

# **LEVYTYSSOPIMUKSESTA CD-LEVYKSI**

## **Unkarilaisen PG Csoport -yhtyeen levyntuottamisprosessi**

Musiikkitieteen  
Pro gradu -työ  
Jyväskylän yliopisto  
Syksy 1999

Anne Varis

# JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

**Tiedekunta:** humanistinen    **Laitos:** musiikkitiede

**Tekijä:** Anne Varis

**Työn nimi:** Levytyssopimuksesta cd-levyksi  
Unkarilaisen PG Csoport -yhtyeen levyntuottamisprosessi

**Oppiaihe:** musiikkitiede    **Työn laji:** populaarimusiikki

**Aika:** syksy 1999                      **Sivumäärä:** 53 + 4 liitesivua

## **Tiivistelmä - Abstract**

Tutkimuksen tarkoituksena on kuvata unkarilaisen PG Csoport -yhtyeen levyntuottamisprosessi. Levyntuottamisprosessi on rajattu tässä tapauksessa siten, että se käsittää levytyssopimuksen solmimisen, studiossa tapahtuvat nauhoitukset, levyn julkaisun, jakelun ja markkinoinnin. Prosessin kulkua tarkastellaan PG Csoport -yhtyeen näkökulmasta.

Varsinaisena aineistona on kaksi PG Csoportin keulahahmon, Zsolt Jantyikin, kanssa tehtyä teemahaastattelua. Tutkimusaineiston purkamisessa, järjestelemisessä ja analysoinnissa on käytetty kvalitatiivisia metodeja. Aineisto on jaoteltu aikaisempien tutkimusten pohjalta muodostetun teemakehikon avulla. Teemakehikko sisältää seuraavat viisi osa-aluetta: 1) artisti/yhtye, 2) levy-yhtiö ja levytyssopimus, 3) studio: tuottaja, äänitysprosessi ja kansilehti, 4) markkinointi ja 5) jakelu. Myös tulokset esitetään teemakehikossa esitetyn järjestyksen ja aihepiirien mukaan.

Tulokset tuovat esille PG Csoportin levyntuottamisprosessin vaiheet. Saatuja tuloksia ei voi yleistää, koska tutkimus kohdistuu vain yhden yksittäisen tapauksen kuvailemiseen. Diskussiossa PG Csoportin tapausta tarkastellaan Frithin, Lassilan ja Muikun yleisempää viitekehystä edustavien tutkimusten rinnalla.

## **Asiasanat:**

levyntuottamisprosessi, PG Csoport -yhtye, unkarilainen populaarimusiikki, kuvaileva kvalitatiivinen tutkimus, teemahaastattelu

# SISÄLLYS

<b>1. JOHDANTO</b>	<b>3</b>
<b>2. TUTKIMUKSEN TAUSTA</b>	<b>6</b>
2.1 Aikaisemmat tutkimukset	6
2.2 Muutoksen tuulia 1990-luvulla	9
2.3 Teemakehikon muodostamisen kriteerit ja oma teemakehikko	11
2.4 Unkarilaisesta rock-musiikista 1980- ja 1990- luvuilla	14
2.5 PG Csoport	17
2.6 Tutkimustarve	18
<b>3. TUTKIMUSTAVOITTEET</b>	<b>20</b>
<b>4. TUTKIMUKSEN KULKU</b>	<b>22</b>
4.1 Kvalitatiivisen aineiston valinta ja kerääminen	22
4.2 Teemahaastattelu	23
4.3 Haastattelutilanne ja haastateltava	24
4.4 Haastatteluaineisto; kuvaaminen ja menetelmät	26
4.5 Tulosten tulkinnan perusteet	27
<b>5. TULOKSET</b>	<b>29</b>
5.1 Levyntuottamisprosessi	29
5.1.1 Artisti	29
5.1.2 Levy-yhtiö ja levytyssopimus	32
5.1.3 Studio	35

<i>Tuottaja ja muu studiohenkilökunta</i>	36
<i>Äänitysten kulku</i>	37
<i>Kansilehti</i>	38
<b>5.1.4 Markkinointi</b>	39
<b>5.1.5 Jakelu</b>	42
<b>6. DISKUSSIO</b>	44
<b>6.1 Yhteenveto tuloksista</b>	44
<b>6.2 Yleistä pohdintaa</b>	47
<b>LÄHTEET</b>	51
<b>LIITTEET</b>	54

# 1. JOHDANTO

Moni ei tule ajatelleeksi uutta cd-levyä ostaessaan, mitä erilaisia työvaiheita tai montako erilaista työntekijää on tarvittu siihen, että äänite on valmiina kaupan hyllyllä kuluttajaa varten. Aluksi voi yrittää kuvitella itsensä <sup>1</sup> artistin asemaan. Useimmilla sekä aloittavilla, että jo pitempään alalla toimineilla artisteilla on haaveena solmia levytyssopimus levy-yhtiön kanssa. Levytyssopimus voi poikia menestystä, mainetta ja mammonaa. Suurimpana ongelmana on kuitenkin se, että innokkaita ja enemmän tai vähemmän lahjakkaita artisteja on paljon enemmän verrattuna musiikkibisneksessä toimivien levy-yhtiöiden lukumäärään. Kaikki artistit eivät pääse solmimaan levytyssopimusta ja äänittämään musiikkiaan levy-yhtiön kanssa. Esimerkiksi Suomessa toimiviin levy-yhtiöihin lähetetään vuosittain noin 800 demonauhaa, joiden perusteella sopimus solmitaan yhden tai kahden uuden yrittäjän kanssa (Saarela 1997, 27). Tämän faktan perusteella levytyssopimusta voi liioittelematta kutsua oikeaksi onnenpotkuksi. Tästä epätasapainosta johtuen suurin osa artisteista joutuu tyytymään omakustanneäänitteen tekemiseen tai siihen tarvittavien rahojen puuttuessa pelkästään omaksi iloksi soittelemiseen. Jos onni on kuitenkin potkaissut artistia tavalla tai toisella ja levytyssopimukseen vaadittavat paperit on allekirjoitettu, myös itse levyntuottamisprosessi pääsee käyntiin. Sopimuksen allekirjoittamisesta on vielä pitkä matka ostovalmiiseen äänitteeseen. Tällä välillä artisti ja levy-yhtiö tekevät pitkiä päiviä levyntuotantoprosessin eri vaiheiden parissa.

---

1

Termi artisti kattaa tässä luvussa sekä yhtyeet että yksittäiset muusikot. On mielestäni turha eritellä aiheen yleisessä tarkastelussa, onko kyse yhdestä vai useammasta muusikosta. Teemakehikon kohdalla olen katsonut parhaaksi käyttää termejä artisti/yhtye rinnakkain epäselvyyksien välttämiseksi. PG Csoportin kohdalla käytän pelkästään termiä yhtye, koska heidän tapauksessaan on yleisessä tiedossa, että kyseessä on useampi, kuin yksi muusikko. Tämän vuoksi artisti-termi ei riitä kattamaan tarvittavaa merkitystä.

Levyntuottamisprosessi käynnistyy, kun artisti ja levy-yhtiö solmivat suhteen levytyssopimuksen muodossa. Molemmilla osapuolilla on tavoitteena saada aikaan mahdollisimman hyvä ja myyvä äänite. Artisti tekee kappaleet valmiiksi ja harjoittelee niitä myöhemmin studiossa tapahtuvia nauhoituksia varten. Levy-yhtiö taas omasta puolestaan järjestää artistille koko prosessiin tarvittavan henkilökunnan. Näihin kuuluu esimerkiksi tuottaja, joka paneutuu studiotyöskentelyyn ja pitää studioon liittyviä lankoja käsissään. Hän valitsee äänityksiin tarvittavat työntekijät, kuten mm. äänittäjän, miksaajan ja mahdolliset studiomuusikot. Kun järjestelyt on saatu valmiiksi, levyn nauhoitukset aloitetaan. Nauhoitusten tekninen etenemisjärjestys on yleensä se, että ensin tehdään rumpupohjat basson ja taustakitaran kanssa. Seuraavaksi äänitetään soolokitarat, lauluosuudet ja lopuksi tarvittavat efektit ja taustalaulut. Kun nauhoitukset on saatu valmiiksi, äänite miksataan, masteroidaan ja viedään painettavaksi. Samalla sille myös suunnitellaan oma persoonallinen kansilehti.

Äänitteen markkinointi aloitetaan jo ennen sen valmistumista ja erillinen singlekappale pyritään saamaan radion soittolistoille tunnettuuden lisäämiseksi noin kuukausi ennen julkaisupäivää. Kun äänite loppujen lopuksi ilmestyy, levy-yhtiö laittaa sen maanlaajuiseen jakeluun. Siten äänite löytää parhaiten tiensä mahdollisimman moneen levykauppaan ja sitä kautta kuluttajan ostettavaksi. Myös artisti tekee oman osansa menestyksen eteen; hän lähtee äänitteen ilmestyttyä keikkakiertueelle markkinoimaan uutta musiikkia ja levy-yhtiö yrittää saada artistille haastatteluja radioon, televisioon ja lehdistöön.

Levyntuottamisprosessi ei ole vieras aihe tutkijoille. Aikaisemmat tutkimukset ovat karkeasti sanottuna keskittyneet joko prosessin kuvailemiseen alusta loppuun monikansallisten levy-yhtiöiden näkökulmasta tai keskittyen tarkemmin johonkin sen osa-alueeseen, kuten esim. Jari Muikku (1987) tuottajan rooliin. Tutkimukset on tehty yleensä tutkijan omasta tai tutkimukseen haastateltujen levy-yhtiöiden edustajien näkökulmasta. Itse artistin näkökulmaa asioiden etenemisestä ei ole juuri otettu huomioon. Aiheen lisätutkimukselle oli mielestäni tarve, koska

levy-yhtiöiden suuresta vallasta huolimatta on tarpeellista tarkastella asioita myös artistin omasta näkökulmasta. Tämän vuoksi valitsin oman laudaturtyöni kohteeksi unkarilaisen, debreceniläisen PG Csoport -yhtyeen ja heidän ensimmäisen cd-levyensä tuottamisprosessin. Tutkimus pyrkii tarkastelemaan asioita PG Csoportin eli yhtyeen omasta näkökulmasta. Mielestäni tapaustutkimus ja varsinkin artistin näkökulma asioihin kartuttaa tietoa juuri sillä alueella, mitä aiheeseen tarvitaan. Koska unkarilaista yhtyettä ei ole tietääkseni aikaisemmin tutkittu Suomessa, aiheen tutkiminen antaa uudenlaista tietoa myös unkarilaisen levyntuotantoprosessin vaiheista.

Olen rajannut aiheen teoreettisesti siten, että se alkaa artistin ja levy-yhtiön välisestä kontaktista. Se etenee levytyssopimuksen, nauhoitusten ja levyn valmistumisen kautta äänitteen jakeluun ja markkinointiin. Tutkimus rajoittuu levy-yhtiön puitteissa tapahtuviin levyntuottamisprosessiin liittyviin asioihin. Sivuutan työssäni myös levy-yhtiöstä riippumattomien markkinointikanavien muotoja (esimerkiksi radiosoittoa ja musiikkilehdistöä), mutta en keskity niiden rooliin sen tarkemmin. En kiinnitä myöskään huomiota vastaanottajapuolen eli kuluttajan rooliin. PG Csoportin kohdalla tutkimus rajautuu ajallisesti vuosille 1995 ja 1996; se alkaa vuonna 1995, kun he saavat levytyssopimuksen ja päättyy vuoteen 1996, kun cd-levy ilmestyy.

Itse tutkimuksen tekeminen eteni siten, että tein Zsolt Jantyikin kanssa kaksi teemahaastattelua Debrecenissä vuosien 1998-1999 aikana. Haastattelut toimivat tutkimukseni varsinaisena aineistona ja teoreettisena taustamateriaalina käytän aikaisempia, erityisesti Simon Frithin, Juha Lassilan ja Jari Muikun tekemiä, tutkimuksia. Tuloksissa esitän empiirisen aineistoni rinnakkain aikaisempien tutkimuksien kanssa. Tuloksista selviää, että PG Csoport -yhtyeen levyntuottamisprosessi etenee suurelta osin samalla tavoin, kuin minkä käsityksen tutkimuskirjallisuus antaa asiasta. Yhtyeen tilanne kuitenkin eroaa niin sanotusta keskiarvotapauksesta, mutta toisaalta harvoin yksittäisistä tapaustutkimuksista saadut tulokset mitään keskiarvotapauksia ovatkaan.

## 2. TUTKIMUKSEN TAUSTA

### 2.1 Aikaisemmat tutkimukset

Tässä luvussa käsittelemäni tutkimukset on tehty pääasiassa 1980- ja 1990-luvuilla. Luvussa 2.2 esittelen erityisesti 1990-luvun loppupuolella ääniteteollisuudessa tapahtuneita muutoksia.

Brolinson & Larsen (1981) ovat käsitelleet tutkimuksessaan mm. rockin tyylejä, musiikkiteollisuutta yleensä ja äänilevyn tuotantoprosessia. He toteavat, että populaarimusiikin parissa levyntuotanto rakennetaan pala palalta artistin/yrityksen ympärille. Tämä eroaa esimerkiksi klassisesta musiikista, jossa levyntuotanto on tapana rakentaa kappaleiden säveltäjän ja sanoittajan ympärille. (B & L 1981, 43-56, 80-85.)

Serge R. Denisoff on tarkastellut kriittisesti Yhdysvaltojen musiikkibisnestä teoksessa *Tarnished gold* (=himmenevä kulta, 1986). Hän analysoi mm. suurten levy-yhtiöiden toimintapolitiikkaa ja vallankäyttöä äänilevyteollisuudessa. Tämän ohella Denisoff esittää mielenkiintoisia faktoja siitä, millaisia ominaisuuksia ja millaista asennetta menestyksen saavuttamiseen vaaditaan artistilta itseltään alan ammattilaisten mielestä. (Denisoff 1986, 163.)

Simon Frith (1984) on tutkinut rockin merkitystä, tuotantoa ja kulutusta kirjassaan *Rockin potku*. Frith toteaa rockin tuotantoa käsittelevässä jaksossa, että yleisön vaatimus on koko ääniteteollisuutta ajava idea. Sen seurauksena eri portinvartijat tekevät päätöksensä pohjautuen siihen, mitä he kuvittelevat yleisön haluavan. (Frith 1988, 97.)

Risto Heikkinen (1997) on kirjoittanut kirjansa *Ruma bändinpoikanen* ikään kuin oppikirjaksi kaikille rockmaailmasta kiinnostuneille. Hän



selvittää kohta kohdalta, mitä tulee tietää rockmaailman perusasioista eli esimerkiksi treenaamisesta, kappaleiden säveltämisestä, sanoittamisesta ja levybisneksen kuvioista. Kirja saa mielenkiintoista ja todentuntuista väriä erityisesti haastattelujen myötä, joissa artistit/yhtyeet kertovat omia kokemuksiaan matkan varrelta kohti menestystä. Muusikkohaastattelujen lisäksi hän on hankkinut faktoja haastattelemalla mm. keikkajärjestäjää, miksaajaa, Jyväskylän musiikkiopiston rehtoria ja ohjelmatoimiston johtajaa. Risto Heikkinen on onnistunut laatimaan käytännönläheisen ja todenmukaisen kirjan rockmuusikon kovasta arjesta.

Beatlestudies 1 -raportti (1998) käsittelee monien Beatlesiin liittyvien aiheiden joukossa yhtyeen äänitysprosessia. Heidän tapauksessaan varsinainen syy kappaleiden tekemiseen oli pääasiassa levytyssopimus EMI:n kanssa. Työperiodia, jonka tuloksena oli yksi tai kaksi singlekappaletta, joskus ep-levy ja lp-levy, voidaan kutsua äänitysprojehtiksi. Projekti kesti tavallisesti muutaman kuukauden ja se sisälsi kappaleiden kirjoittamisen, sovittamisen, äänittämisen, miksaamisen ja lopulta niiden julkaisemisen. Äänitysprojehtin vaiheet menivät usein päällekkäin toistensa kanssa ja toisaalta kaikkia vaiheita tarvittiin yleensä kolme kertaa, ennen kuin uusi levy oli kokonaan valmis.

Juha Lassilan Kultalevyn alkemia (1987) kuvaa erityisesti rockäänitteiden tuotantoa ja markkinointia. Kirjoittaja on tutkinut äänilevyteollisuuden portinvartijoita Hirschin kulttuuriteollisuuden esivalintajärjestelmän kautta. Tutkimuksessaan hän soveltaa Hirschin kaaviota kotimaiseen ääniteteollisuuteen ja sen portinvartijoihin. Lassila toteaa, että mm. seuraavat piirteet ovat tyypillisiä kulttuuriteollisuudelle: kysyntää on vaikea ennustaa, tuotteiden esitestaaminen ei onnistu, alalla on normaalia enemmän kilpailijoita. Toisaalta luomisen jälkeen kaikki kulttuurituotteet eivät ajaudu suoraan kuluttajan ulottuville, vaan kuluttajan ja taiteilijan väliin jää useita suodatinportaita.

