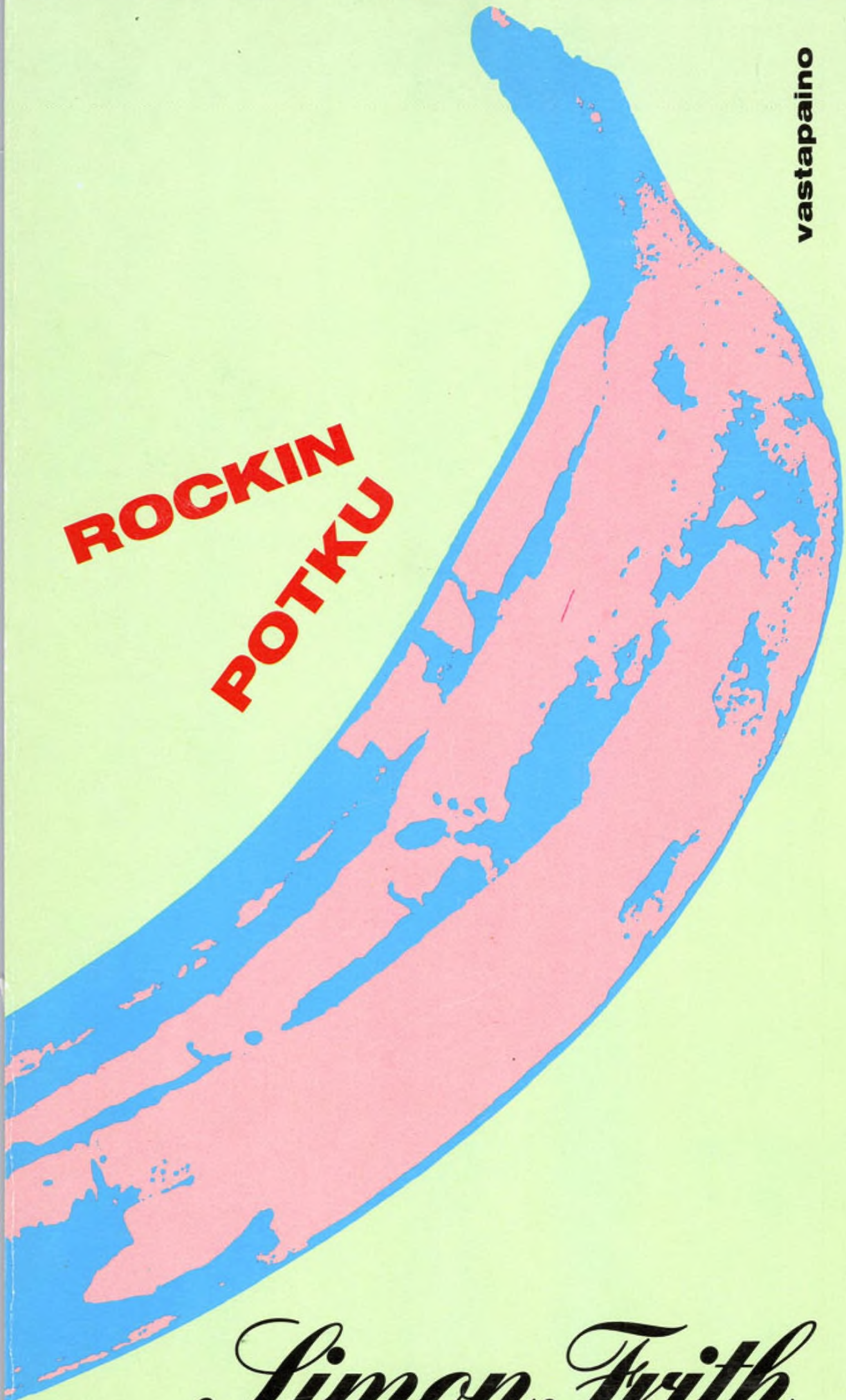
vastapaino

ROCKIN POTKU



Simon Frith

SIMON FRITH

ROCKIN POTKU

Nuorisokulttuuri ja musiikkiteollisuus

Osuuskunta Vastapaino

Suomen etnomusikologinen seura ry:n julkaisuja 1

Alkuteos: *Sound Effects*

(c) Simon Frith

Käännös: Hannu Tolvanen

Teoksen kääntämistä on tuettu Suomalaisen
kirjallisuuden edistämisvaroista

Ladonta ja taitto kustantajalta

ISBN 951-9066-25-X
ISSN 0785-2746

GUMMERUS OY KIRJAPAINO
JYVÄSKYLÄ 1988

Sisällys

Kiitokset 4

I OSA: ROCKIN MERKITYS

1. Johdanto 5
2. Rockin juuret 15
3. Rock ja massakulttuuri 44

II OSA: ROCKIN TUOTANTO

4. Musiikin tekeminen 64
5. Levyjen tekeminen 94
6. Rahan tekeminen 137
7. Merkityksen tekeminen 159

III OSA: ROCKIN KULUTUS

8. Nuoruus 188
9. Nuoruus ja musiikki 209
10. Rock ja seksuaalisuus 243
11. Rock ja vapaa-aika 258

Jälkisanat 283

Viitteet 288
Kirjallisuus 292
Hakemisto 306

Kiitokset

Tämä kirja tulos vuosien aikana rockista käydyistä keskusteluista, kirjoittamisesta ja väittelyistä. Ystävyydestä, kannustuksesta ja innostavista ajatuksista eri aikoina haluaisin kiittää seuraavia: Lester Bangs, Bob Christgau, Iain Chambers, Simon Clarke, James Donald, Gill Frith, Charlie Gillett, Dave Laing, Greil Marcus, Dave Marsh, Angela McRobbie, Richard Williams ja Wendy Wolf.

I OSA: ROCKIN MERKITYS

1. JOHDANTO

Tämä kirja oli aluksi akateeminen teksti brittiläisessä *Communication and Society* -julkaisusarjassa. Se oli hyvin perusteltu ja yleisesti ottaen selkeä teos. Minun oli määrä ottaa rock vakavasti. Toisaalta pidin silmällä sosiologitovereitani, jotka yhä väheksyivät musiikkia selvityksissään joukkoviestimistä, ja toisaalta rockin ihailijakumppaneitani, jotka yhä muodostivat kuvan musiikistaan 1960-luvulta yli jääneillä löyhillä poliittisilla oletuksilla. Varustin kirjani alaviitteillä ja tilastoilla: kaikki mitä *minä* sanoin oli kunnolla dokumentoitu, jokainen oletus "todistettu". Lähestymistapani, huolellinen objektiivisuus, heijasteli asemaani - olin yhtä lailla akateeminen sosiologi kuin rockjournalisti; se heijasti myös laajemmin brittiläisiä käsityksiä rockista ja sen merkityksestä.

Kun menin yliopistoon vuonna 1964, luulin, että teini-ikäni tanssimiskausi oli ohi, enkä ottanut edes levyjäni mukaani. Rock'n'rollia pidettiin tuolloin (minä mukaan luettuna) nuorison ja etenkin työläisnuorison musiikkina: minun oli aika kasvaa aikuiseksi. Kolme vuotta myöhemmin, vuonna 1967, olin suorittanut tutkinnon Oxfordissa, saanut pääsylippuni porvarilliseen kulttuuriin enkä pitänyt erityisen kummallisena lähteä San Franciscoon popkappaleen, Scott McKenzien "San Franciscon" innoittamana. Kaikesta huolimatta musiikin kulutukseni ei ollut muuttunut, ja jopa Englannissa popin voima oli yleisesti tajuttu. Berkeleyssä löysin kulttuurin, jossa rock ja politiikka, musiikki ja Liike, nautinto ja toiminta oli erottamattomasti yhdistetty. Sitä ne ovat olleet minulle siitä lähtien, ja kun palasin Englantiin vuonna 1969, olin vakuuttunut, että rock oli kiinnostavin

ja innostavin sen hetkisistä joukkoviestinnän muodoista.

Vastakulttuurin ja opiskelijaliikkeen kulta-aikoina tämä oli laajasti hyväksytty, vaikkakin harvoin tutkittu käsitys. Robert Christgaun ilkkuvin sanoin: "Miksi rock on kuin vallankumous? Koska molemmat ovat nastoja!" 1970-luvulla sosiologit kuitenkin suuntasivat huomionsa jälleen perinteisiin akateemisiin aiheisiin, ja ilmestymättä jäivät odotetut rockia selittävät teokset. Rockia kohtaan osoitetun vakavan kiinnostuksen lasku oli erityisen selvää Isossa-Britanniassa, missä musiikinlaji ei ollut koskaan saavuttanut paljoakaan kulttuurista kunnioitusta. Sen status oli ollut sen uutisarvossa. Nyt laatulehtien taidetoimittajat huokaisivat helpotuksesta työntäessään ne harvatkin rockkriitikot sivuiltaan. Pettymyksen sijasta vallalle pääsi tyytyväisyys: rock oli kaikista hälyytyksistä huolimatta vain ohimenevä akateemisen kiinostuksen kohde - vain yksi monista nuorisokulttuurin kiemuroista.

Minun oli elettävä kaksoiselämää saavuttaakseni musiikilliset tavoitteeni: yhtäältä kuljettava akateemisen elämän vaiheiden läpi - tekemällä kunniallista tutkimusta nuoruudesta sosiaalisena ilmiönä, ja toisaalta jauhettava samaa asiaa puoliammattimaisena rockkirjoittajana välittämällä itsepäiset ennakkoluuloni ja innostukseni tuhansin sanoin, jotka seurasivat jokaisen uuden levyn ilmestymistä ja jokaisen uuden rocktähden löytymistä.

Kaksi uraani eivät useinkaan sopineet yhteen: rockista kirjoittamista ei pidetä sopivana lisänä akateemisen uran kehitykselle, ja 'sosiologia' on haukkumasana rockkirjoittajien keskuudessa. En kuitenkaan menettänyt vakaumustani, joka yhdisti kaksi maailmaani: rock on erittäin merkittävä kulttuurinen käytäntö ja sen selvittämiseksi tarvitaan sosiologista analyysia. En kuitenkaan voinut välttyä olemasta puolustuskannalla. Pistelevät kysymykset olivat aina mielessäni: onko tämä aihe sopiva sosiologialle? onko tämä lähestymistapa oikein rockille?

Myyntitilastot pitivät yllä uskoani rockin sosiaaliseen merkitykseen. 1970-luvun puolivälissä maailmassa käytettiin vuosittain musiikkituotteisiin yli 4 miljardia dollaria; Yhdysvalloissa musiikista oli tullut suosituin viihteenlaji. Levyjen ja kasettien myyntiluvut ylittivät helposti tuotot elokuvista ja urheilusta. Brittiläinen ääniteteollisuus oli kolminkertaistanut tuotantonsa vuosien 1955 ja 1975 välillä. Deccan ja EMI:n romahdus vuonna 1979 oli enemmän seurausta johdon kyvyttömyydestä selviytyä mistään muusta paitsi

noususuhdanteesta kuin laskeneesta myynnistä. Vasta romahdus sai ihmiset tajuamaan, kuinka suureksi liiketoiminnaksi musiikki oli muodostunut. Ääniteteollisuuden 1980-luvulla kohtaamat vaikeudet johtuvat menestyksestä.[1]

Tästä seuraa kysymys: mitä tällaiset myyntiluvut tarkoittavat? Sosiologit eivät voineet väheksyä sitä, että levysoittimia, nauhureita ja transistoriradioita oli melkeinpä jokaisessa taloudessa 1960-luvulla, ja sen takia äänilevyt otettiin joukkoviestimien luetteloon. Tämä on tavallisesti ainoa maininta äänilevyistä. Viestintäanalyyseja hallitsevat yhä Atlantin kummallakin puolella televisio- ja lehdistötutkimuksista peräisin olevat käsitteet ja ongelmanasettelut. Näistä syntyviä väitteitä on vaikea soveltaa äänilevyihin. Luvut joihin viittaan kertovat ehdottomasti tuottoisasta teollisuudesta, mutta ne eivät suoranaisesti anna äänilevyille paikkaa joukkotiedotus*välineiden* joukossa. Määrittääkseni rockin sosiaalisen voiman minun oli mentävä kirjanpidon ja myyntilukujen taakse. Minun täytyi taistella joukkoviestinnän määritelmien läpi.

Todistelun jotkut aspektit olivat selkeitä. Äänilevyt ovat monimutkaisten organisaatioiden tuotteita. Kun elävässä musiikillisessa kokemuksessa muusikot ja heidän yleisönsä ovat suoranaisessa kosketuksessa toisiinsa äänen kautta, äänitetyssä musiikissa heitä yhdistää monimutkainen teollisuus. Alkuperäisen musiikin ja sitä lopulta kuuntelevan henkilön välissä ovat teknologiset prosessit äänen muuntamiseksi nauhalle ja levylle sekä lopullisen tuotteen ja pakkauksen markkinoinnin taloudelliset prosessit. Kuten mikä muu tahansa joukkoviestin, äänitteet perustuvat taloudellisiin sijoituksiin, erikoistuneisiin teknisiin välineisiin ja monien erilaisten ammattitaitoa vaativien tehtävien organisaatioon. Jokaisen äänitteistä tehtävän sosiologisen analyysin perustana tulee olla ääniteteollisuuden analyysi, ja siihen keskityn kirjan toisessa pääjaksossa. Välitön äänitteiden tuottamiseen liittyvä kysymys on kuitenkin se, onko äänitteet suunnattu suurelle yleisölle? Myyntitilastojen valossa tämä tuntuu tyhmältä kysymykseltä, mutta se on itse asiassa oleellinen rockin *massa*kulttuuriluonteen ymmärtämiseksi.

"Suuri" on suhteellinen käsite tiedotustutkimuksissa. Joukkoviestimillä on suuri yleisö suhteessa muihin viestintätapohin ja suhteessa tiedottajien määrään. Ei ole olemassa sellaista yleisön vähimmäismäärää, jonka jälkeen tiedottaminen olisi joukkotiedotusta. Tilanne on erityisen monimutkainen äänitteiden kohdalla, sillä kyse on ääni-

teteollisuuden kokonaisuuden ja sen tuotteiden, yksittäisten äänitteiden, välisestä suhteesta. Pääoman kasautuminen ohjaa ääniteteollisuutta, jonka voitot riippuvat myytyjen äänitteiden määrästä. Alkuperäiset äänityskustannukset ovat kertakaikkisia kuluja, niihin ei vaikuta se kuinka paljon äänitteitä tehdään, kun taas äänitteiden määrän kasvaessa tuotanto- ja jakelukustannukset alenevat suhteessa. Massatuotannon logiikka ohjaa ääniteteollisuutta, jonka hallitsevana tavoitteena ovat suuret markkinat.

Nämä markkinat koostuvat kuitenkin erilaisista yleisöistä, jotka ostavat erilaisia levyjä ja kuuntelevat erilaista musiikkia. Yksittäisen äänitteen myynti vaihtelee avantgarde-sooloilun muutamasta kappaleesta Fleetwood Macin viimeisen platinahitin miljoonamyyntiin. Voimmeko olettaa, että kaikki äänitteet riippumatta tyylilajista tai myynnistä on suunnattu laajalle yleisölle? Vai pitääkö meidän määrätä joku (sattumanvarainen?) myyntiluku, jonka saavutettuaan äänite voidaan luokitella joukkoviestinnäksi?

Molemmat lähestymistavat ovat vääriä. Niitä rakentavammin voimme tehdä eron sellaisten musiikinlajien välille, joista toisella ei ole suhdetta suuriin markkinoihin, ja joista toisen käsitteeseen suuret markkinat liittyvät erottamattomasti. Edelliseen luokkaan kuuluvat klassinen musiikki, kansanmusiikki ja suurin osa jazzista, jälkimmäinen tarkoittaa popmusiikkia. Popmusiikki on syntynyt ääniteteollisuuden tavoitellessa suurta yleisöä; muut musiikinlajit eivät ole syntyneet siten (tulemme huomaamaan, että yksi rockin ristiriitaisuuksista pyörii tämän eron ympärillä). Se, että klassista musiikkia tai kansanmusiikkia voi kuulla äänilevyiltä, on sattumanvaraista muodoltaan ja sisällöltään, sillä ainoastaan popmusiikin olemukseen kuuluu sen välittyminen joukkoviestinnän kautta. Tämä pitää paikkansa siitä huolimatta, että joitain klassisen musiikin äänitteitä myydään kymmeniä tuhansia kappaleita ja suurinta osaa poplevyistä ei osta kukaan. Ääniteteollisuus on luonut popmusiikin suurelle yleisölle, menestyipä musiikki tai ei, ja markkinoi sitä sen mukaisesti. Poplevyt saavat suurimman osan mainostajien, jakelijoiden ja vähittäismyyjien huomiosta. Voidaan siis olettaa, että ääniteteollisuus itse pystyy *luomaan* yleisön popille. Klassisen musiikin, kansanmusiikin ja muiden "erikoisten" muotojen yleisöt eivät sitä vastoin ole vain pieniä (klassinen musiikki vastaa noin 10 prosentista Ison-Britannian levymyynnistä), vaan yleisöjen uskotaan myös olevan itsenäisiä ja niiden musiikkimakujen olevan valmiina

olemassa. Musiikkiteollisuus voi palvella näitä makuja, mutta ei voi ohjailla niitä.

Tämän määritelmän mukaan popmusiikin ei välttämättä tarvitse olla äänitteillä - Tin Pan Alley kauppasi lauluja massakulutusta varten kauan ennen ääniteteollisuuden kukoistusta. Mutta ainakin toisen maailmansodan jälkeen popmusiikki on merkinnyt poplevyjä. Sen lisäksi, että "pop" määritellään suurille markkinoille tarkoitetuksi musiikiksi, se tarkoittaa nykyään myös äänitteinä myytävää musiikkia.

Kun äänite on kerran julkaistu, ainoastaan hinta tai (yhä harvemmin) toistolaitteiden puute voi estää ketä tahansa kuulemasta sitä. Radioasemat voivat kieltää levyn esittämisen, mutta ne eivät voi estää ihmisiä ostamasta sitä: Sex Pistolsin "God Save the Queen" nousi Englannin listojen kärkeen huolimatta BBC:n, kaupallisten radioasemien ja jopa levykauppojen estelyistä. Äänitteiden jakelijat eivät voi kontrolloida kuluttajien valintoja yhtä tehokkaasti kuin esimerkiksi elokuvien levittäjät. Poplevyillä on todellakin laajempi yleisö kuin millään muulla viestimellä, koska luku- tai kielitaito eivät rajoita niiden vastaanotettavuutta. Ne voivat ylittää ja myös ylittävät kaikki kansalliset ja kulttuuriset rajat. Elvis Presley 1950-luvulla, Beatles 1960-luvulla ja Abba 1970-luvulla olivat joukkoviestintäilmiöitä melkein jokaisessa maailman kolkassa, ja englantilainen, amerikkalainen ja mannereurooppalainen pop ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa keskenään. Angloamerikkalainen massamusiikki jos mikään hallitsee maailmaa tehokkaammin kuin mikään muu joukkoviestin.

Tästä seuraa, että levyjä ostava yleisö on heterogeenista ja tulee vaihtelevista sosiaalisista oloista. Tässä tulen äänilevyjen keskeisimpään kummallisuuteen viestimenä: vaikka kiinnostus popiin ei ole minkään maan tai luokan ominaisuus eikä liity mihinkään erityiseen koulutus- tai kulttuuritaustaan, se näyttää olevan yhteydessä erityisesti ikään - iän ja popmusiikin välillä vallitsee erityinen suhde.

Tämän yhteyden tärkeys tulee erityisen selväksi, kun tarkastelemme äänitteiden kuuntelun "samanaikaisuutta". Yleisesti ottaen popyleisö on hajaantunutta: ihmiset saattavat kuunnella samaa äänitettä, mutta he tekevät sen toisistaan riippumatta. Missä mielessä heidän kuuntelunsa on sitten samanaikaista? Tämän käsitteen tärkeys on selvää muiden joukkotiedotusvälineden kohdalla. Radion kuuntelu tai television katselu ovat täsmälleen samanaikaisia toimia, ja

jopa sanoma- ja aikakauslehtien lukemista voidaan pitää suunnilleen samanaikaisena - useimmat lukevat tiistain lehden tiistaina. Sen sijaan ei ole mitään teknistä tai ajankohtaista syytä, miksi levyjä pitäisi kuunnella niin aikaan sidotusti. Ihmiset voivat kuunnella levyjään milloin haluavat, eikä heidän levyjensä arvo ole sidottu mihinkään tiettyyn päivään. Äänitteitä voidaan nautinnolla käyttää uudelleen ja uudelleen (toisin kuin elokuvia ja monia kirjoja) ja ne kuluvat hitaasti. On kuitenkin vahvoja taloudellisia syitä, miksi äänitteiden tulee olla aikaan sidottuja. Ääniteteollisuus on riippuvainen kuluttajan jatkuvista mielenmuutoksista ja siksi se käyttää hyväkseen käsityksiä muodista ja vanhenemisesta pitääkseen ihmiset aktiivisina ostajina.

Brittiläiset levy-yhtiöt julkaisevat vuosittain noin 3000 singlelevyä ja 3000 pop-lp:tä; amerikkalaiset lukemat ovat 7000 singleä ja 5000 albumia. Osa näistä on vanhojen äänitteiden uudelleen julkaisuja tai -paketoimisia, mutta suurin osa on uusia. Suuri osa ääniteteollisuudesta on taivuttamassa kuluttajia ostamaan uusi äänite sen julkaisuhetkellä, kyllästymään siihen muutamassa viikossa ja hylkäämään sen uudemman julkaisun vuoksi jne. Poplevyt ilmestyvät julkisuuden fanfaareilla, mainostuksella, tyrkyttämisellä ja ylisanoilla. Ne tuotetaan nimenomaan hittiparaateihin, jotka symboloivat samanaikaista kuuntelua luetteloimalla useimpia ostajia edellisellä viikolla viehättäneet äänitteet. Listojen ilmaisema ehdotus jatkuvasta musiikillisesta sensaatiosta ja muutoksesta vahvistuu musiikkilehdistössä ja popradiossa, jotka muuttamalla popmusiikin uutisiksi tekevät levyjen päivänkohtaisuuden entistä selvemmäksi.

Lopputuloksena on levyjen rajoitettu aktiivinen elinikä, singleillä 60 - 180 päivää menestyksestä riippuen, minkä aikana niitä voidaan kuulla radiosta, levyautomaateista ja diskoissa. Sen jälkeen ne ovat poissa muodista eikä niitä enää soiteta. Ne poistetaan, jotta ne voisivat ilmestyä uudelleen ns. "vanhoina" ("oldies"), joiden viehätys riippuu niiden nostalgisista yhteyksistä tiettyyn aikaan menneisyydessä. Yksittäiset kuluttajat, joita markkinoiden paine, uutuus ja muoti kannustavat, vastaavat tähän kaavaan omalla kuuntelullaan. He antavat äänitteelle lyhyen aktiivielämän kuuntelemalla sitä alituisesti, kunnes uutuuden ilmestyessä laittavat sen pinon pohjimmaiseksi. He ottavat sen myöhemmin esiin vain elvyttääkseen muistoja.

Vain 7-8 prosenttia vuoden äänitteistä on tällaisia menestyksiä: ne ilmestyvät listoille, niitä soitetaan radiossa ja levyautomaateissa.

Kuitenkin suuri enemmistö vuoden aikana myydyistä levyistä tulee top 30 -listalta. Toisin sanoen äänitteitä, jotka eivät ole hittejä, ei myydä. Popyleisö ostaa ja kuuntelee samoja harvoja äänitteitä samana lyhyenä aikana. Sarja näennäisesti erillisiä päätöksiä levyjen ostamisesta muuttuu näin kollektiiviseen muotoon - jokainen tekee saman päätöksen. Popfaneille itselleen musiikillinen aikasidonnaisuus (jokainen soundi sidottuna tiettyyn aikaan) tuntuu niin luonnolliselta, että muiden musiikkikulttuurien konservatiivisuus tuntuu heistä luonnottomalta: kuinka Ernest Tubbin ihailijat nauttivat täsmälleen samasta countryshowsta vuosikymmen toisensa perään? Innoitus äänilevyjen ostamiseen ja kuuntelemiseen samanaikaisesti kaipaa selitystä. Ovatko popfanit yksinkertaisesti kaupallisten prosessien uhreja? Mitkä ovat popyhteisön käyttäytymiskaavojen kulttuuriset vaikutukset?

Isossa-Britanniassa on aika selvää, että nuoriso on popyleisön "kollektiivinen" osa. Se ostaa listalevyjä, lukee *Smash Hitsin* ja *Record Mirrorin* kaltaisia listamusiikkilehtiä, kuuntelee valtakunnallisia lista-asemia Radio 1:tä ja Radio Luxemburgia. "Vanha popmusiikki" on myös yleisesti ottaen tuotettu suurille markkinoille, mutta siltä puuttuu nuoren popin ulkokuori - suosikkilistat, lehdet ja levyautomaatit. Se ottaa "standardien" muodon ja saa "ajattomuuden" viehätyksen. BBC:n Radio 2, Ison-Britannian viihdemusiikkiasema, lähettää "laatupoppia", jota esitetään työläisten klubeilla ja television varietee-ohjelmissa. Se on ikuista elokuva- ja taustamusiikkia, jota on vaikea sijoittaa mihinkään aikaan. Viihdemusiikki ei nimensä mukaisesti heijasta historiallista aikaa, jolloin se on tehty, eikä sillä ole tuntumaa yleisöönsä. Sen "arvot" ovat negatiivisia tai parhaimmillaan passiivisia.

Listapopin ja viihdemusiikin erottelu ei ole yksinkertaista. Barry Manilowin tapaiset viihdemusiikkitähdet nousevat listoille, ja listojen kärkinimet kuten Beatles tekevät ikivihreitä (esim. "Yesterday"). Muusikot liikkuvat musiikista ja yleisöstä toiseen. Listayleisö ei tietenkään ole kokonaan nuorta, eivätkä viihdemusiikin kuuntelijat ole välttämättä vanhoja. Kaikesta huolimatta nuorison ja listamusiikin välinen yhteys on myös ääniteteollisuudessa otettu itsestään selvänä ja tämä yhteys on koko popmusiikin kulttuurisen tärkeyden ydin. Useimmissa suhteissa popin kuluttajat muodostavat persoonattoman ja nimettömän massayleisön - musiikkimarkkinat eivät ole missään järjestyneessä mielessä muuta kuin vain joukko yksilöitä.

