

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

Tutkimus indie pop -klubitoiminnasta

Valteri Virtanen

Kulttuurituotannon koulutusohjelma (240 op)

toukokuu/2011

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Kulttuurituotannon koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Työn tekijä Valtteri Virtanen	Sivumäärä 45 ja 14 liitesivua
Työn nimi Tutkimus indie pop -klubitoiminnasta	
Ohjaavat opettajat Minna Hautio, Harri Saksala	
<p>Opinnäytetyössä tutkitaan riippumatonta kulttuurituottamista indie pop -klubitoiminnan kontekstissa. Indie pop on vaihtoehtomusiikin alalaji, sana ”indie” on lyhennys sanasta independent, riippumaton. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten indie pop -klubitoiminnan tapainen ulkopuolisista rahoituslähteistä riippumaton alakulttuuritoiminta käytännössä toimii: mitkä asiat mahdollistavat toiminnan, mitkä ovat sen päämäärät ja motiivit. Tutkimuskohteina toimi kaksi pitkäaikaista elävän musiikin indie pop -klubia, turkulainen Flavour Of The Month sekä tukholmalainen Cosy Den. Tutkimuksen tavoitteena oli myös tehdä tunnetuksi tätä melko vähän tutkittua ilmiötä ja samalla dokumentoida tutkimuskohteina toimivien klubien historiaa.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimustapa on empiirinen, havaintoihin ja haastatteluihin perustuva. Tutkimusta varten haastateltiin Flavour Of The Monthin sekä Cosy Denin järjestäjiä. Avoimen teemahaastattelun keinoin saatiin tietoa klubien toiminnasta ja siihen liittyvistä ominaispiirteistä. Näkökulma tutkimukseen oli hermeneuttinen, tutkimuskohteita ymmärtämään pyrkivä ja niitä selittävä. Haastatteluista saatuja tietoja verrattiin sekä keskenään että kirjallisiin lähteisiin, ja niistä tehtiin johtopäätöksiä.</p> <p>Tutkimuksessa havaittiin, että indie pop -klubitoimintaa tuotetaan hyvin pienin resurssein: toiminta rahoitetaan pääsylipputuloin, eivätkä sen järjestäjät saa työstään palkkaa. Tästä huolimatta toiminta on jatkunut kummankin tutkimuskohteen tapauksessa vuosikausia. Toiminnan motivaatioksi selvisi järjestäjien halu pitää yllä tärkeäksi kokemaansa alakulttuuritoimintaa ja mahdollistaa esiintymisiä sellaisillekin artisteille, jotka muutoin eivät marginaalisuutensa takia pääsisi välttämättä esiintymään kovin usein. Toiminta perustuu vapaaehtoistyöhön, ja tee-se-itse-ideologia näyttelee suurta osaa sen toteuttamisessa. Kumpikaan klubi ei ole yrittänyt saada toimintaansa ulkopuolista rahoitusta, vaan toiminta halutaan pitää omaehtoisena ja riippumattomana.</p> <p>Tutkimuksen tuloksena selvisi, että pitkäkestoinen kulttuuritoiminta on mahdollista myös pienin resurssein ja ilman ulkopuolisia rahoituslähteitä. Tällaisen toiminnan mahdollistaa sen ylläpitäjien motivaatio ja oman toimintaympäristönsä tunnistaminen. Tutkimuksen loppupäätelmänä on, että vaikka rahan ansaitseminen marginaalikulttuuritoiminnalla ei aina ole välttämättä mahdollista, eivät pienet resurssit kuitenkaan ole este kulttuurin toteutumiselle.</p>	
Asiasanat populaarimusiikki, kulttuurituotanto, kulttuuritoiminta, vapaaehtoisuus, indie	

HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Degree Programme in Cultural Management

ABSTRACT

Author Valtteri Virtanen	Number of Pages 45 + 14
Title On indie pop club producing	
Supervisors Minna Hautio, Harri Saksala	
<p>This thesis studies independent cultural activity in the context of indie pop club producing. Indie pop is a subgenre of alternative music; 'indie' is an abbreviation of the word 'independent'. The goal of the study was to investigate the functioning of a subcultural, financially independent cultural product. For this purpose, organizers of two indie pop clubs were interviewed: Turku-based Flavour Of The Month, and Stockholm-based Cosy Den. The aim was to describe and explain the functioning and idiosyncrasy of the phenomenon through these two examples and to make this relatively unknown subcultural activity better known. Another goal was to document the history of these two indie pop clubs.</p> <p>Most of the research material was gathered by interviews and observations. The perspective to the study was hermeneutic: appreciative and explanatory. The interviews of the club organizers were compared both with each other and with literary resources.</p> <p>It was observed that the indie pop clubs were produced with very little financial resources, and their organizers did not get paid for their work. Despite, the two indie pop clubs have continued for years. It turned out that the motivation for the activity was to keep alive this subcultural activity appreciated by the organizers and to offer concert possibilities for marginal artists who otherwise would not be able to perform that much. The activity is based on voluntary work and a do-it-yourself ideology. Neither of these clubs has applied for funding from any external economic resources. The urge has been to keep the activity independent.</p> <p>The conclusion is that long lasting cultural activity is possible with small resources and without external funding. The activity is enabled by the motivation of its organizers and the recognition of its operational environment. The final conclusion of the study is that although earning money with marginal cultural activity is not always possible, scarce resources are not an obstacle for the realization of the culture.</p>	
Keywords pop-music, indie, cultural activity, cultural management, voluntariness	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 TERMIEN MÄÄRITTELYÄ	7
3 TUTKIMUSAINEISTON KÄSITTELY	12
4 FLAVOUR OF THE MONTH & COSY DEN	14
4.1 Klubi-illan suunnittelu	17
4.2 Talous	21
4.3 Tiedotus ja markkinointi	23
4.4 Tekninen toteutus	25
4.5 Festivaalitoiminta	26
4.6 Levy-yhtiötoiminta	27
4.7 Yleisö ja tunnettuus	29
5 IDEOLOGIA	33
6 TULEVAISUUS	39
7 YHTEENVETO JA LOPPUPÄÄTELMÄT	42
LÄHTEET	46
LIITTEET	48

1 JOHDANTO

Kulttuurituottajaopintojeni varrella ja yleistä kulttuurikeskustelua seuratessani olen usein törmännyt käsitykseen, että kulttuurin esilletuomisen ja toisinaan jopa taiteen tekemisen kynnykskysymyksenä on rahoitus. Oli kyseessä sitten julkisen, kolmannen tai yksityisen sektorin toiminta, tuntuvat esimerkiksi erilaisilta säätiöiltä saatavat apurahat tai sponsorien taloudellinen tuki olevan ratkaisevassa asemassa kulttuurituotteen toteutumisessa. On kuitenkin olemassa lukuisia alakulttuureita, joissa ulkopuolisen rahoituksen vähäisyys tai sen puute ei ole taiteen tekemisen tai sen yleisölle välittämisen Akilleen kantapää. Eräs näistä alakulttuureista on indie pop -musiikki ja sen ympärille rakentuva elävän musiikin klubitoiminta.

Opinnäytetyössäni tutkin indie pop -klubitoimintaa kahden alan toimijan kautta: turkulaisen Flavor Of The Month -klubin sekä tukholmalaisen Cosy Den -klubin. Kumpatkin ovat erinomaisia esimerkkejä indie pop -klubitoiminnasta, ja kummatkin ovat toimineet omaehtoisesti jo varsin pitkän aikaa. Tutkimuksessani esittelen ja kuvailen näiden esimerkkien avulla ilmiön toimintaa ja ominaispiirteitä. Haluan tehdä tunnetuksi tätä melko vähän dokumentoitua alakulttuuritoimintaa ja ymmärtää sen motiiveja ja toimintatapoja. Lisäksi haluan dokumentoida kahden tutkimani klubin toimintaa, koska mielestäni ne ovat ikuistamisen arvoisia ilmiöitä.

Kulttuurituottajan näkökulmasta indie pop -klubitoiminta on varsin mielenkiintoinen ilmiö, sillä sitä tuotetaan hyvin pienillä resursseilla ja oikeastaan mistään instansseista riippumatta. Kuitenkin toiminta on tästä huolimatta jatkunut tasokkaana vuosikautia. Tutkimuskysymykseni onkin selvittää, kuinka indie pop -klubituotanto toimii, ja yleisemmällä tasolla, kuinka luoda pitkäkestoinen kulttuurituote ilman ulkopuolisia resursseja. Koska kyseessä on marginaalinen ilmiö, on taloudellisen tuloksen tekeminen indie pop -klubitoiminnalla melko epätodennäköistä. Mitkä ovat siis toiminnan päämäärät ja motiivit, onko kyseessä harrastus vai ennemminkin elämäntapa? Onko toiminnalle sosiaalinen tilaus, ja onko sen marginaalisuus tietoinen valinta vai olosuhteiden pakko? Tutkimuksessani pohdin myös ilmiön tulevaisuudennäkymiä sekä analysoin kulttuurituottajan näkökulmasta, miten toiminnan tuotannollista puolta voitaisiin mahdollisesti kehittää tai parantaa.

Käsittämäni aihe on itselleni läheinen, koska olen seurannut kyseistä musiikkityyliä melko kauan. Olen käynyt indie pop -klubeilla siitä asti kun vuonna 2001 täytin 18 vuotta, ja myöhemmin olen itsekin soittoharrastukseni myötä päätenyt soittamaan kyseisen kaltaisille klubeille niin Suomessa kuin muuallakin Euroopassa. Kyseinen alakulttuuri on siis minulle varsin tuttu jo entuudestaan. Turussa on ainakin Suomen mittakaavassa melko aktiivinen indie pop -yhteisö, etenkin 2000-luvun alussa alan toimintaa oli tarjolla runsaasti. Tuolloin järjestettiin mainitsemani Flavour Of The Monthin lisäksi paljon muitakin, epäsäännöllisiä klubi-iltoja, ja alan bändejä oli paljon. Omia teinivuosiani ja nuoruuttani ajatellen kyseessä on itselleni varsin merkittävä ilmiö, samoin kuin kaupungin musiikkielämälle. Vaikka toiminta onkin hieman hiipunut 2000-luvun alun ajoista, on Turku yhä suhteellisen vireä kaupunki alan toiminnassa. Turkulaisena ilmiön tutkiminen on minusta osuvaa ja mielekästä.

2 TERMIEN MÄÄRITTELYÄ

Tässä kappaleessa esittelen ja avaan joitakin opinnäytetyössäni käyttämiäni termejä, jotka saattavat olla lukijalle entuudestaan tuntemattomia tai tarvitsevat täsmennystä. Useat termeistä ovat varsin moniselitteisiä ja saattavat tarkoittaa eri asioita kontekstista ja tulkitsijasta riippuen, joten määrittelen termit siinä merkityksessä kuin itse niitä tutkimuksessani käytän. Esimerkiksi termi *punk* saattaa tuoda yhdelle mieleen aggressiivisen ja kovaäänisen musiikin, toiselle taas räävittömän käytöksen ja provo-soivan pukeutumistyylin. Tutkimuksessani kuitenkin käytän sanaa lähinnä sen ideologiaa ja itse tekemisen eetosta tarkoittavassa merkityksessä. Tässä kappaleessa luon termien kautta myös katsannon käsittelemäni ilmiön historiaan ja määrittelen sen viitekehyksen.

Alakulttuuri

Alakulttuuri tarkoittaa ihmisryhmää, joka jakaa keskenään valtakulttuurista eroavia tapoja, mieltymyksiä tai uskomuksia. Systemaattisesti valtavirran kulttuureja vastustavia alakulttuureita on kutsuttu myös vastakulttuureiksi. Alakulttuuri käsitteenä koetaan usein yhtenäiseksi, pysyväksi ja paikalliseksi. Populaarikulttuurin tutkimuksessa puhutaan alakulttuurin sijaan usein ”skenestä”. Skene tarkoittaa alakulttuurin tavoin ihmisryhmää, joka jakaa keskenään jotain, esimerkiksi musiikin tekemisen tai musiikkimaun. (Aho & Kärjä 2007, 276.) Skene-sanaa voidaan käyttää kahdessa merkityksessä: esimerkiksi punk-skenestä puhuttaessa tarkoitetaan punk-musiikista pitäviä tai sitä tekeviä ihmisiä. Jos taas puhutaan vaikkapa Manchester-skenestä, tarkoitetaan sillä ryhmää ihmisiä tai bändejä, joita määrittää maantieteellinen sijainti musiikkimieltymysten sijaan. (Kemp 2004, 284.)

Underground

Underground tarkoittaa taiteen ja kulttuurin kontekstissa pientä alakulttuuria, ryhmää tai liikettä, joka on suuremmille massoille tuntematon. Underground-liikehdinnässä pyritään etsimään vaihtoehtoisia tapoja tehdä asioita,; vaihtoehtoista elämäntapaa tai taiteellista ilmaisua. Underground-liikkeessä useimmiten vastustetaan vallitsevaa valtakulttuuria, massamediaa ja massatuotantoa, ja se nähdään näitä autenttisempänä.

Undergroundissa valtamediaalta saatu huomio, etenkin negatiivinen, nähdään usein hyvänä asiana. (Kemp 2004, 33.)

DIY

DIY eli do-it-yourself (suom. tee-se-itse) on termi, joka tarkoittaa asioiden tekemistä itse sen sijaan, että esimerkiksi pyydettäisiin ulkopuolista apua tai ammattilaista sen tekemiseen. Termillä viitataan usein esimerkiksi kodin korjaustöihin tai sisustamiseen, mutta sitä voidaan käyttää monissa muissakin konteksteissa. (Kirkpatrick 1992, 304.) Termi on pätevä myös musiikista tai muista taiteista sekä näiden toteuttamisesta ja yleisölle saattamisesta puhuttaessa. Musiikin yhteydessä DIY tarkoittaa sitä, että bändin voi perustaa, vaikkei välttämättä osaakaan soittaa erityisen hyvin, ja levyjä voi julkaista itse, ilman suurten levy-yhtiöiden apua. Perusajatuksena on tehdä musiikkia omaehtoisesti ja lopulta saattaa tuote, kuten levy, tekijöiltä yleisön saataville ilman ulkopuolista apua. (Kemp 2004, 282.)

Punk

Punk terminä voi tarkoittaa monia asioita aina musiikkityylistä pukeutumiseen ja käytökseen. 1970-luvun puolessavälissä syntynyt yksinkertainen, primitiivinen ja luova musiikkityyli loi ympärilleen kokonaisen DIY-kulttuurin itse tehtyine, valokopioituine fanzineineen eli fanlehtineen ja itse järjestettyine konsertteineen. (Larkin 1998, 4365.) Punk tarkoittaa myös tapaa tehdä asioita, luoda oma kulttuuri valtakulttuurin rinnalle ja korvikkeeksi.

Indie

Termiä indie voidaan käyttää kuvaillessa tietyn tyyppistä, riippumatonta ja itsenäistä kulttuuritoimintaa. Yleisimmin sanaa käytetään musiikkitoiminnan yhteydessä, kuvailtaessa esimerkiksi jonkin musiikinjulkaisijan tai yhtyeen toimintatapaa ja asemaa musiikin kentällä (Summers 2003, 828). Sanaa käytetään yleisesti myös filmitieteellisyydessä, kuvailtaessa esimerkiksi Hollywoodin suurten filmituotantoyhtiöiden dominoiman elokuvateollisuuden pienempiä, riippumattomia toimijoita.

Termi ”indie” on lyhennys sanasta ”independent”, ja sillä viitattiin alun perin riippumattomiin pienlevy-yhtiöihin. Näiden yhtiöiden ajatuksena oli tarjota myös epäkaupalliselle musiikille julkaisukanava, ja toimia ”me emme tee tätä rahan vuoksi ja meitä ei

voi ostaa” -ajatuksella (Talvio 2007, 116). Indie-toiminnan juuret ovat 1970-luvun punk rock -liikkeen jälkeisessä Iso-Britanniassa, jossa punkin ja DIY-eetoksen innoittamina alkoi syntyä musiikkia, joka ei varsinaisesti enää musiikillisesti muistuttanut punk rockia, mutta jonka aatteelliset juuret olivat siinä.

Indie-levy-yhtiön klassisena esimerkkinä, sekä myös eräänä ensimmäisistä indie-levy-yhtiöistä, voidaan pitää glasgowlaista Postcard-levymerkkiä. Postcard perustettiin, kun glasgowlainen Alan Horne halusi julkaista samasta kaupungista kotoisin olevan Orange Juice -yhtyeen musiikkia. Koska Glasgow ja Skotlanti olivat tuolloin varsin syrjässä Iso-Britannian musiikkikeskittymistä, kuten Lontoosta, päättivät Horne ja yhtye maksaa Orange Juicen ”Falling and Laughing”-singlen äänitys- ja painatuskustannukset itse. Levystä otettiin tuhannen kappaleen painos, jonka jälkeen Horne ja yhtyeen johtohahmo Edwyn Collins ajoivat Lontooseen auton tavaratila täynnä yhtyeen singlejä, joita he veivät myyntiin lontoolaisiin levykauppoihin sekä promootiomielessä musiikkilehtien toimituksiin. Tätä kautta singlet kulkeutuivat musiikkivaikuttajien, kuten radio- ja lehtitoimittajien, käsiin, ja yhtye sai radiosoittoa sekä palstatilaa. Postcard jatkoi toimintaansa julkaisten muidenkin skotlantilaisten yhtyeiden, kuten Josef K:n, Fire Enginesin sekä australialaisen Go-Betweensin musiikkia. (Cavanagh 2000, 26-28; Reynolds 2005, 347-348.)