Jari Muikun Vinyylin viemää (1987) pureutuu edellistä tutkimusta syvemmälle levyntuotantoprosessiin ja erityisesti siihen tarvittavaan

tärkeään henkilöön, tuottajaan. Muikku on selvittänyt tutkimuksessaan, mikä on tuottajan rooli studiotyön aikana, mitkä tekijät vaikuttavat äänitteen lopulliseen kuultavissa olevaan ilmiasuun sekä miten nämä tekijät ilmenevät ja vaikuttavat studiossa. Tarkasteltuaan yleisemmällä tasolla äänitteen tuotantoprosessin rakennetta, hän seuraa tapauskohtaisesti Himo-nimisen yhtyeen ja tuottaja TT Oksalan työskentelyä studiossa. (Muikku 1987, 9-15.)

Jari Muikun toinen tutkimus, *Laulujen lunnaat* (1989), kertoo suomalaisesta äänitetuotantopolitiikasta. Hän on tarkastellut musiikin tuotannon keskittymistä, joka on niin kansainvälinen, kuin suomalaiselle äänitetuotannollekin tuttu ongelma. Kun musiikkituotanto keskittyy, tavallisen musiikkia ostavan väestön valinnan mahdollisuudet pienenevät ja musiikkikulttuuria uhkaa kuihtuminen. Jari Muikku myös toteaa, että pienten maiden pienet markkinat asettavat jo sinällään rajoituksia kunkin maan omalle tuotannolle. Maahan tuodaan kotimaisen musiikin ohella paljon kansainvälistä materiaalia. Tämä johtaa siihen, että tuontitavara saa usein ylivallan ja saattaa vaikeuksiin kotimaisen musiikkituotannon ja sen esillesaamisen eri tiedotusvälineissä. (Muikku 1989, 5-6, 21.)

Keith Negusin (1992) tavoitteena on ollut luoda kriittinen näkökulma nimenomaan musiikkiteollisuuden sisällä työskenteleviin ihmisiin, joita hän kutsuu nimellä "cultural intermediaries". Negusin mielestä he vaikuttavat suuressa määrin siihen, millainen imago ja äänimaailma popmusiikille loppujen lopuksi muodostuu. Nämä "cultural intermediaries" ovat yleensä hyvin näkymättömiä henkilöitä tähtien loisteen takana. He työskentelevät artistin, kuluttajan ja levy-yhtiöiden välisessä jännitekentässä ja ovat ratkaisuasemassa monenlaisissa konflikteissa ja ideologisissa ongelmissa. Näitä ovat esimerkiksi markkinoinnin, radion ja television työntekijät. Negus rakentaa tähän ryhmään keskittymisen ohella yleisluontoisen käsityksen äänilevyteollisuudesta ja levyntuotannosta. (Negus 1992, vi-vii, 38-53, 62-66, 80-89.)

Antti Rintamäki (1995) on käsitellyt artikkelissaan äänitteen valmistamisen eri vaiheita. Hän toteaa heti aluksi, että cd-levyjen aikakaudella oman äänitteen tekeminen on teknisesti helpottunut verrattuna lp-levyjen aikaan. Rahoituskanavia on kuitenkin yhtä vaikea saada, kuin ennenkin. Esimerkiksi levytyssopimusten saamiseen Rintamäen mukaan vaikuttavat demonauhojen ohella myös henkilökohtaiset kontaktit ja muut meriitit.

Kimmo Sarlin (1990) tutkimus perustuu yhä nykyäänkin tärkeiden omakustanneäänitteiden asemaan taloudellisen toiminnan maksimointiin pyrkivässä äänilevyteollisuudessa. Hän on eritellyt aiheetta mm. jakamalla äänitteiden tuotannon Suomessa neljään eri tasoon. Ensimmäiselle tasolle kuuluvat Suomessa toimivat monikansalliset levy-yhtiöt ja suurimmat suomalaiset levy-yhtiöt. Toinen taso muodostuu pienemmistä suomalaisista äänitetuotantoyhtiöistä. Kolmas taso ei liity äänilevytuotantoon, vaan sinne sijoittuvat muut kustannusalat ja uskonnolliset kustantamot. Neljäs eli alin taso koostuu satunnaisesti tuotetuista omakustanneäänitteistä. (Sarlin 1990, 3, 51.)

## **2.2 Muutoksen tuulia 1990-luvulla**

Musiikkiteollisuus ja äänilevybisnes kehittyvät kiihtyvällä tahdilla. Sen vuoksi on syytä mainita muutamia alalla 1990-luvulla ja erityisesti viimeisen viiden vuoden aikana tapahtuneita muutoksia. Muutokset johtuvat sekä teknologian kehityksestä, että rakenteellisista muutoksista. Erityisesti paine tuloksen tekemiseen on kasvanut levy-yhtiöissä ja tämä entistä hurjempi voiton tavoittelu on vallannut Yhdysvaltojen jälkeen koko maailman. Samaan aikaan tuotannon sisältö on kaventunut, koska levy-yhtiöt tavoittelevat pelkästään myyntimenestyksiä. Koska äänilevyala tähtää nopeaan voittoon, jakelu keskittyy edelleen ja levykauppoihin päätyy entistä suppeampi valikoima äänitteitä. Myös internet uhkaa levy-yhtiöitä sen tuoman uuden jakeluverkoston takia; internetin kautta artisti pystyy myymään musiikkiaan ympäri maailmaa, levy-yhtiöistä riippumatta. (Vänttinen 1998, 3.)

Toisaalta myöskään levy-yhtiön rooli ei ole niin yksiselitteinen, kuin usein on annettu ymmärtää. Levy-yhtiöiden pääasiallinen tehtävä on toki tuottaa, valmistaa äänite masternauhaksi ja markkinoida sitä. Yhtiöt voivat kuitenkin olla myös pelkkiä musiikkikustantajia. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi sitä, että artisti tekee itse äänitteen valmiiksi masternauhaan asti ja myy sen levy-yhtiölle, joka taas toimii äänitteen varsinaisena kustantajana. Toimenkuvaan voi kuulua myös äänitteiden maahantuonti, tukkukauppa, jakelu ja vähittäiskauppa. Useampia toimialueita harjoittavat levy-yhtiöt ovat pääsääntöisesti suuria, monikansallisia yhtiöitä. (Oesch 1998, 61.)

Yksi tekniikan alalla tapahtuneista muutoksista on koskettanut demonauhaa, joka on muuttunut suurimmaksi osaksi cd-levyksi, tai cd-demoksi. Demonauha ei sinällään enää riitä täyttämään sen laajentunutta käyttötarkoitusta. Yksi syy on se, että cd-levy toimii nauhaa paremmin ruohonjuuritason markkinoinnissa. Myös radioasemat ottavat tuntemattomampiakin artisteja helpommin soitettavaksi, jos heille lähetetty äänite on cd-levyn muodossa. Cd-levyn avulla artisti pystyy myös mainostamaan itseään paremmin keikkajärjestäjille erityisesti silloin, jos hän ei ole vielä kovin tunnettu. Monet keikkajärjestäjät nykyään jopa vaativat kuulevansa artistin musiikkia heille lähetetyllä cd-levyllä, ennen kuin keikka saadaan sovituksi. (Östman 1999, 28.)

Myös musiikkivideon asema on viimeisen kymmenen vuoden aikana vankistunut entisestään; nykyään melkein jokaisen levyn julkistamisen yhteydessä valmistetaan myös musiikkivideo. Sen funktio on kehittynyt promootiovälineen kautta äänilevyjen mainosvälineeksi ja sieltä edelleen osaksi levynjulkistamista. Viimeisessä vaiheessa siitä on tullut itsenäinen myyntituote. Tämä kehityslinja on nähtävillä erityisesti Yhdysvaltojen musiikkibisneksessä. Suomessakin musiikkivideon asema on muuttunut ja sen valmistaminen ja esittäminen on tullut entistä tärkeämmäksi. Tähän on vaikuttanut erityisesti se, että MTV 3 -kanava aloitti tekemään vuonna 1995 J.Y.R.K.I. -nimistä ohjelmaa, jota lähetetään jokaisena viikonpäivänä. Jokaisessa ohjelmassa esitetään musiikkivideoita ja niistä 1-4 on suomalaisia. Tämä on tärkeä foorumi erityisesti suomalaisille musiikkivideoille. (Kärjä 1997, 21-29.)

## 2.3 Teemakehikon muodostamisen kriteerit ja oma teemakehikko

Aineiston käsittelyä ja tulosten tarkastelua varten muodostin oman teemakehikkoni. Se selkeytti aineistoa ja auttoi poimimaan materiaalista ne kohdat, joita tarvitsin tähän työhön. Käytin ensin kehikon rakentamisessa apuna teemahaastattelun teemoja (ks. liite 1 ja 2), koska ne muodostavat jo itsessään tietynlaisen aineiston jäsenyyksen. Niillä sain aikaiseksi teemakehikon perusrungon. (Eskola & Suoranta 1998, 151-152.) Seuraavassa vaiheessa keräsin yksityiskohtaisempia tietoja jokaista laajempaa aihepiiriä varten. Tässä käytin apuna aikaisemmista tutkimuksista saamaani käsitystä levyntuottamisprosessista ja erityisesti Simon Frithin, Juha Lassilan ja Jari Muikun tutkimuksia. Lopuksi muodostin aiheesta oman laajemman teemakehikkoni. Se antaa mahdollisimman kattavan näkemyksen siitä, mitä työvaiheita ja asioita levyntuotantoprosessi yleensä sisältää ja miten se konkreettisesti etenee. Numeroin kehikon laajemmat kokonaisuudet niiden etenemisjärjestyksen mukaan.

### 1. ARTISTI/YHTYE

Artistin/yhtyeen perustavoitteena on saada jollakin tapaa levytyssopimus jonkun levy-yhtiön kanssa. Koska levy-yhtiöiden edustajat kiertelevät harvemmin treenikämpillä, täytyy artistin/yhtyeen tehdä omalta osaltaan kaikki voitava asioiden etenemiseksi haluttuun suuntaan. Levy-yhtiöiden huomiota ja mielenkiintoa voi yrittää herätellä keikkailemalla ahkerasti, lähettämällä demonauhoja levy-yhtiöön ja osallistumalla erilaisiin rock-kilpailuihin. (Lassila 1987, 36-39.)

### 2. a) LEVY-YHTIÖ

Levy-yhtiön tavoitteena on löytää uusi mielenkiintoinen ja tuottava kyky. Koska jokainen levytys on yhtiölle taloudellinen riski, budjettilaskelmia tehdään jo ennen uuden artistin/yhtyeen kiinnittämistä. Artistin/yhtyeen kiinnittämisen hoitaa esim. Iso-Britannian suurissa levy-yhtiöissä erillinen

<sup>2</sup> A&R -henkilö tai kokonainen osasto. (Frith 1988, 108-110.) Pienemmissä maissa, kuten esim. Suomen levy-yhtiöissä, saman työn tekee joku levy-yhtiön työntekijä. Uutta artistia/yhtyettä etsitään yleensä kuuntelemalla yhtiöön lähetetyt demonauhat, tarjoamalla tietyn rock-kilpailun voittajalle levytyssopimus ja käymällä keikoilla tai festivaaleilla kuuntelemassa tuntemattomia artisteja. (Muikku 1987, 16-19.)

## 2. b) LEVYTYSSOPIMUS

Artistin/yhtyeen ja levy-yhtiön suhde virallistetaan solmimalla levytyssopimus. Sopimus perustuu yleensä joko tietylle aikavälille tai tietylle määrälle valmiita äänitteitä. Levy-yhtiö maksaa yleensä kaikki levytykseen liittyvät kustannukset ja se päättää studion ja studiopäivien määrän. Levyn julkaisupäivän päättää joko levy-yhtiö tai äänitteen markkinointiryhmä. (Frith 1988, 110-115.)

## 3. STUDIO

Seuraavassa vaiheessa lähdetään studioon, jossa artistin/yhtyeen oma tai hänelle tehty materiaali nauhoitetaan äänitettä varten. Yleensä levy-yhtiö valitsee nauhoitukseen sopivan studion ja määrää kuinka kauan studioaika saa käyttää nauhoitukseen. Ennen nauhoitusten alkua artisti/yhtye harjoittelee äänitteelle tulevan musiikin valmiiksi. Jotta nauhoitukset onnistuisivat, studiossa tarvitaan useita eri osa-alueiden työntekijöitä varmistamaan toivotun mukainen lopputulos. (Lassila 1987, 51-53, Muikku 1987, 30.)

---

2

Lyhenne A&R tulee sanoista artists and repertoire. Tämä tarkoittaa levy-yhtiölle työskentelevää henkilöä, jonka päätehtävänä on solmia suhde levy-yhtiön ja artistin välille. Se voi tarkoittaa joko uutta tai jo musiikkiteollisuudessa olevaa artistia. Hänen työhönsä kuuluu uusien artistien etsiminen, joka tapahtuu kiertelemällä klubeilla, festivaaleilla ym. potentiaalisissa paikoissa. Hän myös kuuntelee levy-yhtiöön lähetettyjä demonauhoja ja metsästää artisteja, joiden sopimus on menossa umpeen jonkun toisen levy-yhtiön kanssa. A&R -henkilöt toimivat usein myös tuottajina. (esim. Muikku 1987, 16, Väisänen 1992, 42.)

### 3. a) TUOTTAJA

Studiovaiheen tärkein henkilö on tuottaja. Hänet valitsee joko levy-yhtiö tai levy-yhtiö ja artisti/yhtye yhdessä. Tuottajalla on hyvin monisäikeinen rooli, joka koostuu niin a) taiteellisesta (esim. artistin/yhtyeen musiikillisten ideoiden muokkaaminen ja singlekappaleen etsiminen), b) taloudellisesta (esim. nauhoitukseen laaditun budjetin suunnittelu), kuin c) sosiaalisesta (toimia linkkinä artistin/yhtyeen ja levy-yhtiön välissä) osaluusta. Tuottaja valitsee studioon tarvittavat työntekijät, joista tärkeimmät ovat äänittäjä, miksaaja, studiomuusikot ja taustalaulajat. Tuottajan tehtäviin kuuluu myös ennen varsinaista äänitettä julkaistavan singlekappaleen valinta. Tuottaja voi toimia tarvittaessa myös lauluntekijänä, sovittajana, äänittäjänä tai muusikkona. (Muikku 1987, 33-43.)

### 3. b) ÄÄNITYSPROSESSI

Itse äänitysprosessi etenee teknisesti yleensä siten, että ensin äänitetään pohjat eli rummut, basso ja kitarat. Sen jälkeen on vuorossa soolosoittimet ja laulusuoritukset. Aivan lopuksi äänitetään taustalaulut ja muut tarvittavat erikoissoundit. Äänitysten jälkeen tapahtuu miksausprosessi, jossa eri suoritukset ja äänitteen soundit muokataan siitä tehtävää masternauhaa varten. Kun masternauha on saatu valmiiksi, sen äänimateriaali prässätään valmiiksi levyksi. (Muikku 1987, 20.)

### 3. c) KANSILEHTI

Ennen kuin kokonaisuus on täydellinen, suunnitellaan äänitteen kansilehti. Tämä voi tapahtua levy-yhtiön, artistin/yhtyeen tai erillisen työhön palkatun mainostoimiston puitteissa. Kansilehti on osa äänitteen taiteellista kokonaisuutta ja se lisää sen kaupallista houkuttelevuutta. (Lassila 1987, 61-68.)

## 4. MARKKINOINTI

Kun nauhoitukset on saatu valmiiksi, äänitteen markkinointi aloitetaan. Markkinoinnin hoitaa levy-yhtiön oma tiedotusosasto tai markkinointiryhmä. Levy-yhtiön omassa hallinnassa olevia

markkinointikeinoja ovat: singlekappaleen julkaisu ennen varsinaisen äänitteen julkaisua, tv- ja lehtimainonta, musiikkivideo ja nykyisin myös artistin/yhtyeen omat internet-sivut. Jos levy-yhtiö kustantaa artistin/yhtyeen keikkakiertueen levynjulkaisun jälkeen, myös se voidaan laskea yhdeksi markkinointikeinoksi. Taas levy-yhtiön tahdosta kokonaan tai osaltaan riippumattomia julkisuuskanavia ovat radio (ja siellä erityisesti radiosoitto), televisio (esiintymiset) ja musiikkilehdistö (mikä levy valitaan arvosteltavaksi, kenestä lehti tekee jutun). (Frith 1988, 122-123, Lassila 1987, 56-57, 74-78, 94-105.)

