

KAARINA KILPIÖ –
HEIKKI UIMONEN

Kulkee mukana eikä maksa paljon – kuinka c-kasetti muutti äänimaisemaa

Suomalaisten musiikinkuuntelukäytännöt ovat uusiutuneet kerta toisensa jälkeen. Taustalla ovat vaikuttaneet milloin musiikin siirrettävyys, milloin kuuntelun privatisoituminen tai pyrkimys entistä parempaan äänenlaatuun. Muutokset ovat vaikuttaneet niin musiikkikulttuuriin kuin äänimaisemaan. C-kasetin yleistymisessä yhdistyvät molemmat.

■ Huhut kasetin kuolemasta ovat liioiteltuja. Yksinomaan Yhdysvalloissa on satoja vaihtoehtoisia musiikkia julkaisevia, kasetteihin erikoistuneita levymerkkejä.¹ Kun vielä muistetaan, että keskustelu kasetin valta-aseman syrjäyttäneistä uusista musiikkiformaateista ja niiden välityskanavista on yleensä ollut länsimaisen internet- ja tietoverkkokeskeisen maailmankuvan värittämää, on aiheellista tarkastella lähemmin myös tämän sitkeähenkisen musiikkitalenneformaatin merkitystä ja menneisyyttä.

C-kasettia (*compact cassette*) on uttu audiokulutustavaroiden suurimmaksi menestystarinaksi koko alan historian aikana.² Erityisesti kehittyvissä maissa kasetilla on ollut merkittävä asema äänilevyteollisuuden monipuolistumisen kannalta, jopa äänitetuotannon monopolin murtajana. Välineen demokratisoivat vaikutukset ovat ulottuneet äänitetuotantoon seitsemänkymmentäluvulta lähtien Intiassa, Afrikassa, Etelä-Amerikassa ja Lähi-Idässä.³

Länsi-Euroopan maissa tai Yhdysvalloissa ei c-kasettikulttuuriin ole juuri kiinnitetty tutkimuksellista huomiota. Tämä koskee myös Suomea, missä c-kasetti mullisti äänimaiseman 1960–80-luvuilla. Julkisen ja yksityisen ääniympäristön muokkaajien määrä

moninkertaistui edullisten, helppokäyttöisten ja liikuteltavien laitteiden myötä. Kasetit myös laajensivat radion ohella musiikin käyttöä, joka aiemmin oli liittynyt pääosin juhlaan ja vapaa-aikaan. Ne toivat musiikin arkeen, työpaikoille ja muun tekemisen taustalle. Ero kuului myös taustamusiikin luonteen muuttumisena.

Artikkelissamme selvitämme niitä vaikutuksia, joita kasettien ripeällä yleistymisellä ja musiikin liikkuvuuden lisääntymisellä oli suomalaisten äänelliseen arkeen. Tarkastelemme kasettikulttuuria mobiiliuden ja äänimaiseman muuttumisen näkökulmista. Työssä käytetään aineistoina aikalaisjulkaisuja, kulutus- ja kasettimyyntitilastoja sekä aiemman tutkimuksemme tuloksia niiltä osin kuin ne koskevat taustamusiikkiliiketoimintaa, työpaikkakuuntelua ja radioiden ohjelmatarjontaa.

Tutkimme kahta kehityslinjaa, jotka ovat musiikkikulttuurinen ja teknologinen. Ensin mainitussa etusijalla ovat muutokset musiikin tarjonnassa ja kuluttamisessa. Teknologisen kehityslinjan tapahtumat puolestaan liittyvät konkreettisten laitteiden ja tallennusalojen myyntiin ja yleistymiseen. Viimein käänämme katseemme äänimaisemaan: niihin mahdollisuuksiin, joita kasetti toi henkilökohtaisen ja yhteisöllisen äänimaiseman muokkaamiseen. Näiden pohjalta hahmottelemme tulevia tutkimushaasteitamme ja yhä mobilisoituvaa musiikkia.

Huhtikuussa 2010 käynnistettiin muistitietokysely kasett historiasta Suomen Akatemian rahoittaman *Musiquitous – jokapaikainen liikkuva musiikki* -projektin ja Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran yhteistyönä.

1. *Guardian* (2010) Dorian Lynskey, 'Return of the audio cassette', <http://www.guardian.co.uk/music/2010/mar/29/audio-cassette-comeback> (25.5.2010)

2. Willem Andriessen (1999) 'The Winner'; Compact cassette. A commercial and technical look back at the greatest success story in the history of audio up to now', *Journal of Magnetism and Magnetic Materials*, vol. 193, no. 1–3, 1 Mar. 1999, 11.

3. Mark Katz (2004) *Capturing Sound. How technology has changed music*, London: University of California Press, 12–13; Peter Manuel (1988) *Popular Musics of the Non-Western World. An Introductory Survey*, Oxford: Oxford University Press.

Kirje- ja internetmuisteluiden avulla etsimme suomalaisen kasettikulttuurin taustatekijöitä sekä polkuja nopeasti yleistyneen musiikkiteknologisen kulutushyödykkeen käyttäjyyteen. Kysely sulkeutuu syyskuun 2010 lopussa ja tuottaa aineistoa paitsi äänen tallentamiseen myös äänimaiseman historiaan liittyvälle tutkimukselle. Käsillä oleva artikkeli on pohjatyötä ja johdatusta aiheeseen.

Kasetti yleistyy

Philips-yhtiön nauhoittava kasettilaite tuli markkinoille vuonna 1963. Vaikka vakavasti musiikkia harrastavat olivat tyytymättömiä kasettinauhurin äänentoistoon, kasetti osoittautui kerta kaikkiaan hyväksi keksinnöksi: halvat ja helppokäyttöiset nauhurit yleistyivät nopeasti. Niiden lanseeraaminen sattui sopivasti samaan aikaan, kun Euroopan julkisrahoitteiset radioyhtiöt alkoivat lisätä kevyen musiikin osuutta lähetyksissään.⁴

Kun jokin teknologia saa ns. teknologista momentumia, se kasvaa keräten tarpeeksi ”ilmaa siipiensä alle” ja siihen investoidaan sekä tuotannon että kulutuksen puolella.⁵ Käytännössä tästä seuraa mm. menestystä markkinoilla ja ko. teknologian merkityksen kasvua kuluttajien elämässä. Kun c-kasetti ja siihen liittyvä laitteisto vahvistivat asemiaan, käytännöt musiikin tuotannossa ja kulutuksessa muovautuivat uusiksi. Tämä näkyi esimerkiksi valmiiksi nauhoitettujen musiikkikasettien tuotannon ja myynnin käynnistymisenä. Levyjulkaisujen standardiksi muodostuivat vinyyli- ja kasettivaihtoehto. Kahdeksankymmentäluvun puolivälissä kasetit ja LP-levyt olivatkin jo myynnin suhteen tasavertaisia.⁶

Momentum ei Suomessa kuitenkaan kasaunut vielä 1960-luvulla, vaikka c-kaseteista kuului tänne uutisia ja laitteitakin oli jo käytössä. Kasetteja toistavien laitteiden tuonti alkoi 1966, mutta markkinat pysyivät melko hiljaisina. Kasettisoittimet ohittivat kelanauhurit myyntiluvuissa vasta vuonna 1970.⁷ Vuosikymmenen vaihteeseen tultaessa vasta kymmenen prosenttia kotitalouksista omisti kasettisoittimen. Nihkeään alkuun oli todennäköisesti monia syitä. Ka-

settien kysyntä oli kenties yllätyksellisenkin kovaa valmistajien sijaintimaissa Keski-Euroopassa ja Japanissa – Suomen markkinat eivät olleet aivan ensimmäisinä vuorossa. Saatavuus varmasti kuitenkin parani jo 1960-luvun lopulle tultaessa, joten tarjonnan vähäisyys ei käy ainoasta selityksestä. Mistä sitten oli kyse?

Televisio oli 1960-luvun ”pakollinen” hankinta. Tv-vastaanottimet eivät olleet halpoja, ja sellaiseen investoiminen saattoi olla kotitalouden viihde-elektronikkasatsaus useaksi vuodeksi eteenpäin. 1960-luvun lopussa väritelevision tulo alkoi olla vain ajan kysymys, ja vastaanottimien vaihto värillisiin käynnistyi 1970-luvun alussa. Toisaalta kelanauhuriin käyttäjät olivat todennäköisesti haluttomia investoimaan huonompi-laatuiseen ääneen ja luopumaan kelanauhujen käytöstä. Vinyylilevyjenkin merkitys kasvoi ja saatavuus parani vähin erin; kasetti oli vinyylin rinnalla halpaa käyttötavaraa. Nuorisolle suunnattujen äänitemarkkinoiden merkitys kasvoi jo, mutta useimpien 1960-luvun nuorten piti todennäköisesti vielä valita joko vinyyli- tai kasettiformaatti: vanhempien rahat eivät riittäneet kaikkeen.