1970- ja 80-lukujen taitteessa Iso-Britanniaan syntyi runsaasti muitakin indie-yhtiöitä, tunnetuimpina esimerkkeinä Rough Trade, Domino, Factory, Sarah Records ja Creation Records. Samanaikaisesti Yhdysvalloissa syntyi vastaavanlaisia levymerkkejä kuten SST, Matador ja Sub Pop. (Karas 1999, 307-8.)

Näiden yhtiöiden toimintalogiikkana oli ”kädestä suuhun -nyrkipajapuurtaminen”: rahaa julkaistuista levyistä ei tarvinnut tulla paljoa, vain sen verran, että seuraava levy saatiin julkaistua. Jos jokin yhtiön julkaisema levy osoittautui jonkinasteiseksi kaupalliseksi menestykseksi, voitiin siitä saaduilla varoilla julkaista seuraava taloudellisesti kannattamaton levy. (Talvio 2007, 116-117.) Indie-levymerkkien ideologiaan kuului myös se, että artistit saivat levyttää mitä halusivat, levy-yhtiö ei puuttunut musiikkiin (Cavanagh 2000, 30). 1980-luvulla indie-toimintaperiaatteen levy-yhtiöitä syntyi eri puolille maailmaa, niin Yhdysvaltoihin, Australiaan kuin vaikkapa Suomeenkin. Toimintatapaa sovellettiin varsinaisen indie-musiikin lisäksi moniin muihinkin mu-

siikillisiin genreihin. Myöhemmin monet indie-levy-yhtiöt, esim. Creation Records, kokivat myös suurta kaupallista menestystä, ja tämän myötä indien olemus on 1990-luvun alkupuolelta lähtien hitaasti siirtynyt lähemmäs valtavirtakulttuuria (Talvio 2007, 117). Indie-levy-yhtiöitä on toki nykyäänkin, ja toiminta on esimerkiksi internetin aiheuttaman asioiden helposti saatavuuden ansiosta helpompaa kuin koskaan.

Indie pop

Termi ”indie” kuvaa siis tapaa tehdä asioita, riippumattomuutta, mutta tämän lisäksi sanaa käytetään vielä useammin musiikkityylin nimenä. Alun perin sanaa alettiin käyttää kuvailtaessa indie-levy-yhtiöille levyttävien artistien musiikkia: vaikka yhtyeet saattoivat olla hyvinkin erilaisia, oli niiden musiikissa kuitenkin monia yhdistäviä tekijöitä kuten punkista polveutuva energisyys ja DIY-mentaliteetti sekä kitaravetoisuus ja 1960-lukulainen melodisuus. Musiikkityyliin kuuluu usein myös esimerkiksi halvoista äänitysolosuhteista ja primitiivisestä soittotaidosta kumpuava amatöörimäisyyden tuntu. Eri näkökantojen mukaan indie musiikkityylinä voi olla vaikkapa ”meluisaa kitaravetoista musiikkia, jossa kohtaavat 1980-luvun college rock ja 1970-luvun punk” (Daly & Wise 1995, 49), tai ”valkoista pop-musiikkia, jota inspiroi 1960-luvun balladit, psykedelian folkmaisemmat ainekset sekä punkin melodisemmat ja nostalgisemmat elementit” (Thorne 1993, 49). Musiikkigenren kuvaajana termi ”indie” on kuitenkin aina ollut vaikeasti määriteltävä ja häilyvä, ja sen alle mahtuu mittava musiikillinen kirjo.

Indie-musiikki voidaan kuitenkin jakaa karkeasti kahteen kategoriaan: indie rockiin ja indie poppiin. Indie rock -artistien musiikki on tyypillisesti verrattain kovaäänistä ja meluisaa, toisinaan kokeilevaakin, mutta silti useimmiten melodista. Perinteisesti indie rock -artisteina pidetään muun muassa yhdysvaltalaisyhtyeitä Sonic Youth, Dinosaur Jr sekä Guided By Voices. Indie-musiikin pehmeämpi puoli taas voidaan määritellä indie popiksi, joka on musiikillisesti kevyempää, heleämpää ja melodisempaa, mutta kuitenkin särmikästä. Indie pop -artisteiksi luokiteltavista yhtyeistä tunnetuimpia ovat esimerkiksi isobritannialaiset Belle & Sebastian, The Smiths, Stone Roses, Saint Etienne ja Teenage Fanclub. Suomessa indie rock -yhtyeenä voidaan pitää esimerkiksi The Rollstonsia, kun taas indie poppia maassamme edustaa esimerkiksi Herttaiseen ja kömpelöön twee poppiin:

Quintessentially indie pop, typically with singers with highish voices and simple/naïve song structures. “Twee” means wee and cute. Themes are often about love, childhood, sunny days, etc (Strachota 2011),

tai myös jangle popiksi kutsuttuun, äänekkääseen ja vahvasti 60-lukulaiseen power poppiin:

the epitome of indie-pop ... typified by the 12-string guitar sound, power chords and harmonies (Strachota 2011).

Kuten mainittua, termi musiikkityylin kuvaajana on kuitenkin ongelmallinen ja monitulkintainen. Monet artistit eivät edes halua heidän musiikkiaan määriteltävän indieksi, koska kyseessä on musiikkilehdistön keksimä keinotekoinen lokerointi. Termi on myös nykypäivään tultaessa kärsinyt inflaatiosta ja menettänyt merkityksensä. Siitä on tullut muotisana jota käytetään erittäin yleisesti musiikista puhuttaessa, koska monista alun perin indie-pohjalta toimineista bändeistä, kuten Nirvana tai REM, on tullut myöhemmin todella suuria. Näin termi on tullut muodikkaaksi, ja nykyään sitä käytetään lähes minkä hyvänsä kitaravetoista pop-musiikkia soittavan yhtyeen yhteydessä. (Abebe 2010; Carew 2011.)

Termin ongelmallisuudesta huolimatta kutsun opinnäyteyöni aihetta indie pop -klubitoiminnaksi. Ensinnäkin tutkimani toiminta on sanan alkuperäisen merkityksen kaltaista voittoa tavoittelematonta, omasta innosta motivaationsa hakevaa tee-se-itse-toimintaa. Toiseksi, tutkimieni klubien esiintyjät ovat usein indie-pohjalta toimivia artisteja, joihin sopii seuraava määritelmä:

Recording for small, regional record labels; touring a fringe circuit of night-clubs; sleeping on floors to save money on the road (Karas 1999, 307).

Kolmanneksi, klubeilla esiintyvien artistien sekä klubeilla levyttä soittettava musiikki sopii useimmiten tyylinsä puolesta indie pop -kategoriaan. Toinen tutkimistani tapauksista, Cosy Den -klubi, kutsuu itseään indie pop -klubiksi. Flavour Of The Month -klubin Mikko Lappalainen taas kutsuu klubiaan mieluummin kitarapop-klubiksi juuri indie-termin häilyvyyden vuoksi. On kuitenkin esittämieni seikkojen takia mielestäni perusteltua määrittää tutkimani aihe indie pop -klubitoiminnaksi.

3 TUTKIMUSAINEISTON KÄSITTELY

Tutkimukseni kohteiksi valitsin kaksi indie pop -klubia: turkulaisen, vuodesta 1998 asti toimineen Flavour Of The Monthin sekä Göteborgissa aloittaneen, nykyään tukholmalaisen, 2004 toimintansa aloittaneen Cosy Denin. Valitsin nämä kaksi klubia kohteikseni siksi, että kumpikin on suhteellisen pitkäikäinen ja alan piireissä jopa ”instituutiomainen” toimija. Kumpikin kohteista on myös tuonut klubeilleen kotimaisten lisäksi kansainvälisiä esiintyjä, ja kummankin toiminnan ohessa on toteutettu pieni- muotoista levy-yhtiö- ja festivaalitoimintaa. Kummankin toiminta on lähtenyt liikkeelle harrastuspohjalta. Nämä kaksi kohdetta ovat siis paitsi erinomaisia esimerkkejä indie pop -klubitöiminnasta, myös näennäisessä samankaltaisuudessaan kuitenkin erilaisia, ja siinä mielessä mielestäni oivallisia tutkimuskohteita. Tutkimustani varten haastattelin Cosy Den -klubin järjestäjää Mattias Janssonia sekä Flavour Of The Monthin toista järjestäjää Mikko Lappalaista. Tekemäni haastattelut olivat avoimia teema- haastatteluja. Etenin haastatteluissa laatimaani haastattelurunkoon määrittämieni teemojen mukaisesti (Liite 1), mutta muutoin haastattelu oli vapaamuotoinen ja keskustelu myös poikkesi hedelmällisesti ennalta asettamistani kysymyksistä.

Olisi ollut mahdollista haastatella muitakin indie pop -klubijärjestäjiä, joita on jo Turussakin esimerkiksi Dynamossa toimiva Les Yper Sound -klubi. Päätin kuitenkin rajata tutkimukseni koskemaan vain kahta valitsemaani kohdetta, koska tiesin ne entuudestaan kaikkein pisimpään toimineiksi taloudellisesti riippumattomiksi indie pop -klubeiksi lähimain. Näin ollen ne olivat tutkimuskysymykseni kannalta ihanteellisia kohteita. Olen myös ollut esiintymässä kummassakin käsittelemässäni klubissa, ja Flavour Of The Monthiin olen osallistunut myös asiakkaana lukuisia kertoja vuosien aikana. Näin ollen minulla on kokemusta tutkimuskohteistani myös haastattelujen ulkopuolelta.

Tutkimukseni on lähtökohtaisesti empiirinen tutkimus. Tutkimusmenetelmäni ovat siis suurimmaksi osin havaintoihin ja haastatteluihin perustuvia. Näkökulmani on hermeneuttinen, sillä pyrin ymmärtämään tutkimaani ilmiötä ja muodostamaan siitä kokonaiskuvan. Tutkimusstrategiani on tapaustutkimus. Hankin yksityiskohtaista, intensiivistä tietoa kahdesta toisiinsa suhteessa olevasta yksittäistapauksesta, joita vertai-

len. Tutkimukseni tavoite on selittävä, sillä pyrin selvittämään, mitkä tapahtumat, asenteet tai toiminnot ovat vaikuttaneet tutkimaani ilmiöön ja millä tavalla ne ovat vuorovaikutuksessa keskenään, millaisia kausaalisia suhteita ilmiöön liittyy. Tutkimukseni on kvalitatiivinen: tutkin kohdettani mahdollisimman kokonaisvaltaisesti ja kokoan aineistoni luonnollisista, todellisista tilanteista ja tapauksista. Suosin ihmistä tiedon keruun lähteenä, suurimaan osan tiedoistani keräsin haastatteluilla, tosin luonnollisesti myös kirjallisia lähteitä käyttäen. Valitsin tutkimuskohteeni tarkoituksenmukaisesti, en satunnaisotantaa käyttäen. Kvalitatiivisuus pätee myös aineiston tutkintaan, tutkimani tapaukset ovat ainutlaatuisia ja tulkiten keräämääni tietoa sen mukaisesti.

Seuraavassa luvussa esittelen tutkimuskohteeni haastatteluista saamieni tietojen perusteella. Niissä lähteinä ovat, ellei toisin mainita, Flavour Of The Monthin osalta Mikko Lappalainen ja Cosy Denin osalta Mattias Jansson. Haastattelin Janssonia 11.4.2010 ja Lappalaista 22.12.2010. Molemmat haastattelut tapahtuivat Turussa. Luvun alakappaleissa käydään läpi klubien historiaa ja esitellään näiden toimintaa seikkaperäisesti, painottaen kulttuurituotantoon liittyvää näkökulmaa. Alakappaleet on otsikoitu klubien toiminnan osa-alueiden mukaisesti, ja ne on jaettu kahteen osaan ensimmäisen osan käsitellessä aihetta Flavour Of The Monthin, toisen taas Cosy Denin kohdalla. Alakappaleiden loppuksi analysoin saamiani tietoja ja vertaan niitä toisiinsa. Ideologialle olen omistanut kokonaisen luvun (5), koska aihe osoittautui varsin olennaiseksi tutkimukseni kannalta. Tutkimukseni loppuksi luon katsannon klubien tulevaisuuteen ja teen yhteenvedon tutkimukseni tuloksista sekä vertaan niitä tutkimuskysymyksiini.

4 FLAVOUR OF THE MONTH & COSY DEN

Flavour Of The Month

Turkulainen Flavour Of The Month -klubi sai alkunsa syksyllä 1998, kun turkulaiset Mikko Lappalainen (s.1974) ja Jyrki Mäkelä (s.1969) saivat idean klubista, jossa soitettaisiin kitarapop-levyjä. Innoittajana ajatukselle oli vuodesta 1993 muutamia vuosia eteenpäin Turussa toiminut, Market-baarissa järjestetty Kitchen Club, jossa soitettiin indie-musiikkia. Kitchen Clubia järjesti ulkopuolisena klubinpitäjänä Jussi Lehtinen, joka myöhemmin osti koko Market-baarin ja muutti sen Appelsiini-nimiseksi kitarapop-baariksi. Muutamia vuosia myöhemmin Appelsiinin toiminta loppui ja keväällä 1998 Lehtinen perusti Turun Linnankadulla sijaitsevan Dynamon. Turussa oli siis perinteitä indie pop -klubitoiminnalle, ja sen tyylliselle musiikille tiedettiin olevan kysyntää ja seuraajakuntaa. Lappalainen piti Kitchen Clubin ja Appelsiinin toiminnasta ja halusi jatkaa samantyylistä toimintaa Turussa.

Flavour Of The Month -klubia alettiin järjestää syyskuussa 1998 hiljattain avatussa Dynamossa keskiviikkoisin, nimensä mukaisesti noin kerran kuussa. Aluksi musiikillinen linja oli tuolloin muodikkaaseen power pop -tyyliin painottunut, ja klubilla soitettiin ainoastaan levy musiikkia. Toiminta jatkui säännöllisesti noin puolentoista vuoden ajan, kunnes se muuttui epäsäännöllisemmäksi, ja lopulta konsepti siirtyi 2000-luvun alussa Lehtisen perustamaan Säättämö-ravintolaan Turun Humalistonkadulle. Tuolloin mukaan astui myös live-musiikki; kun Lehtinen oli järjestänyt Säättämölle jonkin indie pop -yhtyeen keikan, hän pyysi Lappalaisen ja Mäkelän soittamaan iltoihin levyjä, ja tapahtumia kutsuttiin nimellä Flavour Of The Month. Flavor Of The Month oli tuolloin siis pikemminkin markkinointinimi Lappalaisen ja Mäkelän DJ-toiminnalle kuin säännöllinen klubi.

Vuonna 2002 Mikko Lappalainen sai ehdotuksen ravintoloitsija Timo Kauppiselta alkaa järjestää live-musiikkitoimintaa ravintola Pikku-Torressa Yliopistonkadulla, kun tuohon asti lähinnä ruokapaikkana ja jalkapallobaarina tunnettu ravintola halusi elävöittää tarjontaansa live-musiikin avulla. Lappalainen innostui ideasta ja päätti Mäkelän kanssa siirtää Flavour Of The Month -toiminnan Pikku-Torreen. Ravintola antoi Lappalaiselle ja Mäkelälle yhden perjantai-illan kuussa klubitoimintaa varten sekä

vapaat kädet ohjelman valikoimisessa. Varat ohjelman rahoittamiseksi oli hankittava pääsylippujen avulla, mutta sekä Flavour-työryhmä että ravintola olivat yhtä mieltä siitä, että lippujen hinnat pidettäisiin mahdollisimman alhaalla. Nyt myös artistien valinta ja buukkaaminen oli Lappalaisen ja Mäkeläisen käsissä, sinä missä aiemmin Jussi Lehtinen oli enimmäkseen huolehtinut tuosta puolesta.

Tuolloin alkoi Flavour Of The Month-klubin historia sellaisena kuin se parhaiten tunnetaan: kuukausittaisena live- ja levy musiikkia tarjoavana kitarapop-klubina. Klubin konseptiksi vakiintui järjestää iltoja, joissa soitti kaksi tai kolme kitarapop-bändiä illassa, minkä lisäksi soitettiin levy musiikkia. Lähtökohtana oli, että esiintymiset tapahtuisivat melko hiljaisella äänentasolla tai puoliakustisesti, koska Pikku-Torre on melko pieni ravintola, jonka äänentoistolaitteisto on myös melko vaatimaton. Konsepti onkin tuosta asti pysynyt samana ja toiminta on jatkunut säännöllisesti kuukausittain tähän päivään asti, tosin muutamia välikuukausia on pidetty esimerkiksi kesätauon tai henkilökohtaisten menojen takia.