Kuitenkin *nuoret* kuluttajat tuntevat olevansa osa yhteistä yleisöä, joko sukupolvea tai kulttiryhmää. Elvis Presleystä lähtien poptähdet ovat olleet osa tätä yhteisöä välimatkasta riippumatta, ovat he myös nuoria. Nuoruuden yhteydessä meidän on tutkittava manipulaatiota ja sen merkitystä: rockin sosiologia on erottamaton osa nuoruuden sosiologiaa.

Isossa-Britanniassa on luonnollisempaa antaa oikeutus rockin sosiologiselle tutkimukselle nuorisokulttuurin kuin massakulttuurin kohdalla. Ison-Britannian muutamat akateemiset teoriat rockista ovat ilmaantuneet nuorisotutkimuksista. Tämä heijastelee yleistä kulttuurista huomiota: Isossa-Britanniassa musiikki on integroitunut nuorisokulttuureihin, kun taas Yhdysvalloissa asia on aivan toisin (punk on viimeisin esimerkki musiikista alakulttuurin tunnuksena). Popyleisöjen historia Isossa-Britanniassa on aina ollut nuorisotyylien historiaa.

Sama asia voidaaan esittää toisin päin: Yhdysvalloissa on aikuinen musiikkiyleisö, jota ei tunneta Isossa-Britanniassa, jossa vielä 1970-luvulla ihmiset lopettivat levyjen ostamisen täytettyään 25 vuotta. Yhdysvalloissa on selvä rock'n'rollin aikaan kasvanut sukupolvi, joka yhä kuuntelee uutta musiikkia siirtyessään hyvinvointiin ja omien lastensa kasvattamiseen. Yleisöjen välinen ero näkyy myös musiikkilehdistössä. Yhdysvalloissa *Rolling Stone* on ikääntynyt lukijoidensa myötä ja sen kuluttajavihjeet tulevat yhä keski-ikäisemmiksi. Englantilaiset musiikkilehdet taas ovat suunnatut aina vaihtuvalle teini-ikäiselle yleisölle. Tämä näkyy myös erilaisessa suhtautumisessa punkiin: *Rolling Stone* on siitä irrallaan suhtautuen vastahakoisesti, alentuvasti; *New Musical Express* asennoituu puoliksi kyynisesti, puoliksi iloisesti, virtaan mukaan hypäten.

Kaikesta näkee, että musiikin ja amerikkalaisten nuorisokulttuurien välillä vallitsee erityinen suhde, mutta rockin sosiaalista merkitystä ei Yhdysvalloissa määritellä nuoruuden suhteen kuten Isossa-Britanniassa. Mieluumminkin nuoruus itse määritellään toisin ideologisena eikä vain ikään liittyvänä luokituksena. (Palaan tästä heräämiin, nuoruutta, vapaa-aikaa ja nautintoa koskeviin kysymyksiin kirjan kolmannessa osassa.) Haluan korostaa, että näistä erilaisista oletuksista popyleisöstä ovat peräisin erilaiset selitykset siitä, mitä popmusiikki tarkoittaa.

Amerikkalaiset rockkirjoittajat ovat mytologisteja: he tutkivat musiikin symbolista merkitystä ja heidän symbolinsa ovat peräisin

koko amerikkalaisen kulttuurin nopeasta läpikäynnistä. Nämä rockkriitikot kirjoittavat (ja heitä luetaan) amerikkalaisina kulttuurikriitikoina. Brittiläiset rockkirjoittajat ovat sen sijaan yhä popfaneja omassa kulttimaailmassaan. Heidän kirjoittamisensa on dokumentointia (amerikkalaisen populaarimusiikin omistautuneimmat tallentajat ovat brittejä) tai myötätunnon osoittamista - brittikirjoittajilla on tarkka taju nuorista lukijoistaan ja heidän tarpeistaan. Kyse ei ole vain kritiikin lähestymistavasta, vaan aiheeseen liittyy myös määrittelyongelma. Rockin sosiologia määräytyy lopulta tutkimuskohteensa mukaan. Olen vältellyt perimmäistä kysymystä: mitä on rock?

Väitteeni seurauksena rock (popin eräänä osana) voidaan määritellä puhtaasti sosiologisin käsittein viittaamalla yksinkertaisesti sen tuotanto- ja kulutusprosesseihin: rock on kaupallisesti tuotettua musiikkia suurten nuorisomarkkinoiden samanaikaiseen kulutukseen. Rock voidaan määritellä myös musiikillisin käsittein eräänä popin tyylilajina (1970-luvun alkupuolen ääntä). Rock on myös ideologinen liite. Laittamalla "rock" musiikillisen määritelmän loppuun (folkrock, countryrock, punkrock) huomio kiintyy soundin ohella myös tarkoituksiin ja seurauksiin.

Rock popin vastakohtana sisältää viittauksia vilpittömyyteen, autenttisuuteen, taiteeseen, siis ei-kaupallisia viittauksia. Nämä viittaukset on hiljennetty siitä lähtien, kun rock tuli ääniteteollisuuteen, mutta merkitseviä ovat sen antamat mahdollisuudet ja lupaukset. Rockin puhtaan sosiologisen määrittämisen ongelma on se, että määrittelyn kohde, musiikki itse, tahtoo häipyä näkyvistä. Rockkriitikkona olen aina ollut selvillä tästä uhasta: liian helposti vetäydyn muihin tehtäviin - elämänkertaan, historiaan, kaupallisiin selvityksiin, nuoruuden kuvaukseen - kun keskeisenä tehtävänä on selvittää musiikillisen tekstin mielihyvä. Rockin sosiologian tulee lopulta olla musiikillisten kokemusten sosiologiaa. Näitä kokemuksia ei voi määritellä kaupallisuuden tai nuoruuden kontekstissa. Meidän on selvitettävä rockin tuotanto ja kulutus sen pohjalta, mikä prosesseissa on keskeistä - merkitykset joita tuotetaan ja kulutetaan - pikemminkin kuin johdettava rockin merkitys sen kulutus- ja tuotantoprosesseista. Rock on massamitassa tuotettua musiikkia, joka kantaa oman tuotantotapansa kritiikin mukanaan; se on massamitassa kulutettua musiikkia, joka luo oman "autenttisen" yleisönsä. Tämän kirjan tarkoitus on selvittää näitä ristiriitoja.

Lopuksi: rock on amerikkalaista musiikkia ja paljon siitä mitä aion sanoa, perustuu brittiläisiin kokemuksiini ja brittiläisiin esimerkkeihin. En pyydä anteeksi näin sanoessani, minun rockkokemukseni ovat brittiläisiä kokemuksia ja niitä yritän viime kädessä ymmärtää. Asemassani on etuja: rock on kapitalistiselle kulttuurille yleinen viestin ja samalla erityisesti amerikkalainen musiikin muoto. Miten amerikkalainen musiikki yleistyi, miten amerikkalaiset soundit - pop ja rock - koetaan (ja tuotetaan) muissa kulttuuriyhteyksissä ovat sellaisenaan tärkeitä kysymyksiä. Kyse ei ole vain musiikillisesta merkityksestä, vaan myös kiinni saamattomuudesta, voimasta, "Amerikan" itsensä ideasta.

2. ROCKIN JUURET

Rock on yksi musiikin muodoista, ja sen tajuamisen ilmeinen lähtökohta on sen musiikillisten arvojen muodossa, sen äänten erityisessä järjestäytymisessä. Kuitenkin rock on harvoin ollut ankaran musiikillisen analyysin kohteena huolimatta siitä kirjoitetuista miljoonista sanoista. Kuten Dave Marsh on sanonut: "Rockkritiikistä vain osa on kiinnostunut musiikista, sillä useimmat rockkriitikot ovat kiinnostuneempia sosiologiasta kuin äänestä." Kirjoittajat ovat kiinnostuneita rockin merkityksestä epäselvästi määriteltynä "kulttuurisena ilmiönä" eikä musiikkina. Rockin keskeiset käsitteet ovat impressionistisia. Äänet kuvaillaan, mutta niiden vaikutuksia ja funktioita käsitellään subjektiivisin käsittein. Kaikkein kiinnostavimmat kysymykset - miksi näillä äänillä on näitä vaikutuksia, näitä merkityksiä - ovat kaikkein harvinaisimpia. Muusikot valittavat, että kriitikot eivät ole kiinnostuneita heidän musiikillisista tarkoituksistaan ja ongelmistaan. Jopa muusikoiden kyvyt tehdä musiikkianalyyseja ovat rajalliset. Sekin vähäinen vakava rockin musiikillinen kritiikki, jota on tehty, on tullut rockkulttuurin ulkopuolelta, eikä sillä ei oikeastaan ole ollut vaikutusta. Nämä huomiot Animals-yhtyeen laulusta "I'm Crying" vuodelta 1964 kuvaavat hyvin kuilua akateemisen musiikkitieteilijän ja käytännön rockmuusikon välillä.

Aluksi musiikkitieteilijä Richard Middleton:

> "I'm Cryingissa" ostinatoa ja modaalista harmoniaa on taas käytetty samalla tavalla, mutta niitä säätelee hallitseva 12-tahdin blues-kaava, eli ostinatoa itse asiassa käytetään riffinä. Sen jälkeen on lisätty modaalinen lauluharmonian kertaus. Tu-

loksena oleva kulttuurinen sekoitus on tyypillistä rhythm & bluesille. Ostinaton ristikkäiset suhteet, melodinen ja harmoninen, ovat yhtäläiset blue-sävelille, jotka nousevat samanlaisesta ristiriidasta melodisen ja tonaalisen ilmentymän välillä. Ostinaton modaalinen melodialiike mollikolmisointuineen on ristiriidassa 12-tahtisen bluesin duurikolmisointujen tonaalisen tarpeen kanssa. Ristikkäiset suhteet ovat oireellisia laulun harmoniselle monimutkaisuudelle, missä modaalinen blue-ostinato on yhteydessä tonaalisen mutta vakaan ja kertautuvan bluesmuodon kanssa. Ostinatossa on intohimoinen bluesmainen lauluosuus ja sitä seuraa kolmisointuun pohjautuva kertosäe, vaikka se liikkuu modaalisessa "organumissa" (eli rinnakkaiskolmisoinnuissa). Tuloksena on tyypiltään ja vaikutukseltaan samanlainen jännite kuin kaupunkibluesissa, vaikkakin hieman eri tavoin kulttuurisesti koristeltu. Jännittettä lievittää vain osaksi ostinaton tribalisoiva ja "organumin" universaali, depersonalisoiva vaikutus.

Sitten Alan Price:

> Eric (Burdon) ja minä teimme "I'm Cryingin" yhdessä. Teimme sen pakettiauton takaosassa. Minä sävelsin ja Eric teki sanat, ja me vain panimme sen kasaan harjoituksissa Blackpoolin North Pierissä eräänä sunnuntai-iltapäivänä. Me vain panimme sen kasaan ja levytimme sen, ja sattumalta se oli menestys. Emme yrittäneet mitään, meidän oli vain tehtävä se, kais tiedät.[1]

Tietämättömyys on yksi syy selvään eroon selityksissä. Muodollinen musiikillinen koulutus puuttuu suurimmalta osalta rockmuusikoita samoin kuin useimmilta rockkirjoittajiltakin. Heiltä puuttuvat sanasto ja musiikillisen analysoinnin tekniikka, ja jopa rockkriitikoiden ja -ihailijoiden käyttämät kuvailevat sanat - harmonia, melodia, riffi, beat - ymmärretään ja niitä käytetään vain väljästi. Minäkin olen yhtä tietämätön, eikä tämä luku edistä mitenkään rockin musiikkitieteellistä käsittelyä, kuten Middletonin teksti tekee.

Rock tulee kuitenkin ymmärtää musiikin muotona myös sosiologisesta näkökulmasta. Sen kulttuurisilla seurauksilla on musiikillisia syitä. Yksi vaikeus on se, että rock on laulun muodossa, se houkut-

telee analysoimaan sanoja äänen kustannuksella. Sanat voidaan toistaa suhteellisen helposti tarkastelua varten, riimejä on helpompi ymmärtää kuin säveliä. Populaarimusiikin sosiologit ovat aina langenneet lyriikka-analyysin helppouteen. Tuollainen sanoihin perustuva lähestymistapa ei ole antoisa yritettäessä selittää rockin merkitystä. Fanit tietävät Greil Marcusin sanoin, että "sanat ovat ääniä, jotka tunnemme, ennen kuin ne ovat väitteitä ymmärrettämistä varten". Suurin osa rocklevyistä tekee ensivaikutuksensa musiikillisesti, eikä sanallisesti. Sanat, jos niitä ollenkaan huomataan, imetään vasta kun musiikki on jättänyt jälkensä. Soundi ja rytmi ovat tärkeimmät muuttujat.

Tässä on paradoksi. Rockilla on kulttuurinen merkitys musiikin muotona, kun taas rockin idelogiaa ei ilmaista musiikillisin käsittein. Paradoksin takana on kuitenkin rockin keskeinen musiikillinen piirre: se on musiikillinen väline, ei päämäärä. Rockia tehdään, jotta saavutettaisiin tietyt emotionaaliset, sosiaaliset, fyysiset ja kaupalliset päämäärät; se ei ole musiikkia "itsensä vuoksi". Kuten Lester Bangs tuo julki epäilynsä Blondien avantgarden "vakavista" pyrkimyksistä:

> Jos suurin syy musiikin kuunteluun on kuulla ensi sijassa intohimon ilmauksia - niin kuin olen uskonut koko ikäni - niin mitä hyvää tämä musiikki tulee osoittamaan.[2]

Jo 1960-luvun lopulla, kun rockia käsiteltiin ensimmäisen kerran taidemuotona, sen kuuntelijat olivat kiinnostuneempia sisällöstä kuin muodosta, siitä mitä paljastettiin kokemisesta ja tunteesta ennemmin kuin siitä miten se ilmaistiin. Ne harvat avantgarde-säveltäjät, jotka oppivat rockilta "kuinka tukahduttaa kaikki rytmiset, harmoniset, melodiset ja dynaamiset muunnokset" ja jotka kirjoittivat musiikkia käyttäen rockin keinoja (rytmistä kertausta, äänen kiertoa, studiossa luotua konkreettista musiikkia), olivat rockteknikkoja, eivät rockmuusikoita. He olivat emotionaalisesti liian irrallaan esiintymisen sosiaalisista seurauksista.

Rock on eräässä mielessä primitiivistä. Se käyttää primitiivistä käsitystä siitä, millä tavoin äänillä ja rytmillä - kielitaitoa edeltäviä keinoja - on emotionaaliset ja fyysiset vaikutuksensa. Sen äänitehosteet ovat samoja kuin arkielämässäkin. Äänen herättämät kysymykset ovat ei-musiikillisia: miksi reagoimme sillä tavoin lapsen itkuun, tuntemattoman nauruun, äänekkääseen, tasaiseen rytmiin?

Kysymykset, jotka koskevat rockin tehokeinojen tuottamista, ovat äänellisiä, eivät musiikkitieteellisiä, sillä rockmusiikki on tiukasti yhteydessä lauluäänen sosiaalisiin vaikutuksiin. Mikä tekee äänestä mieltä vaivaavan, seksikkään tai jäätävän?

Rockyleisön arvostusta ei todellakaan rajoita välipitämättömyys siitä, miten heidän musiikkinsa on tajuttavaa. Heidän tarvitsee vain ottaa itsestäänselvyytenä yhteisen halun, toivon ja pelon kokeminen. Reaktio musiikkia kohtaan on suuressa määrin fyysinen. Kiintoisasti yksi musiikin vaikutuksista on sen tuottamisen sijaiskokeminen kuuntelijoiden imitoidessa kitaristin, rumpalin tai laulajan liikkeitä. Rockin mielihyvä on kuitenkin yhtä lailla kulttuurinen kuin fyysinenkin kokemus, eikä musiikin merkitystä ole tiukasti rajattu. Rock on seuraus itsenäisesti kehittyneiden musiikillisten elementtien jatkuvasti muuttuvasta yhdistelmästä. Näistä elementeistä jokainen kantaa omaa kulttuurista sanomaansa.

MUSTA MUSIIKKI

> "White folks got all the money
> Coloured folks got all the signs,
> Signs won't buy you nothin'..."[3]
>
> (Valkoisilla on kaikki rahat/ värillisillä on kaikki merkit/
> Merkeillä et voi ostaa mitään)

Mustat musiikilliset muodot ja tyylit ovat olleet läntisen populaarikulttuurin osia 1800-luvun puolivälistä asti. Eileen Southern lainaa Knickerbocker Magazinen kirjoittajaaa vuodelta 1845:

> Ketkä ovat todellisia hallitsijoita? Neekerirunoilijat totta puhuen. Eivätkö he määrää muotia ja anna ohjeita yleiselle maulle? Annapa jonkun Carolinan rämeillä asuvan säveltää uusi laulu. Eipä kestä kauaa, kun se jo saavuttaa valkoisen harrastelijan korvan ja on kirjoitettu muistiin, korjailtu (lue: melkein pilattu), painettu ja levitetty nopeasti. Se pysähtyy vasta anglosaksisen maailman kaukaisimmilla rajoilla tai ehkä vasta maailman äärillä. Tällä välin köyhä laulunteki jä kaivelee kuokallaan autuaan tietämättömänä suuruudestaan.[4]

Musta musiikki on aina ollut keskeistä popille. Käyttäessään mustien musiikillisia ideoita rock'n'roll käytti ideoita, jotka olivat laimennetussa ja vääristyneessä muodossa jo osa massakulttuurin valtavirtaa. Rhythm and bluesin vaikutus nuorisomusiikkiin 1950- ja 1960-luvuilla oli monessakin mielessä vain yksi uusi esimerkki jatkuvasta prosessista, jossa valkoinen populaarimusiikki on aina uusiutunut omaksumalla tyylejä ja arvoja mustasta kulttuurista. Uudet muodikkaiden muusikoiden ja yleisöjen sukupolvet löytävät uudelleen kaikki tyylit ja arvot, jotka menettävät alkuperäisen voimansa ja merkityksensä mennessään massamusiikin laimentavan muokkaajan läpi.

Hyvä lähtökohta mustien musiikillisten ideoiden ymmärtämiselle on Marshall Stearnsin määritelmä jazzista, joka oli mustan musiikin 1920- ja 1930-lukujen popille antaman sykäyksen lähde. Jazz on

> osittain improvisoitua amerikkalaista musiikkia, jolle on ominaista kommunikoinnin välittömyys, ihmisäänen vapaan käytön ilmaisullinen luonne ja moniaineksinen virtaava rytmi. Se on Yhdysvaltojen eurooppalaisten ja länsiafrikkalaisten musiikkiperinteiden kolmesataavuotisen sekoittumisen tulos. Sen hallitsevat elementit ovat eurooppalainen harmonia, eurooppalais-afrikkalainen melodia ja afrikkalainen rytmi.[5]

Tarkastelen lähemmin tämän määritelmän kaikkia elementtejä ja aloitan kommunikoinnin välittömyydestä.

Esitys on keskeistä afroamerikkalaiselle musiikille. Musta musiikki on enemmän esitettyä kuin sävellettyä musiikkia (jopa Duke Ellingtonin kaltaiset jazzsäveltäjät sävelsivät tietyille esittäjille). Musta musiikki perustuu melodian ja rytmin välittömiin vaikutuksiin ennemmin kuin teeman ja harmonian lineaariseen kehitykseen, "keskittyneisiin" äänen vaihteluihin "laajamuotoisten" kehittelyjen sijaan, käyttääkseni Andrew Chesterin määrittelyä. Se on improvisoitua, spontaanisti sävellettyä, ja sen esityksen välittömät vaatimukset (afrikkalaisessa perinteessä yleisön, kanssaesiintyjien, jopa sään reaktiot) määräävät musiikin sykkeen, sävelen, tekstuurin, tempon ja vaikutusten kehittelyn. Mustan musiikin arvo ei määräydy sen esittämistä musiikillisten ongelmien ratkaisuista tai esiintyjien erinomaisuudesta kirjoitetun musiikin tulkitsemisessa, vaan sen emotio-

naalisesta vaikutuksesta, sen merkityksestä esiintyjän omiin tunteisiin. Jos Franklin Rosemontin sanoin "puhuttu sana, laulu ja tanssi olivat ainoat orjille jätetyt luovan ilmaisun muodot", niin sitten he kehittivät näillä elementeillä syvällisen ilmaisun estetiikan, joka on säilynyt mustan musiikillisen ideologian olennaisena osana siitä asti. Musta musiikki on välitöntä ja demokraattista - esitys on ainutkertainen ja esityksen kuuntelijat tulevat osaksi sitä. He eivät tarvitse erityistä koulutusta tai tietoa arvostaakseen musiikkia. Spontaanissa musiikissa arvostetut ominaisuudet ovat ennemmin emotionaalisia kuin teknisiä, näitä muusikoita arvostellaan heidän suoruudestaan ja tunteen intohimostaan.

Mustan musiikin spontaani perusta rajoitti aluksi sen mahdollisuuksia popissa. Jotta mustasta musiikista voisi tulla massamusiikkia, sen esitykset tuli suunnata paljon suuremmalle yleisölle, kuin oli mahdollista olla esityspaikalla. Ongelman ratkaisuna oli tekninen monistaminen, joka tarkoitti esityksien talteenottamista, säilyttämistä ja esittämistä kauan sen jälkeen, kun alkuperäiset olosuhteet olivat unohtuneet. Mustan musiikin "elävän" esitystilanteen ominaisuudet tulivat toisin sanoen yleisesti saataviksi vasta kun ne voitiin kuulla äänilevyltä.

Suhde toimii molempiin suuntiin: jos esityksiin pohjautuva musiikki on ollut olennainen viestintämuoto äänilevyjen historiassa, niin tämän viestimen kehityksellä on ollut omat vaikutuksensa esityksiin. Popteollisuus on rakentunut sävelletyn musiikin ympärille - Yhdysvaltojen tekijänoikeuslait suojelevat säveltäjää ennemmin kuin esittäjää. Lauluntekijät saavat rahaa, kun levyjä myydään tai soitetaan radiossa, eivät esittäjät. Mustia muusikoita, jotka tulivat suosituiksi 1920- ja 1930-luvuilla, petkutettiin järjestelmällisesti saataviensa suhteen. Heidän musiikkinsa, riippumatta sen omaperäisyydestä, oli laillisessa mielessä "säveltäjätöntä", ja juuri valkoiset musiikkikustantajat syöksyivät hankkimaan oikeuksia "spontaaneihin" sävellyksiin. Tuollainen kustantajien ja äänilevy-yhtiöiden harrastama mustien muusikoiden riisto jatkui 1960-luvulle. Taistellessaan taloudellisten oikeuksiensa puolesta nämä muusikot oppivat, että jolleivät he voineet ansaita rahaa tiettyjen esitysten levytyksistä, he voisivat hankkia rahaa yleisillä esiintymistyyleillään - he voisivat tulla osaksi tähtijärjestelmää. Toisin sanoen yksittäinen esiintyjä saattoi myydä ainutkertaisen lähestymistapansa lauluihin. Tästä pääsen Stearnsin toiseen jazzin määrittelyn elementtiin: ihmisäänen

vapaan käytön ilmaisulliseen luonteeseen.

Mustan musiikin esittämistilanteen olennainen piirre on esiintyjien tunteiden ilmaisu ja tuollaisen ilmaisun mahdollisuudet riippuvat musiikin ihmisäänellisistä ominaisuuksista. Ian Hoaren sanoin:

> Jopa instrumentaalijazzissa ilmaisun perustunne on ihmisen kurkunpään vaikutusten matkimisessa. Ihmisäänet voivat ilmaista järjestymätöntä tunnetta suoraan vaikkapa naurulla, kirkumisella, valituksella, ähkimisellä, tai ne voivat välittää maailmalle reaktioita kuvailun, analyysin ja arvioinnin muodoin - käyttämällä kielen kaikkia mahdollisuuksia, joita ei ole puhtaasti instrumentaalimusiikissa.[6]

Ihmisäänen korostamisella inhimillisen ilmaisun lähteenä on lukuisia musiikillisia seurauksia. Hoare rinnastaa bluesin laulutekniikat (esim. korusävelten käytön) klassisen musiikin laulajan täydelliseen äänenkorkeuden hallintaan ja äänenmuodostukseen. Jazz-kriitikot kuvailevat muusikoiden soittimien ainutlaatuisia "ihmisääniä". Mustien muusikoiden kehittämät sähkökitaran äänelliset ulottuvuudet inspiroivat 1960-luvun valkoista rocktähtisukupolvea, ja 1970-luvulla Larry Grahamin tapaisten bassonsoittajien sanottiin "vapauttaneen" instrumentin, joka oli ennen liian "sähköinen". Joachim-Ernst Berendtin sanoin: "Me kuulimme sähköbasistien soittimien äänissä inhimillisiä, ilmaisevia, emotionaalisia ja jopa kuvailevia sävyjä."

Gospelmusiikissa ihmisääniä käytetään henkilökohtaisten uskonnollisten tunteiden ilmaisun ohella myös ilmaisemaan yhteisöllistä uskonnollista tunnetta äänten välisellä keskustelulla sekä saarnaajan ja seurakunnan välisillä kysymyksillä ja vastauksilla. Mustat laulajat käyttivät näitä ääniteknikoita kehittääkseen laulumuodon, joka yhdistäisi yksilölliset ja yhteisölliset tunteet. Perinteisissä poplauluissa laulajat sitä vastoin esiintyivät osoittaakseen sanomansa vain yksittäisille kuuntelijoille; valkoinen popihanne halusi muuttaa joukkoviestinnän tuntumaan henkilökohtaiselta keskustelulta joukkokokouksen sijaan.

