

Zotow Vera

Kaupunkiradiot kaupunkikulttuurin edustajina

Esimerkkeinä Radio City ja Bassoradio

Tekijä(t) Otsikko	Vera Zotow Kaupunkiradiot kaupunkikulttuurin edustajina Esimerkkeinä Radio City ja Bassoradio
Sivumäärä Aika	54 sivua 20.4.2012
Tutkinto	Medianomi
Koulutusohjelma	Elokuvan ja television koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Radio- ja Televisiotyö
Ohjaaja(t)	Radiotyön tuntiopettaja Aura Neuvonen
<p>Tämä opinnäytetyö tutkii kaupunkiradioita kaupunkikulttuurin näkökulmasta. Opinnäytetyössä tarkastellaan kahta helsinkiläistä kaupunkiradioasemaa Radio Cityä ja Bassoradiota. Tutkimuksen kohteena on 1980- ja 2000-luvun kaupunkikulttuuri ja sen vaikutus kaupunkiradiokanavien syntyyn. Opinnäytetyössä tarkastellaan lisäksi erilaisia kaupunkikulttuurin muotoja, kaupunkimedioita sekä muita kulttuurisia virtauksia, jotka ovat vaikuttaneet kyseisten radiokanavien kehitykseen.</p> <p>Opinnäytetyössä käytettiin kirjallisen lähdemateriaalin lisäksi tutkimusmenetelmänä haastatteluita. Merkittävä osa tutkimuksesta on käytetty Radio Cityn ja varsinkin Bassoradion historian tutkimiseen. Radio Cityä koskevaa lukua varten on lähdekirjallisuuden lisäksi käytetty Elävän musiikin yhdistyksen arkistoja sekä haastattelua Radio Cityn entisestä työntekijästä. Bassoradiota koskeva luku perustuu lähes kokonaan haastatteluihin, sillä kyseisestä radiokanavasta ja sen synnystä ei vielä ole kirjoitettu lähdemateriaaliksi soveltuva kirjallisuutta. Bassoradion historia pohjautuu perustajien, työntekijöiden ja ajan vaikuttajien muisteluihin ja subjektiivisiin kokemuksiin. Tämä opinnäytetyö kokoaa Basso Median alkuvaiheet ja historian ensimmäistä kertaa samaan teokseen.</p> <p>Radio Cityn ja Bassoradion historiikkien lisäksi opinnäytetyössä keskitytään käsitteisiin <i>kaupunkiradio</i> ja <i>kaupunkikulttuuri</i>. Kokonaan näille kahdelle käsitteelle omistetussa luvussa tutkitaan kyseisten käsitteiden merkityksiä, ja luodaan katsaus myös kyseisten käsitteiden historiaan. Radio Cityä ja Bassoradiota käsittelevissä luvuissa käydään läpi radiokanavien historiaa vaihe vaiheelta. Viimeisissä luvuissa ovat käsittelyssä radiokanavia yhdistäviä piirteitä ja niille ominaisia aspekteja kuten monimediallisuus sekä kaupallisuus. Lopussa pohditaan myös paikallisuuden ja kaupunkiradioiden tulevaisuuden näkymiä.</p> <p>Opinnäytetyöstä käy ilmi, kuinka lähellä toisiaan kaupunkikulttuuri ja kaupunkiradiot itse asiassa ovatkaan. Vaikka kaupallisten kaupunkiradioiden matka suomalaisessa radiokentässä on ollut verrattain lyhyt, ne ovat muuttuneet paljon ja tuntuvat myös muuttuvan jatkuvasti. Aikakaudesta riippumatta kaupunkikulttuuri ja kaupunkimedit näyttävät kulkevan lähes poikkeuksetta käsi kädessä.</p>	
Avainsanat	Kaupunkiradio, kaupunkikulttuuri, Bassoradio, Radio City

Author(s) Title Number of Pages Date	Vera Zotow City Radios as a representatives of a urban culture introducing Radio City and Bassoradio 54 pages 20 April 2012
Degree	Bachelor of Arts
Degree Programme	Film and Television
Specialisation option	Radio and Television work
Instructor(s)	Aura Neuvonen, Lecturer
<p>This bachelor's thesis explores city radios with respect to urban culture. The thesis examines two city radio stations from Helsinki, namely Radio City and Bassoradio. The research focuses on the effects the urban cultures of the 1980's and 2000's have had with respect to emerging city radios. The thesis also deals with different forms of urban culture, different city medias and other cultural features, which have influenced the development of these radio stations.</p> <p>The research method used in the thesis, in addition to the literal references, consists of interviews. A considerable part of the research process was used to find out about the histories of Radio City and especially Bassoradio. Resources used in the chapter concerning Radio City are the archives of ELMU and an interview of a former employee of Radio City. The chapter concerning Bassoradio consists almost entirely of interviews, as there are no proper literal references about Bassoradio. The chapter is based on the memoirs and subjective experiences of Bassoradio's founders, employers and influential people oh that time. This present bachelor's thesis is the first piece of work, which aggregates the history and first steps of Basso Media to a one opus.</p> <p>The present thesis focuses on the terms city radio and urban culture in addition to the history of Bassoradio and Radio City. In a chapter dedicated entirely to these terms, the meanings and their origins are explored. In the chapters about Radio City and Bassoradio the phases of the radios' history are examined. The last chapter discuss features like multimedia and commercialism, aspects which can be associated with both radio stations. Also the future of city radios and the aspect of local are being reflected at the end of the thesis.</p> <p>The conclusions of this Bachelor's thesis show exactly how close city radios and urban culture are. Even though the journey of the Finnish commercial city radios has not been that long yet, they have transformed a lot, and also seem to be changing frequently. Despite the era the urban medias and urban culture seem to be inevitably walking hand in hand.</p>	
Keywords	City radio, urban culture, Bassoradio, Radio City

Sisälllys

1	Johdanto	1
2	Keskeiset käsitteet	3
2.1	Kaupunkiradio	3
2.2	Kaupunkikulttuuri	5
3	Radio City	8
3.1	Vapaan radion ensiaskeleet	8
3.2	Helsinki Rock City – kun kaupunkikulttuuri saapui Helsinkiin	11
3.2.1	Lepakkoluola – yksi paikka, monta tehtävää	11
3.2.2	Pintaliittoa ja lehtien havinaa	12
3.3	Järjestäytyneitä anarkiaa	15
3.4	Kanavapolitiikkaa: idealismia ja kaupallisuutta	17
3.5	Cityn kuolinvuodet	20
4	Bassoradio	21
4.1	Helsinki Check it Out! – uutta kaupunkikulttuuria rapakon takaa	22
4.1.1	Festivaaleja ja kaupunginosabileitä	23
4.1.2	Kaupunkimediaa ennen Basso	25
4.2	Basso radiosta	28
4.3	Suuri yhdistyminen – Basso media	33
4.4	Prinsessa ja puoli valtakuntaa	36
5	Kaupunkiradio – kaupungin ääni	39
5.1	Monimedia	39
5.2	Kaupallisuus	42
6	Kaupunkikulttuuri – kaupungin omaa kulttuuria	44
7	Yhteenveto ja pohdintaa	49
	Lähteet	52

1 Johdanto

Lapsuuteni muistoihin kuuluu elävästi pienen punaisen Volkswagen Golfimme rätisevää autoradiosta raikua Radio Cityn uutislähetyksen tunnus, jonka aloittaa kukon kieunta. Jostain syystä tämä ääni on syöpyntä syväälle muistoihini. Aina, kun muistelen lapsuuden aikaisen pikkuautomme kyydissä matkustamista, yhdistän siihen Radio Cityn kuuntelun. Tässä muistossa on myös aina kesä.

Toistakymmentä vuotta myöhemmin vietin yhden elämäni jännittävimmistä kesistä Bassoradiossa. Vuonna 2010 suoritettu työharjoittelu Basso Mediassa oli ehdottomasti yksi opiskeluni kohokohtia. Sen kautta pääsin osaksi tätä erikoislaatuista mediaa ja sen tekoa.

Radio City ja Bassoradio ovat molemmat helsinkiläisiä kaupunkiradioita ja kulttuurivaiuttajia kahdelta eri aikakaudelta. Edellisessä lauseessa tuleekin esille erittäin hyvin se, mistä tässä opinnäytetyössä ja sitä varten tehdyssä tutkimustyössä on kysymys. Opinnäytetyössäni tarkastelen sitä, miten ja millaisten kulttuuristen virtausten ja tapahtumien seurauksena Helsinkiin on syntynyt paikallisia kaupunkiradioasemia sekä kaupunkikulttuuria. Kaupunkikulttuurilla tässä opinnäytetyössä tarkoitetaan kaupunkilaista kulttuuria ja sen ilmiötä, ei niinkään kaupunkikulttuuria sen antropologisessa, arkkitehtonisessa tai historiallis-maantieteellisessä merkityksessä. Käytän kaupunkikulttuuria ja kahta eri ajankuvaa ikään kuin ikkunana Radio Cityn ja Bassoradion tutkimiseen.

Tämän opinnäytetyön pääosissa ovat luvut kolme ja neljä, jotka käsittelevät Radio Cityn ja Bassoradion historiaa. Radio Cityn kohdalla olen käyttänyt lähteinäni muutamia teoksia, joita Radio Citystä on 2000-luvulla kirjoitettu, yhtä tekemääni haastattelua Radio Cityn entisestä työntekijästä ja Elävän Musiikin Yhdistyksen ELMUn omia julkaisuja ja arkistoja. Bassoradion kohdalla lähdemateriaalin muodostavat lähes ainoastaan tekemäni haastattelut, sillä Bassoradiosta ja sen historiasta ei vielä tähän päivään mennessä ole julkaistu ainoatakaan lähdemateriaaliksi kelpaavaa teosta. Tarkoitukseni onkin ollut koota Bassoradion historian vaiheet tähän opinnäytetyöhön. Haastatteluiden ongelmana saattavat tietenkin olla haastateltavien subjektiiviset kokemukset sekä henkilökohtaiset näkemykset. Tämän takia haastatteluiden käyttöä tutkimustyössä usein

pidetäänkin pulmallisena. Itse olen kuitenkin päättänyt nostaa myös nämä elementit, mielipiteet ja muistot, osaksi Bassoradiota koskevaa tutkimusprosessiani.

Kaupunkiradioiden Radio Cityn ja Bassoradion käsittelyyn olen yhdistänyt kaupunkikulttuurin. Opinnäytteessä tuon esille näihin kahteen radiokanavaan liittyviä kulttuuri-ilmiöitä. Nämä esiintyvät opinnäytetyössä muun muassa ravintoloiden, festivaalien, klubien, henkilöiden sekä tapahtumien muodossa. Niiden kautta tarkoitus on luoda ja tuoda näiden kahden eri aikakauden ajankuvaa esille. Näiden kaupunkikulttuuriin liittyvien ilmiöiden lisäksi avainsanoja tutkimustyössäni ovat olleet myös monimediallisuus ja kaupallisuus, jotka yhdistävät Radio Cityä ja Bassoradiota.

Helsingillä on myös hyvin keskeinen osa tässä opinnäytetyössä. Helsinkiläisyys ja kaupunkilaisuus ovat minulle henkilökohtaisellakin tasolla hyvin merkityksellisiä asioita, ja olen asunut Helsingissä koko elämäni. Tässä opinnäytetyössä kaupunkilaisuudella tarkoitetaan usein helsinkiläisyyttä, ja opinnäytetyön aspektit ovat erittäin Helsinki-keskeisiä. Tätä ei tule missään nimessä tulkita muiden Suomen kaupunkien, niiden paikallisradioiden tai kaupunkikulttuurin väheksymiseksi. Opinnäytetyön kaupunkikulttuuria käsittelevät osat saattavat myös vaikuttaa kaupunkilaisuutta ja kaupunkielämää ylistäviltä julistuksilta. Sitä ne ehkä ovatkin, mutta tätä ei tule ymmärtää millään tavoin maaseudun tai maalaisuuden vähättelynä. Tämä kaikki on kuitenkin oleellista opinnäytteen rajauksen kannalta.

Opinnäytetyön alkajaisiksi käyn läpi keskeisten käsitteiden merkityksiä ja käyttötarkoituksia luvussa kaksi. Nille on omistettu oma luku, sillä näiden keskeisten käsitteiden avaaminen ja laajempi käsittely on merkityksellistä opinnäytetyön muiden lukujen kannalta. Merkitykselliseksi nämä käsitteet tulevat varsinkin opinnäytteen loppupuolella luvuissa viisi ja kuusi, joissa reflektoin Radio Cityä ja Bassoradiota erilaisista näkökulmista. Viimeisten lukujen tarkoitus on myös analysoida edellä mainittuja radiokanavia ja tuoda niiden yhtäläisyyksiä esille. Lopun yhteenvedossa tulen myös spekulimaan paikallisten radiokanavien ja yksityisten radioasemien tulevaisuudennäkymiä.

2 Keskeiset käsitteet

Kaksi tärkeintä käsitettä tässä opinnäytetyössä ovat *kaupunkiradio* ja *kaupunkikulttuuri*. Koen tarpeelliseksi hieman avata näitä kahta termiä sekä niiden merkityksiä ja jopa rinnakkaismerkityksiä, ennen kuin niitä käytetään. Kaupunkiradio ja kaupunkikulttuuri ovat suhteellisen laajoja käsitteitä, joiden merkitys saattaa vaihdella käyttötarkoituksen, ajan ja kulttuurin mukaan. Niiden merkitykset ovat myös muuttuneet ajan saatossa. Mielestäni on tärkeää ensin tarkastella myös sitä, mitä muut, tutkijat ja kirjailijat, ovat saattaneet näillä termeillä tarkoittaa. On myös tärkeää tehdä selväksi, mitä näillä termeillä *ei* tarkoiteta tässä opinnäytetyössä.

2.1 Kaupunkiradio

Kaupunkiradio on paikallisradio, joka taas on paikallista radiotoimintaa harjoittava "paikallisia radiolähetyksiä lähettävä radioasema" (Suomi Sanakirja 2012a). Tämän lisäksi paikallisradio on yleensä yksityisen yrityksen omistama sekä kaupallinen. Paikallisradiota saatetaan myös kutsua nimellä *lähiradio*. Samaan sakkiiin ei tule sotkea *alueradiota*, joka on Yleisradion paikallinen tai alueellinen toimitus. Yleisradiotoiminta on valtion tukemaa julkisen palvelun radiotoimintaa, ja lähes jokaisella maalla onkin oma yleisradionsa. Yleisradiotoiminta on alun perin tarkoittanut radiotoimintaa, joka on yleisesti kaikkien kuultavissa. Esimerkiksi merenkulullinen radiotoiminta taas ei ole yleisradiotoimintaa. Suomen kielessä yleisradiolla tarkoitetaan kuitenkin yleensä Yleisradio Oy:tä eli Suomen eduskunnan alaisuudessa toimivaa julkisen palvelun viestintäyhtiötä, YLEä. Laajalti maailmalla, kuten myös Suomessa, yleisradiotoiminnan mallia on otettu englantilaiselta British Broadcasting Companylta eli BBC:ltä.

Suomessa kaupunkiradioiksi on yleensä nimitetty varsinkin helsinkiläisiä radiokanavia, ja vastaavasti myös urbaanilla sekä kaupunkilaisella on usein suomen kielessä tunnutta tarkoittavan helsinkiläistä. Vaikka kyseinen ilmiö on muuttunut ajan saatossa, tämän opinnäytetyön kaupunkiradiot ovat helsinkiläisiä. Tässä opinnäytetyössä pääosassa on kaksi kaupunkiradiota: Radio City ja Bassoradio, jotka molemmat ovat korostetusti kaupunkilaisia paikallisradiokanavia.

Kaupunkiradio on Suomessa suhteellisen uusi ilmiö. Ennen kaupunkiradioiden aikakautta maamme radiotoiminnassa on tapahtunut paljon. Suurimmaksi osaksi Suomen radiotoiminnan historiaa hallitsee Oy Suomen Yleisradio – Ab Finlands Rundradio, joka aloitti

toimintansa vuonna 1926 (Kemppainen 2011, 25). 90-prosenttisesti valtion omistuksessa oleva Yleisradio otti yliotteen Suomen radiokentässä, kun radiotoiminta muuttui monopoliksi vuonna 1934, samana vuonna säädetyn radiolain ja toimilupakäytännön seurauksena. (Viljakainen 2004, 15.)

Ennen Yleisradion perustamista Suomessa toimi useita yksityisiä radioasemia sekä paikallisradioita. Yksityisiä radioasemia oli vuonna 1924 jopa 1 254 kappaletta ympäri maata. Ne olivat hyvinkin paikallisia, sillä niiden kuuluvuusalue saattoi olla vain joitakin kymmeniä kilometrejä. Paikallisradioiden lisäksi jo tuolloin syntyivät myös Suomen ensimmäiset mainosradiot. Vuonna 1924 valtioneuvosto hyväksyi Suomen Äänenlennätin Osakeyhtiön anomuksen radiokanavasta, jota tultaisiin myös käyttämään "kauppätietojen levittämistä varten". Samaan aikaan Helsingin Hakaniemessä toiminut Suomen Radioamatööriliiton Helsingin kerhon perustama radiokanava Radiola sisälsi musiikin ja puheohjelmien lisäksi radiomainontaa. Aika ei kuitenkaan ollut vielä kypsä mainosradiolle. (Viljakainen 2004, 29–31.)

Heti vuonna 1926, kun Yleisradio aloitti lähetyksensä, paikalliset radioyhdistykset alkoivat luopua toiminnastaan. Osa liittyi osaksi Yleisradiota esimerkiksi aluetoimituksina, mutta suurin osa lopetti kokonaan toimintansa. Saman vuoden kesänä kaikki yksityiset radioasemat olivat lopettaneet toimintansa sellaisenaan. Vaikka vuonna 1934 säädetty radiolaki ei sisältänyt asetusta radiomonopolista, valtion ja Yleisradion välinen sopimus toimiluvista käytännössä takasi niin. Kaikki valtionomistuksessa ollut tekniikka, kuten radioasemat, lähettimet, studiot, luovutettiin Yleisradion käyttöön. (Viljakainen 2004, 57–56).

Yleisradion lähetysten tehtävänä oli alusta asti sivistää, tiedottaa ja ehkä "vähän myös siinä ohessa viihdyttää" (Kemppainen 2011, 27). Mutta pääasiassa sivistää, menemättä kuitenkaan poliittisesti, uskonnollisesti tai moraalisesti epäkorrekteihin asioihin. Myöskään "*liikereklaameiksi*" eli mainoksiksi luokiteltavia Aspekteja ei lähetyksissä saanut esiintyä. (Mt. 26.) Musiikillinen rajoittuneisuus on myös leimannut Yleisradion historiaa. Kuten Kemppainen (2011, 39) asian ilmaisee: "Musiikin piti kasvattaa niin helkkaristi". Sen siis piti olla sivistävää, kuten oopperaa, kamarimusiikkia, operetteja ja kuorolaulua (mt. 29). Suomen kansa janoi kuitenkin muutakin. Yleisradion alkuaikoina sitä olivat "hanurinsoitto ja kupletit" (mt. 28), myöhemmin rock 'n' roll.