Cosy Den

Cosy Den -klubin historia alkaa vuodesta 2004. Tuolloin Göteborgissa asuneet Mattias Jansson ja Johan Sävestrand halusivat järjestää keikat turkulaisille Cats On Fire ja Le Futur Pompiste-yhtyeille. Göteborgista ei kuitenkaan tuntunut löytyvän heidän mielestään tarkoitukseen sopivaa keikkapaikkaa. Sopivan tilan puutteesta syntyi idea konsertin järjestämisestä Janssonin ja hänen ystäviensä tuolloin Göteborgin laitamalla sijaitsevassa vuokra-asunnossa. Konsertti päätettiin ajoittaa aikaiseen iltaan, ja naapureille ilmoitettiin tapahtumasta, jotta nämä voisivat ottaa yhteyttä jos heitä häiritsi. Tiedotus klubista tehtiin sähköpostitse: järjestäjät lähettivät sähköpostia ihmisille, joiden arvelivat olevan kiinnostuneita. Ensimmäinen Cosy Den -konsertti oli menestys ja sujui muutenkin hyvin, joten toimintaa päätettiin jatkaa. Sanan levitessä klubista tuli nopeasti suosittu, ja aluksi lainakalustolla toteutettuun klubiin saatiin pian pääsylipputulolla ostettua oma pieni äänentoistosysteemi. Samaan aikaan tila kuitenkin toimi edelleen myös asuntona; tämän seikan Jansson arvelee olleen yksi tärkeä tekijä sen suosiossa. Puolen vuoden kuluttua klubista oli tullut jo niin suosittu, että tuotantoryhmän oli kehiteltävä sähköpostilla toimiva ennakkovarausjärjestelmä.

Cosy Den -klubin jatkoa ei ollut aluksi edes ajateltu, mutta jatkuvuus syntyi omalla painollaan: bändit – jopa nimekkäämmätkin – olivat halukkaita tulemaan esiintymään sinne alhaista 500 kruunun palkkiota sekä ruokaa ja juomaa vastaan, ja klubi oli varsin suosittu yleisön keskuudessakin. Janssonin mukaan olisi ollut melko vaikeaa *olla jatkamatta* toimintaa. Koska Göteborg oli tuolloin tunnettu eloisasta indie pop – toiminnastaan, jolle löytyi myös yleisöä, oli uudelle klubille myös sosiaalinen tilaus.

Puolentoista vuoden ja kahdenkymmenenneljän asunnolla järjestetyn klubi-illan jälkeen Cosy Den siirtyi asunnolta perinteisempään klubiympäristöön, kun Jansson rupesi tekemään yhteistyötä kokeelliseen musiikkiin erikoistuneen Colony-iltaman kanssa. Colony ja Cosy Den alkoivat järjestää klubi-illoja yhteistyössä; näin Colonyn kävijäkunta näki indie pop -bändejä, ja Cosy Denin kävijäkunta taas kokeellisempaa musiikkia. Samalla kummankin klubin yleisöpohja laajeni. Tämä ratkaisu toimikin hyvin jonkin aikaa, kunnes Jansson vuonna 2008 muutti Tukholmaan vieden Cosy Den -konseptin mukanaan. Tukholmalainen Landet-ravintola vaikutti suotuisalta paikalta Cosy Denin toiminnalle, ja klubi siirtyikin järjestettäväksi sen yläkertaan, jossa se yhä jatkaa toimintaansa järjestäen noin kerran kuukaudessa elävää musiikkia tarjoavia klubi-illoja. Toisinaan Jansson järjestää yksittäisiä tapahtumia myös esimerkiksi tukholmalaisissa gallerioissa, mutta ravintola Landet on vakiintunut Cosy Denin ”kodiksi” Tukholmassa. Göteborg-aikojen jälkeen klubia on järjestänyt Mattias Jansson yksinään.

Kummankin klubin kohdalla klubitoiminta on lähtenyt liikkeelle järjestäjiensä halusta saada esille musiikkia, josta itse pitävät. Flavour Of The Month aloitti DJ-kaksikkona mutta siirtyi myöhemmin elävän musiikin toimintaan. Cosy Denin tapauksessa lähtökohta oli paljolti alkuperäisen indie-ajatuksen mukainen ja DIY-periaatetta noudattava: työryhmä halusi järjestää keikan pitämilleen artisteille, ja kun sopivaa paikkaa konserttien toteuttamiseksi ei löytynyt, oli sellainen luotava itse. Molempien klubien tapauksessa toiminnan viitekehys valikoitui musiikkityylin mukaan: koska useimmat indie-yhtyeet ovat pieniä ja marginaalissa operoivia, muotoutui klubitoimintakin käytäntöineen sen mukaiseksi. Huomionarvoista on myös se, että kummankin klubin nimi on otettu indie-artistilta: ”Flavour Of The Month” on yhdysvaltalaisen The Posies –vaihtoehtopyhtyeen kenties tunnetuin kappale, ”Cosy Den” taas on ruotsalaisen

indie-veteraaniyhtyeen The Bear Quartetin albumi. Klubit siis määrittävät – ainakin genreä tunteville – viitekehyksensä jo nimillään.

Kummankin klubin toiminta oli aluksi väliaikaisemman oloista, kunnes se sai jatkuvuutensa Cosy Denin tapauksessa ikään kuin luonnostaan ja Flavour Of The Monthin tapauksessa pyynnöstä. Klubien jalostuminen nykyiseen muotoonsa oli kuitenkin vuosien prosessi, eikä niiden järjestäjillä ollut aloittaessaan suunnitelmaa tai ennakkokäsitystä siitä, miten pitkään ja millaisena toiminta tulisi jatkumaan. Kummatkin klubit ovat siis kehittyneet melko spontaaneista lähtökohdista pysyviksi, pitkäikäisiksi kulttuurituotteiksi.

4.1 Klubi-illan suunnittelu

Flavour Of The Month

Flavour Of The Monthin järjestämispäivät sovitaan ravintola Pikku-Torren kanssa usein kuukausiksi eteenpäin, joten kunkin illan esiintyjä ja teemoja voidaan miettiä jo hyvissä ajoin. Bändien varaaminen on lähes kokonaan Mikko Lappalaisen osuutta Jyrki Mäkelän toimiessa klubissa levyjen soittajana ja yleisesti tuotantotiimin toisena osapuolena, Lappalaisen kuvailun mukaan ”helping handina”.

Iltojen hahmotteleminen lähtee siitä, että Lappalainen käy ensin läpi esiintyjät, jotka ovat ottaneet häneen yhteyttä. Ensisijalla ovat artistit, jotka eivät ole soittaneet klubilla ennen. Jos tarjolla olevista bändeistä löytyy klubin linjaan sopivia esiintyjä, sovietaan sähköpostin välityksellä esiintymispäivämäärä. Tämän jälkeen mietitään illalle sopivaa toista tai toisia esiintyjä, kysytään näitä mukaan ja sovitellaan aikatauluja yhteen. Jos sopivia esiintyjä ei tunnu löytyvän, ”soitetaan kaverit läpi”, kuten Lappalainen asian ilmaisee. Lappalainen itse soittaa turkulaisessa Ben’s Diapers -yhtyeessä, kun taas Mäkelä soittaa niin ikään turkulaisessa Hundred Million Martianissa. Kummatkin yhtyeet ovat luonnollisesti esiintyneet klubilla vuosien saatossa useampaankin otteeseen.

Yhteydenottoja halukkailta klubilla esiintyjiltä tulee paljon; osa näistä tietää mistä klubissa on kyse ja on ehkä vierailut siellä ennenkin, osa taas vain haluaa keikan Tu-

rusta, vaikka musiikkityylillä ei olisikaan mitään tekemistä Flavour Of The Monthin kanssa. Joskus myös keikkamyymälät ottavat Lappalaiseen yhteyttä, mutta vaikka kyseessä olisikin ollut sopiva yhtye, eivät nämä yhteydenotot ole usein tuottaneet tulosta, kun pelin henki selviää keikkamyymälälle: bändi saisi palkkiokseen ruoan ja kaksi tai kolme olutta soittajaa kohti, sekä lippukassan tuoton jaettuna kaikkien illan esiintyjien kesken. Jos illan lippu maksaa kolme euroa, ja kävijöitä on vaikkapa sata, ei kahden bändin iltana bändiä kohden kuitenkaan jää niin paljon rahaa, että siitä voisi vielä maksaa keikkamyymälän palkkion. Näin ollen klubille ei ole hoidettu juurikaan keikkoja tätä kautta. Myös artisteja varatessaan Lappalainen ottaa yhteyttä suoraan artisteihin keikkamyymälän ohi. Klubilla on esiintynyt myös ulkomaisia yhtyeitä, esimerkiksi saksalaisia, kanadalaisia, ruotsalaisia ja virolaisia artisteja. Nämä ulkomaanvieraat ovat usein olleet muutenkin keikalla Suomessa tai lähimaissa, joten Flavour of The Month -esiintymiset on saatu lisättyä heidän kiertueisiinsa. Muutamia mielenkiintoisia ulkomaisia esiintyjä on klubilta myös mennyt sivu suun, koska klubin päivämäärät eivät ole sopineet artistien muihin keikkoihin lähialueilla.

Käytännössä kaikki Flavor Of The Monthin keikat sisältävät esiintyjille taloudellisen riskin, sillä illan tulot riippuvat pääsylipputulosta. Klubin järjestäjät eivät halua ottaa henkilökohtaista taloudellista vastuuta keikkapalkkioista, eikä myöskään ravintola Pikku-Torre maksa esiintyjille. Tällöin ainoaksi vaihtoehdoksi jäävät pääsylipputulot. Tämän asian Lappalainen tekee yhtyeille selväksi pettymysten tai väärinkäsitysten välttämiseksi. Usein rahaa kuitenkin tulee sen verran, että esimerkiksi esiintyjien matkakulut saadaan katettua. Yhtyeille selvitetään myös, että esiintymispaikan äänentoistokalusto ja lavamonitorointi on melko pienimuotoista ja alkeellista. Toisaalta klubilla on tarjota esiintyjälle keikka Turussa viikonloppuillana maineensa vakiinnuttaneella klubilla, jossa usein on joka tapauksessa sen verran ihmisiä paikalla, että keikka tuntuu keikalta. Usein klubissa on myös mukava tunnelma huolimatta siitä, että tekniset olosuhteet eivät elävän musiikin soittamista varten välttämättä ole niin hyvät kuin joissain Turun muissa paikoissa. Toisinaan Lappalainen on jopa ohjannut keikkaa kyselleitä yhtyeitä muihin keikkapaikkoihin, esimerkiksi sitä syystä, että yhtyeiden musiikki vaatii hyvän lavamonitoroinnin tai tekniset edellytykset ovat muuten korkeat.

Lappalainen jakaa klubillaan esiintyvät bändit kolmeen kategoriaan: bändit, jotka ovat vaikuttaneet jo jonkin aikaa mutta ovat niin pieniä, etteivät pääse Turussa muualle soittamaan, bändit jotka pääsisivät muualle soittamaan mutta haluavat soittaa Flavour Of The Monthissa, sekä uudemmat bändit, jotka muutaman vuoden kuluttua esiintyvät muualla, eli edistyvät urallaan ja alkavat soittaa ammattimaisemmin ja suuremmissa paikoissa. Viimeksi mainitun kaltaisia esiintyjiä ovat muun muassa myöhemmin sooloartistinakin tunnetuksi tulleen Samae Koskisen Sister Flo, sekä helsinkiläinen Red Carpet. Lappalainen sano olevansa ylpeä siitä, että todella monen suomalaisen indie pop -bändin ensimmäinen Turun-esiintyminen on ollut Flavour Of The Monthissa.

Cosy Den

Cosy Deniä ei järjestetä esimerkiksi kuukausittain tai viikoittain jonain tietynä vakio-päivänä, koska tällöin toiminnasta saattaisi Mattias Janssonin mukaan tulla rutiininomaista ja iltojen sisällöistä kompromisseja. Usein Jansson toimii niin, että hän varaa Landetista jonkin tietyn illan ja tutkii, minkälaisen ohjelmiston illalle saisi kasattua. Jos tulos on hyvä, hän pitää varauksen; jos taas mitään ei synny, hän antaa varauksen pois. Klubi-iltoja kuitenkin on keskimäärin kerran kuukaudessa, toisinaan jopa useamminkin.

Jansson kertoo valitsevansa esiintyjät Cosy Den -iltoihin sillä perusteella, että niiden on oltava artisteja, joita hän haluaisi itse nähdä. Janssonille tulee koko ajan paljon yhteydenottoja bändeiltä, jotka haluaisivat soittaa hänen klubi-illoissaan. Yhteyttä ottavia bändejä Jansson kuuntelee esimerkiksi musiikkiin Myspacen (musiikkiin keskittynyt sosiaalinen media) kautta, ja valitsee bändit joista hän pitää ja jotka sopivat klubin linjaan. Toisinaan ulkomaisetkin bändit ottavat häneen yhteyttä, jos ovat esimerkiksi kiertueella Skandinaviassa, tai muuten vain kiinnostuneita soittamaan Cosy Den -klubilla.

Ohjelmistoa Cosy Deniin etsiessään Jansson on joutunut tekemisiin ammattimaisten keikkamyyjien kanssa vain kahdesti koko klubin toiminnan aikana. Jansson pyrkii mieluummin ottamaan yhteyden suoraan bändeihin, ja usein tämä onnistuukin, sillä kaikilla Cosy Denissä esiintyvillä bändeillä ei edes ole keikkamyymiä. Jansson kertoo, että keikkamyyjillä on Cosy Denin kaltaiseen toimintaan suhteutettuna epärealistisen

korkeat palkkiot. Jansson kertoo, että on parasta vain ottaa yhteys suoraan bändiin ja olla rehellinen toiminnan pienuudesta ja mahdollisesta palkkiosta. Useimmat indie -bändit ovat luonnollisesti tottuneita tämän kaltaiseen toimintaan.

Flavour Of The Monthin ja Cosy Denin järjestämisessä on se suuri ero, että siinä missä edellistä sitoudutaan järjestämään tiettyinä päivinä esimerkiksi koko kevätkauden, on jälkimmäinen vapaa valitsemaan itselleen sopivat järjestämisajankohdat, tai jättämään valitsematta sikäli kun tyydyttävää ohjelmistoa ei löydy. Tämä vaikuttaa luonnollisesti iltojen sisältöön siten, että siinä missä Flavour Of The Monthin on ikään kuin koottava sopivaa palapeliä kulloinkin saatavilla olevista klubin linjaan sopivista esiintyjistä, voi Cosy Denin iltoja suunnitella vapaammin ja ohjelmistoa valikoivemmin. Jos Flavour Of The Monthin iltoja koostettaessa on välillä turvauduttava hätäratkaisuihin, ei Cosy Denin tarvitse sellaista tehdä, koska jos kokonaisuus ei ole Janssonista miellyttävä, voidaan ilta jättää järjestämättä. Kuitenkin myös Flavour Of The Month pyrkii luonnollisesti pitämään klubi-iltojensa tason mahdollisimman korkeana ja luomaan temaattisesti ja musiikillisesti eheitä kokonaisuuksia.

Sekä Lappalainen että Jansson ottavat keikasta neuvotellakseen keikkamyynnin sijasta yhteyden suoraan artistiin. Koska pääsylipputulosta saatavat esiintymispalkkiot ovat aina arvoitus ennen illan päättymistä, ei niistä voi luvata kiinteää keikkamyyntipalkkiota. Monella klubeilla esiintyvistä artisteista ei toisaalta edes ole keikkamyynnin nimenomaan siitä syystä, että toimittaessa indie-kokoluokassa ei esiintymispalkkioista usein kulujen kattamisen jälkeen jaettavaa keikkamyynnille suuremmin jäisikään. Myös monen esiintyjän toimintatapoihin kuuluu se, että keikkojen myymisestä vastaa yhtye itse, koska se on yksinkertaisesti helpointa ja taloudellisinta marginaalissa toimittaessa .

Kummallekin klubinjärjestäjälle tulee runsaasti yhteydenottoja esiintyjäehdokkailta. Tämä kertoo siitä, että klubit ovat vakiinnuttaneet maineensa ja ovat haluttuja esiintymispaikkoja. Esiintymällä kyseisillä tiettyyn musiikkigenreen erikoistuneilla klubeilla artisti saa musiikkinsa oletettavasti juuri niiden ihmisten kuultavaksi, joiden siitä voisi kuvitellakin kiinnostuvan.

4.2 Talous

Flavour Of The Month

Lipun hinta Flavour Of The Month -illoissa on usein kolme euroa, joskus hyvän syyn, kuten kauempaa tulevan artistin takia neljä, muutamissa poikkeustapauksissa viisi euroa. Kauempaa tulleet esiintyjät, kuten vaikkapa australialaiset Joe Algeri tai The Devastations, ovat olleet muutenkin kiertämässä Suomea tai lähimaita, joten heidän mannertenväliset matkakulunsa eivät ole Flavour of The Monthin huolena, vaan nämä artistit saavat saman lippukassatuoton kuin muutkin.