## 5. JAKELU

Äänitteen jakelu hoidetaan jakelusopimusten avulla, eri jakelukanavien kautta. Esimerkiksi pienet levy-yhtiöt voivat tehdä jakelusopimuksen suurten levy-yhtiöiden kanssa. Pienemmillä levy-yhtiöillä ei ole resursseja yhtä laajaan jakeluun, kuin suurilla levy-yhtiöillä ja tällä sopimuksella ne voivat päästä ikään kuin samalle lähtöviivalle suurten levy-yhtiöiden kanssa. Jakelukanaviksi luetaan levynmyyntiin erikoistuneet kaupat tai suurten tavaratalojen osastot, telinemyynti esimerkiksi huoltoasemilla ja postimyynti. Listaantäytynee lisätä varsinkin 1990-loppupuolella räjähdysmäisesti lisääntynyt levyjen Internetissä tapahtuva jakelu. (Lassila 1987, 72-73, Muikku 1987, 19-23.)

## 2.4 Unkarilaisesta rock-musiikista 1980- ja 1990-luvuilla

1980-luvulla Unkari oli vielä sosialistisen yksipuoluejärjestelmän omaava maa. Valtio omisti koko median ja myös siihen aikaan ainoan eli monopoliaseman omaavan levy-yhtiön, Hungarotonin (Buck, Campbell, Cuthbert & et al. 1991, 79-80). Kaiken muun ohella valtio yritti myös vaikuttaa kansalaisten ajatusmaailmoihin ja sen yleisenä tavoitteena oli kasvattaa kansaa korkeakulttuurin ymmärtäjiksi. Myös folkloren jalostaminen entistä korkeammalle taiteelliselle tasolle kuului tämän musiikillisen kansanvalistusprojektin tavoitteisiin. (Kurkela 1996, 5-8.)



Itse muusikot voitiin jakaa karkeasti katsottuna kahtia. Eturintamassa olivat niin sanottua virallista musiikkikulttuuria edustavat artistit, jotka saivat kommunistisen puolueen tuen taakseen ja pääsivät myös levyttämään omaa musiikkiaan. (Szemere 1992, 93-114.) Tähän kuuluivat erityisesti taide- ja kansanmusiikkia soittavat artistit, mutta kevyen musiikin kansallissuosikit Illés ja Zsuzsa Koncz hyväksyttiin myös virallisen musiikkilinjan puolelle. He olivat suosittuja Unkarin ohella myös mm. DDR:ssa (Nyyssönen 1995, s. 15-28).

Toisen puolen muodostivat musiikilliset uudistajat, jotka kuuluivat valtiota uhkaavaan ryhmään. Heillä ei yleensä ollut sisäänpääsyä valtion omistaman median tai Hungarotonin seinien sisälle. Myös konserttien pitämistä vaikeutettiin tai se kiellettiin joiltakin kokonaan. (B, C, C & et al. 1991, 79-80.) Vaikeuksista huolimatta ja ehkä myös sen vuoksi punk, uusi aalto, avantgarde -rock ja independent-musiikki oli 1980-luvulla parhaimmissa voimissaan. Valtio ei tietenkään halunnut huomioida näitä uudempia musiikkitrendejä. Jos yleisön kysyntä ja paine kasvoi jostain syystä liian suureksi, portinvartijat julkaisivat nuorison suosimien artistien materiaalia, muunneltuna poliittisen johdon vaatimusten mukaan. Toinen vaihtoehto oli se, että yleisölle tarjottiin musiikkiteollisuuden vallanpitäjien omia suosikkeja ja heidän materiaaliaan. Musiikkibisneksessä oli mukana myös artisteja, jotka yrittivät pyrillä näiden kahden pääryhmittymän välillä ja miellyttää molempia osapuolia. Tämä ei kuitenkaan yleensä johtanut hyviin tuloksiin. (Szemere 1992, 93-114.)

Vaikka valtio saneli säännöt musiikin tekemiselle, poliittinen kontrolli ei ollut 1980-luvulla enää niin tiukkaa, kuin aikaisempina vuosikymmeninä. Tämä mahdollisti osaltaan uusien, rankempien musiikkityylien olemassaolon. Kontrollia kuitenkin pidettiin yllä ja säätely ja vapauden puute vaikeutti eniten juuri rock-muusikkojen toimintaa. Tämä ilmeni siten, että lähes jokainen levyttämään päässyt artisti joutui uransa aikana sensuurin kouriin. Toisaalta tämän seurauksena artistit kehittivät omia strategioitaan ja sanoitusten kaksoismerkityksiä, että musiikki pääsisi kontrollin läpi. (Szemere 1992, 93-114.) Sensuurin ohella levyttämään päässeet artistit kärsivät myös siitä, että heidän levyttämänsä

musiikkia oli vaikea saada valtion omistamille radioasemille kuuluviin. 1980-luvun loppupuolella markkinat alkoivat pikku hiljaa avautua ja se vaikutti myös musiikkibisnekseen. Esimerkiksi unkarilainen rocklehdistö syntyi vuonna 1987 eli samaan aikaan kun Hungaroton menetti monopoliasemansa. Samalla myös aikaisemmin kielletty ulkomaisten levyjen tuonti maahan ja konserttien organisointi tehtiin lailliseksi. (B, C, C & et al. 1991, 79-81.)

Lopullinen muutos tapahtui vuoden 1989 poliittisen muutoksen ja rajojen avautumisen myötä, kun entisestä itäblokin maasta tuli osa eräänlaista Väli-Eurooppaa. Samalla musiikkikulttuuria säädellyt neuvostovetoinen järjestelmä mureni. Tämän myötä vapaus sanoa ja tehdä mitä haluaa koitti myös muusikoille. Vähitellen kuitenkin tajuttiin, että tämäkauan odotettu vapaus tarkoitti loppujen lopuksi markkinavoimien ehdoilla pelaamista. (Kurkela 1996, 5-6). Suuret monikansalliset levy-yhtiöt (mm. Sony, Polygram) ovat tehneet maihinnousun Unkariin ja musiikkimarkkinat ovat laajentuneet niin hyvässä, kuin pahassakin mielessä. Myös kansainväliset artistit ovat lisänneet Unkarin pääkaupungin Budapestin konserttikiertueihinsa. Esimerkkinä mainittakoon Rolling Stones, joka pääsi ensimmäisenä rockin suurista jättiläisistä konsertoimaan uuteen demokraattiseen Unkariin vuonna 1995 (Nyyssönen 1995, 15-28).

Vaikka erityisesti marginaalimusiikin luominen oli vaikeaa sosialismin aikana, niin esimerkiksi Vesa Kurkelan (1996, 6) mukaan moni kuitenkin väittää, "että Itä-Euroopassa syntyi mielenkiintoista uutta musiikkia tasan niin kauan kuin vapautta ei ollut". Koska Unkarin rockmusiikin 1990-luvun muutoksista ja uudistuneista rakenteista ei ole tietääkseni tehty tutkimuksia, Unkarin musiikkibisneksen nykytilaa on hyvin vaikea arvioida. Tulevaisuus ja hyvinkin toivottavat tutkimukset aiheesta tulevat näyttämään, kuinka äänilevyteollisuus ja artistit ovat todellisuudessa selvinneet tästä suuresta muutoksesta.

## 2.5 PG Csoport

PG Csoport perustettiin Debrecenissä vuonna 1987. Perustajajäseniä oli kolme, joista laulaja Zsolt Jantyik on yhtyeessä edelleen mukana. Yhtye aloitti toimintansa täysin amatööripohjalta; he eivät haastateltavan mukaan osanneet alkuvaiheessa soittaa ja toisaalta omia soittimiakaan ei siihen aikaan ollut käytössä. Mutta mikä tärkeintä, huimapäisiä ideoita ja innostusta asiaan kyllä riitti. Alusta pitäen he tekivät kappaleensa itse ja harjoittelu tapahtui yhden debreceniläisen opiskeluasuntolan tiloissa. He pääsivät vähitellen myös keikoille, jossa kova soittamisen halu saatiin tyydytettyä. Varsinkin alkuvaiheessa yhtyeen teatraaliset esiintymistilanteet paikkasivat soittotaidolliset puutteet. PG Csoportin jäsenet vastustivat tavanomaisia markkinointitalouden keinoja ja sen vuoksi he eivät kertoneet mielipiteitään tai ilmoittaneet keikoistaan lehdissä. Yhtyeen ”markkinointikeinona” oli puskaradio; keikkapäivämäärät kulkeutuivat heidän kannattajiensa tietoon toisten kannattajien ja opiskelijoiden kautta. Heitä ei siihen aikaan kiinnostanut, oliko puskaradio tehokkain markkinointikeino. He vain eivät halunneet tehdä asioita samalla tavalla, niin kuin kaikki muut tekivät. PG Csoport loi 1980-luvulla maineensa unkariksi esiintyvänä underground-yhtyeenä ja yhtye oli alkuaikoinaan suosittu erityisesti Debrecenin yliopisto- ja korkeakouluopiskelijoiden keskuudessa. Tätä edesauttoi se tosiseikka, että Debrecen on soittajien kotikaupunki ja täynnä opiskelijoita, koska kaupunki on yksi Unkarin suurimmista yliopistokaupungeista. Tämän vuoksi yhtye on kerännyt aikojen saatossa sankoin joukoin kuuntelijoita erityisesti Debrecenissä järjestettyihin konsertteihin.

Unkari oli 1980-luvulla PG Csoportin aloittaessa vielä kommunistinen yksipuoluemaa ja sosialismin aikakausi oli undergroundin kulta-aikaa. Pääasiassa Budapestissä toimineet underground-yhtyeet olivat 1970- ja 1980-luvuilla jatkuvasti vastakkain maan valtakoneiston kanssa. Ne uskalsivat sanoa ääneen muuten vaiettuja asioita ja ottaa kantaa sanoituksillaan erilaisiin yhteiskunnallisiin epäkohtiin, mikä oli muuten kiellettyä. PG Csoport edusti ”maaseudun” eli Budapestin ulkopuolista underground-linjaa. Zsolt Jantyik on tehnyt aina sanoitukset PG Csoportin kappaleisiin.

Hän haluaa tietoisesti vaikuttaa sanoituksillaan yhä tänäkin päivänä ja ne ovat usein yhteiskunnallisesti herkkiä. Kaikesta huolimatta silloinen järjestelmä enimmäkseen salli musiikissa yhteiskuntaa arvostelevat sanoitukset, koska niitä ei pidetty yleisen järjestyksen kannalta kovin vaarallisina. Valtionpoliisi piti kuitenkin kaikkea ja kaikkia silmällä ja myös PG Csoport joutui kerran hankaluuksiin sanoitustensa takia. Asiasta selvittiin siten, että "Romania"- niminen kappale poistettiin ohjelmistosta. Jos määräystä ei olisi toteutettu, haastateltavan mukaan yhtyeen jäsenten valmistuminen yliopistosta olisi vaikeutunut.

1989 järjestelmänvaihdon kautta Unkarista tuli demokraattinen tasavalta. Ihmisten kiinnostus undergroundiin, sen yhteiskuntaa arvosteleviin sanoituksiin ja musiikkiin lakkasi, koska asioiden kritisoimista tai niiden sanomista ääneen ei enää rajoitettu tai kielletty. Järjestelmänvaihdon jälkeen alkoi myös PG Csoportin tähänastisen uran vaikein ajanjakso, suosio hiipui ja heitä ei enää pyydetty keikoille aikaisempien vuosien tapaan. He kuitenkin jatkoivat toimintaansa hetkittäisestä alamäestä huolimatta. Sinnikäs uurastus poiki menestystä ja vuonna 1995 he kokivat uransa huippuhetken voittaessaan Marlboro-Rock-In -kykyjenetsintäkilpailun. Nykyinen nelihenkinen kokoonpano, Zsolt Jantyik - laulu, Csaba Jantyik - kitara ja syntetisaattori, László Fazekas - basso ja syntetisaattori ja Imre Orosz - rummut, on pysynyt samana vuodesta 1992 lähtien. PG Csoportilta on ilmestynyt ennen vuoden 1996 "Útlevel, fogkefe" cd-levyä kolme kasettia: Alföldi Zene (demokasetti, 1990), Moulin Rouge (1992) ja Félélet (1994). Kasetit tehtiin omakustanneäänitteinä ja ne rahoitettiin kulttuuriyhdistysten ja ministeriön rahoitusten avulla. (1. Haastattelu, 16.4.1998.)

## 2.6 Tutkimustarve

Äänilevyteollisuutta ja sen rakenteita, kuten myös levyntuottamisprosessia, on tutkittu aikaisemminkin. Tutkimukset ovat olleet usein teoreettisia selvityksiä tutkijan tai useimmiten levy-yhtiön edustajien näkökulmista, miten asiat yleensä tehdään erityisesti monikansallisissa levy-yhtiöissä ja

kuinka tietyssä tilanteissa on totuttu toimimaan. Oma tutkimukseni ei keskity levy-yhtiön asemaan ja sen rakenteisiin, vaan lähestyy asiaa artistin/yhtyeen kautta. Tarkoitukseni on selvittää, kuinka unkarilaisen PG Csoport -yhtyeen ensimmäisen cd-levyn tuottamisprosessi tapahtui. Prosessin lähtökohdaksi on itse yhtye ja heidän musiikkinsa, jonka avulla he yrittävät saada levytyssopimuksen jonkun levy-yhtiön kanssa. Toisin sanoen haastattelen levyntuottamisprosessin läpikäynyttä unkarilaista yhtyettä. Näin tutkimuksen varsinainen aineisto perustuu artistin tai tässä tapauksessa yhtyeen näkökulmaan asioiden etenemisestä. Saman kaltaisia tapaustutkimuksia ei ole tietääkseni tehty, kuten myöskään Unkarin populaarimusiikkia ei ole tutkittu Suomessa. Tästä lähtökohdasta katsottuna tutkimuksen voidaan sanoa olevan tarpeellinen.

Edellä mainitut tutkimukset on tehty sekä suuremmissa levyntuottajamaissa, eli Iso-Britanniassa ja Yhdysvalloissa, että pienemmissä eli Suomessa ja Unkarissa. Levyntuotannon rakenteet ovat pääperiaatteittaan samanlaiset edellä mainituissa maissa. Ero on lähinnä se, että mitä enemmän resursseja on saatavilla ja mitä suurempi tuotantokoneisto levy-yhtiöillä on antaa siihen käytettäväksi, sitä suuremmaksi koko prosessi laajenee. Suomalainen tutkimuskirjallisuus antaa aiheelle taustaa pienemmän tuottajamaan näkökulmasta ja sen erikoisuuksista. Unkarin voi mielestäni luokitella pienempien levyntuottajamaiden joukkoon, vaikka sen äänitemarkkinat ovat viimeisen kymmenen vuoden aikana, rajojen avautumisen jälkeen, jatkuvasti laajentuneet. Tutkimuksen teoreettisena viitekehystenä on kolme aikaisempaa tutkimusta.

Asian tutkimisen tekee mielestäni kiinnostavaksi myös se, että samalla on mahdollisuus kurkistaa PG Csoportin, tässä tapauksessa Zsolt Jantyikin, näkökulmasta unkarilaiseen levyntuotantoprosessiin ja toisaalta myös Unkarin eri hallintojärjestelmien vaikutuksiin heidän musiikillisen uransa eri vaiheissa tehtyihin päätöksiin. Tarkoitan tällä erityisesti eroa entisen kommunistisen ja nykyisen demokraattisen (tai toisaalta kapitalismin pelisääntöjä opettelevan) maan välillä.

### 3. TUTKIMUSTAVOITTEET

Tutkimuskohteenani on unkarilainen PG Csoport -yhtye ja heidän ensimmäisen cd-levynsä tuotantoprosessi. Kiinnostuin yhtyeen musiikista opiskellessani Debrecenissä vuoden 1997. PG Csoport on soittanut yhdessä, hieman vaihtuvilla kokoonpanoilla, vuodesta 1987 lähtien. Sain selville, että yhtye oli jo suhteellisen pitkäksi muodostuneen uransa aikana tehnyt kolme omakustannekasettia, mutta yllättäen vuonna 1996 heiltä oli ilmestynyt cd-levy. Levyn takakannesta kävi ilmi, ettei se ollut omakustanneäänite aikaisempien äänitteiden tapaan, vaan se oli tehty itselleni täysin tuntemattoman HMK-Musicin kanssa.

Kiinnostus aiheeseen johti prosessin ensimmäiseen työvaiheeseen, jossa tarkastelin PG Csoportia ääniteteollisuuden esivalintajärjestelmän ja erityisesti sen ensimmäisten portaiden kautta. Keräsin työni aineiston haastatteleamalla yhtyeen laulaja-kitaristi-sanoittaja-säveltäjä Zsolt Jantyikia. Yhtenä tarkoituksena oli selvittää, kuinka PG Csoport sai levytyssopimuksensa. Toisaalta halusin tietää toiko kilpailun voitto ja ensimmäinen cd-levy yhtyeelle menestystä heidän omasta mielestään ja mikä motivoi jatkamaan soittamista.

