

Musiikkia kaikille !

Ihmisten kanssakäymisen muodot ja puitteet muuttuvat; niin käy myös musiikin. Elias Lönnrot kuvasi *Kantelettaren* alkulauseessa musiikkikulttuurin muutoksia 1800-luvun alun Suomessa seuraavasti:

"Syntymäpaikoillani Etelä-Suomessa tuli viimeistäki joka viides vuosi uusia lauluja entisten sijaan. Entisiä uusien ilmautuessa ruvettiin vanhantapaisina pitämään ja saivat unohdettua. Niille uusille tuli pian sama vuoro eteen. Ainoastaan muutamia, joko aineensa taikka nuottinsa tähden, muisteltiin kauemmin." (Kanteletar 1840, v.)

Jo silloin vanhat väistyivät uuden tieltä, mutta ylipäänsä musiikkisten murrosten pohja tuolloin oli toinen kuin nyky-Suomessa. Missä mielessä toinen? Miten musiikin muutostiloja voidaan ymmärtää?

Akkulturaatio vai rakennemuutos?

On olemassa ainakin kaksi tapaa hahmottaa sosiologisesti musiikin pitkiä kehityslinjoja. Ensiksi voidaan puhua *akkulturaatiosta*, jolloin musiikin muutokset nähdään uusien muotojen ja aineiden vähittäisenä leviämisenä eli diffuusiona. Lähestymistapa on tuttu eritoten etnomusikologiasta (ks. esim. Gronow 1964 ja Jalkanen 1975). Toinen tie olisi jäljittää suuria *rakenteellisia muutoksia*, musiikin yhteiskunnallisten funktiomääritysten

vaihtelua. Yksi mahdollinen apuväline olisi tällöin *julkisuuden* käsite (ks. esim. Fornäs 1979 ja 1982).

Diffuusio- tai akkulturaatioteoria on etunsa. Ennen kaikkea se tarjoaa perusaineiston musiikin sosiaalishistorialle. Mutta mallilla on myös rajoituksensa. Se ei riittäväällä käsitteellisellä tarkkuudella kykene tunnistamaan musiikin muutostiloja, suuria yhteiskunnallisia "katkoksia". Diffuusiomalliin kuuluu erottamattomasti ajatus *jatkuvuudesta*: uudet elementit kasautuvat vanhojen päälle ja lomaan, toiset "tyylit" ovat nousevia, toiset laskevia, mutta yhtä kaikki prosessi kokonaisuutena on suhteellisen ristiriidaton ja pehmeä siirtymä "akkulturatiivisella jatkumolla" (Cray 1961, ks. myös Gronow 1968, 11-12; suomalainen käyttösovellutus ks. Gronow 1975, 59-60).¹

Musiikin murrokset eivät kuitenkaan ole pelkkiä uusien tyylien, instrumenttien yms. diffuusiota - puhumattakaan siitä, että ne olisivat vain uusien laulujen tunkeutumista entisten sijaan, jolloin entisiä ruvetaan "vanhantapaisina pitämään".

Olennaisilta osiltaan murrokset ovat musiikkiin liittyvien kollektiivisten symbolimaailmojen ja so-

siaalisten sidosten uusia variantteja ja yhdistelmiä. Musiikki - ja nykyään nimenomaan *populaarimusiikki* - on kautta aikojen ilmaissut erilaisten yhteiskuntakerrostumien, -luokkien ja kokonaisten sukupolvien yhteisiä tuntemuksia. Musiikki on samanaikaisesti ollut sekä ihmisten keskinäisen vuorovaikutuksen väline että tapa luoda, uusintaa ja tulkita ympärillä avautuvaa todellisuutta (ks. esim. Merriam 1964, 219-227). Émile Durkheimin termiä käyttäkseni, musiikki on "kollektiivinen representaatio".

Julkisuuden käsitteestä

'Julkisuus'-sanankäytöstä ponnistaa erilaisia 'julkisuus'-käsitteen puolia ja ulottuvuuksia (ks. esim. Dovifatt 1968, 13-20). Ensinnäkin käsite viittaa rajoittamattomaan, laajaan ja anonyymiin *yleisöön*. Toiseksi julkisuus viittaa siihen, mikä aaltoilee ja liikkuu suurten ihmisjoukkojen mielissä eli kollektiivisessa tajunnassa; se on julkisuudessa liikkuvien *mielipiteiden* (vrt. 'öffentliche Meinung'), aatteiden, ajatusten ja tahtomusten verkko. Kolmanneksi julkisuus voidaan käsittää yleisesti hyväksytyiksi primaarimääritelmiksi, todellisuuden *artikuloinneiksi*. - Lähelle näitä ulottuvuuksia tulee tavallinen sanakirjamäärittely, jonka mukaan julkinen on jotakin "avointa", "yleistä" tai "laajalle levinnyttä".

Oskar Negt ja Alexander Kluge (1972, 17-44 et passim.) lähtevät liikkeelle samankaltaisesta merkityskimpusta, mutta tuovat esiin lisäksi kriittisiä painotuksiaan. Julkisuus ilmaisee heidän mukaansa yhtäältä *instituutioiden joukkoa*, toisaalta *kollektiivista kokemushorisonttia*. Instituutioiden tasolla julkisuutta edustavat esim.

'yleinen mielipide', tiedotusvälineet, mainonta, julkinen valta ja julkiset paikat. Kokemushorisonttina julkisuus puolestaan lävistää todellisuuden, joka näyttää kaikkien yhteiskuntakerrostumien kannalta relevantilta. Julkisuus ikään kuin tarjoaa käyttöömmekäntävälineet ja -puitteet (ts. "horisontin"), jonka avulla ja josta käsin organisoimme kokemuksiamme.

Julkisuus samanaikaisesti sekä on että ei ole tosi. Todellinen yhteiskunnallinen käyttöarvo se on sikäli kuin se todella kykenee organisoimaan kokemuksiamme. Tämänkin se voi tehdä kahdella tavalla, joko yleisön omatoimisuuden tai ideologisen herruutuksen suuntaan. Julkisuus yhteisesti ja yleisesti omaksuttuna kokemushorisonttina voi muodostaa rikkumattoman legitimaatiofasadin milloinkin asiantilan ympärille, ts. rajata yleisön tarkastelunäkökulman, sulkea pois kriittiset näkökulmat jne. "Epätosi" julkisuus taas on siksi, että se esittäytyy erityisenä ja itsenäisenä sfäärinä, joka kohoaa tuotantosuhteiden, luokkajaon yms. yläpuolelle. Julkisuus koettaa peittää sen tosiasian, että sen historia on lujasti kiinnittynyt yhteiskunnan kehityshistoriaan ja sen ehtoihin, mitä ilmentävät juuri 'julkisuuden rakennemuutokset' ja mistä johtuu, että 1700-luvun julkisuus oli aivan muuta kuin oman aikamme julkisuus.

Jürgen Habermas (1962, 15-16) ajoittaa käsitteen juuret Kreikkaan. Kreikkalaisessa kaupunkivaltiossa oli kaksi sfääriä, *polis* ja *oikos*. Edellinen oli vapaiden ihmisten yhteisö, julkisen keskustelun (lexis) ja toiminnan (praxis) agora. Oikos taas oli elämänvälttämättömyyksien aluetta, jossa jokainen joutui olemaan kahden raadolli-

sen todellisuuden kanssa. Vastakain olivat siis "vapauden" ja "välttämättömyyden" valtakunnat: julkisuus kuului vapaille, orjille vain oikos.

Uudelle ajalle, kapitalismin syntykaudelle tullessa julkisuuden käsite oli muuttunut. Näkyvimmin "julkisen" alueen muodostivat erilaiset vallan esittämisen ja osoittamisen muodot. Julkisuuden sfääri artikuloi aatelin, hovin ja kirkon valtaa. Käsitteen kypsä merkitys kehkeytyi sitten 1600 - 1700-luvun kuluessa seurauksena valtiokoneiston ja kansalaisyhteiskunnan välisten ristiriitojen kärjistymisestä. Tällöin myös yksityinen eli privaatti sai uuden merkityksen: se tuli tarkoittamaan aluetta, joka oli ratkaisevasti erossa valtiollisesta esivallasta, esim. yksityistä taloudellista yritteliäisyyttä ja perhepiiriä. Privaatti edusti kansalaisyhteiskuntaa, kun taas poliittinen julkisuus muovautui *valtation ja kansalaisyhteiskunnan väliseksi jännitekentäksi*, näiden ristiriitaisten tarpeiden ja intressien välityksinstanssiksi. (Mt., 17-46; ks. myös Negt & Kluge 1972, 10.)

Historiallisesti poliittisen julkisuuden perusmuotona oli erityinen kriittinen (tai "litteraari") keskusteluyhteys. Porvariston poliittisen nousun myötä ja syntyneiden pääomien rikkoessa esteitä liikkeensä tieltä syntyivät modernit viestintäyhteydet alkeismuodossaan. Niin tavarakauppa kuin uutisliikenne olivat tekijöitä, jotka mahdollistivat yhteisen kokemuspierin muodostumisen objektiivisesti samankaltaisen elämänpiirin jakavien yksilöiden välille. (Vrt. K. Pietilä 1980, 179-196.)

Musiikki julkisuutena

Musiikki voidaan ymmärtää sekä jul-

kisuuden instituutiona että kollektiivisena kokemushorisonttina. Se sekä edellyttää että synnyttää julkista toimintaa, ja omalla tavallaan musiikki on mukana jäsentäessämme ja organisoidessamme yhteiskunnallisia kokemuksiamme. Se, missä määrin musiikki todella toimii kokemushorisonttina, vaihtelee historiallisesti, sosiaaliryhmittäin jne.

