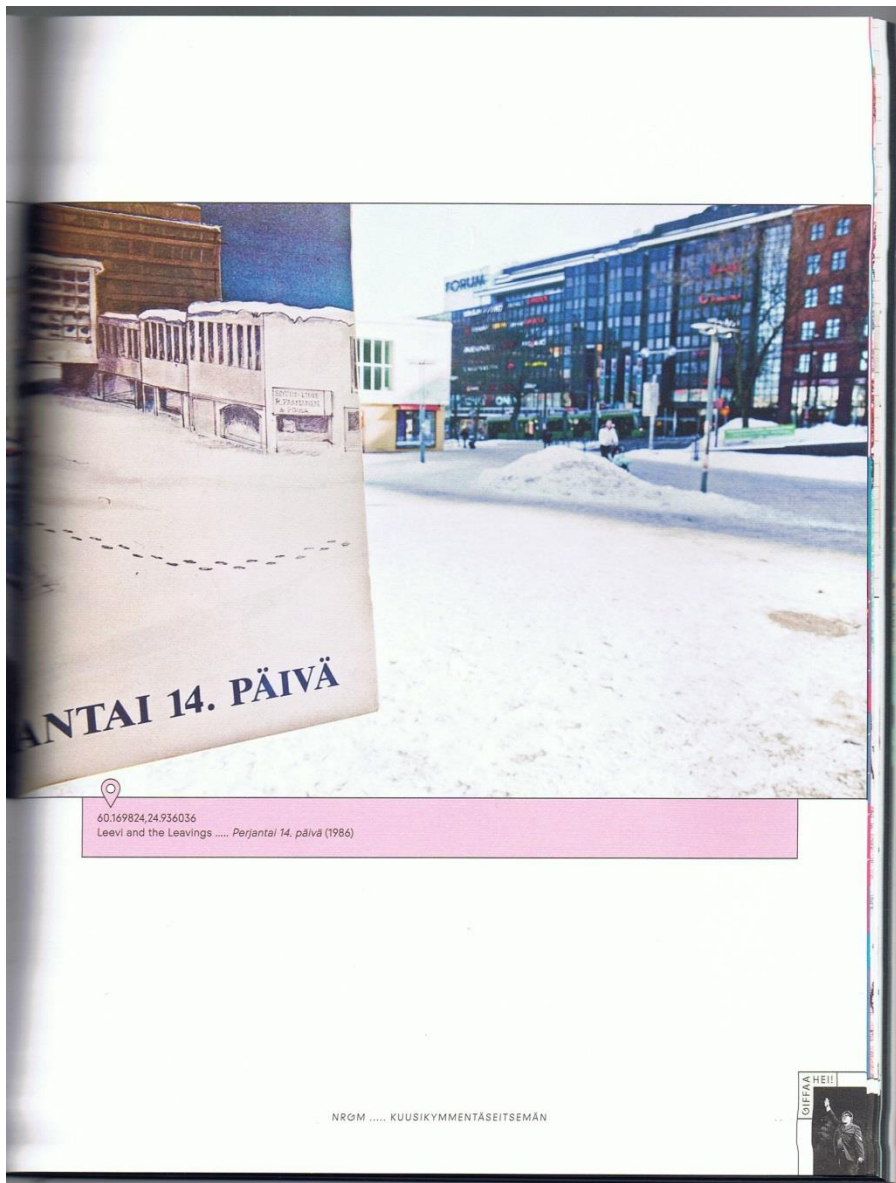
Oli tosi kivalla tavalla takaperoinen ajatus siinä vaiheessa, että tietenkin, kun kaikilla on hirvee kiire päästä nettiin, niin me halutaankin tehdä printtilehti. – Kun netin kanssa meni niin hyvin, me haluttiin kokeilla, millainen vois olla sellainen meidän unelmien printtimusiikkilehti. (Oskari Onninen)

Herbert Pimlottin mukaan printtimedian kirjat ja lehdet ovat välineitä, joiden välityksellä voi esittää huomattavasti pidempiä ja siten syvällisempiä artikkeleja kuin sähköisissä välineissä, esimerkiksi radiossa ja televisiossa (Pimlott 2011, 520). *Nuorgamin* tapauksessa tilanne on niin, että sähköisessä välineessä eli verkkoversiossa on runsaasti tilaa myös pitkille artikkeleille. *Nuorgamin printti* puolestaan tarjosi omanlaisensa visuaalisesti näyttävän alustan painettujen artikkelien julkaisemiseen, vaikka tila artikkeleille ei ole varsinaisesti pidempi.