Työn tuloksista käy ilmi, että he saivat levytyssopimuksen HMK-Musicin kanssa kykyjenetsintäkilpailun voiton ansiosta. Zsolt Jantyikin mielestä suosio lisääntyi kilpailun voittamisen ja sitä seuranneen laajan keikkakiertueen myötä. Tämä ilmeni esimerkiksi siten, että keikoilla oli enemmän kuulijoita, kuin ennen kilpailun voittoa ja yhtyettä pyydettiin keikoille aikaisempaa enemmän. Myös motivaatiota riittää toiminnan jatkamiseen, koska haastateltavani mielestä heillä on edelleen kaikki mahdollisuudet menestyä rock-maailmassa vielä paremmin. Zsolt Jantyk uskoo vakaasti yhtyeen mahdollisuuksiin ja omiin kykyihin toteuttaa tämä unelma eli yhtyeen läpimurto Unkarin musiikkibisneksessä.

Moni kysymys liittyen erityisesti cd-levyn tuottamiseen jäi vielä ensimmäisen vaiheen kohdalla auki. Tämän vuoksi halusin jatkaa saman yhtyeen käsittelyä myös prosessin toisessa työvaiheessa. Näkökulma on tässä tutkimuksessa toinen edelliseen työhöni verrattuna. Tarkoituksena on kuvata vaihe vaiheelta PG Csoportin ensimmäisen cd-levyn tuottamiseen liittyvät asiat yhtyeen näkökulmasta. Ajallisesti tutkimus sijoittuu vuosiin 1995-1996, eli olen rajannut sen kilpailun voittamisesta levyn julkaisemiseen ja sen jälkeisiin tapahtumiin. Tarkemmin sanottuna pyrin saamaan vastauksia seuraaviin asioihin:

### Levy-yhtiö

Mikä oli levy-yhtiön rooli levyntuottamisprosessissa?

Antoiko HMK-Music yhtyeelle jotakin määräyksiä levyntuotantoprosessin eri vaiheisiin?

Millaiset välit yhtyeellä oli HMK-Musicin kanssa?

### Studio

Millä perusteella studio valittiin?

Kuinka monta studiopäivää he saivat nauhoituksiin?

Kuka toimi studiossa tuottajana, miksaajana ja äänittäjänä?

Kuka valitsi studiohenkilökunnan?

Soittiko levyllä muita artisteja yhtyeen omien soittajien lisäksi? M i s s ä ajassa levyn nauhoitukset valmistuivat?

Kuka suunnitteli levyn kannet?

### Äänitteen markkinointi

Kuinka levyä markkinoitiin?

Valittiinko levytä erillinen singlekappale?

Soitettiinkö levyä tai sen kappaleita radiossa?

Haastateltiin

yhtyettä lehdistössä, radiossa tai televisiossa levynjulkaisemisen jälkeen?

### Äänitteen jakelu

Kuka hoiti cd-levyn jakelun ja kuinka se tapahtui?

## 4. TUTKIMUKSEN KULKU

### 4.1 Kvalitatiivisen aineiston valinta ja kerääminen

Kvalitatiivisen tutkimuksen tarkoituksena on kuvata elämän todellisia tapahtumia ja sen vuoksi aineisto kerätään yleensä aidoissa tilanteissa. Haastattelumetodit (esimerkiksi teemahaastattelu) ovat hyvin tavallisia metodeja laadullisen tutkimuksen aineiston hankinnassa. Haastateltavat valitaan tutkimukseen tarkoituksenmukaisesti, ei satunnaisina otoksina ja tapauksia käsitellään ainutlaatuisina. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 161-166.)

Myös oman työni varsinainen tutkimusaineisto muodostuu kahdesta teemahaastattelusta. Valitsin haastattelumetodin aineiston keräämiseksi sen takia, että mielestäni tämänkaltaisessa tapaustutkimuksessa se on paras keino saada syvempää tietoa juuri niistä asioista, joita tutkimusongelman selvittämiseen tarvitaan. PG Csoport -yhtyeestä ei ole tehty aikaisemmin vastaavanlaista tutkimusta, joten tapauskohtaista materiaalia ei ollut mahdollista saada. Myöskään muita unkarilaisia tai esimerkiksi suomalaisia tapaustutkimuksia ei ole tietääkseni tästä näkökulmasta tehty.

Haastattelin molemmilla kerroilla samaa henkilöä, Zsolt Jantyikia. Hän on PG Csoport -yhtyeen keulahahmo (kitaristi, laulaja, sanoittaja ja laulujentekijä) ja ainoa tämänhetkisessä kokoonpanossa, joka on ollut perustamassa yhtyettä vuonna 1987. Tein ensimmäisen haastatteluni 16.4.1998 aiheen tutkimusprosessin ensimmäistä vaihetta varten. Koska teemahaastattelurungon tekemiseen tarvitaan omien kokemusten lisäksi teoreettista näkökulmaa, käytin apuna teemarunkoa tehdessäni Risto Heikkisen "Ruma bändinpoikanen"-kirjaa (Eskola & Suoranta 1998, 153). Muodostin haastattelurungon edeten yleisestä yksityiseen eli tein ensin laajemmat teema-alueet, jotka olivat: alkutaipale ennen kilpailua, kilpailu ja ensimmäinen cd-levy, kilpailun ja cd-levyn jälkeinen elämä, tavoitteet. Näiden laajempien teema-alueiden pohjalta tein jokaisesta alueesta pienempiä teemakokonaisuuksia, joita olivat: bändi, treenaaminen,



kappaleet, keikalle, studio, markkinointi, vastoinkäymiset, kilpailu, ensimmäinen cd-levy, levy-yhtiö ja tulevaisuuden tavoitteet. Lopuksi muodostin konkreettisia haastattelukysymyksiä jokaisen pienemmän teemakokonaisuuden aiheesta (liite 1). Ensimmäinen haastattelu ei kohdistunut tarkemmin mihinkään edellämmainituista teema-alueista, vaan se oli pikemminkin laajamittainen yleiskatsaus yhtyeen tähänastiseen uraan ja sen tapahtumiin.

Ensimmäisen haastattelun yleisluontoisuuden ja erilaisen lähestymistavan takia haastattelumateriaalia ei ollut riittävästi prosessin toista vaihetta varten. Sen vuoksi tein toisen haastatteluni saman haastateltavan kanssa 7.1.1999 täydentämään ensimmäisestä haastattelusta saamiani tietoja ja lisäämään sitä uusilla alueilla. Haastattelurungon pohjana oli tällöin Simon Frithin ”Rockin potku” (1988) ja siitä erityisesti kappale viisi, levyjen tekeminen (94-136). Muodostin tutkimuksesta saamani käsityksen perusteella, edellisen haastattelun tapaan, ensin laajemmat teema-alueet, joita olivat: kilpailu, levytyssopimus, kappaleet, studio, levyn jakelu, markkinointi, myynti, julkinen sana (lehdistö, radio, televisio) ja levy-yhtiö. Sen jälkeen muokkasinkin näistä aiheista tarkemmat haastattelukysymykset (liite 2).

## 4.2 Teemahaastattelu

Teemahaastattelulle on nimensäkin mukaan tyypillistä, että se kohdennetaan tiettyihin teemoihin, joista haastattelun aikana keskustellaan. Teemahaastattelu on puolistrukturoitu menetelmä, joka tarkoittaa, että haastattelun aihepiirit eli teema-alueet ovat haastattelijan tiedossa. Menetelmältä puuttuu kuitenkin strukturoidulle haastattelulle luonteenomainen kysymysten tarkka muoto ja järjestys. Tätä menetelmää käytettäessä koehenkilömäärä ei saa olla suuri. Tämä johtuu siitä, että teemahaastattelun aineiston analyysivaiheessa työmäärä on suuri. Saatu tieto on yleensä syvä. (Hirsjärvi 1985, 36-38.)

Omat haastatteluni olivat lähimpänä edellä mainittua puolistrukturoitua teemahaastattelua. Menetelmä sopi tilanteeseen

parhaiten sen vuoksi, koska haastateltavia oli vain yksi. Tein haastatteluihin valmiiksi mainitsemani laajemmat teema-alueet, joiden pohjalta haastattelun oli tarkoitus edetä. Toisaalta voi kai sanoa, että haastattelut olivat lähellä myös strukturoitua menetelmää, koska tein laajempien teema-alueiden pohjalta myös jokaiseen alueeseen liittyviä tarkkoja haastattelukysymyksiä. Tavallisesti puhtaassa puolistrukturoidussa teemahaastattelussa näin ei kuitenkaan tehdä. Mielestäni tämä oli omassa tapauksessani tarpeellista, koska haastattelut käytiin unkariksi. Jos olisin tehnyt haastattelut äidinkielelläni, ei kysymyksiä olisi välttämättä tarvinnut tehdä täysin valmiiksi. Silloin pelkkä aihe- tai teemaluettelokin olisi riittänyt. Jälkeenpäin voi kuitenkin todeta, että valmiista haastattelukysymyksistä huolimatta haastattelut etenivät tilanteen mukaan, eivät tietyssä kysymysjärjestyksessä.

### **4.3 Haastattelutilanne ja haastateltava**

Valmistauduin haastatteluihin perehtymällä aiheeseen ja tekemällä ensin suomenkieliset haastattelurungot ja kääntämällä ne sen jälkeen unkariksi. Tarkastutin haastattelurungot Jyväskylän unkarin kielen lehtorilla, Katalin Sipôcillä. Haastateltava ei ollut minulle ennaltakäsin tuttu, joten en tiennyt mitä odottaa koko haastattelutilanteesta. Entä käyttävätkö unkarilaiset muusikot yhtä paljon slangisanoja puheessaan, kuin suomalaiset muusikot (vrt. esim. Sorvali Upi, Kevyen musiikin käyttösanasto 1984), toisinsanoen ymmärrätkö hänen puhettansa vai en? Aiheen perussanaston osaaminen ei slangisanojen yhteydessä juuri auta. Halusin kuitenkin selviytyä haastatteluista yksin ja sen vuoksi en ottanut kumpaankaan haastatteluun mukaan tulkkia. Mielestäni tulkin olemassaolo olisi häirinnyt haastattelun tekemistä. Tallensin molemmat haastattelut nauhurin avulla kaseteille. Valitsin haastateltavaksi Zsolt Jantyikin PG Csoport -yhtyeestä. Unkarista olisi löytynyt muitakin underground-yhtyeitä tutkimuksen kohteeksi, mutta koska pidin PG Csoportin musiikista, ja yhtye toimi siihen aikaan enemmän tai vähemmän aktiivisesti, valinta tuntui järkevältä. Asian päättämistä helpotti myös se, että ystäväni tunsivat Zsoltin ja lupasivat

auttaa haastattelun järjestämisessä.

Koska Zsolt Jantyik asuu Debrecenissä, molemmat haastattelut tehtiin siellä. Tapasimme ensimmäisellä kerralla ensin Kossuth Lajos -yliopistolla, jossa sitten päätimme konkreettisen haastattelupaikan. Ensimmäinen haastattelu tehtiin Zsolt Jantyikin valitsemassa paikassa, yliopiston lähellä sijaitsevassa Arany Kakas -ravintolassa. Tätä haastattelua voisi kai kuvata jonkinlaiseksi tutustumistilanteeksi ja yleiskatsaukseksi PG Csoportin historiaan, koska haastateltavani kertoi laveasti myös monista sellaisista asioista, jotka eivät millään tapaa kuuluneet haastattelukysymysten aiheisiin. Haastateltavani oli hyvin vuolassanainen, hänen puhetyylinsä oli erittäin nopea ja melko sekava. Zsoltille oli tyypillistä, että hän ensin aloitti jonkun lauseen, mutta uusien ajatusten karattua aivoihin, hän jätti jo aloitetun lauseen kesken ja alkoi puhua edellisen aiheen vierestä tai aivan uudesta asiasta. Tämän vuoksi hänen ajatuksenjuoksuaan oli hieman vaikea seurata. Siitä huolimatta sain kysyttyä häneltä haluamani kysymykset ja hän myös vastasi niihin enemmän tai vähemmän tarkasti muun tiedon ohella. Rönseyilevän tyylin takia haastattelun purkaminen nauhalta tietokoneelle ja sen kääntäminen suomeksi ei ollut kovin helppoa.

Toiseen haastatteluun oli hieman helpompi valmistautua etukäteen, koska tiesin suurin piirtein mitä odottaman pitää. Edellisen haastattelun tapaan ystäväni järjestivät haastatteluajan ja tapasimme Zsolt Jantyikin kanssa ensin yliopistolla. Sieltä siirryimme haastateltavan ehdottamaan paikkaan, joka oli tällä kertaa yliopiston lähellä sijaitseva Calypso -ravintola. Matkalla ravintolaan haastateltavani sanoi, että oli antanut puheensa hieman rönseyillä liikaa ensimmäisen haastattelun aikana ja lupasi pysytellä tällä kertaa kysymissäni asioissa. Hän myös piti lupauksensa ja toinen haastattelu oli selkeämpi ja myös tiiviimpi, kuin ensimmäinen. Se oli myös helpompi kirjoittaa puhtaaksi.

#### 4.4 Haastatteluaineisto; kuvaaminen ja menetelmät

Kun on kysymys kvalitatiivisen tutkimuksen aineistosta, tulee ottaa huomioon kaksi tärkeää asiaa, analyysin arvioitavuus ja sen toistettavuus. Analyysi on arvioitavissa, kun lukija pystyy seuraamaan tutkijan päättelyä ja sitä kautta hän voi hyväksyä tai kumota tutkijan tekemät tulokset. Jotta tutkimus olisi toistettavissa, luokittelu- ja tulkintasäännöt tulee esittää niin yksiselitteisesti, että toinen tutkija päätyy samoihin tuloksiin niitä soveltamalla. Kvalitatiivinen analyysi on yksilöllisempää ja vähemmän standardoitua kuin kvantitatiivinen analyysi. Tästä luonteestaan huolimatta tutkimus ei saa perustua pelkästään tutkijan intuitioiden varaan. Sen vuoksi on hyvin tärkeää, että lukijalle annetaan mahdollisimman tarkka kuva kaikista niistä teknisistä operaatioista, jotka ovat johtaneet raportoituksi tuloksiin. (Mäkelä 1990, 53-59.) Koska omassa tapauksessani kyseessä on kuvaileva kvalitatiivinen tutkimus, jäsennän, kuvaan ja tulkitsen aineistoa usean valitsemani metodin mukaan. Tutkimuksen luonteen vuoksi en halunnut pitäytyä pelkästään yhdessä metodissa.

Haastattelujen tekemisen jälkeen ensimmäinen operaatio oli niiden sanatarkka purkaminen kaseteilta tietokoneelle. Purkamisen jälkeen käänsin tekstit itse unkarista suomeen. Jyväskylän yliopistossa opiskelevat unkarilaiset vaihto-opiskelijat tarkastivat kaseteilla olevan materiaalin ja kirjoittamani tekstin yhdenmukaisuuden ja oikean kieliasun. Seuraavassa vaiheessa aineisto piti järjestää teknisesti selkeämpään ja helpommin käsiteltävään muotoon. Materiaalia oli kertynyt melko runsaasti ja haastatteluissa tuli esille monia mielenkiintoisia asioita. Täytyi kuitenkin pitää mielessä, että haastatteluista on tarkoitus etsiä vain ne kohdat, jotka ovat tarpeellisia tämän tutkimuksen ja kysymyksenasettelun kannalta. (Alasuutari 1995, 30-31.) Aineiston selkeyttämiseksi halusin lajitella aineiston erilaisten teemojen alle. Koska tarvittavat teemat eivät nouse itsestään esille aineistosta, muodostin aineiston käsittelyä varten oman teemakehikon levyntuottamisprosessiin liittyvistä asioista. Teemakehikko on esitelty luvussa 2.3. (Hoikkala 1989, 210.)

Kehikon muodostamisen jälkeen luin aineistoa ja seuloin sitä aikaisemmin esitellyn teemakehikkoni avulla. Myöhemmin tehtävää analyysiä varten pyrin ensin löytämään ja sen jälkeen erottelemaan tekstimassasta tutkimusongelman kannalta olennaiset aiheet. Merkitsin teemakehikon eri teemoja käsittelevät tekstikohdat kumpaankin puhtaaksikirjoitettuun haastatteluun tiettyä teemaa vastaavalla numerolla ja erilaisilla fonteilla. Tarkan seulonnan jälkeen poimin merkityt tekstikohdat aineistosta erilleen kunkin teeman alle. Näiden vaiheiden jälkeen aineistosta oli helpompi etsiä haluttuja kohtia tai ryhmitellä sitä uudelleen. Samalla aineisto pilkkoutui eri teema-alueiden alle helpommin tulkittaviin osiin. Toisaalta työvaiheen avulla saatiin jo esille kokoelma erilaisia vastauksia tai tuloksia esitettyihin kysymyksiin. (Eskola & Suoranta 1998, 153-157, 176-180.)

Esitän analyysin ja tulokset lopulta siten, kuinka muodostamassani kehikossa esiintyvät asiat ilmenevät PG Csoportin kohdalla. On hyvin todennäköistä, että aineistosta tulee esiin sellaisia asioita, joita en ole ottanut huomioon omassa kehikossani tai teemahaastattelurungossa ja jotka ovat tyypillisiä pelkästään tälle yhtyeelle. Kommentoin tapauksen eroavaisuuksia, kuten myös samankaltaisuuksia yleiseen viitekehykseen nähden tutkimuksen viimeisessä luvussa.