Ennen kapitalismin kypsymistä eurooppalainen musiikkielämä oli osa vallan julkista esittämistä. Hovin ja kirkon musiikilla oli osin seremoniallisia tehtäviä, mutta samalla musiikin tuli pitää koossa hallitsevia luokkia sekä osoittaa mahti alistettuja luokkia kohtaan. Taide oli yhtenä survimena yhteiskunnan ideologisessa hierarkiassa, ja se suoranaisesti edusti valtainstansseja. Siksi voidaankin puhua *edustavasta julkisuudesta* (repräsentative Öffentlichkeit). (Habermas 1962, 55-56, ks. myös 17-25; Fornäs 1982, 4-6.)

Edustavan julkisuusmuurin ulkopuolelle jäi laaja kansanomaisen musiikin kerrostuma, joka oli välittömästi kytkeytynyt työhön ja fyysiseen uusintamiseen. Kansanomaisen musiikki kumpusi elimellisesti sosiaalisesta perustastaan, eikä siinä ollut vielä selvää taiteellista työnjakoa. (Fornäs 1982, 4-5; ks. myös Gronow 1975, 34-35.) - Siitä huolimatta, että kansanomaisen musiikki ei nauttinut valtaapitävien erityistä suojelua eikä ollut välittömässä kosketuksessa edustavaan julkisuusyhteyteen, oli se kuitenkin elintärkeä osa tämän kokonaisuutta. Kulttuuri oli sosiaalisesti eriytynyt, mikä vastasi valtahierarkian etuja. Toisaalta kansanomaisella musiikilla lienee ollut "vastajulkisuus tehtävä": sen puitteissa voitiin organisoida yhteisiä kokemuksia her-

ruuden vastaisesti (vrt. esim. 'karnevaalikulttuurin' käsite)

Kapitalismin murtautuessa esiin kulttuurin eri muodot tempautuivat irti vanhojen hallitsijaluokkien kahleista: taiteet itsenäistyivät ja taiteilijat vapautuivat perinteisten mesenaattien holhouksesta. Uuden *porvarillisen julkisuuden* avulla hyökättiin feodaalisia valtaoikeuksia ja kirkon asemaa vastaan.

Musiikissa porvarillisten julkisuusmuotojen synty ilmeni eri tavoin. Kirkko- ja hovimusiikki erosivat toisistaan, instrumentaalimusiikki sai tärkeän sijan porvarillisessa musiikkielämässä, musiikista alkoi tulla kulttuuritavara, jota ostetaan ja myydään, sekä - mikä tärkeintä - syntyi yleisö, joka halusi ja jolla oli mahdollisuus kuluttaa musiikkia tavaramuodossa. (Ks. esim. Eisler 1931.) Porvarillinen julkisuus antoi musiikille uuden funktion, mutta siitä huolimatta siinä oli jäänteitä edustavasta julkisuudesta. Porvarisluokka loi identiteettiään sekä arvovaltaansa pakkolunastamalla feodaalista säätyläiskulttuuria ja omaksumalla edustavan julkisuuden seremoniallisia ja mahtipontisia piirteitä (Fornäs 1982, 6-9).

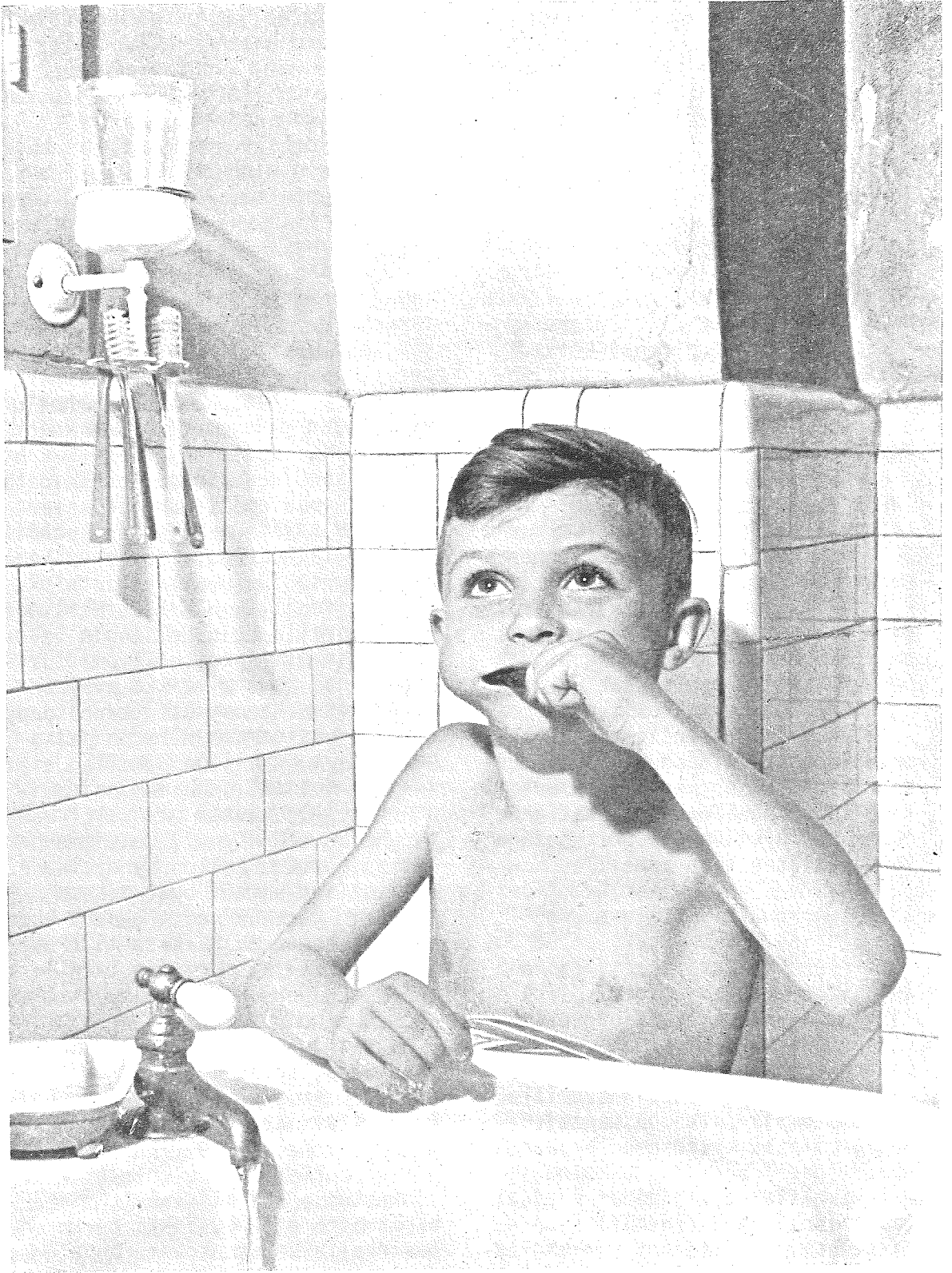
Teollisuustyöväestön synnyn myötä kansanomaisen musiikkikulttuurin painopiste siirtyi vähitellen maalta kaupunkiin, käsityöstä ja maataloudesta suurteollisuuden vaikutuspiiriin. Teollisuuskaupungin työ-, asumis- ja kommunikaatiomuodot jättivät jälkensä musiikki-tyyleihin. *Gemeinschaft* oli kadonnut ja sen myötä pohja elimellisestä kasvavaan musiikkikulttuuriin. Sen sijaan syntyi uusia joukkotarpeita, uudella tavalla organisoitunutta musiikkiharrastusta. Muu-

tos itse musiikissa ei kenties ollut suuren suuri - jos kohta sitäkään ei pidä vähätellä, sillä industrialismin kanssa yhtä aikaa Suomeen levisi uusi valssi- ja polkkamelodiikkaan perustunut musiikkierrostuma, mihin liittyen tapahtui myös siirtymä yksiaänisestä laulumusiikista säestettyyn tai instrumentaalimusiikkiin (Gronow 1964, 51). Tärkeintä kuitenkin oli muutos musiikin tehtävissä: viihdyttävä funktio nousi yhä keskeisemmäksi.

Aluksi viihde oli pelkkä tennessi, joka selittyi kaupunkimaisen elämäntavan, raskaan työn ja kurjien asumisolojen tuottamista elämäkokemuksista ja kompensatiotarpeista. Suuntausta vahvistivat sitten uudet viestintävälineet - elokuva, äänilevy ja radio - jotka aloittivat julkisuuden valloituksen vuosisadan vaihteessa ja loivat pohjaa uusille julkisuusmuodoille.

Porvarillisen julkisuuden kaudella "kahden kulttuurin" olemassaolo kävi yhä ilmeisemmäksi. Yhtäällä oli porvarillinen musiikkielämä, affirmatiivinen korkeakulttuuri, toisaalla kansanomaiset muodot, jotka olivat tärkeä osa porvarillisen julkisuusyhteyden kokonaisuuttamattä. Valtajulkisuuden näkökulmasta kansanomaisen kulttuuri oli ensin kritiikin, sitten sopeuttamisen kohde (massakulttuurikritiikin perinteestä ks. Hellman & Vahtokari 1979, 24-29).