Lähde mainitsee *Nuorgamin* printtilehden suosikkijutukseen neljän aukeaman mittaisen ”Kansipaikalla”-jutun, jonka on kirjoittanut Juha Merimaa ja kuvannut Oskari Onninen (poiminta 2). Siinä jutuntekijät vievät levynkansia helsinkiläismaisemiin, joissa kyseiset kansikuvat on alun perin kuvattu. Levynkannet on sommiteltu maiseman päälle siten, että levynkansi ja oikea maisema yhdistyvät. Yksi albumeista on Leevi and the Leavingsin ”Perjantai 14. päivä” vuodelta 1986. Sen kansikuva sijoittuu Helsinkiin Kampin kauppakeskuksen edustalle Narinkkatorille ja se on kuvattu Lasipalatsille päin. Lähteen mielestä tämäntyyppinen juttu ei olisi näyttänyt netissä yhtä hyvältä. Hänen mukaansa juttu antaa lukijalle enemmän printtiversiona.

Poiminta 2. Ote artikkelista.

Merimaa, Juhani & Onninen, Oskari (2013). *Kansipaikalla*. Teoksessa Nuorgamin printti. 67.



Printtiversio tukee Lähteen mukaan myös Tommi Forsströmin kirjoittaman ”Antisankareita & alapäähuumoria” -artikkelin esillepanoa (poiminta 3). Jutussa Forsström laittaa Leevi and the Leavings -yhtyeen albumeja paremmuusjärjestykseen. Kuvituksena on käytetty Leevi and the Leavingsin luottotaiteilija Mikko Kurenniemen ennenjulkaisemattomia luonnoksia, jotka hän on tehnyt aikoinaan albumien kuvituksia varten yhtyeen nokkamiehen Gösta Sundqvistin ideoiden pohjalta.

Siellä oli myös se iso Leevi-juttu, jossa myös visuaalisuus oli isosti. Ehkä se, että suomalaisissa musiikkilehdissä aika harvoin on sitten visuaalisesti jotenkin kiinnostavia juttuja. Ne kuitenkin aika usein sit näyttää verkossa vaisummilta kuin sillee, että ne jotenkin taitetaan kauniisti kauniille paperille. – – Siinä oli niitä piirroksia, joita ei ollu koskaan ennen nähty. Siinä oli jotain eksklusiivista. (Antti Lähde)

Poiminta 3. Ote artikkelista.

Forsström, Tommi (2013). *Antisankareita & alapäähuumoria*. Teoksessa *Nuorgamin printti*. 78.



Vaikka painettu musiikkijournalismi on tällä hetkellä suuressa murroksessa, Lähde kokee, että printtimuotoisella musiikkijournalismilla on mahdollisuuksia pärjätä.

Siin [Nuorgamin printin tekemisessä] oli vähän sellanen, että yritetään näyttää myös ehkä että sielläkin [printtimuotoisessa musiikkijournalismissa] vois asioita tehdä silleen vähän vapaammin ja mielikuvituksekkammin, niin vois tulla hauskaa lopputulosta. (Antti Lähde)

3.1.7 Voittoa tavoittelematon projekti

Nuorgam toteutettiin kokonaan vapaaehtoistyönä.

Kaikki tyypit, jotka sinne teki, niin pääty tekemään enemmän tai vähemmän rakkaudesta lajiin. Kaikille oli selvä, että niinkun tästä ei nytte tuu saamaan ikinä mitään, paitsi niinkun pääsee ehkä osaks porukkaa, tai niinkun pääsee tekee sellaisia juttuja, mitä ei muualla pysty tekeen. (Oskari Onninen)

Esa Väliiverroksen mukaan internet on haastanut sanomalehdistön ja muut perinteiset uutismediat monella tapaa, niin taloudellisesti, journalismin sisältöjen kuin yleisösuhteenkin kannalta. Talouden näkökulmasta internetin ilmaistarjonta uhkaa murtaa journalismin perinteisen rahoituspohjan. (Väliverronen 2009, 21) Digitaalistuvalle mediakentälle tulee nykyisin jatkuvasti esille uusia tapoja tehdä laadukasta journalismia ja toisaalta myös uudenlaisia tapoja tämän journalismin rahoittamiseen. Uudet tavat poikkeavat perinteisen printtijournalismin totutusta asetelmasta eli joukkoviestintätalouden kahdesta kierrosta.