Illan lopuksi lippukassaan kertyneet rahat jaetaan esiintyjien kesken mahdollisimman järkevästi; jos esimerkiksi joku yhtye on tullut kauempaa, saavat he hieman enemmän rahaa matkakulujen mukaan kuin vakkapa paikallinen esiintyjä. Ravintola Pikku-Torrelle lippurahoista ei tarvitse maksaa mitään, myöskään Lappalainen ja Mäkelä eivät ota lippukassasta mitään itselleen – kaikki tuotto menee suoraan artisteille. Tarpeen vaatiessa artisteja on majoitettu esimerkiksi Lappalaisen ja Mäkelän kodeissa, mutta myös keikkapaikan lähistöllä sijaitsevaa huokeaa hotellia on käytetty. Tällöin artistit kuitenkin maksavat majoituksensa itse, ideaalitapauksessa tietysti lippukassasta saaduilla rahoilla. Muutaman kerran ovat klubin järjestäjät joutuneet osallistumaan esiintyjien kuluihin omista rahoistaan, kun esimerkiksi artisti on tullut ulkomailta ja yleisömenestys on ollut vaatimaton.

Yhdistyksen perustaminen Flavour Of The Monthin yhteyteen ei ole ollut Lappalaisella ja Mäkelällä ikinä harkinnassa, vaikka siitä kieltämättä olisi heidän toiminnalleen etujakin. Lappalaisen mukaan perimmäisenä syynä tähän on laiskuus. Myöskään apurahoja tai muuta taloudellista tukea ei ole koskaan anottu.

Cosy Den

Cosy Den -iltojen hinnoittelussa otetaan huomioon artistien kulut, ja lipun hinta onkin vaihdellut 20 ja 120 kruunun välillä. Cosy Den -klubi ei ole ravintola Landetille tulosvastuussa eikä tapahtumien järjestämisestä peritä varsinaista kiinteää vuokraa, mutta ravintola kuitenkin pitää puolet illan lipputulosta. Ulkomailta ja toisista kaupungeista tuleville bändeille Jansson ei voi ostaa esimerkiksi matkalippuja ennakoon, bändien on tehtävä se itse ja luotettava siihen, että illan lippukassasta saa rahat takaisin.

Majoitus tapahtuu usein Janssonin ja hänen ystäviensä kodeissa, tai toisinaan, jos artistit haluavat, hotellissa, jos se suinkin on taloudellisesti mahdollista. Landetissa on keittiö, ja ravintola tarjoaa esiintyjille ruoat sekä juomat. Kaikki artistien matka- ja majoituskulut pyritään kattamaan, ja jos siihen ei ole mahdollisuutta lippukassasta, Jansson käyttää omia rahojaan. Tiedotus- ja markkinointikulut kuten flyerien tekemisen tai tekstiviestimarkkinoinnin Jansson maksaa omasta kukkarostaan. Hyvin harvoin tapahtumien tuotosta on jäänyt rahaa tähän tarkoitukseen.

Monet ovat suositelleet Janssonille yhdistyksen perustamista, koska tämä helpottaisi monin tavoin esimerkiksi raha-asioiden hoitoa ja apurahojen hakemista. Jansson ei kuitenkaan pidä tätä hyödyllisenä toimenpiteenä, koska ei näe tarpeelliseksi hakea apurahoja. Lisärahoituksen myötä hän todennäköisesti tekisi toiminnalla voittoa, eikä se hänen mukaansa tuntuisi oikealta. Jansson kertoo tietävänsä itsensä kaltaisia klubijärjestäjiä, jotka nostavat työttömyyskorvausta mutta tekevät silti klubi-illoillaan henkilökohtaista voittoa. Tätä hän pitää halveksuttavana.

Talouden suhteen molempien klubien toimintaperiaate on hyvin yksinkertainen: esiintyjien palkkiot tulevat suoraan yleisöltä eli lippukassasta. Tällöin esiintyjä ottaa riskin tullessaan esiintymään klubille, koska illan tuoton suuruus on epävarma. Kummatkin klubijärjestäjät toteavat, että useimmiten esiintyjien matkakulut saadaan katetuksi ainakin suurimmilta osin. Flavour Of The Monthissa lipun hintaa ei muuteta kovinkaan kevein perustein, kun taas Cosy Denin liput saattavat olla hyvinkin eri hintaisia esiintyjästä ja tämän matkakuluista riippuen. Siinä missä Ravintola Pikku-Torre luovuttaa kaikki pääsymaksutulot artisteille jaettavaksi, pitää Ravintola Landet niistä puolet. Tämänkin takia Cosy Denin on vaihdeltava lippujen hintoja arvioitujen matkakulujen mukaan suuremmalla skaalalla. Artistien majoitus hoidetaan kummassakin klubissa lähinnä kotisohvien muodossa, joskin hotellimajoituksiakin on toisinaan harastettu.

Klubien tuotantokustannukset ovat siis kaiken kaikkiaan pienet, ja rahat niiden pyörittämiseen tulevat ainoastaan pääsylipputuloista, poikkeustapauksissa järjestäjien omista rahoista. Voittoa tuottamattomassa kulttuuritoiminnassa melko tavanomainen yhdistyksen perustaminen on sekä Lappalaisen että Janssonin mielestä tarpeeton toimenpide.

4.3 Markkinointi ja tiedotus

Flavour Of The Month

Flavour Of The Monthia markkinoitiin alkuvuosina perinteisin keinoin liimaamalla julisteita ympäri Turkuja ja viemällä flyereitä baareihin. Lappalainen muistelee pitkiä kävelylenkkejä ympäri kaupunkia pakkassäässä julisteita levittämässä, mutta nykyään tämä markkinointitaktiikka on jäänyt. Syitä tähän ovat kaupungin tiukentunut juliste-politiikka, muut kiireet, kyllästyminen ja julisteiden levittämisen osoittautuminen tarpeettomaksi: kun julistekierros jätettiin ensimmäistä kertaa tekemättä, ei se vaikuttanut illan kävijämäärään mitenkään. Tämä oli myös merkki siitä, että klubi oli jo vakiinnuttanut asemansa kaupungin ohjelmatarjonnassa; ihmiset tiesivät automaattisesti sen olevan kerran kuukaudessa ja osasivat itse hakea lisäinformaatiota siihen liittyen. Nykyään Lappalainen laatii jokaiseen iltaan liittyen tiedotteen, jonka lähettää kaupungin lehtiin, suomalaisin musiikkilehtiin ja tapahtumakalentereihin. Tiedotteen Lappalainen kirjoittaa valmiiksi julkaisukelpoiseksi ja helposti kopioitavaksi, ja onkin yleistä, että tiedote julkaistaan lähes sellaisenaan. Lappalainen mukaan tiedote ei saa olla liian pitkä, ja sen on oltava helposti editoitavissa. Myös tiedotteen lähetyspäivä on ratkaiseva tekijä sen julkaistavaksi pääytymisen suhteen.

Internetissä klubia markkinoidaan tiedotteen lisäksi lähinnä Mäkelän laatimien Facebook -tapahtumasivujen sekä satunnaisten flyerien keinoin. Myös ravintola Pikku-Torre markkinoi tapahtumia omien tiedotuskanaviensa kautta. Aikoinaan klubista tiedotettiin myös sähköpostilistojen välityksellä. Listat olivat indie-radio-ohjelmien Molekyyli ja Räkärodeo listoja, joten viestien saajat olivat kohdeyleisöä. Nykyään internetmarkkinointi on kuitenkin hiljaista, klubilla ei ole esimerkiksi omaa kotisivua. Lappalainen arvelee tästä kenties olevan etuakin, sillä nykyään asioita tuputetaan ihmisille etenkin sosiaalisen median kautta niin paljon, että kenties passiivisempi internetmarkkinointi on jopa erottautumisväline muusta klubitarjonnasta.

Cosy Den

Cosy Denin asuntoklubiaikoina Göteborgissa klubia ei markkinoitu sähköpostiketjuja lukuun ottamatta ollenkaan, koska toiminta oli laitonta: klubilla myytiin olutta ja pidettiin yleisötapahtumia ilman lupia. Jansson pitäääkin ihmeenä, etteivät viranomaiset puuttuneet "asuntoklubin" toimintaan sen puolentoista vuoden elinkaaren aikana.

Toisaalta klubi ei tehnyt voittoa, eikä siellä esiintynyt huumeita, väkivaltaa tai muita järjestyshäiriöitä. Asiakaskunta myös ymmärsi pitää klubin melko salaisena. Jansson kuitenkin uskoo, että viranomaiset tiesivät klubista, mutta pitivät sitä ilmeisesti melko harmittomana eivätkä puuttuneet siihen, koska järjestyshäiriöitä ei sattunut. Tukholmassa Jansson siirtyi sähköpostitiedotuksesta Facebookin kautta tapahtuvaan markkinointiin. Hän näkeekin tämän sosiaalisen median erinomaisena välineenä informaation saavutettavuuden suhteen. Koska Facebookissa klubi-iltoihin voi ilmoittautua, saa sieltä myös melko hyvän kuvan siitä, paljonko ihmisiä iltoihin on milloinkin osallistumassa, eikä asiaa tarvitse enää jännittää niin paljon. Jansson markkinoi Cosy Deniä myös kännykän välityksellä; hän on luonut klubin vakiokävijöistä tekstiviestiryhmiä, joille lähettää muistutuksia tapahtumista vielä esimerkiksi tapahtumapäivänä.

Janssonin tiedottaa tapahtumista myös lehdistölle, mutta tukholmalaiset sanomalehdet ovat hyvin arvaamattomia tapahtumatiedotteiden kanssa; toisinaan tapahtumista ei ole merkintää edes lehtien tapahtumakalentereissa, toisinaan niistä saattaa olla sivun kokoinen juttu. Jansson käyttää myös perinteisempiä markkinointikeinoja kuten levittää julisteita ja flyereitä tapahtumista esimerkiksi kahviloihin, levykauppoihin ja baareihin. Cosy Denillä on myös hiljattain uudistunut, erittäin kattava kotisivu, jossa tiedotetaan tapahtumista.

Tiedotuskäytännöiltään Flavour Of The Month ja Cosy Den ovat varsin erilaisia. Flavour Of The Monthia markkinoitiin aluksi ahkerasti sekä perinteisin keinoin, että myös tuolloin uutta teknologiaa edustavin sähköpostilistoin. Nykyään tiedotus on kuitenkin hiljaisempaa ja tapahtuu lähinnä printtimedian kautta. Klubi on satunnaista Facebook-tiedotusta lukuun ottamatta jättänyt valjastamatta käyttöönsä sosiaalisen median mahdollisuudet, joilla informaatiota voidaan saattaa erilaisten Facebook- Myspace- ja blogi -sovellusten kautta todella lähelle potentiaalista yleisöä, suoraan heidän silmiensä eteen. Klubin järjestäjät luottavat siihen, että yleisö osaa itse etsiä tietoa tulevista tapahtumista vaikkapa tapahtumakalentereista, lehdistä tai Pikku-Torren kotisivulta.

Cosy Den sen sijaan tiedottaa ahkerasti internetissä Facebookin sekä omien kotisivujensa kautta, ja Mattias Jansson lähettää jopa tekstiviestejä klubin vakiokävijöille. Cosy Denin Facebook -tiedotus on aktiivista ja informaatorikasta, ja se on hyvä

esimerkki siitä, miten sosiaalista media voidaan kätevästi käyttää tapahtumatiedotukseen. Siinä missä ”asuntoklubin” aikoina klubin tiedotuksessa oli järjestämipaikan pienen yleisökapasiteetin ja yksityisluontoisuuden takia salaseuramaisia piirteitä, on klubin markkinointi nykyään laajaa, avointa ja aktiivista.

4.4 Tekninen toteutus

Flavour Of The Month

Flavour Of The Month toteutetaan melko vaatimattomalla teknisellä välineistöllä: klubilla on käytössään Pikku-Torren omistama pieni äänentoistosysteemi, muutama mikrofoni sekä mikseri. Lavamonitoreja ei pitkään aikaan ollut lainkaan, nykyään yksi kappale. Koska Pikku-Torre on pieni paikka, ja myös lava on pieni, ei kalustoa välttämättä enempää tarvittaisikaan. Toisaalta esimerkiksi suuremmalle kokoonpanolle tai vaativia teknisiä ratkaisuja vaativille esiintyjille puitteet saattavat olla liian vaatimattomat. Tapahtumissa esiintyvät bändit tuovat paikalle backlinen eli rummut ja vahvistimet. Useimmiten etenkin rummut tuo paikalle illan turkulaisesiintyjä, jos sellainen ohjelmistossa on. Miksausesta huolehtivat vuorotellen Lappalainen, Mäkelä sekä toisinaan klubilla apuna oleva turkulainen muusikko ja graafikko Antti Alanko. Pikku-Torren pienuuden takia esiintymisten volyymitaso pyritään pitämään mahdollisuuksien mukaan kohtalaisen alhaisena. Illan aikana Lappalainen ja Mäkelä myyvät vuorotellen pääsylippuja ovella, ja tämän lisäksi soittavat vielä levyjäkin. Nykyään mukana DJ:n ominaisuudessa on usein myös Vesa Lautamäki, suomalaiseen indie poppiin keskittyvän ansioituneen One Chord To Another -musiikkisivuston (www.onechord.net) ylläpitäjä.

Cosy Den

Cosy Den -klubit pyritään aina järjestämään paikassa, jossa on oma äänentoistosysteeminsä, jotta sitä ei erikseen tarvitse vuokrata. Miksausesta huolehtii useimmiten – kuten Landetissa – talon oma äänimies. Toisissa paikoissa, joissa omaa äänimiestä ei ole, Jansson palkkaa esimerkiksi ystävänsä hoitamaan työn. Backlinen tapahtumiin tuovat bändit. Cosy Denin järjestämisessä auttavat hänen ystävänsä vapaaehtoisvoimin, esimerkiksi kuljettamalla soittimia paikasta toiseen, majoittamalla artisteja tai jopa lainaamalla rahaa. Cosy Den -illoissa soitetaan myös levy musiikkia. Tästä

vastaavat vierailevat DJ:t kuten Janssonin ystävät, paikallisten indie-yhtyeiden soittajat tai toisten indie-klubi-iltojen järjestäjät.

Teknisen toteutuksensa puolesta klubi-illat ovat identtisiä: kummatkin noudattavat miljoonilta pikkukeikoilta tuttua klassista kaavaa, jossa esiintyjät tuovat omat instrumenttinsa, ja useimmiten muut artistit lainaavat yhden – tavallisesti paikallisen – bändin backlinea. Jos joitakin backlinen osia ei ole saatavissa kenenkään esiintyjän puolesta, lainataan niitä järjestäjien ystäväpiiristä. Kummankin klubin vakiojärjestämispaikassa on oma äänentoistojärjestelmänsä, jonka kautta esiintymiset ja livemusiikki toistetaan. Klubeilla soittavilta artisteilta vaaditaan jonkin verran seikkailumieltä, sopeutumiskykyä ja teknisiä kompromisseja, koska klubien tekniset edellytykset ovat melko vaatimatonta perustasoa. Tämä taso toki riittää useimmiten esiintyjien tarpeisiin mainiosti johtuen indie-musiikkityylien maanläheisyydestä, mutta ammattimaisemmille ja teknisimmille artisteille tämä saattaa tuottaa ongelmia.

Kummankin klubi-illan toteutukseen tarvitaan varsinaisten vakiojärjestäjien lisäksi muitakin ihmisiä, kuten DJ:tä ja roudaus- sekä miksausapua. Nämä järjestäjien ystäviin lukeutuvat henkilöt auttavat järjestäjiä toteuttamaan klubia vapaaehtoisvoimin, palkkionaan tyypillisesti muutama keikkapaikan tarjoama olut baarista.

4.5 Festivaalitoiminta

Flavour Of The Month

Flavour Of The Monthin yhteydessä on myös kahdesti järjestetty pieni festivaali. Kummallakin kerralla festivaali on järjestetty Pikku-Torressa, ja käytännössä se on tarkoittanut vain sitä, että esiintyjä on ollut normaalia enemmän. Vuonna 2004 Pikku-Torren toiseen päähän, kulman taakse tehtiin pikkulava, jolla esiintyi akustinen akti sillä aikaa kun päälavalla oli tauko. Yleisö siirtyi lavan ääreltä toiselle, ja tunnelma oli tiivis. Seuraavana vuonna taas pitäydyttiin yhdellä lavalla, mutta esiintyjä oli illan aikana viisi kappaletta. Tällöin tehtiin klubin historian kaikkien aikojen yleisöennätys, 238 myytyä lippua, mikä tarkoitti tupaten täyttä baaria sekä jonoa baarin ulkopuolella.

Cosy Den

Kesällä 2009 Cosy Denin viisivuotisjuhlan kunniaksi klubin toiminta laajeni myös viisipäiväisen festivaalin muotoon. Festivaali järjestettiin Haningen-nimisessä tukholmalaislähiössä kahdella lavalla paikallisessa vanhassa punk-klubissa. Festivaalin järjestäminen vaati Janssonin mukaan paljon työtä, mutta oli niin hauskaa ja palkitsevaa, että siitä näyttäisi muodostuvan vuotuinen tapahtuma. Janssonin mukaan hänen ystävänsä yrittävät suostutella häntä luopumaan monipäiväisestä festivaalista, koska he ovat nähneet, miten paljon työtä se hänelle teettää.