Viimeisin kehitysvaihe on merkinnyt perinteisen porvarillisen julkisuuden hajoamista, mistä Habermas syyttää valtion kasvavaa vaikutusvaltaa. Porvarillisen valtion on korvannut *yhteiskunnallistunut sosiaalivaltio*, joka häivyttää rajan suhteessa kansalaisyhteiskuntaan. Tämän seurauksena - määritelmänomaisesti - hämärtyy ero



yksityisen ja julkisen välillä ja porvarillisen poliittisen julkisuuden kasvupohja katoaa. Perhe-elämä muuttuu ikään kuin yhä "privatimaksi" käpertyen erityiseksi intimitisfääriksi. Työ- ja organisaatioelämä puolestaan käy yhä "julkisemmaksi" muuttuen osaksi sosiaalisfääriä. Päätökset eivät enää nouse yleisöstä; julkisuus jää spesialistien käsiin, journalisteille, PR-miehille ja kulttuuriteollisuudelle. Kriittinen kulttuurikeskustelu (Kulturräsonnement) korvautuu kulttuurin kulutuksella, jota Habermas luonnehtii "pseudojulkiseksi" ja "näennäisprivatiksi". (Habermas 1962, 172-216.)

Uudet julkisuusmuodot, joita Negt ja Kluge (1972, 12, 35-44 et passim.) kutsuvat *uusiksi tuotantojulkisuuksiksi*, ilmaisevat ennen muuta tuotannon intressejä. Teollisesti tuotettu musiikki saa pääosan julkisuudessa. Laskelmoitujen ohjelmanumerot tulevat orgaanisen musiikkikulttuurin sijaan ja markkina-lait korvaavat kulttuurin omat kehityslait. Kollektiiviset kokemukset organisoidaan massakulttuurin piirissä; porvarillisen musiikkikulttuurin jäänteet elävät yhä, mutta sen hyvinvointi on valtion taloudellisen tuen armoilla.

Tuottavasta julkisuudesta tuotantojulkisuuteen

Julkisuusmuodot - muiden kollektiivisten representaatioiden tapaan - luovat yhteisyyttä. Omaksumastamme historiallisesta näkökulmasta herää kysymys siitä, millaisia muutoksia julkisuusmuotojen integroivassa kyvyssä on tapahtunut.

Erik Allardt (1969) on kirjoittanut urheilun integraatiopotentiaalista ja viitannut sen kääntyneen laskusuuntaan. Hänen mukaan-

sa urheiluyhteisön uskollisuusside omiin seuroihinsa on käynyt löyhäksi. Suuret, luontaista taustaryhmäänsä vailla olevat huippuseurat ovat korvanneet perinteiset seurat, jotka kasvoivat suoraan paikallisyhteisöstä, luokka- ja kieliperustalta. Allardtin mukaan yleisö haluaa yhä enemmän virtuoosia ja ihailee tehokkaita, kovia lajeja. Hän lainaa Leo Lowenthalin (1943) termejä ja sanoo, että tuotannon idoliin sijasta yleisö onkin kääntynyt kulutuksen sankareiden puoleen. Yhdessäolourheilusta on edetty kilpaurheiluun; urheilu on nykyään pikemminkin show kuin sosiaalinen liike.

Havainnoidessaan muutosilmiöitä Allardt epäilemättä on oikeassa. Onko sen sijaan urheilun integroiva kyky laimentunut, on jo vaikeampi kysymys. 30-luvulla niin HIFK:lla, Kiffenillä, HJK:lla, Helsingin Palloseuralla kuin Helsingin Tovereillakin oli jokaisella oma tukijapiirinsä, mutta vaikka nykyään jääkiekossa kannatuksen kärpäspaperina on yksinomaan HIFK ja jalkapallossa monopoli on HJK:lla, ei yleisön sosiaalinen ankkuroituminen urheilun kautta ole välttämättä yhtään vähentynyt. Voisimme olettaa, että urheilun synnyttämät sosiaaliset siteet ovat pikemminkin vain saaneet uuden muodon kuin heikentyneet. Sosiaalisesti eriytyneiden yhteisyysmuotojen tilalle on tullut universaali yhteisyysmuoto show-numeroineen.

Musiikin kohdalla epäilymme saa lisätukea, sillä musiikin merkitys esim. erilaisten nuorisokulttuurien erottelijana on kiistaton (ks. esim. Mitchell 1979). Sen ryhmiä yhteen puristava ote on pikemminkin tiukentunut kuin livennyt, siitä huolimatta että musiikki on kokenut samankaltaisen muutoksen kuin urheilu. - Tässä meitä kiinnostaa

ennen muuta tuo muutos.

1900-luvun suomalaisessa musiikkikulttuurissa on havaittavissa kaksi peräkkäistä julkisuusmuotoa. Niistä edellinen luonnehtii kapitalismin kypsymisvaihetta, teollistumisen ja kaupungistumisen kiihvasta alkua sekä jälkimmäinen nykyaikaista yhteiskuntaa. Jos kutsumme myöhempää muotoa - Negtiä ja Klugea mukailleen - *tuotantojulkisuudeksi*, voisimme varhaisemman yhteydessä puhua "*tuottavasta*" *julkisuudesta*.

Näiden kahden julkisuusmuodon erot voidaan tiivistää seuraavasti:

(1) Tuottava julkisuus oli sosiaalisesti eriytynyttä ja sidoksissa yhteiskunnallisiin juuriinsa luokkajaon, kielieron, sijainnin tms. syiden kautta. Tuotantojulkisuuden kaudella musiikki taas on muuttunut *universaaliksi* erilaiset yleisöt yhdistäen, mitä tendenssiä tosin lieventää jako erilaisiin osa- tai alakulttuureihin. Universalisoituminen on merkinnyt yleisön kasvua. Osana prosessia kansainväliset ainekset ovat tulleet kansallisten rinnalle ja sijaan.

(2) Tuottavan julkisuuden oloissa oli vielä jäljellä vahvoja jäänteitä perinteisen maatalousyhteisön orgaanisesta musiikkikulttuurista, jossa ei ollut ehdottomia rajoja tuottajien ja kuluttajien välillä. Tuotantojulkisuuden kaudella musiikki taas on muuttunut *ammattimaiseksi*. Molemmissa julkisuustyypeissä tavataan musiikin "harrastusta", mutta jälkimmäisessä harrastus on ammatillisuuden ehdollistamaa.

(3) Tuottavan julkisuuden valitessa ei ollut vielä lopullisesti irtauduttu aktiivisesta ja tuottavasta suhteesta musiikkiin. Tuotantojulkisuudessa pääpaino on siirtynyt tuotannosta miltei pelkkään *kulutukseen*, teollisuuden valmiina tarjoaman vastaanottoon.

(4) Myös musiikkijulkisuuden välitysmekanismit ovat muuttuneet. Tuottavan julkisuuden maaperässä musiikki organisoitui ja instituutionalisoitui. Työväenliike, nuoriso-seurat ja muut sivistysharrastukset siivittivät kuoro- ja soitto-kuntatoimintaa, kaupunkien huvielämä kupletteja ja muuta ajanvietemuusiikkia. Tuotantojulkisuuden välittävät organisaatiot ovat etäämmällä, ne ovat luonteeltaan *teollisia ja kaupallisia*, ne elävät rahasta ja teknologiasta sekä elättävät byrokratiaa ja luovan toiminnan laskelmoitua kontrollia (vrt. esim. Prokop 1977, 20-24).

(5) Selvimmin kahden julkisuusmuodon erot piirtyvät näkyviin tarkasteltaessa *äänilevyteollisuuden* roolia. Äänilevyteollisuus syntyi tuottavan julkisuuden yhdeksi orgaaniksi, mutta sen tehtävänä oli pitkään vain jäljentää ja seurata musiikkikulttuurin tilaa. Koko musiikkijulkisuuden moottoriksi äänilevy astui vasta tuotantojulkisuuden korvatessa varhaisemman rakenteen. Tuotantojulkisuuden myötä äänilevypääomat siirtyivät tuotannon formaalisesta sen reaaliseen subsumtioon (vrt. Negt & Kluge 1972, 294-299): *pääoman intressi* alkoi ohjata äänilevyteollisuutta.

Puhuttaessa julkisuusmuodoista on muistettava tärkeä varaus. Rakennekäsitteet ovat 'ideaalittyyppisiä'², ts. eivät "todellisia" vaan ainoastaan apuvälineitä tavoiteltujen kehityspiirteiden vangitsemiseksi. Tästä juontuen tuottavan julkisuuden ja tuotantojulkisuuden välillä ei voida osoittaa selvää rajaa, ei sen paremmin elementtien sä puolesta kuin ajallisestikaan. Julkisuusmuodot elävät rinnakkaisina ja päällekkäisinä, joskin "erikaisina" rakenteina, ts. erilaisen historiallis-yhteiskunnallisen

tilanteen tuottamina, erilaisen aikakauden kantajina.

Julkisuuden myötäilijä

Äänilevyteollisuuden nousu Suomessa kertoo selkeästi musiikillisten julkisuusmuotojen kehitystarinaa. Ensimmäiset suomalaiset äänilevyt tehtiin Pietarissa; äänessä oli Pietarin Suomalainen Lauluseura M. Putron johdolla. Seuraavana vuonna piirsi Aino Ackté sopraanonsa kairun pehmeään vahaan Pariisissa. Vuosisadan vaihteessa levy-yhtiöt lähettivät asiamiehiään maailman joka kolkkaan. Suomeen ensimmäinen ennätti syksyllä 1904, ja hän laulatti koneeseensa ajan oopperatähtiä, mm. Maikki Järnefeltiä, Ida Ekmania ja Alarik Ugglaa; viihdettä edusti Pasi Jääskeläinen sekä instrumentaalimusiikkia Kaartin ja Apostolin soittokunnat. (Esim. Gronow 1975, 40.)

Vaatimattomasta alustaan alkaen äänilevyn historia on kulttuuri-teollisuuden historiaa. Suomessa aloite oli The Gramophone Companyn käsissä ja myös pysyi sillä. Vuoteen 1915 mennessä englantilainen yhtiö oli julkaissut noin 750 suomalaista levytystä (Englund 1977, viii); kilpailijoita sillä ei varsinaisesti ollut.