Ensimmäisessä kierrossa joukkoviestintäyrityksen tuote on sanoma ja tuotteen markkinat ovat yleisön maut, tarpeet ja halut. Yleisö maksaa tuotteesta yritykselle. Toinen kierto alkaa itse tuotteesta, joka tuottaa itse yleisönsä. Tuote vangitsee tuotteesta kiinnostuneiden ihmisten huomion. Tuotteesta kiinnostuneen yleisösegmentin huomio on siis rahanarvoista kauppatavaraa, jonka joukkoviestintäyritys myy mainostajille. (Kunelius 2003, 80)

Nuorgamin perimmäinen toimintalogiikka poikkeaa perinteisestä joukkoviestintätalouden kahdesta kierrosta. Koska *Nuorgam* ei ollut missään vaiheessa voittoa tavoitteleva yritys, eikä edes yritys, *Nuorgamin* keskeinen toiminta ei ollut täysin riippuvaista näistä kummastakaan kierrosta.

Kansalaiset tykkäsivät siitä, kun ”ai ne tollee vapaa-aikanaan käyttää tätä ja tekee tätä”, se niinku tavallaan sitte anto meille sellaista auraa ympärille, että ai nää tekee tätä hyvää hyvyyttään, eikä mistään bisneksestä. (Matti Markkola)

Nuorgamin verkkoversio ei perustu ensimmäiseen kiertoon, koska kaikki *Nuorgamin* digitaalinen sisältö oli saatavilla maksuttomasti internetissä. Lisätuotteena *Nuorgam* toteutti loppuvaiheessaan *Nuorgamin printin*, jonka rahoitus hankittiin lukijakunnalta joukkorahoituksena. Tämä on periaatteessa nykyaikainen versio ensimmäisestä kierrosta, jossa yleisö maksaa tuotteesta. Tässä tapauksessa lukija maksoi 25 euroa, jotta hän sai oman numeroidun kappaleensa *Nuorgamin printtiä*. Teos keräsi Mesenaatti.me-palvelun kautta 942 mesenaattia eli joukkorahoittajaa (Mesenaatti.me 2013).

Oli alusta asti selvää, että Nuorgamin printti joukkorahoitetaan ja että lehtiä tulee rajoitettu määrä. Uskottiin aika vahvasti siihen, että jos me tehdään 1 000 kappaletta lehteä, että meil on niin paljon sitoutuneita ihmisiä, et ne pystyy ostamaan sen, vaikka se lehti makso lopulta sen 25 euroa, niin silti. (Oskari Onninen)

Sekin oli siis sille kokeilu, ei sitä ois voinu missään muualla kokeilla. Mä olin innostunu joukkorahoituksesta, niin sitte Nuorgam oli hyvä paikka testata sitä ja hyvinhän sekin meni. (Matti Markkola)

Nuorgamin verkkoversiossa periaatteessa toteutuu joukkoviestinnän toisen kierron periaate, koska Nuorgam myi hillityssä määrin mainoksia yhteistyötahoilleen. Tämä toiminta ei ollut voittoa tavoittelevaa, vaan pyrki haastateltujen mukaan lähinnä välttämättömien kulujen kattamiseen.

Se vaati kaikilta mainostajilta sitä, että ne kokee, että meillä on arvokas brändi, jonka alla he haluavat mainostaa, kuin että se, että he haluavat saada mahdollisimman paljon näkyvyyttä omalle mainokselleen. (Oskari Onninen)

Nuorgam jäi lukijoiden mieleen ja brändistä tuli tunnettu. Nuorgam-tiimi onnistui vakiinnuttamaan oman asemansa myrskyisellä verkkomediakentällä. Nuorgam oli siis enemmän kuin artikkeliansa summa.

Netti on täynnä hienosti kuvattuja ja kirjoitettuja juttuja muutenkin, että se on aika vaikea sit, että siitä ikään kuin siitä paikasta tai mediasta, joka niitä julkaisee, niin se on niinkun yks päähenkilö siinä koko hommassa. (Antti Lähde)

Markkola koordinoi Nuorgamin yhteistyötä muiden tahojen kanssa.

Olihan meillä kaupallisia kyttyjäkin, mutta ne ei ollu niin näkyviä. Ne oli vähän sellasia niinku, mikä oli myös yks juttu mitä me kokeiltiin, et onks pakko olla bannerimainontaa, vai voiko tehdä jotain, ei nyt sisältöyhteistyötä, mut jotain tämmöstä muuta semmosta, että brändi ja mainostaja näkyy, mut sen ei tarvitse olla sellaista osta tästä tämä, vaan hienovaraisempaa. (Matti Markkola)

Samaan aikaan meillä mun muistaakseni ei ollut koskaan yhtään maksettua bannerimainosta. Oli jo lähtökohtaisesti päätetty, että jos on mainoksia, niin ne ei oo bannereita, koska bannerit on rumia. Me ei haluta niitä, joka johti sit siihen, että me tehtiin sinänsä moderneja sisältöyhteistöitä, esimerkiksi myydään juttusarja Live Nationille silleen, et ne saa joka jutun alkuun kahen rivin mittaisen mainostekstin, joka me esitellään et se on mainos, joka häiritsee hyvin harvaa ihmistä. (Oskari Onninen)

Nuorgam teki muun muassa ohjelmia Radio Helsingille ja oli mukana myös Flow- ja Kuudes aisti -festivaaleilla. Nuorgam teki myös yhteistyötä tapahtuma-alan yritys Live Nation Finland Oy:n ja panimokonserni Heinekenin kanssa.