#### **4.5 Tulosten tulkinnan perusteet**

Käytän päätelmien perusteille ja tulosten tulkinnalle pohjana kolmea taustakirjallisuudesta valitsemaani tutkimusta. Nämä ovat Simon Frithin Rockin potku (1988), Juha Lassilan Kultalevyn alkemia (1987) ja Jari Muikun Vinyylin viemää (1987). Frithin tutkimus perustuu erityisesti pohjois-amerikkalaisen ja brittiläisen musiikkiteollisuuden rakenteisiin ja kaksi jälkimmäistä kirjaa taas suhteuttavat muualla tehtyjä tutkimuksia suomalaisen äänitetuotannon rakenteisiin. Olen valinnut edellä mainitut tutkimukset teoreettiseksi taustaksi sen vuoksi, että niissä kaikissa käsitellään levyntuottamisprosessia, mutta jokaisessa on siihen hieman eri näkökulma. Näin sain asiaan mielestäni mahdollisimman kattavan ja monipuolisen teoriataustan.

Aiheesta on toki tehty 1990-luvullakin tutkimuksia, mutta ne on tehty pääasiassa ulkomailla. En halunnut valita tarkempaan käsittelyyn pelkästään ulkomaalaisia tutkimuksia. Tosiasiaan on, että Unkarin ja Suomen äänitemarkkinat ovat pienet verrattuna kansainvälisesti johtavien markkinamaiden, esim. Yhdysvaltojen tai Iso-Britannian, tasoon. Tämä ei voi olla vaikuttamatta tuotantorakenteisiin ja esimerkiksi levy-yhtiöiden käytäntöihin. Sen vuoksi mielestäni oli hyödyllisempää valita Frithin vastapainoksi kaksi suomalaista tutkimusta ja siten tarkastella unkarilaisen PG Csoportin levyntuotantoprosessin mahdollisia yhtymäkohtia erityisesti Suomen vastaavaan tilanteeseen verrattuna. En myöskään koe, että luvussa 2.2 esittelemäni, erityisesti 1990-luvun loppupuolella tapahtuneet muutokset (esimerkiksi demonauhan muuttuminen cd-levyksi ja internetissä tapahtuva levyjen jakelu), ja niiden huomioiminen olisivat ratkaisevasti vaikuttaneet tutkimukseni rakenteeseen tai sen tuloksiin. Käytän Frithin, Lassilan ja Muikun tutkimuksista saamiani selitysmalleja tulosten ja diskussion yhteydessä luoden niillä teoreettista vastapainoa, tulkintaa ja yhteyksiä tutkimuksen empiirisillä menetelmillä saamalleni tiedolle. (Alasuutari 1995, 34-35.)

## 5. TULOKSET

Tutkimukseni tulokset muodostuvat haastatteluaineiston analysoidusta materiaalista. Kuvaan unkarilaisen PG Csoport -yhtyeen ensimmäisen cd-levyn tuottamisprosessin, joka sijoittuu ajallisesti vuosille 1995-1996. Levyntuottamisprosessi alkaa PG Csoportin kohdalla tarkasti sanottuna 26.5.1995, kun yhtye voittaa Marlboro-Rock-In -kykyjenetsintäkilpailun. He saavat kilpailun voittajina palkinnoksi levytyssopimuksen HMK-Musicin kanssa. PG Csoportin kohdalla tutkimus loppuu ajallisesti vuoteen 1996, jolloin heidän cd-levynsä siirtyy julkaisun ja jakelun kautta kuluttajan saataville ja näin myös levyntuottamisprosessi saadaan päätökseen. Tuon esille pääasiassa PG Csoportin eli yhtyeen näkökulman, mutta esitän myös muutamia yleisempiä näkemyksiä prosessin kulusta. Tarkastelen tuloksia kronologisesti eli historiallisesti. Tarkastelutapa sopii tutkimukseeni, koska tutkittava asia eli levyntuotantoprosessi etenee aina tietyssä aikajärjestyksessä. Käsittelen tuloksia omassa teemakehikossa esittelemäni järjestyksen ja aihealueiden (artisti/yhtye, levy-yhtiö, levytyssopimus, studio, markkinointi ja levyn jakelu) mukaan.

### 5.1 Levyntuottamisprosessi

#### 5.1.1 Artisti/Yhtye

Artisti/yhtye on levyntuottamisprosessin luova osapuoli. Ajatus oman musiikin saamisesta äänitteen muotoon, unelma menestyksestä, maineesta ja suurista rahasummista ajaa niin aloittelevan, kuin jo pitkään alalla olleen artistin tavoittelemaan levytyssopimusta jonkun levy-yhtiön kanssa. (Lassila 1987, 36-39.)

Unkarilainen PG Csoport -yhtye on ollut toiminnassa jo vuodesta 1987 lähtien. Yhtye loi maineensa 1980-luvulla pääasiassa underground-piireissä. Alkuaikoina tärkeä osa toimintaa oli se, että uskallettiin kulkea vastavirtaan kommunistisen hallintojärjestelmän kanssa ja sanoa laulunsanoituksissa ääneen muissa yhteyksissä kiellettyjä asioita. Vuonna 1990 tapahtuneen järjestelmävaihdoksen myötä Unkarista tuli demokraattinen tasavalta ja tämä vaikutti omalta osaltaan myös PG Csoportin ja heidän musiikkinsa suosioon. Underground ei ollut enää "kova juttu"; kaikki asiat sai sanoa julki vapaasti ja kieltoja tai rajoituksia ei enää ollut. Tämän takia yhtye joutui miettimään uudelleen omia tavoitteitaan, lähtökohtiaan ja periaatteitaan 1990-luvun alkupuolella tapahtuneen suosion hiipumisen jälkeen.

<sup>3</sup> Me haluaisimme jo, että meistä tulisi maankuulu yhtye. Siis samalla tavalla kuuluisia, mitä saavutimme jo joissakin paikoissa; yliopistoissa ja korkeakouluissa meidät tunnetaan, mutta meidän täytyy päästä siitä eteenpäin, jos nimittäin haluamme, että tästä tulee jotakin. Aloimme sitten paneutua vähän vakavammin koko asiaan ja...lähdimme mukaan yhteen kykyjenetsintäkilpailuun, joka ei olisi sitä ennen tullut kuuloonkaan.

Kynnys ottaa osaa kilpailuun oli ilmeisesti korkea, edustihan maineen ja rahan perään avoimesti lähteminen erilaisia arvoja, mitä he olivat varsinkin 1980-luvulla kannattaneet. Kuitenkin kehittyäkseen ja päästäkseen urallaan eteenpäin heillä ei ollut juuri muita vaihtoehtoja. Toisaalta kilpailuun lähtemistä oli lykätty toisestakin syystä; Unkarissa aikaisemmin järjestettyjen kilpailujen tulosten luotettavuus ja niiden sitä kautta saama kyseenalainen julkisuus oli myös herättänyt epäluuloa yhtyeen jäsenissä.

Mi azt szeretnénk most már, hogy országos hírű zenekarba legyünk. Amit valahol el is értünk: az egyetemeken, a főiskolákon ismernek, de ezen túl kell lépni, hogy ha azt akarod, hogy legyen valami. Ekkor elkezdünk egy kicsit komolyabban ráfeküdni arra, hogy...elindultunk egy tehetségkutatón, ami addig szóba sem jöhetett.



- 4 a) Mutta itseasiassa se on totuus, että siihen asti oli ollut myös sellaisia kykyjenetsintäkilpailuja, että voittajan nimi julistettiin turhaan, koska kaikki tiesivät jo etukäteen kenestä tulee ensimmäinen. Siinä ei ollut mitään järkeä. Tämä Marlboro-Rock oli sellainen kilpailu, mikä lähti siististi liikkeelle. Ja edellisenä vuonna, vuonna -94, sen voitti yksi debreceniläinen yhtye ja tiesimme, että he olivat aloittaneet soittamisen vain muutama vuosi sitä ennen. Heillä ei ollut suhteita, he olivat nuoria ja he kaikenlisäksi voittivat sen, siis tämän täytyy olla puhdas. Myös me lähdimme mukaan ja siihen otti silloin osaa jotakin 200 bändiä.

Vuonna 1995 PG Csoport otti osaa Marlboro-Rock-In -kykyjenetsintäkilpailuun. Kilpailu järjestettiin Unkarissa kerran vuodessa, vuodesta 1993 alkaen. Sitä järjestettiin haastateltavani mukaan Unkarin lisäksi myös mm. Puolassa, Itävallassa, Hollannissa ja Saksassa. Kilpailuun pääsemiseksi järjestäjille piti lähettää yhtyeen omaa musiikkia sisältävä demonauha. Toisena ehtona kilpailuun pääsemiselle oli se, ettei artistilla saanut olla kustantajaa ennen kilpailua. PG Csoport lähetti järjestäjille säännöissä vaaditun demonauhan ja koska heillä ei ollut vielä ollut kustantajaa, he täyttivät tarvittavat ehdot ja pääsivät mukaan kilpailuun. Kaiken kukkuraksi myös kilpailun lopputulos oli toivotun mukainen.

- 4 b) Ja me siis voitimme ja voittaja sai kolmen miljoonan kokonaispalkinnon: yksi miljoona kiertueeseen, yksi miljoona soittimiin ja yksi miljoona puhdasta käteistä. Jaa ei,..yksi miljoona levyn äänityksiin kustantajalle. Julkaisimme HMK-Musicin kanssa tämän levyn, "Útlefél, fogkefe" ilmestyi lopultakin vuonna -96. (Miljoona forinttia oli vuonna 1995 noin 30.000 Suomen markkaa.)

4 a)

De igazából az az igazság, hogy eddig olyanok is voltak, ezeket a tehetségkutatók, hogy hiába hirdették meg, már mindenki tudta ki lesz az első. Semmi értelme nem volt. Ez a Marlboro-rock volt ami olyan tisztán indult. És az előző évben '94-ben megnyerte egy debreceni zenekar, és akkor tudtuk, hogy egy két éve kezdtek el zenélni. Nincsenek kapcsolatai, fiatalok és mégis nyertek, akkor ez tiszta. Be elindultunk mi is, és kétszáz valahány zenekar volt.

4 b)

S akkor gyôztünk, s hárommillió öszzdíjazás volt; egymillió a turnéra, egymillió a hangszerekbe és egymillió készpénz. Ja nem,.. egymillió pedig a felvételre a kiadónak. HMK-Music-nál adtuk ki ezt, az "Útlefél, fogkefe" '96-ba jelent meg végül is.

Kilpailu järjestettiin Unkarissa kaiken kaikkiaan vain kolme kertaa, vuosina 1993, 1994 ja 1995. Siten PG Csoportin voitto oli siis päätös koko kilpailulle. Kilpailun sponsori ja sen nimeä kantava Marlboro siirsi sen jälkeen rahansa rockista Formula-1 kilpailuun. Zsoltin mielipide kilpailun lopettamisesta oli seuraavanlainen:

- 5 a) Siis olen tottunut,... kilpailun slogani oli se, niiden kolmen vuoden ajan, että: "Etsimme maan lahjakkainta rock-yhtyettä." Ja vuonna 1995 me voitimme ja -96 kilpailua ei enää järjestetty. Tämän perusteella he löysivät sen.

### 5.1.2 Levy-yhtiö ja levytyssopimus

PG Csoport otti vuonna 1995 osaa Marlboro-Rock-In -kilpailun ja he myös voittivat sen. Yhtye sai tästä palkinnoksi levytyssopimuksen, jonka sponsoroiti HMK-Music -niminen kustannus- ja levy-yhtiö. Koska PG Csoport sai sopimuksensa edellä mainitun kilpailun voiton myötä, levy-yhtiö ei pystynyt yleisen käytännön mukaan vaikuttamaan omalta osaltaan artistin valintaan. PG Csoportin kohdalla tämä aiheutti käytännön ongelmia levy-yhtiön ja äänitteen julkaisun kanssa.

- 5 b) - Oliko jo kilpailun säännöissä määrätty, että voittaja saa levytyssopimuksen HMK-Musicin kanssa?  
 -Kyllä, se oli säännöissä, he vain eivät odottaneet, että me voitamme ja siksi kustantaja ei oikein halunnut tehdä meidän kanssamme töitä. Tästä huolimatta se julkaisi meidän materiaalimme ja meidän tietääksemme sitä on mennyt kaupaksi sellaiset 9000-10000 kappaletta, ilman mainostusta. Se on hyvin Unkarissa.

---

5 a)

Hát én szoktam..., az volt a szlogenje ennek a versenynek, három évig tartott, hogy: "Keressük az ország legtehetségesebb rock-zenekarát." És '95 megnyertük és '96-ban már nem volt. Ezek szerint megtalálták.

5 b)

-Az már meg volt írva a verseny szabályaiban, hogy a győztese megkapja a lemezszerződést a HMK-Musiccal?

-Igen, benne volt, csak nem minket vártak a győztesnek és a kiadó nagyon nem akart velünk dolgozni. Ettől függetlenül kiadta az anyagunkat és tudomásunk szerint olyan nyolc-nyolc-tízezer példányba fogyott el, reklám nélkül. Az jó Magyarországon.

Levytyssopimuksia on hyvin monenlaisia. Ne voidaan tehdä tietyille vuosimäärälle tai toisaalta ne voivat pohjautua tiettyyn määrään äänitteitä. (Lassila 1987, 48.) PG Csoportin sopimus HMK-Musicin kanssa koski kilpailun säännöissäkkin luvattua, yhden äänitteen tuottamista kilpailun voittajalle. Sopimus sisälsi tarkemmin sanottuna seuraavaa:

- 6 a) Teimme sellaisen sopimuksen, jonka mukaan siinä tuotannossa olevat laulut, en tiedä kuinka monta vuotta, pysyvät heidän omistuksessaan. Tekijänoikeudet, ne pysyvät meillä, mutta he pystyvät kustantamaan kappaleita, jne.

Äänitteen valmistuttua ja levytyssopimuksen mentyä umpeen kummallakaan osapuolella ei ollut halukkuutta pidentää sopimusta. Yhtye teki HMK-Musicin alaisena pelkästään yhden äänitteen. Kysyessäni Zsolt Jantyikilta, joutuivatko he maksamaan jotakin "Útlefél, fogkefe" -äänitteen levynvalmistuksesta, hän vastasi seuraavasti:

- 6 b) Ei, ei mitään. Kustantaja, kustantaja investoi tähän, se kuului siihen, kustannukseen oli miljoona forinttia, siihen mukaan olisi kuulunut myös yhden videoklipin valmistaminen, mutta sitäköön, sitäköön he eivät antaneet sitä meille.

Haastateltavani puhuu levy-yhtiöstä useaan otteeseen "se"-muodossa. Tämä johtuu siitä, että PG Csoport hoiti kaikki levyntuotantoon liittyvät asiat vain yhden ja saman HMK-Musicin työntekijän kanssa. Nimeä hän ei haastattelujen aikana maininnut (enkä sitä myöskään kysynyt), mutta kävi kuitenkin ilmi, että tämä levy-yhtiön ja yhtyeen välisten asioiden hoitaja oli kotoisin Serbiasta. Zsolt Jantyikin sanoja lainatakseni tämä "brutaali ja ääliö keltanokka" käyttää aikansa kiertelemällä ympäri maailmaa erilaisia teknofestivaaleja. Hän ei myöskään maininnut, missä HMK-Music pitää

---

6 a)

Egy olyan szerzôdést írtunk alá, ami szerint az, azon a produkcióban szereplô dalok, nem tudom hány éve, ô tulajdonukba mennek át. A szerzôi jogok azok nálunk maradnak, de ôk adhatják ki, stb.

6 b)

Nem, semmit. Ezt a kiadó, kiadó fektette be, az benne volt, egymillió forint volt a kiadásra, ebben benne volt egy videoklip elkészítése is, de azt sem, azt nem, azt nem adta ide.

pääpaikkaansa. Kysyttyäni Zsolt Jantyikilta levy-yhtiön roolista levyntuotantoprosessissa ja siitä, oliko HMK-Musicilla erikoisvaatimuksia tai määräyksiä levytyssopimuksen suhteen, hän vastasi seuraavasti:

- 7 a) Ei, häntä ei kiinnostanut, heille..minulla on epäilykseni, että se miljoona forinttia, minkä he antoivat palkinnoksi, he saivat sillä pelkästään voittoa, koska mielestäni he poistivat tileiltään monta asiaa ja kirjoittivat ne meidän nimiimme; ikään kuin he olisivat tehneet meille videoklipin, vieneet meitä sinne, tänne ja tuonne, ymmärräthän? He tuhlasivat meihin paperilla varmasti sellaiset kaksi-kolme miljoonaa. Mielestäni tämä oli heille vain mainosta: "Hienoa, että HMK-Music kustansi pääpalkinnon!"