Vuosina 1915 - 1925 levytystoiminta oli täysin pysähdyksissä, ja teollisen musiikin lohtua soivat vain maahantuodut amerikansuomalaiset äänitteet. 20-luvun lopussa koitti gramofonikuumeeksi nimitetty nousukausi (ks. esim. Gronow 1975, 42-45); markkinoille ilmestyi joukko uusia (yhtä poikkeusta lukuunottamatta) ulkomaisia levy-yhtiöitä; alentuneet tullit olivat laskeneet levyjen hintaa, ja myyntiin tuli uusia matkalevysoittimia. Taidemusiikin hegemonia sai lopun, ja levyille alettiin pää-



Seuratkaa alkunne!

Ostamalla Sointu-levyn tuetto kotimaista teollisuutta.

Sointu-levy on trustivapaa ja levymarkkinain suurin suosikki.

Soinnulla suosituimmat sävelmät! Saavana kaikkialta. Hinta ainoastaan Mk. 16:50



asiassa taltioida kaupungeissa vallalle pääsystä musiikkikulttuuria: ensin kupletteja ja salonkimusiikkia, sitten vähitellen *iskelmiä*. 20-30-luvun taitteessa syntyivät ensimmäiset suomalaiset iskelmäklassikot - *Asfalttikukka*, *Emma*, *Puuseppä* ja *Särkynyt onni*. 1929 myytiin Suomessa yli miljoona äänilevyä - määrä, johon seuraavan kerran yllettiin vasta 60-luvulla. (Esim. mt., 42-47, sekä Jalkanen 1975, 359-367 ja 375-376.)

Mutta vaikka äänilevy tuli Suomeen, ei se vielä valloittanut maata. Selitystä tähän voidaan hakea kahdelta taholta (ks. Hellman & Vahtokari 1979, 84-85):

Yhtäällä olivat *teknologiset* syyt. Äänilevyjen valmistuksen vaatima teknologia oli mutkikasta, ja suuret kansainväliset levy-yhtiöt valvoivat patenttioikeuksiaan tarkasti. Äänilevy pysyi "vieraana", "tuontitavarana"; se ei kotiutunut. Samansuuntaisesti vaikutti myös se, että kotimaisilla musiikkikauppiaille - jotka toimivat kansainvälisten yhtiöiden edustajina Suomessa - ei ollut riittäviä pääomia oman tuotannon käynnistämiseksi.

Toisaalta syyt olivat *kulttuurisia*. Musiikkikulttuuri ei vielä tarvinnut äänilevyä; äänilevy ei kyennyt muokkamaan musiikillista julkisuutta, vaan päinvastoin se heijasteli niitä kollektiivisia sentimenttejä, joita urbanisoitunut elämäntyyli ja uudet musiikkityylit kantoivat. Kaupunkimainen vapaa-ajanvietto ei vielä perustunut äänilevyn kaltaisiin kulutustavaroihin, vaan niin sanoaksenne "yhdessäoloon".

Tuottava julkisuus loi kulttuuriteollisuuden infrastruktuurin, mutta yleisesti ottaen oli kulttuuriteollisuus vielä myötäjuoksejan roolissa. Äänilevyteollisuus

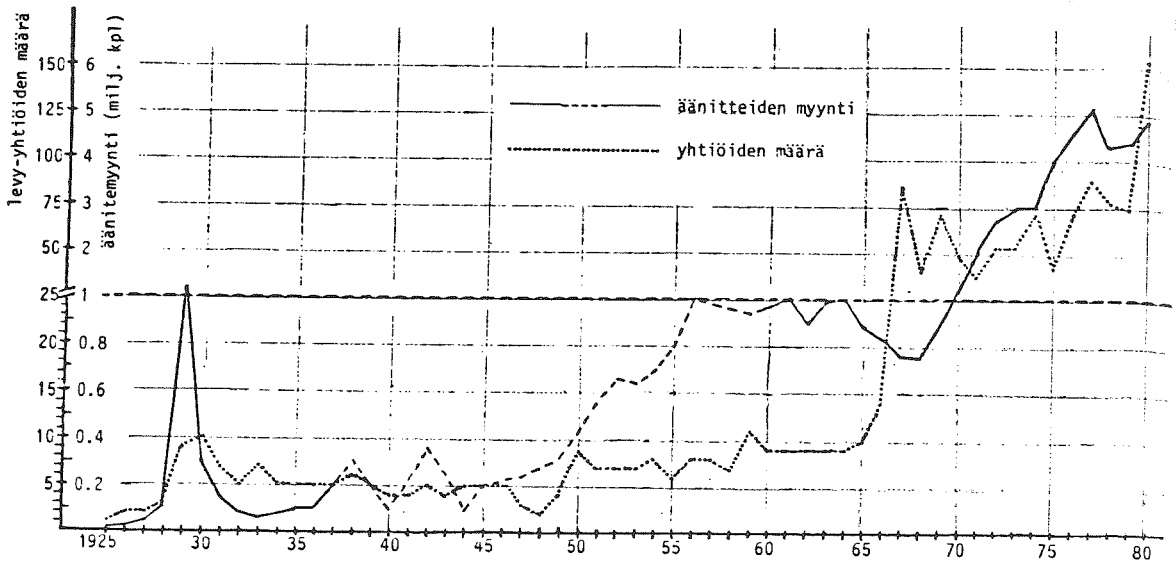
tähyili elävää musiikkikulttuuria keksiäkseen suosituimmat laulajat ja orkesterit; yhtiöt itse eivät vielä pyrkineet aktiivisesti taikomaan uusia tähtiä. Toisaalta tässä piili myös universaalin tuotantojulkisuuden itu: juuri korkeat tuotantokustannukset pakottivat levy-yhtiöt pitämään kiinni muutamista harvoista esiintyjistä, mikä merkitsi standardisoitumispainetta. 30-luvulla "useimmilla levyillä esiintyi yksi kolmesta suositusta orkesterista - Dallapé, Ramblers ja Rytmi-Pojat - tai kolmesta suositusta laulajasta - Matti Jurva, Georg Malmstén, Eugen Malmstén" (Gronow 1975, 47; ks. myös Gronow 1965, 157).

Musiikin yleisö oli laaja mutta pikemminkin sosiaalisesti ja paikallisesti eriytynyt kuin yhtenäinen. Työläisillä oli omat musiikkiharrastuksensa, sivistyneistöllä omansa, samoin maalaisväestöllä ja suomenruotsalaisilla. Äänilevyt vaikuttivat makua yhtenäistävästi, samoin 1926 alkanut yleisradiotoiminta. Aluksi radioyleisö oli eliittiä. Kuuntelulupien määrä oli alle 150 000 ja kuuluvuus hyvä ainoastaan Etelä- ja Länsi-Suomessa. 30-luvulla päätettiin jo yli 300 000:een radioluupaan, toivekonsertit aloitettiin 1934 ja kevyen musiikin osuus musiikkitarjonnasta nousi yli 60 prosenttiin. (Gronow 1968, 14-15.) Teollinen musiikki kiinnittyi - ainakin määrällisessä mielessä - osaksi suomalaista arkipäivää.

Julkisuuden moottori

Sotavuosina vauhti vain kiihtyi. Joulukuussa 1939 julistettiin tanssikielto, joka oli voimassa vuoteen 1948 asti (Gronow & Bruun 1968, 46-48) ja jonka ansiosta äänilevyjen ja musiikkieloku-

Kuvio 1. Levy-yhtiöiden määrän ja äänitemyynnin kehitys 1925 - 1980



Lähteet ja selityksiä: Levy-yhtiöiden määrä on laskettu suomalaisten äänilevyjen luetteloista (Haapanen 1967-1981; Strömmer & Haapanen 1981). Koska diskografian tiedot eivät ole aivan täydelliset, on lukuja pidettävä suuntaa-antavina. - Tiedot äänitteiden mynnistä vuosien 1959 - 1980 osalta perustuvat Ääni- ja kuvataillennetuottajien kokoomiin tilastoihin (ks. esim. Kulttuuritilasto 1977, 17, sekä Hellman & Vahtokari 1979, 186), jotka kuitenkin kattavat vain tuotantoyhdistykseen kuuluvien tuottajien ja maahantuojien äänitteet. 70-luvun kuluessa on yhdistyksen ulkopuolisen myynnin osuus kasvanut vajaasta 10 prosentista noin 50:een prosenttiin, ts. tällä hetkellä "virallinen" myyntitilasto ilmoittaa vain puolet kymmen miljoonan äänitteen vuosittaisesta mynnistä. - Vuosien 1925 - 1937 myyntiluvut ovat Pekka Gronowin (1981, xx) laskemia; vuosien 1938 - 1958 luvut puolestaan ovat oma arvioni, joka perustuu hajanaisten lähteiden tarjoamiin tiedonpalsiin.

vien merkitys musiikkijulkisuuden muovaajina kasvoi. Samalla siirryttiin laajemminkin koko kulttuurin kentällä kulttuuriteollisuuden ja tuotantoyhdistyksen aikakautteen. Prosessi täydellistyi viimeistään 1950-luvulla, jolloin modernin "mediakulttuurin" perusta oli valmis ja paino asettui universaalien massakulttuuristen kulutusmuotojen puolelle. Yhteiset kokemukset organisoitiin nyt kulttuuriteollisuuden luomalla kielellä ja sen vakioimissa muodoissa.

