

RADIOSOITTOA RAHALLA

USA:n musiikkipiireissä kohistiin heinäkuun lopulla viimeisimmästä payola-skandaalista. New Yorkin osavaltion korkein oikeusviranomainen Eliot Spitzer on ottanut tähtäimeensä levy-yhtiöiden promootiokäytännöt, ja ensimmäisen tuomion radioiden musiikkipäällikköjen lahjonnasta on saanut Sony BMG.



Muusikko-lehdessä 6-7/2001 kerrottiin USA:laisten levy-yhtiöiden harjoittamasta radiopromootiosta (http://www.musicfinland.com/sml/muusikko/muusikko_2001/6_7_hittimiehet.html). Tuolloin USA:ssa olivat tapetilla levy-yhtiöiden ja radioasemien väliin asettuneet indiepromootorit. Nämä laskuttavat levy-yhtiötä toiminnastaan ja tarjoavat puolestaan rahanarvoisia etuja radioiden päättäjille. Nyt esille nostetussa tapauksessa huomion kohteena ovat olleet sekä levy-yhtiöiden suorat lahjukset että indiepromootoreiden kautta välitetyt.

Viranomaiset ovat tutkineet perinpohjaisesti Sony BMG:n toisen edeltäjän Sony Musicin äänitepromootiokäytännöt ja löytäneet aukottomat todisteet radioasemien lahjonnasta. Sony BMG on saanut maksettavakseen 10 miljoonan dollarin sakot. Sen on myös sitouduttava uudistamaan promootiokäytäntönsä. Jutun todistusaineistoa, muun muassa levy-yhtiöiden ja radioiden kirjeenvaihtoa, on nähtävissä New Yorkin oikeusviranomaisten nettisivuilla. Linkki sivuille jutun lopussa.

Periaatteessa halpaa, mutta kenelle?

Hinta sille, että yksittäinen asema ostetaan myötämieliseksi, ei

Jouni Nieminen

vaikuta kovin suurelta. Enimmäkseen lahjukset ovat olleet konsertti- tai lentolippuja sekä kodinelektroniikkaa. Vaan kun eri musiikkityyleihin keskittyneitä radioasemia on lukemattomia, tulee yhdenkin singlen maanlaajuinen promootio erittäin hintavaksi. Lopullisena maksu-miehenä on yleensä artisti itse. Levytys-sopimusten vakioehtoja USA:ssa on se, että radiopromootionkin kustannukset vähennetään artistin rojalteista. Näin silloin kun levy menee kaupaksi sen verran, että rojalteja päästäisiin edes maksamaan.

Kun lahjontaan lähdetään, saattaa toisen osapuolen ahneus kuitenkin yltyä matkan varrella. Franz Ferdinand -yhtyeen singlen saaminen WKSE-ase-man soittolistalle kesällä 2004 maksoi Sonyn Epic-merkille 4000 dollaria. Summa koostui neljän hengen Miamin matkasta majoituksineen. Bändi näkee tuon summan aikanaan tilinauhansa vähennyksenä.

Tennari toiseenkin jalkaan

Indie-promootorit käyttävät mielikuvituksellisia tapoja vaikuttaakseen ohjelmapäälliköihin ja tiskijukkiin. Rap-artisti Killer Miken kappaleen

A.D.I.D.A.S radiosoittoa vauhditettiin urheilullisin lahjuksin. Radioille lähetettiin tietynmerkinen vasemman jalan tennari, ja kun soittoa oli kertynyt tarpeeksi, sai DJ kengän toiseenkin jalkaan. Aineisto ei kerro sitä, oliko saksalainen urheiluvälinevalmistaja mukana kampanjassa. Eräät kuluttajatuotteiden valmistajathan tekevät häpeämättömää *product placement* -yhteistyötä räppäreiden kanssa.

Radiopromootioon kuuluvat säännönmukaisesti kuulijakilpailut. Levy-yhtiöiden tarjoamat palkinnot ovat tavallisesti levyjä ja fanituotteita, joskus myös arvokkaampaa, kuten konserttimatkoja ja elektroniikkaa. Suositun käytännön mukaan arvokkaampien palkintojen julkistettu voittaja on usein mielikuvitushenkilö, ja palkinto on todellisuudessa palkkio DJ:lle hyvin suoritetusta promootiosta.

Tahroja artistikuvaan

Radiomaailmassa lahjontatutkimukset on otettu vakavasti. Suurimmat radioketjut ovat katkaisseet suhteensa indiepromootoreihin ja toimivat vain suoraan levy-yhtiöiden henkilöstön kanssa. Useita lahjuksia vastaanottaneita henkilöitä on myös erotettu.

Sony-päätöksen myötä radioiden ja levy-yhtiöiden vaihtokaupan odotetaan siistiytyvän ainakin hetkeksi. Eräät kommentoijat näkevät tästä koituvan hyötyä riippumattomille levy-yhtiöille. Toisenlaisiakin näkökulmia on esitetty. Sub Pop -yhtiön edustaja pelkää sitä, että radioasemat tulevat jatkossa karttamaan rehellisiäkin indiepromootoreita. Hän näkee tämän major-yhtiöiden kilpailu-etuna.

Nyt paljastuneet tapaukset ovat kiusallisia myös artisteille, jotka periaatteessa ovat tietämättömiä siitä, mitä heidän radiosoittonsa varmistamiseksi tehdään. Artisti näkee promootiopanostuksen aikanaan saamassaan rojalistamentissä. Syyttäjän aineistossa esiintyviä artistinimiä ovat muun muassa Audioslave, Jennifer Lopez, Franz Ferdinand ja Good Charlotte. Totuuden paljastuminen suurelle yleisölle ei ole kovinkaan mairittelevaa näiden artistien kannalta.

Musiikkivientiin panostavien suomalaistenkin toimijoiden on hyvä ottaa selvää alan kansainvälisistä toimintatavoista. Suomessahan radiokanaville kai pääsee vielä pelkästään musiikkillisilla ansioilla?

www.oag.state.ny.us/press/2005/jul/jul25a_05.html