Vuonna 1979 Yleisradiossa havahduttiin kysymykseen nuorista, sillä uusimmat kuulijatuutkimukset osoittivat nuorison kiinnostuksen radiota kohtaan laskeneen jyrkästi (Kempainen 2011, 219). Tämän lisäksi 16 000 ihmistä allekirjoitti Soundi-lehden Yleisradiolle osoittaman adressin, jossa vaadittiin rock-ohjelmille lisää aikaa eetteriin (mt. 223). Yleisradio vastasi kysyntään, ja jo puolta vuotta myöhemmin se alkoi lähettää *Rockradio*-nimistä parin tunnin mittaista iltapäiväblokkia. Rockradio ja sen juontajat nousivat nuorison suosikeiksi ja vanhemman väestön inhokeiksi. Yleisradio oli saanut haalittua uusia kuulijoita, ja mikä tärkeintä, se oli nuorisoa. Vuoden 1984 ohjelmauudistuksen seurauksena nuortenohjelmien, kuten Rockradion ohjelma-aikaa kuitenkin supistettiin huomattavasti. Kuulijoiden lisäksi myös Rockradion tekijät alkoivat katkeroitua, kun esimerkiksi perjantain Rockradio-lähetykset korvattiin liikenneradiolla. (Mt. 238.)

Ilmapuntarin viisari kääntyi alas. Kaupallisten radioiden myrsky teki tuloaan aivan nurkan takana, mutta Yleisradiossa kenelläkään ei näyttänyt olevan aavistustakaan, millä voimalla se iskisi nuoriin kuuntelijoihin. (Kempainen 2011, 238.)

2.2 Kaupunkikulttuuri

Sana kaupunkikulttuuri on paljon muutakin kuin yhdessä sanoista kaupunki ja kulttuuri. Kuitenkaan esimerkiksi "internetin kattavin suomenkielinen sivistyssanakirja", Suomi Sanakirja, ei tunne kyseistä sanaa (Suomi Sanakirja 2012b). Sieltä kuitenkin löytyy sana *citykulttuuri*, joka määritellään olevan "suurkaupunkien elämänmenoa ihannoivaa kulttuuria" (Suomi Sanakirja 2012c). Sanaa kaupunkikulttuuri kuitenkin käytetään ja on pitkään käytetty tarkoittamaan paljon muutakin. Esimerkiksi teoksessaan *Kaupunkikuvia ajassa* (Joutsivuo & Kekäläinen 2005) käsitellään kaupunkien kulttuuria aina hellenistiseltä ajalta barokkiin sekä keskiajalta teollisen vallankumouksen aikaan asti ja käytetään käsitettä kaupunkikulttuuri.

Newyorkilainen filosofi ja kirjailija Lewis Mumford kirjoitti kaupunkikulttuurista jo 1930-luvulla julkaistussa teoksessaan *The Culture of Cities* (1938). Hän tarkastelee varsinkin omaa kaupunkiaan New Yorkia, mutta myös muita kaupunkeja aina keskiajalta lähtien, kulttuurin näkökulmasta. Mumford käsittelee kaupunkikulttuuria lähtökohtanaan se, että ratkaisevia tekijöitä ovat kaupungin infrastruktuuri, arkkitehtuuri sekä muut antro-

pologiset seikat. Mumford nostaa esiin myös tuolloin 1930-luvulla uuden ajatuksen: hän alkoi kirjoittaa kaupungin sosiaalisesta merkityksestä ja sen tuomasta yksilöllisyyden ja yhteisöllisyyden kulttuurista (Mumford 1938, 398–404).

Kaupungin – – oleellinen sosiaalinen edellytys on yhteiskunnallinen työnjako, joka ei edistä ainoastaan taloudellista elämää, vaan kulttuuriprosessejakin. – – Kaupunki edistää taidetta ja on taidetta – – (Mumford 1938, 400.)

Kaupunkikulttuuri liitetään usein suuriin kaupunkeihin, pääkaupunkeihin ja metropoleihin. Esimerkkeinä käytetään suuria miljoonakaupunkeja, kuten esimerkiksi New Yorkia (Lewis Mumford) tai Pariisia (Henri Lefebvre). Huomionarvoista on myös se, että nämä kaupungit ovat usein länsimaisia, ensimmäisen maailman kaupunkeja.

Entä täällä pienessä Suomessa? Suomalaiset kaupungit eivät ole miljoonakaupunkeja, metropoleja tai suurkaupunkeja. Suomen kaupunkien kohdalla kuitenkin puhutaan kaupunkikulttuurista. Toisaalta, tarvitseeko kaupunkikulttuurin kodin olla edes kaupunki vai voiko kaupunkikulttuuria olla pitäjässä, kylässä tai kauppalassa? Suomessa kaupungistuminen on verrattain nuori ilmiö (Pentikäinen 1988, 13). Aina 1950-luvulle saakka Suomi oli muihin länsieurooppalaisiin maihin verrattuna vähän kaupungistunut yhteiskunta. Vielä 1960-luvulla 32 prosenttia suomalaisista sai elantonsa maatalousvaltaisesta pääelinkeinosta. Vain viidessätoista vuodessa tämä osuus väheni kaupunkeihin muuton seurauksena kahteentoista prosenttiin. (Allardt 1988, 19.)

Kaupunkikulttuurista puhuttaessa nousee esille myös vastakkainasettelu maaseudun ja kaupungin välillä. Kaupunkivihamielisyys ja maaseuturomantiikka ovat erittäin syvällä suomalaisessa kulttuurissa (Rannikko 1988, 47). Kaupunkilaisuus on kautta aikain koettu paheelliseksi ja jopa synnilliseksi. Vanhoissa suomalaisissa elokuvissa kaavamaisesti nuori tyttö lähtee maaseudulta kaupunkiin, jossa hän aloittaa uuden elämän ja hylkää vanhat perinteet. Lopulta tämä kostautuu hänelle, kun hän päätyy turmiollisen ja röpöllisen elämän pariin. Kaikki kuitenkin päättyy hyvin, kun tyttö nöyränä palaa perheensä luo maaseudulle. Eroavaisuudet maalais- ja kaupunkilaiselämän välillä ovat pienentyneet noista ajoista huomattavasti, esimerkiksi teknologisen kehityksen ja informaatiotekniikan uudistumisen myötä (Allardt 1988, 21–22).

Suomalaisista kaupungeista suurkaupungin mitat täyttää ainoana Helsinki, joka kuuluu lähinnä keskisuurten kaupunkien joukkoon mannermaisten metropolien kastissa (Penti-

käinen 1988, 80). Monet eivät pidäkään Helsinkiä, tai mitään muutakaan suomalaista kaupunkia, suurkaupunkina. Suomalaisella mittapuulla Helsinki kuitenkin on suurkaupunki. Helsingin kaupunkikulttuuriin alettiin 1990-luvulla kiinnittää yhä enemmän huomiota ja sen tutkimus lisääntyi huomattavasti. 1990-lukua leimasi Helsingissä, koko muunkin Suomen tavoin, lama. Myös monet "suuren maailman" ilmiöt, kuten etnisten ryhmien ristiriidat, lähiöityminen sekä taloudellinen ja sosiaalinen syrjäytyminen, alkoivat nostaa päätään juuri 1990-luvun aikana ensimmäistä kertaa. Samaan aikaan alettiin puhua kaupungin "imagosta" ja "kaupunkipolitiikasta". (Stadipiiri 2000, 10.)

Kaupunkikulttuurin käsitteleminen on nykypäivänä myös paljon kaupunkilaisen elämän tavan käsittelyä. Se mitä kaupunkilainen tekee, voidaan hyvin pitkälti määritellä kaupunkikulttuuriksi. Pasi Mäenpää kirjoittaa kaupunkikulttuurin uusista muodoista kokoomateoksessa *URBS – Kirja Helsingin kaupunkikulttuurista* (2000, Edita). Hänen mukaansa se, miten kaupunkilaiset itse näkevät kaupungin, muuttaa kaupunkikulttuuria (Mäenpää 2000, 17). 2000-luvun kaupunkilainen haluaa käyttää kaupunkia sekä osallistua kaupungin toteuttamiseen. Mäenpää ehdottaa tämän toteutuvan muun muassa kiertelemällä kaupungilla ja näin osallistumalla kaupungin elämään. Tämä kiertely ja katselu suuren väkijoukon mukana on perustavanlaatuisen kaupunkielämän sosiaalinen muoto. (Mäenpää 2000, 18.) Yhtenä esimerkkinä tästä keskeisestä sosiaalisesta kanssakäymisestä ovatkin erilaiset kaupunkitapahtumat, -konsertit ja -festivaalit.

Nykyään Suomea ja Helsinkiä pidetään maailmalla raskaamman musiikin, rockin ja heavymetallin kehtona. Helsingin keskustaa värittävät lukuisat rock-klubit ja hevibaarit. Rock 'n' roll on ollut mitä luultavimmin ensimmäinen populaarikulttuurin muoto, joka varauksetta on ylistänyt kaupunkielämää ja kaupunkikulttuuria (Rannikko 1988, 47). Ensimmäisiä rock-ravintoloita alettiin perustaa Helsinkiin 1980-luvun puolivälin tienoilla, jota usein pidetään aikana, jolloin kaupunkikulttuuri saapui Helsinkiin (Isokangas, Karvala & von Reiche 2000, 13). Samaan aikaan syntyivät myös Helsingin ensimmäiset itsenäiset kaupunkimedit.

3 Radio City

Tämä luku käsittelee järjestyksessään maamme historian toista kaupallista radiokanavaa, Helsingin ensimmäistä paikallista kaupunkiradiokanavaa sekä koko Suomen ensimmäistä rock 'n' roll -kanavaa. Käsittelem Radio Cityä alkuperäisenä Radio Citynä, aina sen alkuvaiheista ja jopa ajasta ennen sen syntyä, 1990-luvun alkuun, jolloin Radio City lopetti toimintansa vapaana, itsenäisenä, yksityisenä radiokanavana.

Radio Cityn merkitys 1980-luvun Helsingissä ja silloin syntyneessä kaupunkikulttuurissa on niin suuri, että harvoin näistä asioista kuulee puhuttavankaan erikseen. Niinpä tässä luvussa käsitellään paljon ajankuvaa ja silloin syntyneitä ilmiöitä. 1980-luvun puolessa välin tapahtumilla on myös ollut merkittävä rooli suomalaisen rock-kulttuurin synnyssä. En kuitenkaan tule analysoimaan tässä luvussa rock-musiikkia sen eri alalajien perusteella, vaan käsittelemään sitä osana ajan kaupunki- ja radiokulttuuria. 1980-luvun puoliväliä on pidetty aikana, jolloin kaupunkikulttuuri, jollaisena me sen tunnemme, tuli Helsinkiin. Silloin tapahtuneen äkkinäisen elintasonnousun ja yhteiskunnallisen vapautumisen mukana syntyi lukuisia uusia ravintoloita, klubeja ja medioita. Tässä luvussa kaupunkikulttuurin syntyä ja muutosta kuvataan muun muassa ravintolakulttuurin avulla.

3.1 Vapaan radion ensiaskeleet

Vuonna 1984 järjestettiin Helsingin Itä-Pasilassa Nuorisoasiainkeskuksen toiminta- ja taidekeskuksessa Narrissa seminaari, jossa suunniteltiin tulevaa YK:n kansainvälistä nuorisovuotta. Siellä idea nuorison omasta paikallisradiosta sai alkunsa. Elävän Musiikin Yhdistys ELMU oli toiminut ja järjestänyt tapahtumia vanhassa vallatussa talossa, Lepakossa, jonne Helsingin nuorisokulttuuri oli muutenkin hyvin keskittynyt. ELMUn edustajana seminaarissa oli Teemu Lehto, joka tuurasi ELMUn yhtä valtaapitävistä Christian Moustgaardia. Moustgaard otti Lehdon idean anarkistisesta rockradiosta innolla vastaan ja oli sitä mieltä, että ELMUn tulisi ehdottomasti toteuttaa se. (Rantanen 2000, 139.)

Jo saman vuoden elokuussa ELMUn radiokanavahanke julkistettiin. Kaikki näytti olevan valmista, ja nuoriso odotti jo kiivaasti vallankumouksellisen radion kuulumista eetteristä. Todellisuudessa Teemu Lehto ja yksi asian ajajista Teppo Turkki olivat vasta kirjoittaneet parin sivun vähemmän tarkasti oikoluettun anomuksen Liikenneministeriölle.

Alkuperäisessä anomuksessa haettiin ”musiikkikanaa pääkaupunkiin”. Konkreettinen kanavan suunnittelu aloitettiin saman vuoden lokakuussa. (Rantanen 2000, 140.)

Tätä kaikkea edelsi kotimaassa raju poliittinen väentö Yleisradion monopoliaseman kannattajien ja uudistusmielisten välillä (Viljakainen 2004, 162). Rohkaisevien esimerkkien määrä alkoi kasvaa ulkomailla. Teknologian kehittyessä ja radion teon helpottuessa paikallisradiotoimintaa ja piraattiradiotoimintaa syntyi ulkomailla, kuin sienä sateella. Vuonna 1983 noin 50 paikallislehtitaloa perusti Suomen Paikallisradioliiton. (Kempainen 2011, 241.) Keväällä 1984 liikenneministeriössä laadittiin ensimmäinen esitys paikallisradiokokeilun järjestämiseksi, ja seuraavan vuoden alussa valtioneuvosto hyväksyi ensimmäiset hakemukset (Viljakainen 2004, 165).

ELMulle myönnettiin lupa paikallisradiotoiminnan aloittamiseen 33 muun hakijan kanssa 24. tammikuuta 1985 (Viljakainen 2004, 166). Radion päämajaksi oli valittu kaupungin rockpyhättö, Ruoholahdessa sijaitseva Lepakkoluola. Taustayhtiöksi perustettiin Helsingin Paikallinen Radio. Sen pääomistajia olivat tietenkin ELMU sekä WSOY ja Kauppakorkeakoulun ylioppilaskunta. (Rantanen 2000, 141.) Radion nimeksi valittiin Radio City. Koelähetykset aloitettiin nyt jo legendaarisella taajuudella 96,2 megahertsiä huhtikuussa 1985.

Yleisradion monopoliaseman aikana tällainen hanke oli hyvin radikaali. Yksityisen radio-kanavan perustaminen oli aivan uusi asia sen ajan Suomessa. Se sai paljon kannatusta, ja lukuisat ihmiset olivat valmiita lähtemään hankkeeseen mukaan. Ennen radion syntymistä pääarkkitehteina toimivat ELMUn yksi perustajista Christian Moustgaard, joka vastasi hankkeen taloudellisesta puolesta sekä useiden kulttuurilehtien taustalla häärinyt Teppo Turkki, jonka vastuulla oli tulevan radion ohjelmapolitiikka. Lepakkoluolan valtauksessa mukana ollut ja ELMUn puheenjohtajanakin toiminut Chrisu Martin ja ELMUn aktiivijäsen Petri Niemi vastasivat käytännössä koko teknisestä puolesta sekä markkinoinnista. (Rantanen 2000, 140.)

Intensiivisen rekrytoinnin ja oikeastaan toimivan puskaradion kautta Lepakkoon virtasi lukuisia työnhakijoita ja vaikutti, että kaikki olivat kiinnostuneita uudesta välineestä. Ensimmäisiä Radio Cityn palkallisia olivat mm. Lepakon omat Dj:t General Njassa (Jyrki Jantunen) ja Tony Tähti (Mitja Tuurala), Outi Popp (Outi Ahola) sekä Päivi Ahola. Mo-

net palkkalistoille päätyneet henkilöt eivät olleet tehneet mitään radioon liittyvää ennen Cityä. Esimerkiksi suosikkiaäniksi nousseilla Baba Lybeckillä ja DJ Norpalla (Peter Norrby) ei ollut minkäänlaista aiempaa kokemusta alalta. Hakijoita oli kokonaisuudessaan yli 500. (Rantanen 2000, 142–143.)



Kuvio 1. General Njassa. Kuva: Taina Värri



Kuvio 2. Baba Lybeck. Kuva Taina Värri.

3.2 Helsinki Rock City – kun kaupunkikulttuuri saapui Helsinkiin

1980-luvun lopulla Suomi alkoi vapautua niin poliittisesti, taloudellisesti kuin kulttuurillisestikin. Elintaso nousi, ja Suomea alettiin kutsua ”Pohjolan Japaniksi”. (Isokangas ym. 2000, 5.) Uudet tuulet puhalsivat Helsingissä. Nuoriso-, ravintola- ja vaihtoehtokulttuurit alkoivat nousta maan pinnalle. Radio Cityn vanavedessä syntyi myös muuta kaupunkimediaa. Ennen vuotta 1985 nuorten yöelämä oli lähes kokonaan opiskelijaravintoloiden ja -tapahtumien varassa. Pintaliitokulttuuri toi mukanaan uusia ravintoloita, tapahtumia ja klubeja Helsingin yöhön.

3.2.1 Lepakkoluola – yksi paikka, monta tehtävää

Yhden koko Helsingin kaupunkikulttuurisesti merkittävimmän rakennuksen, Lepakkoluolan, historia juontaa juurensa aina 1940-luvulle, jolloin Suomen Väri- ja Vernissatehdas -niminen maaleja ja vernissaa valmistava yritys päätti rakennuttaa uuden varastonsa Ruoholahteen kaupungin vuokratontille (Rantanen 2000, 27). Rakennuksen arkkitehti Ragnar Gustafsson ei voinut silloin aavistaakaan, kuinka moninainen hänen suunnittelemansa rakennuksen tulevaisuus tulisi olemaan.

Vuonna 1967 maalivaraston muutettua pois kyseisestä tilasta talvi tuli aikaisin Etelä-Suomeen. Loppuvuodesta jo useita kymmeniä asunnottomia oli paleltunut kuoliaaksi. Jotain oli tehtävä ja niinpä tyhjillään ollut varasto muutettiin tilapäisesti ”rappioalkoholistien oleskelu- ja lämmittelymajaksi”. (Rantanen 2000, 37.) Paikka ristittiin Liekkihoitelliksi sen asukkien lempijuoman talousspriin mukaan (mt. 2000, 39). Lepakkoluola nimi otettiin pian tämän jälkeen käyttöön. Nimen alkuperästä on useita eri tarinoita, mutta kaikista todennäköisin liittyy paikan rakennuttajan Suomen Väri- ja Vernissatehtaan logon perhoskuviioon, joka oli maalattu varaston seinään. Samaan aikaan televisiossa pyöri Batman-sarja ja yhtälö oli taattu. (Mt. 2000, 62.) Tilapäiseksi ratkaisuksi tarkoitettu Lepakko toimi lämmittelymajana 12 vuotta (mt. 2000, 79). Tämä ei tietenkään tiennyt Lepakkoluolan loppua.

Sunnuntaista, elokuun 19. päivästä vuonna 1979 oli tulossa komea kesäpäivä. Aurinko paistoi pilvettömältä taivaalta ja lämpötila lähenteli jo aamukahdeksalta kahtakymmentä astetta – hieno päivä kansalaistottelemattomuudelle. (Rantanen 2000, 81.)

Lepakkoluola vallattiin rauhallisesti, ilman virkavallan vastustusta tai suurempaa draamaatiikkaa parinkymmenen nuoren toimesta. Valtauksen takana ei kuitenkaan ollut Elävän Musiikin yhdistys ELMU, vaan kansalaisaktivisti Teemu Lehto tovereineen. Vanhaa varastoa vaadittiin muutettavan musiikkitaloksi. (Rantanen 2000, 81–82.) ELMU kuitenkin tarvitsi pysyvän päämajan, joten Lepakkoluola vallattiin "uudelleen", tällä kertaa tiedotusvälineiden läsnä ollessa ja näyttävästi, ELMUn toimesta. Hanke musiikki- ja kulttuuritalosta sai kaupunginkin myöntämään ELMUlle luvan rakennuksen "siivoamiseen". Byrokraattisen kädenväännön tuloksena kaupunki päätyi vuokraamaan tilat ELMUlle 100 markalla vuodessa (Mt. 108–110).