Suomalainen äänilevyteollisuus syntyi sodan jälkeen, mikä oli tärkeä etappi musiikillisen tuotantoyhdistyksen muotoutumisessa. Sodan aikana äänilevyjä oli alettu sekä äänittää että prässätä säännöllisesti kotimaassa, samoin syntyivät ensimmäiset varsinaiset le-

vy-yhtiöt,³ joiden määrä oli aluksi alle viiden, 50-luvulla lähellä kymmentä sekä 70-luvulla jo (jos myös ei-varsinaiset levy-yhtiöt, ts. satunnaiset julkaisijat laskeetaan mukaan) yli 50:n; vuonna 1980 äänitteitä julkaisi 154 yhtiötä tai yhteisöä. Samanaikaisesti levymyynti on noussut 30-luvun vajaasta 200 000:sta tähänhetkiseen kymmeneen miljoonaan äänitteeseen vuodessa. (Ks. kuvio 1.) Edelleen on Suomessa julkaistavien äänitteenimikkeiden määrä moninkertaistunut. Kun 40-luvulla uusia nimikkeitä ilmestyi vuosittain noin sata, päästiin 70-luvulla jo yli tuhatteen nimikkeeseen (Hellman & Vahtokari 1979, 100-114).⁴

Äänilevyteollisuutta luonnehtii korkea keskittymisaste. Se ei - tällä hetkellä⁵ - kuitenkaan näy

itse julkaisuutoiminnassa vaan markkinoilla muutaman suuren jakelu- ja maahantuontiyhtiön ylivaltana (mt., 224-238; ks. myös Hellman 1981, 77-83). Äänitteiden tuotanto on hajautunut pieniin yksiköihin, mutta alaa kokonaisuutena hallitsevat kaksi suurta kotimaista (Finnscaandia ja Discophon) ja kolme suurta kansainvälistä (CBS International, EMI Finland ja K-tel International) yhtiötä. Niiden hegemonia perustuu ennen muuta maahantuontimonopoliin: ne toimivat useimpien kansainvälisten levymerkkien jakelijoina Suomessa, mutta tämän ohella ne myös jakelevat pienten kotimaisten kilpailijoidensa julkaisut. Esimerkiksi 1980 mainitut viisi yhtiötä julkaisivat kotimaisista lp-levynimikkeistä 36 %, mutta niiden jakeluosuus markkinoilla oli peräti 94 %. Samanaikaisesti pienet kotimaiset yhtiöt julkaisivat nimikkeistä valtaosan eli 64 % jakeluosuuden jäädessä kuuteen prosenttiin. - Taulukko 1 kuvaa eri yhtiötyyppien voimaa äänitemarkkinoilla.

Keskittyminen on yksi keino taistella yhtenäen tielle nousevia riskejä vastaan, mutta keskitty-

sestä huolimatta ei äänilevytuotanto koskaan voi olla riskitöntä, vaan periaatteessa jokainen julkaisu on epävarma. Tuottaja ei voi koskaan tietää, myykö tuote vai ei.

Tuotantojulkisuuden luonteen valottamiseksi on paikallaan tarkastella, kuinka levy-yhtiöt pyrkivät riskien pinentämiseen, ts. koettavat turvata voittonsa ja kasvattaa niitä. *Musiikillinen julkisuus rakentuu etsiessään pääoman intressien ja yleisön "käyttöarvovaatimusten" leikkauspistettä.*

Tuotantoriskien minimoimiseksi tuottajan on tavoiteltava mahdollisimman rationaalista tuotantomuotoa. *Myyntiriskien* minimointi taas edellyttää sitä, että äänilevyjen käyttöarvo kohotetaan mahdollisimman korkeaksi. Kyse on kahdesta musiikin muokkausmetodista: rationalisoinnista ja standardisoinnista. (Vrt. Bächlin 1947, 122-157.)

Rationalisoinnin mahdollisuudet ovat äänilevyteollisuudessa vähäiset. Työn tuottavuutta on vaikea kohottaa ainakin "luovalla" puolella; sen sijaan teknisessä valmistuksessa lienee kosolti sijaa tuottavuuden kohottamiseen (vrt.

Taulukko 1. Eri yhtiötyyppien osuus äänitteiden nimiketutannosta, markkinoinnista ja jakelusta 1980

Yhtiötyyppi	Yhtiöiden määrä	Tuotanto-osuus %		Markkinaosuus %		Jakeluosuus %	
		sg	lp	sg	lp	sg	lp
Suuret kotimaiset	2	27	27	6	13	45	42
Muut kotimaiset	149	65	64	24	28	-	6
Kansainväliset/tytäryhtiö	3	8	9	30	31	55	52
Muut ulkomaiset	n	-	-	40	28	-	-
Yhteensä	154+n	100	100	100	100	100	100

Lähteet ja selityksiä: Tuotanto-osuudet tarkoittavat osuutta kotimaisesta nimiketutannosta; markkina- ja jakeluosuudet viittaavat äänitteiden kokonaismyyntiin, so. myös ulkomaisiin levyihin ja kasetteihin. - Tuotanto-osuudet on koottu Haapasen (1981) diskografiasta. Markkina- ja jakeluosuudet on laskettu *Suosikki*-lehden hittilistoista siten, että mukana ovat 12 kuukauden single- ja lp-levymyynnilistat. Mukaan on otettu 20 myydyintä kultakin listalta (jolloin niin single- kuin lp-listojen N=240). Kukin listasijoitus on katsottu yhden pisteen arvoiseksi, ja lopuksi pisteet on laskettu yhteen levy-yhtiöittäin (+ markkinaosuudet) ja jakelijayhtiöittäin (+ jakeluosuudet). - Laskentametodista ks. Soramäki & Haarma 1980, 160-163. Eri levymerkkien jakelua koskevat tiedot on saatu Ääni- ja kuvatalennetuottajat ry:stä.

Hellman & Vahtokari 1979, 207-209). Tuotannon rationalisointia tehokkaampi keino musiikkiteollisuudessa onkin *itse musiikin standardisointi*. Standardisointi ei tähtää tuotantokustannusten alentamiseen, vaan pikemminkin sen tavoitteena on säännellä äänitteiden kulutusta ja lisätä niiden vetovoimaa - siitä myös maksaen. Tuottajien ihanteena on "*universal appeal*": tarkoitus on, että levy miellyttää maksimaalista määrää ostokykyisiä kuluttajia, että se on "koko kansan äänilevy".

Tuotantojulkisuudessa musiikki vakioidaan tiettyihin *genreihin*, jotka näyttävät vastaavan erilaisen yleisöryhmien, erilaisten käyttötilanteiden jne. vaatimuksia. Suomessa iskelmä on lähimpänä universaalin musiikin ideaalia: se on vallitsevan musiikillisen julkisuusmuodon ydin. Sen rinnalle ovat kuitenkin nousseet rockin eri muodot, vieläpä niin, että eri musiikkikerrostumien suhde on käynyt hyvin mutkikkaaksi: yhtäällä rock eriytyy omaan suuntaansa, toisaalla rockin ja iskelmän raja on hämärtymässä.

Tuottajat tuntevat standardisoinnin vaarat, ja niinpä sitä varotaan viemästä liian pitkälle. Iskelmän perusongelma on siinä, että yhtäältä sen on kyettävä "kiinnittämään kuulijan huomio ja erottua kaikista muista iskelmistä, jotta se ylipäänsä voisi tulla myydyksi", kuten Adorno (1962, 38) sanoo, mutta toisaalta se ei saisi "ylittää totuttua, ettei se karkottaisi kuulijaa luotaan".

Tähtikultti on eräs standardisointikeino, jolla on vaikutettu tuotteiden käyttöarvoon. Tähti itsessään jo takaa sen, että levy saa suhteellisen suuren suosion. Riski on sitä pienempi, mitä nimekkäämpi tapani kansa levyllä on äänessä.

Standardisoinnin viimeinen ja tuorein momentti on *pyrkimys yhtenäiseen viihdekulttuuriin*. Sen teho piilee sen kaiken läpäisevässä läsnäolokyvyssä: se kohtaa kuluttajat kaikkialla - kotona, kaupassa, työpaikalla. Vaikka kulttuuriteollisuus pyrki luomaan kuvan privaateista kulttuurikulutuksesta, on seurauksena yleisön luja kytkeytyminen sosiaalivaltion. Yhtenäinen viihdekulttuuri on - Habermasin tarkoittamassa mielessä - "pseudojulkista" ja "näennäisprivaattia".

Tuotantojulkisuus toimii toisin kuin tuottava julkisuus, ts. se koettaa sovittaa kulutuksen tuotantoon eikä siis päinvastoin. Keskeinen rooli tässä tehtävässä on *tuotteiden tavaraesteettisellä työstöllä* ja tavaramerkkien muotoilulla. Tuotteet kytketään tiettyihin abstrakteihin tiloihin, joita W.F. Haug (esim. 1980) on kutsunut "mielikuvitusavaruuksiksi". Kuluttaja täyttää nämä avaruudet sosioesteettisen koodin mukaisesti eli tuottaa toiveunien kaltaisia "ajatusfilmejä", jotka puolestaan rajaavat tilan hänen mielikuvitustoiminnoilleen. Tässä prosessissa vastaanottajan oma toimintakyky korvautuu osittain ylhäältä tulevalle eli kulttuuriteollisuuden antamalla toimintakyvyllä. Tämän vertikaalisen vaikutusrakenteen johdosta Haug kutsuukin tavaraestetiikkaa ideologian kaltaiseksi "paraideologiaksi". Musiikissa tavaraestetiikka näyttää operoivan pääasiassa tähti- ja lajityyppitavaramerkkien kautta. Niin tähti kuin genre ovat merkki erityisestä *ilmapiiristä*. Eppu Normaalin ilmapiirikoodi eroaa Katri-Helenan ilmapiirikoodista - mutta kuluttajat ovat oppineet kulttuuriteollisuuden kielen eli dekodauksen taidon: heidän odotuksensa ovat mukautuneet tarjonnan valikoimaan.