Klubien festivaalitoiminta on hyvin erilaista; Flavour Of The Monthin tapauksessa festivaali pidettiin samassa ympäristössä kuin klubikin, mutta laajemmassa muodossa niin esiintyjämäärän kuin esiintymislavojenkin suhteen. Cosy Den -festivaali taas on viety pois klubin normaaliympäristöstä, ja sen laajuus niin keston kuin esiintyjienkin suhteen on ollut huomattavasti tavallista klubi-iltaa suurempi. Flavour Of the Month-festivaalit ovat olleet yksittäisiä erityistapauksia, mutta Cosy Denin kohdalla näyttäisi siltä, että festivaali vakiintuu vuosittaiseksi tapahtumaksi.

4.6 Levy-yhtiötoiminta

Flavour Of The Month

Mikko Lappalainen pyörittää Flavour Of The Month -klubin lisäksi pientä levy-yhtiötä nimeltä Rhythm Barrel Records. Levynjulkaisutoiminta alkoi vuonna 2001 Meet The Scene - An Introduction To Finnish Underground Guitar Pop -kokoelman myötä. Lappalaisen kokoama ja toimittama levy esitteli 18 suomalaista tuolloin aktiivista indie pop -artistia. Levy kulki tavallaan ”käsi kädessä” Flavour Of The Month -toiminnan kanssa, koska monet sen yhtyeistä olivat esiintyneet tai tulivat esiintymään klubilla. Levy noteerattiin laajasti suomalaisen rock-median lisäksi myös ulkomaisissa indie-lehdissä ja verkkosivuilla ja sen suosio yllätti Lappalaisen. Levystä otettiin jopa toinen painos ja sitä on myyty noin 1200 kappaletta. Tämän jälkeen Rhythm Barrel on julkaissut enimmäkseen vinyylisinglejä, mutta myös joitakin albumeja (Liite 4). Julkaisu-artistien joukossa on ollut niin suomalaisia kuin ulkomaisiakin artisteja, musiikkityylinä julkaisuissa on lähes poikkeuksetta ollut kitarapop. Monet julkaisuista on toteutettu ns. split-menetelmällä, jossa artisti tai jokin toinen levy-yhtiö osallistuvat le-

vyn painattamiskuluihin. Lappalainen ei kuitenkaan pysty promotoimaan julkaisemiinsa levyjä erityisemmin: kun levy on julkaistu, on loppu artistin käsissä. Levy-yhtiötoimintaa Lappalainen pitää täysin harrastuksenaan, eikä halua muuttaa sitä ammattimaisemmaksi toiminnaksi.

Cosy Den

Mattias Jansson pitää klubitoiminnan lisäksi myös Cosy Recordings -levy-yhtiötä. Toiminta alkoi Cosy Denin yksivuotisjuhlien tiimoilta, kun juhlan kunniaksi päätettiin julkaista kokoelmalevy, johon pyydettiin aiemmin julkaisemattomia kappaleita klubilla esiintyneiltä artisteilta. Tuolloin Jansson huomasi, että levyjen julkaiseminen on suhteellisen helppoa. Ensimmäiset viisi levyä Jansson julkaisi yksin, mutta sitten hänen ystävänsä Karin Rinqvist liittyi mukaan Cosy Recordingsin toimintaan. Levy-yhtiö julkaisee painatettuja CD-R-levyjä yksinkertaisissa paperitaskukansissa, joten levyjen tekeminen ei ole yhtiölle erityisen kallista. Levyjen painokset ovat sadan ja kolmen sadan kappaleen välillä. Levyjä myydään lähinnä internetin välityksellä, mutta myös joissakin levykaupoissa. Janssonin mukaan Cosy Recordingsille erityisen tärkeää on internetin välityksellä tapahtuva musiikin leviäminen ja lataaminen, koska heidän resursseillaan olisi mahdotonta markkinoida ja levittää musiikkia kovinkaan kattavasti. Niinpä ihmiset, jotka jakavat musiikkia internetin välityksellä, ovat hyvä levityskanava Cosy Recordingsin julkaisuille. Jotkut Cosy Recordingsin julkaisut julkaistaan ainoastaan digitaalisena ilmaislatauksena (Liite 5).

Toisinaan Cosy Recordingsin artistit toimittavat levy-yhtiöön äänitteensä valmiina, toisinaan Jansson toimii myös ikään kuin äänitteen tuottajana, kertoen mielipiteitään kappaleista ja valikoiden esimerkiksi useiden versioiden seasta mielestään parhaat. Yhtiöllä ei ole varaa varsinaisesti rahoittaa artistiensa studiokuluja, mutta he pyrkivät kuitenkin kattamaan levyn tekemiseen ja julkaisemiseen liittyvät kustannukset mahdollisimman hyvin. Kaiken kaikkiaan Cosy Recordingsin levy-yhtiötointa toimii siis hyvinkin samanlaisten toimintaperiaatteiden ja arvojen varassa kuin Cosy Den -klubitoimintakin, tee-se-itse-otteella sekä pienellä budjetilla.

Sekä Lappalaisen että Janssonin levy-yhtiötoiminta mukailee klassista indie- ja punk-kontekstista tuttua levy-yhtiömallia: levyjä painatetaan, mutta suurten levy-yhtiöiden tyylinen ammattimainen promootio- jakelu- ja markkinointikoneisto puuttuu. Janssonin Cosy Recordingsin tapauksessa internet on otettu käyttöön musiikin markkinointi- ja levitysvälineenä, eikä musiikin jakelua verkossa nähdä negatiivisena asiana, vaan tapana saada sitä useampien tietoisuuteen. Cosy Recordingsin julkaisut ovat joko suoraan digitaalisia, tai pienissä multimediapajoissa painatettavia CD-R-levyjä, Rhythm Barrel Records taas julkaisee myös vinyylilevyjä. Toiminnan päämääränä on saada musiikki levyille ja näin ihmisten kuultavaksi; kun levy on olemassa fyysisenä esineenä, voidaan sitä joko bändin tai levy-yhtiön toimesta viedä myyntiin paikallisiin levykauppoihin, ja yhtyeet voivat myydä sitä konserteissaan. Levyjen tuotot menevät sen tekemiseen liittyviin kustannuksiin, kunnes ne saadaan katettua.

4.7 Yleisö ja tunnettuus

Flavour Of The Month

Flavour Of The Month -klubi on ollut olemassa jo niin pitkään, että klubin peruskävijäkunta on vaihdellut. Joinakin aikoina kävijäkunta on ollut hyvinkin runsas ja vakiintunut, toisinaan taas on ollut hiljaisempaa. 2000-luvun vaihteen molemmin puolin voitiin puhua Turussa olevan jopa indie- ja kitarapop-skene. Tällöin kaupungissa vaikutti samoista asioista kiinnostunut laaja ystäväporukka, joista monet soittivat myös bändeissä. Tämä tarkoitti sitä, että klubilla oli paljon paikallisia bändejä soittamassa, ja tällöin myös heidän ystäviään. Vuoden 2004 ja 2005 paikkeilla tilanne oli samankaltainen, ja noina aikoina klubin kävijämäärät olivatkin huipussaan - lippuja myytiin toista sataa illassa, joten klubi oli varsin täynnä. Nyt on Lappalaisen mukaan menossa hiljaisempi vaihe, tällä hetkellä klubin perusiltana paikalla on 50–100 maksanutta asiakasta. Syy saattaa olla päivän musiikkitrendeissä, koska juuri tällä hetkellä elektronisempi indie-musiikki on kitaravetoista muodikkaampaa.

Tietyin väliajoin jostain kuitenkin ilmestyy taas uusi joukko ihmisiä, jotka ovat sopivassa baari-iässä ja pitävät indie pop -musiikista. Lappalaisen mukaan onkin aina ilahduttavaa huomata uusia kävijöitä. Flavour Of The Monthin olemassaololle tärkeää onkin jatkuvuus, uuden yleisön löytyminen. Lappalainen karrikoi Flavour Of The

Monthin tyypillisen kävijän ”paksusankaisiin silmälaseihin ja maihariin pukeutuneeksi indie-pojaksi” tai ”pinnipäiseksi popparitytöksi”. Klubilla miesten ja naisten osuus kävijöistä on suunnilleen sama. Kävijöiden ikä on useimmiten kahdenkymmenen ja kolmenkymmenen vuoden välillä, mutta myös joitakin hieman vanhempia musiikista kiinnostuneita ihmisiä käy toisinaan klubilla.

Turun ydinkeskustassa sijaitsevaan Pikku-Torreen tulee klubin aikana aina myös sattunaisia poikkeajia, jotka ostavat lipun uteliaisuuttaan ja seuraavat ohjelmaa vähintään yhden oluen ajan. Tätä vastaan Lappalaisella ei ole mitään, koska tällaiset sattunaiskävijät tuovat luonnollisesti lisää rahaa lippukassaan ja tätä kautta illan esiintyjille. Lappalainen kuitenkin toivoo, että nämä satunnaiset poikkeajatkin kunnioittaisivat illan ohjelmaa ja esiintyjä. Usein nämäkin ihmiset ovat kuitenkin musiikista edes jollain tavalla kiinnostuneita, koska ostavat pääsylipun.

Flavour Of The Month on vuosien varrella saanut mediahuomiota lähinnä Turun alueen paikallislehdissä ja Turun Sanomissa, käsitellen usein joko kulloinkin esiintyviä bändejä, klubia ilmiönä, tai esimerkiksi Lappalaista henkilönä. Myös rocklehdissä, kuten Rumbassa saatetaan huomioida esimerkiksi klubin kansainvälinen esiintyjä tai vaikkapa sen vuosijuhlat. Lappalainen kokee, että Flavour Of The Month on noteerattu suomalaisessa rockmediassa ja kirjoittelu on ollut asiallista. Noteeraamisen huomaa myös siinä, että usein Lappalaisen lähettämät tiedotteet ylittävät julkaisukynnyksen. Ulkomailla klubi on saanut mainetta lähinnä siellä esiintyneiden artistien haastatteluissa olevina mainintoina. Muuten klubin tunnettuus Suomessa rajoittuu Lappalaisen arvion mukaan lähinnä indie-musiikkia harrastavien, ja etenkin sitä soittavien ihmisten keskuuteen. Vaikka klubi on muodossa tai toisessa vaikuttanut Turussa yli kymmenen vuotta, eivät kaikki turkulaisetkaan kuitenkaan tiedä, mistä on kyse.

Cosy Den

Eräs Mattias Janssonin tavaramerkeistä on järjestää klubeja paikoissa, jotka eivät ole aivan kaupungin keskustassa. Janssonin mukaan tämä karsii yleisöstä sattumalta paikalle tulevat illanviettäjä, jotka puhuvat kovaan ääneen keikkojen aikana. Jansson kuvailee tukholmalaisia melko laiskoina paikasta toiseen siirtymisen suhteen, ja jopa Tukholman keskusta Landetiin viisi minuuttia kestävä metromatka karsii pois muut kuin oikeasti iltojen sisällöstä kiinnostuneet ihmiset. Cosy Denillä on Tukholmassa

noin 30–40 ihmisen vakioyleisö, joka tulee paikalle lähes aina. Jansson toteaa, että on ”siunaus”, että vakioyleisö on olemassa, koska iltojen sisältöä valittaessa voi näin vain luottaa vaistoihinsa ja tietää, että paikalle tulee joka tapauksessa ihmisiä, ja näin ollen lipunmyyntitulot tulevat olemaan vähintään kohtuulliset.

Tyypillinen Cosy Denissä kävijä on aidosti kiinnostunut bändien katsomisesta ja musiikista, klubille ei niinkään tulla seurustelemaan tai muuten vain, erityisesti koska se on hieman kauempana Tukholman keskustassa. Kävijöiden ikähaarukka on kahdenkymmenen ja kolmenkymmenen vuoden välillä. Toisinaan, kun Jansson on järjestänyt klubia paikoissa, joissa ei ole ikärajaa, on paikalle aina saapunut myös ryhmä nuorempaa indie-musiikista kiinnostunutta asiakaskuntaa aina noin viisitoistavuotiaasta lähtien. Nyt kun tuo ryhmä alkaa olla täysi-ikäistä, myös he ovat alkaneet olla mukana musiikkikuvioissa muun muassa journalismin, keikkojen järjestämisen ja soittamisen muodossa. Jansson sanookin olevansa ylpeä, jos nuo ihmiset ovat saaneet vaikutteita hänen toimistaan.

Kesällä 2009 Ruotsin yleisradio teki Cosy Denistä mittavan jutun verkkosivuilleen, ja toisinaan esimerkiksi jokin ulkomaalainen media tekee artikkelia Tukholman yöelämästä, ja tällöin haluaa haastatella Janssonia klubin tiimoilta. Cosy Den on hyvinkin tunnettu klubi Ruotsin indie-musiikki -piireissä, ehkä jopa eräänlainen instituutio. Jansson arvelee sen olevan jopa tunnetumpi kuin hän tietääkään. Toisinaan klubiihtoihin saattaa tulla ihmisiä esimerkiksi Malmöstä, ja ihmetellä Landet-klubin pienuutta verrattuna Cosy Denin maineeseen.

Klubien yleisöpohja on melko samanlaista: vakioyleisö koostuu kahden ja kolmenkymmenen ikävuoden välillä olevista, musiikista ja etenkin indie-musiikista aidosti kiinnostuneista ihmisistä, joista monet käyvät klubeilla ohjelmistosta riippumatta. Tämä on klubien kannalta tietysti hyvä asia: yleisö luottaa niiden järjestäjien kykyyn kasata mielenkiintoista ohjelmistoa. Toisaalta järjestäjien on myös pyrittävä vastaamaan vakioyleisön asettamaan vastuuseen saada laadukasta ohjelmaa. Vakioyleisö on hedelmällistä myös esiintyjille: vaikka bändi olisi entuudestaan tuntematon suurelle osalle yleisöä, voi tällaisilla tiettyyn genreen keskittyneillä klubeilla potentiaalisesti tavoittaa enemmän uusia, juuri tämän tyyppisestä musiikista kiinnostuneita kuuliijoita, kuin hankkimalla keikan satunnaisesta rockklubista. On myös todennäköistä, että

tuntemattomammallakin esiintyjällä on näissä klubeissa vakiokävijöiden ansiosta enemmän yleisöä kuin sitä olisi muualla esiintyessä.

Siinä missä Lappalainen toivottaa tapahtumiinsa tervetulleeksi kenet hyvänsä kävijän, pyrkii Jansson rajaamaan kävijäkuntansa ainoastaan klubin ohjelmistosta aidosti kiinnostuneeseen yleisöön satunnaisten oluenjuojien sijasta. Kummankin motiiveja on helppo ymmärtää: Lappalainen näkee ”maltaan ystävienkin” merkityksen illan esiintyjien saaman palkkion kannalta, Cosy Den taas operoi sen verran Flavour Of The Monthia suuremmassa kaupungissa, että jo oletettujen vakiokävijöiden määrä on niin suuri, että lippukassan tuotto on todennäköisesti tyydyttävä ja näin ollen voidaan pyrkiä saamaan paikalle vain klubin tarjonnasta kiinnostuneita ihmisiä.

Kummatkin klubit ovat saaneet mediahuomiota, jota voidaan pitää esimerkiksi suurten lehtien tai yleisradion taholta eräänlaisena tunnustuksena niiden merkittävydestä. Cosy Den on Flavour Of The Monthia jonkin verran tunnetumpi klubi, johon voi löytää monia syitä: se on toiminut kahdessa suuressa kaupungissa, ja siellä on esiintynyt enemmän ulkomaisia artisteja. Myös klubin tiedotus on Flavour Of The Monthia aktiivisempaa. Kuitenkin myös Flavour Of The Month on etenkin indie-musiikin harrastajien ja soittajien keskuudessa Cosy Denin tavoin kotimaassaan verrattain tunnettu toimija. Jotain toiminnan marginaalisesta luonteesta kertoo kuitenkin se, että esimerkiksi Flavour Of The Month saattaa olla monille turkulaisillekin tuntematon ilmiö.

5 IDEOLOGIA

Flavour Of The Month

Flavour Of The Month -klubi ei tuota järjestäjilleen rahallista hyötyä, mutta sen järjestäminen kuitenkin teettää heille kuukausittain töitä. Motivaatio klubin järjestämiselle ja toiminnan jatkamiselle onkin se, että toiminta on sen järjestäjien mielestä mukavaa ja palkitsevaa, ja sille on jonkinlainen kysyntä, jos ei muiden niin bändien taholta. Lappalainen kokee toiminnan pyyteettömänä kulttuurityönä, ja hänestä on mukava tarjota pitämilleen yhtyeille, jotka eivät muuten marginaalisuutensa vuoksi kovinkaan usein konsertoi – ainakaan Turussa – mahdollisuus keikkaan. Eräs Lappalaisen motiiveista on myös tietynlainen kapina; hän kokee klubitoiminnan ”kapulaksi rattaissa” valtavirtakulttuurille, rahan pyörittämälle musiikkiteollisuudelle ja musiikkitrendeille. Lappalaisen mukaan Flavour Of The Month -toiminta, ja ylipäätään indie pop -klubitoiminta on DIY-toimintaa puhtaimmillaan, joka onkin klubin järjestäjille, Lappalaisen sanoin, ”pyhä asia”. Yhdeksi yleisimmäksi indie pop- tai muutenkin DIY-tavalla toteutettavan klubitoiminnan motiiviksi Lappalainen arvelee sen, että sitä kautta saa myös omille bändeilleen keikkoja, voi luoda itse oman toimintaympäristönsä.