PG Csoport sai valita "omassa rauhassa" myös studion, missä "Útlevel, fogkefe" -levyn materiaali nauhoitettiin. He valitsivat Budapestissa sijaitsevan Bikini-studion, koska heidän vanha muusikkoystävänsä, Alajos Németh omistaa sen. Valinta oli helppo myös sen vuoksi, koska PG Csoport oli äänittänyt samassa studiossa myös aikaisempia äänitteitään ja todennut paikan jo silloin hyväksi.

- 7 b) Sen takia, että olemme vanhoja ystäviä ja siis hän auttoi yhtyettä todella paljon, ennen "Útlevel, fogkefe"-levyä hän äänitti "Félélet"-materiaalin meille ilmaiseksi. Siis se tarkoittaa sellaista puolen miljoonan forintin avustusta ja me saimme työskennellä siellä niin kauan, kuin halusimme. Siis se ei ollut sidottuna mihinkään aikarajaan.

Itse nauhoitukset saatiin valmiiksi noin kuukauden aikana ja valmis äänite julkaistiin yli vuosi kilpailun voittamisen jälkeen. Zsolt Jantyikin mielestä vuosi 1996 on jo niin kaukana, ettei hän muista enää tarkasti missä kuussa  
7 a)

Nem, nem érdekelte ôt, az nekik..én nekem gyanúm az, hogy ez az egymillió forint, amit ôk felajánlottak, azzal ôk csak nyertek, mert egy csomó dolgot szerintem leírtak, hogy ránk írtak, hogy videoklippeket csináltak nekünk, ide vittek minket, oda vittek minket, tudod, olyan két-hárommilliót biztos ráköltöttek a papíron. De szerintem neki csak a, az a kis reklám volt: "Jó, hogy HMK-Music adta ki a fôdíjat!"

7 b)

Azért, mert régi barátok vagyunk, vagyunk és hát ô nagyon sokat segített a zenekarnak, a "Félélet" lemeze miatt az "Útlevel, fogkefe" előtt pedig ingyen vette föl. Tehát, az akkor is olyan félmillió forint körüli támogatást jelent és addig dolgozhattunk, ameddig akartunk. Tehát nem volt idôhöz kötve.

levyn nauhoitukset olivat tai minä päivänä cd-levy julkaistiin. Sen hän kyllä muistaa, että levyn julkaisu viivästyi melkein vuodella sen takia, ettei levy-yhtiö halunnut työskennellä yhtyeen kanssa. Haastateltavalla ei muutenkaan ole juuri mitään hyvää sanottavaa HMK-Musicin ja erityisesti tästä heidän Serbiasta kotoisin olevan edustajansa tavasta hoitaa asioita.

<sup>8</sup> Yksinkertaisesti, siis hän ei pitänyt yhtyeestä, hän ei tykännyt mistään asiasta heissä tai siis meissä. Ja sanoituksetkaan eivät miellyttäneet häntä, on sellainen..., "Mi világít"-nimisessä kappaleessamme on sellainen kohta, että "radio hyräilee hittiäni, serbin luoti hipoo bosnialaista päälakea." Ja kun hän kuunteli materiaaliamme, hän pyysi tulkin ja käyttäytyi ikään kuin hän ei osaisi unkaria. Ja hän teki näin siihen pisteeseen asti, kun tämä lause tuli kuuluviin, ja sitten hän puhkesi puhumaan unkariksi, että kuinka me kuvittelemme, että hän vielä julkaiseekin tämän kaiken ja vielä tämän.

### 5.1.3 Studio

Levytyssopimuksen solmiminen on kaikista sen kiemuroista huolimatta vain tuotantoprosessin alku ja vasta studiossa päästään itse asiaan eli artistin/yhtyeen musiikin äänittämiseen. PG Csoport oli valmistautunut studiotyöskentelyyn; kaikki kappaleet olivat valmiina ja niitä oli harjoiteltu ennen nauhoitusten alkua. Yhtye oli onnellisessa asemassa, koska heille ei oltu levy-yhtiön puolesta määrätty mitään studioaikaa, minkä kuluessa äänitykset oli saatava valmiiksi. Hyvästä ystävyysuhteesta johtuen myöskään studion omistaja eli Alajos Németh, ei laskenut yhtyeen studiossa viettämiä tunteja. Vastalahjaksi Zsolt Jantyik teki Alajos Némethin oman yhtyeen, Bikinin, uudelle levyille kappaleita. Studiotyöskentely ja nauhoitukset eivät kappaleiden harjoittelusta

8

Egyszerûen, szóval nem szerette a zenekart, semmit nem szeretett belôle, vagyis belölünk. Még a szövege sem is tetszett benne, még van olyan, a "Mi világít" címû számunkban egy olyan rész, hogy "a rádió a slágeromat dúdolja, egy szerb golyó bosnyák fejét súrolja." És úgy tett addig a pontig, amíg hallgatta az anyagot, mintha nem tudna magyarul, tolmácsot kért és amikor ez a mondat elhangzott, akkor kifakadt magyarul, hogy képzeljük mi ezt, hogy még ezt, hogy meg is jelentesse.

huolimatta menneet täysin kitkattomasti. Kysyessäni oliko kaikki kappaleet valmiina ennen kun yhtye meni studioon, Zsolt Jantyik vastasi seuraavasti:

- <sup>9 a)</sup> Kyllä, siis me valmistauduimme sitä varten. Oli kaksi kappaletta joiden sooloa ei oltu kirjoitettu puhtaaksi ja ne eivät meinanneet muotoutua millään. Sitten studion omistaja teki niin, että hän lukitsi pikkuveljeni oven ja sanoi, että: "Me tulemme takaisin sitten aamulla, tee se soolo siihen mennessä!" Ja niin hän sitten sai tehdyksi sen soolon.

### *Tuottaja ja muu studiohenkilökunta*

Tuottaja on artistin ohella tärkein henkilö studiossa ja tuottajan valinta on tärkeä päätös äänitteen lopputulosta ajatellen. PG Csoport hoiti tuottajakysymyksen siten, että yhtyeen jäsenet valitsivat itse haluamansa tuottajan. HMK-Music ei ottanut mihinkään studioon liittyviin asioihin osaa, he (tai heidän edustajansa) eivät edes käyneet studiossa koko nauhoitusten aikana.

- <sup>9 b)</sup> Kustantaja oli periaatteessa tuottajammekin, mutta itse asiassa hän ei ollut tuottajamme, koska kustantajaa ei kiinnostanut tämä asia. Tuottajana oli Lojzi Németh, joka pitää studiota.

Alajos Némethin tuottajan rooli liittyi pääasiassa nauhoitettavien kappaleiden muokkaamiseen.

- <sup>9 c)</sup> Hän auttoi todella paljon kappaleiden kanssa, siis kuinka esittäisimme ne pääpiirteissään ja kuinka yksi kappaleemme muodostuisi siinä samalla.

---

9 a)

Igen, hát azért készültünk rá. Két szám volt, aminek a szólója nem volt letisztázva és sehogy sem akart kialakulni. A stúdiónak a vezetője azt csinálta, hogy rázárta az öcsémre az ajtót és azt mondta, hogy: "Reggel majd jövünk és addigra csináld meg!" És így megcsinálta.

9 b)

A kiadó volt a producer is gyakorlatilag, de illetve a producer az nem ő volt, a kiadót nem érdekelte. A producer egy Németh Lojzi volt, aki a stúdiót vezette.

9 c)

ő a számokban nagyon sokat segített, hogy hogyan körvonalazódjon, hogyan alakuljon ki egy szám közben.

Samainen Alajos Németh toimi myös kappaleiden miksaajana, koska haastateltavani mukaan hänellä on "hyvä korva" ja hän oli muutenkin studiossa koko nauhoitusten ajan. Innokkaan tuottaja-miksaajan rooli ei kuitenkaan loppunut studiossa näihin kahteen työnsarkaan. Zsolt Jantyik kertoi, että:

<sup>10</sup> Hän ei palkannut toista ihmistä työskentelemään meidän kanssamme, koska hän piti niin paljon yhtyeestä, että hän halusi tehdä kaiken, minkä yhtye...mikä liittyy tuottamiseen: äänitys, miksaaja, miksaus, masterointi, hän teki kaiken.

Nauhoituksiin tarvittiin myös studiomuusikoita, jotka PG Csoport valitsi niin ikään itse. Valinnat perustuivat etupäässä ystävyysuhteisiin. Tuottaja eli Bikini-yhtyeen muusikko Alajos Németh soitti äänitteelle yhden soolon, jota Zsoltin omien sanojen mukaan hänen pikkuveljensä Csaba ei kyennyt soittamaan. Tankcsapda-yhtyeen nykyinen vokalisti ja entinen PG Csoportin jäsen, Laci Lukács ja Kis Pál s a Borz -yhtyeen laulusolista András Lovasi avustivat Zsolt Jantyikia kahden kappaleen lauluosuuksissa.

### *Äänitysten kulku*

Studiossa tapahtuvat äänitykset etenevät teknisesti tietyssä järjestyksessä. PG Csoportin äänityssessioissa kaikki soitto- ja lauluosuudet äänitettiin erikseen. Ensin oli vuorossa rummut, sen jälkeen basso ja koskettimet, joilla kappaleiden "taustamatto" tehtiin. Näiden jälkeen äänitettiin taustakitarat, lauluosuudet, soolot ja erilaiset ääniefektit.

---

10

Nem vett föl egy külön embert, hogy velünk dolgozzon, mert annyira szerette a zenekart, hogy mindent ő akart csinálni, ami a zenekar...a produkcióhoz tartozik: a rögzítés, hangmérnök, keverés, maszterelés is, mindent ő csinált.

- 11 a) Ja sitten kaikki oli kasassa, sen jälkeen kaikki miksattiin yhteen. Ja miksauksen pidetään tauko, sellaiset kaksi, kolme viikkoa. Se on sellainen optimaali tauko, se on minimi. Sitten täytyi miksata uudestaan, täytyi kuunnella uudestaan ja sen jälkeen nauha masteroitiin, joka tarkoittaa sitä, että levy valmistetaan painokuntoon, stereoääni ja kaikkea sellaista.

### *Kansilehti*

Tiukkatahtiset päivät studiossa ovat ohi ja äänitteen valmistusprosessi onkin enää viimeistä vaihetta eli kansilehteä vaille valmis. Kansilehti on tärkeä osa äänitteen taiteellista kokonaisuutta. (Lassila 1987, 66-68.) PG Csoport suunnitteli "Útlefél, fogkefe" (= passi, hammasharja) -levyn kansilehden itse. Päätös oli hyvin yksinkertainen, koska levy-yhtiö ei puuttunut myöskään tähän asiaan. Kansilehden etupuoli esittää vanhaa karttaa, jossa näkyy Amerikan ja Kanadan rannikko. Kannen takana on 1900-luvun alkupuolella Amerikkaan ja Kanadaan laivamatkoja järjestäneen White Star Line -laivayhtiön mainos. Haastateltavani selvittää aihevalintaa seuraavasti:

- 11 b) Siis tällä on elämäkerrallinen suhde ja tämä laitettiin sen takia "Útlefél, fogkefe"-levyn kansilehteen, että unkarilaisille Amerikka on yhdenlainen symboli. Suunnilleen puolitoista miljoonaa unkarilaista lähti 1920- ja 1930-luvuilla Amerikkaan, Kanadaan ja Amerikkaan. Siis Unkarista lähti enemmän ihmisiä pois, kuin mitä täällä kuoli 2. maailmansodan aikana, koska

---

11 a)

És akkor így állt össze, aztán jött a keverés. És annak a keverésnek van utána szünet, egy 2, 3 hét. Az az optimális legalább, az a minimum. Akkor újra kell keverni, újra meg kell hallgatni és aztán maszter volt, ami azt jelenti, hogy előkészítik a nyomást, hogy sztereóhangzás, még mit tudom én.

11 b)

Tehát az életrajzi vonatkozás, és azért került rá ez az "Útlefél, fogkefe", mert a magyaroknál Amerika az egy szimbólum. Innen kb. másfélmillió magyar ment ki a '20-'30-as években, Amerikába, Kanadába és Amerikába. Tehát Magyarország, többen mentek ki, mint amilyen a 2. világháborúban meghaltak, mert ott 800.000 ember halt meg, másfélmillió kiment és ez egy szimbólum és azért került rá a borítóra Kanada, Amerika.



silloin kuoli 800.000 ihmistä ja 1 1/2 miljoonaa lähti pois ja tämä on yhdenlainen symboli ja sen takia aihe on myös kansilehdessämme, Kanada, Amerikka.

Aihevalintaa puolustaa myös se, että myös Zsolt ja Csaba Jantyikin isoisan isä pakeni Unkarista muiden mukana Kanadaan laman aikana vuonna 1927. Hän lähti siinä luulossa, että Kanadassa asiat ovat paremmin. Hän joutui kuitenkin pettymään odotuksissaan ja hän palasi jo kahden vuoden päästä takaisin Unkariin.

#### 5.1.4 Markkinointi

Levyn markkinointi ja artistin pääseminen julkisuuteen ratkaisee suurelta osin kuinka hyvin levy menestyy. Zsolt Jantyik toteaa "Útlefél, fogkefe" -äänitteen markkinointistrategiasta seuraavasti:

<sup>12</sup> Me emme saaneet äänitteelle mitään markkinointia, vain sen, mitä me itse teimme. Musiikki- ja kuukausilehtiin voi laittaa erilaisia ilmoituksia ja me siis käytimme niihin omia rahojamme. Mutta se mikä olisi ollut itseasiassa tärkeää, sanotaan vaikka radiospotit, televisio, jotka maksavat paljon, meillä ei ollut niihin rahaa ja sitä ei sitten tapahtunutkaan. Siis melkein... levy melkein tapettiin vaitiololla.

PG Csoport markkinoi itse äänitettään maanlaajuisissa Nôk Lapja -nimisessä naistenlehdessä ja radiolehdeissä. Vaikka ilmoitukset olivat pieniä, lehdet ilmestyivät noin 100.000 kappaleena ja siten mainokset levisivät suhteellisen laajalle alueelle Unkarissa. Zsolt Jantyikin mukaan on parempi, jos on monta pientä mainosta, kuin että olisi vain muutama suuri ilmoitus. PG Csoportilla oli pienimuotoinen keikkakiertue levynjulkaisun jälkeen. Tätä ei voi kuitenkaan sanoa "suureksi

12

Semmilyen reklámot nem kaptunk rá, csak amit mi csináltunk; a zenei szaklapokban, havilapokban lehet ilyen hirdetések tenni és a sajtó pénzünket költöttük rá. De igazából ami fontos lett volna, hogy mondjuk rádióspotok, televíziók, ami már sokba kerül, nem volt pénzünk és nem is történt meg. Úgyhogy majdnem...majdnem agyon lett hallgatva a lemez.

kiertueeksi”, joka tarkoittaa Zsolt Jantyikin mukaan koko maan kiertämistä viikosta toiseen, torstaista lauantaihin.

13 a) Oikeastaan meillä on ollut sellainen suuri kiertue vain yhden kerran, siis Marlboron jälkeen.

PG Csoportin todellinen läpilyönti suuremman median saralla (radio, televisio ja musiikkilehdistö) jäi pelkäksi unelmaksi. Markkinointiin tarvitaan suhteita ja rahaa, joita yhtyeellä ei ollut tarpeeksi. Tässä asiassa PG Csoport jäikin täysin oman onnensa nojaan, koska HMK-Music ei auttanut yhtyettä markkinointiponnisteluissa rahallisesti, kuten ei myöskään henkisesti eli esimerkiksi uusien suhteiden luomisessa. Unkarin valtakunnalliset, pääasiassa nuorille suunnatut radiokanavat (esim. Danubius tai Juventus) eivät soittaneet heidän levyään. PG Csoport pääsi kuitenkin suhteiden avulla radioaalloille Petôfi-radiokanavan kautta.

13 b) Petôfi-radio, siis monet eivät kuuntele sitä. Petôfi-radiossa soitettiin koko levy. Petôfi-radion musiikillinen päätoimittaja, Éva Molnár, ihailee bändiä jo monien, monien vuosien takaa.

Petôfi-radiokanava ei ole varsinaisesti suunnattu nuorisolle tai populaarimusiikin soittamiseen. Kanavan ohjelmatarjontaa voisi kai verrata suomalaisen Radio Suomen linjaan eli siellä on puhetta ja sen ohella musiikkia laidasta laitaan. Petôfi-radion lisäksi levyn kappaleita soitettiin myös Debrecenin paikallisradiossa.

---

13 a)

Igazából ilyen nagy turnénk egyszer volt csak, tehát a Marlboro után.

13 b)

A Petôfi Rádió, tehát azt nem nagyon sokan hallgatják. Petôfi Rádióban az egész lemezt leadták. A Petôfi Rádió zenei főszerkesztője, Molnár Éva, az egyik, az hosszú, hosszú évek óta imádja a zenekart.