Kun musta musiikki tuli osaksi popliiketoimintaa, sen ihmisäänelliset ominaisuudet alistettiin tähtijärjestelmään. Ääniteyhtiöiden täytyi kontrolloida ilmaisua, pakata intohimo ja myydä tunnetta. Esiintyjien "sielu" markkinoitiin tehokeinona, haluttaessa toistet-

tavana soundina, niin että jokainen esiintyminen olisi yhtä vaihdettava kuin jokainen levy. Suora kommunikointi taiteilijan ja yleisön välillä, missä esitys sai merkityksensä välittömästä kokemuksesta, muuttui tähden ja kuluttajan väliseksi harjoitelluksi etäisyydeksi. Taitelijan mielihalujen, yleisön luottamusvaatimusten ja teollisuuden harrastaman yleisön maun hyväksikäytön välille kehittyi jännite. Tämä tuli selvimmin näkyviin suhteessa mustan musiikin kolmanteen elementtiin, rytmiin.

Mustan musiikin selvin vaikutus popiin on ollut rytminen. Musta musiikki muodosti valkoisille ensimmäisen kulttuurisen merkityksensä tanssimusiikkina. Tätä merkitystä määräsi tanssin itsensä tarkoitus. Toimintana tanssin selvin piirre on sen seksuaalisuus. Vakiintunut tanssiminen, kummallisen väkinäinen fyysisen kontaktin muoto, tuo vahvasti mieleen seksuaaliset jännitteet ja mahdollisuudet, kun yksityiset halut ilmaistaan julkisesti ja alistetut tarpeet jaetaan ylpeästi. Tanssilattialla esimerkiksi homot saavuttavat nautinnon ilman ahdistusta. Yksi piirre mustan musiikin rytmin käytössä, mistä diskomusiikki on viimeisimpänä esimerkkinä, on tuollaisten jännitteiden ja halujen selvä ilmaiseminen. Siinä missä länsimaiset tanssin muodot kontrolloivat muodollisilla rytmeillään ja viattomilla sävelmillään kehon liikkeitä, musta musiikki ilmaisee kehoa (eli seksuaalisuutta) suoralla fyysisellä sykkeellä ja kiihkeällä, tunteikkaalla äänellä - ääni ja syke tunnetaan ennemmin kuin välitetään joukolla sopimuksia. Mustat muusikot toimivat todellakin korkeasti kehittyneellä yleisen seksuaalisuuden tuntemuksella. (Historiasta tiedetään, että seksuaalisuus oli ainoa ideologinen asia, jota orjat saivat musiikillisesti kommentoida, kun taas puritanismi rajoitti valkoisia taiteilijoita yksityisempiin eroottisuuden ilmaisuihin - kirjallisuuteen ja runouteen.)

Musta musiikki tekee ilmeiseksi seksuaalisten tunteiden mahdollisen sekasorron, ja niinpä moralistit ovat aina tajunneet rockin mustaan musiikkiin perustuvat tanssin uhkana kunniallisille käyttäytymismuodoille. Tiedotussensorit tajusivat heti, että Elvis Presleyn rock'n'roll oli seksuaalisen näytteillepanon muoto. Lyhyesti sanottuna musta musiikki tuli 1950-luvun valkoisille teini-ikäisille tavaksi ilmaista tavallisesti yksityisiä tunteita. Kuitenkin instituutiot, joissa musta muusikot soittivat, olivat aina sisältäneet riskin, lupauksen ja jännityksen ilmapiirin; he tarjosivat heitä kuuntelemaan tulleille nuorille kapinan symbolit. Niin Isossa-Britanniassa kuin Yhdysval-

loissakin musta musiikki jazzista reggaehen on ollut taustamusiikkia aikaansa seuraaville nuorille ainakin neljän sukupolven ajan.

Mustan musiikin viittaukset yhteiskunnan todellisiin tarpeisiin ja voimiin, sen vihjeet totuudesta massakulttuurin tuskia lievittävien kuvien takana, eivät rajoitu seksuaalisuuden ilmaisuihin, vaan ottavat elinvoimansa siitä. Paul Garon on väittänyt, että blueslaulut ovat "aggressiivinen ja kompromissiton väite halun ja mielikuvituksen kaikkivoipaisuudesta kaikkien vastustajien silmien edessä". Blueslaulut ovat kapinarunoja

> kielen rappeutumista, poliisin, perheen ja hallitsevan luokan alistavia voimia, seksuaalisuuden ja aggression ehkäisemistä, jokapäiväisen elämän yleistä vastenmielisyyttä vastaan.[7]

Jopa "kunniallinen" musta musiikki, perheen palvomisen gospeläänet, sisältää hengellisen halun julkiset ilmaukset ja on lähempänä tanssilattiaa kuin valkoista protestanttista kirkkoa. Ja jos musta musiikki on pääasiassa "kehon musiikkia", niin sen väitteet ovat myös olleet runollisia, ottaneet lyyrisen muodon. Huolimatta siitä, että alkuperäiset rockaajat jättivät Dave Harkerin sanoin rauhaan "aikuisen bluesin avoimuuden, suorasukaisuuden ja yleisen rehellisyyden", rockfanit kiinnostuivat myöhemmin siitä, mitä kuulivat mustien sanojen yhteiskunnallisesta realismista. 1960-luvulla nuoret valkoiset muusikot löysivät bluesista teinipopia rehellisemmän lähestymistavan maailmaan, ja musta musiikki tuli osaksi rockkulttuuria erityisesti tapana kuvata kollektiivista kokemusta, kollektiivisia haluja. Rock'n'roll-usko on usko musiikin mustiin elementteihin, sen esiintymisen tunteeseen, fyysiseen energiaan, suoruuteen sekä lauluäänellisiin ja rytmisiin tekniikoihin. Nämä rockin ominaisuudet mahdollistivat se, että Pete Townshendin tapaiset 1960-luvun muusikot saattoivat pitää kiinni rockyhteisön tunteesta supertähdiksi tullessaankin. 1970-luvun lopun punkien yrittäessä tehdä rockista yhteisöllistä musiikkia mallina oli reggae, musiikki joka ilmaisi ja järjesti Jamaikan hökkelikylien katujen ja maaseudun sivuteiden päivittäistä kulttuuria. Clashin tapaisten yhtyeiden tarkoituksena oli tehdä musiikkia, joka toimisi reggaen lailla valkoisille nuorille ja joka yhdistäisi musiikillisen intensiteetin ja tekstin suorasukaisuuden: "We wanna riot, riot of our own! (Me haluamme mellakan, oman mellakkamme!)".

1960-luvulla valkoisten rhythm and bluesin, Motownin ja soulin kuuntelun kukoistuksen päivinä rockfanit tuskailivat vaikean kysymyksen parissa: Voivatko valkoiset laulaa bluesia? Suurin osa esimerkiksi Eric Claptonin "kärsimyksen" laatua koskevasta keskustelusta ampui ohi. Valkoista bluesia, kuten valkoisten rock'n'rollia ennen sitä, ei käytetty kuvaamaan yksittäistä angstia vaan ilmaisemaan nuorten yhteisiä turhautumisen, aggression, kapinan ja halun tunteita. Laulujen yksittäiset tekstit olivat vähemmän tärkeitä kuin niiden yhteiset musiikilliset arvot: rock'n'roll oli kehittänyt omia muotojaan välittämään heräävää tunnetta, oman solidaarisen sykkeensä. Nämä ovat jatkuvasti lähteenä rockin väitteille siitä että se on nuorisokulttuuria.

Mutta jos musta musiikki oli rockin oman kielen perustana, niin se oli imeytynyt rockin sanastoon paradoksisia teitä pitkin. Tämä tuli selväksi 1960-luvulla, kun rockfanit alkoivat erotella valkoisten muusikkojen toimintaa mustien muusikoiden toiminnasta väittäessään musiikkiaan taiteeksi. Mitä ennen oli pidetty mustan musiikin "vapauttavina" mahdollisuuksina - sen rytmiikan korostusta, fyysistä ilmaisullisuutta, spontaania tunteen ilmausta - ajateltiin nyt rajoittavan sitä, mitä voitiin sanoa.

Oletettiin, että kun musta musiikki oli tärkeä elinvoiman ja jännityksen ilmaisumuoto - sitä oli toisin sanoen "hyvä tanssia" - siitä puuttuivat vastaavasti arvot, joita tarvittiin aitoon taiteelliseen ilmaisuun. (Julmin versio tästä väitteestä ilmaantui 1970-luvun lopulla, kun *Rolling Stonen* loppusivut täyttyivät mainoksilla "Disco sucks" (disko haisee) -t-paidoista.)

Tässä asetelmassa oletetaan selvä ero mielen ja kehon välille. Musta musiikki "kehomusiikkina" on siksi "luonnollista", "välitöntä", "spontaania". Taide sen sijaan on varta vasten luotua, tietoisesti ajateltua ja sisältää määritelmässään monimutkaisuuden ja kehityksen. 1960-luvun lopulla rockmuusikot vetosivat taiteellisuuden ideologiaan oikeuttaakseen ja selittääkseen siirtymistään (Beatlesia seuraten) esiintymistilanteista äänitysstudioihin, yhteisöllisestä ylistyksestä henkilökohtaiseen lyriikkaan, tanssivista teini-ikäisten laumoista arvostaviin, kuunteleviin yleisöihin. Toisin sanoen he siirtyivät kaupallisesti, käytännöllisesti ja luomisen kannalta pois niistä paikoista, joista rock'n'roll ja rhythm and blues oli saanut merkityksensä. Rockmusiikki "edistyi" ja niin tehdessään alkoi saada kulttuurista tärkeyttään sanastonsa ei-mustista elementeistä. Ainoat

mustat muusikot, jotka hyväksyttiin rockin "taiteilijoiksi" olivat niitä, jotka liittyivät näille henkilökohtaisille löytöretkille: Jimi Hendrix, Stevie Wonder ja jonkin aikaa Sly Stone.

Koska rockfanit pitivät rhythm and bluesia olennaisesti yhteisöllisenä muotoa, sen ei ajateltu antavan mahdollisuuksia aidolle henkilökohtaiselle taiteelliselle ilmaisulle. Uusi individuaalisuuden kriteeri, jonka Bob Dylanin ja Paul Simonin kaltaiset folklaulajatlauluntekijät toivat rockiin 1960-luvun puolivälissä, viittasi kirjallisiin eikä emotionaalisiin vaikutuksiin. 1970-luvulla painotettiin yleisesti rockin taiteellisuutta, henkilökohtaisia taitoja, "keinotekoisia" (keinotekoisia siksi, että ne olivat personoituja) kokemuksen kuvauksia. Jopa bluesyhtyeet Creamia seuraten korostivat enemmän teknisiä kuin tunteen ilmaisun taitoja. Mustaa musiikkia pidettiin tässä yhteydessä liian suorana; pääasiassa sen vokaaliset ominaisuudet tekivät sen taiteellisen kehityksen mahdottomaksi.

Jos bluesperinnettä pidettiin liian luonnollisena, jotta se olisi voinut olla taidetta, musta pop eli soul oli muuttunut 1960-luvun lopulle tultaessa liian keinotekoiseksi. Levy-yhtiöt markkinoivat soulia pakkauksena. Ne eivät olettaneet taiteilijoidensa muuttuvan tullakseen yksinkertaisesti tehokkaammiksi myymään soundia, joka heillä jo oli. Juuri mustat muusikot tulivat symboloimaan showbusinessta. Sellaiset Motownin tähdet kuten Supremes ja Four Tops, jotka olivat vuonna 1965 tuoneet "luonnollisen" piristyksen listoille, pukeutuivat nyt kultalameeseen ja viihdyttivät loisteliain tavoin, mitä ei enää hyväksytty rockissa. 1970-luvulla *Rolling Stone* arvosteli Motownin levyjä seuraavilla termeillä: "Tomin ivamukaelma", "pahimmalla tavalla tehty opportunistinen kaupallinen albumi". "Mitä on tapahtunut niille päiville, kun musta musiikki oli mustaa", kysyi *New Musical Express*, "eikä tätä ilmeetöntä, vetelää muzakmössöä ja teennäistä hölynpölyä?"

Asian ydin oli mustan esityksen ja valkoisen viihdytyksen välisessä suhteessa. Sillä on pitkä ja epämiellyttävä historiansa, joka oli piilossa vain hetken, kun soul menestyi listoilla 1960-luvulla. Esimerkiksi Motownin esiintyjien siloitellut tanssirutiinit olivat ratkaisevia heidän suosiolleen showelämässä ja hylkäämiselleen rockista. Ne olivat itse asiassa Cholly Atkinsin tapaisten 1930-luvun tanssimestareiden tuotteita ja niiden yhteys voidaan jäljittää aina 1800-luvulle. Viihteen käsite (loistokkuuden, tyylin ja spektaakkelin käsite) on aina ollut ratkaiseva valkoisten ja mustien välisille

sosiaalisille suhteille; rockmuusikoiden käyttäessä mustia musiikillisia muotoja he eivät vain vedonneet tiettyihin sopimuksiin tunteiden ilmaisemisesta, vaan myös käsitykseen vapaa-ajasta ja vapaudesta.

Mustat olivat viihdyttäneet valkoisia aina siitä saakka, kun orjalaivojen omistajat pakottivat vangittunsa tanssimaan lämpimikseen ja saamaan liikuntaa. Plantaasinomistajat taas sanoivat, että heidän työläisensä olivat "suuri joukko iloisia ja tyytyväisiä orjia, aina iloisia ja aina lauloivat työtä tehdessään". Eileen Southern lainaa orjan kommenttia asiasta:

> Me yritämme pitää itsemme niin hyvässä kunnossa kuin mahdollista. Mitä tekisimme ellemme pysyisi reippaalla mielellä? Jos antaisimme sen heikentyä, niin kuolisimme.[8]

Mustien elämästä ja kuolemasta tuli valkoisten rentoutumisen lähde. Orjat toimivat muusikkoina omistajiensa tansseissa ja juhlissa. Siten orjuuden alusta asti "viihde" oli vakiinnutettu säännöksi mustien ja valkoisten kulttuurisissa suhteissa. Vuonna 1851 Yhdysvaltojen eteläosissa kulkenut valkoinen matkalainen kirjoitti:

> Viulisti astuu esiin ja soittaa sävelmän, ja siinä samassa he aloittavat tavallisen tear-down -tanssin, sillä täällä he ovat kotonaan... En ole koskaan nähnyt orjaa, joka ei pysähtyisi kuin ammuttuna kuullessaan viulun äänen; ja vaikka hänellä on sadan kilon taakka selässään, hän aloittaa tanssin. Joku voisi ajatella, että heillä on höyrykone sisällään antamassa heille voimaa, sillä he tekevät minuutissa enemmän liikkeitä kuin voisit tehdä kahta tikkua ravistamalla kuukaudessa. Ja kaikissa koomisissa liikkeissä, naurettavissa katseissa, naurattavissa piloissa ja todella koomisissa lauluissa mikään ei vedä heille vertoja. On hyödytöntä puhua Fellows' Ministrelsistä tai muista keinotekoisista "etiopialaisyhtyeistä", sillä ne eivät vedä vertoja plantaasien neekereille.[9]

Mustan musiikin amerikkalaiselle populaarikulttuurille antaman panoksen ironia on siinä, että orjien musiikki on mitä voimakkain inhmillisten halujen ja vapauden ilmaus. Orjanomistajien reaktio oli nautintoon sekoittunut syyllisyys. Jos kaikkein ilahduttavin viihteen

muoto on yhteydessä kaikkein ankarimpaan ihmisen kokemaan nöyryytykseen, niin tämän viihteen nautinnot sisältävät salakähmäisen taistelun todellisuuden kanssa. Constance Rourke esitti, että neekerit tulivat 1800-luvun Yhdysvaltojen sympaattisiksi symboleiksi "pioneereille, jotka vaativat joustavuutta ensisijaisena luonteenpiirteenä"; sympatia on kuitenkin välttelevä tunne. Välitön esteettinen reaktio muodostaa esiintyjälle identiteetin, ja juuri mustan esiintyjän ja valkoisen yleisön välisen suhteen hankaluus on amerikkalaisen populaarikulttuurin ytimessä (rockkulttuuri mukaanluettuna), sympatia on keino vältellä aihetta. Mustan musiikin voima on kaikesta huolimatta mustan voiman muoto. "Tuolla tavalla tanssivilla miehillä ja naisilla on voimaa väkivaltaan", kommentoi eräs tanssikriitikko vuonna 1929. Mustan musiikin viehätys ajassaan pysyville nuorille 1920-luvun bluesista nykypäivän rastafarimusiikkiin on sen vaarallisuudessa sen eristäessä valkoiset ihailijansa kulttuurisesta sanomastaan.

COUNTRYMUSIIKKI

Countrymusiikkia on sanottu "valkoisen miehen bluesiksi". Niinpä ei ole helppo erotella Etelän maaseudun mustien ja valkoisten musiikkien historiaa. Molemmissa käytettiin samanlaisia karkeita, raakoja ääniä ja harmonioita, samoja instrumentteja ja soitintekniikoita, jotka antoivat jopa ei-lauletuille äänille ihmisäänellisiä ominaisuuksia. Mustat ja valkoiset country-yleisöt halveksivat sekä klassisen musiikin laulajien ehdotonta äänenkorkeuden hallintaa ja äänenmuodostusta että Tin Pan Alleyn laulajien laimeaa täydellisyyttä (countryn ihailijat epäilevät Vernon Dalhartia, joka on saanut koulutusta, ja pehmeitä poptyylittelijöitä kuten Eddy Arnold tai Jim Reeves). Mustat ja valkoiset muusikot olivat yhtä lailla kiinnostuneita instrumenttiensa ihmisäänellisistä ominaisuuksista. Niinpä esimerkiksi bluesin slide-kitara ja countryn steel-kitara olivat tämän vuosisadan alussa hawaijilaiskitaran rinnakkaisia kehitelmiä. Etelän kirkoissa mustat ja valkoiset gospelryhmät kehittivät yhtä lailla harmoniatyylejä, jotka sekoittivat henkilökohtaisen ja kollektiivisen hartauden. 1920- ja 1930-lukujen Etelän äänitysstudioissa mustat ja valkoiset viihdyttäjät oppivat yhtä lailla, kuinka spontaanisuus saadaan talletetuksi.

Toinen mustien ja valkoisten countrymusiikkien välinen yhtäläisyys voidaan nähdä laulutekstien sisällössä. Countrytekstittäjät käyttivät erilaisia naturalismin tekniikoita kuin blueskirjoittajat. He käyttivät harkittua maailmallisuutta, arkipäiväisiä kertomuksia ja tunnelmia. Mutta kuten musta laulaja Jerry Butler sanoo, country- ja soulmusiikki

> säilyvät, koska ne kertovat jokapäiväisistä tilanteista, ne puhuvat tosielämän asioista. Ne eivät jää roikkumaan mielikuvitusmaailmaan eivätkä Broadwaylle. Ne puhuvat ihmisille asioista, jotka tapahtuvat ihmisille.[10]

Mustat ja valkoiset amerikkalaiset maaseudun musiikit kehittyivät tämän vuosisadan ensimmäisellä puoliskolla täyttääkseen samanlaiset kulttuuriset tarpeet. Molemmat musiikit olivat maallisen viihteen ja hengellisen kohottautumisen lähteitä; molemmat olivat julkisen juhlinnan, kollektiivisen jännityksen, uskonnollisen ilmaisun ja sosiaalisen kommentoinnin musiikkeja. Bluesmuusikoiden tapaan countrymuusikot lauloivat Etelän elämän "häpeällisistä" puolista: rasismista ja seksuaalisuudesta (vaikka laulut näistä aiheista on vaimennettu Nashvillen ja kaupallisten countrysoundien lisääntyessä). Kun Elvis Presley ja muut rockabillylaulajat yhdistivät 1950-luvulla nämä kaksi musiikinlajia tehdäkseen rock'n'rollia, shokki ei ollut musiikillinen ("ensimmäisen rock'n'roll-levyn" arvoa on vaadittu sekä mustien että valkoisten 1940-luvun tanssiyhtyeille) vaan ideologinen: uhkaamassa oli valkoisten ja mustien julkinen, ehdoton *sosiaalinen* sekoittuminen. Musiikillinen sekoittuminen oli Etelässä ollut tosiasia jo sata vuotta.

Mustan ja valkoisen musiikin kehittymisessä on eroja. Kaikessa realismissaan tai populismissaan countrymusiikki on vanhoillinen muoto, joka kantaa vanhoillista sanomaa. Tekstien pääpaino on asemansa tietävissä ihmisissä, ja esimerkiksi naisten takia syntyviä jännitteitä käsitellään onnettomina, jopa traagisina, mutta ratkaisemattomina: "Se on ollut niin maailman synnystä asti", kuten Loretta Lynn laulaa. Countrymusiikissa ovat tulleet esiin "hiljaisen enemmistön" - naisten ja työväenluokan - voimakkaat, arvokkaat äänet, mutta heidän arvokkuutensa johtuu heidän passiivisuudestaan. Countrymusiikki kertoo asiasta niin kuin se on ja väittää, että sen tekeminen joksikin muuksi riippuu onnesta, ankarasta henkilö-

kohtaisesta työnteosta, Jumalan siunauksesta; countryn äänensävy on katkera stoalaisuus. Mustien kehittämälle 1960-luvun aggressiiviselle poliittiselle musiikille ei ole countryvastinetta. Countrypopulismin sanomana säilyy: "Me olemme häviäjiä!"

Jos countrymusiikki myöntää ja ilmaisee seksuaalisia tunteita, niitä harvoin ylistetään; häpeä on hallitseva teema jopa karkeimmissa countrylauluissa. Countrymusiikki on mustaa musiikkia paljon selvemmin koko perheen viihdemuoto. Sen suuren suosion kehitys 1920- ja 1930-luvuilla perustuu radioon, perheen joukkoviestimeen. Jopa baarien ja levyautomaattien honkytonk-musiikki väitti, että irralliset seksuaalisuhteet, juominen ja hauskanpito olivat seurausta yksinäisyydestä, perheen puuttumisesta.

Countrymusiikin vanhoillisuus näkyy yhtä lailla muodossa kuin sisällössäkin. Soitinnuksen muutokset ovat olleet hitaita, jokainen muutos - rummut, sähköinen äänen vahvistaminen - on ollut ankaran taistelun tulos. Lisäksi countrymusiikki painottaa lauluja (mieluummin kuin soundeja) paljon enemmän kuin musta musiikki.

Alkuperäiset 1800-luvun maaseutumuusikot käyttivät ohjelmistossaan hyväkseen brittiläisiä ja irlantilaisia kansanlauluja. Tosiasiassa countryesityksen pääpaino on aina ollut enemmänkin koeteltujen ja testattujen standardien virtuoosimaisessa käsittelyssä kuin improvisoidussa luomuksessa. Countrymuusikon ammattitehtävänä on ollut tuottaa näitä standardeja, tehdä lauluja, joita myös muut voivat laulaa. 1920- ja 1930-luvuilla countrymuusikon oli niin muodoin mustia muusikoita helpompi tulla osaksi amerikkalaista showelämää. He pääsivät helpommin radioon perheen viihdyttäjiksi, joita Etelän mainostajat ilomielin palkkasivat, ja he olivat laulun tekijöinä paremmin palkittuja; heidän oli helpompi hyödyntää kaupallisia menestyksiään. Ristiriitoja on herättänyt countrymusiikin muuttuminen kaupalliseksi (erityisesti 1950-luvulta lähtien), kun kotikutoisesta musiikista tuli suurta liiketoimintaa, ja kun naapurin tytöt ja pojat jättivät yhteisönsä tullakseen tähdiksi. Countryn loistosta on kuitenkin harvoin tullut boheemia, ja enemmän kuin mikään muu populaariviihdyttäjien joukko countryn esittäjät ovat jatkaneet yleisönsä arvojen ilmaisemista ja viljelleet suoraa suhdetta ihailijoihinsa.

Countrymusiikin konservatiivisuus on ollut ilmeistä sen ideologisessa historiassa viimeisten kahdenkymmenen vuoden aikana (ja sen nousussa suureen kaupalliseen suosioon). Nykyiset countrylevyt

symboloivat mennyttä, tihkuvat nostalgiaa, kuvailevat elämänmuotoa, jota kaupunkilaiset arvostavat nyt enemmän, kun heidän ei enää tarvitse elää sen mukaisesti. Keskeinen ero amerikkalaisen populaarimusiikin mustien ja valkoisten osien välillä on se, että valkoinen muoto on oman kuvauksensa mukaan maaseudun musiikkia, kun musta musiikki taas on kehittynyt maaseudun bluesista kaupungin ääneksi. Countrymusiikki reagoi sosiaaliseen muutokseen korostamalla uudelleen maaseudun arvoja ja kaavoja; se tuli amerikkalaisen massamusiikin valtavirtaan *esi*kaupunkimaisena ilmaisumuotona.

Country oli rock'n'rollissa tärkeä musiikillinen elementti, koska rockabillylaulajat olivat kotoisin maaseudulta. Nuorille Elvis Presleyn ja Jerry Lee Lewisin tapaisille 1950-luvun kapinallisille, jotka lisäsivät mustan vauhdikkuuden hillibilly-soundeihin, countrymusiikin selvästi rajoittava piirre oli sen ilmiselvä maalaismaisuus, sen vanhoillisuus. Se ei antanut tilaa kapinalle tai hedonismille, ei symboleja nuorten sosiaaliselle huolelle ja rauhattomuudelle. Se kuvasi köyhän valkoisen roskaväen elämän ongelmia, muttei uusia sodanjälkeisiä mahdollisuuksia. Maaseudun teini-ikäisille musta musiikki oli musiikillisen seksuaalisuuden, mukautumattomuuden ja hauskuuden lähde, ja tuloksena ollut mustan ja valkoisen fuusio ei rajoittunut rock'n'rollin hetkiin. Valkoisen Etelän teini-ikäisten kapinakulttuuri asekoteloineen ja helmiäispaitoineen elää yhä aggressiivisessa paikallisessa rockmusiikissa, joka käyttää countrysoittimia ja -perinnettä, mutta perustuu yhä bluesiin.