Vaikka Lepakko olikin vielä käytännössä työmaata, aloitettiin kulttuuritoiminta välittömästi remontoinnin ohella. Musiikkitaloksi tarkoitettusta Lepakkoluolasta tuli kuitenkin paljon muutakin. 1980-luvun alussa tiloissa toimi muun muassa myös kirpputori, shakkikerho, silkkipaino ja valokuva-laboratorio. Myöhemmin talossa nähtiin myös teatteria ja tanssia, sekä tietenkin keikkoja ja lisää keikkoja. Treenikämpän Lepakosta sai muuraamalla omat seinänsä (Rantanen 2000, 117).

Lepakkoluola myös houkutti paljon erilaisia alakulttuuriryhmiä huomiinsa. Tästä seurasi myös ongelmia, kun esimerkiksi "Sorbusta ryystävät punkkarit", "vihertävät vaihtoehtoisuudet" ja motoristit kansoittivat samoja tiloja. (Rantanen 2000, 118–119). Talossa järjestettiin myös rockabilly-tilaisuuksia kerran kuussa, jonka seurauksena jopa vanhat viholliset punkkarit ja diinarit bailasivat samoissa juhlissa (mt. 129–130). 1990-luvulla Lepakossa järjestettiin keikkoja ja bileitä aina teknosta speedmetalliin ja kansamusiikista elektrodubbiin.

Lepakkoluolan toiminta jatkui aina vuoteen 1999 saakka, jolloin 26. päivä marraskuuta aloitettiin talon purkutoimet Helsingin kaupungin asemakaavan muutoksen ja Ilmarisen konttorin alta. ELMU sai vuokrattua kaupungilta Hietalahden telakka-alueelta Nosturin, jossa ELMU jatkaa vielä tänäkin päivänä toimintaansa.

3.2.2 Pintaliittoa ja lehtien havinaa

Vaikka Radio City oli elmulaisten näkyvimpiä projekteja, 1980-luvun puolivälissä ELMU lähti levittämään myös klubitointaansa. Yksi esimerkki näistä klubeista on legendaa-

rinen Club 77, joka käynnistyi vuonna 1984 KY Exitin tiloissa. Club 77 rikkoi musiikin ja kulttuurin rajoja. Esiintyjälistaa komistivat muun muassa Johnny Thunders, Dingo, Matti ja Teppo, Sielun Veljet sekä Pelastusarmeijan ohjelmaryhmä. Club 77:n bravuureihin kuuluivat myös erinäiset eriskummalliset tempaukset. (Rantanen 200, 147.) Esimerkiksi ”Mustahammasillan” tavoitteena oli päästä Guinnessin Ennätysten kirjaan. Kirjan suomalaisessa painoksessa julkaistiinkin kuva illasta kategoriassa Ihmisten saavutukset:

Hampaiden mustaaminen. Club 77 Helsingissä valokuvattiin 84 clubin 225 Hammasmustatusta asiakkaasta 6.8.1984. Koskaan aikaisemmin samassa valokuvassa ei ole ollut yhtä paljon hammasmustattuja ihmisiä. (Rantanen 2000, 147–148.)

1932 valmistunut Härmäläisten talo muuttui Tavastia-klubiksi 1969 ja Juhani Merimaa astui paikan johtoon 1980-luvun alussa. Tavastiasta kehkeytyi Merimaan johdolla Suomen ainoa maailmanluokan rock-klubi. Tavastia menestyi menestymistään, mutta ravintolan omistajat antoivat Merimaaalle potkut cityhuumassaan vuonna 1990. Johtoon astui Jukka Pajunen, ja Tavastian alamäki alkoi. Pajusen suurin virhe oli peruuttaa kaikki kanta-asiakkaiden ja muusikkojen vip-kortit. Niinpä Helsingin rockpiirit asettivat Pajusen johtaman Tavastian boikottiin, ja ravintola menikin konkurssiin vuoden sisällä. (Isokangas ym. 2000, 18.) Merimaa otettiin takaisin Tavastian johtoon pian tämän jälkeen. Nykyään Tavastia porskuttaa eteenpäin yhä Suomen kovimpana rock-ravintolana.

Parhaiten uuden kaupunkikulttuurin ilmettä kuvasi legendaarinen Cafe Metropol. Vanhaan Fennian taloon Mikonkadulle vuonna 1985 avattu ravintola oli aikansa sensaatio, jonka voittokulku kesti koko ravintolan elon ajan. Cafe Metropol oli lähes täynnä joka päivä kolmen vuoden ajan. Ravintolan edessä oli aina jonoa, parhaimmillaan vip-korttejakin oli noin kaksituhatta. (Isokangas ym. 2000, 12.) Jo muutama viikko aukeamisensa jälkeen Cafe Metropolista oli tullut koko Helsingin kannattavimpia yöravintoloita. Kyse ei kuitenkaan ollut vain rahan tekemisestä. Cafe Metropol oli mullistava ja uudenlainen ravintola Helsingin yöelämässä. Siellä käytiin muun muassa Suomen ensimmäinen Miss Wet T-shirt -kilpailu sekä Sleepy Sleepersin nyrkkeilyottelu. Ravintola oli ajan mukaisesti pintaliittoa parhaimmillaan. Siellä majailivat monet sen ajan suosituimmat suomalaismuusikot, kuten Remu Aaltonen sekä muu Helsingin kerma esimerkiksi Kaurismäen veljekset ja elokuvatuottajan uraa aloitteleva Markus Selin. 80-luvun

kuoltua kuoli myös Cafe Metropol. Nykyään sen paikalla on ravintola Zetor. (Isokangas ym. 2000, 15.)

Kaupunkilaisen radion rinnalle syntyi 1980-luvun puolella välissä myös useita printtimedian edustajia. Yksi merkittävimmistä kaupunkilehdistä City-lehti julkaisi ensimmäisen numeronsa vappuna vuonna 1986. City-lehti syntyi aikaisemman vuoden aikana Scandal-lehden ja 1999 City -lehden yhdistymisen tuloksena. (Isokangas ym. 2000, 37.) Vuonna 1984 perustettu Scandal oli rock and rolliin ja populaarikulttuuriin keskittyvä punkhenkinen lehti, jonka tekijät olivat Lepakkoluolan ja Tavastia-klubin porukkaa (Isokangas ym. 2000, 45). Ensimmäinen 1999 City -lehti julkaistiin maaliskuussa 1985, ja se julisti futuristisesti "tulevaisuus alkaa nyt!". Tämän futuristisuuden takia uuden kulttuuriaikakauslehden nimessä olikin "silloin kaukaiselta tuntuva" vuosiluku 1999. (Isokangas ym. 2000, 34.) Yhtäläisyyksiä näissä kahdessa lehdessä oli kuitenkin paljon. Molemmat lehdet olivat kaupunkikulttuuriajattelun suunnannäyttäjiä ja kulttuuripohjaisia aikakauslehtiä, jotka taloudellisten pakotteiden vuoksi päättivät yhdistyä kaupunkioasmaiseksi kulttuurilehdeksi. (Isokangas ym. 2000, 37.) Samoihin aikoihin perustettiin muitakin vaihtoehtoisia lehtiä kuten Bambi, Valo ja Aloha. Myös musiikkilehti Rumba sai alkunsa samassa seurassa.

Kohderyhmäksi uudelle City-kollaboraatiolle määriteltiin 20–30-vuotiaat kaupunkilaiset. Tähän aikaan kohderyhmäkäsitys oli verrattain uusi Suomessa, sillä "yleisradiolainen" tasapuolisuusajattelu oli hallinnut Suomen mediakenttää niin pitkään. Myöskään näin rajatuille kohderyhmille ei ollut ennen tehty aikakauslehtiä. Se oli riskialtista varsinkin taloudellisesti, ja niinpä lehdestä päätettiin tehdä ilmaisjakelulehti. Ideana oli, että ravintolat ja kaupat maksavat siitä, että saavat lehden jakelutelineineen tiloihinsa. (Isokangas ym. 2000, 35–36.)

Lähes alusta lähtien jokaisessa City-lehden numerossa käsiteltiin kaupungin puhutuimmat puheenaiheet. Myös Cityn tekijöistä tuli pian pintaliito- ja juppikulttuurin tähtiä Helsingin yöelämässä. (Isokangas ym. 2000, 35–36.) City-lehden toimittajiin on lukeutunut vuosien varrella maamme mediavaikuttajia aina Jari Sarasvuosta Timo Harakkaan ja Arno Kotroon. Vielä lukuisia kilpailijoita, muutoksia ja vuosia myöhemmin City-lehti porskuttaa eteenpäin. Vuonna 2012 City on "Suomen johtava nuorten aikuisten media", jolla on yli 300 000 lukijaa (City-lehti 2012).

3.3 Järjestäytynyttä anarkiaa

Radio Cityn ensimmäinen virallinen lähetys taajuudella 96,2 MHz kuultiin vappuaattona 1985 kello 18. Lepakkoluolan studiossa olivat Outi Popp sekä Juha Tynkkynen, jotka saivat kunnian ensimmäisen lähetysten toimittajina lausua Radio Cityn ensimmäisiä sanoja:

Mutta teitä hyvät Radio Cityn ystävät, ei pätäkään kiinnosta, onko meillä kled-juja ollenkaan, sillä viime kädessä kyseessä on vain radio. (JT)

Mutta Radio City. (OP)
(Isokangas, Karvala & von Reiche 2000, 22)

Ensimmäisenä kappaleena kuultiin Eino Grönin kappale Metsäkukkia. Historiallista ensilähetystä oli todistamassa kaiken kaikkiaan noin 25 ihmistä, jotka olivat kaikki ahtautuneet pieneen studioon. (Rantanen 2000, 143.) Radio City oli näin ollen Suomen toinen paikallisradio. Nivalan Radio Lakeus oli aloittanut toimintansa muutamaa viikkoa aiemmin ja lähetykset vain kolme päivää aikaisemmin. Voidaan periaatteessa sanoa, että tuon saman viikon aikana särkyi Yleisradion radiomonopoli.

Ensimmäisinä kuukausina Radio City lähetti ohjelmaa 56 tuntia viikossa. Arkipäivinä kahdeksan tuntia sekä lauantaina 16 tuntia. Lähetystyötä leimasi järjestäytynyt kaaos, anarkismi. Vapaa musiikkipolitiikka kuului olennaisena osana nuoren radion toimintaan. Radio City oli jotain niin uutta ja mullistavaa, että se aiheutti niin kiitosta kuin paheksuntaakin. Toimittajat saattoivat kiukutella koko ohjelman ajan henkilökohtaisista ongelmistaan tai vastaavasti hölistä omiaan humalassa. Eetteristä kuului slangia, kiro sanoja sekä puhekieltä. Toimintaan kuului myös idealistinen ja radikaali asenne. Toimittajat saattoivat muun muassa kehottaa kuulijoita boikotoimaan erilaisia tuotteita tai tapahtumia suorassa lähetyksessä. Yksi leimaava piirre oli anti-yleläisyys. Kanavapolitiikassa haettiin selvää vastakkainasettelua Yleisradion ja Radio Cityn välille. YLEä kuvaavista sanoista tuli Cityn ohjelmapolitiikassa kiro sanoja. (Rantanen 2000, 144.)

Tuomo Heikkola on vanhoja cityläisiä. Hän työskenteli Radio Cityssä yhteensä noin 16 vuotta. Vuoden 1985 vappu muutti Tumpin, kuten lukuisten muidenkin helsinkiläisten elämän täysin. Alkurekrytoinnissa hän hakikin Cityyn töihin, mutta ei kuitenkaan saanut paikkaa.

Myöhemmistä aikakirjoista saatoinkin lukea, että Teppo Turkki, joka oli yhtenä haastattelijana, oli todennut että 'liian metsuri-tyyppi' Radio Cityyn. Mietin mistä se johtui ja päädyin siihen, että kun kyseltiin musiikkimieltyksistä, mä pidin kaikki rockin alueeseen kuuluvat kiinnostuksen kohteet niin itsestään selvinä ja kerroin kaikkea muuta kuten, että pidän myös vanhasta ennen sotia tehdystä suomalaisesta musiikista. (Heikkola, haastattelu 29.1.2009.)

Kuitenkin tammikuussa 1986 Tumppi sai paikan ja aloitti Radio Cityllä uutisreportterina. Tähän mennessä Cityllä oli tajuttu, että tarvittiin enemmän kokeneempia työntekijöitä. Siihen aikaan hänen työnkuvaansa kuului uutisreporttaasien teko. Päivä alkoi uutisaiheen käsittelyllä, jonka jälkeen lähdettiin mikrofonin kanssa tekemään uutisjuttuja ja haastatteluja. Alussa Cityllä ei ollutkaan minkäänlaista ulkolähetyskalustoa, ja toimittajat kiidättivätkin jutut usein autolla Lepakkoon. Jutut leikattiin "hätäisesti" ja liitettiin uutislähetysiin. Uutislähetykset olivat nykyisiä radiouutisia pidempiä ja laajempia. Tumpin toimenkuvaan kuului myös uutissähkeiden lukeminen. (Heikkola, haastattelu 29.1.2009.)



Kuvio 3. Tumpin haastattelussa suomalainen fakiiri. Kuva: Taina Värrö

Uusia ohjelmaideoita tuli koko ajan. Niiden kehittelyyn saatettiin käyttää ainoastaan muutama tunti ennen suoraa lähetystä, ja osa ideoista toteutettiin välittömästi. Toiset ideat olivat jo alusta alkaen tuhoon tuomittuja, kun taas toisista kehkeytyi hyviä ohjelmia. Esimerkiksi Taneli Haron ja Micke Renlundin keskusteluohjelmasta Lauantaibastu muodostui lopulta 150-osainen sarja. Kaksikon viidessä minuutissa suunnittelema ohjelma lähetettiin Lepakon saunasta ja lämpötilan noustua liiaksi Lepakon pihalta. (Rantanen 2000, 144.)

Tumppi Heikkola oli toimittajana yhdessä Radio Cityn ikimuistoisimmissa puhetietokilpailuissa, joita City oli pullollaan. Elämän Äly oli parodinen tietovisa, joka vaati kuulijoiltaan nokkeluutta, absurdia huumorintajua sekä filosofista pohdiskelua (Isokangas ym. 2000, 76). Tuomo Heikkolan eli Huono Heikkonan juontajaparina toimi Jarmo Mäkäräinen alias Dosentti Mäkäräinen. Ohjelmassa esitettiin aluksi jokin hullunhauska kysymys kuulijoille ja ohjelman lopuksi juontajat esittivät Absoluuttisen Totuuden. Tumppi toimitti myös Kaiken Maailman Asioita -nimistä puolen tunnin ajankohtaisohjelmaa. Ohjelma tehtiin yhteistyössä uutistoimisto Inter Press Servicen kanssa, joka lähettää uutisia myös kehitysmaista. Ohjelma keskittyi uutisiin, joita ei kuulla joka päivä uutislähetysissä. (Heikkola, haastattelu 29.1.2009.)

Tumppi kuvailee Cityn työympäristöä *spesiaaliksi* ja organisaatiota anarkistishenkiseksi, jossa usein toimittiin talkoohenki-mentaliteetilla. Tästä johtuen asiat menivät usein niin, että kaikki tekivät vähän kaikkea. Tumpin mielestä City pysyi niinkin kauan pystyssä lähinnä vahvojen johtajiensa takia. Hän pitää Cityn työpaikkahierarkiaa kuitenkin normaalia pienempänä. Heikkola toteaaakin, että: "Koko aikahan siinä oli tällaisen idealismin ja pragmaattisuuden ristiriitaa, ihan koko Cityn ajan". (Heikkola, haastattelu 29.1.2009.)

3.4 Kanavapolitiikkaa: idealismia ja kaupallisuutta

Radio City oli alun alkaen idealistinen ja anarkistinen nuorisoradio. Alkuhuuman jälkeen alettiin kiinnittää huomiota radiokanavan talouteen. Nuorten amatöörijuontajien boikottijulistukset alkoivat karkottaa mainostajia. Myöskään monet konservatiiviset mainostajat eivät katsoneet hyvällä primetimen homoseksuaalien, vasemmistolaisten tai feministien järjestöohjelmia. Kaiken takana kyti kanavan perustajien erimielisyydet siitä, min-

käläinen radiokanava Radio Cityn tulisi olla. Osa halusi korostaa radion paikallisuutta, osa jatkaa radikaalis-idealistiseen suuntaan, kun taas osa olisi panostanut kanavan rock-puoleen. Jotain oli tehtävä, jotta talous saataisiin kuntoon ja sisäiset erimielisyydet ratkottua. (Isokangas ym. 2000, 22–25.)

Radion ohjelmapolitiikkaa alettiin muuttaa kuuntelija- ja mainostajaystävällisempään suuntaan. 1980-luvun Radio Citylle määritettiin liikeidea ensimmäistä kertaa. (Isokangas ym. 2000, 28.) Idealistista linjaa kavennettiin ja kanavasta alettiin tehdä rockkanavaa. Alkuhuumassa oli rekrytoitu ylenpalttisesti väkeä, mutta nyt kiinnitettiin huomiota myös osaamiseen sekä tarpeeseen, ja osa kesätoimittajasopimuksista jätettiin uusimatta. Myös osa vanhoista cityläisistä jättäytyi taka-alalle tai jopa kokonaan pois Radio Cityn toimituksesta radion kaupallistuessa. (Mt. 2000, 24–25.)



Kuvio 4. Markkinoinnin palaverissa Axa Sorjanen ja Petri Niemi. Kuva: Keijo Kosonen

Kilpailutaloudelliset seikat alkoivat vaikuttaa myös Radio Cityn toimintaan, kun syksyllä 1985 Radio Ykkönen aloitti toimintansa. Radio Ykkönen oli siistimpi ja popimpi helsinkiläinen paikallisradio aikuisempaan makuun. Syntyi vastakkainasettelu cityläiset ja ykkösläiset, ja se toi selvän kilpailuaseman. Kuitenkin City vei selvän voiton tässä taiste-

lussa. Vuonna 1988 kilpailu kiristyi entisestään Helsingin kolmannen paikallisradion Radion Sykkeen aloitettua toimintansa. City piti kuitenkin pintansa ja Radio Syke lopetti toimintansa syksyllä 1990. (Isokangas ym. 2000, 73–74.)

Radio Cityn toiminnan organisointi ja ryhdistäytyminen oli tuottanut tulosta. Se oli voittanut kilpailijansa ja saavuttanut vakiintuneen paikan monen kuuntelijan taajuuksilla. Se myös jatkoi kasvamistaan nousukauden vanavedessä. Vielä alkuvuosina taloudellisissa vaikeuksissa kamppailleen nuoren radion liikevaihto lähenteli vuonna 1989 jo 20 miljoonaa markkaa (Isokangas ym. 2000, 72).



Kuvio 5. Teppo Turkki. Kuva: ELMUn arkisto



Kuvio 6. Jorma Elovaara. Kuva Taina Väri.

3.5 Cityn kuolinvuodet

1990-luvun alun laman myötä nousukausi oli ohi. Se huomattiin myös Radio Cityssä. Vuonna 1991 mainosmyynnistä katosi lähes puolet vain parissa kuukaudessa. Cityn johdossa oltiin kuitenkin varauduttu lamaa varten, ja leikkaukset oli aloitettu jo vuonna 1989. Tämä näkyi ja kuului selvästi Radio Cityn ohjelmistossa. Ohjelmisto keskittyi yhä enemmän musiikkipainotteiseen sisältöön, ja ajankohtais- sekä keskusteluohjelmien määrä väheni entisestään. Samalla monet vanhat cityläiset loikkasivat muun muassa Ylelle turvatun leivän perässä. Muutos oli alkanut. (Isokangas ym. 2000, 119.)