Kasettiformaatin sisällä käytiin myös taisteluita. C-kasetti voitti RCA:n neliraitakasetit heti tulonsa jälkeen 1964, mutta ns. kasiraitaisen antama vastus oli sitkeämpi ja kesti Suomessa vuodesta 1969 vuoteen 1975. Vielä 1970 valmiiksi äänitetyistä kaseteista joka neljäs myyty tallenne oli stereo-8-mallinen.⁸ Tuona vuonna puolestaan Sony lanseerasi uuden kilpailijan: Elcasetiksi kutsutun var-

4. Pekka Gronow & Ilpo Saunio (1990) *Äänilevyn historia*, Porvoo: WSOY, 467–469.

5. Wiebe E. Bijker (2009) *How is technology made? — That is the question!* <http://cje.oxfordjournals.org/cgi/content/full/34/1/63> (3.5.2010)

6. Jari Muikku (2001) *Musiikkia kaikkeiruokaisille. Suomalaisen populaarimusiikin äänitetuotanto 1945–1990*, Helsinki: Gaudeamus, 217–219.

7. *Radiokauppias*. Radioliikkeiden Liitto r.y.:n tiedotuslehti (1970 lokakuu) 'Kasettinauhurilla on useita käyttömahdollisuuksia', 426.

8. *Radiokauppias* (1971 toukokuu) Johan Vikstedt, 'Kasettien vallankumous', 232. Vikstedt totesi kirjoituksessaan, että c-kasettien ostajat ”suurimmalta osaltaan kuuluvat nuorempiin ikäryhmiin” ja kasiraitaisia taas ostaa ”maltillisempi” (ts. vanhempi) asiakaskunta.

teenotettavan vaihtoehdon, joka väistyi 1979, kun Helsingissä myytiin viimeiset 2 000 Euroopasta huutokaupalla hankittua laatu-dekkiä yhdessä tunnissa innokkaille kuluttajille.⁹ Nämäkin nyt pieniltä vaikuttavat formaattisodat ovat voineet hieman hajottaa markkinointiponnistuksia, tosin loppunujakoinnit keskittyivät 70-luvulle eivätkä ne siksi yksin selitä alun tahmeutta.

1960-luvun loppupuolellakaan ei siis vielä näyttänyt siltä, että c-kasetti nujertaisi kelamagnetofonit tai edes ylttäisi merkittäviin markkinaosuuksiin Suomessa. *Radiokauppias*-lehti ohjeistikin alan myyjiä löytämään sopivat kohderyhmät sen sijaan, että nämä koettaisivat tarjota kasettisoittimia ”kenelle vain”. Painotus oli selvästi ajateltu muualle kuin musiikkiharrastukseen, mahdollisesti kelanauhuriensa ylivoimaisena pidetyn äänenlaadun takia.

Koululaisille se on tarpeellinen, sillä läksyjen päänäpönttääminen muodostuu sekä hauskemmaksi että helpommaksi, puhumattakaan suuriarvoisesta avusta vierasta kieltä opeteltaessa. Kaitafilmaajat saavat kasettinauhurin avulla näppärästi autenttisen äänen filmiensä taustaksi. Lehtimiehien muistiinpanojen tekeminen käy kätevästi sen avulla. Muistilehtiö ja kynä ovat auttamattomasti vanhanaikaisia. Liikemiesten raporttien teko yms. helpottuu kasettinauhuria käytettäessä. Autoilijat voivat helposti panna muistiin mieleensä juolahtaneen ajatuksen jo ajon aikana.¹⁰

Suomessa äänitteiden kokonaismarkkinat alkoivat kuitenkin kehittyä nopeasti samoihin aikoihin kasetin tulon kanssa. Suomen EMI:n osastopäällikkö iloitsikin *Radiokauppias*-lehdessä joulukuussa 1971: ”Päinvas-toin kuin avokelanauhureiden omistajista, kasettinauhureiden omistajista tuli vakituisia taltioidun musiikin ostajia”.¹¹ Myynnin kasvu johtui useista seikoista. Musiikin-kuuntelulaitteet yleistyivät samalla kun kotimaisten äänitteiden suosio ja laatu koho-sivat. Jakelukanavat monipuolistuivat ja äänitteiden mainonta tehostui. Lisäksi äänit-teiden hintataso nousi hitaammin muihin elinkustannuksiin verrattuna.¹² Myös kodin-

tekniikka ja erityisesti viihde-elektroniikka on niiden harvalukuisten hyödykkeiden joukossa, joiden hinnat ovat vuosikymmen-ten ajan noudattaneet samaa periaatetta: ne kohoavat hyvin maltillisesti tai peräti laskevat.¹³

Suomessa levysoittimia ja levynostajia oli vähemmän muihin Pohjoismaihin verrattu-na. Tallenteiden hankkiminen ja kuuntelu silti lisääntyi 1970-luvulla, mutta uusia väy-liä pitkin: esimerkiksi kymmenet tuhannet iskelmien kuuntelijat ostivat joukoittain suosikkiesiintyjensä kasetteja huoltoasemil-ta. Valmiiksi äänitettyjen kasettien myynti käynnistyi autoilijoiden ostosten myötä.¹⁴ Vuosikymmenen äänitemyynnin ripeä kasvu oli ennen muuta kasettien ansiota. Vielä 1970-luvulle tultaessa äänitteitä myytiin mil-tei yksinomaan erikoisliikkeissä. Myös ta-varatalot ja radioliikkeet ottivat äänitteet valikoimiinsa, kun äänentoistolaitteiden menekki kasvoi ja sitä seurasi äänitteiden suuri kysyntä. Myyntipisteiden määrä lähti vaatimattomasta 200:sta mutta kymmenker-taistui vuosikymmenen kuluessa. Teline-

9. Andriessen (1999) 16; *Helsingin Sanomat* (4.10.1979) ’Ostoryntäys Helsingissä. Dekkimarkkinoita kyllästettiin tunnissa kymmenen prosenttia’.

10. *Radiokauppias* (1969 tammikuu) ’Kasettinauhuri...’, 16.

11. *Radiokauppias* (1971 joulukuu) Esa Haavisto, ’Taltioidun musiikin myynnin kehitys’, 575.

12. Leif Lindblad (1977) ’Äänitemarkkinoiden kehitys Suomessa 1970-luvulla’, teoksessa Jaakko Borg (toim.) *Satavuotias äänilevy*, Helsinki: Äänilevytuottajat r.y., 32–35; op.cit. Jari Muikku (1989) *Laulujen lumaa. Raportti suomalaisesta äänitetuotantopolitiikasta*, Helsinki: Valtion painatuskeskus, Taiteen keskustoimikunta, 28–29.

13. Marita Nikkilä (1997) *Kodintekniikkatuotteiden hinnat ja myyntimäärät Suomessa vuosina 1981–1996*. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 9/1997, 6.

14. Ns. kasiraitaisia toistavat laitteet tulivat autoihin 1969. Tämän järjestelmän laitteilla ei voinut äänittää. Tallennetun musiikin kasettikauppa käynnistyiikin tuoloin, ja kasiraitaiset olivat ensimmäisenä myyntivuonna 13 500 myydyllä yksiköllä selvästi edellä c-kasettia (9 500 kpl). Vuoden kuluttua tilanne oli jo keikahtanut päinvastaiseksi – tosin myynnit nousivat niin vauhdilla, että molemmille versioille riitti kymmenien tuhansien myyntiä useaksi vuodeksi. *Radiokauppias* 4/1973 ’C-kasetit valtaavat tilaa äänilevyiltä’, 44.

15. Muikku (1989) 28–29.

myynnin osuus vuosina 1975–85 vaihteli 35–38 prosentin välillä¹⁶.