Lappalainen näkee punk rockin piirissä tyypillisen fanzine-toiminnan hyvänä verrokina indie pop -klubin pyörittämiseen: tehdään asioita DIY-hengessä ja oman innostuksen takia, vaikka kukaan ei välttämättä olisikaan pyytänyt tekemään mitään. Mikko Lappalainen sanoo, että monipuolisesta toiminnasta rock-kulttuurin eri osa-alueilla on hyötyä klubinjärjestämisessä, esimerkiksi oma bändihistoria auttaa ymmärtämään klubille soittamaan tulevien muusikoiden lähtökohdat ja tarpeet. Toisaalta ollessaan itse klubinjärjestäjä, muusikon ominaisuudessa Lappalaisella riittää myös ymmärrystä hänen bändilleen keikkaa järjestäviä klubinpitäjiä kohtaan. Myös rock-journalismi ja levyarvioiden kirjoittaminen on laajentanut Lappalaisen ymmärrystä alasta molempiin suuntiin.

Muiksi Flavour Of The Monthin tyyliksi klubeiksi Suomessa Lappalainen mainitsee mm. Tampereella järjestetyn Poppikerhon, Helsingissä järjestettävän Pop-O-Maticin, sekä tamperelaiset Big Pop -DJ:t. Indie pop -klubin konseptin Lappalainen toteaa

olevan universaali, voittoa tavoittelemattomuuteen ja harrastusmaiseen, pyyteettömään työhön perustuva konsepti.

Mikko Lappalaiselle sana indie merkitsee niin ajatusmaailmaa ja asioiden toteutustapaa, kuin musiikkityyliäkin. Ajatusmaailmana kyse on riippumattomuudesta, itse tekemisestä ja musiikkimaailman lainalaisuuksien unohtamisesta. Musiikkigenrenä indie taas on hänen näkemyksensä mukaan

” — melodista, kitaravoittoista ja usein enemmän bändin kuin sooloartistin tekemää, älyllisesti latautunutta, esteettis-herkkää pop-musiikkia, jossa kuuluu tekemisen riemu ja jossa DIY-henki ilmenee siten, että soitto- tai laulutaidon vajaavaisuudet eivät ole musiikin tekemisen esteenä. Musiikkityyliin liittyy myös tietynlainen kömpelyys; pyrkimys on ennemminkin omanlaiseen tapaan tehdä musiikkia kuin täydelliseen soittoon tai puhtaaseen suoritukseen.” (Lappalainen 2010.)

Flavour Of The Monthin musiikillinen linja on indie-musiikin kentässä varsin monipuolinen: klubi ei ole erikoistunut mihinkään indie-musiikin alalajiin, vaan melodisen kitarapopmusiikin kentältä klubilla on kuultu esiintyjä aina folkmaisesta americanasta ”nynnyimpään” twee poppiin. Laaja-alaisuuden takia Lappalainen kutsuukin klubia yksinkertaisesti kitarapop-klubiksi, mutta toteaa, että tyypillisintä Flavour Of The Month -musiikkia on melodinen, stemmalauluilla maustettu, hiukan rämisevä pop. Lappalaisen mukaan klubilla esiintyvät bändit ovat lähes poikkeuksetta kitaravetoisia, elektronista musiikkia klubilla ei ole juurikaan nähty. Klubin eklektisessä linjassa on kuultu sekä indie- että suurille levy-yhtiöille levyttäviä artisteja, sekä levy- että demotason bändejä, sekä suomalaisia että ulkomaalaisia esiintyjä, ja tietysti monesta eri Suomen kaupungista kotoisin olevia esiintyjä. Musiikillisen viitekehityksen lisäksi artisteja on yhdistänyt tietynlainen ulkopuolisuus ammattimaisemmasta musiikkiteollisuudesta.

Lappalainen sanoo, että hänen toimintansa lähtee ulkopuolisuus- oletuksesta, eli tietynlaisesta tuulimyllyjä vastaan taistelemisesta. Vaikka indie- ja kitarapop -aiheinen toiminta olikin Turussa melko aktiivista etenkin 1990- ja 2000-lukujen vaihteessa, ei Lappalaisella ikinä ole ollut sellaista käsitystä, että hänen tekemisensä olisivat mitenkään ”cool” tai suosittuja. Kun klubi-iltoihin on tullut hyvin väkeä, on se aina ollut iloi-

nen yllätys. Lappalaisen mukaan hänellä ei ole ikinä ollut harhaluuloja, että yleisöpohjaa heidän toiminnalleen on kovin paljoa, mutta toisinaan viidentoista ihmisen yleisökin voi jo tehdä hyvän illan.

Cosy Den

Janssonin mukaan ero Cosy Denin ja tyyppillisen rock-klubin välillä on se, että hän katsoo aina järjestämänsä keikat, siinä missä muut promoottorit tyyppillisemmin istuivat takahuoneessa tai ”juttelisivat tytöille”. Tavallaan Jansson siis tekee klubia itselleen: järjestää keikkoja bändeille, joita haluaisi nähdä, ja on itse osa yleisöä. Tämä onkin hänen päämotivaationsa keikkojen järjestämisessä. Suuri osa musiikista, jota Jansson kuuntelee kotona, on hänen kanssaan työskentelevien ihmisten, kuten hänen klubeillaan esiintyvien tai hänen levy-yhtiölleen levyttävien artistien tekemää. Myös tämän Jansson arvelee olevan melko harvinaista.

Sana ”indie” merkitsee Mattias Janssonille eräänlaista itsepäisyyttä ja sitä, että asioita toteutetaan oman näkemyksen mukaisesti. Janssonin mukaan ruotsalaisen näkökulmasta sanaan on hieman vaikea suhtautua vakavasti otettavana terminä, koska niin monet maan indie-bändit kuten esimerkiksi Cardigans tulivat 1990-luvulla niin suuriksi vientituotteiksi. Janssonia ei haittaa, jos bändit tulevat kuuluisiksi ja saavuttavat suuremman yleisön, mutta hän peräänkuuluttaa yllätyksellisyyttä, ja se on eräs asioista, jotka saavat hänet jatkamaan toimintaansa. Hänen mielestään on hauskaa saada ihmiset sanomaan ”wow”, tai luoda tilanteita, jotka johtavat elämyksiin ja odottamattomiin tilanteisiin. Janssonia harmittaa, että ihmiset olettavat hänen klubinsa ohjelmiston koostuvan ainoastaan indie- ja etenkin twee popista. Hän pitää sellaisestakin musiikista ja se onkin hyvin edustettuina klubi-illoissa, mutta pyrkii ohjelmiston monipuolisuuteen ja yllätyksellisyyteen.

Janssonin mielestä hänen klubi-illoissaan käyvät bändit ansaitsisivat suuremman yleisön kuin keskimäärin 150 ihmistä, mutta suuremman esiintymispaikan löytäminen tarkoittaisi tinkimistä luovasta vapaudesta, jonka Cosy Denin järjestäminen nykyisissä olosuhteissa tarjoaa. Jansson sanoo pitävänsä suuremmistakin puitteista, mutta haluaa pitää itsellään kaiken vastuun ja kontrollin siitä, millaisia hänen järjestämisensä klubi-illoista tulee. Jansson sanoo, että Cosy Den on marginaalissa juuri tämän

tinkimättömyyden vuoksi, mutta marginaalisuus ei kuitenkaan ole itsetarkoituksellista elitismia.

Oman roolinsa Ruotsin ja Tukholman kulttuurikentässä Jansson näkee kenties hieman ulkopuolisena ja erityisenä, sanan neutraalissa merkityksessä. Jansson uskoo, että ihmiset arvostavat hänen tekemisiään, ja pitivät häntä etenkin alkuun ”asunto-klubin” aikoina mahdollisesti hieman hulluna. Cosy Denin hengenheimolaisklubeina Jansson näkee göteborgilaisen Colonyn sekä turkulaisen Les Yper Soundin, koska nämäkin ottavat klubi-iltoihinsa soittamaan artisteja, jotka itse haluaisivat nähdä noudattaen näin Cosy Denin kanssa samanlaista toimintaperiaatetta.

Jansson sanoo, että Cosy Deninkin toiminta olisi melko helposti mahdollista muuttaa voittoa tuottavaksi, mutta pelkää, että jos mukaan tulee voiton tavoittelun ajatus, se vaikuttaisi tavalla tai toisella – ja todennäköisesti negatiivisesti – klubi-iltojen sisältöön. Cosy Den -toiminnan vieminen ammattimaisempaan, tyypillisempään rock-klubi-ympäristöön tai suurempiin kuvioihin ei toimisi myöskään, koska esimerkiksi jo yksi epäystävällinen järjestysmies voisi pilata klubi-iltojen kotoisan tunnelman. Toisaalta Jansson sanoo, että hän menisi mielellään töihin, jotka liittyvät keikkajärjestelytoimintaan, ja kertoo hakeneensakin tunnetun ja suurehkon tukholmalaisen Debaser-keikkapaikan ohjelmistovastaavan työhön muutama vuosi sitten.

Ideologiaa käsitellessä tullaan indie-tyylisen kulttuurituotannon ytimeen: toiminnan luonne ja viitekehys määritellään voittoa tuottamattomaksi ja Mikko Lappalaisen sanoin ”pyyteettömäksi”, sen sijaan että odotukset esimerkiksi rahallisen tuoton suhteen olisivat korkealla. Riippumattomuus muista tahoista, kuten erilaisista ulkopuolisista rahoittajista takaa toiminnalle taiteellisen tinkimättömyyden ja vapauden. Toki riippumattomuus on suhteellinen käsite, ovathan klubit riippuvaisia esimerkiksi niissä esiintyvistä artisteista ja tiettyyn pisteeseen saakka myös paikoista, joissa ne järjestetään, mutta toiminnasta ei olla vastuussa kellekään muulle kuin itselle, eivätkä sen sisältöön voi ulkopuoliset tahot vaikuttaa. Motivaationa toiminnalle on kummankin klubin suhteen oma intohimo tietynlaista kulttuurimuotoa kohtaan, halu pitää yllä ja edistää tätä heille tärkeää asiaa. Cosy Denin tapauksessa toiminta on fanilähtöistä Janssonin järjestäessä elämyksiä tavallaan ensisijaisesti itselleen ja sitä kautta yleisölle, kun taas Flavour Of The Monthin tapauksessa klubia järjestetään vahvasti ala

kulttuurimuusikon näkökulmasta, luodaan mahdollisuuksia musiikin esilletuomiseen. Toiminnan ylläpito on sen järjestäjien mielestä nautinnollista, ja heidän siitä saamansa palkkio on taloudellisen pääoman sijasta henkistä.

Cosy Denin ja Flavour Of The Monthin toiminnassa on tunnistettavissa alakulttuuri-toiminnalle tyypillisiä ulkopuolisuuden ja *toiseuden* eli joukkoon kuulumattomuuden lähtökohtia: toiminnan marginaalisuus tiedostetaan, eikä siitä koeta olevan tarvetta murtautua ulos. Klubit operoivat valtavirtakulttuurin ulkopuolella, ja toiminnassa on nähtävissä vastakulttuurimaisia, vallitsevasta kulttuurista tietoisesti etäännytettyjä piirteitä (MOT kielitoimisto, 2011). Kumpaakin klubia järjestetään tietoisesta DIY-lähtökohdasta; asiat pyritään tekemään itse ja ystävien avustuksella niin pitkälle kuin mahdollista, ja itse tekeminen nähdään kunnia-asiana. Indie pop –klubitoiminta onkin selkeästi sukua esimerkiksi punk rockin piirissä harrastetulle elävän musiikin toiminnalle, ja se määrittyy massakulttuurin ulkopuolisen ja vaihtoehtoisen luonteensa kautta selkeästi underground-toiminnaksi.

Kummankin klubin päätös olla perustamatta toiminnan yhteyteen yhdistystä kertoo halusta pysytellä ”virallisuuden” ulkopuolella. Myös esimerkiksi Flavour Of The Monthin passiivinen osallistuminen nykyään suosittuun sosiaalisessa mediassa tiedottamiseen kertoo eräänlaisesta tietyn tahtoen ulkopuolelle jättäytymisestä; ne, jotka ovat klubista kiinnostuneita, kyllä löytävät tiedot. Samalla tavalla Cosy Denin sijoittaminen Tukholman ydinkeskustan ulkopuolelle ja tällä tavoin ikään kuin yleisön karsiminen kertoo tiedostuksesta omasta alakulttuuriasemasta. Toisaalta Cosy Denin tiedotus on hyvinkin ulospäin suuntautunutta. Alakulttuuri-toimintaan liittyy toisinaan elitismi, halu pitää jokin ilmiö vain tietyn pienen ryhmän salaisuutena. Tästä ei kuitenkaan ole kyse kummankaan klubin suhteen: toiminta yksinkertaisesti halutaan omistaa niille, jotka siitä todella ovat kiinnostuneita, ja se pidetään realistisessa mittakaavassa. Suurempaa itsensä esilletuomista ei sen yhteydessä tarvita.

Vaikka kummatkin klubit ovat toiminta-ajatukseltaan ja arvoiltaan alkuperäisen indie-ajatuksen mukaisia, ei niiden ohjelmiston suhteen pyritä hampaat irvessä noudattamaan genererajoja. Ennemminkin klubit pyrkivät olemaan linjaltaan eklektisiä ja tarjoamaan yleisölleen yllätyksiä ja haasteitakin. Kun tarkastelee klubien historian esiintyjälistoja (Liitteet 2 ja 3), huomaa joukossa monen eri tyyllilajin edustajia perinteises-

tä popista kokeilevampaan musiikkiin ja äänekkäästä ilmaisusta akustiseen hissuteluun. Vaikka kummankin klubin ohjelmistossa on kuitenkin eniten perinteisemmin indie popiksi mielletävää musiikkia, on niillä esiintyneiden artistien suurin yhteinen nimittäjä kuitenkin toimintatapa ja kokoluokka. Siinä missä Cosy Denissä on nähty myös elektronisempia artisteja, on Flavour Of The Monthissa pidetty kiinni orgaanisemmasta, kitarapainotteisesta linjasta.

6 TULEVAISUUS

Flavour Of The Month

Flavour Of The Monthin huippuhetkiksi Lappalainen mainitsee sekä tunnelmaltaan että yleisömäärältään pienenisfestivaalit. Muihin huippuhetkiin lukeutuu esimerkiksi australialaisen The Devastationsin esiintyminen klubilla joulukuussa 2003 sekä Samae Koskisen esiintyminen samana vuonna. Ikävimmäksi kokemukseksi Lappalainen taas nimeää erään kerran, kun eräs bändi ei varsinaisesti ymmärtänyt minkäläinen klubi on kyseessä, ja sen jäsenet käyttäytyivät rock-tähtimäisen hankalasti sekä aiheuttivat ongelmia soittokaluston kanssa. Hyviä kokemuksia on kuitenkin kertynyt huomattavasti enemmän, ja suurin osa klubi-illoista on sujunut mukavasti.

Klubin jatkuvuutta uhkaavat järjestäjäkaksikon kyllästyminen sekä elämäntilanteiden muutos ja tätä kautta ajan riittämättömyys. Muutaman kerran Lappalainen ja Mäkelä ovat jo syyskauden päätteeksi ottaneet lopettamisen puheeksi, mutta kokeneet jatkamisen aina mielekkääksi. Lappalainen kuitenkin arvelee, että klubin taival on tällä hetkellä lähempänä loppuaan kuin alkuaan.

Lappalaisen tulevaisuudenhaaveena on matinea-tyylinen klubi, jossa ohjelma alkaisi esimerkiksi sunnuntai-iltapäivällä, ja klubilla olisi mahdollisuus myös ruokailla. Ohjelma voisi olla ajankohtaan sopivampaa leppoisaa, kenties akustista musiikkia. Tätä on syyskuussa 2007 Flavour Of The Monthin puitteissa kokeiltukin, mutta kävijämäärä jäi vähäiseksi. Kenties suomalainen elävän musiikin kulttuuri ei vielä ole valmis tällaiseen leppoisampaan ratkaisumalliin, jossa alkoholi ei välttämättä näyttele niin suurta osaa. Lappalainen haaveilee kuitenkin vielä kokeilevansa konseptia uudelleen. Idean konseptiin hän sai oltuaan vastaavanlaisessa tapahtumassa Lontoossa, ja piti sitä erittäin hyvänä sunnuntainviettotapana.

Cosy Den

Vuosien varrella Cosy Den -klubin järjestäminen on Mattias Janssonin mukaan muuttunut melko vähän, vaikka järjestämispaikka ja jopa kaupunki ovatkin muuttuneet. Muilta osin klubin järjestäminen ei ole muuttunut kovinkaan ratkaisevasti; sen järjestämispaikat ovat nyt yksityisasunnon sijaan perinteisemmin yleisötapahtumiin soveltuvia tiloja, mutta nekin ovat tunnelmaltaan mahdollisimman ystävällisiä ja kodikkaita.

Jansson sanoo, että hänen oma asenteensa ja intohimonsa toimintaan ei ole myöskään muuttunut paljoakaan.