Radio City selvisi lamasta, mutta se ei ollut enää entisensä. Vuonna 1994 Radio Cityn osakkaaksi tuli monikansallinen Scandinavian Broadcasting Systems (SBS), joka on osa saksalaista Pro SiebenSat1 -mediakonsernia. Vuonna 1995 Radio City jätti synnyinsijansa Lepakon ja muutti uuteen toimitukseensa Kaapelitehtaalle. Monikansallistumisen myötä Radio Cityn repertuaari kaventui entisestään. Kanavasta tuli lähes pelkästään musiikkikanava, jonka mausteena olivat STT:n uutiset sekä satunnaiset erikoisohjelmat. Kilpailukin oli nyt kovempaa. Vuonna 1990 perustettu Yleisradion oma nuoriso-

kanava Radiomafia vei kuulijoita, tekijöitä sekä aineksia vanhan Cityn historiasta. Vuoteen 1996 mennessä koko Radio Cityn alkuperäinen omistajakunta, aina ELMUa myöten, oli ostettu ulos johdosta. (Isokangas ym. 2000, 120.)

Vuonna 2003 Radio City yhdistettiin radiokanava Sport FM:n kanssa, ja kanava laajeni puolivaltakunnalliseksi. Vuonna 2006 Radio Citylle ei enää myönnetty toimilupaa Helsinkiin. Ensimmäinen tammikuuta 2007 Radio Cityn paikalla aloitti uusi rockradioasema Radio Rock. Radio Cityn omistaja SBS Finland Oy aloitti vuonna 2007 Radio Cityn nimellä internetlähettykset, jotka sisälsivät lähinnä musiikkia sekä urheilu-uutisia. Vuonna 2009 Radio City palasi kesäksi radioaalloille taajuudella 99,4 MHz.

Vuonna 2012 Viestintäviraston uuden radioluvan turvin Radio City palasi pääkaupunkiseudun FM-taajuuksille. Nykyään Radio City, joka mainostaa olevansa ”fiksi stadilainen” (Radio City 2012a), kuuluu edelleen SBS Finlandiin radiokanavien Voice ja Iskelmä kanssa. Vuoteen 2012 mennessä mediakonserni Pro Siebensat1 on noussut Saksan suurimmaksi televisioyriyukseksi ja omistaa radiokanavia nyt jo yli kymmenessä maassa. Nykyisen Radio Cityn ohjelmistoon kuuluvat esimerkiksi slangiuutiset sekä Radio City Legendat -niminen ohjelmapaikka, jossa esitetään vanhoja Radio Cityn ohjelmia (Radio City 2012b). Muuten uuden Radio Cityn ohjelmakarttaa täyttävät primetime-ohjelmat ja iltaisin soittolistat.

4 Bassoradio

Tässä luvussa käsittelen Bassoradiota sekä mediatalo Basso Mediaa ja niihin liittyviä kaupunkikulttuurisia ilmiöitä. Bassoradio kuuluu Basso-lehden ja Basso.fi-nettisivuston sekä siellä toimivan keskustelufoorumin ja Basso Television kanssa Basso Mediaan. Vaikka opinnäytetyöni keskittyy kaupunkikulttuurin lisäksi kaupunkiradioihin, ei näitä muita Basson mediallyisiä välineitä sovi kokonaan ohittaa, varsinkaan nykyaikana, jolloin monimediallisuus on jo melkein velvoite. Basso Mediaan kuuluvilla muilla medioilla on tärkeä osa Bassoradion historiassa, joten tässä luvussa käsittelen radion lisäksi paljon myös muita Basson medioita.

Basso Mediasta puhuttaessa käytetään yleensä vain nimitystä *Basso*, joka monesti saattaa tarkoittaa radiota, lehteä, nettiä, televisiota tai kyseistä yritystä. Tämä kertoo siitä, kuinka paljon ja tiiviisti kyseessä on monimedia. Opinnäytetyössäni käytän seuraavia nimityksiä Basson eri medioille selvyuden ja ymmärrettävyyden vuoksi: *Bassoradio*, *Basso.fi – nettisivusto*, *Basso-lehti* sekä *Basso Televisio*. *Basso Medialla* tarkoitan mediataloa, yritystä eli koko pakettia.

Uudenlainen kaupunkikulttuuri teki tuloaan 1990-luvun alun laman jälkeen. Tähän liittyy oleellisesti teknologian kehittyminen ja musiikin koneellistuminen. Käsitelen tässä luvussa kaupunkikulttuurin osalta uusia mahdollisuuksia ja suuntauksia, joita kyseinen aika toi mukanaan. Tarkoitukseni ei ole kuitenkaan käsitellä 1990-luvun musiikkikulttuuria laajemmin, vaan tulen sivuamaan esimerkiksi hiphop- ja Dj-kulttuuria osana kaupunkikulttuuria. Tarkoitukseni on enemmänkin havainnollistaa ajan henkeä ja luoda lukijalle mielikuvia tuosta ajasta.

4.1 Helsinki Check it Out! – uutta kaupunkikulttuuria rapakon takaa

1980-luvulla Yhdysvaltain Amerikoista alkoi kuulua kummia: uudenlaista rytmimusiikkia, uutta kulttuuria ja uusia tyylejä. Suomeen hiphop- ja räpmusiikki rantautui varsinkin graffitikulttuurin, mixtapejen ja taivaskanavien mukana. Elokuvat kuten Charlie Ahearnin *Wild Style* (USA, 1983), joka kertoo nuoren graffitimaalajan Zoron elämästä, sekä Stan Lathanin New Yorkin hiphop-kulttuuria esittelevä *Beat Street* (USA, 1984) toimivat muiden muassa tämän uuden kulttuurin sanansaattajina. Graffitimaalauksen alkeita ja kulttuurisanastoa taas opeteltiin Martha Cooperin ja Henry Chalfantin valokuvateoksesta *Subway Art* (1984). (Paleface 2011, 22.)

Ensimmäisiä hiphop- ja räpkeikkoja järjestettiin, missäs muuallakaan kuin ELMUn päämajassa Lepakkoluolassa, jossa pieni määrä hiphoppareita ja graffitintekijöitä oli alkanut viettää aikaa. Jo 1980-luvun lopulla Lepakossa alettiin järjestää breakdance- ja hiphop-bileitä. (Paleface 2011, 25.) Myös ensimmäiset brakedancen ja graffitin teon SM-kisat järjestettiin silloin Lepakossa (Rantanen 2000, 159).

1990-luvulla musiikin maailma muuttui järjestyttävästi niin sanotun *Bedroom Revolutionin* vaikutuksesta. Bedroom Revolution tarkoitti käytännössä sitä, että aivan kuka tahansa,

ihan missä tahansa, pystyisi tekemään julkaisukelpoista musiikkia omassa makuuhuoneessaan uuden musiikkiteknologian, kuten tietokoneiden ja sämplereiden avulla. Bedroom Revolutionin vaikutus kantautui tänne Pohjolaan 1990-luvun loppupuolella, ja vain taivas oli rajana. (Paleface 2011, 39.)

Vuosituhatosen vaihteen tienoilla Suomen musiikkikenttä oli yhtäkkiä täynnä MC:itä ja Dj:itä. Myöskään suomenkielinen räpmusiikki ei ollut enää vitsi, kuten se oli Raptorin ja Pääkkösten aikana ollut (Paleface 2011, 38). 2000-luvun alussa käsite suomiräp tuli suuren yleisön tietoisuuteen, musiikkilehtien sivuille sekä myös levy-yhtiöiden mielenkiinnon kohteeksi (mt. 2011, 52). Suomalainen koneellinen musiikki niitti kunniaa jopa aina ulkomailla asti muun muassa Bomfunk Mc'sin, JS16:ta ja Daruden myötä.

Myös 1990-luvun alun lama oli ohi. Tilanne muistutti hieman 1980-luvun nousukautta. Ravintoloita, klubeja ja festivaaleja putkahteli esiin yksi toisensa jälkeen. Myös mediakenttäämme tuli uusien kulttuurien ja trendien mukana uusia tekijöitä ja ilmiöitä. Vaikka kaupunkikulttuurin murrosaika oli erityisesti 1980-luvulla, nämä ilmiöt kypsyivät kunnolla vasta 1990-luvulla (Ruoppila & Cantell 2000, 35).

4.1.1 Festivaaleja ja kaupunginosabileitä

Suomen ensimmäisen hiphop-klubin Way Back klubi-illan aloitti myöhemmin muun muassa Pepe Deluxe -yhtyeessä vaikuttanut DJ Slow. Ostrobotnia-klubilla järjestetyt illamat olivat ensimmäisiä virallisia kyseisen kulttuurin omia tapahtumia. (Paleface 2011, 40). Varsinkin 2000-luvun alussa helsinkiläinen klubi-kulttuuri alkoi kukoistaa ja ravintolat ja niiden musiikkitarjonta moninaistua.

Vuonna 2005 Kallion Hämeentien Vanhassa Elannon tehdasrakennuksessa aloitti toimintansa ravintola Kuudes Linja. Kuudennen Linjan myötä Kalliossa käännettiin uusi sivu sen ravintolakulttuurissa, kun Kuudes Linja sai Suomen Sosiaali- ja terveydenhuollon tuotevalvontakeskukselta STTV:ltä luvan aamu neljään ulottuviin aukioloaikoihin. Tällä oli silloin suuri merkitys vaihtoehtoisen musiikin tekijöille ja harrastajille, sillä suurimmalle osalle Kallion alueen ravintoloista myönnetään lupa ainoastaan kello kahteen yöllä ulottuviin aukioloaikoihin. Aukioloaikojen ansiosta Kuudes Linja pystyi kilpailemaan Helsingin keskustan suurien klubien kanssa, ja otti pian paikkansa helsinkiläises-

sä ravintolakentässä. Ravintola Kuudes Linja on perustamisestaan lähtien toiminut kotina niin indiepop-diskoista hiphop-keikoille, kuin alternative rock -klubeista housebileillekin.

Toukokuussa vuonna 2007 Helsingin keskustaan Vuorikadulle avattiin ravintola Redrum entisen UNIQ-ravintolan tiloihin. Ravintola aloitti toimintansa mahtipontisesti, kun se jo ennen avautumistaan pröystäili äänentoistonsa laadulla. Kysymyksessä olikin Helsingin ensimmäinen ravintola, joka otti käyttöön aikaisemmin lähinnä suurissa konserteissa käytetyn Funktion-One äänijärjestelmän. Funktion-One-järjestelmä perustuu äänentoistolaitteiden lisäksi kokonaisten tilojen haltuunottoon, eli akustiikan kannalta kiinnitetään huomiota myös muun muassa ihmisten määrään ja pintamateriaaleihin. Kuulosti hyvältä tai ei, Redrumista muotoutui Helsingin keskustan yksi johtavimmista klubikellereista, jonka musiikkitarjontaan kuului kaikkea housesta drum'n'bassiin, teknoon ja hiphoppiin. Redrum tanssitti kansaa Vuorikadulla kolmen vuoden ajan. Sittemmin samoihin tiloihin avattiin Club Neo, joka sekin on jo sulkenut ovensa.

Vuosituhaten vaihteen aikoihin Helsinkiin alettiin järjestää myös paljon uusia festivaaleja, varsinkin vuoden 2000 kulttuurikaupunkitittelin johdosta (Silvanto 2007, 12). Monet ruohonjuuritasolla toimineet kaupunkitapahtumat muuttuivat festivaaleiksi. Monet noina aikoina ensimmäistä kertaa järjestetyistä tapahtumista ovat vakiinnuttaneet paikkansa Helsingin festivaalikentässä. Esimerkiksi musiikki- ja kaupunkikulttuurifestivaali Flow on kasvanut alle kymmenessä vuodessa muutaman tuhannen kävijän alakulttuurifestivaalista noin 50 000 kävijän suurtahtumaksi. Vuonna 2012 "urbaania rytmimusiikkia" tarjoava Flow-festivaali tullaan järjestämään jopa viisipäiväisenä megatapahtumana (Flow 2012).

Suurien musiikkitapahtumien ohella myös kaupunginosatapahtumat alkoivat lisääntyä 1990-luvun loppupuolella, ja nykyään lähes jokaisella Helsingin kaupunginosalla on oma päivä, festivaali tai tapahtuma vähintään kerran vuodessa. Suunnannäyttäjinä ovat toimineet Käpylän kyläjuhla sekä Kumpulan kyläkarnevaali, jotka molemmat järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 1991. Vuonna 1994 Suomen kärvistellessä laman kourissa järjestettiin ensimmäisen kerran kaksipäiväiset Kallio Kukki -festivaalit. Lama näkyi ja tuntui Kalliossa. Siksi tahdottiin tuoda esiin myös Kallion positiivisia puolia. Kallio Kukki on toteuttanut vuosien varrella ohjelmaa aina sambatanssikulkueista punk-

keikkoihin ja lasten konserteista kulttuurikierroksiin. Aluksi Harjun nuorisotalon edustalla ja sittemmin myös ympäri Kalliota järjestettyä Kallio Kukkii tapahtumaa onkin vietetty joka kesä sen perustamisesta lähtien. (Merimaa 2007, 113–114.)

4.1.2 Kaupunkimediaa ennen Bassoa

1990-luvun loppu toi myös uutta suomalaisille television katsojille. Kesäkuussa 1997 MTV3:n ja YLE:n kanavien rinnalle nousi uusi kanava, Nelonen. Valtioneuvosto myönsi toimiluvan Oy Ruutunelonen Ab:lle, ja näin murtui MTV Oy:n mainoskanavamonopoli (Viljakainen 2004, 178). Sen vanavedessä alkoi syntyä muitakin uusia kanavia. Loppuvuodesta 1997 lähetyksensä aloitti kaapelitelevisiokanava Moon TV. Kanava näkyi aluksi pääkaupunkiseudun kaapelitalouksissa ja myöhemmin myös muissa Suomen kaupungeissa.

Moon TV:n perustajien Saramax Oy:n Hannu ja Pekka Kossilan tarkoituksena oli perustaa pelikanava televisioon. Saramax Oy oli kehittänyt järjestelmän, jolla pystyi pelaamaan pelejä tv-ruudussa puhelimen avulla. Tästä ensimmäisenä esimerkkinä syntyi YLE TV2:n Hugo-lastenpeli. Idea pelikanavasta toteutui pääsääntöisesti aluksi, mutta pian kanava alkoi lähettää myös muuta ohjelmaa. Monet ohjelmista oli suunnattu erilaisten alakulttuurien edustajille aina hiphoppareista hevareille ja skeittareista muodin maailmasta kiinnostuneille. Ohjelmantekijät olivat usein amatöörejä, ja ohjelmaa tehtiin pienellä kalustolla ilman käsikirjoituksia tai ohjaajia (Karisto 2003). Merkittävää on kuitenkin kuinka monet näistä ohjelmantekijöistä ovat päätyneet keskeisiksi suomalaisen mediakentän toimijoiksi. Mediauransa Moon TV:ssä ovat muun muassa aloittaneet Jani ”Wallu” Valpio, Sacha Remling, Arman Alizad, Tea Khalifa sekä Meri-Tuuli Lindström. Heidän lisäksi esimerkiksi Duudsonit (*Extreme Duudsonit*) aloittivat toimintansa Moon TV:llä. (Karisto 2003). Moon TV ajautui konkurssiin 1. heinäkuuta vuonna 2003, ja kaapelitelevisiolähetykset loppuivat samana päivänä. Nykyään Moon TV toimii netissä nettitelevisiona.

Vuonna 2000 perustettiin Suomen ensimmäinen suomalaiseen hiphop-kulttuuriin erikoistunut verkkosivusto ja -yhteisö *Suomihiphop.com*. Aikaisemmin nimellä *Fam* toiminut sivusto oli aloittanut toimintansa käytännössä jo vuonna 1997. Suomihiphop.com-sivuston perustivat Ilkka Uotila ja Mikko Kalso. Sivuston ylläpitäjinä heidän lisäksi

toimi ”sekalainen joukko vapaaehtoisia avustajia”, kuten sivuston kehityksestä vastannut Uotila asiaa itse kuvailee. (Uotila, haastattelu 29.2.2012.)

Vaikka sivustolla oli omat perustajansa ja ylläpitäjänsä, Suomihiphop.com rakentui aktiivisen ja samoista asioista kiinnostuneen yhteisönsä ympärille. Uotila kuvaileekin tuota yhteisöä koko sivuston sydämeiksi. Kyseessä oli yhteinen harrastus, joka liittyi perustajien kahteen kiinnostuksen kohteeseen, kahteen uuteen ilmiöön: internettiin ja suomalaiseen hiphoppiin. Taustalla oli myös nuoruuden innostuneisuus uusista asioista, sekä halu luoda uutta mediaa. (Uotila, haastattelu 29.2.2012.)

Noh, teininä sitä innostuu helposti uusista harrastuksista ja ilmiöistä. Itse samaisuin hiphop-musiikkiin ja kulttuuriin. Myöhemmin internet ja sen tuomat mahdollisuudet, erityisesti keskustelufooromit, alkoivat kiinnostaa. Tältä pohjalta ajauduin tilanteeseen, jossa halusin perustaa oman median, ja yhdistää molemmat mielenkiinnon kohteeni. (Uotila, haastattelu 29.2.2012.)

Suomihiphop.com koostui kahdesta osasta: toimituksellisesta sisällöstä sekä sivuston käyttäjien luomista puheenaiheista ja keskusteluista. Siinä siis yhdistyivät käytännössä lehti ja foorumi. Alussa toimituksellinen materiaali kopioitiin muilta tekijöiltä ja sivustoilta, mutta pian tekijät alkoivat synnyttää omaa sisältöä. Tämän seurauksena sivuston käyttäjien määrä lisääntyi ja Suomihiphop.comille alkoi muodostua vankka jalansija suomalaisen hiphopin kehityksessä. (Uotila, haastattelu 29.2.2012.)

Myös printtimediaan saatiin uusia tulokkaita. Vuonna 2001 lokakuussa kaksi graafisen suunnittelun opiskelijaa Raine Ruoppa ja Antti Ratinen suunnittelivat, toteuttivat ja taittoivat lopputyökseen aikakauslehden. He antoivat tälle hiphopiin keskittyvälle lehdelle nimeksi Posse. Lehden ensimmäisen numeron kansikuvassa komeili *Zapaz* nimellä esiintynyt rap-artisti. Alun perin ainoaksi numeroksi suunniteltu lehti alkoi elää omaa elämäänsä. Vain lopputyöksi tarkoitettu koulutyö ”jäi ikään kuin päälle”. (Ruoppa, haastattelu 22.2.2012.)

Alkuvuosina olimme jokaisen numeron työstämisprosessin aikana vakaasti sitä mieltä, että juuri työn alla ollut numero jäisi viimeiseksi. Mutta aina kun uusimman numeron ilmestymisestä oli kulunut joitain viikkoja, niin aloimme Antin kanssa keskustella tyyliin: ”Pitäiskö sittenkin tehdä vielä yks?”. (Ruoppa, haastattelu 22.2.2012.)

Lehteä voidaan pitää Suomen ensimmäisenä hiphop-kulttuuriin keskittyvänä aikakauslehtenä. Vaikka Posselle selvästi oli 2000-luvun alun Suomessa tilausta, ei se ollut perimmäinen syy lehden tekoon.