3.1.8 Nuorgamin loppu

Tekijätiimi lopetti *Nuorgamin* toiminnan 30. marraskuuta 2013. Sen jälkeen sivustoa ei enää ole päivitetty. (Nuorgam 2013b)

Must ainakin alko tuntua, että enemmän alko olla sellanen ei nyt uhka, mut ilmapiiri, että ei nyt jengi väsähdä, mut vähän sellanen, että tää on nähty. Että pitäis niinku tavallaan keksii jotain, et joko pitäis keksii jotain tosi radikaalii, et ruvetaan oikeesti kaupalliseks mediaks – tai sit lopetetaan. Et siitä jää tekijöille ja lukijoille hyvä muisto. (Matti Markkola)

Tuntu siltä, että me ollaan tehty kaikki mitä me voidaan tehdä, ja se pelko siitä, että ihmisiltä alkaa yhtäkkiä into loppua ja puolessatoista vuodessa se muuttuu semmoseks niinku, alkaa kokea jonkinlaista luonnollista kuolemaa ja hidastumista, niin se oli tosi surullinen ajatus. (Oskari Onninen)

Alust saakka tuntui kivalta, että se [Nuorgam] loppuis jossain vaiheessa, ettei se hiivu tai karkaa jotenkin muiden ihmisten käsiin ja tuhoudu. (Antti Lähde)

Viime töikseen *Nuorgam* laati top 40 -listan omasta mielestään parhaimmista Leevi and the Leavings -yhtyeen kappaleista (Nuorgam 2013d). Kappaleanalyysjä julkaistiin yksi päivässä neljäkymmenen päivän ajan. Eri kappaleiden listasijoitukset päätettiin *Nuorgamin* tekijätiimin keskinäisellä äänestyksellä. ”En tahdo sinua enää” -kappale sai ensimmäisen sijan.

Muutama ihminen arvas, et me lopetetaan siinä vaiheessa, ku me päätettiin vetää tollanen sarja sit lopussa. Sehän alko, ennenku tuli se lopetusuutinen. Oli kieltämättä myös tavoitteena, että tehdään tuollainen, kun sinänsä Leavingsista on kirjoitettu tosi vähän. Tosi paljon tos [Nuorgamissa] oli ylipäättään semmosta niinkun lähihistorian suomenkielist dokumentaatioo, mä koen, et sen takii esimerkiksi se Helsingin kaupunginkirjasto on meidät nyt arkistoinut. (Oskari Onninen)

Nuorgam-tiimi halusi lopettaa ollessaan huipulla ja että tekijätiimille jää projektista hyvä tunne myös jälkikäteen. Nyt projekti on Helsingin kaupunginkirjaston arkistoima ja edelleen kokonaisuudessaan vapaasti luettavissa vanhassa tutussa osoitteessa. Markkolan mukaan *Nuorgamin* tausta-ajatuksena oli saada muita suomalaisia musiikkimedioita kohtaamaan digitaalisen julkaisualustan moninaiset mahdollisuudet.

Se [tavoite] oli niinkun paitsi että näyttää, että se on mahdollista, niin myös samalla vähän kokeilla, mikä se reaktio on ja mitä tapahtuu, plus sitten vielä niinku sillee tausta-ajatuksena saada myös vähän puhtia muihin suomalaisiin musiikkimedioihin, mikä sit onneks tapahtukin, että kyl nekin rupes sitte vähä yrittää enemmän, kun ne näki, että tulee tällöinen kilpailija täältä taustalta, niin sit nekin rupes miettii, miksei mekin voitais tehdä näin ja näin ja pölliny kaikkii ideoita meiltä, mikä on ihan oikeinkin, se on kunnianosoitus meille. (Matti Markkola)

Lopettamisesta on nyt kulunut vuosi, mutta suomalaisen verkkomediakenttä odottaa edelleen uutta tekijää jatkamaan siitä, mihin *Nuorgam* jäi.