Malli rock'n'roll = blues + country on juurtunut syvälle rockin historiaan, mutta sen kulttuurinen merkitys ei ole helposti vahvistettavissa riippumatta sen paikkansa pitävyydestä musiikillisessa kuvauksessa. Greil Marcus väittää vakuuttavasti (kirjassaan *Mystery Train*), että alkuperäisten rockaajien countrymusiikilliset arvot sitoivat heidät Yhdysvaltojen Etelän maaseutukulttuuriin, ja että rock'n'roll oli ristiriitainen muoto sekoittaen ylpeytensä häpeään, juhlintansa syyllisyyteen, vihansa hyväksyntään. Elvis Presleyn kaltaiset rock'n'roll-taiteilijat saivat näistä ristiriidoista herkkyytensä ja voimansa. Tästä perspektiivistä rockin countryelementit - viulun ja steel- ja rytmikitaran käyttö, kaihoisa laulutapa ja rullaava syke, laulut itsesäälistä ja itseriittoisuudesta, iän, muutoksen ja historian tunne - heijastavat yleisiä kulttuurisia tarpeita. Countryn muodoista erityisesti Gram Parsonsin yhdessä Byrdsin kanssa kehittämä ja

Eaglesin menestyksellisimmin kaupallistama countryrock, on muodoltaan harkitun nostalginen, muusikoiden yritys käyttää hyväksi kauan sitten kadonneita juuriaan. Jos teini-ikäiset rockabillylaulajat tukahdutettiin maaseudun kunnioittamisella, niin countryrock-muusikot vetoavat maaseudun soundeihin korostaakseen "aikuisia" huolenaiheitaan.

Tämä on rockin reaktio yleiseen kulttuuri-ilmiöön jännitteeseen maaseudun ja kaupungin välillä. Country symboloi menneisyyttä, perhettä ja yhteisöä, muuttumattomuutta ja paikan tajua. Kun kaupunkikulttuuri ìtuli kaupalliseksi kulttuuriksi - *joukko*viestinnän kautta keskitetyksi, homogenisoiduksi ja välitetyksi - country tuli merkitsemään myös "autenttisuutta".

FOLKMUSIIKKI

Amerikkalaisen "folkherätyksen" (joka oli se reitti, jonka kautta folktyylit selvimmin vaikuttivat rockiin) alkuaika sitoutui maaseudun romantiikkaan etsiessään arvoja ja tapoja, jotka olisivat kaupungin turmeltuneisuutta, kaupallisuutta ja massamusiikkia vastaan. New Yorkissa sodan jälkeen esiintynyt kiinnostus bluesiin ja bluegrassiin heijasti vuosisadan vaihteen brittiläistä kiinnostusta brittiläiseen maaseudun musiikkiin. Mutta kun Cecil Sharp brittiläisine keruukumppaneineen pelkäsi kaupungin proletariaattia ja sen musiikkia, tuli amerikkalainen maaseutunostalgia folkmuodossaan kiinteäksi osaksi poliittista populismia. Radikaalien folkideologian versioissa folkmusiikki ei ollut kaipauksen vaan inspiraation lähde (menneisyyden "orgaanisia yhteisöjä" verrattiin tämän hetken luokkaristiriitoihin), tapa vastustaa joukkoviestinnän heikentäviä vaikutuksia ja täyttää työväenluokka "folktietoisuudella".

1930-luvun amerikkalainen folkliike perustui ristiriitaan. Sen ylistetyt "spontaanit kansan luomukset" olivat tulosta ulkopuolisten kaupunkilaisesittäjien tekemistä musiikillisista arvioinneista (porvarilliset oppineet olivat samalla tavalla ensi kädessä muodostaneet brittiläisen "folkperinteen"). Asian ydin oli "kansan" määritelmä, jonka kehittämisessä kommunistipuolueella oli ratkaiseva osuus.

Amerikkalaiset työväenjärjestöt (esim. Wobblies) olivat aina nähneet musiikin tärkeänä järjestäytymisen ja inspiraation lähteenä ja olivat tehneet lauluja sen mukaisesti. 1930-luvulla kommunisti-

puolueen politiikka kuitenkin muuttui. Enää ei "kirjoitettu sellaista *uudenlaista* laulua, joka liitetään työläisiin niin, ettei kukaan voi sitä heiltä ottaa", vaan alettiin puolueen puhemiehen Mike Goldin sanoin käyttää olemassa olevaa "alkuperäistä kansan tietoisuutta ja perinnettä - kansantaiteen aarretta". Puolue omaksui näin maaseudun musiikin urbaaneille työläisille sopivimmaksi ilmaisutavaksi; puolueen intellektuelleista tuli "kansantaiteilijoita", kun he lauloivat kansanlauluja maalaisvaatteisiin pukeutuneina. Poliittinen ongelma säilyi samana: kuinka musiikkia voitaisiin käyttää ihmisten liikkeeseen houkuttelemisessa ja heidän luokkatietoisuutensa kehittämisessä. Jos taktiikka vaihtui uuden työläisten musiikkimuodon kehittämisestä vanhan muodon käyttöön, niin kulttuurinen asema ei vaihtunut: "oikeat" laulut olivat yhä oikeita niin kauan kuin ne kehittivät luokkasolidaarisuuden tunnetta. Musiikin aitous arvioitiin kansan kielestä huolimatta yhä ennemmin sen vaikutuksista kuin sen lähteistä. Jopa Woody Guthrie, yhteiskunnallisuudessaan 1960-luvun folkrockin malliesiintyjä, teki musiikkiaan kaupunkilaiselle, koulutetulle ja poliittiselle yleisölle ennemmin kuin maatyöläisille, joista hän lauloi. Tomumyrskyalueelta pois muuttaneiden oklahomalaisten tai arkansasilaisten keskuudessa ei kuunneltu mitään Guthrien lauluja, sillä radion ja äänilevyjen kaupalliset äänet hallitsivat jo heidän elämäänsä. Guthrien saavutus ei toisin sanoen ollut "tuoda" oikeita lauluja maalaisille vaan kuvailla heidän kokemuksiaan New Yorkin vasemmistolle.

Amerikkalaisen folkmusiikin radikaali perinne oli ensi sijassa tämän suurkaupunkilaisen vasemmistolaisen boheemiryhmän 1930-luvun luomus. Heidän kuvauksensa "kansasta" oli yhtä juurtunut myyttiin, heidän omiin olosuhteisiinsa ja nostalgian poliittiseen käyttöön kuin heidän kunnioitettavammilla, porvarillisilla edeltäjillään folkissa. Kaikesta huolimatta folkliikeen sisällä juuri muusikot pitivät elossa populaarimusiikkia, joka määriteltiin poliittisesti ja musiikillisesti kaupallisen popin vastakohdaksi. Amerikkalainen folkmusiikki oli 1960-luvulla saattanut muuttua Denisoffin happamin sanoin yksinkertaisesti sellaiseksi "jota kuunneltiin epävirallisissa kokouksissa ja sosiaalisissa tapaamisissa, radikaalien järjestämissä laulutilaisuuksissa". Näiden kokoontumisten yleisiin tapoihin rockmuusikot kuitenkin myöhemmin vetosivat perustellakseen vaatimuksiaan musiikillisesta autenttisuudesta.

"Laula totuus niin yksinkertaisesti kuin voit ja toista se niin

monta kertaa kuin täytyy", neuvoi Almanac Singers. Folkissa keskeinen painotus oli teksteissä ja niiden selkeässä esittämisessä. Ihmisääni oli keskeinen instrumentti, ja vilpittömyys voitiin määritellä juuri ihmisäänellisten asioiden perusteella. Kansan musiikissa ei ollut tähtiä eikä hittejä, ei erottelua esiintyjien ja yleisön välillä, ja tämä oli myös vahvistettu musiikillisella sopimuksella, kollektiivisen esiintymisen säännöillä: kertauksen, kertosäkeen ja kliseisen melodian käyttö, laulun mutkattomuus, säestyssoittimien rajoitukset (kitara ja piano). Musiikillinen esiintymistilanne itse loi folkyhteisön, folktietoisuus oli folklaulamisen seuraus. 1940-luvun lopussa populaarin poliittisen radikalismin kuihduttua myös folkmusiikin käyttö väheni, ja laulaminen rajoittui melkein täysin yliopistojen kampuksille. Jopa näissä keskiluokan laulutilaisuuksissa opiskelijat saivat kuitenkin Irwin Stablerin kaltaisten folkideologien mukaan "tunteen aidosta Amerikasta". Näitä lauluja eivät ehkä olleet laulaneet "autenttiset" työväenluokan laulajat, mutta silti ne edustivat aitoja työväenluokan kokemuksia.

Nuorten valkoisten tullessa 1960-luvulla erityisesti yliopistojen kampuksilla taas poliittisesti aktiiveiksi he löysivät folkmusiikista ainoan ilmaisumuodon, joka saattoi suoraan vastata heidän poliittisiin huolenaiheisiinsa ja joka pystyi palvelemaan samaa kulttuurista tarkoitusta kuin musta musiikki kuulijoilleen. Nämä kaksi asiaa ja musiikinlajia kohtasivat selkeimmin kansalaisoikeusliikkeessä.

Tuloksena ollut "protestimusiikki" ei rajoittunut poliittisiin tapahtumiin. 1960-luvun folkherätys toi mukanaan kaikenlaisia folkinstituutioita - klubeja, kahviloita, festivaaleja - ja juuri näissä yhteyksissä määrittyi 1960-luvun folkyleisö. Se oli ideologinen yhteisö, jota yhdisti suhtautuminen musiikin tekotapaan. Folkklubeissa ei teoriassa ollut erottelua esiintyjään ja kuuntelijaan; kuka tahansa saattoi astua esiin ja laulaa. Esteettinen painotus oli vähemmän tekniikassa kuin totuudessa, ja esiintyjien musiikillinen "rehellisyys" mitattiin sen mukaan, mitä he eivät tehneet. Kuten laulaja Jean Ray muistelee:

> 60-luvulla nuoret ihmiset, joilla oli vähänkin tuntumaa folkmusiikin sykkeeseen, eivät saaneet tyydytystä toistamalla poplaulajien esittämiä laulun kaupittelun ulkoisia piirteitä, kädenliikkeitä ja sen sellaista. Tuli tabuksi toistaa niitä. Täytyi vain seisoa suorana ja välittää sanoma. Ei teennäisyyttä, ei

koreilevaa valheellista kamaa.[11]

Folkliike vastusti tietoisesti musiikin massamittaisen tekemisen kaavoja, ja sen arvot kehittyivät erillään popin normaaleista käytännöistä. Nämä arvot tulivat erityisen kuultaviksi, kun rock'n'rollin voima ehtyi *Bandstandin* banaalisuuksiin. Pete Seegerin suuri saavutus oli ollut jatkaa vaihtoehtoista musiikin tekotapaa 1950-luvun kulttuurisen taantuman läpi. Tämä vaihtoehto oli erityisen tärkeä muusikoille, jotka olivat haluttomia antamaan itseään elämään, jota popmogulit manipuloivat ja riistivät. He löysivät folkissa

> ajatuksen siitä, että laulut voivat ilmaista asioita paljon tavallisia rakkausaiheita laajemmin, että muusikot voivat lähestyä työtään ilmaisukeinona sen sijaan että "antaisivat ihmisille mitä he halusivat".[12]

Kun folkmuusikot 1960-luvun puolivälissä Kingston Triosta ja Peter, Paul and Marysta alkaen olivat kaupallisesti menestyviä, nämä ajatukset tuotiin "populaarimusiikin valtavirran ytimeen", ja folkin painotus lauluihin ja lyriikkaan, rehellisyyteen ja sitoutumiseen hyväksyttiin hiljalleen esiintyjien ja heidän levy-yhtiöidensä keskuudessa yhdessä rockin kaupallisten päämäärien kanssa. Oli ironista, että juuri näiden folkin periaatteiden pohjalta rock kehitti vaatimuksensa itsestään "arvokkaana" taidemuotona.

Osasyynä rock'n'rollin menestykseen teini-ikäisten musiikkina oli ollut se, että jokainen pystyi tekemään sitä - kuka tahansa saattoi tehdä noin yksinkertaista musiikkia, kirjoittaa tuollaisia suoraviivaisia lauluja. 1960-luvun folkin esittäjät kehittivät erilaisen väitteen: jos kuka tahansa osasi soittaa folkmusiikkia - kitara ja huuliharpputekniikat olivat helppoja oppia, karkea ja mutiseva lauluääni tuli luonnostaan - niin kuka tahansa ei pystynyt soittamaan sitä *omaperäisesti*. Bob Dylanista tuli uuden väitteen symboli. Häntä arvostettiin henkilökohtaisen neroutensa, persoonallisten näkemystensä, ainutlaatuisen lauluäänensä ja tyylinsä takia. Jopa silloin kun hän alkoi käyttää lauluissaan rocksoundeja, niiden muodot olivat tiukan runollisia ja melodiset rakenteet rönsyileviä, mikä teki yleisön osallistumisen mahdottomaksi - kertosäkeet tulivat säännöttömästi, pitkien aikojen välein; mitään ei selitetty.

Jos kaikki eivät voineet tehdä tuollaista musiikkia, niin kaikki

eivät voineet arvostaa sitä - kuuntelijoilta vaadittiin yhtä lailla "näkemystä" - huomio joka sopivasti imarteli uutta "älykästä" rock-yleisöä. Erinomaisuutta mitattiin yhä enenevässä määrin musiikin, lyriikan ja emotionaalisuuden monimutkaisuuden suhteen, suhteessa taiteellisiin arvoihin, jotka erottivat rockin teinipopin "banaalisuuksista". Rock'n'roll-kapina oli ollut aikuisia vastaan, muttei aikuisia äänilevy-yhtiöitä vastaan, ei aikuisen viihteen kulttuurisia käytäntöjä vastaan. Vasta nyt, folkin jälkeen, kehittyi rockkulttuuri, joka selvästi vastusti musiikin massamittaisen tekemisen ideologiaa, mutta kun folkista tuli folkrockia, sen poliittinen asema tuli väistämättä yhä enemmän kompromissinomaiseksi.

Vuonna 1965 Phil Ochs kertoi *Village Voicen* haastattelijalle:

> Teen lauluja hankkiakseni rahaa. Kirjoitan Kuubasta ja Mississippistä sisäisen ilmaisun tarpeesta, en muuttaakseni maailmaa. Laulujeni juuret ovat psykologiset eivät poliittiset.[13]

Marc Eliot esittää, että New Yorkin folkympyröissä 1960-luvun puolivälissä tapahtui siirtymä "politiikan romanttisuudesta romanttisuuden politiikkaan". Tämä muutos merkitsi uutta suhdetta esiintyjän ja yleisön välillä, uutta "autenttisuuden" määritelmää. Folkin sodanjälkeisen uudelleennousun varhaisina päivinä laulut olivat yhä propagandaa: niiden tarkoitus oli herättää solidaarisuutta, houkutella kuuntelijat poliittisiin organisaatioihin. 1960-luvun puoliväliin tultaessa folklaulut olivat muuttuneet retorisiksi; ne ilmaisivat vain henkilökohtaista tyytymättömyyttä tapahtumiin. Lyriikan kaavat tulivat yhä enemmän kirjallisiksi, ja laulajan ja yleisön välinen taiteellinen etäisyys vahvistui siirtymisellä akustisista sähköisesti vahvistettuihin soittimiin, esiintymislavalta studioon.

Folktietoisuuden alkuperäisessä poliittisessa versiossa oli ollut ristiriita: toisaalta folkmusiikki oli hyökkäysase, väline porvarillisen ideologian poistamiseksi työväenluokan kulttuurista; toisaalta folk oli ihmisten itsensä spontaani ilmaisukeino - tämä oli folktradition poliittinen merkitys. Folkin "autenttisuus" arvioitiin toisin sanoen kahdella tavalla: sen poliittisen oikeuden ja sen kansan parista olleen alkuperän mukaan. Näiden kahden mitan yhtäläistäminen oli radikaali temppu. Folkesiintyjät *edustivat* kansaa sekä neuvoen heitä että oppien heiltä. Kansan kiinnostuksen kohteet *välittyivät* näin folkesiintyjien kautta, joiden oletettiin toimivan nimettöminä, persoo-

nattomina, eräänalaisina soittimina, joita heidän yleisönsä soitti.

Sellaiset 1960-luvun laulajat kuten Ochs ja Dylan hylkäsivät ajatukset, että he *edustivat* yleisöään, että he olivat yleisönsä alaisia, mutta heidän väitteensä ei tarkoittanut vain politiikkaa - heillä oli yhä yleisöjensä kanssa samat poliittiset huolenaiheet. Heidän väitteensä kosketti musiikin ja kokemusten välistä suhdetta. Kuten Alan Lomax oli kirjoittanut *Sing Outissa*, "aidon" folklaulajan tuli "*kokea* tunteet, jotka olivat hänen taiteensa takana", ja tästä aitouden käsitteestä - totuus itselle ennen kuin totuus liikkeelle tai yleisölle - folklaulajat pitivät kiinni, kun heistä tuli suosittuja laulaja-lauluntekijöitä, kun he siirtyivät yhteisöllisestä musiikin tekemisestä kaupalliseen.

POPMUSIIKKI

Ääniteyhtiöt eivät luonnostaan välitä paljoakaan siitä, minkä muotoista musiikki on, kunhan sitä voidaan järjestellä ja kontrolloida voiton varmistamiseksi - musiikit ja muusikot voidaan pakata ja myydä tyyleistä välittämättä. Musiikkibusiness ei kuitenkaan ole vailla ennakkoluuloja. Musiikki oli kaupallinen tuote kauan ennen rock'n'rollia. Teollisuuden arvot ja paremmuusjärjestykset ovat peräisin sen omasta alkuperästä kustannustoimintana vuosisadan alussa. Tin Pan Alleyn käytännöt kehittyivät laulujen eikä esitysten markkinoimiseksi, ja kun tämä muuttui 1920-luvulla musiikillisen luomisen tavaramuotoisten tuotteiden (nuotit ja pianot) myymisen järjestelmästä musiikillisen kulutuksen tavaroiden (äänilevyt, levysoittimet ja radiot) myymisen järjestelmään, "selkeä, universaali, hyvin tehty laulu" (Ian Whitcombin määritys) säilyi sen *keskeisenä* tuotteena.

1920-luvulta 1950-luvun alkuun asti musiikkiteollisuus suuntasi tuotteensa koko perheelle. Äänilevyt saavuttivat yleisönsä koko perheen radioissa ja perheen levysoittimilla - useimmilla perheillä oli vain yksi kumpaakin. Äänilevyteollisuuden kehitys tällä ajanjaksolla sisälsi kaksi prosessia, jotka molemmat järjestelmällisesti eristivät mustat muusikot popmenestyksestä huolimatta heidän vaudevillessä saamastaan pääosasta. Ensiksikin ollakseen suosittu äänilevyn tuli häivyttää erilaisuudet kuuntelijoidensa väliltä: sen tuli miellyttää kaikkia ikä- ja yhteiskuntaluokkia, rotuja, maantieteellisiä alueita, molempia sukupuolia, kaikkia mielialoja, kulttuureita ja arvoja. Toi-

seksi musiikillisen nautinnon tuli olla siirrettävissä tanssisaleista ja baareista olohuoneisiin. Populaarimusiikki menetti rohkeutensa, sosiaalisten käytäntöjen emotionaalisen arvostelun, poplevyjen tuli olla iloisia ja kohottavia, niiden täytyi sopeutua kotoisiin ympyröihin. Myös radion alkuajan ja äänitystoiminnan tekniset rajoitukset määrittivät tuollaista "kivaa" musiikkia. Äänensävyn, harmonian ja melodian hienouksia oli mahdoton toistaa, mikään liian pitkä, epäsointuinen, sotkuinen tai meluisa ei voinut selvitä alkukantaisesta äänitystekniikasta. Lauluntekijöitä neuvottiin pysyttelemään pianon keskialueen äänissä.

Äänilevyteolllisuuden alkuaikoina vakiintuneet musiikilliset arvot ovat yhä mukana käsitteissä "easy listening" (helposti kuunneltava) ja "middle of the road" (keskitien musiikki). Ne kertovat myös tavasta, jolla musiikkibusiness reagoi rock'n'rolliin 1950-luvulla: levy-yhtiöt yrittivät tuottaa viihdyttäviä, hyvin tehtyjä lauluja teini-ikäisten markkinoille, valmentaa esiintyjistä teini-ikäisten viihdyttäjiä. Ensisijaisena tarkoituksena oli antaa laulajille oikea imago, luoda rooliinsa sopivia teini-idoleita. Naapurin tyttö tai poika, teini-ikäisten sydäntenmurskaaja ilmaisi nyt showbusineksen yleistä "rehellisen" esiintyjän käytäntöä. Rock'n'roll-tähtien asema hankittiin elokuvissa, televisio-ohjelmissa ja pakettikiertueilla. Heitä myytiin vakiintunein showbusineksen rutiinein. 1950-luvun lopulla aikuiset äänilevytuottajat hallitsivat teini-ikäisten musiikin luomista; levyt tuotettiin äänipakkauksina ja tähdet yksinkertaisesti esittivät heille annettua musiikkia, myivät "persoonallisuuttaan".

Charlie Gillett on dokumentoinut myöhemmän "tanssirytmien merkityksen laskun; sanat ja soundit tulivat hallitseviksi", ja nämä sanat ja soundit luotiin tavallista Tin Pan Alleyn linjaa seuraten. Teinipop kuten aikuistenkin pop kertoi romanttisia tarinoita. Poplaulujen tekeminen nuorisolle merkitsi yksinkertaisesti viitteitä teini-ikäisten elämään - ensimmäisiä treffejä, äkkipikaisia eroja, rakastumista, ystävien menettämistä. Muodollisesti ei ollut paljoakaan eroa Brill Buildingissa syntyneiden teini-ikäisten poplaulujen ja samalla tavalla hyvin tehtyjen Tin Pan Alleysta vuosikymmenien ajan valuneiden rakkauslaulujen välillä. David Riesmanin kuvauksella Yhdysvaltojen popelämästä "hullun käyttäytymisen ja hullujen vaatteiden onnellisena aikana, slangin puhumisena, kokisbaarikemuina ja 'blueseina', jotka eivät olleet todella niin surullisia", olisi hyvin voitu kuvata tarkasti teini-ikäisten musiikkia myös vuonna

1960.

1960-luvulla nuoruuden ideologiasta tuli kuitenkin nuorison ideologiaa: "The Young Onesista" tuli "My Generation". Lauluissa oli aina romantisoitu nuoruutta, teini-ikäisten maailma oli aina idealisoitu, mutta nuoruusikä oli aikaisemmin esitetty askeleena tiellä aikuisuuteen: seurustelun käsite esimerkiksi tarkoitti, että tunne-elämän ja seksuaalisuuden tarpeet voitiin täyttää *tulevaisuudessa* - avioliitto oli kuhertelun aikaa. 1960-luvun väite (ja yksi merkki 1960-luvun "rocklaulujen" ja 1950-luvun "poplaulujen" välisestä erosta) oli, että nuoruus oli vanhenemista parempi ja että kenenkään ei tarvinnut vanhentua. Asian ytimenä ei ollut kronologia vaan ideologia. Jos nuoruus oli halutuin sosiaalinen olotila ja jos nuorena oleminen merkitsi vapautta kypsyyden ahtaista rutiineista, seksuaalista tarmokkuutta ja emotionaalista vapautta, niin iästä riippumatta jokainen, joka eli ja ajatteli oikealla tavalla, saattoi olla "nuori". Teinikulttuuri, "epäsäännöllisen, spontaanin, ennustamattoman, ekshibitionistisen käyttäytymisen" malli tuli perustaksi yleisemmälle mielihyvän tavoittelun elämäntavalle. Hittiparaatin tekstien sisältöanalyysi paljasti lisääntyvän ylistyksen sille, mitä J.T. Carey kutsui "eksistentiaaliseksi valinnaksi": romanssia ei enää esitetty lopullisena suhteena, elinikäisen kumppanin valintana. Poika-tyttö -suhteet olivat aktiivisia luomuksia ja olivat arvokkaita vaikka päättyivätkin. Nuoruuden seksin tasapainottomuus oli toinen nuorten ihmisten rehellisyyden mitta: rehellisyys itselle, haluttomuus sopeutua yleisiin sosiaalisiin käytäntöihin

Careyn tapaisten sosiologien ja tekstisisältöjen analysoijien tekniikka rajoitti heidän selityksiään popin merkityksestä. He väittivät, että laulut heijastivat sosiaalisia tapoja, mutta he eivät pystyneet selittämään miten tuo "heijastus" toimi. Heidän kiinnostustaan sanoihin kannattaa kuitenkin tarkastella, sillä popin merkitys on aina liittynyt siihen, miten se on käyttänyt laulumuotoa.

Vuonna 1899 englantilainen säveltäjä sir Hubert Parry kirjoitti:

> Moderni populaarilaulu muistuttaa kammottavasti kasvaneiden kaupunkiemme laita-alueita... Se on omiaan ihmisille, jotka elävät noilla epäterveellisillä alueilla; ihmisille, joilla on huonoimmat ihanteet ja jotka aina taistelevat olemassaolostaan ja jotka ajattelevat, että yleinen rähinöinti on inhimillisen ilmaisun korkein muoto. Heille tämä populaarimusiikki

on tehty ja se on tehty slangin pätkistä kaupallisin tarkoituksin. [14]

Music hall -laulut tehtiin tavallisen kielen pohjalta, ja kuten amerikkalaisissa populaarilauluissa 1930-luvulla niiden sävy oli yhtä aikaa katkera ja tunteellinen. Ne olivat katkeranmakeita rakkauslauluja; haavekuvat seurustelusta asetettiin työväenluokan avioliiton käytännölliseen kontekstiin. Sellaisilta poplauluilta puuttui esimerkiksi bluesin intohimo tai "realismi", mutta niiltä ei puuttunut kulttuurista voimaa.

Laulutekstit olivat yksi tapa, jolla rock 1960-luvulla erottautui popista; tämä oli Bob Dylanin menestyksen symbolinen merkitys. Rockissa sanat merkitsivät, popissa ei siltä näyttänyt. Rockin säkeet olivat runoutta; popin säkeet rypivät tunteellisen kielen rajoituksissa, kuun ja puun riimityksen yksinkertaisuudessa. Kuitenkin tuloksena olleet erot olivat tavanomaisia: folkliikkeestä kehittyneet "runolliset" tekstit olivat runollisia, koska käyttivät tiettyjä kielen muotoja - arkaismeja, kömpelöitä rakenteita, myyttis-pastoraalis-historiallisia vertauksia. National Lampoon parodioi tulosta "Art Rock Suites-saan":

A Canyon filled with dream whipped cream, a castle in the air,
The footman knows your secret, as he meets you on the stair,
The Jester gleams with emeralds, as he juggles in the hall...
But the unicorn is weeping on the rug upon the wall.