Tiedostimme toki, ettei Suomessa ollut vastaavia julkaisuja, mutta kuluttajien tarpeiden tyydyttäminen ei ollut meidän prioriteettillistalla kovinkaan korkealla. Alun perin suurin motivaatio oli opintojen saattaminen kunnialla päätökseen ja halu päästä taittamaan lehteä. (Ruoppa, haastattelu 22.2.2012.)

Lehden neljä peruselementtiä olivat räpmusiikki, graffitit, Dj:t ja breikkaus. Näiden neljän lisäksi lehdessä oli paljon muutakin: muun muassa kirja-arvosteluita, lifestyleä ja muotia. Lehti oli selvästi kohdistettu nuorelle, urbaanille lukijakunnalle. Kysymys ei kuitenkaan ollut pelkästään hiphopista.

Minä tai Antti ei kumpikaan oltu hiphop-kulttuurissa erityisesti mukana, mutta meillä molemmilla oli tahoillamme ystäviä, joista poikkeuksellisen suuri osa räppäsi, soitti levyjä tai muuta vastaavaa. Jos meidän kaveripiirit olisivat koostuneet pääasiassa vaikkapa perhokalastajista, niin siinä tapauksessa me olisimme varmasti tehneet kalastuslehden. Eli se ei oikeastaan ollut hiphop, vaan lehtityö, joka iski. (Ruoppa, haastattelu 22.2.2012.)

Aluksi koko lehden toimitus aina haastatteluiden teosta taittoon oli Ruopan ja Ratisen kontolla. Possea työstettiin aluksi Ruopan opiskelijayksiyöstä käsin ilman nettiyhteyksiä tai muita toimituksellisia työkaluja. Vuonna 2003 järjestelyt muuttuivat, kun mukaan hyppäsi aikaisemmin muun muassa *Zapaz*-nimellä esiintynyt Jan Zapasnik, joka otti päätoimittajan hommat hoidettavakseen. Näin Ruoppa siirtyi Possen AD:ksi eli art directoriksi. Posse-lehti ilmestyi sen alkuaikoina epäsäännöllisin välein. Vuonna 2004 perustettu The Fried Design Oy -niminen yritys alkoi toimia sittemmin lehden kustantajana. Vuonna 2005 Posse siirtyi Rautakirjan jakelun piiriin, ja samalla se alkoi ilmestyä vakituisin väliajoin. (Ruoppa, haastattelu 22.2.2012.)

Jan Zapasnik pohtii tuota aikaa "yksilöllisyyden aikana". Hänen mielestään tuo 1990-luvun loppu ja uuden vuosituhannen alku oli aikaa, jolloin ihmiset olivat yksilöitä ja korostivat tätä yksilöllisyyttään. Samalla myös muutos musiikissa korosti yksilöllisyyttä. Uusien musiikkiteknologioiden, Dj-toiminnan ja koneellistuneen musiikin kautta yksi ihminen teki musiikkia yksilönä, eikä tarvinnut taakseen enää suurta bändiä tai edes muita muusikoita. Samalla myös musiikkiin tuli roimasti lisää genrejä ja alalajeja, musiikki ikään kuin pirstoutui yksilöllisyydeksi. Paradoksisesti yksilöä korostavassa ajassa

ihminen kaipaa kuitenkin ympärilleen yhteisöllisyyttä. (Zapasnik, haastattelu 16.12.2011.)

Lewis Mumford kirjoitti samanlaisesta ilmiöstä jo 1930-luvulla:

Ennen kuin ihminen saattaa täysin inhimillistyä, täytyy sosiaalisen yksilön hajota tuhanteen osaan, niin että jokainen taipumuksen itukin, jokainen älyn ja erikoisharrastuksen säie saattaa omaksua syvemmän värin sekaantumalla toisiin samanluontoisiin ituihin ja säikeisiin.

Yksinkertaisesta sukulaistunteesta heimon tai perheen kesken kehittyneempään sukulaistunteeseen, mikä vallitsee erikoisyhteisöjen ja differentioituneiden ryhmien keskuudessa; tavasta valintaan; kaavoihin kangistuneesta elämänpiristä voimien dynaamiseen tasapainotilaan; passiivisesta elämään alistumisesta sen oivaltamiseen ja uudelleenhahmotteluun – siinä on sekä inhimillisen että yhteiskunnallisen kehityksen tie. (Mumford 1938, 401.)

4.2 Bassoa radiosta

Vuonna 2003 kolmikko Tuomas Rauhala, Robin Grotenfelt ja Ville Tikkanen aloittivat opiskelun Yleisradion Radio- ja televisioinstituutissa. Kyseessä oli vuoden kestävä radiotyön koulutus. Aikaisemmin lähinnä tapahtumanjärjestäjänä ja Dj:nä ansioitunut Tikkanen oli aina ollut kiinnostunut radiosta, ja levyjen soittamisesta oli luontevaa siirtyä radion ja äänen pariin. Tikkanen muistelee, että yksi innostavimmista luennoista instituutissa oli Radio Cityn legendan ja Radio Helsingin silloisen ohjelmapäällikön Axa Sorjasen pitämä. (Tikkanen, haastattelu 22.2.2012.)

Axa kertoi tosi hyvin Radio Helsingin perustamisesta, just niin kuin tosi konkreettisesti, eli ihan siitä lähtien että mitä vaaditaan teknisesti, mitä lupia ja muutenkin. Axa toi sen jotenkin niin käsin kosketeltavaksi meidän eteen, että mä muistan kun mä ajattelin, että eihän tässä tarvi muuta tehdä kuin perustaa se radio.

Sitten kun tuli aika, että piti tehdä lopputyö. Me kolme, semi laiskaa jäbää kelattiin, että yhdistetään voimat, niin ei tarvis tehdä niin paljoa duunia. Me alettiin kehittää sellaista radio-ohjelmakonseptia, jossa eri Dj:t eri genreistä soittaisi esimerkiksi 15 minuuttia reggaeta, 15 minuuttia drum and bassia ja niin edelleen. Me kelattiin, että tarjotaan tätä ohjelmaideaa esimerkiksi Radio Helsingille tai YleX:lle. (Tikkanen, haastattelu 22.2.2012.)

Ohjelmaidea alkoi kuitenkin paisua. Tikkanen tunsu tapahtumanjärjestäjänä ja Dj:nä suurimman osan Helsingin levynyörittäjistä, ja yhtäkkiä mukaan oli suunniteltu tulevan jo kymmeniä tiskijukkaa. Silloin kolmikko päättikin tehdä lopputyökseen kokonaisen

radiokanavan, joka toimisi kahden viikon ajan internetissä. (Tikkanen, haastattelu 22.2.2012.)



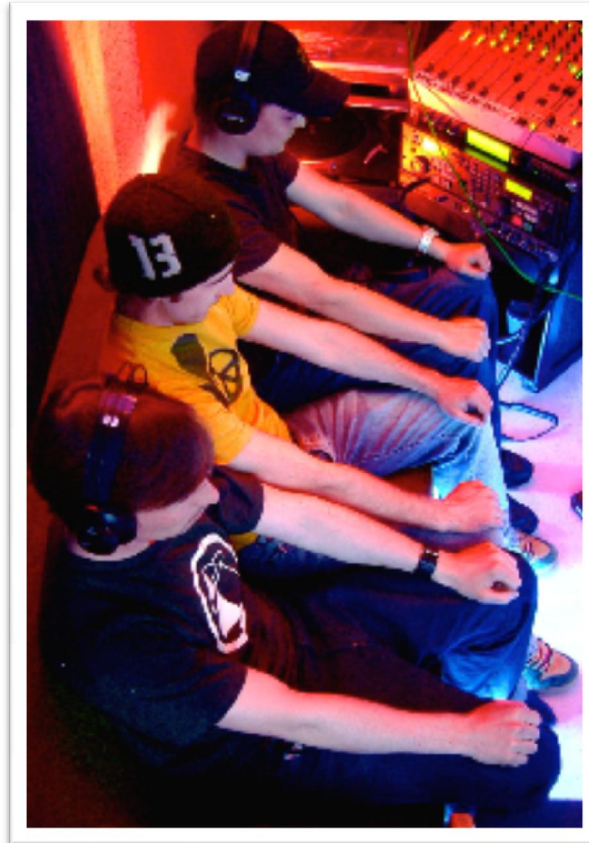
Kuvio 7. Bassoradion ensi vaiheita. Kuva: Ville Tikkanen.

Bassoradion ensimmäinen lähetys, ei ollut Tikkasen mukaan "mikään megaspektaakke-
li" (Tikkanen, haastattelu 22.2.2012). Ensimmäisen lähetyksen aikana kellään ei ollut aavistustakaan siitä, mihin tämä kouluprojekti johtaisi. Päällimmäisenä ajatuksena oli-
kin vain hoitaa kouluprojekti pois päiväjärjestyksestä. Yksi merkittävistä tapahtumista
tuon kahden viikon aikana oli Helsingin Sanomien Nyt-liitteen julkaisema artikkeli kah-
den viikon radioprojektista. Muun muassa sen ansiosta Bassoradion serverit ylikuormit-
tuivat kuulijoista, ja toimitus täyttyi palautteesta ja innostuneiden alan harrastajien
postista.

Jo sen kahden viikon aikana me alettiin tajuta, että tässä on nyt jotain spessua,
jotain mitä on kaivattu. Ja tajuttiin, että pakko tätä on jatkaa. Sen kahden viikon
projektin jälkeen me pidettiin viikko taukoa, ja sen jälkeen Bassoradio on pyöri-
nyt 24/7 tähän päivään saakka. (Tikkanen, haastattelu 22.2.2012.)

Bassoradio alkoi saada paljon muutakin mediahuomiota. Tikkasella oli rutkasti kontakteja tapahtumanjärjestäjänä, eikä ohjelmaa ja sen tekijöitä ollut vaikea saada mukaan.

Se oli meidän kolmen [Tikkasen, Rauhalan ja Grotenfeltin] laajat ystäväpiirit, jotka jotenkin hausalla tavalla sekoittui keskenään. Silloin se oli oikeasti todella yhteisöllistä meininkiä. Kukaan ei millään tavalla ajatellut rahaa tai bisnestä. Haluttiin vaan jatkaa radion toimintaa. (Tikkanen, haastattelu 22.2.2012.)



Kuvio 8. Bassoradion studiossa Vallilassa. Kuva: Ville Tikkanen.

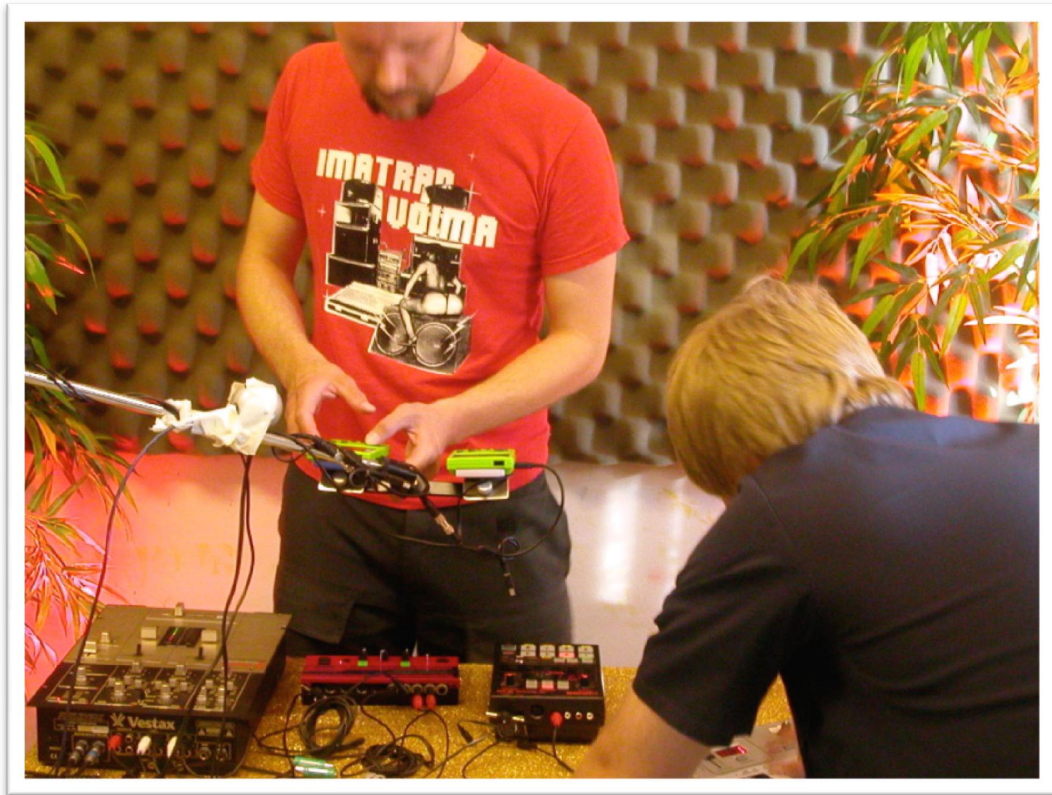
Ilmapiiri oli sillä tavalla tosi suotuista, että oli helppo esimerkiksi hypätä tuosta vaan yrittäjäksi. Mulla tosin oli jo jotain kokemusta ja oma toiminimi, mutta sillä tavalla, että sä uskallat heittäytyä siihen, että tämä on nyt sitä mitä teet kokopäiväisesti. Se taloudellinenkin tilanne oli varmaan sillä tavalla mahdollistavampi. Myös se vaikutti, että oli helppo saada mainostajia messiin vaikka me oltiin joku ihan super pieni juttu. (Tikkanen, haastattelu 2.22.2012.)



Kuvio 9. Bassoradion tilat Vallilassa. Kuva: Ville Tikkanen

Bassoradiossa mainostikin monia pieniä ja marginaaliyleisölle suunnattuja yrityksiä, kuten esimerkiksi kasvatustarvikeliike Viherpeukku. Suurin ja tärkein Bassoradion sponsoreista oli Sinerbrycoffin energijuoma Battery myös senkin takia, että sitä kautta toimitukselle karrättiin jatkuvasti "ihan älyttömästi bisseä". (Tikkanen, haastattelu 22.2.2012.)

Bassoradio toimi vuoden ajan pelkästään nettiradiona. Vuonna 2005 Bassoradion yksi-vuotissyntymäpäivien kunniaksi järjestetyssä tapahtumassa La Tour -ravintolassa juhlittiin myös ensimmäistä FM-taajuuslähetystä. Viestintäministeriö oli myöntänyt Bassoradiolle kesäksi lyhytaikaisen radiotoimiluvan pääkaupunkiseudulle. Tämän kolmen kuukauden toimiluvan jälkeen Bassoradiolle myönnettiin jatkuvasti uusi samanmittainen tilapäinen toimilupa aina vuoteen 2007 asti. "Se on mun mielestä vaan jotenkin hienoa, että Viestintäministeriö kuitenkin näki meidät niin, että tämä on ihan oikea juttu ja, että tälle on joku kanavapaikka lohkaistava." (Tikkanen, haastattelu 22.2.2012.)



Kuvio 10. Teknistä säätöä Bassoradion tapaan. Kuva: Ville Tikkanen.

Tikkanen uskoo, että Bassoradion suosio ja sen ajan Dj-kulttuuri ruokkivat toisiaan. Vaikka 2000-luvun alussa helsinkiläinen Dj-kulttuuri alkoi nousta pintaan, oli silloin vielä vähän ravintoloita, joissa soitettiin esimerkiksi elektronista tai hiphop-musiikkia. Bassoradion radiotoiminnan ohella Tikkanen jatkoi tapahtumien järjestämistä, ja nämä kaksi mediaa, tapahtumat ja radio olivat Tikkanen mukaan vähintään yhtä tärkeitä. Isompien keikkojen lisäksi järjestettiin myös paljon tiheämmin pienempiä klubeja, joissa tuotiin esille radion tekijöitä. Bassoradio järjesti myös vuosittain urbaanin musiikin ja kulttuurin gaalan Basso Gaalan (myöhemmin Basso Music Awards), jossa palkittiin yleisäänestyksen perusteella aina vuoden merkittävimmät tekijät ja ilmiöt. Ehkä suurin tapahtuma oli Sinerbrycoffin puistossa järjestettävä Basso Festivaali, joka keräsi Suomen hiphop ja elektronisen -musiikin kärkinimet yhteen yhdeksi kesäpäiväksi. (Tikkanen, haastattelu 22.2.2012.)

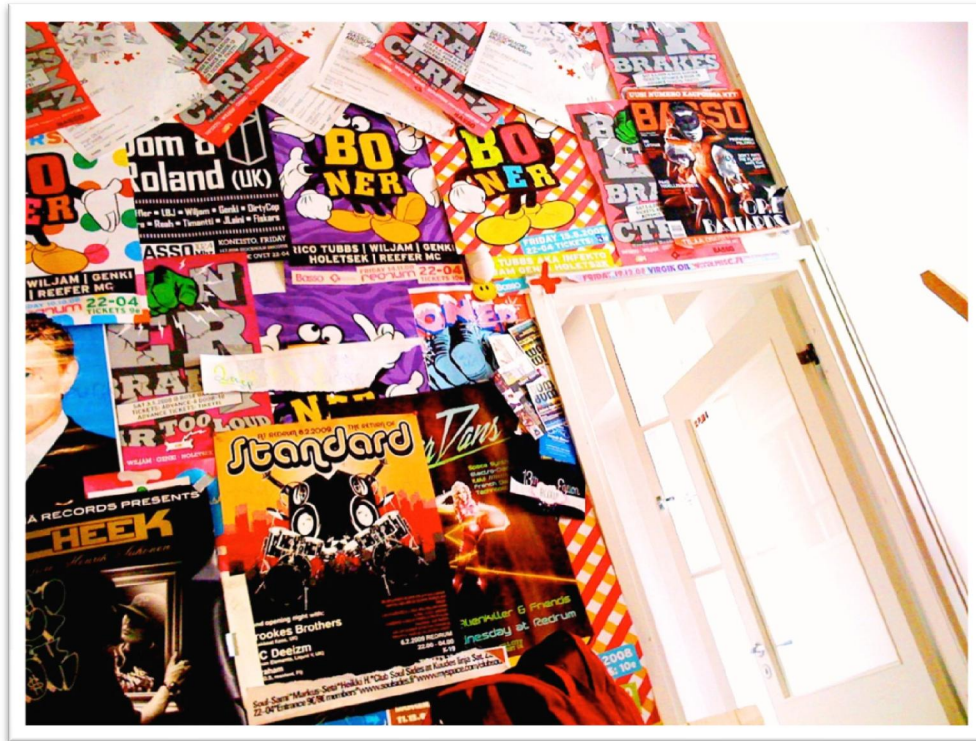
4.3 Suuri yhdistyminen – Basso media

Loppu vuodesta 2004 alkoi yhdistymisen merkkejä olla ilmassa. Mainostoimisto The Fried Design Oy, joka toimi silloisen Posse-lehden taustalla, aloitti yhteistyön myös hiphoppiin keskittyvän Suomihiphop.com -nettisivuston kanssa. Yhdistymisen myötä nimi muuttuikin Posse.fi-nettisivustoksi. Noin vuosi tämän jälkeen vuoden 2006 alussa alettiin suunnitella seuraavaa yhdistymistä (Tikkanen 2012). Maaliskuussa 2006 järjestetyssä Basso Gaalassa juhlittiin Bassoradion ja Fried Design Oy:n yhdistymistä Basso Mediaksi. Nykyään Oy Basso Media Ltd:n toimitusjohtajana toimivan Jan Zapasnikin mukaan kaikki tapahtui periaatteessa yhdessä illassa:

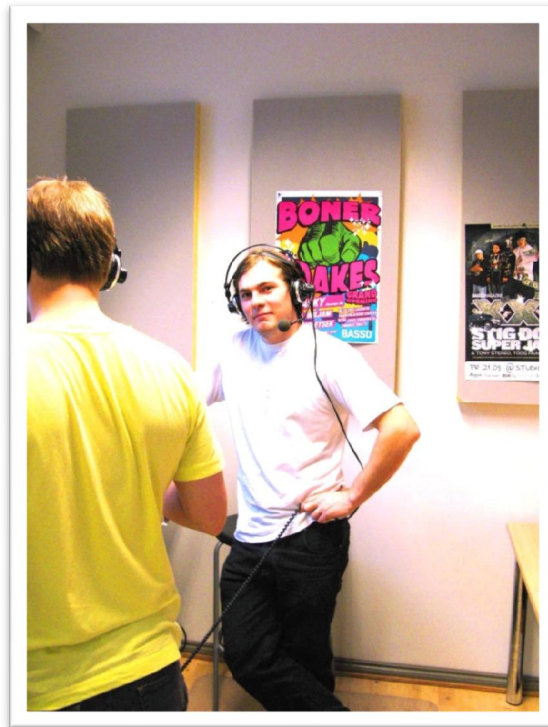
Se oli tietyn sukupolven tarvetta lyöttäytyä yhteen. Kaikissa näissä medioissa oli kuitenkin enemmän tai vähemmän sama kaava, eli nuoria, innokkaita, luovia ihmisiä, jotka halusivat vastata kysyntään. Mä aloin sitten toimia ikään kuin sillanrakentajana näiden kaikkien välillä. (Zapasnik, haastattelu 16.12.2011.)