Myynnin painopisteen vaihtuminen erikoisliikkeistä tavaratalojen, huoltoasemien ja supermarkettien myyntipisteisiin edesauttoi musiikin saatavuutta ja lisäsi heräteostoksien mahdollisuuksia ”passiivisemmalle musiikin kuluttajalle”. Uuden jakeluverkon myötä äänitteet olivat saatavilla suurten kaupunkien ohella ympäri maan. Postimyyntiyritykset ja levykerhot vauhdittivat muutosta; musiikkia arvioitiin 1970-luvun lopulla myytävän postitse yli kymmenkertaisesti enemmän kuin muita tuotteita.¹⁷

Tämä otettiin huomioon myös tuotantoportaassa. Levy-yhtiöiden tuottajat miksasivat musiikkia tarkoituksella siten, että sitä voitiin kuunnella myös huonompilaatuisista laitteista. Lisäksi 1970- ja 1980-luvulla käännösiskelmistä saattoi olla kaksikin eri versiota: menestyneet artistit julkaisivat huolella tehdyn version sekä pienemmät levy-yhtiöt omansa. Viimemainitut ”coverin coverit” ilmestyivät ensisijaisesti hinnaltaan edullisilla, autokuunteluun soveltuvilla hittikokoelmakaseteilla.¹⁸

Kerran vauhtiin päästyään kasettisoitin levisi nopeasti ”syrykyliin asti”.¹⁹ Nauhuri oli tyyppillisin 1970-luvun alun kestokulutustavarahankinta.²⁰ Vuonna 1970 vain joka kymmenennellä oli kasettisoitin; seitsemän vuotta myöhemmin kolme neljästä pystyi soittamaan kasetteja kotonaan. Määrä oli peräti korkeampi kuin muissa Pohjoismaissa ja selvästi enemmän kuin vähittäiskauppa oletti vuosikymmenen alussa.²¹ Vuosikymmenen loppua kohti yleistymistähtiä hieman hidastivat reaaliensoiden lasku 1977–78 sekä useiden muiden kodinteknologian tuotteiden antama kilpailuvastus: pakastimet, astianpesukoneet ja väritelevisiot rynnistivät suomalaisiin koteihin toden teolla juuri 1970-luvun lopulla.²² Vuonna 1983 kasettisoittimien peitto suomalaisissa kotitalouksissa oli jo 145 prosenttia. Kasettien markkinaosuus pysytteli pitkään 50 prosentin tuntumassa. Niiden suosio ja kotimaisen musiikin menestys liittyvät osittain yhteen.²³

Äänilevyn valmistukseen verrattuna kasetin luvaton monistaminen oli vaivatonta,

minkä lisäksi säveltäjien, soittajien ja levyntekijöiden korvaukset jäivät maksamatta. IFPI:n (International Federation of Phonographic Industry) 1970-luvun loppupuolen tutkimukset kasettinauhureiden käytöstä ja kopioinnin laajuudesta kolmessa maassa liittyvät ääniteteollisuuden huoleen helpon monistamisen vaikutuksista. 1970-luvun lopullahan teollisuusmaiden kotitalouksista 2/3 omisti nauhurin. Tutkimukset paljastavat muun muassa, että suomalaiset olivat huikean ahkeria radiomusiikin äänittäjiä verrattuna kasettikäyttäjiin useissa muissa maissa, Pohjoismaat mukaan lukien: peräti 83 prosenttia äänitti täällä pääasiassa radiosta. Tammikuussa 1980 tehdyn selvityksen mukaan radiosta äänittäminen oli Suomessa hieman vähentynyt, mutta radio oli edelleen 68 prosentilla kotiaänittäjistä tärkein tallennettavan musiikin lähde.²⁴

Kasetit ja käyttäjät

Mitkä sitten olivat kasetin yleistymisen edellytykset? Käyttöesineenä se oli heti alusta

16. Muikku (2001) 169. Fazerin Musiikkikerhon toimitusjohtaja kertoi 1978 kauppiaspäivillä musiikkitalenteista myytävän n. 14 prosenttia postimyyntin kautta, kun Suomen muusta vähittäiskaupasta postimyyntin osuus oli vain prosentin suuruinen. *Radiokauppias* (5/1978) 'Operaatio Musakämmen', 22–24.

17. Juha Korvenpää (2005) *Paavot kehiin. Musiikkiteknologia suomalaisessa iskemämusiikkituotannossa 1960–80-luvuilla*, Tampere: Tampere University Press, 32–33; 215–216.

18. Pekka Gronow (1984) 'Taistelu kasetista', *Tiedotustutkimus* 4, 3.

19. Vuosien 1971 ja 1976 välillä tehdyssä vertailussa kestokulutushyödykkeiden yleisyyden suhteen todettiin, että ylivoimaisesti eniten (33 %) oli kasvanut nauhurien määrä. Seuraavaksi yleisin kodintekniikan hankinta puhelin tuli selvästi perässä (23 % lisäyksellä). *Kotitaloustiedustelu 1976. Osa 2, Kulutuksen väestöryhmittäin – Kestokulutushyödykkeiden omistus* (1979) Tilastollisia tiedonantoja 62. Tilastokeskus, 22.

20. Teosto (1980) *Gallup survey concerning the music recording habits in Finland, Sweden, Norway and Denmark*. Teosto, NCB, Nordic Groups of IFPI; *Radiokauppias* (1971 toukokuu) 232.

21. Vertailua hiukan hankaloittaa se, että 1980-luvun puolella kotitalouksilta alettiin tiedustella yhdistetysti ”nauhurin tai levysoittimen” omistusta, ei enää kumpaakin erikseen. *Kotitaloustiedustelu 1985. Kotitalouksien kestokulutushyödykkeiden omistus* (1987) Tilastotiedotus TU 1987:1, Tilastokeskus, 6–8.

22. Lindblad (1977); Muikku (1989) 28.

23. Teosto (1980) 18–19.

24. Andriessen (1999) 12.

(1963) lähtien kuluttajalle optimaalinen. Tekninen suunnittelu ratkaisi vanhan ongelman: helposti sotkeutuva nauha ymmärrettiin pakata muoviseen koteloon, joten c-kasetin käyttöominaisuudet olivat kelaanauhaan verrattuna paremmat. Nauhan kulku muovisen kasetin sisällä mahdollisti nauhan pysäyttämisen mihin tahansa kohtaan, kasetin poistamisen ja uudelleen käynnistämisen tismalleen samasta kohdasta missä tahansa kasettisoittimessa – ominaisuus, joka on edelleenkin jäljellä jokaisessa c-kasetissa. Kasetin kääntäminen ja nauhan soittaminen ”takaisinpäin” puolestaan oli mahdollista kätevästi kahteen raitaan jaetun rakenteen ansiosta.²⁵

Helppokäyttöinen radionauhuri oli ensimmäinen varsinainen kansan soitin, joka soveltui musiikin tallentamiseen. Radiolähetysten nauhoittaminen onnistui yhtä tai kahta nappia painamalla. Levysoittimelta tai muusta äänilähteestä tallentamiseen tarvittiin laitteiden kytkeminen johdolla toisiinsa, mikrofonin asettaminen toistavan laitteen kaiuttimen eteen tai ns. ”nauhurit vastakkain” -menetelmän hallinta, mikä tarkoitti laitteen ja sen sisäänrakennetun mikrofonin käyttämistä samaan tarkoitukseen. Nykyiset musiikki-innovaatiot vaativat laitteiston ja internet-yhteyden lisäksi tietoteknistä osaamista, minkä yksinkertaistaminen radionauhurin tasolle vienee jonkin aikaa.

Helppokäyttöisyyttä ylistäessä saattaa unohtua, että kasettien ja niiden laiteympäristöjen hallinta toki edellytti käyttäjältään tietoa ja taitoja sekkin. Ensimmäisillä kerroilla teknologiaa käyttäessään joutuu useiden sellaisten kysymysten eteen, jotka jo toisella kerralla voivat ohittua luontevasti. Nämä liittyvät kasettisoittimen käytön tapauksessa usein konkreettisiin seikkoihin, jollaisia ovat esimerkiksi kasetin asettaminen sisäänsoittimeen tai laitteen hallinta painikkeiden avulla. Myös tulkintataidot voivat olla tarpeen laitteessa annettujen viitteiden ymmärtämiseen ja toiminnoiksi muuntamiseen. Vielä vuonna 2000 suoritettussa radio-kasettisoittinyhdistelmien testissä useat pohjoismaiset 60–90-vuotiaat henkilöt tuskailivat sellaisten merkintöjen kuin ”eject”, ”f. fwd” ja ”tuning” äärellä sekä ymmärtääkseen sen,

että nauha pysäytetään neljösymbolilla merkitystä nappulasta.²⁶ Tämäntyypiset arvoitukset piti kasettisoittimen tulon aikoihin jokaisen käyttäjäksi harjaantuvan ratkaista.