Someone's dying, someone's born,
Purple fog is drifting over endless fields of corn.

(Kanjoni täyttyi unelmakermavaahdosta, linna ilmassa/ jalkamies tuntee salaisuutesi, kun hän tapaa sinut portaissa/ Narri kimaltelee smaragdiensa kanssa temppuillessaan salissa... / Mutta yksisarvinen nyyhkyttää seinävaatteessa./ Joku syntyy, joku kuolee/ purppurainen sumu ajelehtii loputtomien viljapeltojen yllä.)

"Rockin runollisuuden" ongelma liittyi musiikissa sen sanojen käytön sekavuuteen. Lauluissa sanat ovat ihmisäänen merkkejä. Laulu on aina esitys, ja laulun sanat esitetään aina ihmisäänen avulla. Ihmis-

ääni voi käyttää korostuksiin myös ei-verbaalisia keinoja: korostuksia, huokauksia, painotuksia, kangertelua, äänensävyn muutoksia. Laulun sanat lyhyesti sanottuna toimivat kuin *puhe*, kuin äänen rakenteet, jotka ovat *suoria* merkkejä tunteesta ja luonteesta. Laulut ovat enemmän näytelmiä kuin runoja. Siksi lauluntekijät käyttävät hyväkseen puheeseen perustuvaa tajuntaamme ihmisäänten toiminnasta, minkä takia he käyttävät yleisiä fraaseja, slangin pätkiä.

Poplaulut eivät ylistä selvää vaan epäselvää eivätkä poplaulajien arvostelut riipu sanoista vaan soundeista - melusta sanojen ympärillä. Päivittäisessä elämässä suorimmat tunteen ilmaukset ovat juuri tuollaista melua: ihmiset huokaavat, valittavat, nauravat, itkevät jne. He mittaavat tunteidensa syvyyttä ja aitoutta suhteessa *kykenemättömyyteensä* löytää niille sanoja - lauseet "pelkään" tai "rakastan sinua" tuntuvat riittämättömiltä todistamaan kuvaamaansa mielentilaa. Tämän takia laulut ensi sijassa lauletaan. Arkielämässä ihmiset eivät luota kaunokielisiin viettelijöihin, poliitikkoihin ja myyntimiehiin, joilla on hyvät puheenlahjat. Populaarimusiikin lauluntekijöiden tavallinen rehellisyyden merkki on epäselvyys, ei runollisuus.

Mustassa musiikissa laulajat ilmaisevat pelkoa ja intohimoa spontaanilta tuntuvalla taistelulla sanoja *vastaan* - soul viittaa sellaiseen rehellisyyden laatuun, jota voidaan kuvailla *vain* soundien kannalta, ei sen kannalta, mitä on laulettu vaan miten se on laulettu: souliin omistautuneisuuden koetin on laulajan tapa ilmaista sanatonta. Rock'n'rollia edeltävä valkoinen populaarimusiikki perustui sen sijaan kekseliäisyyden kaupallisille mahdollisuuksille ja ihmisäänen ainutkertaisille kyvyille kommunikoida suoraan, mikä pönkitti popin vallitsevaa äänellistä esitysmuotoa, hyräilyn intiimiyttä: laulut tehtiin niin, että laulajat tuntuivat puhuvan suoraan kuulijoilleen. Rockin esittäjät yhdistivät nämä kaksi käytäntöä puhuakseen meille jokapäiväisen kielemme sanoilla *ja* soundeilla. Kirjoittajat käyttävät erilaisia keskustelun muotoja - satunnaisesta juttelusta intensiiviseen sydämen purkamiseen. Sanoja ja musiikkia käytetään kuitenkin luomaan tunteemme laulajasta, muuttamaan kokemuksemme äänilevyiltä eläväksi, välittömäksi suhteeksi laulajan lisäksi myös muiden kuuntelijoiden kanssa.

Sanat toimivat uudistavina symboleina popin kaikissa muodoissa, niiden kirjoittajat käyttävät hyväkseen yhteisöllistä kieltä luodakseen yhteisön tunteen. Tämä on sekä folknormi (populaarimusiikki ilmaisee yhteisiä kokemuksia ja toimintoja) että kaupallinen

tehtävä (äänilevyt myyvät muodin tunteella; popin kuluttamisen nautinto on yhteisen kuluttamisen nautinto). Yleisesti sanottuna lyriikan kieltä on käytetty luomaan popin lajeja. Diskotekstit manaavat meitä jatkuvasti tanssimaan, ne ilmaisevat lisäksi tehokkaasti kulutusta. Countrylyyrikot käyttävät selkeää kieltä, suoraa puhetta, ja niin countrylaulajista tulee sattumalta emotionaalisen alennustilan irrallisia tarkkailijoita. Punktekstien sanoma ilmenee yksinkertaisesti sattumanvaraisista sanoista, jotka tulevat esiin meluisasta kertosäkeestä - punksoundi on muunnos lyhyestä, voimakkaasta lausunnosta: "won't / want (en aio / tahdon)".

Reaktiomme lauluihin määräytyy osaksi niiden esittäjiä koskevista käsityksistämme, ja lyriikan yksi funktio on täyttää nämä käsitykset. Punkin kieltä käytettiin vahvistamaan sitä tosiasiaa, että sen käyttäjät olivat punkeja - sekavia, vulgaareja, ärsyttäviä - aivan kuten kirjallinen kieli määritti käyttäjänsä runoilijoiksi. Laulaja-lauluntekijät määrittelivät "rehellisyytensä" tunnustuksen kielellä. Koko popin esittäminen perustuu joukkoon väärennöksiä: showbusineksen tähdet teeskentelevät rehellisyyttä, rockrunoilijat teeskentelevät läheisyyttä, jokainen väärentää imagon ja äänen. Poplyyrikoiden keskeisen työkalun - ironian - ja keskeisen verbaalisen tehokeinon - banaalisuuden - lähde on kuilu ulkomuodon ja esityksen todellisuuden välillä. Juuri tässä kuilussa taitavat laulujen tulkitsijat työskentelevät tuomalla persoonallisen intensiteettinsä yleisiin fraaseihin, ja juuri tässä myös kuuntelijat työskentelevät soveltaen sanoja omaan tilanteeseensa. Virkistävimmät popkirjoittajat voivat tuottaa meille odottamattomia poikkeamia odotetusta sanojen sarjasta.

Tämä huomio puuttui rockin runollisuuskeskusteluista, jotka pitivät itsestään selvänä, että runollinen kieli (pitkät sanat, arkaaiset rakenteet) oli merkityksellisempää kuin päivittäisen popin arkipäiväisyydet. Itse Bob Dylan todistetusti kutsui Smokey Robinsonia "Amerikan suurimmaksi eläväksi runoilijaksi", mutta harvat hänen ihailijansa pysähtyivät ihmettelemään miksi. Hän käytti kuvien ja fraasien odottamattomia rinnastuksia, itsetietoisia sanaleikkejä ja metaforia: "What's so good about goodbye", "The hunter gets captured by the game", "The love I saw in You was just a mirage". Hän käytti tylsiä ja yleisiä sanoja "I second that emotion", "Shop around" ja antoi niille romanttisen hehkun. Smokey Robinsonin tavoin 1960-luvun mustat poplaulunkirjoittajat perustivat työnsä selvästi bluesin perinteeseen. Mustat lyyrikot olivat aina olleet

mestareita verhoamaan poliittisen ja seksuaalisen sanomansa. "He boiled first my cabbage/ and he made it awful hot" (hän keitti ensin kaalini/ ja kuumensi sen tulikuumaksi) alkoi yksi Bessie Smithin eroottisimmista säkeistä; "When put in the bacon/ It overflowed the pot (kun hän laittoi pekonin sisään/ se sai astian pursuamaan yli). Kuitenkin Robinson oli yhtä kiinnostunut käyttämään päivittäisen puheen rytmiä pannakseen suoran puheen tanssimaan.

Tätä voisi verrata tätä Ira Gershwinin tapaisten valkoisten poptekstittäjien tekniikkaan 1930-luvulla:

> The only work that really brings enjoyment
> Is the kind that is for boy and girl meant
> Fall in love - you won't regret it,
> That's the best work of all - if you can get it.
> Holding hands at midnight, 'neath the starry sky...
> Nice work if you can get it, and you can get it - if you try.
>
> (Ainoa työ joka todella tuo nautintoa/ on tytölle ja pojalle tarkoitettu/ rakastu - etkä kadu sitä/ se on kaikkein parasta työtä - jos voit saada sitä/ Pitää kädestä keskiyöllä tähtitaivaan alla.../ Mukavaa työtä jos voit saada sitä ja voit saada - jos vain yrität.)

Poplyyrikot käyttävät kielen tavanomaisuuksia. He saavat arkipäiväisimmät sanamme ja fraasimme näyttämään yhtäkkiä siltä, että ne ovat täynnä viekkaita piloja ja vihjauksia. Verbaalisia temppuja ja leikkisiä kliseitä tekemällä hyvät lyyrikot Bob Dylanista Ira Gershwiniin lisäävät tuntemustamme *yleisestä* kielestä. Heidän laulunsa käsittelevät sanoja: he antavat meille uusia tapoja käyttää arkisen puheen jokapäiväisyyksiä.

Poplaulujen voima on toisin sanoen voimassa tehdä kielestä jännittynyttä ja elävää; silloin sanat resonoivat - ne tuovat fantasian tunteen tavalliseen sanojen käyttöömme. Poplaulut toimivat täydellisesti kunhan ne *eivät* ole runoja. Kun Pink Floyd lauloi "we don't want no education" (emme halua koulutusta), he eivät sanoneet mitään merkittävää koulujärjestelmästä; he antoivat koululaisille hauskan, vahvan leikkikenttälorun (sen takia "The Wall" kiellettiin Etelä-Afrikassa). Ne poplaulujen banaalisuudet, joita ihmiset poimivat, eivät yleensä ole valaisevia vaan rohkaisevia: ne antavat emotionaalista arvoa yleisille fraaseille, jotka ovat useimmille ihmisille

ainoa keino ilmaista jokapäiväiset huolensa. Meidät sisäänsä sulkeva kieli näyttää yhtäkkiä avoimelta - jos emme voi puhua runollisesti, voimme puhua poplauluilla. Ne antavat meille tavan *luopua* maallisesta.

MUSIIKKI JA MERKITYS

Tämän luvun alussa väitin, ettei rockilla ole kiinteää musiikillista merkitystä vaan on pikemminkin joukko merkityksiä. Rock ammentaa monista lähteistä: se käyttää rytmisiä sääntöjä, ilmaisullisia sopimuksia ja laulun muotoja, jotka ovat kehittyneet amerikkalaisten populaarimusiikkiperinteiden eri puolilla; se pohjautuu mustaan musiikkiin ja countrymusiikkiin, folklauluihin ja Tin Pan Alleyn popiin. Mutta selvittäessäni miten nämä musiikilliset lähteet toimivat, minulle selkeni, että musiikillinen merkitys ei ole vain soundeissa ja sanoissa, vaan se määräytyy myös kulttuurin ja kontekstin avulla - *populaari*musiikin merkitys täytyy suhteuttaa laajempiin vapaa-ajan ja viihteen yhteyksiin. Ongelmallinen kysymys, joka seuraa (vaikkakin eri tavoin) teollisen kapitalismin kehittymisestä lähtien läpi kaikkien populaarimusiikin muotojen historian, koskettelee musiikin kahden eri ilmenemismuodon välistä suhdetta, jossa toisena puolena on musiikki yleisenä ilmaisumuotona ja toisena musiikki rahanansaitsemiskeinona. Heränneet kysymykset - kuka tekee populaarimusiikkia, kenelle, millä seurauksilla? - ovat tärkeitä juuri siksi, että musiikin merkitykset eivät ole yhteydessä pelkästään ääniin vaan voidaan asettaa kyseenalaisiksi. Kuten yritän tässä kirjassa osoittaa, rockin huvi ei ole koskaan täysin "viatonta" - mukana on aina manipuloivia prosesseja. Siksi rockin kuluttaminen ei ole välttämättä "passiivista" - rockin merkitykset eivät *määräydy* niiden tuotannon kaupallisten tapojen vuoksi. Pohdin seuraavaksi kuitenkin sitä oletusta, että ne ovat tällä tavoin määräytyneet.

3. ROCK JA MASSAKULTTUURI

Vuonna 1835 englantilainen säveltäjä George Hogart esitti:

> Musiikin tarkoitus on pehmentää ja puhdistaa mieltä. Musiikillisen maun kehittäminen antaa rikkaille hienostuneen ja älykkään harrastuksen, joka ei anna sijaa tyhjänpäiväiselle ja paheelliselle itsensä hemmottelulle, ja köyhille, *laborum dulce lenimen*, juopottelun kiusauksia kiinnostavampaa rentoutumista aherruksesta.

Sir John Herschel oli vähemmän toiveikas kirjoittaessaan vuonna 1839:

> Musiikki ja tanssi (mitä enemmän sitä pahempi) ovat tulleet niin läheisesti yhdistetyiksi kapinan ja irstailun ajatuksiin vähemmän sivistyneiden luokkien keskuudessa, että tuskin voi sanoa, että niihin olisi mieltymystä niiden itsensä takia, ja ennen kuin niitä voidaan suositella viattomana tai turvallisena viihdykkeenä, ajatusten täytyy muuttua selvästi.[1]

Musiikin voima sekä herättää - sotaan, irstailuun, vallankumoukseen, uskonnolliseen ekstaasiin - että miellyttää ja rauhoittaa tuli 1800-luvulla uusien luokkasuhteiden muodoksi, uusien työn ja vapaa-ajan kokemuksien muodoksi. Populaarimusiikin "viattomuus" oli alusta alkaen poliittisen väittelyn kohteena, kun musiikista tuli nationalistinen keino ja hyödyke markkinapaikoilla, ja kun "yleisö" äännettiin

"kansa". 1800-luvun loppua lähestyttäessä musiikin tekemiseen *osallistuttiin* yleisesti vähemmän. Vuonna 1894 Robert Blanchford kommentoi *Labour Prophetissa*:

> Muutamia satoja vuosia sitten englantilaiset olivat hyvin musikaalinen kansa. Moniääninen laulu oli hyvin suosittua. Ihmisten enemmistö osasi lukea nuotteja ja laulaa niistä: tuon ajan englantilaiset säestyksettömät laulut ja madrigaalit ovat ylittämättömiä. Mutta kuinka moni meidän Lancashiren työläisistämme osaa nykyään lukea nuotteja tai laulaa niistä? Kuinka monet laittavat etusijalle "Since I First Saw Your Facen" puhtaan tulkinnan "The Man That Broke The Bank At Monte Carlon" äänekkään ulvomisen sijasta? Kuinka moni Lancashiren työläisistä, joilla on piano kotonaan, osaa soittaa maukkaasti ja puhtaasti? Tarkastelkaa musiikkia heidän kodeissaan ja huomatkaa kuinka paljon siitä on todellista musiikkia ja mikä osuus todellisesta musiikin määrästä on Moodya ja Sankeyta, surkeita koomisia lauluja, likaisia balladeja ja roskavalsseja.

Tin Pan Alleyn nousu ja joukkotiedotusvälineiden ilmaantuminen sisälsi jatkuvasti keskittyvän ja kaupallistuvan kontrollin siihen, mitä voitiin kuulla: kun harvemmat ihmiset tekivät musiikkia itselleen, yleinen maku oli helpommin kontrolloitavissa. Musiikillisen huvin "viattomuus" oli nyt peruuttamattomasti turmeltu kaupallisen manipuloinnin ja hyödyntämisen ehdoilla. Populaarimusiikki syntyi hyödyketuotannon prosesseista; sen kulttuurinen vaikutus oli kuin yksi "massakulutuksen" muodoista. 1930-luvulta lähtien keskeiset populaarimusiikista tehdyt kulttuuriset väitteet ovat koskeneet "massakulttuurin" merkityksiä ja vaikutuksia.

Suurin osa massamusiikkikirjoittelusta on synkkää. Joukkotiedotusvälineitä sensuroidaan sekä "korkea-" että "kansankulttuurin" arvojen ja käytäntöjen mukaan. Rockkriitikot käyttävät samoja kontrasteja: levyt ja laulut arvotetaan niiden taiteellisen intensiteetin ja niiden totuudellisuuden pohjalta; ja kuitenkin ne tuomitaan kaupallisuuden takia. Rockideologian ydin on uskomus musiikin ja kaupallisuuden jatkuvasta taistelusta. Joinakin hetkinä taiteilijat ja yleisö murtautuvat systeemin läpi, mutta suurimman osan ajasta liiketoiminnan hyöty hallitsee. Siksi esimerkiksi Jon Landau kirjoittaa:

> Rock, 60-luvun musiikki, oli spontaanisuuden musiikkia. Se oli kansanmusiikkia - sama ihmisjoukko kuunteli ja teki sitä. Se ei tullut newyorkilaisesta toimistorakennuksesta, missä ihmiset istuivat ja sävelsivät sitä, mitä he luulivat ihmisten haluavan kuunnella. Se syntyi taiteilijoiden elämänkokemuksista ja heidän ja suurin piirtein samanikäisen yleisön välisestä vuorovaikutuksesta. Kun spontaanisuus ja luovuus ovat tulleet stilisoidummiksi, analysoidummiksi ja strukturoidummiksi, liikemiesten ja verhon takaisten manipuloijien on ollut helpompi muuttaa lähestymistapaansa kaupatakseen musiikkia. Tähtien luomisen prosessi on tullut käytäntönä ja kaavana yhtä kuivaksi kuin matematiikan yhtälöt.[2]

Juuri tämä kriittinen todistelu tukee rockhistorioitsijoiden esittämiä kilpailun ja luovuuden välisiä korrelaatioita. He esittävät, että rockin kehitys tapahtuu riippumattomilla paikallisilla merkeillä, ja syyttävät suuria musiikkiyhtymiä rockin lamaantuneisuudesta. Rockmusiikin oletetaan olevan hyvää musiikkia vain, kun se ei ole massakulttuuria ja kun se on taidetta tai kansan ääntä.

MASSAKULTTUURI

Massakulttuurin kriittistä analyysia hallitsevat (päällekkäiset) leavisilaisen kirjallisuuskritiikin lähestymistavat ja marxilainen ideologinen kritiikki.

Leavisilainen lähestymistapa juontaa juurensa massakulttuurin kohteiden - standardoituja, eskapistisia, passiivisesti kulutettavia - ja taideteosten - ainutlaatuisia, haastavia, valaisevia - vertailusta. Massakulttuuria analysoidaan kirjallisuuskritiikin välinein ja tuomitaan sen mukaisesti: massamusiikki on arvotonta koska Leavisin sanoin "musiikissa itsessään ei ole mitään, mikä kuuluisi aitoon tunteeseen tai selvään sisäiseen elinvoimaisuuteen".

Tämä arvostelu ei vertaile koulutetun eliitin hyvää makua ja kouluttamattomien massojen huonoa makua, mutta sen sijaan tutkiskelee erilaisten kulttuurikohteiden tuottamis- ja kuluttamisprosesseja. Leavisilaiset todella ylistävät populaarin "taiteen" arvoja, he väittävät että massakulttuuri on sellaisen taiteen "korruptiota". Kriittinen

avainkäsite on "aitous": kaupallisen voiton saamiseksi luodusta kulttuurista täytyy puuttua "tiettyä aitoutta", vaikka se "esittäisikin aitoja tunteita". Teini-ikäisten massakulttuuri on, kuten Hall ja Whannel sen ilmaisevat, "ristiriitainen sekoitus aitoutta ja tuotettua - itseilmaisun alue nuorille ja mehevä laidunpaikka kauppamiehille".

Leavisilaisille massakulttuurin tuotanto tarkoittaa tuotantoa sellaisten kaavojen mukaan, jotka rajoittavat yksilöllistä luovuutta. Massakulttuurin yleisö on kuluttajien yleisö, joka tekee markkinavalintoja, jotka rajoittavat taiteellista vastakaikua. Sen takia massakulttuurin arvio maailmasta on triviaali. Sellainen kulttuuri turmelee tunteen; se ei vaadi käyttäjiltään mitään, mutta kutkuttelee heitä tähdillään, keskinkertaisuuden imartelullaan, myytillään massakuluttajasta tavallisena ihmisenä.

Massakulttuurin kaupallinen perusta selittää sekä sen olemassaolon että sen ominaisuuden. Massataidetta tuotetaan voiton saamiseksi ja voiton tavoittelu määrää sen muodon ja sisällön. Ongelma on selittää kulttuurista kulutusta, selittää kansantaiteen korvautuminen viimeisen sadan vuoden aikana massataiteella. Vetoaminen mainostamisen voimaan, markkinoiden manipulointiin ei riitä: massakulttuuriset ratkaisut voivat olla "vääriä", mutta tarpeet, joihin ne ovat vastaus, ovat todellisia.

Viittaus "tarpeisiin" tulee uudelleen esiin massakulttuurikritiikissä, vaikka se on ongelmallinen käsite, kuten tulemme huomaamaan. Erityisesti leavisilaisten kriitikoiden täytyy selittää, miksi ihmiset nauttivat "väärästä" taiteesta, ja juuri tämän takia he käyttävät käsitettä "tarve". Esimerkiksi David Holbrook kuulee popin suoraan taiteen *rappeutumisena*: musiikki käyttää hyväkseen todellisten pelkojen ja tunteiden voimaa, mutta sen sijaan että käsittelisi niitä se käyttää niitä hyväkseen. Teini-ikäisten pop leikittelee puberteetin psykologisilla jännitteillä ja tarjoaa vain "kohottavan kokemuksen maanisen hetken". Holbrook väittää, että nuorten "tarpeiden" riistäminen perustuu tarkoitukselliseen kaupallisen nuorisokulttuurin luomiseen, joka on tarkoitettu erottamaan nuoret perheistään ja yhteisöistään ja siten tekemään heidät haavoittuvammiksi. Siksi rock on joukkotiedotusvälineenä valheellinen taidemuoto, joka palvelee valheellista yhteisöä.

Tämä kaupan ja turmeluksen yhtäläistäminen on sopusoinnussa Leavisin oman teollista kapitalismia koskevan arvion kanssa. Marxilaiset kommentaattorit kuvaavat nuorisokulttuuria samanlaisilla ter-

meillä. Brittiläinen kommunisti Charles Parker esimerkiksi muokkaa leavisilaista arviota popista vain juurruttamalla rockkulttuurin yhtä lailla kapitalismin poliittisiin kuin taloudellisiinkin prosesseihin: "Johtava luokka vaalii popia verrattomana sosiaalisen kontrollin muotona."

Parker väittää, että nuorisokulttuuri luotiin yhtä lailla ideologisiin kuin kaupallisiin tarkoituksiin; nuorison kokemusten voimallinen tai radikaali aines on kanavoitu rockin kautta "kosmopoliittisen teini-elämän valheelliseen yhteisöön, missä identiteetti on hukutettu yleiseen, alistettuun sisälmyksistä ennustamiseen". Valtaeliitti käyttää rockia, "tätä noitien sapatin tarkoituksetonta, orgastista ilmausta", tarkoituksellisesti turvaamaan poliittisen asemansa ja kontrolloimaan sekä harhauttamaan yleistä ilmaisemista.

Marxilaisille massakulttuurin hyödykemuoto on toinen piirre siitä yleisestä prosessista, jonka avulla pääoma on muuttanut sosiaalisia suhteita. Ongelma ei ole salaliitto vaan ideologia - Marxin oma huomautus oli, että yhteiskunnan hallitsevat ajatukset ovat aina hallitsevan luokan ajatuksia.

Kaikkein hienostunein tästä näkökulmasta esitetty massamusiikin arvio on peräisin Frankfurtin koulukunnalta. Erityisesti Adorno väitti, että musiikin tuottaminen hyödykkeenä kulutettavaksi määrää sen kulttuurisen laadun - populaarimusiikin on oltava jotain, jota *voidaan* kuluttaa, tarkoitus (tuotto toisaalta ja menestys toisaalta) ennemmin kuin päämäärä. Musiikillisen muodon jatkuva standardointi on sen ideologisen vaikutuksen - unettava sosiaalinen tietoisuus - lähde. Kulttuurin alentaminen hyödykkeeksi ja ideologiaksi on tehty mahdolliseksi mekaanisen monistamisen teknologialla, äänittämisen ja radiolähetysten tekniikalla, mikä tekee kulttuurisen kuluttamisen individualistiseksi, vieraantuneeksi prosessiksi. Massamusiikin kuluttajilla ei ole todellista suhdetta musiikin tuottajiin tai muihin kuluttajiin. Taide on muuttunut viihteeksi, kulttuurinen reaktio on muuttunut valinnaksi markkinapaikalla, yleinen luominen on muuttunut kaupalliseksi yritykseksi viehättää suurinta mahdollista kuluttajien joukkoa.