Käytännössä kaikki tapahtui noin kuukautta myöhemmin, kun asia virallistettiin patentti- ja rekisterihallituksessa. Syntyi Basso Media, jossa yhdistyivät siis käytännössä suomihiphop.com-nettisivusto, Posse-lehti ja Bassoradio. Tunnelma oli Zapasnikin mukaan innostunutta ja kaikki tuntui mullistavalta. Yhteisen sävelen löytäminen ja ”organisatorinen integrointi”, niin kuin Zapasnik asiaa itse kuvailee, olivat sitten toinen asia. (Zapasnik, haastattelu 16.12.2011.)

Oletettiin, että kaikki muutkin on ihan yhtä innoissaan siitä, kuinka mullistavaa tää on, että kulttuuriyhteisöt yhdistyy. Käytännössä se ei ollut ihan niin helppoa, kun alettiin yhdistämään niin räppärit kuin teknopäätkin, punkkareiden ja drum'n'bass diggareiden kanssa. (Zapasnik, haastattelu 16.12.2011.)



Kuvio 11. Punavuoren radiostudion äänieristeet. Kuva: Tuomas Tuomi-Nikula.



Kuvio 12. Tuke Punavuoren studiossa. Kuva: Vuokko Salo.

Zapasnik kuvailee nuorta Bassoa "yhteisölähtöiseksi mediaksi", sillä kaiken lähdettyä niin pitkälti ruohonjuuritasolta ei sovi puhua yrityksestä tai yhtiöstä, vaikka se Bassosta tuli: osakeyhtiö (Zapasnik, haastattelu 16.12.2011). Basso-lehden ensimmäinen päätoimittaja Jan Zapasnik on toiminut Basso Median toimitusjohtajana vuodesta 2008 alkaen. Bassoradion avoimen yhtiön toimitusjohtaja Ville Tikkanen siirtyi yhdistymisen jälkeen Basso Median varatoimitusjohtajan paikalle. Hän toimi myös vuoteen 2010 saakka Bassoradion kanavajohtajana. Nykyään Tikkanen on 3D-projisointeihin erikoistuneen yrityksen Mural Median toimitusjohtaja sekä jatkaa Dj-uraansa ja tapahtumanjärjestämistä. Posse-lehden toinen perustaja Raine Ruoppa vaikutti Basso Median hallituksessa tammikuuhun 2012 saakka. Basso Median AD:n tehtävissä hän toimi aina vuoteen 2009 asti. Ilkka Uotila jatkoi Suomihiphop.comin yhdistyttyä Possen kanssa verkkopalvelun kehittämistä ja Basso Mediassa hänestä tuli yhtiön osakas. Hän jatkoi myös Basso Mediassa verkkosivuston kehittämistä ja toimi varatoimitusjohtajana vastaten koko yrityksen operatiivisesta toiminnasta. Nykyään hän toimii digitaalisen markkinoinnin suunnittelu- ja tuotantotoimisto Robotin suunnittelijana.

Vuonna 2012 Basso Media koostuu siis Bassoradio-radiokanavasta, Basso-lehdestä ja Basso.fi-nettisivustosta, jolla toimii myös Basso Televisio ja keskustelufoorumi. Basso-lehti on neljä kertaa vuodessa ilmestyvä noin 200-sivuinen eepos, pikemminkin kirja, kuin lehti. Se käsittelee asioita laidasta laitaan aina musiikista filosofiaan ja yhteiskunnan epäkohdista pinnallisiin muoti-ilmiöihin. Basson nettisivusto ikään kuin kokoaa kaikki mediat yhteen. Lehden kirjoittajat ja valokuvaajat julkaisevat juttujaan myös netissä, ja Bassoradiota voi kuunnella sivuston kautta nettistreamina. Näiden lisäksi sivustolla toimii Basson keskustelufoorumi ja Basson televisio, joka on vuosien saatossa koonnut yhteen kaikkea politiikka-aiheisista haastatteluista musiikkidokumentteihin ja kokkausohjelmiin. Basso Media luopui vuonna 2009 tapahtumienjärjestämisestä kokonaan.

Zapasnikin mukaan yksi yhdistymisen syy oli se, että vuonna 2006 vakituiset radiotoimiluvat olivat uudelleen jaossa ja toivottiin, että yhdessä isommalla organisaatiolla niiden saaminen olisi mahdollisempaa. Ja niinhän se olikin. Zapasnik toteaa, että radiotoimiluvan saaminen on yksi Basso Median ja Bassoradion historian ratkaisevimpia elementtejä ja hetkiä. Hänen mukaansa sen kautta niin tekijöille kuin yleisöllekin on

annettu hyväksyntä. "Tälle kulttuurille on ikään kuin haluttua antaa tilaa, tunnustusta. Jotenkin sen avulla tää kaikki on paljon salonkikelpoisempaa." (Zapasnik, haastattelu 16.12.2011.)

Toinen suuri tekijä Basson menestystarinassa on ollut se, että mainostajat ovat luottaneet Bassoon. Tästä ja muutenkin onnistuneesta mainostoiminnasta osoituksena ovat muun muassa vuoden 2010 Radio Gaalan "Vuoden paikallinen myyntitiimi" -palkinto ja Image-lehden "Vuoden riippumaton media" -titteli. Kolmanneksi Basso Median kriittiseksi aspektiksi Zapasnik mainitsee internetin. (Zapasnik, haastattelu 16.12.2011.)

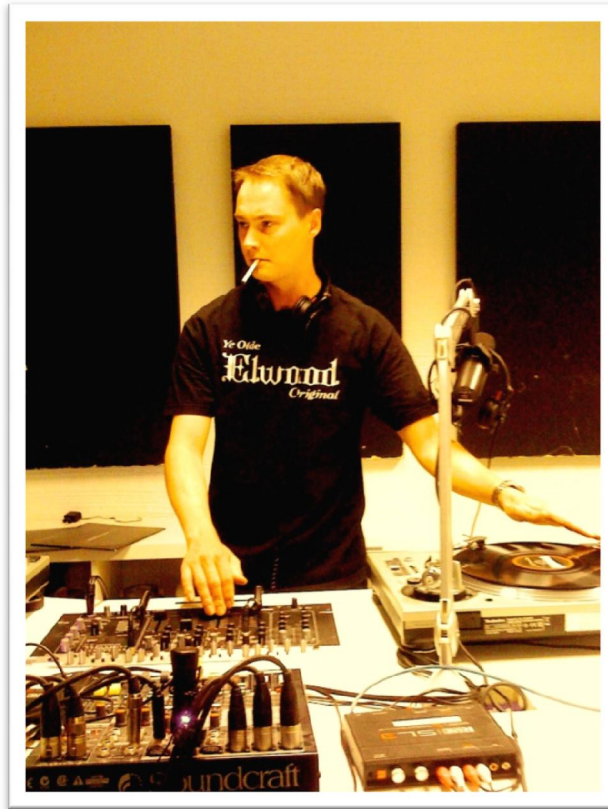


Kuvio 13. Punavuoren "hikikoppi" eli radiostudio. Kuva: Tuomas Tuomi-Nikula.

4.4 Prinsessa ja puoli valtakuntaa

Vuonna 2012 Basso otti seuraavan suuren askeleensa mediatalona. Viestintäviraston radiolupien uudelleenjaon seurauksena Bassoradiolle myönnettiin puolivaltakunnallinen radiotoimilupa. 2.1.2012 alkaen Bassoradion kuuluualue laajeni Helsingistä myös Tampereelle, Turkuun, Jyväskylään ja Ouluun.

Tämän kautta Bassoradiossa tehtiin suuri ohjelmakartan uudistaminen, ja paikallisradi-
on paikallisuus muuttui täysin. Zapasnikin mukaan paikallisuus Bassossa tulee tekijöi-
den kautta. Hän toteaaakin että, Basso ei ole tehty ”niinkään paikallisesti, vaan paikal-
listen ihmisten kanssa”. Kun tähän mennessä Bassoradion toiminta on ollut hyvinkin
pääkaupunkiseutu painotteista, niin nyt uusien kaupunkien myötä tekijöitä tulee mu-
kaan myös uusista kaupungeista. 120 Dj:n joukossa on nyt enemmän tekijöitä kuulu-
vuusalueeseen tulleista kaupungeista, heistä yhtenä esimerkkinä Turun oma Jori Hulk-
konen. ”Paikallisuus tulee siinä, ettei yritetä olla mitään muuta, kuin oikeasti ollaan.
Tehdään mediaa rehellisesti omana itsenämme. Paikallisuus on loppujen lopuksi todella
persoonallista, persoonakohtaista.” (Zapasnik, haastattelu 16.12.2011.)



Kuvio 14. Hikisen Iltapäivän juontaja Jusa Sörnäinen studiossa. Kuva Tuomas Tuomi-Nikula.

Uutta on myös paikka, uusi lokaatio Helsingin sisällä. Basso Media muutti vuoden 2012
alusta uudistuneeseen Kluuvin kauppakeskukseen. Bassoradion Helsingin sisäinen pol-
ku onkin kulkenut Vallilasta ensin Punavuoreen, sieltä Kallioon ja nyt siis Kluuviin. Myös
tällainen *paikallisuus* saattaa olla merkityksellistä. Zapasnikin mukaan on tärkeää, että

ympäristö on ammattimainen, mutta luova. Hänen mielestään lokaatiosta ei tulisi kuitenkaan päätellä liikaa.

Se on enemmänkin sivustakatsojan silmissä se ero. Aluksi me oltiin muka ylpeitä punavuorelaisia, sitten kun muutettiin tänne Sörnäisiin, niin jengi kelasi, että nyt Basso muuttuu rennoksi reggae-hippi-radioksi. Nyt sitten muututtaisiin kaupalliseksi Kluuvin myötä. Ei se nyt ihan niin mene. Tärkeintä on, että meillä on hyvä olla. (Zapasnik, haastattelu 16.12.2011.)



Kuvio 15. Hikisen Iltapäivän juontaja Tuke Sörnäisissä. Kuva: Tuomas Tuomi-Nikula.

Basso Median toimitusjohtaja toivoo, ettei mediatalo "taannu tavallisen tasolle", eli etteivät työnteko ja toiminta vakiintuisi tai vakavoituisi liikaa. Kauhukuva hänen mielestään olisi, että "tultaisiin toimistolle puvut päällä tepastelemaan".

"Jossei oo intohimoa, niin ei ole oikeestaan mitään. Virheitä saa tehdä matkan varrella, kunhan on sitä intohimoa." Zapasnikin mukaan tässä tulee esiin suurin haaste, sillä nuoruuden into ei voi jatkua ikuisesti, ja tämän hän tiedostaa myös itsensä kohdalla. Zapasnikin mukaan Basso on ennen kaikkea tekijöidensä media, joten tulevaisuudessa seuraava sukupolvi saattaa tehdä Bassosta jotakin aivan muuta. (Zapasnik, haastattelu 16.12.2011.)

5 Kaupunkiradio – kaupungin ääni

Radion merkitys suomalaisille on vaihdellut aina sivistäjän asemasta viihdyttäjäksi ja kansalaisliikkeiden ja vähemmistöryhmien äänitorvesta alakulttuurien marginaalimediaksi. Yleisradion monopoliajoista voisi kuvitella olevan kulunut jo ikuisuus, vaikka kaupunkiradioiden aikaa on eletty vasta alle 30 vuotta. Kuitenkin nykypäivän nuorelle kaupunkilaiselle kaupunkiradion olemassa olo tuntuu itsestään selvältä oikeudelta. Kaupunkiradion rooli, muoto ja tapa tehdä sitä ovat muuttuneet huomattavasti sen alkua ajoista, mutta kaupunkiradiot ovat silti pitäneet pintansa maamme muuttuvassa mediakentässä.

5.1 Monimedia

Nykypäivänä melkein media kuin media voidaan laskea monimediaksi. Vaikka monimediää ei edes lasketa oikeaksi sanaksi monissakaan sanakirjoissa, sitä on joka puolella. Monimediää voidaan kuvailla monen eri median käyttämisenä yhdessä joko samanaikaisesti tai yhteistyössä toistensa kanssa jonkinlaisen informaation välittämiseen. Tämä informaatio voi olla tieteellistä, taiteellista, faktuaalista, viihteellistä tai vaikka fiktiivistä. Monimedia voi esiintyä esimerkiksi tekstin, kuvan, äänen tai näiden yhdistelmän muodossa.

Basso Media merkitsee eri ihmisille eri asioita. Toisille *Basso* on radio, toisille lehti ja toisille nettifoorumi. Monet tietenkin käyttävät näitä kaikkia medioita monimediallisena alustana, mutta eivät kaikki ”Basson kuluttajista”. *Basso* on ehdottomasti monimediallinen mediatalo. Sen eri medioiksi voidaan laskea lehti, radio, nettitelevisio, nettisivusto, nettifoorumi ja alkuvaiheessa tapahtumat. Vaikka nykyään on aivan tavallista ja lähes pakollista, että jokaisen radiokanavan tai lehden yhteydessä on näitä kaikkia medioita, ei se kuitenkaan vielä 2000-luvun alussa ollut itsestään selvää. Basso voidaan mielestäni pitää monella tapaa suomalaisen monimedian yhtenä edelläkävijöistä.

Radio Cityä voidaan myös soveltaa tähän teoriaan. Vaikka Radio Cityn alkuaikoina ei vielä ollut mahdollista esimerkiksi internetin avulla tehdä näin monimuotoista monimediää, pitäisin Radio Cityä ja varsinkin Elävän musiikin yhdistystä ELMUa, teoriassa monimediallisena yhdistyksenä. Jos Basso Median monimediallisena alustana toimii Basso.fi-sivusto, joka kokoaa kaikki mediat yhteen, Lepakkoluolaa voidaan mielestäni pitää

Radio Cityn media-alustana. Lepakkoluolassa toimi aikoinaan Radio Cityn lisäksi muun muassa teatteriryhmiä, kirjakustannusyhtiö ja siellä järjestettiin lukuisia konsertteja ja tapahtumia. Mielestäni kaikki Lepakossa järjestetyt pajat, kirpputorit ja bileet voidaan helposti laskea sen aikaiseksi monimediaksi tai ainakin kulttuuritapahtumiksi, jotka taas ovat merkittävä osa kaupunkikulttuuria.

Tapahtumat ovat olleet erittäin suuressa osassa molempien esimerkkiradioidemme toimintaa sekä historiaa. Radio Citylle musiikkitapahtumilla oli eteenpäin sysäävä vaikutus. Elävän musiikin yhdistyksen toiminta alkoi hyvin pitkälti tapahtuman järjestämisenä. Yhtenä perimmäisistä motiiveista ELMUn taustalla oli silloisen ”klubiscenen elvyttäminen”, kuten myöhemmin Radio Cityn toimitusjohtajana toiminut Christian Moustgaard asian ilmaisee ELMUn kymmenvuotisjuhlajulkaisussa. Pelkästään ensimmäisen vuoden aikana ELMUn klubeilla esiintyi yhteensä yli 700 muusikkoa. (Lindfors & Salo 1988, 24.) Esimerkiksi Lepakkoluolan konsertit ja Radio Cityn toiminta olivat fyysisestikin niin lähellä toisiaan, että ne usein yhdistyivät yhdeksi monimedialliseksi tapahtumaksi.

Vaikka Basso Media luopui vuoden 2009 taloudellisesti tappiollisen Basso Festivaalin jälkeen tapahtumanjärjestämisestä kokonaan, on tapahtumilla ollut merkittävä rooli mediatalon kehittämisessä. Varsinkin ennen suurta yhdistymistä ja Basso Median syntyä Bassoradion toinen media oli selvästi tapahtumat. Kuten perustaja Ville Tikkanen asian ilmaisi: ”Bassoradio oli kuin yksi suuri pitkään jatkuva tapahtuma muiden tapahtumien seassa”. Tikkasen mukaan tapahtumia markkinoitiin Bassoradion kautta ja myös päinvastoin, sillä tapahtumat ja klubit toivat usein esiin juuri radion tekijöitä. Samat Dj:t soittivat samalla nimellä samantyylistä musiikkia niin radiossa kuin tapahtumissakin. (Tikkanen, haastattelu 22.2.2012.) Tällaisessa tilanteessa markkinointi toimii myös molempiin suuntiin riippuen siitä, ovatko tekijät ennestään tuttuja radiosta vai klubeilta. Sama toimintatapa jatkuu Bassoradiossa tänäkin päivänä. Bassoradion noin 120 Dj:stä suurin osa on itse artisteja, tapahtumanjärjestäjiä ja levynpyörittäjiä. Esimerkiksi Paska Sohva -nimisen ohjelman tekijät toimivat tiskijukkina myös samannimisellä klubilla eri Helsingin ravintoloissa.

Nykyään samaa käytäntöä näkee sekä kuulee käytettävän useissa medioissa. Kyseinen toimintatapa on yleistä Bassoradion tapaan Dj-vetoisissa radioissa eli niissä radioissa,

joissa on useita eri tekijöitä ja, jotka eivät toimi ainoastaan soittolistaperiaatteisesti lähetysvirtaradioina. Esimerkiksi toisen helsinkiläisen paikallisradion Radio Helsingin juontajat toimivat usein Dj:inä Radio Helsingin järjestämällä klubeilla ravintola Kuudennella Linjalla, ja Radio Helsingin taajuuksilla taas kuullaan muun muassa Tavastia klubin Lauantaidiskon Dj:iden juontamaa ohjelmaa aina ennen itse Tavastian lauantaista tapahtumaa.

2000-luvun aikana on ollut paljon puhetta printtimedian suosion laskusta. On jopa ennustettu, että lehtien printtiversiot häviäisivät kokonaan, ja lehdet siirtyisivät ilmestymään ainoastaan nettiin. Näin ei kuitenkaan ole käynyt Suomessa. Vaikka internet ja sitä kautta verkkolehdet sekä -julkaisut ovat lähes jokaisen suomalaisen saatavilla, vaikuttaa siltä, että suomalaiset eivät ole hylkäämässä printtimediaa. Paperilehdet ovat edelleen vuonna 2012 suosituin lukemistapa, sillä lähes jokainen suomalainen, noin 96 prosenttia, lukee jotain painettua sanoma- tai aikakauslehteä viikoittain (KMT 2012). Vaikka nettilehtien lukijamäärät ovat koko ajan nousussa, ne eivät ole rokottaneet printtiversioiden lukijakuntaa kuin muutamia prosenttiyksiköitä vuodessa (KMT 2012).