Kasetti oli fyysiseltä käyttöliittymältään melko kiinteästi ennalta määritelty. Musiikki-informaation sisältävä tallennustila oli ohutta magneettinauhaa muovisen kotelon sisässä, missä sen tuli pääsääntöisesti pysyäkin säilyäkseen kuuntelukelpoisena. Käyttäjällä oli periaatteessa mahdollisuus editoida nauhaa muutoinkin kuin nauhurilla – vetää sitä ulos ja esimerkiksi leikata saksilla tai venyttää. Kokeiluja asialla tehtiinkin jossain määrin sekä olosuhteiden pakosta (nauhurin sisään ”syltääntyneen” nauhan kunnostamisyrietykset) että teknologian haastamismielessä (vaikkapa nauhanpätkien poistaminen keskiväliltä ja tästä seuranneet toistonopeuden muutokset).

Käyttöliittymän enemmän tai vähemmän anarkistiset muunnokset eivät tuottaneet sanottavia muunnoksia c-kasetin konseptiin. Kuten alussa totesimme, kasetti elää edelleen, mutta näkyvää tai kuuluvaa kehitystyötä ei ole tapahtunut vuosikymmeniin. Teknologiahistoriassa 1980-luvun puolivälistä saakka vaikuttanutta SCOT (Social Construction of Technology)-lähestymistapaa²⁷ soveltaen voitaisiinkin väittää, että c-kasetin tulkinnallinen joustavuus oli alusta saakka varsin rajoitettu eikä siten antanut liekaa käyttäjien omille linjauksille. Mutta valtaosaa kasettien käyttäjistä omat linjaukset eivät välttämättä teknologisessa mielessä kiinnostaneetkaan. Sen sijaan kasetin tallennusmahdollisuudet ja sosiaalinen käyttö tarjosivat runsaasti tilaisuuksia oman identiteetin ilmaisemiseen. Näiden merkitystä oli ilmeisesti vaikea ennustaa koko

25. Tone Bergh (2000) *Usability of electronic household appliances: Panel Test and Study of User's Manuals*, TemaNord 2000:558, Pohjoismaainen ministerineuvosto, 20; 41; 53.

26. Trevor Pinch & Wiebe E. Bijker (1984) 'The Social Construction of Facts and Artefacts: or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology might Benefit Each Other', *Social Studies of Science* 14, 388–441.

27. *Radiokauppias* (1970 joulukuu) 'EMI (Electric & Musical Industries Ltd.) Suomen osasto', 520.

laajuudessaan. Tähän viittaa levy-yhtiö EMI:n Suomen osaston lausunto vuodelta 1970:

Ensiksikin ihmiset eivät jaksakaan pitää äänittämää itse, vaan he ostavat mieluummin hyvin äänitettyjä valmiita nauhoja. Toiseksi varsinkin autojen kohdalla on selvää, että valmiiksi äänitetyt nauhat ovat huomattavasti käyttökelpoisempia.²⁸

Oliko kasetti siis käyttäjilleen selvästi enemmän aktivoiva ja merkityksellinen kulttuurisena kuin teknologisena uudistuksena? Kenties: formaatin kehitystyössä tiiviisti mukana olleen Andriessenin käsityksen mukaan c-kasetin menestys pohjautuu sen paljastamaan ”yleisinhimilliseen unelmaan”, mobiiliin, yksilöllistyneeseen musiikkiin.²⁹

Kasetti voidaan joka tapauksessa määrittellä sosiaalisesti rakentuneeksi teknologiaksi siinä missä muutkin teknologiat. Eri-laiset sosiaaliset ryhmät ovat selvästi muo-vanneet kasettikäyttäjyyttä omanlaisikseen muunnelmiksi. Suomessa tällaisia olivat esimerkiksi hengellisen musiikin pientuottajat, punkliike ja muut omakustanteista musiikkia ystäväpiirille tai laajemmalle kuuntelijajoukolle musiikkiaan tarjonneet tahot.

Kasettikokoelmien merkityksestä kokoa-jilleen ei ole olemassa tutkimusta samalla tavoin kuin esimerkiksi vinylilevyjen,³⁰ mikä saattaa johtua formaatin perusluonteesta. Samoin kuin uudempi mp3-formaatti, myös c-kasetti on ns. ”säiliöteknologiaa” ja siitä johtuen häipyä helposti taustalle käyttötavarana. Niitä pidetään vähäpätöisinä useista syistä, mm. passiivisuuden mielikuvien sekä äänilevyyn verrattuna vaatimattoman ulkoisen olemuksen takia.³¹

Kasettien säiliöluonne on kiistaton: ne ovat nimenomaan sisältöjä ja kokemuksia säilyttävää teknologiaa, jonka sisältä voi avautua kokonainen ”kuultu tunteiden maisema”.³² Vielä selkeämmäksi asia käy, kun kiinnitetään huomiota kasettien periaatteessa loputtomaan tyhjennettävyyteen ja uudelleentäytettävyyteen äänitystoiminnon avulla. On silti todettava, että käyttäjien muistoissa kasettien yksilöllistäminen itse luotujen kansien avulla vaikuttaa ratkaise-

valla tavalla juuri tähän seikkaan. Käyttäjän tekemä tai häntä ajatellen tehty graafinen kytkös saattaa viitata mitä erilaisimpiin tasoihin musiikkikulttuurissa, muualla populaarikulttuurissa tai esimerkiksi sosiaalisessa verkostossa.

Kaikki musiikinkuuntelijat eivät kuitenkaan ottaneet kasetteja omakseen. Yleisin vastustamisen syy lienee ollut äänentoiston selvästi heikompi laatu, missä suhteessa kasetti ei pärjännyt vinylitallenteille eikä kela-auhoille. Mikäli käyttäjä näki tai paremmin kuuli tämän olennaisena seikkana, hän saattoi päätyä käyttämään kasetteja rajoitetusti (esim. autoillessa) tai jättäytymään täysin uudistuksen ulkopuolelle. Käyttäjäyystutkimuksenkin kannalta ei-käyttäjät ja vastustajat ovatkin aina tärkeitä. He paljastavat hankauskohtia teknologisen uudistuksen ja sen ajateltujen käyttäjien välillä sekä asettavat uusia kysymyksiä kehittäjille ja monesti pakottavat jatkamaan kehitystyötä. C-kasettia tykötarpeineen ei voida tarkastella samanlaisena lisänä peruselintason vaatimukseen kuin aiemmin vaikkapa autoa ja nykyisin internetiä, jonka kohdalla suhtautuminen on edennyt yhtälöön ”ei-käyttäjä = huono-osainen”. Silti suuri laitekattavuus Suomen kaltaisessa maassa antaa aiheita olettaa c-kasetin olleen 1970-luvun itsestään selvä hankinta lähes jokaisessa kotitaloudessa. Tätä edesauttoi se, että äänitteiden hinnat laskivat 1980-luvulla muihin elinkustannuksiin verrattuna.

Musiikin ”jokapaikkaistuminen” tuntui, kuului ja vaikutti arkipäivään. Se oli tärkeä seikka myös äänenlaatukompromissien kannalta. Epätäydellisempi ääni-informaatio

28. Andriessen (1999) 12.

29. Esim. Will Straw (1997) ‘Sizing Up Record Collections: Gender and connoisseurship in rock music culture’, teoksessa Whiteley, Sheila (toim.) *Sexing the groove: popular music and gender*. Routledge, 3–16; David C. Giles & Stephen Pietrzykowski & Kathryn E. Clark (2007) ‘The psychological meaning of personal record collections and the impact of changing technological forms’, *Journal of Economic Psychology* 28, 429–443.

30. Zoe Sofia (2000) ‘Container Technologies’, *Hypatia: A Journal of Feminist Philosophy* 15(2), 188.

31. Sofia (2000) 190.

32. Muikku (2001) 173.

ei haittaa, kun kuuntelu sekoittuu muihin toimintoihin ja kokemiseen. Musiikkielämyksessä ei tavoitella niinkään täydellisyyttä kuin sen yhdistettävyyttä ja soveltuvuutta arjen tilanteisiin.³³

Musiikkia mukaan ja matkaan

Äänimaisema rakentuu äänen, ympäristön ja yksilön vuorovaikutuksen tuloksena.³⁴ Tämä pätee yhtäläillä yhteisöön, jonka jäsenet tulkitsevat ja tuottavat toimillaan yhteistä ääniympäristöään. Myös musiikki muokkaa osaltaan henkilökohtaista ja julkista äänimaisemaa, oli se sitten paikallaan pysyvää tai liikkuvaa, organisesta, mekaanisesta tai sähköakustisesta lähteestä tulevaa.