Klubin konsepti saavutti Janssonin mukaan huippunsa heti sen historian alussa, kun Cosy Deniä järjestettiin yksityisasunnossa: idean omaperäisyyttä ja noiden iltojen tunnelmaa on vaikea saavuttaa nykyisen toiminnan puitteissa. Cosy Denin historian huippuhetki oli kuitenkin kesän 2009 festivaali. Vaikka kokemus oli rankka ja työteliäs ja yöunet jäivät festivaalin keston aikana muutama tuntiin, onnistui se Janssonin mielestä äärimmäisen hyvin. Jopa niin hyvin, että Jansson harkitsi hetken aikaa, onko sen jälkeen enää edes järkeä jatkaa. Muiksi huippuhetkiksi Jansson nimeää esimerkiksi kokeilevaa musiikkia soittavan Paddington Distortion Comb on ja perinteisempää poppia edustavan Twigg-yhtyeen konsertin, jolloin yllättävä esiintyjäyhdistelmä johti alkuhämmennyksen jälkeen maagiseen tunnelmaan.

Cosy Denin taipaleen henkilökohtaiseksi pohjakosketukseksi Jansson nimeää brittiläisen Felt-yhtyeestä tunnetun indie-legenda Lawrencen Go-Kart Mozart -yhtyeen vierailun klubilla. Bändin jäsenten kanssa oli hyvin hankala tulla toimeen ja he olivat varsin vaativia ja arvaamattomia. Bändin konsertti oli Janssonin mukaan mahtava, jopa yksi parhaista klubilla nähdyistä, mutta yhtyeen jäsenten kanssa työskentely oli äärimmäisen turhauttavaa. Muutenkin Jansson nimeää toiminnan ikävimmiksi hetkiksi ne, jolloin ihmiset eivät osaa käyttäytyä. Vuosien varrella klubin toimintaa uhkaavia asioita ei kuitenkaan ole juurikaan ilmennyt. Artistien sekä yleisön suhtautuminen on yleensä ollut todella hyvää, suurin osa on ollut liikkeellä hyvällä ja ystävällisellä asenteella.

Cosy Denin tulevaisuutta Jansson tarkastelee kuukausi kuukaudelta. Hän ei näe klubin jatkumisen suhteen mitään suuria uhkakuvia, ja uskoo tekevänsä sitä niin kauan, kun se on hauskaa ja palkitsevaa, ja olosuhteet sen sallivat.

Sekä Flavour Of The Monthin että Cosy Denin tulevaisuus riippuu suurelta osin niiden järjestäjien motivaatiosta tuottaa klubeja. Jos toiminta ei enää tuota tyydytystä ja muuttuu pakonomaiseksi, on sen loputtava. Muiksi tulevaisuuden uhiksi mainitaan myös henkilökohtaisen elämän olosuhdemuutokset. Muita klubien tuotantoon liittyviä uhkakuvia on hankala kuvitella; jos jompikumpi klubi esimerkiksi joutuisi lähtemään

nykyisestä järjestämispaikastaan, löytyisi tilalle varsin oletettavasti - klubien maineen huomioon ottaen - uusi tila. Myöskään minkälainen aineellisten resurssien loppuminen tai musiikkimaailman muutokset eivät uhkaa klubien toimintaa, koska ne eivät ole niistä riippuvaisia. Ainoastaan henkisten resurssien loppuminen on siis uhkana tulevaisuudessa. Mattias Jansson tuottaa klubia hyvinkin impulsiivisesti, ilta kerrallaan, kun taas Lappalainen ja Mäkelä tarkastelevat toiminnan jatkamisen mielekkyyttä kevät- ja syyskausittain.

Suurinta tyydytystä klubien järjestäjille ovat tuottaneet ikimuistoiset esiintymiset sekä festivaalitoiminta. Pettymyksiä taas eivät ole kummankaan klubin suhteen johtuneet huonoista esiintymisistä tai taloudellisista seikoista, vaan huonosti käyttäytyvistä esiintyjistä. Onkin tärkeää, että myös klubien esiintyjät tiedostavat, että klubien kohdalla kyseessä on vapaaehtoisvoimin ja kotikutoisesti toteutettu voittoa tuottamaton tapahtuma. Tällöin ei voida vaatia loisteliaita puitteita tai rock-tähtimäisiä ylellisyyksiä. Usein tällaisten asioiden vaatiminen kertoo lähinnä itsekritiikin pettämisestä eikä artistin suuruudesta.

7 YHTEENVETO JA LOPPUPÄÄTELMÄT

Yksityiskohtaisen indie pop-klubin tuotantomallin kuvailun kautta olen havainnollistanut, miten kyseinen ilmiö toimii. Toiminta on saanut alkunsa tarpeesta järjestää indie-musiikkiin keskittyviä tapahtumia, ja sen toimintaedellytykset ovat muokkaantuneet olosuhteiden mukaan, ideologian tukemana. Klubien toteutuksen kulurakenne on hyvin taloudellinen; niiden toteuttamiseen käytettävät tilat eivät ole klubin tuottajien omistuksessa, eikä niistä tarvitse maksaa varsinaista vuokraa. Myöskään markkinointikulut eivät ole suuret. Klubien tuottajat ovat alusta asti mieltäneet toiminnan voittoa tuottamattomaksi ja vapaaehtoistyöhön perustuvaksi, joten henkilöstökulutkaan eivät verota budjettia. Näin ollen ainoat varsinaisen toiminnan toteutumiseen liittyvät kulut ovat artistien palkkiot, toisin sanoen matka - ja majoituskulut, jotka tulevat suoraan tapahtumien pääsymaksulipputulosta.

Koska pääsylipputulot ovat aina arvoitus ennen tapahtuman loppua, on myös klubeilla esiintyvien artistien otettava taloudellinen riski. Indie-tasolla toimiessa ei taloudellisen voiton ja varsinaisten esiintymispalkkioiden todennäköisyys ole suuri; jo esiintymisistä koituvien kulujen kattaminen on voitto sinänsä. Siksi onkin tärkeää, että myös klubeilla esiintyvät artistit tunnistavat toimintaympäristönsä ja ovat asenteellisesti samalla aaltopituudella klubien järjestäjien kanssa. Kuten Karhumaa kirjoittaa,

onnistuminen määrittyy tietenkin jokaiselle osalliselle subjektiivisesti. Joillekuille tärkeintä on muutama onnistunut esiintyminen, toisille kansainvälinen menestys. Ammattimaisuuden ja harrastustoiminnan ero on joka tapauksessa huomioitava. Harrastustoiminnassa riittävät usein elämykset, kun taas ammattimaisen toimijan pitäisi saada panostuksestaan elanto tai ainakin osa siitä, jolloin myös palkkioiden suuruus ja niiden todennäköisyys ovat tärkeitä. (Karhumaa 2010, 7.)

Kuten Mikko Lappalainen huomio, toisinaan Flavour Of The Monthissa esiintyvät yhtyeet ovat kasvaneet ulos klubin edustamista mittasuhteista ja siirtyneet ammattimaisempaan kokoluokkaan, ja näin on tarkoituskin, se on luonnollista. Myöskään Mattias Janssonilla ei ole mitään suosituksi tulemistä vastaan. Heidän klubinsa tarjoavat edellytykset nimenomaan vielä suuremman suosion ulkopuolella operoiville, kenties sinne jäävillekin artisteille, jotka eivät pysty musiikillaan tekemään elantoaan, mutta

tuntevat silti tarvetta toteuttaa itseään musiikin keinoin. Myös Lappalaisen ja Janssonin levy-yhtiöt toimivat samalla periaatteella. Monet klubeilla esiintyvistä artisteista toimivat ammattimaisuuden ja harrastustoiminnan välimaastossa; ne ovat saattaneet julkaista levyjä ja keikkoilla ulkomaita myöten, mutta eivät silti saa musiikista elantoaan. Kun myös muusikot tunnistavat oman asemansa, on indie-lähtöinen toimintatapa erinomainen ratkaisu: taide saadaan esille ja yleisön ulottuville, ja sen esilletuomisesta aiheutuvat kulut saadaan suuremmilta osin katettua. Kyse ei ole ”tyytymisestä” tai periksi antamisesta, vaan realismista: olosuhteet ovat nyt tällaiset, mitä voimme tehdä? Suursuosion vaihtoehtona ei tarvitse olla lopettaminen, vaan taidetta voi tuoda esille myös pienemmillä resursseilla. Tämän takia Flavour Of The Monthin ja Cosy Denin kaltaiset ilmiöt ovat kulttuurille äärimmäisen tärkeitä: ne pitävät pyyteettömästi yllä tiettyä taidemuotoa ja luovat sille toimintaympäristön ja taiteen esilletuomismahdollisuuden. Kuten Lappalainen ja Jansson itsekin tiedostavat, on pienissä puitteissa pysyminen kuitenkin klubien toiminnan suhteen välttämätöntä: ammattimainen musiikkiteollisuus on asia erikseen, ja siellä operoidaan eri arvojen ja lainalaisuuksien mukaan.

Klubien toiminnassa voi ammattimaiselta kantilta katsottuna nähdä useita kehitettäviä osa-alueita. Kummankin klubin yhteyteen olisi järkevää perustaa yhdistys, jonka kautta olisi mahdollisuus esimerkiksi laskuttaa ja joka antaisi uskottavuuslisänsä esimerkiksi apurahojen hakemiselle. Yhdistyksen kautta klubit voisivat myös kerätä osallistujiltaan vaikkapa muutaman euron nimellistä vuosimaksua, jonka tuotoilla voitaisiin esimerkiksi ostaa teknistä välineistöä tai kohentaa tiedotusta. Erilaisten apurahojen sekä sponsoritulojen hakeminen olisi taloudelliselta kannalta toinen viisas ratkaisu. Esimerkiksi Suomessa jaetaan elävän musiikin toimintaan vuosittain useita erilaisia apurahoja muun muassa ESEK:in, LUSES:in ja erilaisten säätiöiden ja taide-toimikuntien toimesta. Myös etenkin Flavour Of The Monthin tiedotuskäytännöissä on joitakin epäkohtia: tapahtumatiedotus internetin välityksellä on nykyään niin helppoa, ja kaiken lisäksi kuukausittaista liittymämaksua lukuun ottamatta ilmaista, että sen käyttämättä jättäminen vaikuttaa ammattimaisesti tarkasteltuna omituiselta valinnalta. Myös klubien järjestämispaikkojen vaihtoa voitaisiin harkita; etenkin Flavour Of The Monthin käyttämän Pikku-Torren soveltuminen vähänkään äänekkäämpään elävän musiikin toimintaan voisi monen ammattimaisemman soittajan mielestä olla vähintäänkin kyseenalaista. Cosy Denin tapauksessa taas klubin järjestämispaikka lähem-

pänä kaupungin keskustaa toisi sen paremmin mahdollisten asiakkaiden ulottuville ja saattaisi lisätä sen lipputuloja ja tunnettuutta.

Osa luettelemistani parannuksista eittämättä kohentaisi klubien asemaa tunnettujen ja talouden osalta, mutta samalla se tekisi niistä ammattimaisempia ja toisi ne lähemmäs musiikkiteollisuutta sekä tekisi niistä myös mahdollisesti tulostavuuksellisia. Kuten tutkimuksestani on selvinnyt, ovat jotkin ensisilmäyksellä epäloogisiltakin vaikuttavat tuotannolliset ratkaisut klubien tuottajien puolelta hyvin perusteltuja ja harkittuja. Uskonkin, että liian ammattimaiset ja dynaamiset tuotantotoimenpiteet kadottaisivat jotain olennaista toiminnan luonteesta ja mahdollisesti muuttaisivat niitä huomponpaan suuntaan. Kumpikin klubi on toiminut huomattavan pitkän aikaa, ja niiden toteuttamiseen on vakiintunut oma toimivaksi havaittu tapansa. En silti väitä, etteikö jotain kohennuksia, kuten yhdistyksen perustamista, kannattaisi harkita.

Indie pop -musiikin ja klubitoiminnan pitäminen mitenkään vastakulttuurisena voi vaikuttaa huvittavalta; onhan kyse pohjimmiltaan varsin kiltistä, perinnetietoisesta ja melodisesta musiikista, sekä konseptiltaan hyvin perinteisestä elävän- ja levy musiikin soittotilaisuudesta. Näennäisen muuttumattomuuden edessä ilkeimmät voisivat su-pista jopa jämähtäneisyydestä, mutta näin ei ole: nykyisessä, liiketalouteen ja nopeaan uudistumiseen sekä alati vaihtuviin trendeihin ja virtauksiin perustuvassa musiikkiteollisuudessa on harvinaista tavata pitkäkestoisia, omaan asiaansa intohimoisesti suhtautuvia, tinkimättömiä ja taloudellisesti riippumattomia ilmiöitä, jotka eivät paineesta huolimatta muuta toimintatapojaan tai asennettaan milloin mistäkin syystä. Tutkimani ilmiö on siis riippumaton kahdellakin tapaa: riippumaton ulkopuolisesta taloudellisesta tuesta, sekä riippumaton ajan hengestä ja musiikkiteollisuuden muutok-sista. Indie pop -toiminta ei pyri välttämättä muuttamaan vallitsevaa valtakulttuuria, se yksinkertaisesti unohtaa sen olemassaolon ja toteuttaa itseään sen lainalaisuuksista huolimatta.

Opinnäytetyössäni kuvailemaani indie pop -klubituotannon mallia ja ideologiaa voidaan muokaten soveltaa muuhunkin kulttuurituotantoon. Ihannetapauksessa – jonka soisi luonnollisesti toteutuvan aina – sekä taiteen tekijän, että sen esilletuomisen mahdollistajan, kulttuurituottajan, olisi ansaittava työstänsä palkkaa. Joskus kuitenkin olosuhteet estävät voitollisen toiminnan, jolloin jäljelle jää kysymys siitä, tehdäänkö taidetta lopulta rahan vai itsensä toteuttamisen takia? Jos vastaus on jälkimmäinen, tarjoaa indie pop -klubitoiminnan malli varteenotettavan vaihtoehdon kulttuurin toteutumiselle pienin resurssein.

LÄHTEET

- Abebe, Nitsuh 2010. The Decade In Indie. Viitattu 9.4.2011.
<http://pitchfork.com/features/articles/7704-the-decade-in-indie/>
- Carew, Anthony 2011. Alternative Music 101 - Are 'Alternative' and 'Indie' the Same Thing? Viitattu 2.5.2011.
<http://altnmusic.about.com/od/historyofaltindiemusic/a/alternavsindie.htm>
- Cavanagh, David 2000. The Creation Records Story. My Magpie Eyes Are Hungry For The Prize. Lontoo: Virgin Publishing Ltd.
- Daly, S. & Wise, N. 1995. Alt Culture. Lontoo: Guardian Books.
- Karas, Andy 1999. Indie Rock. Teoksessa Hendersson, Lol & Stacy, Lee (toim). Ensylopedia Of Music In The 20th Century. Lontoo: Fitzroy Dearborn Publishers
- Karhumaa, Mika; Lehtonen, Ida; Nikula, Jone 2010. Musiikki Liiketoimintana. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Teos.
- Kemp, Chris 2004: Towards A Holistic Intepretation of Musical Genre Classification. Jyväskylä: University of Jyväskylä.
- Kirkpatrick, Betty (toim.) 1992. Brewer's Consice Dictionary of Phrases and Fable. Oxford: Helicon Publishing Ltd.
- Larkin, Colin 1998. The Encyclopedia Of Popular Music, Volume 6. Lontoo: MUZE UK Ltd.
- Leppänen, Taru 2007. Populaarimusiikin yleisöjen identiteettejä kartoittamassa. Teoksessa: Aho, Marko & Kärjä, Antti-Ville (toim.) Populaarimusiikin tutkimus. Tampere: Vastapaino.
- MOT Kielitoimisto, 2011. MOT kielitoimiston sanakirja 2.0. Viitattu 2.5.2011.
<http://mot.kielikone.fi.ezproxy.utu.fi:2048/mot/turkuyo/netmot.exe?motportal=80>
- Reynolds, Simon 2005. Rip It Up And Start Again. Postpunk 1978 – 2004. Lontoo: Faber And Faber Limited.
- Summers, Ella (toim.) 2003. Longman Dictionary Of Contemporary English. Edinburgh: Pearson Education Limited.
- Strachota, Dan 2011: Nerd Magazine. Viitattu 30.3.2011.
<http://www.nerdmagazine.org/indiepop/popintro.html>
- Talvio, Otto 2007. BIFF! BANG! BOW! Seikkailuja populaarikulttuurissa. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Teos.
- Thorne, T. 1993. Dictionary of Popular Culture. Lontoo: Bloomsbury.

HAASTATTELUT

Mattias Jansson, Cosy Den -klubin tuottaja. 11.4.2010, Turku.

Haastattelija: Valteri Virtanen

Mikko Lappalainen, Flavour Of The Month -klubin tuottaja. 22.12.2010, Turku.

Haastattelija: Valteri Virtanen.