- 14 a) Muutama laulumme meni täällä niin ikään aika pitkään.  
 "J'accuse"-kappaleesta pidettiin paljon, siis mitä Tátrakin soitti, se on niin sanottu radioystävällinen kappale, vaikka se on aika pitkä. Siis radioystävällinen täällä, joka tarkoittaa sitä, että mistä radiot pitävät, sitä ne myös soittavat. No siis tämä ei ole sellainen kuuden minuutin kappale, se on sellainen kolmeminuuttinen.

PG Csoport yritti myös päästä haastatteluihin paikallisradioihin niillä esiintymispaikoilla, joilla he kulloinkin konsertoivat. Televisioesiintymiset jäivät radioon verrattuna vielä vähemmäksi. Levynjulkaisun yhteydessä PG Csoport pääsi esiintymään Repeta-nuortenohjelmaan ja Debrecenin paikallistelevision. Muita mahdollisuuksia he eivät onnistuneet saamaan. Lehdistössä PG Csoport oli esillä hieman edellisiä medioita enemmän. He pitivät Debrecenissä levynjulkaisun yhteydessä lehdistötilaisuuden ja yhteestä kirjoitettiin juttu myös Debrecenissä ilmestyvässä Napló-lehdessä. (Napló ilmestyy pääasiassa Hajdú-Biharin läänissä, jonka pääkaupunki Debrecen on.) Yhteestä Napló-lehteen kirjoitettu juttu oli Zsolt Jantyikin mielestä itsestäänselvyys.

- 14 b) Tietysti Naplóssa. Täällä, täällä yhtyeellä on jo omanlainen kultinsa. Siis me olemme se yhtye, joka, joka edustaa laatua. Debrecen on sen takia kiinnostava, koska se ei ota vastaan helposti uutta, mutta kun se hyväksyy, sitten se pitää siitä kiinni kunnolla. Me olemme jo sellainen juttu, vähitellen pyhäinjäännös, me olemme todella hyviä.

PG Csoportista ja sen uudesta äänitteestä kirjoitettiin myös kahdessa valtakunnallisessa musiikkilehdessä.

---

14 a)

Szintén itt elég sokáig ment a...egy-két dalunk. Nagyon szerették a "J'accuse"-t, a tehát amit a Tátra játszott, az úgynevezett rádióbarát dal, bár elég hosszú. Tehát itt a rádióbarát, az azt jelenti, amit a rádiók csak szeretnek és játszanak. Na, most az nem ilyen hatperces szám, az olyan háromperces.

14 b)

Naplóban persze. Itt, itt egyfajta kultusza van a zenekarnak már. Tehát mi vagyunk az a zenekar, aki, aki az értéket képviseli. Debrecen azért érdekes, mert nagyon nehezen fogad be újat, befogadta akkor nagyon ragaszkodik hozzá. Mi már ilyen izé vagyunk, relikvia lassan, mi nagyon jók vagyunk.

- 15 a) Meillä oli Debrecenissä lehdistötilaisuus ja voisi sanoa, että lehdistä "Rockinform" ja "Zenészmagazin", niissä oli aika hyviä juttuja, nämä ...on myös "Metalhammer", joka ilmestyy vieläkin, mutta se käsittelee mieluummin raskaampaa musiikkia, siis se ei piitannut meistä.

### 5.1.5 Jakelu

Jakelu on tuotantoprosessin tärkeä osa, koska ilman sitä äänite ei päädy kuluttajalle, vaikka kaikki edellä käsitellyt osa-alueet olisi kuinka hyvin tehty. Zsolt Jantyikin mukaan jakelu toimii Unkarissa periaatteessa seuraavasti:

- 15 b) Unkarissa on sillä tavalla, en tiedä kuinka teillä on, Unkarissa jakelu menee siten, että on joku suuri jakelija, ja suuret levyfirmatkin antavat suurille jakelijoille, heillä ei ole omaa jakelijaa ja sitten jakelija vuorostaan tekee katalogin. Tämän voi saada ja pienet levykaupat ostavat sitten sen perusteella kaksi, kolme, viisi, kymmenen, 45 äänitettä ja sitten näin. Ja sen jälkeen kerran kuussa tai kerran kahdessa kuussa ne tilitetään.

HMK-Music järjesti "Útlevel, fogkefe" -äänitteen jakelun, kuten he olivat luvanneet alkuperäisessä sopimuksessa. PG Csoportin jäsenet eivät tiedä tarkalleen, kuinka ja mitä kautta HMK-Music järjesti äänitteen jakelun. Jakelu, joka kattoi kaiken lisäksi koko Unkarin, onnistui kuitenkin hyvin. Haastateltavani mukaan maanlaajuinen jakelu ei ole vielä arkipäivää jokaisen artistin ja äänitteen kohdalla ja se nosti jakelun arvoa. Levyn jakelu oli todellakin niitä harvoja asioita, mihin yhtyeen jäsenet olivat

15 a)

Debrecenben volt a sajtótájékoztató is, és mondom az újságokban elég jó volt a "Rockinform", "Zenészmagazin", ezek a..van egy "Metalhammer" ami még van, de az inkább keményebb zenéssel foglalkozik, tehát az nem foglalkozott velünk.

15 b)

Magyarországon úgy, nem tudom nálatok hogyan van, Magyarországon úgy megy a terjesztés, hogy van a nagy terjesztő, még a lemezcégek is nagy terjesztőkhöz adják, nincs rá terjesztők és úgy pedig lead egy katalógust. Ezt lehet kapni, és a kis lemezboltok pedig megvesznek kettőt, hármát, ötöt, tízet, negyvenötöt és akkor így. S aztán havonta, kéthavonta elszámolás.

HMK-Musicin järjestämistä asioista tyytyväisiä. Lopuksi Zsolt pohti, millä strategialla levy saatiin niin moneen paikkaan:

- <sup>16</sup> Suuri jakelija yhdessä kustantajan kanssa, se on todella tärkeää. Ja tämä kustantaja oli sen vuoksi hyvä, että heillä oli enemmän materiaalia. Ja siis luulen niin, että jos tilasit sanotaan 500 tai 1000 - 2000 Prodigya, niin sen jälkeen heidän piti tilata myös samalla pienempien bändien äänitteitä. Mielestäni se oli näin, koska en tiedä miksi, mutta "Útlefél, fogkefe" oli tämän maan jokaisessa levykaupassa. Olisi mielenkiintoista tietää kuinka HMK ratkaisi asian, mutta levyä sai joka paikasta.

A kiadóval együtt a nagy terjesztô, az már fontos. S ez a kiadó azért volt jó, mert több anyaga volt, és akkor gondolom ugyanazt, hogy te rendeltél mondjuk ötszáz vagy ezerkétezer Prodigy-t és akkor kötelezőek, kell rendelni vele kisebb zenekarokat is. Szerintem így volt, de nem tudom miért, de ez az ország minden boltján volt, ez az "Útlefél, fogkefe". Itt egy érdekes volt, hogy a HMK nem tudom, hogy oldotta meg, de mindenütt lehetett kapni.

## 6. DISKUSSIO

### 6.1 Yhteenveto tuloksista

Tutkimuksen tavoitteena oli kuvata unkarilaisen PG Csoportin ensimmäisen cd-levyn tuottamisprosessi. Prosessi käynnistyi yhtyeen ja levy-yhtiön keskinäisen suhteen solmimisella, kun PG Csoport voitti Marlboro Rock-In kykyjenetsintäkilpailun Unkarissa vuonna 1995. He saivat palkinnoksi levytyssopimuksen HMK-Music -nimisen kustannus- ja levy-yhtiön kanssa, koska levytyssopimus oli määrätty voittajalle kilpailun säännöissä. Esimerkiksi Jari Muikun mukaan levytyssopimus saadaan yleensä A&R -henkilön välityksellä, artistin/yhtyeen levy-yhtiöön lähettämän demonauhan avulla tai voittamalla rockin SM-kilpailu tai muu vastaava kykyjenetsijäkilpailu (Muikku 1987, 16-19). PG Csoportin tapauksessa näistä toteutui kolmas vaihtoehto eli kykyjenetsintäkilpailun voittaminen.

PG Csoportin saama levytyssopimus kattoi yhden äänitteen tuottamisen ja useiden erimielisyyksien takia kumpikaan osapuoli ei halunnut jatkaa sitä levyn ilmestymisen jälkeen. Yleensä levytyssopimus tehdäänkin tietylle määrälle äänitteitä tai tietylle aikavälille (Lassila 1987, 48). Sen sijaan kaikki levyntuotantoprosessiin tehtävät päätökset tekee pieniä poikkeuksia lukuunottamatta levy-yhtiö, ei artisti/yhtye itse. Tämä johtunee siitä, että levy-yhtiö myös kustantaa koko prosessin. (Frith 1988, 115.) PG Csoportin tapauksessa asiat menivät aivan päinvastoin. HMK-Music kyllä kustansi äänitteen tuottamisen ja sen jakelun kilpailun sääntöjen mukaan, mutta markkinointiin se ei antanut rahaa. HMK-Music ei myöskään puuttunut levyntuotannon vaiheisiin ja se ei asettanut vaatimuksia kappalevalintojen, kansilehden tai julkaisupäivän suhteen. PG Csoport päätti kaikista näistä asioista itse.

Artistilähtöinen päätöksenteko jatkui myös studio- ja tuottajavalinnassa, koska HMK-Music ei antanut studioon liittyviin asioihin mitään

määräyksiä omalta puoleltaan. Levy-yhtiön edustaja ei käynyt kertaakaan studiossa koko nauhoitusten aikana. PG Csoport valitsi nauhoitukseen Budapestissa sijaitsevan Bikini-studion, koska sen omistaja, Alajos Németh, on heidän hyvä ystävänsä. Toinen syy oli se, että studio oli tuttu, koska he olivat työskennelleet siinä aikaisemminkin. Levyn tuottajaksi PG Csoport valitsi Alajos Némethin eli studion omistajan. Hän toimi myös äänittäjänä ja miksaajana, koska hän ei halunnut palkata tehtäviin toista henkilöä. Yhtye suostui tällaiseen järjestelyyn.

Nauhoitukseen tarvittavat studiomuusikot yhtye valitsi itse, valinnat perustuivat ystävyys-suhteisiin. PG Csoport oli valmistautunut nauhoitukseen etukäteen ja levyn kappaleet olivat kahta kitarasooloa vaille valmiina, kun he menivät studioon. Yleisen käsityksen mukaan levy-yhtiö valitsee studion ja määrää nauhoitusten sallittavan studioajan (Esim. Lassila 1987, 47-51). PG Csoportin tapaus eroaa tähän verrattuna siten, että heidän levy-yhtiönsä ei ottanut vastuuta tai tehnyt mitään studiotyöhön liittyneitä päätöksiä. Heitä ei kiinnostanut miten levyntekoprosessi eteni. Yhtyeellä ei myöskään ollut studiossa Simon Frithin tutkimuksessa mainittua tuottajan valitsemaa tuotantoryhmää (kappaleiden sovittaja, äänittäjä, teknikot, studiomuusikot), vaan studion omistaja hoiti kaikki studiotyöt nauhoitusten aikana tuottajan roolista äänitykseen ja miksaamiseen asti.

Nauhoitukset etenivät Bikini-studiossa teknisesti siten, että kaikki osuudet äänitettiin ensin suurin piirtein yhteen rytmitaustaksi. Sen jälkeen rummut, basso, koskettimet (taustamatto), kitarasäestys, laulu, soolot ja viimeiseksi erilaiset ääniefektit soitettiin erikseen tälle rytmitaustalle. Lopuksi kaikki miksattiin yhteen, jonka jälkeen materiaalin annettiin levätä ja taukoa pidettiin sellaiset kaksi-kolme viikkoa. Sitten miksaus kuunneltiin uudestaan ja siitä valmistettiin masternauha cd-levyn painamista varten. Lopuksi yhtye suunnitteli itse levyille sen kansilehden. Myös Jari Muikun tutkimuksessa musiikillisten osuuksien äänitysjärjestys (ensin rummut, basso ja rytmikitara pohjiksi, sen jälkeen soolosoittimet, lauluosuudet ja taustalaulut ym. tarvittava materiaali), kappaleiden miksaus, masternauhan muokkaus ja kansilehden suunnittelu menevät samassa järjestyksessä, kuin PG Csoportin tapauksessa. (Muikku 1987, 19-21.)

Levyn markkinointi oli täysin PG Csoportin omilla harteilla ja omien rahavarojen puitteissa. HMK-Music ei antanut siihen minkäänlaista tukea. Yhtye yritti markkinoida levyä laittamalla ilmoituksia joihinkin lehtiin (maanlaajuinen Nôk Lapja ja radiolehti) ja pitämällä lehdistötilaisuuden Debrecenissä. Lehdissä tapahtuneen ilmoittelun lisäksi PG Csoport teki levynjulkaisun jälkeen Unkarissa pienimuotoisen keikkakiertueen. Heillä ei ollut kuitenkaan rahaa siihen, mikä olisi ollut tärkeää levyn julkisuuden kannalta eli tehdä markkinointikampanjaa radioon tai televisioon. Äänitteen markkinointi on Simon Frithin mukaan levy-yhtiön tiedotusosaston vastuulla, jonka tavoitteena on saada julkisuutta yhtiön esiintyjille ja julkaisuille, kohteena ensisijaisesti lehdistö (Frith 1988, 122-123). Myös tv- ja lehtimainontaa käytetään, mutta varsinkin tv-mainonnan suurimpana esteenä on sen korkeat kustannukset (Lassila 1987, 74-76). PG Csoportin levy-yhtiöllä ei ollut intressejä panostaa yhtyeeseen ja tämän markkinointiin. Markkinointi ei ilmeisesti kuulunut sopimukseen ja siihen ei myöskään uhrattu ylimääräisiä rahoja HMK-Musicin puolelta. Toisaalta myöskään PG Csoportin jäsenillä ei ollut liikaa ylimääräistä rahaa laitettavaksi pohjattomaan markkinoinnin kaivoon.

Simon Frith toteaa levy-yhtiöstä riippumattomista markkinointikanavista tärkeimmäksi radiosoiton. Hänen mielestään yksi radiosoitto on arvokkaampi, kuin mitkään ilmoitukset tai musiikkilehtien arvostelut. Ääniteyhtiöt eivät kuitenkaan pysty itse kontrolloimaan radiosoittoa vaan radion dj:t tekevät päätökset soittamalla sitä, mikä miellyttää heidän yleisöään. (Frith 1988, 123-124.) Myös Juha Lassila toteaa, että rock-lehdistö ja radiokanavat valitsevat esiintyjänsä oman ohjelmapolitiikkansa mukaan ja näitä portinvartijoita on vaikea ohittaa (Lassila 1987, 94-105). Median portinvartijoiden läpi PG Csoportin äänite ei päässytäkään muutamaa pientä poikkeusta lukuunottamatta. Radiosoittoon se pääsi debrecenin paikallisradiossa ja kansallisella Petôfi-radiokanavalla. Petôfi-radiossa äänite soitettiin kappale kappaleelta kokonaan, koska radiokanavan musiikillinen päätoimittaja on PG Csoportin vanha ihailija. Valtakunnalliset nuorisolle suunnatut kaupalliset radiokanavat eivät soittaneet levyä. Televisiossa yhtye nähtiin Repeta-nuortenohjelmassa ja lehdistön osalta PG Csoportia haastateltiin Hajdú-Biharin lääninlehdessä,



Naplóssa, ja kahdessa kansallisessa musiikkilehdessä (Rockinform, Zenésmagazin). Musiikkivideo valmistui vasta vuonna 1998 omalla rahoituksella, koska HMK-Music ei lupauksestaan huolimatta antanut yhtiölle rahaa videon tekemiseen.

Jakelu on tuotantoprosessin viimeinen vaihe. HMK-Music järjesti "Útlefél, fogkefe" -äänitteen maanlaajuisen jakelun ja se onnistui hyvin. Levyä pystyi ostamaan suurinpiirtein jokaisesta levykaupasta ympäri maata. Zsolt Jantyik kommentoi levyn jakelusta, että hän ei tiedä, kuinka HMK-Music sen teki, mutta se oli ainoa asia minkä he tekivät hyvin. Suomessakin levy-yhtiöt hoitavat levyn jakelun. Se tapahtuu joko oman tai jakeluun erikoistuneen yhtiön kanssa. (Muikku 1987, 19-23.) Toisaalta voi miettiä, onko hyvällä jakelulla merkitystä, jos levyä ei ole täysipainoisesti markkinoitu.