Adorno käytti freudilaista psykologiaa selittääkseen massamusiikin tehokkuutta. Tämä on hänen kuvauksensa popfaneista 1940-luvulta:

> Yleisesti ottaen he ovat myrkyttyneet massakulttuurin suo-

siosta, jota jälkimmäiset osaavat manipuloida. He voisivat yhtä hyvin kokoontua klubeihin palvomaan elokuvatähtiä tai keräämään nimikirjoituksia. Heille on tärkeää kuulumisen tunne itsessään, identifioituminen, ilman että sen sisältöön kiinnitetään erityisempää huomiota. Tytöt ovat harjoittaneet itsensä pyörtymään kuullessaan laulajan äänen. Heidän valomerkistä syttyvät suosionosoituksensa lähetetään suorana suosituissa radio-ohjelmissa, joihin heidän annetaan osallistua. He kutsuvat itseään "jitter-bugeiksi", kirpuiksi, jotka tekevät refleksiliikkeitä, jotka esittävät heidän omaa ekstaasiaan. Pelkästään se, että he innostuvat edes jostain, jotta heillä olisi jotain omaa, kompensoi heidän köyhyyttään ja rajoitettua olemassaoloaan. Aikuistumisen ele, joka pauhaa tästä tai tuosta jonain päivänä ja sisältää aina läsnä olevan mahdollisuuden kirota sitä idioottimaisuutena seuraavana, on nyt sosiaalistettu.[3]

Adornolle taiteen esteettinen perusta on sen "käytännöllisesti katsoen tarpeeton, mielikuvituksellinen elementti", sen utopistinen protesti todellisuutta vastaan. Taide on inhimillisen toivon lähde, innoitus taistelussa sosiaalisen muutoksen puolesta. Massakulttuuri sen sijaan selvittää välinsä todellisuuden kanssa ja siten turmelee mielikuvituksellisen perustansa ja jättää kuluttajansa kyvyttömiksi - Adorno kuulee "jazzin", joka on hänen terminsä kaikelle massamusiikille, kastraation symbolina:

Ilmaiseminen, esteettisen protestin todellinen kantaja, on valloitettu voimalla, jota vastaan se protestoi. Tämän voiman kohdatessaan se omaksuu ilkeän ja kurjan sävyn, joka avoimesti ja hetkellisesti verhoutuu karkeaksi ja yllyttäväksi. Subjekti, joka ilmaisee itseään ilmaisee juuri tämän: en ole mitään, olen roskaa, mitä tahansa he tekevät minulle, he tekevät oikein... Taiteen sallitaan selviävän vain, jos se luopuu oikeudestaan olla erilainen ja sitoo itsensä maallisen kaikkivoipaan valtakuntaan... Mikään ei voi olla, mikä ei ole niin kuin maailma sellaisena kuin se on. Jazz on taiteen valheellinen loppuselvitys - utopian todellisuudeksi muuttumisen sijasta se katoaa kuvasta.[4]

Adornon analyysi massakulttuurista on kaikkein systemaattisin, mieleenpainuvin ja haastavin kenelle tahansa, joka vaatii edes hiukan arvoa musiikkiteollisuuden kohisten ilmestyville tuotteille. Hänen väitteensä on (kuten myöhemmin amerikkalaisilla marxilaisilla taloustieteilijöillä), että moderni pääoma kantaa ylituotannon taakkaa. Markkinoita voidaan stimuloida vain *luomalla* tarpeita (taas tuo termi), jotka ovat ennemminkin seurausta pääomasta kuin inhimillisestä logiikasta ja ovat siten väistämättä vääriä. Kulttuuriteollisuus on modernin kapitalismin väärien tarpeiden tuotannon ja tyydyttämisen keskeinen elin.

Väärennetyt tarpeet voidaan hahmottaa kahdella tavalla. Jotkut teoreetikot ehdottavat, että musiikilliset hyödykkeet toimivat luodakseen "kuuntelijan subjektiivisuuden": kulutuksen tyydyttämä tarve on tarve kuluttaa. Tästä perspektiivistä populaarimusiikki saa kuuntelijoistaan esiin suoria emotionaalisia ja fyysisiä reaktioita, mutta yhdistää nuo reaktiot omistamisen nautintoon. Fredric Jamesonin sanoin kulutus on muuttunut "omaksi ideologiakseen" - musiikin hyödykemuoto on sen ideologinen sisältö, ja musiikin tyydyttämä "tarve", kuluttamisen tarve, kantaa sellaisesta emotionaalista voimaa, että sillä *mitä* kulutetaan ei ole suurta merkitystä. Massakulttuuri on todellistanut kapitalismin perimmäisen unelman: mikä tahansa tuotettu hyödyke myös hankitaan - sen käyttöarvo *on* sen vaihtoarvo.

Toiset analysoijat ovat väittäneet, että keskeistä ei ole tarpeen muodostaminen tyhjästä vaan olemassa olevien "todellisten tarpeiden" muuttaminen. Massamusiikki kätkee oman tuotantonsa olot niin, että se voidaan kuluttaa *puhtaana* emotionaalisena vaikutuksena. Sen kuluttajien todelliset tarpeet - selvittää heidän tilanteensa, selvitä eristyneisyydestä - häivytetään ohimenevässä emotionaalisessa hetkessä. Massakulttuurin kulutus sulkee pois ajatuksen ja mahdollisuuden, että sosiaalisia oloja voidaan ymmärtää ja muuttaa. Siten massakulttuurituotteet täyttävät todellisia tarpeita vain tarjomalla hetkellisen paon pois niistä.

Frankfurtin koulun innoittamien väitteiden ongelma on niiden käsitteellisyys. Popfanien todellista musiikin käyttöä on tutkittu vähän - passiivisuus on oletettua. Popin oletetut vaikutukset on ennemminkin päätelty musiikin itsensä luonteesta. Frankfurtilainen musiikkitiede oli sen lisäksi erossa eurooppalaisesta kriittisestä traditiosta. Adorno käytti musiikkitieteellistä diskurssia, joka todellisuudessa ei ollenkaan selittänyt esimerkiksi jazzia, jota esitettiin

melko erilaisilla periaatteilla ja vaikutuksilla.

Häpeämätön ylimielisyys, jolla Adorno hylkäsi musiikin, josta tiesi vähän, heijasteli 1930-luvun eurooppalaisten intellektuellien (myös marxilaisten ja leavisilaisten) yleistä asennetta joukkotiedotusvälineisiin. Heidän *lähtökohtansa* oli, että joukkoviestimet turmelivat eurooppalaisen kulttuurin. Heidän todistusaineistonaan oli aina massakulttuurin arvioiminen *suhteessa* eurooppalaisiin traditioihin. Yritystäkään ei tehty (yhtään ei tarvittu) joukkotiedotusvälineiden selittämiseksi suhteessa viestimien itsensä yleisiin tapoihin - Adorno itse ei näyttänyt olleen amerikkalaisesta kulttuurista sen kiinnostuneempi asuessaan New Yorkissa 1940-luvulla kuin oli ollut Saksassa. Tämän takia hänen arvionsa amerikkalaisten kulttuurin muotojen viehätyksestä yleisölle ei ollut ollenkaan vakuuttava. Hän vältti ratkaisevan piirteen niiden viehätyksestä - niiden todellisen amerikkalaisuuden.

Eurooppalaisen populaarikulttuurin "amerikkalaistuminen" oli todella huomattavan nopeaa 1920- ja 1930-luvuilla. Hollywood tarjosi elokuvia, joita ihmiset lisääntyvässä määrin halusivat nähdä elokuvateattereissa. Amerikkalaiset jazzesiintyjät ja poplaulajat tekivät musiikkia, jota yleisö halusi kuulla radiosta lisää. Eurooppalaiset sensaatiosanomalehdet omaksuivat amerikkalaisen tabloidimuotoisen lehden lähestymistavan, amerikkalaiset mainostoimistot alkoivat sanella eurooppalaiset käytännöt kosmetiikan ja vaatteiden tapaisten uusien kulutustuotteiden myymiselle. Adorno selitti tämän amerikkalaisen vaikutuksen suhteessa sen muotoon - pääoman herruuteen. Kuitenkin "Amerikka" oli yhtä lailla tärkeä sisältönsä kannalta. Laulut, elokuvat ja mainokset edustivat haluttua elämäntapaa, tarjosivat yleisölle mielikuvia yltäkylläisyydestä ja elinvoimaisuudesta, jotka olivat määritelmän mukaan amerikkalaisia. Amerikkalainen Unelma tuli erottamattomaksi osaksi massakulttuuriunelmia. Saksalaisen elokuvaohjaajan Wim Wendersin sanoin "amerikkalaiset kolonialisoivat alitajuntamme". Tämän havainnon tein ensimmäisessä luvussa: Amerikka, elokuvissa ja musiikissa koettuna, on itsessään muuttunut kulutuksen kohteeksi, nautinnon symboliksi.

Tämä tuli ilmeiseksi 1950-luvulla, kun keskustelu massakulttuurista muuttui avoimeksi keskusteluksi amerikkalaisesta kulttuurista. Amerikkalainen sosiologia alkoi puolustaa massakulttuuria. Välitön kiinnostus kohdistui empiiriseen todistusaineistoon. Sosiologit olivat kiinnostuneita kulttuurin kulutuksen "mittaamisesta" ja

heidän tutkimuksensa kohdistuivat sosiaalisiin rakenteisiin, jotka sisälsivät joukkotiedotusvälineiden käytön. Heidän tarkoituksenaan oli osoittaa, että viestimien ja kuluttajien välinen suhde oli ongelmallinen. Tässä suhteessa viestimet edustivat vain osaa useiden merkityksen lähteiden joukossa; heidän kylmän sodan aikainen tarkoituksensa oli tuottaa myönteinen kuva Yhdysvalloista ja sen kulttuurikapitalismista. He kyseenalaistivat koko "massayleisön" käsitteen väittäen, että kun erilaiset ryhmät käyttivät viestimiä erilaisissa yhteyksissä, sosiologinen ongelma ei koskettanut yhden massakulttuurin merkityksen todistamista vaan sen monien merkityksien kuvaamista. Massakulttuuri tarkoitti demokraattista kulttuuria.

1960-luvulla tätä väitettä monimutkaistettiin teoreettisesti tuomalla mukaan interaktionistiset käsitteet. Nyt väitettiin, että ulkopuoliset analysoijat eivät voineet selittää kulttuurisymboleja, vaikka he pystyisivätkin kuvaamaan rakenteen, missä niitä käytettiin - niiden merkitykset olivat yhtä paljon niiden kuluttajien kuin niiden tuottajienkin luomus. Siksi oli mahdotonta analysoida kulttuuristen tekstien merkityksiä ilman niiden lukijoiden huomioimista. Hyödykemuoto ei *määrännyt* kulttuurista mahdollisuutta; poplevyn "epäaitouden" päättelemiseksi oli tarpeellista tehdä yksityiskohtainen tutkimus sen yleisöstä.

Marxilaiset teoreetikot kehittivät samanlaisen väitteen. Jo 1930-luvulla Adornon hapanta näkemystä massakulttuurista täydennettiin Walter Benjaminin ylistyksellä "taideteoksen myönteisistä mahdollisuuksista mekaanisen monistuksen aikana". Benjamin väitti, että massamonistuksen tekniikka oli edistyksellinen voima, keino jolla taiteen perinteinen arvovalta ja "aura" särkyivät. Massataiteilijat olivat demokraattisia taiteilijoita; yleisö, jossa jokainen oli "ekspertti", osallistui heidän töihinsä. Joukkoviestimien tekniikka oli muuttanut massojen suhdetta taiteeseen ja avannut uusia mahdollisuuksia kulttuurityölle. Luomisesta oli tullut kollektiivinen ennemmin kuin individuaalinen prosessi; sosialisoituneiden ilmaisutapojen kehitys mahdollisti sosialistisen estetiikan kehityksen.

1950-luvulla marxilaisilla oli ongelmana selittää kapitalistisen järjestelmän vastustuksen vähäisyys ja siten esittää joukkoviestimien ideologinen tehokkuus. Kulttuuristen konfliktien yhteydessä 1960-luvulla, kun ihmisoikeus- ja Vietnamin sodan vastaiset liikkeet ruokkivat yleistä kritiikkiä kapitalistista järjestystä ja porvarillista

moraalia vastaan, nämä kysymykset menettivät voimansa ja Benjaminin huomiot löydettiin uudelleen. Ne olivat erityisen antoisia populaarimusiikin analysoijille: radikaalin nuorisoliikkeen ilmestyminen tarkoitti sitä, että rockin ideologiset vaikutukset oli arvioitava uudelleen. Esimerkiksi Dave Laing väitti, että kapitalistisen kulttuurin muodot sisälsivät yhtä lailla vapauttavia kuin alistaviakin elementtejä. Rock "puristui esiin" kaupallisen koneiston ja nuorekkaan innostuksen välisistä konflikteista. Jos teollisuus yritti vallata uusia markkinoita, niin nuoriso etsi välinettä, jolla ilmaista omia kokemuksiaan. Tämän konfliktin keskellä olleet muusikot pystyivät kehittämään oman luovan tilansa. Laing päätteli, että joukkoviestimet olivat kulttuurisen taistelun eikä kulttuurisen pluralismin paikka: jos kulttuurisen tuotannon kapitalistinen organisaatio ei ollut tarpeeksi päämäärätietoinen, niin sekä taiteilijat että yleisöt pystyivät taistelemaan kulttuuristen symbolien merkitysten kontrollista. Benjaminin alkuperäinen huomio tehtiin uudestaan: juuri massamusiikkituotannon tekninen ja sosialisoitu perusta mahdollisti kulttuurisen taistelun.

Tämän tapainen väite oli taustalla sekä silloin, kun 1960-luvulla alettiin vaatia rockin radikaalisuutta että silloin, kun punkin poliittiset vaatimukset alkoivat 1970-luvun lopulla. Väitettiin, että populaarimusiikki voi joissain olosuhteissa ilmaista jotain enemmän kuin voitontavoittelun kulttuuria, että levyjen osto voi joissain kulttuurioloissa merkitä enemmän kuin passiivista kuluttamista. Kysymys kuului, missä oloissa ja millä ehdoilla? Mikä vapautti rockin popin muotona massakulttuurikriitikkojen ankarasta arvostelusta?

ROCK KANSANMUSIIKKINA

Rajanveto massa- ja kansankulttuurien välillä on aina ollut tärkeä joukkoviestinten arvostelijoille, jotka erottavat toisistaan käsitteet massa ja yhteisö, sirpaleinen kulutus ja kollektiivinen luominen, vieraantuminen ja solidaarisuus, passivisuus ja aktiivisuus. Alkuperäisen kansanmusiikkiliikkeen ideologia 1800-luvun lopussa perustui täsmälleen tuollaisille eroille. Esimerkiksi sir Hubert Parry ylisti kansanmusiikkia näillä sanoilla:

> Se kasvoi kansan sydämessä ennen kuin he omistautuivat uutterasti hankkimaan suuria tuloja. Se kasvoi siellä, koska he nauttivat sen tekemisestä, ja se mitä he tekivät miellytti heitä: ja se on ainoa tapa hyvän musiikin tekemiseksi.[5]

"Kansankulttuuri" on näin luotu suoraan ja spontaanisti yhteisestä kokemuksesta. Se on työväenluokkien kulttuuria - se ilmaisee työn yhteisöllistä kokemista. Kansantaiteilijoiden ja yleisön välillä ei ole eroa, ei erottelua kansantuotantoon ja -kulutukseen. Kuten A.L. Lloyd asian ilmaisee: "Pääasia on, että lauluja tekevät ja laulavat ihmiset, jotka ovat asemaltaan, työltään, suhtautumisessaan elämään ja päivittäisiltä kokemuksiltaan samanlaisia yleisönsä kanssa."

"Kansa"-ajatukseen liittyvä väite on, että kapitalismissa taiteellisen tuottamisen keinot ja suhteet ovat tuhonneet tällaisen yleisen luovuuden - "todellisen, raa'an, rivimiesten musiikin" käyttäen Dave Harkerin termejä. Kulttuurituotteita tuotetaan ja myydään nykyään voiton saamiseksi ja äänitystekniikka on tehnyt mahdolliseksi maun manipuloinnin ja taiteellisen hyväksikäytön prosessit - musiikkia voidaan nyt tuottaa massatuotantona ja kuluttaa yksityisesti. Kansanmuusikot sen sijaan ylistävät elävän esiintymistilanteen perinnettä, jossa esiintyjiä ei eroteta kuuntelijoistaan äänen vahvistamisella - Bob Dylanille buuattiin Newportin folkfestivaaleilla yksinkertaisesti siksi, että hän soitti sähköisesti vahvistetuilla soittimilla.

Näitä perusteita pelkäämättä Jon Landau väittää, että rock and roll

> oli selvästi kansanmusiikin muoto. Joukkoviestimien rajoissa nämä muusikot ilmaisivat mielipiteitä, tyylejä ja tunteita, jotka olivat aitoja heijastumia heidän kokemuksistaan ja sosiaalisesta tilanteestaan, jotka olivat auttaneet tämän kokemuksen tuottamisessa.[6]

Greil Marcus esittää, että rock'n'roll oli "salaisuus", joka yhdisti sukupolvea ja teki sen kulttuurisesti itsenäiseksi vanhemmistaan. Robert Christgau väittää, että musiikki oli solidaarisuuden lähde. Näille kirjoittajille rock'n'roll-lyriikat (nuo kaikki teini-iän aiheet) eivät tehneet sitä aidoksi nuorekkaaksi ilmaisumuodoksi vaan sen syke: rock and roll muuttui kansanmusiikiksi juuri tanssimusiikkina

ja antoi symbolisen muodon sen käyttäjien energialle.

Ajatus jatkuu niin, että rock'n'roll-muusikoiden ja sen ihailijoiden välillä ei ollut kuilua. Landaun sanoin: "Esiintyjän ja yleisön välillä oli tiukka side, luontainen sukulaisuus, tunne että tähdet eivät olleet tulleet yläpuolelta vaan olivat lähteneet meidän omista joukoistamme. Me pystyimme samaistumaan heihin ilman epäröintiä." Rock'n'rollin teknologia, erityisesti radio, mahdollisti sen moninaisen yleisön ruokkimisen yhteisön kokemuksella. Kuten Marcus asian esittää:

> Me raivasimme tiemme top 40:n massoitetun ja tasapäistetyn maun läpi vain etsien jotain pientä, jota voimme kutsua omaksemme. Mutta kun löysimme sen ja veivasimme radiota kuullaksemme sen yhä uudestaan se ei ollut vain meidän - se on yhdysside tuhansiin muihin samanlaisiin, jotka jakavat sen kanssamme. Yhden laulun kohdalla tämä ei merkinne paljoa, kulttuurina, elämäntapana, sitä ei voi voittaa.[7]

Wilfrid Mellers ehdottaa, että lp-levy on "temppelistä tai teatterista mihin tahansa kahden tai kolmen ihmisen kokoontumispaikkaan siirretty rituaali". Rockkulttuuri ei ole rajoittunut seremoniallisiin tilaisuuksiin, vaan astuu ihmisten elämään ilman auraa. Rockyleisö ei ole passiivinen massa, joka kuluttaa levyjä kuin maissihiutaleita, vaan se on aktiivinen yhteisö, joka käyttää musiikkiaan solidaarisuuden symbolina. Tämä yhteisö ei ole manipuloitu, vaan tekee todellisia valintoja: musiikki ei tyrkytä ideologiaa vaan Marcusin mukaan "imee tapahtumia", imee kuuntelijoidensa kiinnostuksen kohteita ja arvoja.

1960-luvun loppuun mennessä väitteestä, jonka mukaan rockmusiikki oli uuden nuorisoliikkeen kansanilmaus, oli tullut klisee - se oli hallitseva olettamus esimerkiksi Carl Belzin *The Story of Rockissa*, ensimmäisessä tämän musiikinlajin akateemisessa tutkimuksessa. Väitteen ongelmallisuus on sen kehämäisyydessä: musiikki oli kansanmusiikkia, koska sen yleisö oli todellinen yhteisö, mutta tämä yhteisö voitiin tunnistaa vain sen yhteisestä musiikin käytöstä - tästä on peräisin ontto käsite "Woodstockin sukupolvi". Ainoa tie ulos tästä noidankehästä kulki rockyhteisön itsenäisen arvioinnin kautta. Tässä esiintyi kaksi aika erilaista näkökantaa: rock kuultiin joko nuoruuden kulttuurina, teini-ikäisten yhteisön äänenä tai

vastakulttuurina, erityisten nuorison etujoukkojen äänenä.

Ensimmäinen väite oli rajoitettu suhteessa kansaan. Rockin merkitys johdettiin heikosti määriteltävistä teini-ikäisten tarpeista ja arvoista - puberteetin, perheen ja koulun ongelmista. Musiikki ilmaisi sen mukaan teini-iän hauskuutta, jännitystä, levottomuutta ja seksikkyyttä. Kuitenkaan ongelmana ei ollut todistaa rockin kaikenkattavaa merkitystä nuorille vaan joidenkin levyjen ilmaisullisen autenttisuuden todistaminen. Tältä pohjalta teini-ikäisten kansanmusiikkivaateet eivät olleet vakuuttavia. Nuoriso on pikemminkin ideologinen kuin materiaalinen yhteisö. Se kuvaa yhteistä mielentilaa eikä yhtenäistä elämäntapaa. Rock ylistää vapaa-aikaa mieluummin kuin työtä: sen esittäjät ovat tähtiä, statuksellaan, vallallaan ja asemallaan yleisöstään erotettuja. Teini-ikäiset käyttävät rockia viihteenä. Rockin merkityksellisyys nuorille, sen merkitys teini-ikäisten joukkoviestimenä, ei tarkoita kansankulttuuria vaan populaarikulttuuria. Palaan tähän kolmannessa osassa.

Toinen väite oli vakuuttavampi. Vuonna 1950 David Riesman oli huomannut amerikkalaisten nuorten keskuudessa vähemmistöryhmän, joka vastusti joukkoviestimien esittämää kuvaa nuorisosta. Riesman esitti, että "sellainen 'nuorisoliike' erosi muiden maiden nuorisoliikkeistä siten, että sillä ei ollut tietoisuutta itsestään sellaisenaan, ei suoraa poliittista tietoisuutta ja kaikkiaan ei erikoistunutta viestintätapaa". 1960-luvulla tätä käsitystä täytyi korjailla - kapinalliset nuoret tulivat sekä itsetietoisiksi että poliittisesti itsevarmoiksi: he kehittivät omat viestimensä ja ilmaisun muotonsa. Hipit olivat lähteenä uudelle väitteelle, jonka mukaan rock oli vastakulttuuria. Tämä rockin arviointi perustui analyysiin musiikin tuottamis- ja kulutustavoista. Vastakulttuurin asemalle oli tärkeää, että rockmuusikot pysyivät jäsenenä yhteisössä jolle tekivät musiikkiaan, jotta heidän taiteensa säilyisi yhteisöllisten arvojen selvänä ilmauksena - musiikki oli kansanomaisen kulttuurin muoto, mutta ei huolimatta kaupallisuudesta vaan tietoisessa oppositiossa siihen. Sitoutumisen äänilevyteollisuuden kapitalistiseen organisaatioon ajateltiin muuttavan kompromisseiksi muusikoiden väitteet yhteisöjensä "edustamisesta."

Väite kuuluu, että vastakulttuurinen musiikki edustaa sellaisten erityisten nuorisoryhmien etuja, joihin muusikot kuuluvat - punkmuusikot asettivat 1970-luvulla itselleen samat yhteisölliset vaatimukset, jotka hipit olivat tehneet 1960-luvulla. Kun tällaiset

"autenttiset" muusikot saavuttavat kaupallista menestystä ja kun heitä syytetään "itsensä myymisestä", syntyy ongelmia. Rockin teknologialla on ristiriitaisia seurauksia: äänen vahvistaminen ja äänittäminen, rockilmaisun perustavat, antavat liikemiehille mahdollisuuden kontrollin ottamiseen. Paikallisina esiintyjinä muusikot jäävät osaksi yhteisöään, sen arvojen ja tarpeiden alaiseksi, mutta levyttävinä taiteilijoina he kokevat markkinoiden paineet; he tulevat automaattisesti "rock'n'roll-imperialisteiksi", jotka tavoittelevat valtakunnallista ja kansainvälistä myyntiä. Lyhyesti sanottuna ostamisen kaavat määrittelevät levyttävien muusikoiden yhteisön.

Tästä ajatuksesta voi tehdä sen johtopäätöksen, että rock toimii vastakulttuurina vain joinakin hetkinä. Teollisuudelta ei koskaan kestä kauaa saada rockia kontrolliin ja vesittää tulosta, silloinkin kun tapahtuu luovia läpimurtoja, jolloin rock ilmaisee todellisten yhteisöjen tarpeita. Vastakulttuuri-ideologian ja nuoruuden ideologian sekoittuminen on todellakin helpottanut levy-yhtiöiden tehtävää. Kuten Michael Lydon väitti 60-luvun lopulla:

> Todellisuudessa rock ei niinkään ole esimerkki vapauden saavuttamisesta kapitalistisen rakenteen sisällä kuin esimerkki siitä, kuinka kapitalismi melkeinpä ilman tietoista yritystä pettää niitä, joita sortaa... Niin tehokkaasti rockteollisuus on rohkaissut nuorison vallanoton optimistista henkeä että rockin todellinen poliittinen särmä, sen jatkuva nuorten frustraation muotojen tutkiskelu, on jätetty huomiotta ja pehmennetty.[8]

Punk nousi vuosikymmentä myöhemmin tutkimaan nimenomaan nuorekkaan frustraation ankaria särmiä, mutta sen kaupallinen kehitys myös näyttää vahvistavan väitteen, että rock voi ilmaista erityisten yhteisöjen arvoja vain lyhyen aikaa. Rock toisin sanoen on harvoin kansanmusiikkia, se toimii kulttuurisesti toisten sääntöjen mukaan.

ROCK TAITEENA

1970-luvulla vastakulttuurisen ajatuksen menettäessä voimansa ja muuttuessa myyntitekniikaksi selitettiin rockin erityistä asemaa parhaana musiikkina yhä enenevässä määrin taiteen eikä yhteisön

näkökulmasta.

Taiteen ja massakulttuurin välinen erottelu perustuu erotteluun henkilökohtaisen herkkyyden ja massan maun välillä, "kehittämisen" ja "paon" välillä. Esimerkiksi Wilfrid Mellers väittää, että viihde on pelkästään kokemuksen simulointia, sen korvike. Popmusiikki hivelee yleisöään, mutta siitä puuttuu "sitoutuminen tai uhka". Rocktaide sen sijaan sisältää monimutkaisia symbolisia rakenteita, jotka johtuvat suoraan muusikoiden omista kokemuksista ja jotka ovat aitoja haasteita kuuntelijoille.

Analysoitaessa rockia taiteena esiin nousee kaksi ongelmaa. Ensiksi, suoraan yleisölle kommunikoivat yksilölliset luojat eivät tee rockmusiikkia kuten muitakaan mekaanisen monistuksen ajan taideteoksia - levyn tekeminen vaatii monimutkaista koneiden ja ihmisten rakennetta. Rockkriitikkojen on täytynyt luoda oma versionsa *auteur-teoriasta*. Esimerkiksi Jon Landau väittää, että "taiteen tunnusmerkki rockissa tarkoittaa muusikon kykyä luoda persoonallinen, melkein henkilökohtainen maailmankaikkeus, ja kykyä ilmaista se täysin".