3.2 Tutkimuskysymyksiin vastaaminen eli menestyksen salaisuus

Ensimmäinen tutkimuskysymykseni on: ”Mikä oli *Nuorgamin* tekijöiden motiivi *Nuorgamin* tekemiseen?” Vastaus on, että *Nuorgam* tehtiin rakkaudesta lajiin. *Nuorgamin* tekijätiimi halusi tuoda suomalaisen musiikkiverkkomedian 2010-luvulle omaehtoisesti.

Tiimille oli alusta asti selvää, ettei *Nuorgamia* tehdä voittoa tavoitellen, vaan nimenomaan vapaaehtoisesti omalla ajalla pro-am-hengessä. Pro-amit käyttävät vapaa-aikanaan tietämystään ja taitojaan, jotka ovat kertyneet heille ajan mittaan esimerkiksi työelämässä (Leadbeater ja Miller 2004, 20). Tekijätiimi sai *Nuorgam*-projektin mukana asioita, jotka ovat itsessään arvokkaita, mutta joita ei suoranaisesti voi mitata rahassa. Tekijät pääsivät osaksi muodostunutta asiantuntijayhteisöä ja pääsivät toteuttamaan *Nuorgamiin* juttuja, joille olisi muuten ollut hankalaa tai jopa mahdotonta löytää sopivaa julkaisupaikkaa.

Toinen tutkimuskysymykseni on: ”Millaisilla työtavoilla tekijät pääsivät tavoitteeseensa eli onnistuivat tekemään merkittävän musiikkiverkkomedian?” *Nuorgamin* onnistuminen musiikkiverkkomediana koostui monen tekijän ammattitaidon summasta ja lukuisista palasista, jotka loksahdivat kohdalleen toimivaksi kokonaisuudeksi. Seuraavaksi käsittelen nämä osatekijät. Ne ovat onnistunut konseptointi, nykyaikainen julkaisualusta, hypermedian luova hyödyntäminen, vastaava toimittaja, toimitussihteerimäiset henkilöt, vapaus omien ideoiden toteuttamiseen, toistuvat elementit verkkosisällöissä, huumori, Facebook-aktiivisuus, joukkorahoitettu printtilehti eksklusiivisena tuotteena, voittoa tavoittelemattomuus, yhteistyökuviot muutaman eri tahon kanssa ja huipulla lopettaminen.

Tekijätiimin keräämät lukuisat referenssisivustot ulkomaisista musiikkiverkkomedioista auttoivat alkuun *Nuorgamin* konseptointivaiheessa. Oli johdonmukaista tarkastella, millaisin keinoin maailmalla on toteutettu asioita, joita ei ollut vielä tässä vaiheessa nähty suomalaisella musiikkiverkkomediakentällä. Tekijätiimillä oli jo ennestään paljon osaamista ja tietoa musiikkijournalismin saralta, joten alkuun pääsemisessä ei ollut vaikeuksia. Kun uudentyylliselle musiikkiverkkomedialle tarkoituksenmukainen Tommi Forsströmin tekemä WordPress-sivusto valmistui, koitti varsinaisen sisällöntuottamisen aika. Tekijätiimi hyödynsi sisällöissään hypermediaa, eli erilaisia multimediasisältöjä, joiden osat ovat elektronisesti linkitettyinä toisiinsa (Papson, Goldman ja Kersey 2004, 1624). Näitä sisältöjä olivat esimerkiksi leipätekstin sekaan upotetut videot YouTubeista ja soittolistat Spotifysta. Perinteisten valokuvien lisäksi *Nuorgamin* sivustolla hyödynnettiin myös paljon gif-animaatioita.

Nuorgamin toiminnan kannalta oli tärkeää, että yksi henkilö, Matti Markkola, oli nimetty vastaavaksi toimittajaksi. Hän keskittyi toimitusjohtajamaiseen koko operaation pyörittämiseen ja jätti juttujen kirjoittamisen vähemmälle. Sisällöntuottamisen säännöllisyyden ja koordinoinnin kannalta oli tärkeää, että muutamat henkilöt *Nuorgamin* tekijätiimistä ottivat toimitussihteerimäisen otteen ja näin varmistivat, että toimitusprosessit toimivat. Toimitussihteerimäisiä tekijöitä olivat Antti Lähde ja Oskari Onninen. Yli satahenkisellä tekijätiimillä oli kuitenkin vapaat kädet omien ideoiden toteuttamiseen. Sen ansiosta *Nuorgamin* käsittelemien aihepiirien kirjo on hyvin laaja ja omaehtoinen. *Nuorgamin* verkkoversiossa on myös paljon toistuvia elementtejä, jotka tuovat sarjamaisuutta ja sitouttavat lukijan seuraamaan *Nuorgamia*.