Vaikka Basso Media on nuorekas, urbaani ja ajan hengessä, ei sekään ole hylännyt printtimediaa. Basso-lehden levikki on noin 10 000 aina numeroa kohden, ja lehdellä on noin 45 000 lukijaa (Basso 2012). Basso-lehden uudistuksen jälkeen ja sen ilmestymistiheyden kutistuttua neljään kertaan vuodessa myös sen käyttötarkoitus ja -tapa muuttui. Basso-lehdestä tuli enemmän aikaa kestävä kirjamainen teos, kuin pikakulutukseen tarkoitettu lehti. Tästä kertoo myös se, että noin 60 prosenttia Basso-lehden lukijoista pitää lehteä nykyään arvokkaana ja kertoo säilyttävänsä numerot vuosia (Basso 2012).

Monimedian ehkä syvimmän olemuksen tuo esille internet. Sen käyttö soveltuu monien eri medioiden alustaksi, se on lähes kaiken yleisön saatavilla ja sen ylläpito on halpaa. Suomi ja suomalaiset netin käyttäjät ovat internetin käytön yleisyydessä lähellä Euroopan kärkeä (SVT 2011a). Internet on myös noussut yhdeksi käytetyimmistä medianseuraamisvälineistä. Esimerkiksi vuonna 2011 nuorista aikuisista noin 93 prosenttia ja kaikenikäisistä pääkaupunkiseutulaisista 83 prosenttia käytti internettiä verkkolehtien lukemiseen tai nettitelevisiion katseluun (SVT 2011b). Basso Median kohdalla netti on edelleen erittäin merkittävässä osassa. Bessoradion kuuntelijoista 76,8 prosenttia kuun-

telee kanavaa nettisivuston kautta. Basso.fi -sivustolla on keskimäärin noin 100 000 käyntiä viikoittain ja sen viikkosivunäyttö kerrat nousevat jopa 500 000:een. (Basso 2012.)

Suomihiphop.com-sivuston perustajan Ilkka Uotilan mukaan Basson suurin kilpailuetu on aina ollut ja on edelleen sen aktiivinen nettisivusto ja varsinkin siellä keskusteleva yhteisö. Tämä on vahvuus, jota resurssit eivät tuo mukanaan. (Uotila, haastattelu 29.2.2012.)

Netti pitää nähdä laajempänä kokonaisuutena kuin yksi kanava muiden joukossa, internet on muuttanut ja muuttaa edelleen koko mediabisneksen mallin - enemminkin tai myöhemmin. Mainosrahan on jo tiensä nettiin löytänyt, mutta mm. miten saada kuluttajat maksamaan sisällöistä on edelleen iso kysymys. Ylipääntänsä mediayhtiön rooli kuluttajalle on muuttunut: informaatiota saa ihan Googlessa niin paljon kuin jaksaa hakea, mitä lisäarvoa mediayhtiö voi kuluttajalle tuottaa jos informaatio on ilmaista ja jakelukanava avoin...? Näiden kysymysten kanssa painitaan kansainvälisesti. (Uotila, haastattelu 29.2.2012.)

Myös Zapasnik näkee netin Basson yhtenä suurimmista vahvuuksista: "Kaikki mediat ja mediayritykset yrittää nykypäivänä päästä sosiaaliseen mediaan. Basso taas on lähtöisin sieltä. Siinä me ollaan edellä." Hänen mukaansa internet on Basso Median toiminnan mahdollistaja. Se on myös Basso Median käyttäjien ykkösmedia. (Zapasnik, haastattelu 16.12.2011.)

5.2 Kaupallisuus

Suomen ensimmäinen kaupallinen radio eli mainosradio Radiola perustettiin jo ennen Yleisradion radiomonopolin alkua. Vuonna 1924 perustettu Radiola toimi ainoastaan puolen vuoden ajan, ja seuraavaa mainosradiota saatiin odottaa noin reilu kuusikymmentä vuotta. (Kemppainen 2011, 24.) Esimerkkejä uusille mainosradioille saatiin ulkomailta. Esimerkiksi Radio Luxembourg lähetti musiikkipainotteista ohjelmaa mainostulojen ja sponsorien avulla. Monet Radio Luxembourgin suosituimmista kappaleista saivat myös suurta kaupallista menestystä, jonka seurauksena useat levy-yhtiöt rupesivat sponsoroimaan kyseistä kanavaa. (Mt. 56–57.) 1960-luvulla taajuuksia alkoivat vallata mainosrahoitteiset merirosvoradiot. Merirosvoradio nimitys tuli pääasiassa kahdesta eri syystä. Ensinnäkin siitä, että ne toimivat aluevesirajojen ulkopuolelta laivoista käsin, ja toiseksi, että ne käyttivät lähetystaajuuksia laittomasti. Myös merirosvoradiot

myivät ohjelma-aikaansa levy-yhtiöille. (Mt. 60.) Merirosvoradioista kuten Radio Nord, Radio Caroline ja toisen esimerkkikanavamme kaimasta Radio Citystä tuli nuorisokulttuurin ja populaarimusiikin sanansaattajia. Monet näistä olivat erittäin suosittuja varsinkin Pohjois-Euroopassa, joissa elettiin pitkään valtiollisten monopoliradioiden aikaa. Merirosvoradiot saivat osakseen myös paljon kulttimainetta laittoman toimintansa takia.

Monia merirosvoradioita voisi pitää kaupunkiradioidemme esi-isinä: ne toivat yleisön ulottuville uutta populaarimusiikkia ja kiinnittivät huomiota myös alakulttuureihin. Aina-kin Bassoradion ja Radio Cityn kohdalla kaupunkiradioita ja merirosvoradioita yhdistää anarkistinen ideologia. Ne toimivat myös teknisesti kotikutoisin keinoin, joka on yhdistävä piirre myös paikallisradioiden historiassa. Kaupunki- ja merirosvoradioita yhdistävä elementti on myös kaupallisuus. Merirosvoradioita voisikin mielestäni pitää mainosradioiden edelläkävijöinä.

Radio Cityn kohdalla kaupallisuus oli vapauden julistus: vapautumista Yleisradion kymmeniä vuosia kestäneestä monopolista. Kaupallisuus toi kuitenkin mukanaan ristiriitoja: Radio Cityn yksi piirteistä oli sen anarkistinen lähestymistapa radiontekoon, mutta toisaalta taas elettiin pintaliitokulttuurin ja juppiuden kulta-aikaa. Radio City nähtiin myös riippumattomana ja vapaana radiona, mutta mainostajien hankkiminen ja niiden säilyttäminen, joka oli relevanttia toiminnan jatkamisen kannalta, aiheutti ideologisia ristiriitoja. Lopulta monet kiistanalaiset vähemmistö- ja järjestöohjelmat saivat lähteä Radio Cityn taajuuksilta, ja vasta sitten kanavan talous alkoi kukoistaa. Mielenkiintoista on mielestäni jo silloin alkaneen Yleisradion ja kaupallisten radioiden vastakkainasettelu. Vaikuttaa siltä, että se on kääntynyt nykypäivänä pääläelleen. Nykyään kaupallista mediaa tunnutaan pidettävän vähemmän vapaana vaihtoehtona, kuin mainostajista vapaana olevaa ei-kaupallista mediaa.

Bassoradio toimi alusta alkaen mainosrahoitteisesti ja Basso Media jatkaa tänä päivänäkin toimintaansa mainosrahoitteisena mediana. Käytän sanaa mainosrahoitteinen kaupallisuuden sijaan, sillä mielestäni niiden välillä on selvä ero. Vaikka Basso Media on kaupallinen media, se on kuitenkin vapaa radio, sillä se ei ole minkään suuren yrityksen omistama. Vaikka Oy Basso Media Ltd on voittoa tavoitteleva yritys, se eroaa selvästi suurimmasta osasta tällä hetkellä Suomen radiokenttää hallitsevista mainosradioista.

Ennen Basso Median syntyä Bassoradion tapa hankkia mainostajia ja sponsoreita poikkesi alusta alkaen tavallisesta mainosmyynnistä. Kuten Tikkanen (2012) asian ilmaisee, sitä kohdeltiin kuin tapahtumaa ja sille haettiin enemmänkin sponsoreita kuin mainoksia. Myös Basso Median aikana mainosmyyntiä toteutetaan erilaisin metodein. Yhtenä osoituksena tästä on Basso Median mainostajille rakentama PopUp - radiokanavakonsepti. Kyseessä on vuonna 2010 lanseerattu konsepti, jonka ensimmäinen asiakas oli autovalmistaja Nissan, jonka Juke-automallin mukaan nimetty Juke FM kuului pääkaupunkiseudulla kesällä 2010. Tämän lisäksi myös muu mainosmyynti pyrkii innovatiivisuuteen. Basso Media ei ainoastaan myy tilaa nettisivuiltaan, radiostaan tai lehdestään, vaan tekee paljon yhteistyösopimuksia. Esimerkiksi Hartwallin sponsoroimana toteutettu Noste-kampanja johti Basso Television syntyyn. Lähtökohta Basso Median mainosmyynnin tyyliin löytyy mitä luultavimmin Oy Basso Media Ltd:tä edeltäneestä The Fried Desing Oy -yrityksestä, joka toimi myös mainostoimistona. Tälläkin hetkellä mainosmyynnin tyyliä voisi pitää mainostoimistomaisena. Tähän liittyy myös selvästi Basso Median monimediallinen toiminta. Ei siis hankita vai radiomainostajia ja tehdä 30 sekunnin mainosspotteja, vaan haetaan koko ajan myös uusia ratkaisuja ja ideoita mainostukselle (Zapasnik, haastattelu 16.12.2011).

6 Kaupunkikulttuuri – kaupungin omaa kulttuuria

Kaupunkikulttuuri ja kaupunkimedit näyttävät kulkevan useissa esimerkeissä käsi kädessä.

Jos tarkastelee näitä kahta esimerkkimediaa, Radio Cityä ja Bassoradiota, molempien kohdalla uuden musiikkigenren suosion nousu on ollut merkittävässä osassa kanavan syntyä. Molempien kohdalla on ollut tarve ja kysyntä, johon on syntynyt vastaus. Radio Cityn kohdalla siitä muodostui lopulta rock 'n' roll -radiokanavan tarjoaminen helsinkiläiselle rockkansalle. Bassoradiosta taas muodostui Dj-kulttuurin monitoimija sekä hiphop-kulttuurin ja elektronisen musiikin kanava niistä kiinnostuneille. Nykyään rock-, heavy- ja metallimusiikki on itsestäänselvyys suomalaisessa mediassa. Se, että suomalaisilla ei vielä vajaa 30 vuotta sitten ollut ainoatakaan rock 'n' roll -radiokanavaa on jopa hämmästyttävää. Nykypäivänä suomalaisia pidetään maailmalla todellisena ras-

kaamman rock-musiikin kansana lukuisien hevi- ja metallimusiikin vientiyhtyeiden ansiosta. Vaikka monet suomalaiset Dj:t ja koneellisen musiikin tekijät ovat suhteellisen suosittuja varsinkin muualla Euroopassa, ei elektronisesta musiikista ole tullut Suomessa valtavirtayleisön kulutustavaraa. Toisaalta suomiräp on selvästi ottanut paikkansa suomalaisen populaarikulttuurin valtavrassassa. Yhteistä Bassoradiolle ja Radio Citylle on ollut myös niiden historia eri alakulttuurien yhteen kokoajina.

Kaupunkikulttuuri nykypäivänä on viihtymisen kulttuuria. Kaupunkilaisen viihtymisen arkisimpiin muotoihin kuuluu kaupunkilainen kahvila- ja ravintolakulttuuri. (Mäenpää 2000, 18.) Kaupunkikulttuuria käsiteltäessä tuleekin usein törmänneeksi ravintolakulttuuriin. Kuten tässäkin opinnäytetyössä kaupunkikulttuuria usein kuvataan muiden muassa ravintoloiden avulla. En usko tämän tarkoittavan, että kaupunkikulttuuri olisi yhtä kuin ravintolakulttuuri, vaan pikemminkin, että ravintolakulttuuri on osa kaupunkikulttuuria. En kuitenkaan liittäisi alkoholin tai muiden päihteiden käyttöä kaupunkikulttuuriin. Näkemykseni mukaan ravintolat, baarit ja klubit vain usein toimivat areenana kaupungin kulttuurisille ilmiöille.

1980-luvun loppupuoliskolla helsinkiläinen ravintolakulttuuri alkoi kukoistaa ja vapautua viranomaislinjan ja anniskelun sääntelyn vapauduttua huomattavasti. Esimerkiksi myönnettyjen anniskeluoikeuksien lukumäärä nousi selvästi. (Ruoppila & Cantell 2000, 36.) Tämän lisäksi Alkolta poistettiin oikeus valikoida anniskeluoikeuksien kohteet, ja samalla anniskeluravintoloiden perustamiseen liittyvää byrokraattista paperisotaa vähennettiin uusien ravintoloiden perustamisen helpottamiseksi (Mt. 37). Ravintoloiden lisääntyessä ja anniskelun vapautuessa sekä anniskeluaikojen pidentyessä alkoholin kulutus loogisesti nousi. Varsinkin 1990-luvun lama-aikaa on pidetty Suomessa alkoholinkulutuksen runsauden aikana. Tämän lisäksi myös kaupunkimediat ovat usein toimineet kansan äänitorvina muun muassa anniskeluaikojen pidentämisen puolesta.

1980-luvun loppupuolisko ei sattumalta ollut Helsingin kaupunkikulttuurin syntymisen aika. Suomi alkoi kansainvälistyä 1980-luvun lopulla, ja esimerkiksi suomalaisten ulkomaanmatkailu lisääntyi huomattavasti. Varsinkin Helsinkiin alkoi välittyä ideoita muualta maailmasta siitä, miten kaupunkia voidaan käyttää kulttuurin puitteissa, ja millaista kaupunkielämä voi olla. Helsingin ravintolakartassa tämä on näkynyt ravintoloiden monipuolistumisella. Toisena kaupunkikulttuurin muodostumiseen vaikuttaneena ilmiö-

nä on pidetty kaupunkimedioiden lisääntymistä. (Ruoppila & Cantell 2000, 48.) Helsingiläistä mediamurrosta varten haettiin paljon vaikutteita ulkomaisista paikallismedioista. Vastaavasti sitten median moninaistumisen myötä uudet kaupunkimediat toivat juuri näitä ulkomailta opittuja ideoita ja esikuvia suuremmalle yleisölle.

Helsinki on toiminut synnyinsijana niin kaupunkimedioille, joita tässä tutkimuksessa on käsitelty, mutta myös kaupunkikulttuurin ilmiöille, joita tutkimus nostaa esiin. Tämän opinnäytetyön Helsinki-keskeisyys ei kuitenkaan tarkoita, että kaupunkikulttuuria olisi vain Helsingissä. Siihen, että kaupunkikulttuurin ja kaupunkimedioiden nousut ovat tiukasti kiinni nimenomaan Helsingissä, on varmasti lukuisia syitä. Päällimmäisenä tietenkin geografiset ja demografiset vaikuttimet: pääkaupungin asema, sijainti, väestön keskittyminen ja sen rakenne. Kulttuuria kuitenkin luodaan ennen kaikkea kaupungeissa, kaikissa kaupungeissa. Kaupunkeja on kautta aikojen pidetty kulttuurin tyyssijoina varsinkin kaupunkien tuoman vapauden vuoksi. Kulttuurin perimmäisenä voimana voidaan pitää uuden luomista, ja kaupungeissa on usein enemmän mahdollisuuksia uuden luomiseen. Näitä ovat muuan muassa yliopistot, korkeakoulut, teatterit, taidekeskukset tai musiikkitalot. (Allardt 1988, 25.)

Kaupunkeja voidaan pitää myös alakulttuurien ja pienempien ryhmien sekä alojen kannalta suotuisina luomisympäristöinä, sillä saattaa olla, että niitä on mahdollista harrastaa tai opiskella vain suuremmissa kaupungeissa. Esimerkiksi kun elektronisen musiikin Dj-kulttuuri 2000-luvun alussa oli erittäin keskittynyttä Helsinkiin (Tikkanen, haastattelu 2012) alakulttuurin tekijöitä alkoi kerääntyä yhä enemmän pääkaupunkiseudulle, jolloin sen kukoistus keskittyi yhä enemmän Helsinkiin. Pitäisin Helsingin asemaa kulttuurin luomisessa merkittävänä sen kokoavan voiman vuoksi. 1960–1970-luvuilla alkaneen teollinen yhteiskuntamurroksen (Pentikäinen 1988, 13) sekä 1990-luvun alun laman vaikutuksesta suuriin kaupunkiin suuntautuneen muuttoliikkeen vaikutuksesta pääkaupunkiseutu jatkaa paisumistaan edelleen. Tämän lisäksi myös huomattava määrä kulttuurialan oppilaitoksista sijaitsee pääkaupunkiseudulla. Tämä taas on vaikuttanut kaupunkimedioiden syntyyn, sillä esimerkiksi Basso Median tapauksessa Bassoradio sekä Posse-lehti ovat saaneet alkunsa opiskelijoiden toteuttamasta kouluprojektista.

Kaupungilta odotetaan myös elämyksellisyyttä, joita sisältävät muun muassa urbaanit juhlat sekä kaupungin kollektiiviset rituaalit. Yhteinen julkinen esillä oleminen sekä läs-

näolo ovat uuden sosiaalisuuden muotoja, jotka vallitsevat kaupungissa ja tulevat esille varsinkin erilaisissa uuden ajan kaupunkitapahtumissa. (Mäenpää 2000, 18.) Kaupungeista ei enää tarvitse lähteä pois, jotta päästäisiin festareille, vaan festivaalit ovat nykyään osa kaupunkia. Kaupunkifestivaali termiä kuulee nykyään käytettävän lukuisien erilaisten tapahtumien kohdalla. Kaupunkifestivaalista on tullut 2000-luvulla uusi käsite, joka voi tarkoittaa esimerkiksi kaupunkitapahtumia, kaupunginosajuhlia sekä tietenkin suuria konsertteja kaupungin rajojen sisällä. Kuitenkin tämän kaupunkifestivaalinimikkeen ansaitsemiseen näyttää liittyvän tiettyjä ehdonalaisuuksia. Vaikuttaa siltä, että sen käyttöön liittyy ehto urbaanuidesta ja korostetusta kaupunkilaisuudesta.

Tarkasteltaessa helsinkiläisiä kaupunkifestivaaleja tulee usein törmänneeksi erääseen yhteiseen nimittäjään: Helsingin Juhlaviikkoihin. Helsingin Juhlaviikot ovat tuoneet helsinkiläiselle festivaalikalenteralle muun muassa Art Goes Kapakka -ravintolafestivaalin, Flow-festivaalin ja UMO Jazz -festivaalin. Helsingin Juhlaviikkojen edeltäjää Sibeliusviikkoa juhlittiin vuosina 1951–1965 (Silvanto & Oinaala 2007, 30). Ensimmäisiä Helsingin Juhlaviikkoja vietettiin vuonna 1968, jolloin keväällä vietettyjen tapahtumien tyyli keskittyi lähinnä klassiseen musiikkiin, oopperaan ja balettiesityksiin (mt. 34). Vasta 1970-luvun puolella Juhlaviikkojen esiintyjäkaartiin alettiin saada kevyempää populaarimusiikkia, kun viikoilla esiintyivät muun muassa Wigwam, Elvis Costello sekä Dr. Feelgood (mt. 35). Myös vuodesta 1974 lähtien järjestetyt Kaivopuiston konsertit kuuluivat Helsingin Juhlaviikkojen enemmän nuorisolle suunnattuun tarjontaan (Silvanto 2007, 12). Kaivopuiston konserttien sarjaan liittyi vuonna 1978 ELMUn järjestämä kansanjuhla. 1980-luvun lopulta lähtien lukuisat ilmaistapahtumat ovat olleet merkittävä osa Helsingin Juhlaviikkoja niistä suurimpana vuonna 1989 ensimmäisen kerran järjestetty Taiteiden yö.