LIITTEET

Liite 1: haastattelurunko

ALUSSA

Mistä idea

Oliko innoittajia / esikuvaklubeja

Millaiset ovat omat musiikilliset taustanne

Mitkä olivat tavoitteet ja päämäärät alussa

Kauanko odotitte klubitoiminnan jatkuvan

Koittako, että klubitoiminnalle oli sosiaalinen tai kulttuurillinen tilaus

Miten löysitte tilat klubille

Millaista oli markkinointi

Haitteko toiminnalle rahoitusta jostain, perustitteko yhdistyksen tai osakunnan

Millaisia hankaluuksia kohtasitte alussa

Minkälaisen vastaanoton toiminta sai, löysivätkö ihmiset klubin

KLUBIN TOIMINTA

Missä ja miten usein klubi-iltoja pidetään

Miten ja millä perustein esiintyjät valitaan

Miten esiintyjät kustannetaan

Mitä muita menoja järjestämiseen liittyy (tilat ym.)

Miten klubia markkinoidaan

Millaisia verkostoja klubin järjestämiseen käytetään

Miten ulkomaalaisten bändien esiintymiset ja majoitukset hoidetaan

Onko klubi anonut missään vaiheessa apurahoja tai tukea miltään taholta

Miten internet ja yhteisöllisten medioiden kehitys on vaikuttanut klubitoimintaan

Millainen on tyypillinen klubin asiakas

Onko asiakaskunta vakiintunut vuosien myötä

Onko uusi asiakaskunta löytänyt klubin

HISTORIA, NYKYHETKI JA TULEVAISUUS

Miten klubin tuottaminen on muuttunut vuosien varrella

Millaisia tuottamiseen liittyviä oivalluksia saatu

Millaisia ongelmia kohdattu, ja miten ratkaistu

Onko klubilla ollut huippukautta, huippuhetkiä, aallonpohjaa

Millaista oheistoimintaa: festivaaleja, tapahtumia, levynjulkaisua...?

Onko klubillanne yhteistyökumppaneita

Miten klubia voitaisiin kehittää

a, konsepti

b, markkinointi

c, yhteistyökumppanit

Millaisena klubin tulevaisuus mielestänne näyttäytyy

Mitä uhkakuvia klubin jatkamiselle on

Onko motivaatio klubin tuottamiselle pysynyt samana

”AATE”

Mitä sanat ”riippumattomuus” ja ”indie” merkitsevät teille klubituottamisen kontekstissa

Onko marginaalisuus tietoinen valinta vai olosuhteiden pakko

Onko ollut tarvetta tai yritystä saavuttaa suurempaa yleisöpohjaa

Millaisena hahmotatte asemanne kaupungin / maan kulttuurikentässä

Koetteko, että klubillanne on hengenheimolaisia

Koetteko kaupungissanne olevan indie-skeneä tai yhteisöä, ja mistä tuo yhteisö koostuu

Millaista roolia vapaaehtoisuus merkitsee toiminnassanne

Liite 2: Flavour Of The Month -klubin esiintyjät Lokakuu 2002 - Maaliskuu 2011

2002

LOKAKUU 2002 Cartoon Tree, The Rollstons

MARRASKUU 2002 Graceskull, A Spokane

JOULUKUU 2002 Jennifer Ever, Big White Monkees

2003

TAMMIKUU 2003 Samae Koskinen, Bridget

HELMIKUU 2003 Treeball, Ben's Diapers

MAALISKUU 2003 Kevin

HUHTIKUU 2003 Cheerleaders United, Baby Sweetcorn

TOUKOKUU 2003 All Stars, Red Carpet

ELOKUU 2003 Janne Lehtinen solo, Harry Hunks

SYYSKUU 2003 (Flavour 5v.) Samuli Toivonen solo, Bridget, The Rollstons

LOKAKUU 2003 Jadecroon, Red Carpet

MARRASKUU 2003 The Sugarrush (acoustic), Cartoon Tree (acoustic)

JOULUKUU 2003 A Spokane, The Devastations (AUS)

2004

TAMMIKUU 2004 Ben's Diapers, Since November

TAMMIKUU 2004/KUUKAUDEN SIVUMAKU Ville Härkönen, Janne Laurila

HELMIKUU 2004 Cheerleaders United, Leaky Soles

MAALISKUU 2004 The Scaramangas, Cats On Fire

HUHTIKUU 2004 Wojciech, Hundred Million Martians semi-acoustic

TOUKOKUU 2004 Daisy, Mummypowder acoustic

SYYSKUU 2004 (FOTM 6v.) Mother Goose, Pocket Knife, Baby Sweetcorn
Mikko Valo/The Rollstons solo, Leaky Soles

SYYSKUU 2004 Aaron Booth (CAN), Treeball, Mummypowder

LOKAKUU 2004 Puny, Ultrasport

MARRASKUU 2004 Puumaja, Harry Hunks

JOULUKUU 2004 Jolly Jumpers

2005

TAMMIKUU 2005 The Sugarrush, Jadecroon, Ben's Diapers

HELMIKUU 2005 The Phonies, Starflower

MAALISKUU 2005 Cartoon Tree, Ethel Suspense

HUHTIKUU 2005 Bookends, Jukka Kujansivu ,Cheerleaders United

TOUKOKUU 2005/KUUKAUDEN SIVUMAKU Janne Laurila, Tapes,
Erik Vallin (SWE)

TOUKOKUU 2005 Le Futur Pompiste, Ultrasport

HEINÄKUU 2005 Goodnight Monsters, Jeeves

SYYSKUU 2005 FOTM 7v. Lauri Eloranta solo, Joe Algeri (AUS)
Beacon St Radiants, Red Carpet, Tigerbombs

LOKAKUU 2005 The Portrait Of John, Tapes

MARRASKUU 2005 Leaky Soles, Cosmobile

JOULUKUU 2005 2.12.Ville Härkönen & Velvet, Jukka Takalo

2006

TAMMIKUU 2006 Bookends, Goodnight Monsters

HELMIKUU 2006 Cartoon Tree, Ethel Suspense, Pablo Heraldez

MAALISKUU 2006 Ben's Diapers, Beacon St Radiants

HUHTIKUU 2006 Laurila, Mother Goose, Navigations

TOUKOKUU 2006 Daisy, Supernova Crush

SYYSKUU 2006. FOTM 8v! College Fall (AUS), Starflower,
The New Maps, Tapes

LOKAKUU 2006 Ethel, Hell Cat, The Everglades

MARRASKUU 2006 Marian valinta, Witherspoon, Jyrki Martian solo

JOULUKUU 2006 The Dance, Red Carpet

2007

TAMMIKUU 2007 ultrasport, Michael McDonald

HELMIKUU 2007 Ans. Andur (EST), Goodnight Monsters

MAALISKUU 2007 Cosmobile, Cheerleaders United

HUHTIKUU 2007 Tolbiac, Leaky Soles (acoustic), Minidriver

TOUKOKUU 2007 Ben's Diapers, Johnny Superhero (acoustic)

SYYSKUU 2007, College Fall (AUS), The Sweeties, Sipsi Kings
Hell Cat, Push Button Music

la 8.9. "iltapäivämatinea" Tapes, College Fall (acoustic) (AUS)

LOKAKUU 2007 Mäkkelä's Trash Lounge (GER), Supernova Crush,
Snow Coloured Kid

MARRASKUU 2007 Cosmobile, Getawaycab

JOULUKUU 2007 Valley Below, Michael McDonald

2008

TAMMIKUU 2008 Woog Riots (GER), Folk-Valto (solo)

MAALISKUU 2008 Bridget, Jyrki Martian solo

HUHTIKUU 2008 Captain Cougar, Daisy (acoustic)

TOUKOKUU 2008 The Soft Rabbit (solo), The Props (acoustic)

SYYSKUU 2008 FOTM 10 v! Mellowmen (SWE), Samae Koskinen (solo),
The Soft Rabbit (solo)

LOKAKUU 2008 Ben's Diapers, Delicious Orange

MARRASKUU 2008 Agent Kooper, The Everglades

2009

TAMMIKUU 2009 Hi-Lo & In Between, Bridget Duo Janne & Heidi

MAALISKUU 2009 The Komets, Sky Dee & The Demons

HUHTIKUU 2009 Nopat, Beacon Street Radiants

HUHTIKUU 2009 Goodnight Monsters, Puumaja

KESÄKUU 2009 College Fall duo (AUS), Nopat, Jaakko Söderström

SYYSKUU 2009 Ossi Alisaari solo, Matt Yonder & The New Dealers,
The Devil Box, Janne Laurila & Tuhlaajapojat, The Wonderminers, The New Tigers

LOKAKUU 2009 The Casbah, The Everglades, Marty The Random Guy

MARRASKUU 2009 Heartjet, Burning Hearts

JOULUKUU 2009 Peconia, The Good Times

2010

TAMMIKUU 2010 Cosmobile, Henrikki Lähdesmäki

HELMIKUU 2010 Snow Coloured Kid, Korja Kitten Riot

MAALISKUU 2010 Ben's Diapers, Hi-Lo & In Between

HUHTIKUU 2010 Jukka Kiesi, Mäkkelä's Trash Lounge (GER), 1981

HEINÄKUU 2010 Petty Crimes, The Good Times

SYYSKUU 2010 FOTM 12 v! Nopat, The Spoonshiners

LOKAKUU 2010 Kim Curly Band, Ossi Alisaari solo

JOULUKUU 2010 Markus Perttula solo, Bookends

2011

TAMMIKUU 2011 The Good Times

HELMIKUU 2011 Carmen & The Devil, Lady Escape

MAALISKUU 2011 Graceskull, The Soft Rabbit, Marty The Random Guy

Liite 3: Cosy Den –klubin esiintyjät 2004 – 2011.

A Hawk and a Hacksaw (US)
 A Smile and a Ribbon
 Action Biker
 After-School Sports x2
 Agent Simple x5
 Mattias Alkberg
 Aggro
 All Of My Brother's Girlfriends x2
 Allo, Darlin' (UK) x2
 the Andersen Tapes
 Bare Knees (UK/GER) x4
 the Baseball Field x3
 Chris Bathgate (US)
 the Bedtime Stories
 the Besties (US) x2
 Mattias Björkas (FIN) x2
 the Bobby McGee's (UK) x2
 Bobbypinrocker x2
 the Bright Lights (US) x2
 Bristlemouth
 the Budgies
 Henrik Bromander x3
 Burning Hearts (FIN)
 Casiotone For The Painfully Alone (US)
 Cats on fire (FIN) x11
 Colin Clary (US)
 Cocoanut Groove
 Company Fuck (AUS)
 Compute x3
 Culkin x3
 Daniel Mass & Co-Ed
 the Dead Science (US)
 The Deirdres (UK)
 Dialog
 Dinosaurs Are Still Alive x2
 Disco Langsam
 Dorotea
 Dr. Arthur Krause
 the Electric Pop Group
 Elenette
 Erik de Vahl x2
 the Faintest Ideas x2
 Famnen
 Famous Dave and His Strange Blue Dreams (UK)
 Fibi Frap
 Fosca (UK)
 Friday Bridge x2
 the Garlands x2

G.O.O.F. x2
Great Lakes (US)
Kajsa Grytt
Erik Halldén x4
Haningealliansen
Johan Hedberg x8
MJ Hibbett (UK)
The Honeydrips x4
Horowitz (UK)
Hospitalet
Hovstaterna
Iiris Viljanen Trio
Jana Hunter (US)
James Ausfahrt
Jap Adaptors
JSSFRK
Mats Jonsson x2
Kattmusik x3
Kawaii (FR)
Kindergarten Kisses
Kronprinsen
Jacques Labouchere (US)
the Ladybug Transistor (US)
Ludwig Landström
Las Palmas x3
Laurel Music
Le Futur Pompiste (FIN)
Le Ton Mité (FR)
Jens Lekman x2
Don Lennon (US)
Let's Whisper (US)
Library Tapes
Liechtenstein
Little Big Adventure x4
Lost Summer Kitten
the Mare x4
Mole Says Hi x2
Monster Bobby (UK)
de Monteverdi x4
Moofish Catfish x3
the Motifs (AUS)
Moustache of Insanity (UK)
the Nasser Book Club
the New Tigers (FIN)
Nils Folke Valdemar Sings x3
Nixon
Oh! Custer
Gary Olson (US)
Outmen
Paddington Distortion Combo x5

Palpitation
Pants Yell! (US)
the Paper Merchants x3
Pipas (UK/ESP) x2
Joakim Pirinen & Mikael Strömberg
Precious Moments
Rastlös x2
Ray Rumours (UK)
Rigas den andre
Alex Rigaud
Ring Snuten! x3
Roadside Poppies (UK/DK)
Robot Cowboy (US) x2
Robotníčka (FR)
Rostsverige
Rozi Plain (UK)
the Rough Bunnies
Samarbetsvårigheter
Saturday Looks Good To Me (US)
Scarlet's Well (UK)
Siberia x2
Simon G
Slack-O
Sly Hats (AUS)
Smak
the Smittens (US) x2
Soda Fountain Rag (NO)
the Specific Heats (US)
Springfactory x2
the Starlets (UK)
Stella Rocket
Steso Songs
Still Flyin' (US)
the Sunny Street (FR/UK)
Robert Svensson
Strawberry Fair
Suburban Kids With Biblical Names x4
Supertuff
Surplus People
Tada Tàtà x5
Tafra (US/S) x2
Pär Thörn
Tellus About the Moon
Tiger Tape x2
Tiny Well-Placed Bleep
Top Sound x3
Twig x2
Ultrasport (FIN)
Uni & Her Ukelele (US)
Vapnet

Varannan Vatten x2
Viking Moses (US)
Iiris Viljanen (FIN) x2
Vit Päls
We Are Soldiers We Have Guns
White Town (UK) x6
Woodchucker
Would-Be-Goods (UK) x2
The Young Untold (US)
Erlend Øye (NO)

Liite 4: Rhythm Barrel Recordsin diskografia

RHYTHM BARREL RECORDS

Discography

- BRRL 001 Meet The Scene - An Introduction To Finnish Underground Guitar Pop CD
BRRL 002 Boomhauer: Gotta Hear The Music 7"
BRRL 003 Jack & The Beanstalk: Vodka Line MCD
BRRL 004 Bridget: Come On In 7"
BRRL 005 Boomhauer: Lies About Women 7"
BRRL 006 The Rollstons: Exploring The Fingerboard 7"
BRRL 007 Cheerleaders United: Electric Blue 7"
BRRL 008/MARSU (on paras) 002 Harry Hunks: Riding 20 Miles An Hour 7"
BRRL 009 Joe Algeri/The Sugarrush split 7"
BRRL 010 Ben's Diapers: Laughter Tracks CD
BRRL 011 They Stole A Million: Idle 7"
BRRL 012 Treeball: A Cat Formation Of A Mouse 7"
BRRL 013/HanSooVoice 010 Red Carpet: Halfway CD
BRRL 014 Kevin: The Gentle Soul 7"
BRRL 015 Boomhauer: Saturday Night Live 7"
BRRL 016 Ben's Diapers: Road Songs CD-R promo only single
BRRL 017/PVC 039 Ben's Diapers: Little Pilgrims CD
BRRL 018 Jadecroon: Silence Manitou CDEP
BRRL 019 They Stole A Million: The City That Day CD
BRRL 020 Joe Algeri: The Stockholm Years CD
BRRL 021 Leaky Soles: Simple Songs For Complicated People CD
BRRL 022/KEINU 005/Spiritual Partners 001 Bookends: Seventh For The Song CD
BRRL 023 Ben's Diapers: Life & Times Of Benjamina CD-R 10th anniversary compilation
BRRL 024/Hooked Up 002/Varsity 002 College Fall: Eleven Letters CD
BRRL 025/PVC 062 Michael McDonald: Finally CD
BRRL 026/PVC 074 Ben's Diapers: Up In The Mountains, Deep In The Sea CD
BRRL 027/SPCD 002 Bookends: Proud Of My Stereo CD

Liite 5: Cosy Recordingsin diskografia

- 025½ TIGER TAPE "I woke up in Hökarängen"
- 025 SNOWBIRDS "s/t"
- 024 CATS ON FIRE "The Hague"
- 023 THE MOTIFS "People like us"
- 022 MEMBER OF THE WEDDING "Chapter & Verse EP"
- 021 TADA TÁTÀ "Tada Tátà EP"
- 020 MOOFISH CATFISH "Yours to share"
- 019 THE AUTUMN APPLES "Christmas in Mono"
- 018 THE GARLANDS "Christmas song"
- 017 THE DEIRDRES "Why do my glasses give you the heeby jeebys?"
- 016 ERIK HALLDÉN "Memories, oh, the memories"
- 015 BLACKBERRY WINE "(notes + numbers)" = (shapes + colours)"
- 014 BLACKBERRY WINE "The look-back time"
- 013 THE GARLANDS "The Garlands EP"
- 012 THE BUDGIES "Teatercaféet"
- 011 LITTLE BIG ADVENTURE "Saltsjö-Duvnäs"
- 010 BARE KNEES/RAY RUMOURS "Songs to play at sleepovers"
- 009 MOOFISH CATFISH "On a sunbeam to your heart"
- 008 ELENETTE "Maskulinitet EP"
- 007 V/A "The Pillow EP"
- 006 ELENETTE "Autenticitet EP"
- 005 AFTER-SCHOOL SPORTS "A short melodrama"
- 004 JOHAN HEDBERG "Johan Hedberg"
- 003 TAFRA "I'm sorry, Bräkne-Hoby"
- 002 V/A "Sjung! med I'm from Bräkne-Hoby!"
- 001 V/A "Cosy Den goes lägenhet ett år"