Rockin *auteur* (joka voi olla säveltäjä, laulaja, soittaja, tuottaja tai jopa äänittäjä) luo musiikin; kaikki muut, jotka ovat mukana levynteossa, ovat vain kommunikaatiotavan osia. Monille faneille juuri tämä tunne individuaalisesta luomisesta erotti ensimmäisen kerran rockin muista massamusiikin muodoista - se tosiasia, että Beatlesin jäsenet itse kirjoittivat omat laulunsa, vapautti heidät Tin Pan Alleysta niin ideologisesti kuin taloudellisestikin. 1970-luvulle tultaessa oli tullut käytännöksi yhdistää taide henkilökohtaiseen ripittäytymiseen. Äänitteen taiteellisen statuksen mitaksi tuli itsetietoisuus. Rehellisyys, musiikillinen äly, ironian ja paradoksien käyttö olivat muusikoiden taiteellisia arvomerkkejä - juuri tällainen itsetutkiskelu paljasti *auteurin* koneiston sisältä. Vain harjaantunut kuuntelija pystyi tunnistamaan taiteilijan kaupallisista ansoista huolimatta. Siitä tulikin levyarvostelijoiden ammattityötä.

Toinen ongelma rockin vaatimuksissa taiteena olemisesta liittyy sen jatkuvaan tehtävään viihteenä. Viihdyttäjät eivät "kehitä" tai "ohjaa" yleisöjään; heidän musiikkinsa avautuu helposti, kun taas todellinen taide pakottaa ihmiset työskentelemään. Ongelman yksi ratkaisu oli pakottaa myös rockin yleisö työskentelemään monimutkaistamalla laulujen rakennetta, jäljittelmällä klassista musiikkia tai jazzia, muuttamalla painopiste esityksestä sävellykseen ja siirtämällä yleisö tanssilattioilta konserttisaleihin. Kuuntelijat alkoivat kieltää

sen, että heidän välitön reaktionsa musiikkiin imi tyhjiin sen merkityksen: rockia ei voinut enää vain nauttia, sen piti puhutella kuten minkä tahansa muunkin taiteen muodon. Sen jännitteet ja ristiriidat täytyi omaksua ja tulkita. Bob Dylan oli Dave Harkerin mukaan rocktaiteilija koska "jokaisen täytyi kirjaimellisesti muokata hänen laulujensa merkitys omien kokemuksiensa avulla". Dylania ei voinut kuluttaa, koska "jokaisen täytyi tuottaa nämä laulut *itsellensä*".

Kun levyjä kuvaillaan rockin *auteurien* kovana työnä, ongelmana on se, että kuvaukset ovat harvoin valaisevia, ja että yksittäisen luojan imago katoaa nopeasti tähdentekokoneistoon (tätä rock-ideologian puolta on helpoin hyödyntää). Kaikki musiikilliset tekstit ovat tosiasiassa sosiaalisia tuotteita ja rockmuusikot kuten ketkä tahansa massojen taiteilijat ovat jatkuvan paineen alla vahvistaakseen statustaan, antaakseen yleisölleen lisää sitä musiikkia, joka alkujaan antoi heidän statuksensa. "Taiteilijana" olemisen - vastuussa ainoastaan omille luoville impulsseilleen - ja tähtenä olemisen - vastuussa markkinoilleen - välillä on jatkuva ristiriita.

Rock taiteena -ajatuksen ihailijoille muodostui ongelmaksi selittää, kuinka heidän valitsemansa muusikko-taiteilijat pystyivät pitämään yllä henkilökohtaisia virikkeitään näiden markkinoiden paineiden alla. Johtopäätös oli useimmiten se, etteivät he voineet: tarinalle kansan tekemästä luovasta läpimurrosta ja kaupallisesta liittoutumisesta on olemassa rinnakkainen taiteellinen versio. Rockin vaatimukset taiteena olemisesta eivät perustu kulttuurimuodolle itselleen vaan kouralliselle erilaisten yksilöiden saavutuksia, siitä että he ovat taiteilijoita *huolimatta* kulttuurisen tuotannon tavoista. Tosiasiassa useimmat rockmuusikot eivät ole sen erilaisempia kuin mitkään muut viihdyttäjät: heidän tarkoituksensa on antaa tietylle markkinaryhmälle se, mitä he ajattelevat sen tahtovan, ja jos tuo markkinaryhmä tahtoo taiteilijoita se siis saa taiteilijoita. Robert Levinin sanoin:

> Rockin ylivoimaisuus aikaisempiin populaarimusiikin muotoihin on yksinkertaisesti seurausta sen olemassaolosta laajentuneen ja kohonneen sosiaalisen, poliittisen ja psykologisen tietoisuuden aikana, joka mahdollistaa ja tekee tarpeelliseksi aikaansa seuraavan ja relevantin populaarimusiikin.[9]

Olemme palanneet väitteeseen rockista populaarikulttuurina, nyt vain

ei ole kyse teini-ikäisten populaarikulttuurista vaan hienostuneiden, individualististen, esikaupunkilaisten ja kampuksella asuvien nuorten populaarikulttuurista. Sellaiset nuoret saattavat pilkata diskoa ja teini-ikäisten kulttuurin "älytöntä popia" ja ovat saattaneet vaihtaa pinup-kuvansa lp:n kansiin ja tanssikenkänsä kuulokkeisiin, mutta heidän musiikkinsa päätyy levylautasille samojen kaupallisten prosessien seurauksena.

Aloitin tämän pohdiskelun kysymällä, miksi rockin ajateltiin olevan popmusiikin vapauttava muoto; miksi se, toisin kuin aikaisempi pop, näytti toteuttavan massakulttuurin positiiviset puolet. Havaitaan, että monille rockin esittäjille vastaus on, että rock ei ole lainkaan massamusiikin muoto - rock tulkitaan kansanmusiikin muodoksi tai taiteeksi. Nämä perustelut eivät ole vakuuttavia. Rock on kaupallisesti tehtyä massamusiikkia ja tämän täytyy olla lähtökohtana niin sen ylistämiselle kuin myös sen torjumisellekin. Tosiasiassa oleellinen kysymys on yksinkertainen: mikä tekee massakulttuurin tuotteen hyväksi tai huonoksi? Vaikeutena on päättää arvostelun kriteerit.

Korkeakulttuurikriitikot kirjoittavat kuin heidän arvionsa olisivat puhtaasti esteettisiä, mutta massakulttuurikriitikot eivät voi väistää sitä tosiasiaa, että kulttuurisen arvioinnin perustat ovat aina sosiaalisia: tarkastelun kohteena on kulttuurituotteen *vaikutus*. Onko se alistava vai vapauttava, turmeleva vai kohottava, eskapistinen tai opettava? Esteettinen kysymys - kuinka teksti saavuttaa vaikutuksensa - on toissijainen. Rockin esittäjien ja levyjen arvioiminen (kaikkien musiikin käyttäjien päivittäinen työ) tarkoittaa niiden järjestelemistä rockin mahdollisuuksista muodostetun yleisen teorian avulla. Tässä luvussa olen esittänyt huomion, jonka mukaan myönteiset käsitykset rockista kansankulttuurina tai -taiteena ovat käsityksiä siitä, mitä muusikot voivat tehdä *huolimatta* heidän kietoutumisestaan joukkoviestimeen. Siten voidaan päätellä, että suurin osa popin tuotteista on kulttuurisesti arvottomia; mitä varmempia rockfanit ovat taiteilijoidensa erikoisesta arvosta, sitä halveksivampia he ovat loppujen popin kuluttajien nautintoja kohtaan. Kuitenkin rockin populaarikulttuurinen arvo on loppujen lopuksi siinä, että sen sanomia ei ole tarkoitettu erityisille kansan yhteisöille tai taiteellisille nurkkakunnille. Siksi meidän täytyy yhä vastata tärkeimpään kysymykseen: mitä ilmaisun mahdollisuuksia rockin status joukkoviestimenä *avaa* muusikoille tai musiikillisille yhteisöille?

ROCKIN IDEOLOGIA

Kaikkiin joukkoviestintutkimuksiin kuulu ideologiaa koskeva kysymys. Miten erilaiset viestimet toimivat ideologisesti? Mitkä ovat niiden ideologiset vaikutukset ja kuinka ne saavutetaan? Kysymys on tässä merkityksen käsitteestä: kuinka erilaiset viestimet järjestelevät *merkitykset*, joilla ne toimivat?

"Realistisissa" teorioissa oletetaan, että viestimet toimivat jollain läpinäkyvyyden asteella: viestimien kuvat edustavat todellisuutta sellaisena kuin se näkyy ikkunan läpi tai heijastuu peilistä. Ne ovat ideologisia kunnes ovat vääriä, ja tämä voidaan tutkia ei-ideologisten esitysten ja kokemusten avulla. Poliittinen kysymys on, miksi viestimet vääristävät todellisuutta. Vastausta ei löydetä viestimien muodoista (joita tutkitaan vain jotta nähtäisiin miten vääristyminen toimii) vaan niiden kontrolloijista. Kontrollin vahvuudesta esitetään erilaisia tulkintoja - suorasta sensuurista epämääräiseen "tunteeseen" viestinnnän ammattilaisilla. Kaikilla on kuitenkin sama ideologinen vaikutus: väärän kuvan tuottaminen maailman toiminnasta. Viestimien sanoman muuttaminen tapahtuu valtaamalla viestin tuottamisen tekniset välineet, koneet itsensä. Ideologia on sisällön ja kontrollin ongelma, viestimet yksinkertaisesti tuottavat sanomia, joita niihin syötetään.

"Formalistiset" teoriat keskittyvät sen sijaan merkityksen formaalisiin olemassaolotapoihin. Ne olettavat, että viestimien kuvat eivät heijasta tai kopioi todellisuutta vaan rakentavat sen. Viestimien muodot ovat merkityksen rakenteita, jotka sitovat meidät ideologiseen arvioon maailmasta. Ajatus, että voimme tuomita tuollaiset arviot kokemuksen perusteella, on "realistisen keskustelun ideologinen seuraus". Muodon ideologinen vaikutus säilyy, riippumatta sen omistajasta, ja poliittiseksi ongelmaksi tulee nyt kuinka merkityksen rakennetta tulkitaan eikä se kuinka tuotannon neutraalia prosessia kontrolloidaan. Kysymys ei kosketa lähestyttävyyttä vaan merkitystä. Ideologinen vaikutus perustuu viestimien tekstien ja niiden lukijoiden suhteeseen pikemmin kuin viestimien kuvien ja todellisuuden suhteeseen.

Kulttuuriteoreetikot kohtaavat aina uudelleen kysymyksen ideologian yleisten merkitysten suhteuttamisesta yksittäisten viestimien rakenteisiin. Esimerkiksi musiikin kuvaamisessa semioottisin termein on selviä vaikeuksia. Useimmat kulttuurisen edustavuuden teoriat

ovat peräisin kirjallisuuskriitikoilta eivätkä sovellu välittömästi musiikkikritiikkiin, jollemme supista musiikkia lauluihin ja lauluja sanoihin. Ja juuri siksi, että musiikin sisältö ei ole selkeä, kysymys sen kontrollista on monimutkaisempi kuin esimerkiksi television toimintapolitiikka. Valtio yrittää säädellä musiikillista kommunikaatiota - esimerkiksi Isossa-Britanniassa radiossa kielletään joidenkin levyjen soittaminen, yhtyeitä ei päästetä esiintymään kaupunkien konserttisaleihin - tämä on kuitenkin rajoitettu kontrollin muoto ("Anarchy in the UK" oli siitä huolimatta bestseller). Lisäksi hyökkäys kohdistuu aina verbaalisiin tai visuaalisiin kuviin - yhtyeiden *musiikin* vallankumouksellisuuden alistamiseksi ei ole selviä tapoja.

Siten on vaikea sanoa miten musiikilliset tekstit tarkoittavat tai merkitsevät jotain, ja on vaikea erottaa musiikillisen luovuuden rakenteita tai kontrollia. (Kuka omistaa musiikin tekemisen välineet - muusikot, heidän levy-yhtiönsä vai radioasemat?) Radikaalit musiikkikriitikot eivät tavallisesti arvostele rockia muodon tai sisällön kannalta vaan suhteessa tuotantoon ja kulutukseen: väitetään että musiikin ideologinen merkitys on sen kaupallisessa tuottamisessa, sen hyödykemuodossa tai että kuluttajat luovat tarjotuista hyödykkeistä omat merkityksensä.

Kuten olen esittänyt, tuotanto ja kulutus olivat keskeisiä massakulttuuriväittelyssä. Frankfurtin koulukunta väitti, että musiikin tuotanto hyödykkeenä määrää sen kulttuurisen laadun ja että musiikin standardointi tuotti sen ideologisen vaikutuksen. Massatuotannon teknologia teki Adornon mukaan mahdolliseksi luovuuden alistamisen "pääoman kuriin". Massamusiikin suosio voitiin selittää psykologisin termein: massakulttuurin nautinto oli tietynlaisen kulutuksen nautintoa - passiivinen, jatkuvasti kertautuva maailman vahvistaminen sellaisena kuin se on. Massakulttuuritekstit tekivät ideologisen työnsä luomalla todellisuuden *illuusion*. Kuluttajat "kokivat" massataiteen niin kuin he olisivat kahmimassa jotain itselleen. Merkityksen rakentamisessa ei kuitenkaan itse asiassa ollut yksilöllistä tapaa: omakohtaisuus tässä yhteydessä ei tarkoittanut enempää kuin markkinoilta tehtävää valintaa.

Tämän käsityksen heikkous on siinä, miten se selittää kulutuksen, koska näin kavennettiin monimutkainen sosiaalinen prosessi yksinkertaiseksi psykologiseksi vaikutukseksi. Walter Benjaminin vastakkainen mekaanisen monistuksen ylistys perustui väitteeseen, että koska kulttuurituotteiden taiteellinen auktoriteetti oli murtunut,

niiden merkitys oli tullut keskustelun alaiseksi: massakulttuurin ideologinen merkitys määräytyi kulutuksen prosessissa, ja tiettyjen yleisöjen vaatimat tietyt teokset olivat ennemmminkin poliittinen kuin psykologinen tapahtuma. (Vähemmän merkityksellistä oli se, kuinka tuollaiset työt päätyivät markkinoille - Benjamin itse tuntui käsittelevän massaviestinnän tapoja teknisin käsittein, neutraaleina tekijöinä.)

Kriittiset arviot populaarimusiikista perustuvat yhä Adorno/Benjamin -asemiin. Adorno on tuottanut analyysit viihteen taloustieteestä, jossa kaupallisen musiikin tekemisen ideologisia vaikutuksia - luovien ihmisten muuttumista passiiviseksi massaksi - pidetään itsestään selvänä (kuten esimerkiksi Chapplen ja Garofalon tutkimuksessa amerikkalaisesta musiikkiteollisuudesta). Benjaminilta ovat peräisin alakulttuuriteoriat, kuvaukset taistelusta tunnusmerkin puolesta: nuorten alakulttuurien sanotaan tekevän omat merkityksensä, *luovan* kulttuureja kulutustoiminnoillaan. Sen takia ongelmana on selvittää rockin kaupallisen funktion ja sen kulttuurisen käytön välinen suhde.

II OSA: ROCKIN TUOTANTO

4. MUSIIKIN TEKEMINEN

Brittiläinen rockmuusikko Manfred Mann sanoi kerran, että "mitä useampia kappaleita ihmiset ostavat levyä, sitä onnistuneempi se on ei vain kaupallisesti vaan myös taiteellisesti". Populaarimusiikin ideologinen voima tulee sen suosiosta. Musiikki muuttuu massakulttuuriksi, kun se tunkeutuu massan tietoisuuteen, kun sitä kuullaan yhtä aikaa radioista, levysoittimista, baarien ja kahviloiden levyautomaateista, diskoissa ja tanssipaikoissa. Massamusiikki on levytettyä musiikkia ja - riippumatta sen taiteellisesta päämäärästä, aitoudesta ja intresseistä musiikkina - levyt, jotka eivät myy ja joista ei tule suosittuja, eivät saavuta massojen tietoisuutta. Koska rock on joukkoviestin, yritykset väittää sen tuotteita, äänilevyjä, kansanmusiikiksi tai taideteoksiksi eivät pidä paikkaansa. Äänilevyn ideologinen vaikutus määräytyy sen mukaan, mitä sille tapahtuu kauppapaikalla.

Massakulttuurikriitikot väittävät, että kuka hallitsee markkinoita, hallitsee merkitystä. He väittävät, että massayleisöllä ei ole osuutta kulttuurisessa luomisessa, koska jopa sen markkinavalintoihin vaikutetaan. Tämä ei pidä paikkaansa rockin suhteen. Suuri osa suurille markkinoille tarkoitetusta musiikista ei koskaan pääse niille. Musiikkiteollisuus rakentuu ylituotannon realiteettien varaan - sen päivittäiset toimet heijastavat tarpeiden tyydyttämisen ongelmia, eivät niiden luomisen ongelmia. Vain muutamalla levymerkillä on pääomaa ja rohkeutta herättää uusia vaatimuksia. Äänilevyteollisuus on aina hankkinut rahansa tarttumalla uusiin, itsenäisesti esitettyihin

tarpeisiin: esimerkiksi punkrock kehittyi tavallisten levyteollisuussuhteiden ulkopuolella toimivien muusikoiden ja yleisöjen musiikkityylinä. Ääniteyhtiöt hyödynsivät punkia vasta sitten, kun sen markkinoiden laajuus näytti turvatulta. Yleistäen rockbusiness rakentui kahden suuren markkina-alueen löytämisen varaan: 1950-luvulla työväenluokan teini-ikäiset ja 1960-luvulla keskiluokan nuoret. Teollisuuden oli *opittava* tuntemaan yleisönsä ja niiden vaatimukset. Musiikilliset tulokset seurasivat, ennemmin kuin johdattivat, makuja ja valintoja.

Kaikella popmusiikilla on kriitikoilleen sama psykologinen funktio, ja sen takia siinä tehdyt valinnat ovat merkityksettömiä - ne heijastavat ainoastaan tuottajien kilpailevia laskelmia ja kluttajien sattumanvaraista epäjohdonmukaisuutta. Mutta jos populaarimusiikin voima on sen suosiossa, niin silloin ihmisten tekemät yksittäiset valinnat ovat merkityksellisiä. Tämä on lähteenä erottelulle massakulttuuriin, jonka ideologia on täysin selitettävissä tuottajan ärsyke - yleisön vastaus -suhteen avulla ja populaarikulttuuriin, jonka ideologia on syntynyt aidoista kansan mielipiteistä ja arvoista. Rock on kapitalistista teollisuutta eikä kansanmusiikin muoto, mutta sen menestyksellisimmät tuotteet jollain tavalla ilmaisevat ja heijastavat yleisönsä huolenaiheita.

Greil Marcus väittää kirjassaan *Mystery Train* (joka on mitä johdonmukaisin ja erittelevin yritys käsitellä rockia populaarikulttuurina), että muun massakulttuurin lailla rock toimii luodakseen yhteisön tunteen kilpailukapitalismin kokemisesta hajonneelle yleisölle. Suurin osa massakulttuurista esittää roolinsa turvallisesti - amerikkalaisuus tai brittiläisyys esitetään valheen lempeänä ja tavanomaisena hyväksymisenä, että asiat ovat ihan kivasti. Marcusin mukaan massakulttuuri voi muuttua taiteeksi vain, jos se voi esittää epätavallisia visioita, jotka ovat niin voimakkaita, ettei edes massakulutus voi mitätöidä niitä. Populaaritaiteilijoille keskeinen huolenaihe on, että "jos saat sanomasi läpi massayleisölle, niin se tarkoittaa sitä, että mitä sanot ei ole tarpeeksi syvällistä ja vahvaa todella merkitsemään jotain".

Tämä on myös kulttuurikriitikoiden huoli. Marcus kuitenkin jatkaa esittämällä, että joukkoviestimet voivat välittää epämiellyttäviä totuuksia ja voivat olla kansan taiteen välineenä, jos turvautuvat ja vastaavat ajatuksiin, jotka ovat valmiiksi häiritseviä ja vahvoja kansan mielessä. Rock on kansan taidetta, kunhan se ilmaisee ja

välittää symbolisesti ristiriitoja. Marcus on erityisen kiinnostunut tavasta, jolla amerikkalaisessa rockissa käsitellään tasa- arvoisuuden ideologiaa. Tämä ideologia on erityisen herkkä vaikeuksille: tasa-arvon ihanne ei ainoastaan ole ristiriitainen päivittäisten kokemusten perusteella, vaan myös ihanne itsessään on ristiriitainen. Se vastustaa kunnianhimoa, yhteisölle arvokasta yksityisyyden tunnetta ja kollektiivisia ennakkoluuloja, jotka tukevat epäoikeudenmukaisuutta yksittäisissä epäonnistumisissaan. Tämä ristiriita ilmaistaan Marcusin mukaan kaikkein voimakkaimmassa rockmusiikissa: toisaalta kunnianhimo ja riskin otto, tyylin ja seikkailun tunne, tyytyväisyydestä kieltäytyminen, toisaalta tunne juurista ja historiasta, riippuvaisuus yhteisöstä ja perinteestä, sekä yksilön kohtalon hyväksymisestä. Amerikkalaisen populaarikulttuurin keskeinen henkilökuva on Elvis Presley, joka vaati hyviä aikoja, sai ne ja huomasi ne liian kesyiksi. Kun rock'n'roll muuttui rockiksi ja kun se raivasi tiensä entistä paljon laajemman valkoisten nuorten yhteisön kulttuuriin, sen tyytymättömyyden ja syyllisyyden jännitteinen yhdistelmä sai merkityksensä epämääräisestä ristiriidasta utopismin (Kalifornia luvattuna maana) ja kyynisyyden (Kalifornia kuolleiden sielujen viimeisenä lepopaikkana) väliltä.

Marcus pitää itsestään selvänä, että kulttuurinen merkitys voidaan erottaa hyödykkeistä, mutta kuitenkin täytyy yhä kysyä: kuinka vapaata tuollainen luominen voi olla? Mitkä ovat rocklaulujen rajoitukset, ei hyödykkeinä vaan teksteinä, merkitsevinä rakenteina, joilla on omat sääntönsä ja rajoituksensa? Tämä tuo meidät takaisin toisessa luvussa nousseeseen kysymykseen musiikista, muodosta ja sisällöstä. Musiikilliset tekstit eivät ole paikallaanpysyviä. Tämä selittää osaksi rockista hyödykkeenä käydyn keskustelun lukkiutuneisuuden: merkitykset vaihtelevat niin nopeasti, että molemmat puolet näyttävät olevan oikeassa. Siten Elvis Presleyn, Rolling Stonesin ja Sex Pistolsin vaikutus muuttui nopeasti shokista nostalgiaksi; erilaiset kuuntelijat käyttävät samaa musiikkia hyvinkin erilaisiin tarkoituksiin. Sama äänilevy voidaan kuluttaa sosiaalisesti (tanssimusiikkina) ja individuaalisesti (hankintana markkinoilta). Populaarimusiikin merkitys on tulos sellaisesta prosessista, jossa tekstin itsensä, äänen erityinen järjestyminen ("tekstillä" tarkoitan musiikin ja sanojen äänellistä yhdistymistä), ei ole staattinen tai ehdoton vaan sisältää joukon tekstiin liittyviä kysymyksiä viihteestä ja musiikillisesta mielihyvästä.

MUUSIKOT

Rockmuusikot ovat itse aina väittäneet, että vaikka heidän musiikkinsa on tehty suurille markkinoille, niin sen merkitys ei ole pelkästään kaupallinen. Ääniteyhtiöiden voitontavoittelu ei muusikoiden mukaan *määrää* rockin kulttuurista merkitystä. Suhde musiikin tekemisen ja rahan hankkimisen välillä säilyy kuitenkin muusikoiden keskeisenä ongelmana. He tuntevat jännitteitä suhteissaan sekä heidän musiikkiaan pakkaavaan teollisuuteen että sitä kuluttavaan yleisöön.

1950-luvulla rock'n'roll-laulajien oletettiin olevan työväenluokan teini-ikäisiä. Viestimien arkkityyppi oli Elvis Presley, köyhä Etelän poika, joka pakeni elämäänsä kuorma-auton kuljettajana muokkaamalla amerikkalaista musiikkia. Hänen siitä alkanut uransa liittyi yhtä lailla onneen kuin lahjakkuuteen, manipulaatioon kuin taiteeseen, imagoon kuin musiikkiin. Vuosia rockmuusikot esitettiin naapurin poikina, katujen lapsina tai maaseudun sälleinä tekemässä musiikkia työväenluokan yleisölle, joka samaistui heihin ja jolla oli samanlainen tausta, kulttuuri ja samanlaiset arvot. Rock'n'roll sopi keskiluokan laulunteki jöiden ja tuottajien pitkään showbusiness-traditioon, jonka *eturintamassa* olivat työväenluokan esiintyjät. Isossa-Britanniassa, missä tuollaiset luokkaerottelut ovat kulttuurisesti jyrkempiä, traditioon kuului myös seksuaalisen fantasian elementti: terävät, akateemisen koulutuksen saaneet musiikin markkinoijat olivat epätavallisen usein homoseksuaaleja; tähdille annettiin tyly, sensuaalinen nahkapoika-viehätys. Rocktähtien olettaminen määritelmän mukaan tyhmiksi työläisnukeiksi oli niin yleistä, että 1960-luvun puolivälin beatrynnistyksen aikoihin Paul McCartneyn menestys lukion kokeissa ja Mick Jaggerin aika London School of Economicsissa herätti jatkuvia uutismainintoja.