Shuhei Hosokawan termi *musica mobilis* viittaa paikasta toiseen, intentionaalisesti tai muuten, siirtyvää musiikkia. Liikkuvaan musiikkiin ovat vaikuttaneet urbanisoituminen, viestinnän muuttuminen ja talous. Hosokawan mukaan ilmiössä on keskeistä hetkellisyys ja katoavuus: katukaupustelijat ja rahasta esiintyvät katusoittajat liittyvät ohikulkevan yleisön musiikillisella äänellä yhteen. Musiikin esteettinen tai taiteellinen laatu ovat tällaisessa yhteydessä alisteisia ”ohikiitävän hetken yhteisöllisyyden tunteelle”. Yhtä lailla kannettavien radioiden ja autostereoiden ääni kantaa ohikulkevan korvaan muutaman sekunnin ajan.³⁵

Äänimaisemat muuttuvat yhteiskunnan myötä, ne eivät ole staattisia tiloja, jotka ovat kiinnittyneinä tiettyyn aikaan ja paikkaan. Hosokawan yleisluntoisen, urbaania ja julkista ympäristöä koskevan tarkastelun rinnalle on syytä nostaa agraariyhteisön äänet. Kyse on ennen muuta historiallisesta jatkumosta ja että mukana kulkeva musiikki ei kuulu vain taajamiin. Jo rautakaudella pukuihin ripustetut kellot ja tiu’ut muokkasivat käyttäjänsä äänimaiseman halutunlaiseksi.³⁶

Niin suomalaisessa kuin muissakin kulttuureissa eräs varhaisimmista liikkuvan musiikin muodoista on itsestään selvästi ollut elävä musiikki. Vielä 1800-luvulla työnsä vuoksi liikkeellä olevat ammatinharjoittajat ja kauppiat sekä musiikkia kaupittelevat arkkiveisujen myyjät poikkesivat muusta

väestöstä kuljeskelevalla elämäntyyllillään. Äänimainonta ja -tiedotus kuului heidän työhönsä myös Suomessa, he olivat ”entisaajan ihmiselle radio ja sanomalehti”.³⁷ Suurin osa väestöstä suhtautui näihin musiikilisiin ilmauksiin julkisissa tai puolijulkisissa tiloissa myönteisesti, tosin vastahankaisiakin oli. Ruohonjuuritason vastustus kuitenkin harvoin muuttaa kehityksen suuntaa. Tähän tarvitaan vallanpitäjien toimenpiteitä, kuten 1900-luvun Suomessa. Kulkukauppiaiden äänellä mainostaminen kiellettiin vuonna 1931 asetuksella, joka kumottiin sitten tarpeettomaksi käyneenä vuonna 1999.³⁸

Musica mobilis merkittävä 1900-luvun alkupuolen mekaaninen muoto oli ilman epäilystä gramofoni. Yleisradion lähetykset muuttivat toki sähköakustisella äänellään ympäristöä vuodesta 1926, mutta kiinteistä vastaanottimista. Matkagramofonit taas kuljettivat musiikin haluttuun paikkaan ja mikä parasta, toistivat käyttäjää miellyttävää musiikkia. Yleisradion tarjonnan määritteli kulloinenkin ohjelmapolitiikka eikä kansanvalituksellinen ohjelma aina miellyttänyt etenkin ajan populaarimusiikin ystäviä. Kuuntelukulttuurin muutos oli merkittävä siinäkin mielessä, että musiikkia ei ollut mahdollista kuunnella yksin ennen gramo-

33. Vrt. mp3-kuuntelusta Jonathan Sterne (2006) ‘The MP3 as Cultural Artifact’, *New Media and Society* 8:5 (November 2006), 835. <http://www.sagepub.co.uk/journalsProdDesc.nav?prodId=Journal200834> (11.5.2010).

34. Barry Truax (2001) *Acoustic Communication*, second edition, Westport: Ablex.

35. Shuhei Hosokawa (1984) ‘The Walkman Effect’, *Popular Music*, vol. 4, Performers and Audiences, 165–180.

36. Riitta Rainio (2010) *Suomen rautakautiset kulukset, kellot ja kelloripukset: äänimaiseman arkeologiaa*, Helsinki: Suomen musiikkikirjastoyhdistys ry, <https://oa.doria.fi/handle/10024/59498> (25.5.2010).

37. Mervi Naacka-Korhonen (1988) *Halpa binta, pitkä mitta. Vienankarjalainen laukkukauppa*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran toimituksia 491, Rauma.

38. Kaarina Kilpiö (2002) ‘Kulkevat kauppiat vuosisadan takaisissa suomalaisissa äänimuistoissa’, teoksessa Jarkko Niemi (toim.) *Etnomusiikologian vuosikirja 2001*, Helsinki: Suomen Etnomusiikologinen Seura, 72.

fonin ja sitä seuranneen radion keksimistä – ehkä soittokojeita lukuun ottamatta³⁹.

Erityisesti Helsingissä gramofonien vaikutus äänimaisemaan oli valtaisa. Gramofonimusiikkiin saattoi törmätä miltei missä tahansa: musiikki kantoi kiviseinän läpi naapuriin, levyt soivat uimarannoilla, kesäsiirtoloissa ja kahviloissa. Laitteen jokapaikkaisuus kirvoitti kärjekkäitä kommentteja julkiseen sanaan saakka.⁴⁰

Yleisradio lähetti ohjelmaa vuoteen 1934 saakka pääasiassa iltaisin, 18.00–22.00. Musiikin osuutta lisättiin siten, että se muodosti yli puolet ohjelma-ajasta kaksikymmentäluvun lopulta sotavuosiin saakka. ”Gramofonikuumeen” vaikutukset näkyivät kuuntelijoiden parissa tehtyjen kiertokyselyjen tuloksissa: oopperoiden, operettien ja sinfoniamusiikin sijaan vaadittiin kupletteja, hanurimusiikkia, kansanlauluja ja torvisoittoa.⁴¹

Oletamme, että radiomusiikin jokapaikkaistumisesta voidaan puhua vasta viisikymmentäluvulla, jolloin radiolupien kasvu oli erityisen voimakasta.⁴² Musiikin liikkuvuutta edisti putkiradioita kevyempien ja pienikokoisempien transistoriradioiden yleistymisen sekä tähän liittyen ulaverkon rakentaminen, joka paransi kuuntelun mahdollisuuksia koko maassa. Vuonna 1957 sen piiriin kuului 95 prosenttia väestöstä.⁴³

Kevyen musiikin tarjontaa lisäsi vuonna 1963 aloittanut Sävelradio. Samana vuonna suomalaiset lunastivat 67 100 uutta radiolupaa, joista yhdeksän kymmenestä matkaradioille. Niiden kuunteluun tarvittiin erillinen lupa. Myös vuosikymmenen lopulla lupamäärän kasvuun vaikuttivat matka- ja autoradiolupien lisääntyminen.⁴⁴

Philips toi markkinoille ensimmäiset kannettavat radio- ja autokasettisoittimet vuonna 1967.⁴⁵ Kehitykseen vaikutti luonnollisesti autokannan kasvu. Kun vuonna 1961 autoja oli Suomessa runsaat 300 000, oli määrä vuonna 1967 yli 650 000. Miljoonan auton raja ylitettiin vuonna 1973, ja vuosikymmenen lopussa autoja oli runsaat 1 300 000.⁴⁶ Nyt kasettimusiikki lähti toden teolla liikkeelle.

Autostereoiden ohella eniten kasettimusiikin liikkuvuuteen vaikuttanut innovaatio

lienee 1980-luvun alussa kehitetty Sony Walkman. Laite nähtävästi kehitettiin risteyttämällä liike-elämän tarpeisiin vastannut sanelukone toimittajakäyttöön tarkoitettun kasettinauhuri Pressmanin kanssa ja lisäämällä kokonaisuuteen kuulokkeet.⁴⁷ Innovaatioon on liitetty toinen toistaan myyttisempiä selityksiä, vaikka todennäköisesti kyse oli markkinointistrategiasta. Sony vastasi kuin sattumalta – vaikka sattumasta tuskin oli kysymys – yhä liikkuvampien musiikkikuuntelijoiden tarpeeseen omistaa mukana kulkeva ”pään maisema”, jolla pystyi irtautumaan ympäröivästä äänimaisemasta niin halutessaan. Tuotekehittäjät nostivat ns. tavallisen kuuntelijan liikkuvan elämäntavan työtehtäviään suorittavien toimittajien ja liikemiesten tarpeiden rinnalle. Kuluttajat puolestaan palkitsivat kehittäjien oletuksen ostamalla laitetta jättimäiset määrät. Entistä pienikokoisempi WM-2 tuotiin markkinoille 1982, ja siitä tuli walkmanin malleista myynein⁴⁸. Nauhoittavat walkmanit seurasivat peruslaitteen lanseeraamista varsin pian.⁴⁹

39. Vrt. Katz (2004) 17.

40. Tiina Männistö-Funk (2009) ’Säveltulva kaupungissa. Gramofonimusiikki uudenlaisena kaupungin äänenä ja makukysymyksenä Helsingissä 1929’, *Ennen ja nyt. Historian tietosanomat*, <http://www.ennenjanyt.net/?p=272> (5.5.2010).