Sosiaalisen median saralla *Nuorgam* oli aktiivisimmillaan Facebookissa. Siellä *Nuorgamin* päivitykset olivat usein humoristisia ja sisälsivät esimerkiksi meemejä. *Nuorgam* linkkasi artikkeleitaan säännöllisesti Facebookiin. Sittenmin *Nuorgamin* Facebook-sivulle kerääntyi yli kahdeksantuhatta tykkääjää, joista osa jakoi ja kommentoi *Nuorgamin* päivityksiä aktiivisesti. *Nuorgamin* jatkuvat lista-artikkelit olivat omiaan sitouttamaan lukijakuntaa palaamaan *Nuorgamin* pariin yhä uudelleen.

Kun *Nuorgamilla* meni hyvin internetin saralla, se päätti kokeilla siipiään myös printissä. *Nuorgamin* printistä syntyi eksklusiivinen tuote eli joukkorahoituksella toteutettu 146-sivuinen lehti rajatulla tuhannen kappaleen painoksella. Tämä lehti noudatti samaa omaehtoisuutta ja tunnistettavaa graafista ilmettä aivan kuin *Nuorgamin* verkkoversiokin.

Voittoa tavoittelematon toimintaidea oli *Nuorgamille* eduksi. Tällainen toteutustapa vetosi lukijakuntaan, koska sisältö oli omalla vapaa-ajalla tuotettua ja omaehtoista. Non-profit-ajattelun rinnalla oli toisaalta myös yhteistyökuvioita esimerkiksi Radio Helsingin, Flow-festivaalin, Heinekenin ja Live Nation Finland Oy:n kanssa. Tällaiset yhteistyökuviot toivat näkyvyyttä *Nuorgamin* brändille.

Nuorgam-tiimi lopetti ollessaan huipulla. Tekijätiimille jäi projektista hyvä tunne myös jälkikäteen, koska *Nuorgam* ei missään vaiheessa hiipunut hitaasti pois ja vaipunut musiikkiverkkomedioiden unholaan. Nyt *Nuorgam* on Helsingin kaupunginkirjaston arkistoima ja edelleen vapaasti luettavissa. *Nuorgamin* tuottama sisältö säilyy suomalaisen musiikkimedian kulttuuriperintönä myös tuleville sukupolville.

4 POHDINTA JA PÄÄTELMÄT: VERKOSSA ON TILAA HEITTÄYTYÄ

Tutkimuksen tekoaikana *Nuorgamin* lopettamisesta tuli kuluneeksi vuosi, joten *Nuorgamin* vaiheet ja yksityiskohdat olivat teemahaastatteluun osallistuneella tekijäryhmällä suhteellisen tuoreessa muistissa. Teemahaastattelu oli pätevä tutkimusmetodi tutkimuskysymykseen vastaamisen kannalta. Teoriaohjaava analyysi oli looginen valinta teemahaastattelun keinoin kerätyn aineiston analysoimiseen.

Tutkimuksen kannalta on mielenkiintoista tarkastella *Nuorgamia* projektina, joka on jo tullut päätökseensä. Näin ollen *Nuorgamin* tekemisen kulttuuri on tarkasteltavissa kokonaisuutena eikä jatkuvana projektina, jonka etenemisestä tai lopettamisesta ei ole vielä tietoa. Nyt vuoden kuluttua *Nuorgamin* lopettamisesta voi todeta, että suomalaiselle musiikkiverkkomediakentälle ei ole vielä tähän mennessä ilmestynyt roppakaupalla lisää nuorgaminkaltaisia projekteja.

Koska muita nuorgaminkaltaisella toimintaperiaatteella toimivia yhtä laajamittaisia musiikkiverkkomedioita ei vielä ole Suomessa, niin tutkimuksen tulosta, eli työtapoja merkittävän musiikkiverkkomedian aikaansaamiseen, ei voi nykyisellään yleistää toimivaksi yleiskaavaksi suomalaisella mediakentällä. Tutkimustulos kertoo yksittäisen musiikkiverkkomedian hyväksi havaitsemista työtavoista eikä sinällään ole täysin toistettavissa muunlaisten verkkomedioiden kohdalla. Kuitenkin tutkimustuloksesta voi saada osviittaa oman nykyaikaisen verkkomedian suunnitteluun ja toteuttamiseen.