Vastarinnan oire: äänilevyteollisuuden sykli

Tuotantojulkisuuden oloissa kulttuurin kehitystä ohjaavat tuotannon ja pääoman lait, mutta niiden määräysvalta ei ole aukoton, vaan kulttuuriteollisuuden luomia kokemussabloneita vastassa ovat spontaanisti ihmisten yhteiskunnallisista käytännöistä kumpuavat sentimentit. Ne ovat usein jyrkästi vastakkaisia tuotantojulkisuuden maailmalle, ja siksi voidaankin puhua *vastajulkisuuksista* (vrt. Negt & Kluge 1972; Fornäs 1982, 12-14).

Tuotantojulkisuus on ristiriitainen. Kulttuuriteollisuus tahtoi hallita koko julkisuuden sfääriä ja pakottaa kulutusmuodot tiettyihin uomiin, mutta aina jokin spontaani kollektiivisten kokemusten alue jää sen ulottumattomiin.

Äänilevyteollisuuden rakentees-

sa ristiriita ilmenee erityisenä *syklisenä liikkeenä*. Alussa on pieni joukko keskenään kilpailevia tuottajia. Äänilevyn suosion kasvassa kasvavat myös yhtiöt, jotka samalla yrittävät standardoida tuotteet sisällöltään, tyyliltään, esitystavaltaan jne. menestyksekkäiksi koettuihin muotoihin. Yleisön tarpeet eivät kuitenkaan ole yhdenmukaiset eivätkä pysähtyneessä tilassa, vaan niiden kehittyessä syntyy tyydyttämätöntä kysyntää, jonka täyttämiseen yhtiöt riskien pelossa eivät ole halukkaita. Tämän seurauksena markkinoille tunkeutuu uusia yrittäjiä, aluksi kooltaan vähäisiä, jotka tietoisesti hakeutuvat suuryhtiöiden laiminlyömillä alueilla. Syntyy murros, jossa uudenlaiset musiikilliset ilmaisumuodot työntyvät julkisuuteen ja jossa pikkuyhtiöt horjuttavat vakiintuneen tuottajarintaman mahtiasemaa.

Vähän ajan kuluttua vanhat yritykset mukautuvat muutokseen ja kääntävät kurssinsa uuden musiikkikielen suuntaan sitä samalla muokaten, vakioiden. Alkaa uusi suuryhtiöiden valtakausi - tilanne on normaalisoitu.

Osapuilleen tällaisen mallin avulla on analysoitu populaarimusiikin ja äänilevyteollisuuden vuorovaikutusta Yhdysvalloissa (esim. Peterson & Berger 1975; Anderson & Hesbacher & Etzkorn & Denisoff 1980; Rothenbuhler & Dimmick 1982). Rakentamatta varsinaista teoriaa havaitsi saman syklisen liikkeen myös Charlie Gillett kuuluisassa *The Sound of the City* -kirjassaan (1970). Siinä hän mm. seuraa amerikkalaisten levy-yhtiöiden kamppailua nuorisomarkkinoista. Käyttäen apunaan top ten -listoja hän osoittaa, kuinka harvat suuryhtiöt hallitsivat markkinoita suvereenisti vuoteen 1955 asti. Kaupunkien nuoriso oli kuitenkin tyytymätön standardisoituun, riskittömään ja sentimentaaliseen viihdemusiikkiin. Poissuljettuihin tarpeisiin vastasivat yhtäkkiä mustaan musiikkiin ja ennen kaikkea sen johdannaiseen rock'n'rolliin erikoistuneet pikkuyhtiöt. Hetkiksi ne saivat törmäyksessä vallan. Kun vuonna 1955 USA:n top ten -hiteistä neljä viidesosaa oli suuryhtiöiden tuotteita, oli suurten osuus 1959 enää vajaa kolmannes (Gillett 1970, I, 62-63). "Riippumattomat pienet levy-yhtiöt olivat ratsastaneet rock'n'rollin selässä suuryhtiöt kiinni ja menneet ohikin" (mt., I, 156). Vuoteen 1960 mennessä suuret olivat jälleen ottaneet johtoasemansa takaisin. Samalla ne - eräiden ns. cover-versioihin erikoistuneiden keskisuurten yhtiöiden avustuksella - olivat onnistuneet siistimään rockmusiikin: alkuperäiset rhythm and blues -ai-

nekset kuohittiin keskivertoviihteeksi. - Kuvatun syklikierron jälkeen on ilmaantunut uusia. 60-luvun keskittymisvaihetta seurasi Yhdysvalloissa eriytymiskehitys vuosikymmenen puolivälissä. 70-luku on jälleen ollut uudelleenkeskittymisen aikaa. (Peterson & Berger 1975; Rothenbuhler & Dimmick 1982.)

Syklisen mallin ydin on seuraava: *tuotantorakenteen keskittyessä tuotteet homogenisoituvat ja vastaavasti keskittyneiden tuotantoyksiköiden purkautuessa ja pienten tuottajien noustessa esiin tilaa sisällölliselle vaihtelulle jää enemmän.*⁶ Tai kuten Anderson et al. (1980, 34) ovat todenneet vuodet 1940 - 1977 kattavan empiirisen aineistonsa pohjalta: siinä kun "pikkuyhtiöt ovat rohkaisseet innovaatioihin, ovat suuret tuottajat pikemminkin taipuvaisia legitimoimaan ja popularisoimaan uutta musiikkia, keskisuurten puolestaan pyrkiessä jalostamaan sitä".

Syklinen malli tavallaan olettaa, että *musiikin muutosten moottorina toimivat vallitsevan julkisuusmuodon (tuotantojulkisuus) ja "vastajulkisuuksien" väliset yhteentörmäykset*, erilaisten kollektiivisten kokemusten erilaiset organisoimistavat. Julkisuus on leikkauspiste, jossa kohtaavat vaihtoarvo ja käyttöarvo, tuottaja ja kuluttaja, pääoma ja yleisö, erilaiset intressit, erilaiset ihmiset.

Tuottavan julkisuuden oloissa tavattiin standardisoimispaineita, jotka ovat tulkittavissa tuotantojulkisuuden iduiksi. Vastaavasti tuotantojulkisuuden oloissa on musiikkikulttuuria eriyttäviä, universaalisuutta rikkovia tendenssejä; ne voisimme tulkita tuottavan julkisuuden jäänteiksi.

Neljä katkosta

Syklinen malli näyttää soveltuvan suomalaisessa musiikkikulttuurissa tapahtuneiden julkisuusmurrosten erittelyyn. Voisimme erottaa neljä katkosta populaarimusiikin kehityksessä 1900-luvulla.

Ensimmäinen katkos tapahtui 20-luvun lopussa, jolloin iskelmä tuli operettien ja kuplettien tilalle. Tämä merkitsi lopun alkua tuottavalle julkisuudelle. Pitkällä valtakaudellaan The Gramophone Co. oli keskittynyt lähinnä ns. vakavaan musiikkiin, mutta uusien yhtiöiden myötä kansanomaisen musiikin rooli voimistui, ja lopullinen murros tapahtui 1929 kotimaisen "jatsifox-trotin", iskelmän myötä. Tyyliuutos kävi yhdessä tuottajarakenteen eriytymisen kanssa. Uudet levy-yhtiöt olivat muutoksen katalysaattoreina.

Toinen katkos osuu 50-luvun alkuun, jolloin kansainvälinen universaali iskelmämusiikki tuli kotimaisen iskelmän (ns. vanhan tanssimusiikin) rinnalle. Elokuvasävelmät ja käännösiskelmät kuten *Parisiin taivaan alla*, *Istambul*, *Johnny Guitar* ja *Mambo italiano* menestyivät listoilla siinä missä joku supisuomalainen *Balladi Olavinlinnasta* (ks. Gronow & Bruun 1968, 136-138). Miltei samanaikaisesti lisääntyi myös ulkomaisten levyjen maahantuonti. Vuonna 1955 tuotiin äänitteitä Suomeen vain 4.8 tonnia; seuraavana vuonna luku oli 41.6 tonnia (Hellman & Vahtokari 1979, 146-149). Vakiintumassa oleva kotimainen äänilevyteollisuus etsi sopivaa markkinaprofiilia ja yritti sopeutua musiikin kansainvälistymiseen.

Kolmannen katkoksen kytkentä tuottajarakenteen hajoamiseen on selvä. 70-luvulle tultaessa äänilevyteollisuuden siihen asti dis-

kriminoimat musiikin alueet alkoivat vaikuttaa vastajulkisuutena: poliittinen musiikki, kirjalliset laulut, rock, jazz jne. Rock oli yrittänyt murtautua julkisuuteen ensin jo vuoden 1956 tienoilla (rockelokuvat, *Rock around the Clock* ja tanssikilpailut) sekä siten vuoden 1965 tienoilla (The Beatles ja Rolling Stones), mutta levy-yhtiöt eivät olleet vielä kovin kiinnostuneita kotimaisista rocklevytyksistä (ks. kuitenkin Vilkkonen 1977, 56-59). Lähestyttäessä 60-luvun loppua ilmaantui markkinoille kuitenkin lukuisia uusia levy-yhtiöitä, niistä tärkeimpänä Love Records. Vuonna 1979 tapahtuneeseen konkurssiinsa asti Love Recordsilla oli keskeinen uutta julkisuutta luova rooli. Se organisoi suomalaisen musiikkiliikkeen ja 70-luvun rockmusiikin. Samalla se horjutti vakavasti perinteisten suuryhtiöiden asemaa levymarkkinoilla (ks. Hellman & Vahtokari 1979, 111-114 ja 129-139).