41. Matti Alestalo (1982) ’Radio- ja televisioviihde’, teoksessa Päiviö Tommila, Aimo Reitala ja Veikko Kallio (toim.) *Suomen kulttuurihistoria 3*, WSOY: Porvoo, 662–663.

42. Pentti Kempainen (2009) Kun uusi ja vanha radio törmäsivät. Teoksessa Vesa Kurkela (toim.) *Musiikki tekee murron. Tutkimuksia sävel- ja hittiradioista*. Tampereen yliopiston musiikintutkimuksen laitoksen julkaisuja 2, Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy, 15–31.

43. Salokangas (1996) 30.

44. Kempainen (2009) 23; Salokangas (1996) 161.

45. Andriessen (1999) 16.

46. Tilastokeskus. Automäärän kehitys 1940–2009. [http://194.157.221.15/markkinointijarjestelma/taulukulkaisu/92_taulu_katso_uusi.asp?tjid=502&kieli=\(24.8.2010\)](http://194.157.221.15/markkinointijarjestelma/taulukulkaisu/92_taulu_katso_uusi.asp?tjid=502&kieli=(24.8.2010)).

47. Paul du Gay & Stuart Hall & Linda Janes & Hugh Mackay & Keith Negus (1997) *Doing Cultural Studies. The Story of Sony Walkman*, Sage Publications & The Open University, 131.

48. du Gay et al. (1997) 64.

49. Walkman Central – Sony Walkman Reference, <http://www.walkmancentral.com/products/wm-d6c> (10.5.2010).

Walkmanin kohdalla tapahtui teknologien regressio, evoluution sijaan devoluutio. Kasettinauhuria seurasi laite, jossa ei ollut kaiutinta ja jolla ei voinut äänittää. Tämä löi teknologista kehitystä korvalle varsin lujaa: teknisesti ajateltuna Walkman oli edeltäjänsä yksinkertaisempi. Yleensä teknisen kehittymisen ajatellaan tarkoittavan toimintojen moninkertaistumista.⁵⁰ Mainittu ”ikiaikainen yleisinhimillinen unelma” musiikin liikkuvuudesta korvasi sen, että laitteen toiminnot karsiutuivat radikaalisti ja että aiempi sosiaalinen kuuntelutapahtuma individualisoitui. Täytyy tosin muistaa, että Walkman oli tuskin kenellekään enää ensimmäinen musiikinkuuntelu/-tallennuslaite, vaan se asettui karsittuine ominaisuuksineen liikkuvimmaksi jäseneksi kotitalouden kumuloituvan viihde-elektroniikkaomaisuuteen.

Korvalappustereoitaa ja kasetteja käyttävän ei tarvinnut varata erikseen aikaa musiikille, sillä musiikista oli mahdollista nauttia matkan päällä tai liikunnallisen harrastuksen ohessa. Samalla musiikin asema kuuntelun kohteena muuttui jossakin määrin. Haluttua taustamusiikkia oli ollut tarjolla kasetilta jo jonkin aikaa, mutta musiikin tarkkaavainen kuuntelu oli nyt mahdollista paikasta riippumatta. Suomessa tämä tapahtui kahdeksankymmentäluvun puolivälin jälkeen. Kun kasettinauhureiden ja korvalappustereoiden yhteenlaskettu myynti vuonna 1982 oli 30 000 kappaletta, oli määrä kolme vuotta myöhemmin 200 000. Vielä vuonna 1994 laitteita myytiin 132 000 kappaletta.⁵¹

Korvalappustereoiden yleistymisen sai aikaan sen, että auditiivista ja visuaalista informaatiota uudella tavalla yhdistämällä oli mahdollista nauttia uudenlaisesta kaupunkikokemuksesta.⁵² Häiritsevien äänten tai työmatkan tylsyyden poistaminen ovat vain eräitä ulottuvuuksia, joihin musiikki soveltui hyvin. Lisäksi musiikkivalinnasta riippuen kaupunkiin on liitettävissä erilaisia tunnelmia. Sosiologi Jean-Paul Thibaudin tutkimuksen mukaan maisemaan kiinnitettiin ehkä hieman itsestään selvästikin huomiota erilaisen musiikin soidessa. Vahvasti kulttuuriset ja stereotyyppiset tutkimusvas-

taukset äänen ja kuvan liitosta johtuvat suurella todennäköisyydellä elokuvan tarjoamista malleista. Ranskalaisen Thibaudin sanoin: ”Kävelevä kuuntelija suodattaa urbaanin ympäristön informaatiota ja leikittelee hänelle tarjotuilla havainnollisen orientaation mahdollisuuksilla”.⁵³ Kasetista muodostui väline, jolla oli mahdollista hallita henkilökohtaista aikaa ja tilaa – sekä estetisoida näitä molempia.

Ehkä pitäisikin puhua tilanne- sekä paikkakohtaisista kuuntelutavoista, sillä musiikki on yleensä tarkoitettu tiettyssä paikassa kuunneltavaksi tai käytettäväksi. Musiikin tutkija Ola Stockfelt on kirjoittanut genre-normatiivisista kuuntelutavoista.⁵⁴ Eri musiikinlajeja kuunnellaan eri tavoin ja musiikin merkitys on sidottu kuuntelutilanteeseen. Mozart saa kahvilassa toisen merkityksen kuin sinfoniaorkesterin konsertissa. Samalla musiikki muovaa julkisen äänimaiseman kokemista usein ennalta aavistamattomalla tavalla. Kappaleen merkitys kuulijalleen muodostuu ajan ja paikan yhdistelmänä riippumatta siitä, kuullaanko musiikkia tarkoituksella vai sattumalta. Yllättävissä tilanteissa mieleen jääneet musiikkiesitykset herättävät henkiin tilanteita ja tunnelmia vuosien päästä tapahtuneesta.⁵⁵

Musiikki ja kasetti äänimaisemassa

Entä mitä kasettien yleistymisen on merkinnyt yhteisen äänimaiseman muokkaamiselle? Jo yksinomaan musiikin kohdalla siihen

50. Hosokawa (1984) 168.

51. Joukkoviestimet (1998) Helsinki, Tilastokeskus, 189.

52. Ks. Michael Bull & Les Back (2003) ‘Sounds in the City’, teoksessa Michael Bull & Les Back (toim.) *The Auditory Culture Reader*, Oxford: Berg, 300.

53. Jean-Paul Thibaud (2003) ‘The Sonic Composition of the City’, teoksessa Michael Bull & Les Back (toim.) *The Auditory Culture Reader*, Oxford: Berg, 340.

54. Ola Stockfelt (1997) ‘Adequate Modes of Listening’, teoksessa David Schwartz & Anahid Kassabian & Lawrence Siegel (toim.) *Keeping Score: Music, Disciplinary, Culture*, Charlottesville and London: University Press of Virginia, 132–137.

55. Ks. esim. Brandon LaBelle (2008) *Radio Memory*, Berlin: Errant Bodies Press.

liittyvät kysymykset ulottuvat varsin laajalle ja kytkeytyvät edelleen tätäkin laajempaan äänen ja vallan suhteiden problematiikkaan. Taloustieteilijä Jacques Attali tulkitsee musiikin melun organisoinniksi ja kehottaa kiinnittämään huomiota siihen, kuinka valtaapitävät vaativat subversiivisen melun kieltämistä – se kun ennakoi vaatimusta myös kulttuuriseen itsemääräämiseen.⁵⁶ Äänen ja vallan suhteet liittyvät läheisesti julkisessa tilassa soivaan musiikkiin, mitä edellä mainittu kulkukauppiaiden toiminnan suitsiminen havainnollistaa.