Nuorgamia koko sen elinkaaren ajan seuranneena oli ilahduttavaa huomata, kuinka omaehtoisella yhdessä tekemisellä voi saada aikaan näin laajalti luetun ja monipuolisen kokonaisuuden suomalaisen verkkomedian saralla. Verkko tarjoaa mahdollisuuksia heille, jotka uskaltavat heittäytyä. Olemassa olevia työtapoja ja tekijätiimin jäsenten taitoja voi soveltaa luovasti juuri omaan projektiin sopiviksi. Antti Lähde sanoi teemahaastattelussa, että suomalaisen painetun musiikkijournalismin kentällä on paljon hyviä kirjoittajia, joilla ei ole oikein areenoita. *Nuorgamin* menestyksen perusteella voin todeta, että verkossa ainakin näyttäisi olevan areenoita niille, joilla on halua ja kykyä ottaa niitä haltuun.

Verkkomedioiden saralla on runsaasti sijaa jatkotutkimukselle, koska suomalainen omaehtoisten verkkomedioiden kenttä on vielä suhteellisen tuore ja vakiintumaton. Journalismin jatkuvan murroksen myötä lähivuosina on varmaankin odotettavissa kosolti tuoretta liikehdintää tällä kentällä ja siten on myös mahdollisuuksia uudelle tutkimukselle.

LÄHTEET

KIRJAT JA ARTIKKELIT

- Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction. A social Critique of the Judgement of Taste*. Massachusetts: Harvard University Press.
- Deuze, Mark (2007). *Media Work*. Cambridge: Polity.
- Duncan, Hugh Dalziel (1967). Teoksessa Niemi, Irmeli (toim). *Tekijät, tulkit, kokijat. Esseitä ja tutkimuksia taiteen tekemisestä, välittymisestä ja vastaanottamisesta*. Helsinki, Tammi. 195–213.
- Felker, Kyle (2002). *Ariadne's thread: hypertext, writing, and the World Wide Web*. Library Hi Tech, Vol. 20 Iss: 3. 325–339. Saatavilla: <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/07378830210444522> [Viitattu 8.12.2014.]
- Gere, Charlie (2008). *Digital culture. Expanded Second edition*. London: Reaktion Books. Saatavilla: <http://mediacultures.net/jspui/bitstream/10002/597/1/digital-culture.pdf> [Viitattu 19.12.2014.]
- Hurri, Merja (1993). *Musiikkijournalismi tutkimuskohteena..* Teoksessa *Musiikkijournalismi. Musiikin ja median kohtaamisia. Sibeliuksen Akatemian koulutusjulkaisuja 9.* (toim.) Lehtiranta, Erkki & Saalonen, Kristiina. Helsinki: Sibelius-Akatemia. 74–85.
- Jenkins, Henry (2004) *The cultural logic of media convergence*. International Journal of Cultural Studies 7. Saatavilla: <http://eng1131adaptations.pbworks.com/f/Jenkins,+Henry++-+The+Cultural+Logic+of+Media+Convergence.pdf> [Viitattu 19.12.2014.]
- Kunelius, Risto (2003). *Viestinnän vallassa*. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.
- Lehtiranta, Erkki (1993). *Musiikkijournalismin suuntaviivoja – laaja kenttä ilman tarkkoja rajoja.* 12. Teoksessa *Musiikkijournalismi. Musiikin ja median kohtaamisia. Sibeliuksen Akatemian koulutusjulkaisuja 9.* (toim.) Lehtiranta, Erkki & Saalonen, Kristiina. Helsinki: Sibelius-Akatemia. 10–25.
- Papson, Stephen; Goldman, Robert & Kersey, Noah (2004). *Web Site Design Hypertext Aesthetics and Visual Sociology*. American Behavioral Scientist August 2004 vol. 47 no. 12. 1617–1643. Saatavilla: <http://abs.sagepub.com/content/47/12/1617.abstract> [Viitattu 19.12.2014.]
- Pimlott, Herbert (2011). 'Eternal ephemera' or the durability of 'disposable literature'. *The power and persistence of print in an electronic world*. Media, Culture & Society. Toukokuu 2011, vol. 33(4). 515–530. Saatavilla: <http://mcs.sagepub.com/content/33/4/515.short> [Viitattu 19.12.2014.]
- Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli (2009). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. 5. uudistettu laitos. Helsinki: Tammi.
- Väliverronen, Esa (2009). *Journalismi kriisissä*. Teoksessa Väliverronen, Esa (toim). *Journalismi murroksessa*. Helsinki: Gaudeamus. 13–31.