## 6.2 Yleistä pohdintaa

Tutkimuksesta kävi ilmi, että levyntuotantoprosessin perusrunko (artisti/yhtye, levy-yhtiö, levytyssopimus, studio, markkinointi, jakelu) on periaatteessa samanlainen niin Suomessa, Yhdysvalloissa, Iso-Britanniassa, kuin Unkarissakin. Tästä samankaltaisuudesta huolimatta jokainen artisti/yhtye ja jokainen levyntuottamisprosessi on oma tapauksensa ja käytännöt vaihtelevat sen mukaan. PG Csoportin kohdalla levytyssopimuksen saaminen kilpailun kautta, levytyssopimuksen pituus, äänitysten tekninen kulku studiossa ja äänitteen jakelu menivät selkeimmin aikaisemmissa tutkimuksissa todettujen oletuksien mukaan. Monet prosessin aikana tehtävät päätökset ja tapahtumat ovat tutkimuskirjallisuudenkin mukaan tapauskohtaisia, kuten esimerkiksi tehdäänkö kappaleet ennen studioon menemistä vai vasta nauhoitusten aikana, tekeekö artisti/yhtye kappaleet itse ja valitseeko artisti/yhtye vai levy-yhtiö tuottajan.

Se mikä selkeimmin erosi PG Csoportin tapauksessa, oli levy-yhtiön eli HMK-Musicin rooli koko prosessissa. Taustakirjallisuus antoi artistin/yhtyeen ja levy-yhtiön suhteesta ja asioiden hoitamisesta aivan toisenlaisen kuvan. Levy-yhtiö kuvataan tulosvastuullisuutta ajattelevana rahakirstun haltijana, jolle jokainen pienikin levynkustannusprosessiin liittyvä päätös on tärkeä. Artistilla/yhtyeellä ei ole juurikaan päätösvaltaa, vaan levy-yhtiö päättää niin studion, kuin studiopäivien lukumäärän, kappalemäärän levyllä, kansilehden suunnittelun ja levynjulkaisupäivämäärän. Toisaalta asiat ovat yleensä hyvissä käsissä, koska molemmat osapuolet tähtäävät samaan lopputulokseen eli artistin/yhtyeen ja julkaistavan äänitteen menestykseen.

HMK-Music maksoi levytyskustannukset ja hoiti levyn jakelun. Siihen heidän osuutensa koko prosessissa loppuikin. Heillä ei ollut tavoitteena tehdä "Útlefél, fogkefe" -äänitteestä menestyvää ja hyvää kokonaisuutta. He siirsivät koko vastuun PG Csoportin harteille. Yhtye valitsi itse studion ja tuottajan, suunnitteli kansilehden ja mikä kummallisinta, oli itse vastuussa levyn markkinoinnista. Musiikkivideon tekeminen jäi HMK-Musicin osalta pelkästään katteettomaksi lupaukseksi ja singlekappaletta ei ole myöskään tietääkseni julkaistu. Syitä HMK-Musicin käyttäytymiseen voi vain arvailla. Yksi osasy syy voi olla se, että HMK-Musicin toiminta on painottunut teknomusiikkiin ja sen julkaisemiseen, kuten Zsolt Jantyik mainitsi. Tämän takia yhtiö odotti myös kilpailun voittajaksi aivan toisenlaista musiikkia esittävää artistia/yhtyettä, kuin mitä PG Csoport edusti. Levy-yhtiö ei peitellyt pettymystään PG Csoportille; he eivät yrittäneetkään pitää yhtyeen musiikista tai siinä soittavista ihmisistä ja he hankaloittivat levyntuotantoon liittyviä käytännön asioita. Esimerkiksi levyn äänitykset alkoivat vasta 1996 ja siksi levy ilmestyi noin vuosi kilpailun voittamisen jälkeen erilaisten erimielisyyksien takia.

Zsolt Jantyikin kommentit HMK-Musicista olivat hieman katkeria ja negatiivissävytteisiä. Asian ymmärtää, koska yhtye joutui ja on joutunut vieläkin kärsimään levy-yhtiön kyseenalaisesta tavasta tehdä bisnestä. HMK-Music on nimittäin passiivisesta ja yhtyettä kohtaan osoittamasta välinpitämättömyydestä huolimatta painattanut "Útlefél, fogkefe" -levyä

pimeästi tilittämättä rahoja yhtyeelle. Levyä on painettu yhtyeen tietämättä tai siis heille tilittämättä ainakin vielä vuoden 1998 lopulla, eli noin kaksi vuotta levynjulkaisun jälkeen. Kaiken kukkuraksi PG Csoportin jäsenet pääsivät itse todistamaan tätä vääryyttä, kun he olivat sattumalta käymässä eräässä budapestiläisessä cd-levyjen painopaikassa uuden äänitteensä tiimoilta, jossa juuri samaan aikaan painettiin heidän tietämättään "Útlefél, fogkefe" -äänitettä. Yhtye ei kuitenkaan voi tehdä asian hyväksi mitään. Näin HMK-Music kerää parhaimman potin ja kuten Zsolt Jantyyik totesi kärjistetysti: "Samaan aikaan yhtye kuolee nälkään".

Tutkimukseni valmistumisen jälkeen voi toki todeta, että monen asian olisi voinut tehdä toisin ja tutkimukseni raapaisee vain aiheen pintaa. Esimerkiksi haastattelukysymykset olisi voinut tehdä vielä tarkemmiksi jokaiselta teema-alueelta ja kapea-alaisia kysymyksiä olisi voinut olla lukumäärällisesti enemmän. Toisaalta myös levyntuottaja HMK-Music jäi itselleni aivan tuntemattomaksi "pahantekijäksi". Vaikka tarkastelin asioita artistin näkökulmasta, olisi ollut mielenkiintoista tietää enemmän tästä yhtiöstä. Heillä oli kuitenkin tärkeä rooli koko prosessissa. Loppujen lopuksi Zsolt Jantyyik jäi ainoaksi tiedonlähteekseni HMK-Musicin asioiden suhteen. Hän oli kuitenkin sattuneista syistä huonoissa väleissä levy-yhtiön ja sen edustajan kanssa. Tämän vuoksi levyn jakelua lukuunottamatta hän pääasiassa haukkui yhtiötä. Hänen puolueellinen näkökulmansa ei ehkä antanut HMK-Musicista kaikkein todenmukaisinta kuvaa. En kuitenkaan halunnut alkaa etsimään levy-yhtiön työntekijöitä haastattelua varten, koska se olisi ollut liian monimutkaista.

Pohdin myös kolmen esille nostamani tutkimuksen tietojen tuoreutta ja paikkaansa pitävyyttä koska ne on kaikki tehty 1980-luvulla. Musiikkiteollisuus on muuttunut niistä ajoista ja on edelleen jatkuvan muutoksen kourissa; demonauha on vaihtunut cd-levyksi, markkinointi ja äänitteiden jakelu ja myynti on laajentunut internettiin ja musiikkivideon merkitys on kasvanut. Mielestäni nämä muutokset eivät kuitenkaan vaikuta tutkimustuloksiin ratkaisevasti, koska levyntuottamisprosessin perusrunko (artisti/yhtye, levy-yhtiö, levytyssopimus, studio, markkinointi ja jakelu) on pysynyt kaikin puolin samana 1990-luvun loppupuolellakin.

Kaiken kaikkiaan voi kuitenkin todeta, että tutkimuksen tarkoitus täyttyi; tulokset antavat lisätietoa unkarilaisesta levyntuottamisprosessista. Mielestäni tutkimuksessa tulee hyvin esille myös artistin/yhtyeen henkilökohtainen näkemys asioiden kulusta. Tutkimus osoittaa, että levytyssopimuksen saaminen ei ole aina suora tie onneen, vaan levy-yhtiön ja artistin/yhtyeen keskinäiset suhteet vaikuttavat suuresti lopputulokseen. Henkilökohtaiset suhteet vaikuttavat myös osaltaan levyn menestykseen, koska suhteilla pystytään joskus ohittamaan tärkeitä median portinvartijoita. Tuloksia ei voi kuitenkaan yleistää, koska pääasiallinen aineisto koostuu tapaustutkimuksesta, vain yhden unkarilaisen levyntuottamisprosessin kuvaamisesta. Jokainen tapaustutkimus on aina omalla tavallaan ainutlaatuinen.

## LÄHTEET

### Haastattelut

Jantyyk, Zsolt 16.4.1998, Debrecen.

Jantyyk, Zsolt 7.1.1999, Debrecen.

### Muu lähdekirjallisuus

Alasuutari, Pertti 1995. Laadullinen tutkimus. 3. painos. Vastapaino: Tampere.

Brolinson, Per Erik & Larsen Holger 1981. Rock...aspekter på industri, elektronik & sound. Esselte Studium.

Buck, Elizabeth B., Campbell Robinson Deanna & Cuthbert Marlene (et al.) 1991. Music at the margins; popular music and global cultural diversity. Sage Publications: Newbury Park, London, New Delhi.

Denisoff, R. Serge 1986. Tarnished gold. Transaction books: New Brunswick (U.S.A.), Oxford (Englanti).

Eerola, Tuomas & Heinonen, Yrjö 1998. Songwriting, recording and style change. Teoksessa Beatlestudies 1, toimittaneet Eerola Tuomas, Heinonen Yrjö, Koskimäki Jouni, Nurmesjärvi Terhi &

Richardson John (s. 3-32). University of Jyväskylä, Department of Music: Research reports 19.

Eskola, Jari & Suoranta Juha 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Vastapaino: Tampere.

Frith, Simon 1988. Rockin potku. Alkuperäinen teos Sound Effects. Kääntänyt Hannu Tolvanen. Osuuskunta Vastapaino. Suomen etnomusikologisen seura ry:n julkaisuja 1.

Heikkinen, Risto 1997. Ruma bändinpoikanen. Tammi: Helsinki.

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena 1982. Teemahaastattelu. 3. painos. Gaudeamus: Helsinki.

- Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 1997. Tutki ja kirjoita. Kirjayhtymä Oy: Helsinki.
- Hoikkala, Tommi 1989. Nuorisokulttuurista kulttuuriseen nuoruuteen. Gaudeamus: Helsinki.
- Kurkela, Vesa 1996. Kun Itä-Eurooppa katosi. Musiikin suunta 18 (2), 4-8.
- Kärjä, Antti-Ville 1997. Suomalaisen musiikkivideon murrosikä. Musiikin suunta 19 (1), 21-29.
- Lassila, Juha 1987. Kultalevyn alkemia. Nykykulttuurin tutkimusyksikkö: Jyväskylän yliopisto.
- Muikku, Jari 1987. Vinyylin viemää. Työväenmusiikki-instituutti: Helsinki.
- Muikku, Jari 1989. Laulujen lunnaat. Taiteen keskustoimikunta: Helsinki.
- Mäkelä, Klaus 1990. Kvalitatiivisen analyysin arviointiperusteet. Teoksessa Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta, toimittanut Klaus Mäkelä (s. 42-61). Gaudeamus: Helsinki.
- Negus, Keith 1992. Producing pop. Arnold, The member of the Hodder Headline Group: London, New York, Sydney, Auckland.
- Nyyssönen, Heino 1995. Rock ja politiikka Unkarissa. Mitä siitä kirjoitetaan järjestelmänmuutoksen jälkeen? Kulttuuritutkimus 12, 15-28.
- Oesch, Pekka 1998. Musiikkiteollisuus Suomessa. Rakenne, työllisyys ja talous. Tilastotietoa taiteesta nro 17. Taiteen keskustoimikunta: Helsinki.
- Rintamäki, Antti 1995. Äänitteen valmistamisen vaiheita. Uusi kansanmusiikki 6, 38-39.
- Saarela, Tommi 1997. Rock, pax, justita. Allekirjoittamisen A B C. Rytmi 3, 18-31.
- Sarlin, Kimmo 1990. Ostojulkisuutta omakustanteella. Tampereen yliopisto: Tiedotusopin ja Kansanperinteen laitokset. Jäljennepalvelu.
- Sorvali, Upi 1984. Kevyen musiikin käyttösanasto. Kirjastopalvelu Oy: Helsinki.
- Szemere, Anna 1992. The politics of marginality: A Rock Musical Subculture in Socialist Hungary in the Early 1980s. Teoksessa Rockin' the boat : mass music and mass movements, toimittanut Reebee Garofalo (s. 93-114). South End Press: Boston.
- Väisänen, Terhi 1992. Populaarimusiikki ja musiikkiteollisuus. Musiikin

suunta 14 (3), 46-52.

Vänttinen, Ahti 1998. Voitto on tärkeintä ja se kuuluu. *Muusikko* 9, 3.

Östman, Timo 1999. Artisti maksaa, huomioita äänitteen pientuotantoprosessista. *Uusi kansanmusiikki* 1, 28-32.

## LIITTEET

### LIITE 1: Haastattelurunko 1 ja toteutuneet kysymykset 16.4.1998

#### 1) ALKUTAIPALE ENNEN KILPAILUA

##### a) Bändi, treenaaminen, kappaleet

Milloin bändi perustettiin?

Mistä saitte järjestettyä treenauspaikan?

Oliko kaikilla oma soitin vai mistä soittokamat saatiin?

Minkä takia treenasitte, oliko jo alussa jonkinlainen päämäärä vai soititteko pelkästään omaksi iloksi?

Miksi laulatte unkariksi?

##### b) Keikalle

Kuka järjestää bändin keikat?

Onko Unkarissa paljon live-bändejä, onko keikkapaikoille ylitarjontaa?

Onko joka vuodelle oma kiertue?

Mihin ajankohtaan kiertue yleensä ajoittuu?

##### c) Studio

Missä studiossa teitte ensimmäiset nauhoituksenne?

Kuinka saitte rahat ensimmäisen nauhan tekoon?

Mistä saitte rahat seuraavien kasettien (+ yhden lp-levyn) tekoon?

(keikkapalkkioista, omasta taskusta, sponsoreilta vai kulttuuri- ja nuorisolautakunnan apurahoista)

##### d) Markkinointi

Markkinoitteko bändiä uran alkuaikoina, ennen kilpailua?

Kuinka kasettien myynti hoidettiin?

Saiko kasetteja myyntiin Debreceniläisiin levykauppoihin?



e) Vastoinkäymiset

Milloin bändillä oli kaikkein vaikeinta?

## 2) KILPAILU JA ENSIMMÄINEN CD-LEVY

a) (MARLBORO-ROCK-IN) kilpailu

Missä kilpailu käydään?

Kuinka usein?

Kuinka kilpailuun pääsee?

Miksi bändi päätti ottaa osaa kilpailuun?

Millaiset ovat kilpailun palkinnot?

b) Ensimmäinen cd-levy, levy-yhtiö

Onko HMK unkarilainen levy-yhtiö?

Kuinka pitkä sopimus teillä on HMK:n kanssa?

Millainen sopimus tämä on, kuinka monta levyä sopimus kattaa?

Kuinka cd-levyn jakelu on hoidettu?

Pystyykö levyä ostamaan periaatteessa kaikista suurimmista levykaupoista

Unkarissa?

Onko olemassa faktoja siitä, paljonko cd-levy on myynyt?

3) KILPAILUN JA ENSIMMÄISEN CD:N JÄLKEINEN ELÄMÄ,  
TAVOITTEET

Mikä motivoi jatkamaan toimintaa?

Mikä on seuraava tavoitteenne?

**LIITE 2: Haastattelurunko 2 ja toteutuneet kysymykset 7.1.1999****1) KILPAILU**

Oliko kilpailun säännöissä määrätty, että voittaja saa levytyssopimuksen HMK-Musicin kanssa?

**2) LEVYTYSSOPIMUS**

Missä ajassa levy täytyi saada valmiiksi?

Oliko levynjulkaisu sidottu tiettyyn päivämäärään?

Pitkö yhtyeen maksaa itse jotakin levynvalmistuksesta?

**3) KAPPALEET**

Milloin teitte levyn kappaleet?

Oliko kaikki kappaleet valmiina ennen kuin menitte studioon?

Kuka päätti, kuinka monta kappaletta levyllä tulee olemaan?

Kuka päätti kappaleiden järjestyksen levyllä?

Kuka suunnitteli cd-levyn kannen?

**4) STUDIO**

Missä studiossa olitte?

Miksi juuri siinä tiettyssä studiossa?

Oliko teillä oma tuottaja?

Kuka hän oli?

Millainen rooli hänellä oli?

Kuka teidän miksaajanne oli?

Kuinka monta päivää saitte työskennellä studiossa?

Oliko yhtye yhdessä studiossa, vai äänitittekö materiaalin erikseen, yksitellen?

Soittiko nauhoituksissa muita muusikkoja yhtyeen lisäksi?

## 5) LEVYN JAKELU

Kuka järjesti levyn jakelun?

Kuinka se tapahtui?

## 6) MARKKINOINTI

Kuka markkinoi levyä?

Kuinka levyä markkinoitiin?

## 7) MYYNTI

Kuinka monta kappaletta levyä on tähän mennessä myyty?

## 8) JULKINEN SANA

Olitteko radiossa tai televisiossa cd-levyn julkaisemisen jälkeen?

Soitettiinkö levyä radiossa, eri radiokanavilla?

Haastateltiin teitä radiossa, lehdistössä tai televisiossa levyn julkaisemisen jälkeen?

## 9) LEVY-YHTIÖ

Millaisissa väleissä olitte HMK-Musicin kanssa?

Millainen rooli HMK-Musicilla oli levyn valmistuksessa?

Millaisia vaatimuksia HMK-Musicilla oli levyn suhteen?