Maksullisten ja kaupallisten tapahtumien lisäksi 2000-luvun Helsinki on täynnä lukuisia ilmaistapahtumia. 1990-luvulla uusia muotoja löytäneet kaupunginosatapahtumat ovat jatkaneet kasvuaan ja saaneet sangen suurta suosiota osakseen. Vaikuttaa myös siltä, että kaupunginosatapahtumat ovat levittäytyneet yhä laajemmin Kallion, Kumpulan ja Käpylän kaltaisilta alueilta esikaupunkialueille ja lähiöihin. Ensimmäisen kerran vuonna 2003 järjestetty KontuFest tai KontuFestari on kerännyt alusta saakka noin parikymmentätuhatta vierailijaa. Jalkapalloseura FC Konnun alun perin järjestämä tapahtuma on oiva esimerkki siitä, kuinka kaupunginosan omat asukkaat ovat ottaneet ohjat kä-

siinsä. KontuFestarin yhtenä meriittinä on myös pidetty sen kaupunginosallensa luomaa positiivista imagoa. (Merimaa 2007, 116.) Suhteellisen suurta median kiinnostusta herätti kesäkuussa 2011 järjestetty Tapulipäivä. Tapulikaupunki Seuran ja vapaaehtoisten osallistujien järjestämä yhden päivän tapahtuma keräsi Pohjois-Helsinkiin arvioiden mukaan satoja kävijöitä. Täysin talkoovoimin järjestetty koko perheen tapahtuma sai paljon huomiota miljoonia katselukertoja YouTube-verkkovideopalvelussa keränneen räppryhmän, SMC Hoodratsin esiintymisen ansiosta.

Uusina esimerkkeinä helsinkiläisestä yhteishengestä ovat *Block Partyt*, joita on Helsingin keskustan alueella juhlittu viime vuosina Punavuorella ja Kalliossa. Block Partyt eli *korttelijuhlat* tai *katujuhlat* ovat pääsymaksuttomia, vapaaehtoisvoimin usein kaupunginosa- tai asukasyhdistyksien järjestämiä musiikki-, kulttuuri- ja yhteisötapahtumia. Punajuuri Block Party järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 2010 Punavuoren alueella ja tapahtuma oli suuri menestys. Vuonna 2011 Kalliossa järjestettiin ensimmäiset korttelijuhlat, kun vapaamuotoisen yhteisön Kallio Liikkeen organisoimana musiikki ja kulttuuri valtasivat Kallion kadut yhdeksi kesäpäiväksi.

Mielestäni kaupunginosatapahtumat tuovatkin esille sen, mistä helsinkiläisessä kaupunkikulttuurissa on kyse. Ensinnäkin ne ovat yhteisölähtöistä, pienen piirin aloitteesta lähtenyt hyväntahtoista toimintaa. Merkittävää niin kaupunkikulttuurissa, kuin kaupunginosatapahtumissa on se, ettei niissä ole selkeää johtavaa organisaatiota. Ne eivät ole syntyneet ylhäältäpäin tulleesta byrokraattisesta käskystä, vaan ne lähtevät kaupunginosan tai kaupungin omien asukkaiden omasta aloitteesta. Kaupunginosatapahtumissa korostuu myös se, ettei kulttuurin tekeminen tai järjestäminen kuulu vain ammattilaisille, vaan jokainen voi luoda sitä. Oli se sitten ammattimaisin ottein tai kotikotoisin keinoin järjestettyä se on mahdollista kaikille. Kuten kaupunginosatapahtumissa myös kaupunkikulttuurissa on keskeisessä asemassa kotiseutuhengen luominen. (Merimaa 2007, 110–112.) Lopuksi ne molemmat ovat myös kaikille suunnattuja, sillä kuten kaupunginosajuhlatkin, myös kaupunkikulttuuri heijastelee alueen asukasrakennetta ja -ryhmiä. Ne siis ovat sitä, mitä kaupungin asukkaat siitä tekevät.

7 Yhteenveto ja pohdintaa

Vuoteen 2012 mennessä kaupunkiradiot ovat jo kulkeneet pitkän matkan ja kokeneet monia yhteiskunnallisia sekä teknisiä muutoksia, vaikka ensimmäisen kaupunkiradion perustamisesta onkin kulunut vasta kolmisenkymmentä vuotta. Mielestäni onkin mielenkiintoista, kuinka näin nopeassa ajassa on tapahtunut näin paljon muutoksia, sillä ennen kaupunkiradioiden tuloa, Yleisradion monopoliaseman aikana, suomalainen radiokenttä pysytteli lähes samanlaisena jopa 60 vuoden ajan. Nyt taas tuntuu, että radiomaailman muutos on melkein päällä jatkuvasti.

Kaupunkiradioiden asema on mielestäni laajentunut 1980-luvun jälkeen myös Helsingin ulkopuolelle. Kaupunki käsitteenä ei ole enää niin rajatun oloinen. Se on myös laajentanut käsitettä paikallisuudesta. Vaikka täysin valtakunnallisten radiokanavien määrä Suomessa ei ole mikään päätä huimaava, on mielestäni puolivaltakunnallisten radiokanavien määrä ja laatu merkki siitä, että pääkaupunkiseutu-maaseutuvastakkainasettelu on (vihdoin) hiipumassa. Nähdäkseni juuri Bassoradion puolivaltakunnalliset radioluvat ovat tästä oiva esimerkki.

Paikallisuuden käsitettä hämmentää myös internetradioiden suuri määrä ja suosio. Nykypäivänä lähes jokaista radiokanavaa voi kuunnella myös internetin kautta. Kun pystyy kuuntelemaan esimerkiksi pienen englantilaisen kaupungin Yorkin paikalliskanavaa BBC Radio Yorkia täällä Suomessa, kanavan paikallisuus muuttuu heti. Toisaalta myös radion käyttötavat ja -tarkoitukset ovat muuttuneet merkittävästi. Formaatti-, lähetysvirta- sekä soittolistaradioiden tultua kuvioihin radionkuuntelun merkitys ja tavoitteet ovat lisääntyneet. Tässä kohtaa tulee esille se, mitä radiot kullekin nykypäivänä merkitsevät: musiikkia, uutisia, keskusteluohjelmia, liikennetiedotuksia, ainoastaan tietyn genren musiikkia, upouutta musiikkia, urheilua, kaikkea tätä yhdessä vai jotain aivan muuta. Tulevaisuuden radion muotoja, merkityksiä ja tyylejä voi vain arvailla tässä teknisen kehityksen nopeasti muuttuvassa maailmassa.

On arvioitu, että 2000-luvulla on tehty maailmanlaajuisesti enemmän musiikkia kuin ennen vuotta 2000. Tämä kuulostaa aivan käsittämättömältä, ja kyseessä onkin vain arvio. Se kuitenkin perustuu tekniikan kehittymiseen, juuri niin sanottuun Bedroom Revolutioniin, siihen, että lähes kaikilla on nykyään tietokoneet ja niissä on erilaisia musiikinteko-ohjelmia. Myös musiikin äänittäminen, käsittely ja jakelu ovat nykyään

vain klikkauksen päässä. Kuten tästä voi päätellä, nykypäivänä musiikkia on aivan suunnaton määrä. Niinpä yksi radion tulevaisuuden käyttötarkoitus saattaa olla musiikki suuren määrän suodattimena toimiminen. Myös eräänlainen genre-radio nosti päätään 2000-luvun alussa. Esimerkiksi ranskalainen radioyhtiö NRJ Group lanseerasi 2000-luvulla eri musiikkigenreille omistetut nettiradionsa. Käytännössä kuulija voi valita itselleen mieluisan teeman tai genren radiolleen aina rakkausteemasta rockiin ja suomihi-teistä danceen ilman mainoskatkoja tai juontoja.

Toisaalta taas halutaan, että vastaanottimen toisessa päässä on myös joku, joka juttelee niistä musiikkikappaleista jotakin. Eivätkä puheradiotkaan ole näyttäneet menettävän suosiotaan aikojen saatossa. Esimerkiksi YLE Puhe laajensi kuuluvuusalueitaan vuoden 2012 alusta alkaen valtakunnalliseksi. Erityiseksi YLE Puheen tekeekin juuri se, ettei kanavalla soiteta ollenkaan musiikkia. Vaikka kyseessä on julkisen palvelun radiokanava, se on erikoistunut johonkin, tässä tapauksessa puheeseen. Kanava on siis kohdistettu tietyille kohdeyleisölle. Tämä vaikuttaa olevan yhä yleistävämpi trendi. Kuten esimerkiksi Bassoradion kohdalla, yhä useampi uusi radiokanava määrittelee nykyään itselleen jopa kapean, tarkkaan ennalta määrätyn kohdeyleisön tai -ryhmän. Vaikuttaa siltä, että kauan vallinneesta julkisen palvelun "jokaiselle jotakin"-mentaliteetista ollaan Suomessakin pääsemässä ainakin osittain eroon.

Kuten printtimedian kohdalla, myös FM-radion kohdalla on uumoiltu ainakin jonkinlaista hiipumista. Kuitenkaan perinteinen FM-radio ei ole kuolemassa pois. Radiota kuunnellaan Suomessa edelleen paljon, niin FM-taajuuksien kuin internetinkin kautta. Ehkäpä FM- ja nettiradioiden tapauksessa voitaisiin soveltaa jo printtimedian kohdalla ilmennytä reaktiota. Kun aikakaus- ja sanomalehtien kohdalla niiden netin kautta lukeminen on koettu uhaksi printtiversioiden säilymiselle, myös internetin kautta kuunneltavat radiot ajatellaan uhaksi perinteisille FM-radioille. Kuitenkin aikakaus- ja sanomalehtien kohdalla vaikuttaa enemmänkin siltä, että netti- ja printtiversiot täydentävät toisiaan. Käyttäisinkin samaa teoriaa netti- ja FM-radioihin: ehkäpä samantapainen ilmiö tapahtuu internet- ja FM-radioiden kohdalla.

Myös vanhanaikainen kaupunkikäsitys on mielestäni laajentunut. Enää ei ole niin tärkeää onko kysymys kaupungista, kauppalasta vai pitäjistä. Kulttuuria syntyy joka paikassa. Verrattuna esimerkiksi 1980-luvun lopun tunnelmiin, kaupunkikulttuuriksi lasketaan

nykyään myös muu, kuin ainoastaan Helsingin keskustan ravintolaelämän pintaliitokulttuuri. Vuonna 2012 suomalainen kaupunkikulttuuri näyttää kukoistavan. Pinta-alaltaan näinkin suuressa maassa kuin Suomessa on aivan yhtä monia kaupunkikulttuureja, kuin kaupunkejakin. Tällä siis yritän sanoa, että jokaisen kaupungin kulttuuri on erilaista, erityistä ja sidottu muun muassa kaupungin ikään, historiaan ja varsinkin kaupungin asukkaisiin, kaupunkilaisiin.

Kaupunkimediat ja kaupunkikulttuuri kulkevat tänäkin päivänä käsi kädessä, vaikuttaen toisiinsa ja luoden yhdessä uutta. Ne ruokkivat toisiaan antaen toisilleen puheenaiheita, luoden ilmiöitä ja rikastuttaen kaupunkiaan. Kaupunkikulttuurin ansiosta syntyy kaupunkimedioita, ja kaupunkimediat luovat kaupunkikulttuuria. Tämän urbaanin yhteyden ruumiillistumina ovat toimineet, molemmat omalla aikakaudellaan sekä omalla tavallaan, Radio City ja Bassoradio.

Lähteet

Allardt, Erik 1988. Mikä on kaupunkikulttuurin tila? Teoksessa Kortelainen, Kari (toim.): Oikeus urbaaniin: puheenvuoroja kaupunkikulttuurista. Helsinki: Maaseudun sivistysliitto: Helsingin kulttuuriseura, 19–34.

Basso 2012. Mediakortti 2012. [Verkkodokumentti]
<<http://www.basso.fi/mediakortti/>> (luettu: 5.3.2012).

City-lehti 2012. Mediatiedot 2012. [Verkkodokumentti]
<<http://www.city.fi/mediatiedot/>> (luettu: 20.2.2012).

Flow 2012. Festivaali Info 2012. [Verkkodokumentti]
<<http://www.flowfestival.com/info/info/>> (luettu 16.2.2012).

Isokangas, Antti & Karvala, Kaappo & von Reiche, Markus 2000. City on sinun: Kuinka uusi kaupunkikulttuuri tuli Helsinkiin. Helsinki: Tammi.

Joutsivuo, Timo & Kekäläinen, Markku 2005. Kaupunkikuvia ajassa. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Karisto, Ilkka 2003. Rakkikoirat – Moon TV:n tarina. 06/2003. Image. [Verkkoartikkeli]
<<http://www.image.fi/artikkelit/rakkikoirat-moon-tvn-tarina>> (luettu 8.2.2012).

Kempainen, Pentti 2011. Aina soi Sävelradio : radiomusiikista musiikkiradioon. Helsinki: Avain.

KMT 2012. Kansallinen Mediatutkimus KMT. TNS Gallup Oy/Levikintarkastus Oy. [Verkkodokumentti] <http://www.tns-gallup.fi/doc/uutiset/KMT_Lukija_tiedote_maaliskuu_2012.pdf> (luettu: 5.3.2012).

Kortelainen, Kari 1988. Oikeus urbaaniin: puheenvuoroja kaupunkikulttuurista. Helsinki: Maaseudun sivistysliitto: Helsingin kulttuuriseura.

Lindfors, Jukka & Salo, Markku 1988. Elävän musiikin yhdistys, Kymmenvuotisjuhlaulkaisu, Nupit Kaakkoon. Helsinki: ELMU.

Merimaa, Maija 2007. Yhteishengen festivaalit – kaupunginosatapahtumien vaiheita Helsingissä. Teoksessa Silvanto, Satu (toim.): Festivaalien Helsinki : urbaanin festivaalikulttuurin kehitys, tekijät ja kokijat. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus, 110–117.

Mumford, Lewis 1938. Kaupunkikulttuuri. 1949 Porvoo: WSOY.

Mäenpää, Pasi 2000. Viihtymisen kaupunki. Teoksessa Stadipiiri (toim.): URBS: kirja Helsingin kaupunkikulttuurista. Helsinki: Edita, 17–34.

Paleface 2011. Rappiotaidetta: suomiräpin tekijät. Like. Keuruu: Otavan Kirjapaino.

Pentikäinen, Juha 1988. Suomalainen kaupunkikulttuuri – onko sitä? & Helsingin raamit ja helsinkiläisyyden juuret. Teoksessa Kortelainen, Kari (toim.): Oikeus urbaaniin: pu-

heenvuoroja kaupunkikulttuurista. Helsinki: Maaseudun sivistysliitto: Helsingin kulttuuriseura, 9–15 & 74–81.

Pro SiebeSat1 2012a. Company info 2012. [Verkkodokumentti] <<http://en.prosiebensat1.com/en/company/prosiebensat1-media-ag/company-profile>> (luettu 21.1.2012).

Radio City 2012a. Info 2012. [Verkkodokumentti] <<http://www.radiocity.fi/info>> (luettu 21.1.2012).

Radio City 2012b. Ohjelmat 2012. [Verkkodokumentti] <<http://www.radiocity.fi/ohjelmat>> (luettu 21.1.2012).

Rannikko, Pertti 1988. Kaupunkikulttuuria etsimässä. Teoksessa Kortelainen, Kari (toim.): Oikeus urbaaniin: puheenvuoroja kaupunkikulttuurista. Helsinki: Maaseudun sivistysliitto: Helsingin kulttuuriseura, 39–50.

Rantanen, Miska 2000. Lepakkoluola. Porvoo: WSOY.

Ruoppila, Sampo & Cantell, Timo 2000. Ravintolat ja Helsingin elävöityminen. Teoksessa Stadipiiri (toim.): URBS: kirja Helsingin kaupunkikulttuurista. Helsinki: Edita, 35–54.

Silvanto, Satu 2007. Festivaalien Helsinki: urbaanin festivaalikulttuurin kehitys, tekijät ja kokijat. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus.

Silvanto, Satu & Oinaala, Anu 2007. Sibelius-viikoilta Helsingin juhlatuokkiin – helsinkiläistä festivaalihistoriaa kuudelta vuosikymmeneltä. Teoksessa Silvanto, Satu (toim.): Festivaalien Helsinki: urbaanin festivaalikulttuurin kehitys, tekijät ja kokijat. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus, 28–43.

Suomi Sanakirja 2012a. Paikallisradio 2012. [Verkkodokumentti] Luettavissa: <<http://suomisanakirja.fi/paikallisradio>> (luettu: 24.1.2012).

Suomi Sanakirja 2012b. Kaupunkikulttuuri 2012. [Verkkodokumentti] Luettavissa: <<http://suomisanakirja.fi/kaupunkikulttuuri>> (luettu: 24.1.2012).

Suomi Sanakirja 2012c. Citykulttuuri 2012. [Verkkodokumentti] Luettavissa: <<http://suomisanakirja.fi/citykulttuuri>> (luettu: 24.1.2012).

Stadipiiri (toim.) 2000. URBS: kirja Helsingin kaupunkikulttuurista. Helsinki: Edita.

SVT 2011a. Suomen virallinen tilasto (SVT). Tieto- ja viestintätekniikan käyttö verkkojulkaisu]. ISSN=1799-3504. 2011. Helsinki: Tilastokeskus. <http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi_2011_2011-11-02_tie_001_fi.html> (luettu: 28.2.2012).

SVT 2011b. Suomen virallinen tilasto (SVT). Tieto- ja viestintätekniikan käyttö [Verkkojulkaisu]ISSN=1799-3504. 2011, Liitetaulukko 11. Internetin käyttö median seuraamiseen 3 kuukauden aikana iän, toiminnan, koulutusasteen, asuinpaikan kaupunkimaisuuden ja sukupuolen mukaan 2011, %-osuus väestöstä. Helsinki: Tilastokeskus.

<http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi_2011_2011-11-02_tau_011_fi.html.> (luettu 28.12.2012).

Viljakainen, Jarmo 2004. Radiomonopolista kanavatulvaan: poimintoja Suomen radio- ja televisiotoiminnan vaiheista. Helsinki: Edita.

Haastattelut:

Heikkola, Tuomo. 2009. Toimittaja, Radio City (1986–1994). Haastattelu: 29.1.2009.

Ruoppa, Raine. 2012. Perustaja, Posse Magazine. Haastattelu: 22.2.2012. [Sähköposti]

Tikkanen, Ville. 2012. Perustaja, Basso Radio. Haastattelu: 22.2.2012.

Uotila, Ilkka. 2012. Suomihiphop.com, Posse.fi. Haastattelu: 29.2.2012. [Sähköposti]

Zapasnik, Jan. 2011. Toimitusjohtaja, Basso Media Oy. Haastattelu: 16.12.2011