Neljäs katkos on vielä aivan tuore. Sen myötä iskelmä on menettänyt julkisuushegemoniansa ja rock entistä selvemmin korvannut sen. Muutosta on helppo kuvata muutamilla numeroilla: vuonna 1970 julkaisuista single-levyistä 71 % sisälsi iskelmiä ja vain 8 % rockia; kymmenen vuotta myöhemmin suhde oli kääntynyt niin, että iskelmiä oli 39 %, rockia 47 %. Samanaikaisesti on levy-yhtiöiden ja muiden julkaisijoiden määrä kolminkertaistunut. Rock on tullut markkinoille pikku-yhtiöiden kautta, samaan tapaan kuin Yhdysvalloissa vuonna 1955. (Lukujen perustana Haapanen 1971 ja 1981.)

Valtakulttuuri - vastakulttuuri
Edellä olemme väittäneet, että

tuotantojulkisuuden rakenteellisen hegemonian hellittäessä vapautuu - Adornon (1967, 231-241) termiä soveltaakseni - "musiikillisia tuotantovoimia", ts. syntyy uutta musiikillista potentiaalia.

Vastaamatta on kuitenkin yhä jäänyt kysymys siitä, ovatko muutokset aitoja ja perustavia vaiko pelkkää kosmetiikkaa, pinnan vaihtelua. Onko esim. rock todellinen protesti-ilmiö vaiko pelkkä valtakulttuurin variaatio, joka jo alusta alkaen on oksastettu systeemin runkoon?

Lopullista vastausta on mahdollon antaa. Sen sijaan nostamme esiin kaksi tulkintaa, jotka molemmat ovat sofistikoituja.

Ensimmäinen tulkinta tulee Frankfurtin koulun pessimistisestä kulttuurikritiikistä. Sen mukaan vastajulkisuuksien kohtalona on sulautua siihen, minkä ne kieltävät. "Moderneina klassikkoina beatnikit ovat mukana viihdyttämässä", Marcuse (1964, 89) kirjoittaa, "ilman että he vaarantavat hyvää tarkoitettavien ihmisten hyvää omaatuntoa." Tämän ajattelutavan mukaan "valtakulttuuri sulattaa itseensä lähestulkoon kaiken, minkä vastakulttuuri kykenee luomaan, mitä se etsii ja minkä puolesta se kapinoi" (Steinbock 1982, 12).

Toisen näkökulman tarjoaa W.F. Haug (esim. 1979 ja 1980). Hänen mukaansa nuorisokulttuurissa on aidon "protesti-" tai "tottelemattomuuskulttuurin" tunnuspiirteitä. Koska nuorisolla ei ole riittävää yhteiskunnallista toimintakykyä, jonka avulla se voisi luoda oman identiteettinsä, on se valinnut esteettiset keinot erottautua muista. Erottautumisprosessi on perusluonteeltaan horisontaalinen - ts. se toteutuu ryhmän jäsenten kesken eikä ole ylhäältä annettu - mutta kulttuuriteollisuus on koko ajan

valmis käyttämään hyväkseen horisontaalista estetiikkaa ja kääntämään sen teolliseksi tavaraestetikaksi. Tavaraestetikalle nuoriso näyttäytyy alamarkkinoina, joita jatkuvasti ruokitaan koemielessä; menestyksekkäimmät tuotteet kohotetaan sitten muodeiksi. Haugin käsittein ilmaistuna vallitseva musiikillinen julkisuusmuoto voitaisiin tulkita *alhaalta päin (horisontaalisesti) tuotetun kulttuurin ja musiikin tavaraesteettisen (vertikaalisen) muokkauksen kompromissiksi*. Näiden välinen kilpailu on todellinen takaa-ajo.

Kolmaskin vastaus on. Se katsoo, että todellista on juuri antagonismi, jatkuva taistelu: valtakulttuuri ja vastakulttuuri ovat molemmat lannistumattomia.

Viime visio

Olemme tarkastelleet, miten musiikki ja äänilevy 'indeksoituvat' julkisuudessa, suomalaisessa elämäntavassa. Sisältöjen tai merkitysten analyysiin emme ole edenneet, ja näin ollen olemme vain esittäneet "minimitodistuksen" julkisuuksien rakenteen muutoksesta. (Vrt. Willis 1982, 20-24.)

Yhtä kaikki näyttää varmalta, että musiikki on käynyt läpi sarjan julkisuusmurroksia. Muutosten ajallinen kaari on ollut noin sata vuotta. Hieman samaan tapaan kuin urheilussa on siirrytty yhdessäolourheilusta kilpaurheiluun, on musiikki kehittynyt yhdessäolokulttuurista ensin universaaliksi, erityiselämyksiä tarjoavaksi tavaramerkkiteollisuudeksi sekä lopulta ruvennut kauppaamaan puhtaaksi viljeltyjä yleiselämyksiä - ei enää tiettyä iskelmää tai tiettyä tähteä, vaan ilmapiiriä, toiminta-avaruutta kuluttajan mielikuvitukselle.

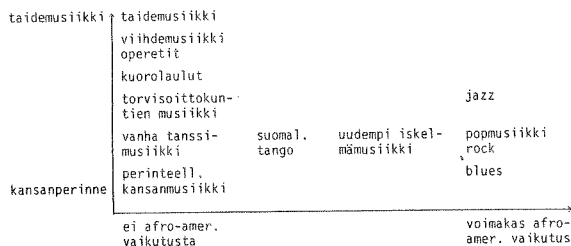
Kun 30-luvun lopulla äänilevyilmoitus otsikoitiin yksiselitteisesti: *LOKAKUUN DALLAPÉ-UUTUDET!*, vetoaa Katri-Helena 80-luvun tv-mainoksessa pirteästi: *HEI, OLEN LEVYTTÄNYT JOUKON TOIVO KÄRJEN KE-SÄISIÄ SÄVELMIÄ!* Kyse ei enää ole konkreettisesta Katri-Helenasta eikä Toivo Kärjestä vaan despesifoidusta musiikillisesta tuulahduksesta, joka odottaa kuluttajan kuvioivaa ja kuvittavaa kosketusta: toiveunta makkaranpaistosta kesämökin pihalla tai kenties aurinkoisesta autoajelusta.

Tänä syksynä äänitetuottajat aloittavat laajamittaisen tuotekuvakampanjan, jonka periaatteena on amerikkalainen tunnus *GIVE THE GIFT OF MUSIC* eli *ANNA LEVY LAHJAKSI*. Teollinen musiikki on muuttumassa rituaaliksi.

Viitteet

Artikkelin pohjana on "Musiikkikulttuurin murrokset teollistumisajan Suomessa" -seminaarissa Jyväskylässä 20.5.1982 pidetty esitelmä.

¹Gronowin (1975, 59-60) mukaan kansanmusiikin ja populaarimusiikin eri muotoja on mahdoton erottaa toisistaan jyrkästi. Crayn (1961) ideaa seuraten hän rakentaaakin koordinaatiston, "ak-kulturatiivisen jatkumon", joka ulottuu yhtäällä kansanperinteestä taidemusiikkiin ja toisaalla eurooppalaisesta perinteestä afroamerikkalaiseen. Suomalaisen musiikkikulttuurin ainekset hän sijoittelee koordinaatistoon seuraavasti:



²Vrt. Habermas (1962, 7) kutsuu porvarillista julkisuutta "epookkityypiseksi (epochaltypische) kategoriaksi".

³Vuosina 1948 - 1950 käynnistivät tuotantonsa nykyisen äänilevyteollisuuden kantayhtiöt: Fazerin Musiikkikaupan äänilevyosasto, R.E. Westerlandin äänilevyosasto, Pohjoismaisen Sähkön ääni-

levyosasto ja Scandia-Musiikki. Scandiaa lukuunottamatta kaikki olivat levyjen tukku- ja vähittäiskauppaina - mutta eivät siis tuottajina - jo kauan ennen sotia. Sitten nämä yhtiöt ovat sulautuneet nykyiseen Finnscandiaan, joka on Musiikki-Fazerin sisaryhtiö. - Kotimaisessa levytuotannossa edelläkävijöinä olivat 20-luvun lopun Columbus sekä sota-aikana toimineet Sointu ja Rytmi. (Gronow 1967, iii-iv, sekä 1981, xii-xv.)

⁴Vrt. Yleisradion tilaamassa ja Tilastokeskuksen toteuttamassa varsin tuoreessa haastattelututkimuksessa on kerätty tietoja mm. äänitteiden omistuksesta kotitalouksissa. Tutkimuksen mukaan kasetit ovat äänilevyjä yleisempiä; niitä on 73 %:lla perheistä, kun äänilevyjä on vain 40 %:lla. Lp-levyjä omistavilla talouksilla on keskimäärin 40 levyä, kun taas kasetteja on niitä käyttävillä talouksilla vain runsaat 20 kappaletta. (Kalkkinen 1980, 1 ja 5.)

⁵Vrt. 70-luvulle asti myös nimiketuotanto oli voimakkaasti keskittynyt. Neljän suurimman yhtiön osuus julkaistuista nimikkeistä on kehittynyt seuraavasti (ks. Hellman & Vahtokari 1979, 224-228; vuoden 1980 lukujen perustana Haapanen 1981):

1950	82 % singleistä		
1955	92 % singleistä		
1960	89 % singleistä	ja	63 % lp-levyistä
1965	88 % singleistä	ja	83 % lp-levyistä
1970	68 % singleistä	ja	82 % lp-levyistä
1975	87 % singleistä	ja	72 % lp-levyistä
1980	32 % singleistä	ja	32 % lp-levyistä

⁶Sama päätelmä on tuttu myös elokuvasosiologias-ta (ks. Astala 1981, 41-42).