Julkisen tilan ohella ympäristökokemuksamme ovat muokanneet puolijulkiset, etupäässä tuotantoon ja kulutukseen varatut tilat. Niihin liittyen alettiin käyttäytymiseen vaikuttavia musiikillisia elementtejä soveltaa Suomessa järjestelmällisesti 1960-luvulta alkaen. Täkäläinen Muzak-yhtiön⁵⁷ tuotteiden maahantuoja aloitti varsin hyvin käynnistyneet toimensa vuosikymmenen alussa. 1970-luku toi kuitenkin muutoksen toisensa perään liittyen niin musiikin käyttöön kuin sen kuunteluunkin. Kasettikulttuurin tulo ja kuuntelevan yleisön makujen sirpaloituminen olivat muutosten näkyvintä ja kuuluvinta osaa. Kyse oli myös ihmiskäsityksen poliittisesta muuttumisesta. Näkemykset yksilöstä yhtäältä tuotannon tekijänä ja toisaalta kuluttamaan ehdollistettavana tarpeentyydyttäjä-automaattina herättivät pahenusta aikana, jona tiedostaminen ja sosiaalisen oikeudenmukaisuuden edistäminen nousivat arvostuksessa. Näin ainakin julkisessa retoriikassa. Työntekijöiden siivittäminen sävelten avulla parempiin suorituksiin – ja vieläpä alitajuisesti – jäi syrjään aikansa eläneenä manipulointina.

Kaupallisen tilan muovaaminen musiikilla ei suinkaan kadonnut. Taustamusiikin määrä, laatu ja sovellusalat päinvastoin moninkertaistuivat. C-kasettipohjaiset keveät ratkaisut alkoivat jo 1970-luvulla syrjäyttää kaapeli- ja nauhasovelluksia taustamusiikkibisneksessä. Asiakaspalvelun oli tunnus-tettava suomalaisen asiakaskunnan musiikkimaut omaksi erityiseksi kirjokseen, jonka hallitsemisessa taustamusiikkitoimijoiden tuli löytää uutta asiantuntemusta. Muuttuneessa kuuntelukulttuurissa aivojen stimu-

lointi musiikilla ei enää vakuuttanut asiakasyrityksiä.⁵⁸

Äänen ja vallan kytkökset tulevat esiin erityisesti rajapinnoilla: paikoissa, joissa oleskelu on välttämätöntä, mutta jotka juuri tästä syystä vaativat oleskelijoilta tavallista suurempaa sietokykyä muita kohtaan. Työolosuhteissa radio on käypä väline muovaamaan tapahtumaton ja yksitoikkoinen työ siedettäväksi, joskin tähän vaikuttavat myös muiden läsnäolijoiden musiikki mieltymykset. Tunnettu esimerkki tästä on Ola Stockfeltin tutkimalta ruotsalaiselta rakennustyömaalta, jossa musiikkia soitettiin enimmillään viidestätoista voimakasäänisestä stereokasettinauhurista. Nuoremmat työntekijät tarvitsivat musiikkia toimiakseen, minkä lisäksi he pystyivät unohtamaan musiikin taka-alalle niin halutessaan. Osa iäkkäämmistä ei kyennyt töihinsä lainkaan. Työporukat rakentuivat sen mukaan, millaisesta musiikista kukin sattui pitämään. Lopputuloksena entinen mestari-kisälli -asetelma murtui, ja työtaidot jäivät välittymättä seuraavalle sukupolvelle.⁵⁹

Suomessa vuonna 1999 tehdyn tutkimuksen mukaan kasetteja ei työpaikalla julkisesti käytetty. Radion valmiiksi valittu musiikki teki yhteisestä kuuntelusta demokraattista ja vaivatonta verrattuna siihen, että joku työntekijöistä olisi päässyt vaikuttamaan muiden työympäristöön omilla kap-palevalinnoillaan. Korvalappustereot ja itse nauhoitetut kasetit antoivat työrauhan silloin, kun työtovereiden radiokanavamieltymykset eivät kerta kaikkiaan sattuneet yk-

56. Jacques Attali (1985/1999) *Noise. The Political Economy of Music*, Minneapolis: University of Minneapolis Press, 4–7.

57. Muzak on 1932 aloittanut yritys, jonka kehittämä oli ns. stimulus progression -menetelmä ja sitä noudattava, ”tieteelliseltä” pohjalta luotu taustamusiikki-järjestelmä. Tuote perustui ihmisen vireystilan manipulointiin musiikkiliiketoiminnan historiasta. Lisätietoa Muzakin vaiheista esim. <http://75.muzak.com/>

58. Tässä esitetyt tiedot perustuvat Kaarina Kilpiön (toistaiseksi julkaisemattomaan) tutkimustyöhön Suomen taustamusiikkiliiketoiminnan historiasta.

59. Ola Stockfelt (1994) ‘Cars, Buildings and Soundscapes’, teoksessa Helmi Järviluoma (toim.) *Soundscapes. Essays on Vroom and Moo*, Tampere: University of Tampere, Dept. of Folk Tradition, 35.

siin omien kanssa.⁶⁰ Siinä missä keskusjohdoinen muzak oli yhdistänyt, individualisoiva stereokasettinauhuri erotti kuulijat omiksi ryhmikseen ja korvalappustereot käyttäjänsä viimein yksittäisiksi musiikinkuuntelijoiksi.

”Meillä jytää” – nuoriso kohde-ryhmänä

Entä millaiseksi musiikinkuuntelu muodostui uusien kulutustottumusten myötä? Kasetteja ja kasettisoittimia suunnattiin eri kuluttajaryhmille. Seitsemänkymmentäluvun kuunnelluimpiin musiikinlajeihin lukeutui iskelmän ja kotimaisen vanhan tanssimusiikin ohella nuorisomusiikki.⁶¹ Siinä missä Erkki Junkkarisen menestystä vauhditti huoltoasemamyynti,⁶² mainostettiin uutta suomalaista rockia ja kasetteja nuortenlehdissä.

Alustava katsaus tuon ajan mainontaan antaa vihjeitä siitä, millaisella retoriikalla kasetista ja kasettisoittimista luotiin uusia välineitä nuorille kuluttajille. Nuortenlehti *Suosikissa* kasettien ja kasettisoittimien mainostaminen aloitettiin seitsemänkymmentäluvun alkuvuosina. Postimyyntiyhtyritykset, laitevalmistajat ja kodinkoneliikkeet mainostivat tyhjiä kasetteja, levyjä ja kodin äänentoistolaitteita – tai näitä kaikkia yhdessä, Fazerin musiikkikerhon tavoin.

Vuosina 1970–71 äänitteiden tai toistolaitteiden mainoksia oli kuusitoista, kun taas vuosina 1972–73 määrä nousi yli neljänskymmeneen. Myyntiä pyrittiin lisäämään esittelemällä laitteiden liikkuvuutta, myös levysoitinten kohdalla. Iskelmästä tutulla ”Vie minut minnekä tahdot” -fraasilla mainostettiin Philipsin kannettavia soittimia, jolla kuuli niin heavy soundia mökillä kuin purukumi-beatia kaverin luona. Paristotoimiset laitteet olivat niin laadukkaita, että niillä erotti ”milloin soi Mozart ja milloin Pop Art”.⁶³ Kelanauhojen kohdalla myyntiargumentteina puolestaan korostettiin äänenlaatua ja omia musiikki-koosteita. Scotch-mainoksen mukaan kelanauhalla kuului puhdasta musiikkia, ”aitoa soundia ilman sihinää ja kohinaa”, minkä lisäksi nauhalle sai suosikkikappaleensa.⁶⁴

Tämä Philipsin kehittämä nauhakasetti mullisti äänen maailman!



Siksi se merkitsee jokseenkin rajattomia kaupan mahdollisuuksia sekä laitteiden että kasettien myynnissä

Sillä Philips kasetti on monipuolisin. Sitä voi kelata sekä eteen että taakse. Se soi sekä mono- että stereona, aina yhä nauhoitettuna. Sitä voi äänittää, sillä voi toistaa (toistavat 60, 90 tai 120 min.). Se viihdyttää (runsas valikoima valmiiksiäänitetyitä musiikkikasetteja), se opettaa (kasetteilla on saatavissa kielikursseja).

Viimeisessä mainonta kertoo nämä samat edut kuluttajille kevään aikana. Se esittelee Philips kasettitalteet. Ja opastaa kääntymään Teidän puoleenne ostoskauppaan. Onko Teillä silloin mitään myydä?

Ota Philipsin CC-kasettijärjestelmään perustuvia laitteita:

PHILIPS RN 702 Ovr. 880,-
PHILIPS 2602 DE LUXE Ovr. 399,-
PHILIPS RH 802 Ovr. 399,-
PHILIPS 2205 Ovr. 45,-
PHILIPS N 2400 Ovr. 395,-
PHILIPS 3302 Ovr. 285,-

MYÖS TAMAN KERTOO MAINONTAMME:

Suuri esittelytarjous: 5 stereoaänitettyny musiikkikasettia 1/3-hintaan Philips kasettitalteen ostajalle!

Tässä ilmoituksessa mainittujen Philips laitteiden ostajalle tarjottuun erikoistarjoukseen sisältyvät 5 kasettia, arvoiltaan 120 mk. hintaan 45 mk. Tarjous on voimassa niin kauan kuin kasetteja riittää.