ELEKTRONISET LÄHTEET

- Helsingin kaupunginkirjasto (2014). Saatavilla: [http://www.helmet.fi/fi-FI/Tapahtumat_ja_vinkit/Uutispalat/Musiikkimedia_Nuorgam_ja_Helsingin_kaupunki\(38561\)](http://www.helmet.fi/fi-FI/Tapahtumat_ja_vinkit/Uutispalat/Musiikkimedia_Nuorgam_ja_Helsingin_kaupunki(38561)) [Viitattu 18.11.2014.]
- Leadbeater, Charles & Miller, Paul (2004). *The pro-am revolution: How enthusiasts are changing our economy and society*. London: Demos. 20. Saatavilla: <http://www.demos.co.uk/publications/proameconomy> [Viitattu 8.12.2014.]
- MediaAuditFinland (2014). *Trenditilasto 2003-2013*. Saatavilla: <http://mediaauditfinland.fi/levikit/tilastot/> [Viitattu 8.12.2014.]
- Mesenaatti.me (2013). *Nuorgamin printti*. Saatavilla: <http://mesenaatti.me/projects/nrgm/> [Viitattu 27.10.2014.]
- MTV (2012). *Hyvästi Suosikki - nuorisolehden julkaisu loppuu yllättäen*. Saatavilla: <http://www.mtv.fi/uutiset/kulttuuri/artikkeli/hyvasti-suosikki-nuorisolehden-julkaisu-loppuuyllattaen/2023136> [Viitattu 30.11.2014.]
- Musiikki & Media Finland (2012). *Musiikki & Median Industry Awards Gaalassa palkittiin vuoden parhaat*. Saatavilla: <http://www.musiikkimedia.fi/sitenews/view/-/nid/103/ngid/1> [Viitattu 27.10.2014.]
- Rumba (2014). *Rumban konsepti uudistuu – Painopistettä siirretään verkkoon, lehden ilmestymisväli harvenee*. Saatavilla: <http://www.rumba.fi/uutiset/rumban-konsepti-uudistuu-painopistetta-siirretaan-verkkoon-lehden-ilmestymisvali-harvenee/> [Viitattu 30.11.2014.]

AINEISTO

Forsström, Tommi (2013). *Antisankareita & alapäähuumoria*. Teoksessa *Nuorgamin printti*. 74–81.

Janhunen, Juuso (2012). *Rakkaudesta foniin*. Saatavilla:
<http://www.nrgm.fi/soittolistat/rakkaudesta-foniin/> [Viitattu 8.12.2014.]

Merimaa, Juhani & Onninen, Oskari (2013). *Kansipaikalla*. Teoksessa *Nuorgamin printti*. 62–69.

Nuorgam (2013a). *Info*. Saatavilla: <http://www.nrgm.fi/info> [Viitattu 27.10.2014.]

Nuorgam (2013c). *Kirjoittajat*. Saatavilla: <http://www.nrgm.fi/kirjoittajat/> [Viitattu 29.11.2014.]

Nuorgam (2013e). *Leevi and the Leavings Top 40*. Saatavilla: <http://www.nrgm.fi/juttusarja/leevi-the-leavings-top-40/> [Viitattu 16.12.2014.]

Nuorgam (2013b). *Nuorgam lopettaa toimintansa*. Saatavilla:
<http://www.nrgm.fi/artikkelit/nuorgam-lopettaa-toimintansa/> [Viitattu 27.10.2014.]

Nuorgam (2013d). *Nuorgamin printti*. Musiikkiyhdistys Helsingin Nuorgam ry.

Nuorgam (2014). *Nuorgam* [Facebook-sivu]. Saatavilla: <http://www.facebook.com/Nuorgam>
[Viitattu 8.12.2014.]

Turunen, Gaius (2013). *Fleetwood Mac – neurooseja ja sinnikkyyttä*. Saatavilla:
<http://www.nrgm.fi/artikkelit/fleetwood-mac-neurooseja-ja-sinnikkyutta/> [Viitattu 8.12.2014.]

LIITE

Teemahaastattelun kysymykset

1. Kerro lyhyesti omasta taustastasi journalistina.
2. Miten ja miksi päädyit mukaan Nuorgamin vapaaehtoiseen tekijätiimiin?
3. Mitä teit Nuorgamiin?
4. Mikä oli Nuorgamin tavoite?
5. Mitä Nuorgamin tiimi teki päästäkseen tavoitteeseen?
6. Miksi uskot Nuorgamin menestyneen?
7. Miten internet ja sen mukanaan tuomat mahdollisuudet vaikuttivat Nuorgamiin?
8. Mikä oli Nuorgamin printin tarkoitus?
9. Mitä ajattelet suomalaisesta musiikkijournalismista?
10. Olivatko Nuorgamin tavoitteet reaktio suomalaisen musiikkijournalismin tilaan?
11. Miksi Nuorgam lopetettiin?