Kirjallisuus

- ADORNO, Theodor W. Encyklopedisk stickord "Musiksociologi". Teoksessa ADORNO, Theodor W. *Inledning till musiksociologin. Tolv teoretiska föreläsningar*. I.p., Bo Cavefors Bokförlag, 1976, s. 231-241 (1967).
- ADORNO, Theodor W. *Inledning till musiksociologin. Tolv teoretiska föreläsningar*. I.p., Bo Cavefors Bokförlag, 1976 (1962).
- ALLARDT, Erik. Fotboll och social förankring. Teoksessa ALLARDT, Erik. *Förankningar*. Borgå, Söderström & C:o, 1970, s. 28-34 (1969).
- ANDERSON, Bruce & HESBACHER, Peter & ETZKORN, K. Peter & DENISOFF, R. Serge. Hit Record Trends, 1940 - 1977. *Journal of Communication*, 30 (2), Spring 1980, s. 31-43.
- ASTALA, Erkki. Elokuvatavara. Teoksessa AARNIALA, Jarkko (toim.). *Elokuvan lukukirja*. Helsinki, Gaudeamus, 1981, s. 41-51.
- BÄCHLIN, Peter. *Filmen som vara*. I.p., Bo Cavefors Bokförlag, 1978 (1947).
- CRAY, Ed. An Acculturative Continuum for Negro Folk Song in the United States. *Ethnomusicology*, 5 (1), 1961, s. 10-15.
- DOVIFATT, Emil. *Handbuch der Publizistik. Bd. 1: Allgemeine Publizistik*. Berlin, Walter de Gruyer & Co., 1968.
- EISLER, Hanns. Uuden musiikkikulttuurin rakentajat. Teoksessa EISLER, Hanns. *Kirjoituksia*

- musiikista. Helsinki, Love Kirjat, 1980, s. 51-66 (1931).
- ENGLUND, Björn. The Gramophone Co. in Scandinavia 1899 - 1925. Teoksessa LILIEDAHL, Carl-eric. *The Gramophone Co. Acoustic Recordings in Scandinavia and for the Scandinavian Market*. Helsinki, Suomen äänitearkisto, 1977, s. vii-xvii.
- FORNÄS, Johan. Musiikki parvareillessa julkisuudessa. *Tiede & Edistys*, 7 (1), 1982, s. 4-14.
- FORNÄS, Johan. *Musikrörelsen - en motoffentlighet?* Göteborg, Röda Bokförlaget, 1979.
- GILLETT, Charlie. *Kaupungin syke. Rock'n'rollin historia I - II*. Pirkkala, Lehtijussi, 1980 (1970).
- GRONOW, Pekka. Muuttuvat iskelmätekstit. *Sociologia*, 2 (4), 1965, s. 156-161.
- GRONOW, Pekka. Populaarimusiikki Suomessa. Teoksessa KNUUTTILA, Seppo (toim.). *Aika on aikaa. Tutkielmia poploreasta*. Helsinki, Gaudeamus, 1975, s. 33-64.
- GRONOW, Pekka. "Sekä soveljasta ajanvietettä" - tutkimus radion musiikkipolitiikasta. *Sociologia*, 5 (1), 1968, s. 11-19.
- GRONOW, Pekka. Suomen äänilevyteollisuus 1946 - 1966. Teoksessa HAAPANEN, Urpo. *Suomalaisten äänilevyjen luettelo 1946 - 1966. Suomen äänitearkiston julkaisu n:o 1*. Helsinki, 1967, s. iii-vii.
- GRONOW, Pekka. Suomen äänilevyteollisuus vuoteen 1945. Teoksessa STRÖMMER, Rainer & HAAPANEN, Urpo. *Suomalaisten äänilevyjen luettelo 1920 - 1945. Suomen äänitearkiston julkaisu n:o 19*. Helsinki, 1981, s. vii-xx.
- GRONOW, Pekka. Äänilevy ja kansanmusiikki. *Suomen musiikin vuosikirja 1963-64*. Helsinki, Otava, 1964, s. 49-61.
- GRONOW, Pekka & BRUUN, Seppo. *Popmusiikin vuosisata*. Helsinki, Tammi, 1968.
- HAAPANEN, Urpo. *Suomalaisten äänilevyjen luettelo, 1946 - 1980 [14 osaa]*. *Suomen äänitearkiston julkaisut n:o 1-3, 5-8, 11-16 ja 18*. Helsinki, 1967-1981.
- HABERMAS, Jürgen. *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Öffentlichkeit*. 12. Aufl. Darmstadt/Neuwied, Luchterhand, 1981 (1962).
- HAUG, Wolfgang Fritz. *Ideologiske Werte und Warenästhetik am Beispiel der Jeanskultur*. Teoksessa GROSSKLAUS, Götz & OLDEMEYER, Ernst (Hrsg.). *Werte in kommunikativen Prozessen*. Stuttgart, Klett-Cotta, 1980, s. 126-142.
- HAUG, Wolfgang Fritz. *Tavaraestetiikka ja massakulttuuri. Tiedotustutkimus*, 4 (3), 1981, s. 23-29 (1979).
- HELLMAN, Heikki. Äänitteiden tuotannon ja kaupan rakenteista. Teoksessa Musiikkitietoa kirjastonhoitajille. *Kirjastopalvelun seminaarisarja n:o 6*. Helsinki, 1981, s. 67-92.
- HELLMAN, Heikki & VAHTOKARI, Reijo. *Kapitalismin kulttuuri ja kulttuuriteollisuuden toimintaedellytykset. Aineistoa massakulttuurin ja suomalaisen ääniteollisuuden tutkimukseen. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitos, julkaisuja n:o 43*. Tampere, 1979.
- JALKANEN, Pekka. Ravintola- ja tanssiorkesterilaitoksen murros Helsingissä 1920-luvulla. *Musiikkitieteen ja Suomen historian pro gradu -tutkielma*. Helsingin yliopisto, 1975.
- KALKKINEN, Marja-Leena. *Tietoa äänitteiden oimistuksesta kotitalouksissa. Oy. Yleisradio Ab. Suunnittelu- ja tutkimusosasto, suunnittelu-muistio 9/80, 23.7.1980.*
- KANTELETAR elikkä *Suomen kansan vanhoja lauluja ja virsiä*. 13. painos. Helsinki, Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 1966 (1840).
- KULTTUURITILASTO 1977. *Tilastotietoja taiteesta, tiedonvälityksestä, vapaa-ajasta, urheilusta ja nuorisotoiminnasta vuosilta 1930 - 1977. Tilastollisia tiedonantoja n:o 60*. Helsinki, Tilastokeskus, 1978.
- LOWENTHAL, Leo. *Biographies in Popular Magazines*. Teoksessa BERELSON, Bernard & JANOWITZ, Morris (eds.). *Reader in Public Opinion and Communication*. Glencoe, The Free Press, 1950, s. 289-298 (1943).
- MARCUSE, Herbert. *Yksiulotteinen ihminen. Teolisen yhteiskunnan tarkastelua*. Helsinki, Weilin+Göös, 1969 (1964).
- MERRIAM, Alan P. *The Anthropology of Music*. I.p., The Northwestern University Press, 1964.
- MITCHELL, Ritva. *Nuorten elämäntyylistä ja kulttuuritoiminnosta. Lastensuojelun Keskusliiton julkaisuja n:o 57*. Helsinki, 1980.
- NEGT, Oskar & KLUGE, Alexander. *Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit*. 6. Aufl. Frankfurt am Main, Suhrkamp, 1976 (1972).
- PETERSON, Richard A. & BERGER, David G. *Cycles in Symbol Production: The Case of Popular Music*. *American Sociological Review*, 40 (2), April 1975, s. 158-173.
- PIETILÄ, Kauko. *Formation of the Newspaper: A Theory*. *Acta Universitatis Tamperensis*, ser. A, vol. 119. Tampere, 1980.
- PROKOP, Dieter. *Anmerkungen zur Produktanalyse*. Teoksessa PROKOP, Dieter (Hrsg.). *Massenkommunikationsforschung. 3: Produktanalysen*. Frankfurt am Main, Fischer, 1977, s. 9-31.
- RÖTHENBUHLER, Eric W. & DIMMICK, John W. *Popular Music: Concentration and Diversity in the Industry, 1974 - 1980*. *Journal of Communication*, 32 (1), Winter 1982, s. 143-149.
- SORAMÄKI, Martti & HAARMA, Jukka. *Kansainvälinen musiikkiteollisuus*. Teoksessa JOKELA, Mikko & SORAMÄKI, Martti & HAARMA, Jukka. *Kirja, elokuva, äänilevy: tuotanto ja kansainvälinen kauppa*. Helsinki, Gaudeamus, s. 123-165.
- STEINBOCK, Dan. *Vastakulttuuri antaa aina periksi*. *Helsingin Sanomat*, 20.7.1982, s. 12.
- STRÖMMER, Rainer & HAAPANEN, Urpo. *Suomalaisten äänilevyjen luettelo 1920 - 1945. Suomen äänitearkiston julkaisu n:o 19*. Helsinki, 1981.
- SUOSIKKI, (2-12), 1980, sekä (1), 1981.
- VILKKO, Arto. *Sähköitaramusiikin omaksuminen Suomessa. Musiikkitieteen pro gradu -tutkielma*. Helsingin yliopisto, 1977.
- WILLIS, Paul E. *Symboli ja käytäntö. Popmusiikin yhteiskunnallisesta merkityksestä*. *Tiedotustutkimus*, 5 (2), 1982, s. 17-34.