45,-

PHILIPS

99

Philipsin markkinoinnissa jälleenmyyjille c-kasetti julistettiin äänen maailman mullistajaksi ja formaattitaistelun voittajaksi vuonna 1970. Myynti olikin lähdössä ennennäkemättömään nousuun. Hinnoittelulla ja laitemuotoilulla laitteita suunnattiin eri kuluttajaryhmille. – Radio-kauppias, maaliskuu 1970, s. 99.

Yksityisyyttä ja teini-intiimiyttä edustaa Philipsin Masa ja mä -mainos, jossa nuori pari viihtyy puun katveessa nauhurinsa vierellä. Tytön sanoin ”nyt on styyllattu kiinteesti kolme kuukautta”. Pariskunta pitää samasta musiikista ja Masa ostikin radiomankan: ”enä ei tarvitse roikkua kenenkään kannoilla kuullakseen kunnan piisejä.

60. Heikki Uimonen (1999) 'Radio työpaikan äänimaisemassa', teoksessa Jarkko Niemi (toim.) *Etnomusiikologian vuosikirja 11*, Helsinki: Suomen etnomusiikologinen seura, 118–133.

61. Muikku (2001) 179.

62. Gronow & Saunio (1990) 468.

63. *Suosikki* (6/1972) Philips. 'Vie minut minnekä tahdot'.

64. *Suosikki* (12/1971) 3M. 'Scotch hifi-ääninauhut. C-kasetit'.

On oma kone ja siihen hyvät kasetit. Valitaan vain fiiliksen vaatima maisema ja unohdetaan koko muu maailma”.⁶⁵ Kesäiseen vapaa-ajanviettoon ja liikkuvuuteen vihjaisi myös Toshiba mainos, jonka mukaan ”Kunnon reissulla pelkkä linnunlaulu ei aina jaksa sävähdyttää” ja kuinka ”Takaisin luontoon voi mennä tänään reiluin välinein”. Musiikkia ja liikuntaa yhdisti taiteilijanimellä Robin esiintynyt Esa Simonen, jonka Jytäjumppa-kasetti tarjosi ”jytäten kuntoa [...] missä vain pelit soi”.⁶⁶

Kasettien muuhun äänentoistoon verrattuna heikompi äänenlaatu oli havaittu myös *Tekniikan maailma* -julkaisun mainoksessa. Kasettinauhureiden testin yhteydessä kerrottiin, kuinka ”kasettia on totuttu pitämään poppareiden lelu”.⁶⁷ Kasettikäyttöiset laitteet kuitenkin antoivat kuuntelijalle mahdollisuuden kontrolloida ääntä ja tilaa yhdistäviä kokemuksiaan. Nämä mahdollisuudet realisoituivat vasta kasettien yleistymisen myötä, sillä radion musiikkitarjonta tai ylipäänsä radion kuuluvuus olivat asioita, joihin vaikuttamisen mahdollisuudet olivat hyvin rajalliset. Philipsin radionauhureiden kokoaukeaman ilmoitukset neljässä peräkkäisessä lehdessä vuonna 1972 kiteyttää keskeiset argumentit. Siinä kerrotaan yleisellä tasolla, kuinka ”Meillä jytää”; laitteen ominaisuuksista, kuinka ”Värkin radiopuoli soittaa syötävän hyvää musaa (silloin kun sitä nyt lähetetään) ja nauhuri puoli tallettaa menon taskuun menevään kasettiin” sekä kuinka ”voit äänittää pitkäsoittolevyt suoraan radiosta, toisesta nauhurista tai levysoittimesta”. Vielä ”maikki jemmaa hyvät tilanteet talteen” eikä sähkönsaanti ole ongelma, sillä ”paristoista lähtee voimaa rautaisimpiinkin piiseihin”. Sama mainos korosti musiikin liikkuvuutta, kopioitavuutta, omaa tallentamista sekä vapautta sähkönsaannista ja Yleisradion musiikkitarjonasta.⁶⁸

Jatkosta kertovat käyttäjät

Tässä olemme kirjoittaneet vasta 1960–80-luvuista. Ajallisesti pitemmälle ulottuva tarkastelu on ehdottomasti paikallaan. Artikkelin alussa mainitsemamme muistitietokeruu⁶⁹ tuo kasettikäyttäjyydestä runsaasti

Vihdoinkin kevät – ja nuoriso etsii hyviä kannettavia ja kuunneltavia. Tähän tähtää myös Philips-mainonta – sekä tv:ssä että lehdissä.* Muistathan varautua. Tarjota Philips-laatua ja kokemusta – järkihintaan.

Tässä esimerkkejä hyvistä Philips-kannettavista:

RR 454 RR 351

*) TOUKOKUUSSA: Suosikki: Help, Shock
KESÄKUUSSA: Suosikki: Help, Apa
HEINÄKUUSSA: Help

N 2219 AR 170

PHILIPS

N 2219 "Lucky Hit"

Kannettavat laitteet nähtiin tuotantopuolella erityisesti nuorten valintoina näiden itsenäistytessä kodin piiristä. 1977 Philipsin tuotehahmona oli John Lennonin julkisesta kuvasta mukailtu itsevarma nuori mies. – Radiokauppias 1977/4, takakansi.

ainutlaatuista aineistoa. Sen pohjalta pääsemme punnitsemaan työmme pääkysymyksiä: millaiset olivat polut sisälle käyttäjyyteen ja ulos sieltä? Millaisia olivat ajan myötä ilmaantuneet laitteiden käyttötavat: kulkiko musiikki todella kaikkialle käyttäjiensä mukana ja mistä lähtien?

Selvittämättä ovat myös myöhempien median muutosten vaikutukset kasettikult-

65. *Suosikki* (5/1973) Philips. 'Masa ja mä'.

66. *Suosikki* (3/73) Toshiba. 'Kunnon reissulla pelkkä linnunlaulu ei aina jaksa sävähdyttää'; *Suosikki* (8/1973) 'Robinin jytäjumppa'.

67. *Suosikki* (11/1971) Tekniikan maailma. 'Vertailimme kasettinauhureita'.

68. *Suosikit* (8–11/1972) Philips. 'Meillä jytää'.

69. <http://www.musiq.fi/kasettikysely>

tuuriin. Paikallisradioiden aloittaminen 1985 vaikutti aikaa myöten musiikkitarjonnan virtaviivaistumiseen ja todennäköisesti myös kotiaänittämiseen. Paikallisradioliiton teettämä tutkimus vuodelta 1987⁷⁰ ei tue käsitystä äänittämisen lisääntymisestä, mikä on ristiriidassa sen kanssa, että osa radioista nimenomaan korosti kotiaänittämisen mahdollisuuksia. Pentti Kemppaisen mukaan c-kasetit mahdollistivat soittolistojen luomisen ennen formaattiradioiden lanseeraamista.⁷¹ Entä sen jälkeen, kun samat kapaleet ja artistit alkoivat soida päivästä ja vuodesta toiseen? Oliko enää tarvetta tehdä kopioita esityksistä omiin kokoelmiin? Oman huomionsa ansaitsee myös kasetiteknologian vähittäinen hiipumisvaihe valtavirrasta osaksi autokuuntelua ja alakulttuurien musiikillisia käytäntöjä.

Jos äänimaisema demokratoitui, niin samoin kävi myös musiikille – ainakin mainostajien mielestä. Kuuntelijoiden aktivoituminen, musiikin jokapaikkaistuminen ja

helppokäyttöisimpien laitteiden ylivoimainen suosio viittaavat siihen, että ”kasettivalankumouksessa” tosiaan oli kyse eräänlaisesta demokratisoitumisesta. Mobiilius oli ollut idullaan jo kannettavien levysoittimien, transistoriradioiden ja kelanauhureiden käyttäjyydessä, mutta kasettikulttuurissa se kasvoi uudeksi musiikinkulutuksen tavaksi. Käyttäjien omintakeiset valinnat – tyhjiä kasetteja ja omia kokoelmia, äänikirjeitä ja kuunnelmahullutteluja – kertovat siitä, että teknologia kotoutettiin avoimella ja rennolla otteella tervetulleeksi osaksi työtä ja vapaa-aikaa. ■

70. *Aalloilla* (5/1988) 'Tutkittu juttu. Puolet musiikkia', 7.

71. Pentti Kemppainen (2009) 'Reporadiosta Rockradioon', teoksessa Vesa Kurkela (toim.) *Musiikki tekee murren. Tutkimuksia sävel- ja bittiradioista*, Tampereen yliopiston musiikintutkimuksen laitoksen julkaisu 2, Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy, 135–136.