Tuollainen tausta oli 1960-luvun loppuun mennessä tullut yleiseksi rockmuusikoille. Folkrockin panos tuli kampuksilta ja uusilla tähdillä oli loppututkintoja, esikaupunkilaiskoteja, ja he tekivät asiantuntevia viittauksia kirjallisuuteen ja taiteeseen - luokan ja musiikkityylin välinen yhteys muuttui vaikeasti todistettavaksi. 1950-luvun kapinallisuus ilman syytä -imagot sulautuivat 1960-luvun kapinallisuus syystä -imagoihin. 1950-luvun showbusineksen rehellisyys muuttui 1960-luvulla taiteelliseksi rehellisyydeksi. Jyrkimmät erottelut rockmuusikoiden välillä eivät koskeneet taustaa tai ideo-

logiaa vaan menestystä ja asemaa. 1970-luvulla "rockmuusikkona oleminen" kattoi laajan kokemuspiirin: rocktähdestä - liikkumassa mukavasti, ylellisesti ja äärimmäisesti studion ja stadionin välillä, koteloituna (ja kokaiinissa) palvelijoiden ja liehittelijöiden ympäröimänä - paikalliseen baaribändiin - liikkumassa unelmien voimalla epätoivoisesti ja sattumanvaraisesti hyvinvoinnin ja kurjien keikkojen välillä.

Niinpä ei ole helppo yleistää rockmuusikoita, ja tehtävän tekevät vielä vaikeammaksi musiikkilehtien viikottaisessa haastattelujen tulvassa ilmestyvät tuhannet sanat: mitä enemmän tiedämme yksilöiden mauista ja toiveista, sitä vaikeampi on saada selville yhteisiä uskomuksia ja arvoja. Musiikkilehdistö ja showbusineksen myytti ovat itse ruokkineet muusikoita niillä kliseillä, joita he syöttävät yleisölle.

Showbusineksen myytti yhtäläistää popmenestyksen ja nerouden (voimakas tahto vaikka riepuihin kätkettynä / poroporvareiden sortama / huumeiden likaama) tai onnen (hän vain sattui seisomaan laiturilla kun tuottaja ajoi ohi), "luova panos" ei kuitenkaan todellisuudessa tule taivaan lahjana. Taidot ja keksinnöt ovat harjoituksen ja käytännön tulosta, ja tosiasiassa showbusineksessa menestyminen on aina perustunut protestanttisen etiikan mukaiseen kovaan työhön ja omistautumiseen - valitut ansaitsevat tähden statuksen vuosien kovalla työllä. Showelämän sankari on todella ammattilainen. Muusikkona oleminen ei tarkoita vain itsensä ilmaisemista, vaan vaatii oikeita mielipiteitä ja arvoja, oikeata lähestymistapaa yleisöön. Grace Slick korvasi Signe Andersonin Jefferson Airplanessa, koska "sinun täytyi pystyä liikkumaan ja tekemään muutakin kuin vain laulamaan rock and rollin sävelet. Et voi vain seisoa ja taputella reittäsi ja odottaa, että ihmiset innostuvat siitä." Jopa hippien täytyi seurata käsikirjojen neuvoja menestyäkseen showbusineksessa:

> Oletpa esiintyjä tai säveltäjä niin olet oman tuotteesi suunnittelija, toteuttaja ja myyntimies. Uudenlaisia kotitaloustavaroita valmistavan yhtiön lailla sinun täytyy laittaa aikaa ja vaivaa alkusuunnitteluun. Jatkossa sinun täytyy sijoittaa rahaa tuotteesi markkinointiin ja esittelyyn.[1]

Rocktähdet muuttivat tämän neuvon ehdot mutteivät sen taustalla ollutta väitettä: "oppirahojen maksamisen" vuodet, nälän näkemisen

aika korvautuu nyt "menestyksen vuosilla", tähteyden ajalla. Mutta nyt kuten aina "jokainen saa ansionsa mukaan".

MUUSIKOT JA BUSINESS

Populaarimusiikin parissa toimivat muusikot elävät myymällä palvelujaan ääniteyhtiöille ja konserttien järjestäjille. Ymmärtääksemme heidän elämäänsä meidän tulee aloittaa näistä taloudellisista suhteista, jotka sisältävät kahdenlaisia palveluja. Ensiksikin on olemassa muusikoita, jotka ovat vain sitä: heidän taitonsa on heidän musiikkinsa ja he myyvät vain musiikillisia taitojaan. Näin studiomuusikot tarjoavat palvelujaan kaikille, jotka tekevät musiikillisia tuotteita: tuottajat ja ääniteyhtiöt, radio ja televisio, elokuvamusiikin tekijät ja mainostajat. 1960-luvun puoliväliin asti kunnianhimoiset teini-ikäiset ajattelivat, että rock'n'roll-ura tarkoitti tällaista työtä. Esimerkiksi Al Kooper oli murrosiästä asti mukana lukuisissa showbusineksen töissä - tekemällä lauluja, tuottamalla ja sovittamalla äänilevyjä, soittamalla erilaisiin tarkoituksiin erilaisissa kokoonpanoissa - ja hänen työnsä oli aina tehdä täsmälleen sellainen laulu, soundi, hyödyke kuin hänen työnantajansa vaati.

Toiseksi on muusikoita, jotka ovat myös viihdyttäjiä: he myyvät musiikkiaan suoraan yleisölle. Popbusineksessa ei itse asiassa ole selvää jakoa musiikin ja viihteen muiden muotojen välillä. Klubeissa, kabareissa ja tv-esiintymisissä esittäjät liikkuvat laulusta komediaan ja siitä tunteellisuuteen - tässä olevat musiikilliset arvot johtuvat yleisistä huomioista, siitä mitä joukon viihdyttäminen tarkoittaa.

Popbusineksen perussääntö on se, että musiikillisen palvelun hankkija määrää sen sisällön: toisaalta levytuottaja tai mainosmusiikin tekijä pyytää as-säveltä tai boogierytmiä, ja toisaalta viihdyttäjät todistavat ammattitaitonsa antamalla ihmisille "mitä he haluavat". Useimmat populaarimuusikot ovat yhtä aikaa mukana molemmissa prosesseissa: he myyvät palvelujaan agentille, joka yrittää tyydyttää yleisön vaatimuksia, *ja* heillä on hiukan joustavuutta työnantajiensa odotuksien tulkitsemiseksi. Muusikoiden ammattijärjestöt kehittyivät tässä kontekstissa: The American Federation of Musicians ja The British Musicians' Union muodostuivat 1920- ja 1930-lukujen tanssiyhtyeiden ja -orkestereiden palkkaamien muusikoiden intresseistä.

Muusikkoliitot yrittävät kontrolloida olosuhteita, joissa heidän jäsenensä myyvät palvelujaan. Ne neuvottelevat minimipalkkioista levytyssessioissa, työstä klubeissa, kabareissa, orkestereissa, teattereissa, radiossa ja televisiossa. Vuosien aikana liitot ovat taistelleet työskentelymahdollisuuksien säilyttämiseksi, ja kuten kaikki ammattiyhdistykset, ne ovat erityisen kiinnostuneita vahvistaakseen sitä, että vain liiton jäsenille tarjottaisiin työtä. Esimerkiksi AFM on aina vastustanut uusia populaarimusiikin tekemisen muotoja, väittänyt niiden olevan uhkana liiton jäsenten vahvistettujen taitojen kysynnälle. Vuonna 1901 liitto määräsi jäsenensä lopettamaan ragtimen soittamisen - "muusikot tietävät mikä on hyvää ja jos ihmiset eivät sitä tiedä, meidän täytyy opettaa heille". Jazzin leviämisen aikoihin AFM:n jäsenyyspolitiikka muuttui rasistiseksi, kun mustia muusikoita ei hyväksytty jäseniksi ja siten pidettiin heidät poissa radio- ja levytystyöstä. Toisesta maailmansodasta lähtien liittojen päätaistelu on ollut yritys estää baareja, tanssipaikkoja ja radioasemia korvaamasta eläviä muusikoita levyautomaateilla, diskoilla ja dj:llä. Niiden yritykset eivät ole olleet kovin menestyksellisiä.

Ammattiliittojen toimintatavat perustuvat kahteen oletukseen. Ensimmmäinen on se, että suurin osa sen jäsenistä on "standardimuusikoita" myymässä "standardipalveluja". Kaikkien taiteilijoiden ammattiliittojen ongelma on tarjota kollektiivinen organisaatio yksilöllisten ja yksilöllisesti hinnoiteltujen kykyjen myyjille, ja niiden on keskityttävä mieluummin rutiinityöläisiinsä kuin menestyneisiin tähtiinsä. Mutta muusikoiden tapauksessa tämä politiikka on johtanut poikkeuksiin, joita kuvaa hyvin British Musicians' Unionin suhtautuminen ulkomaisiin muusikoihin. Liiton periaatteena on, että ketään ulkomaista muusikkoa ei saa palkata tekemään sellaista, mitä brittiläinen muusikko osaa tehdä yhtä hyvin. Vaikeudeksi muodostuu määritellä musiikilliset kyvyt, jotka ovat niin toisinnettavissa. Liitolla on kategoria "konserttimuusikko", jonka taidot on hyväksytty ainutlaatuisena, mutta tämä kuvaus on aina ollut helpommin käytettävissä klassisen musiikin kuin populaarimusiikin esittäjiin. Jälkimmäisiin liiton suhtautuminen on ollut se: "On naurettavaa sanoa, että maailmassa on vain yksi mies, joka voi tehdä mitä haluatte. Me sanoisimme, että teidän täytyy löytää brittimuusikko, joka voi tehdä mitä haluatte." Tällä politiikalla on ollut naurettavat seuraukset erityisesti mustalle musiikille - 1930-luvulta asti jazz on kuultu helposti omak-

suttavana *tekniikkana* (jopa 1960-luvulla Ornette Colemanin täytyi soittaa klassisen musiikin esittämispaikoilla hankkiakseen "konserttimuusikon" statuksen).

Liittojen toinen olettamus on, että heidän jäsenensä ovat elävän musiikin esittäjiä. Liitot ovat aina nähneet äänityksen kehittymisen uhkana muusikoiden työllisyydelle ja pitäneet sitä poikkeuksellisena työnä ennemmin kuin populaarimusiikillisen menestyksen ytimenä. Esimerkiksi ne ovat olleet hitaita kehittämään mekanismeja muusikoiden suojelemiseksi äänilevy-yhtiöiden hyväksikäytöltä samalla tavalla kuin heitä on suojattu "elävien" työnantajien, promoottorien ja agenttien, riistolta. Kun liitot ovat tekemisissä äänilevytuottajien kanssa, ne tekevät sen tavallisesti studiomuusikoiden puolesta (neuvotellakseen esimerkiksi "standardilevytyskorvauksista") ennemmin kuin sellaisten taiteilijoiden puolesta, joilla on levytyssopimukset.

Koska liitot ovat pääasiassa huolestuneita rivimuusikoista ja elävän musiikin esittäjistä, ne ovat harvoin ilmaisseet rockjäseniensä erityisiä tarpeita. Monikaan menestyksellinen muusikko ei ole edes liiton jäsenenä - AFM toisin kuin Actors' Guild ei voi estää liittoon kuulumattomia saamasta töitä: saatavilla on liikaa töitä, amatöörin ja ammattimuusikon ero on liian häilyvä, jotta liiton työntekijät voisivat enemmälti harrastaa työn kontrolloimista erityisesti rockissa. Rockmuusikot elävät kuitenkin musiikillisten palvelujensa myymisellä, ja heidän ideologiansa täytyy yhä ajatella suhteessa heidän elämäänsä ammattilaisina, vaikka ammattilaisuuden käsite sisältääkin suuria vaihteluja.

Jotkut rockmuusikot ovat aika selvästi joka paikan soittajia, joille rock on kuin mikä tahansa työ. Robert Faulkner osoittaa tutkimuksessaan Hollywoodin studiomuusikoista 1960-luvulla missä määrin heitä käytettiin tekemään rocklevyjä ja kuinka paljon he halveksivat työtä: "Tällaisia keikkoja tekemällä tunnet itsesi prostituoiduksi." Samoin Al Kooper kuvailee päiviään New Yorkin showbusineksessa ennen työskentelyään Bob Dylanin kanssa "huoraamiseksi". Studiomuusikot säilyvät keskeisinä rockäänitteen teossa ja itse asiassa heidän taitonsa tuottaa soundeja "järjestyneesti" on tullut yhä tärkeämmäksi, kun studiokustannukset ovat nousseet ja kun tuottajat ja yhtyeet ovat tulleet kunnianhimoisemmiksi studiotekniikan käyttäjinä. Tämän päivän studiomuusikot eivät ole niin halveksivia rocktyönsä suhteen kuin heidän edeltäjänsä olivat (nykyään se on ainakin haastavampaa kuin mainosmusiikin teke-

minen), mutta silti heiltä puuttuu vastuuntunto sessioiden tuloksista, he paheksuvat taitojensa helppoa riistämistä ja halveksivat työnantajiensa "luovaa" kömpelyyttä.

Howard Becker kuvailee 1940- ja 50-lukujen tanssimuusikoiden ideologian syntyneen seurauksena ristiriidasta, joka vallitsi heidän tuntemiensa taiteilijaomakuviensa (heidän musiikkinsa itseilmaisun keinona) ja heidän asemansa palvelujen myyjinä (heidän musiikkinsa alistettuna kuluttajien vaatimusten oikuille) välillä.

> Siten muusikko näkee itsensä luovana taiteilijana, jonka tulisi olla vapaa ulkoisesta kontrollista, erilaisena ja parempana henkilönä kuin nuo ulkopuoliset, joita hän kutsuu konservatiiveiksi, jotka eivät ymmärrä hänen musiikkiaan tai hänen elämäntapaansa ja joiden takia hänen täytyy kuitenkin esiintyä ammattilaisihanteidensa vastaisella tavalla.[2]

Becker kuvailee, miten muusikot eristivät itsensä yleisöstään, kehittivät kielen ja elämäntyylin, jotka korostivat heidän erojaan musiikin kuluttajasta ("punter" brittiläisessä rockterminologiassa). Samaan aikaan ammattilaismuusikoiden täytyy kuitenkin tehdä kompromisseja kaupallisen todellisuuden kanssa ja pitkällä aikavälillä oikeuttaa kompromissinsa. Kaupallisen työn voidaan nähdä tarjoavan omat haasteensa ja tyydytyksensä: ammattilaiset ovat ylpeitä kyvystään ratkaista musiikillisia ongelmia ammattimiehinä, tehdä myös vaikeita töitä. Musiikillinen nautinto ei synny vain kahlitsemattomasta itseilmaisusta.

MUUSIKOT JA ROCKBUSINESS

Rockmuusikot kokevat samanlaisia jännityksiä taiteellisten ihanteidensa ja kaupallisten paineiden välillä, mutta joissain suhteissa heidän ratkaisunsa ovat olleet erilaisia kuin heidän ammattitovereillaan. Rockin erikoinen asema nuorisomusiikkina on yksi syy tähän: rockmuusikot eivät niin selvästi suhtaudu yleisöihinsä ylenkatsovasti, sillä osa heidän omakuvastaan perustuu uskomukseen, että he ilmaisevat yleisesti nuorison arvoja (eikä vain erityisesti heidän omiaan). Palaan tähän seuraavassa osassa. Kuitenkin toinen rockideologian lähde perustuu rockmuusikoiden menneisyyteen ammatti-

laisina. Beckerin ajatuksessa muusikoiden ongelma perustuu siihen, että itsetietoisina taiteilijoina uransa aloittaneet soittajat sopeutuvat kaupalliseen statukseen. Rockissa prosessi on kulkenut toisin päin: rockmuusikot kehittivät taiteelliset väitteensä kaupallisista lähtökohdista; siten paradoksaalisesti taiteellisesta rehellisyydestä itsestään tuli perusta kaupalliselle menestykselle.

Showbusineksessa lahjakkuuden perinteinen perusta ei ole taiteellisessa itseilmaisussa vaan kyvyssä viihdyttää. Ainakaan Beckerin muusikoiden tapauksessa ei ole ristiriitaa taitojen ja yleisön vaatimusten välillä, ennemminkin taito on määritelty kykynä täyttää yleisön vaatimukset. On mahdollista, että showbusineksen tähdet kokoontuvat yksityisesti nauramaan yleisöjensä heikoille mauille, mutta epäilen kuitenkin sitä. Viihdyttäjän omakuvan perusta on uskossa ihmisiin, sillä kaikesta huolimatta pelkästään heidän makunsa oikeuttavat viihdyttäjän työt. Jazzmuusikoista poiketen viihdyttäjillä ei ole itsenäisiä kriteerejä arvolleen.

Rock'n'rollin varhaiset arvot taottiin viihteen kontekstissa, olipa sitten kyse paikallisista tanssipaikoista tai valtakunnallisista televisio-ohjelmista. Oli uusi yleisö - teini-ikäiset - ja uusi maku - rock'n'roll. Uusien muusikoiden (joista monet itse asiassa olivat vanhoja muusikoita) oikeutus perustui silti heidän kykyynsä täyttää vaatimukset. Tämä oli erityisen selvää Isossa-Britanniassa. Tommy Steelen sanoin:

> Joku etsi jotakuta, joka olisi rock'n'rollin tulkitsija, ja siellä minä olin. Showbusiness on todella 90 prosenttia onnea ja 10 prosenttia kykyä käsitellä sitä, kun sitä tarjotaan sinulle. Tuon ajan teini-ikäiset huomasivat, että he kontrolloivat tiettyä osaa vapaa-ajan markkinoista. Kukaanhan ei tiedä paremmin kuin vapaa-aikaihmiset. Nuorilla oli taskurahoja, ensimmäiset palkkansa, ja he huomasivat yhtäkkiä, että he pystyivät määräilemään käytäntöä. Siitä vain. He pystyivät määräilemään jotain. Ja he määräilivät musiikkia. Ja he sanoivat: "Tästä tulee mitä me haluamme, ja mitä haluamme on meidän ikäisemme laulamassa meidän laulujamme meidän tavallamme. Todistaaksemme, että se on sitä mitä haluamme, ostamme sitä, jos voit antaa meille sitä ja jos pidämme siitä." Ja niin minä oli koekaniini.[3]

Tommy Steele, Cliff Richard ja Ison-Britannian muut alkuperäiset rocktähdet eivät tunteneet mitään jännityksiä musiikkinsa ja menestyksensä välillä; taide ja kaupankäynti yhdistyivät. Suosio mittasi heidän lahjakkuuttaan viihdyttäjinä; ja jos rock'n'rollissa oli kapinallisuuden elementtejä, niitä ei suunnattu sitä rakennetta kohtaan, jossa muusikot työskentelivät, vaan aikuista sukupolvea vastaan. Tilanne ei ollut erilainen Beatlesille, Rolling Stonesille ja muille 1960-luvun alun brittiläisille beat-yhtyeille. Keskeistä ei ollut taide vastaan kauppa vaan nuori maku vastaan vanha maku. Rolling Stonesin biografiassa väitettiin vuonna 1964, että he

> ovat olleet kapinallisia syystä... rhythm'n'blues -musiikin takia. He ovat ajautuneet asemaan, jossa puolet kansasta on heitä kivittänyt. Parlamentin poliitikot ovat ivanneet heitä, kadunlakaisijat ovat nauraneet heille, äidit ovat pilkanneet heitä, isät ovat halveksineet... Heidän oli täytynyt ilmaista itseään vapaasti musiikkinsa kautta. Ja he päättivät yksimielisesti, että he eivät tee mitään myönnytyksiä kaupallisuudelle, jota he kaikki rehellisesti ja avoimesti halveksivat.

Mutta kuten tämä showbusineksen tavanomainen elämänkerta jatkossa osoittaa, heitä rakastivat

> teini-ikäiset. Sillä teini-ikäiset olivat tajunneet Stonesin rohkeuden. Rohkeuden potkia voimakkaasti järkkymättömiä ja muuttumattomia sopimuksia vastaan ja elää elämäänsä niin kuin he sen tunsivat - aiheuttamatta harmia tai ongelmia kenellekään muulle.
>
> He ovat ilmestyneet tuottaakseen silkkaa innostusta ihailijoilleen ja he ovat onnistuneet kritiikistä huolimatta.[4]

Rolling Stonesin "kapinallisuus" merkitsi yhden kaupallisen menestyksen mitan korvaamista toisella. Jopa silloin, kun nämä 1960-luvun puolivälin muusikot alkoivat tehdä itse materiaalinsa, he eivät näyttäneet tuntevan mitään ristiriitoja taiteen ja kaupankäynnin välillä. Who-yhtyeen Pete Townshend muistelee studioon menoa yhtyeen toisen singlen äänittämistä varten:

> He sanoivat: "Meistä te olette hieno r&b -yhtye, mutta Beatles

> on aloittanut suunnan, jossa yhtyeet kirjoittavat materiaalinsa itse. Kaikki liverpoolilaiset yhtyeet tekevät itse laulunsa, Stones tekee omat laulunsa. Teidänkin täytyy tehdä se." Niinpä lähdimme, katselimme toisiamme ja kyselimme: "Kuka tekee?" Ja minä oltuani taidekoulussa ja pystyessäni sanomaan pitkiä sanoja kuten "perspicacity" (tarkkanäköisyys), jonka olin kuullut Spike Milliganin levyllä, minut valittiin työhön. Kahdeksan, kymmenen viikkoa myöhemmin kirjoittamani laulu "Can't explain" oli kahdeksantena listoilla. Niinpä kaikki näytti minulle automaattiselta ja helpolta.[5]

Ajatus rocktähdestä taiteilijana kehittyi hitaasti. Brittiläinen vihje siihen suuntaan oli Eric Claptonin lähtö Yardbirdsistä 1965, koska "se oli tulossa liian kaupalliseksi". Paul Samwell-Smithin sanoin:

> En tiedä tahtoiko Eric silloin menestystä, mutta ei ainakaan sellaista menestystä, joka tarkoitti esiintymislavalla seisomista ja samojen vanhojen suosikkilaulujen kertaamista - popin top 20 -lauluja - nuotti nuotilta joka kerta, lauluja joita et ollut tehnyt, joista et pitänyt.[6]

Rock'n'roll-ideologian muuttumisessa olivat tuollaista bluespurismia tärkeämpiä (Eric Clapton eli monella tavoin elämäänsä Beckerin kuvailemien jazzmuusikoiden tapaan eikä keskivertorocktähden tyylillä) amerikkalaiset folkin väitteet, jotka saivat voimansa Bob Dylanin kaupallisesta menestyksestä. Folkmuusikot, pääasiassa keskiluokkaisia ja hyvin koulutettuja, pitivät toimintaansa samanarvoisena muiden porvarillisten taiteilijoiden (runoilijat, kirjailijat, maalarit) kanssa. Musiikki määriteltiin siten itseilmaisuna ja yhteiskunnallisena kommentointina (totuus merkitsi enemmän kuin suosio) ja folkesiintyjät pitivät kiinni perinteisestä radikaalista musiikin massamittaisen tekemisen käytäntöjen kieltämisestä.

Beatlesin jatkuvat kaupallisen rock'n'rollin mahdollisuuksien paljastamiset asettivat tuollaisen folkpurismin kyseenalaiseksi, mutta merkittävämpää oli, että folkrockarit käyttivät niitä mahdollisuuksia. John Lennon muisteli laulujen tekemistä *Help*-albumille vuonna 1965:

> Aloin ajatella omia tunteitani - en tiedä milloin se tarkalleen

alkoi, kuten "I'm a Loser" tai "Hide Your Love Away" tai muut tuollaiset - sen sijaan että asettaisin itseni johonkin tilanteeseen, yritin ilmaista tuntemuksiani, mitä olin tehnyt kirjoissani. Luulen, että Dylan auttoi minua tajuamaan sen - ei missään keskustelussa tai jossain sellaisessa, vaan vain kuuntelemalla hänen töitään - että minulla oli jonkinlainen ammattimaisen laulunkirjoittajan suhtautuminen poplaulujen tekemiseen. Me vain tekisimme tietyn tyylisen laulun singlelle ja tietyn tyylisen jutun siihen ja siihen. Olin tyylittelevä lauluntekijä jo ensimmäisellä lp:llä. Mutta ilmaistakseni itseäni minun oli kirjoitettava *Spaniard in the Works* tai *In His Own Write*, henkilökohtaisia tarinoita, jotka ilmaisivat omia tunteitani. Minussa oli erillinen laulunkirjoittaja John Lennon, joka teki lauluja eräänlaisille lihamarkkinoille, eikä niissä teksteissä tai lauluissa ollut minusta mitään syvyyttä. Ne olivat vain pila. Sitten aloin olla lauluissani oma itseni kirjoittamalla niitä subjektiivisesti enkä objektiivisesti.[7]

1960-luvun lopulla muusikot Atlantin molemmin puolin erottivat rockin taiteena rockista viihteenä: rock oli monimutkainen musiikillinen muoto, sitä ei voinut pakottaa popin singlelevyjen, pakettikiertueiden ja uudelleen tehtyjen hittien perinteeseen. Pop merkitsi sitä, että yhtyeet kasattiin (esimerkiksi Monkees) tyydyttämään muotia, nimettömät muusikot ostettiin - persoonallisuutta myöten - tyydyttämään tarvetta. Popissa, jopa silloin kun muusikot itse olivat vastuussa yleisönsä miellyttämisen tavoista, heidän oli otettava huomioon yleisönsä vaatimukset, ja nuorten markkinat olivat yhtä pakottavat kuin kaikki muutkin. Rock oli sitä vastoin itseilmaisun keino; sitä ei voitu alistaa minkäänlaisille markkinoille. Tämä rockin ideologia oli selvästi epäkaupallinen, vaikka kaupallisuus tarkoittikin nuorisoyleisön miellyttämistä. Ensimmäisen kerran rockmuusikot alkoivat kokea ristiriitoja omien taiteellisten impulssiensa ja kuluttajan vaatimien hyödykkeiden välillä. Kuten jazzmuusikot ennen heitä he alkoivat ideologisesti erkaantua olosuhteista, joissa tekivät musiikkiaan.

Äänittämisen lisääntyvä merkitys vuodesta 1967 eteenpäin teki tuollaisen erottautumisen mahdolliseksi. Aikaisemmin studio oli ollut luova kohde vain liikemiehille teini-ikäisille tarkoitettujen hyödykkeiden tuottamisessa. Useimmat esiintyjät tekivät musiikkiaan elä-

vissä esiintymistilanteissa, äänilevyt olivat yksinkertaisesti vain keino äänen monistamiseksi suuressa mitassa. Beatlesin ja Rolling Stonesin tapaisten beat-yhtyeiden luova voima ja rehellisyys johtui muusikoiden alkuperästä klubimuusikkoina. Ne kehittivät rock'n'rollista muodon, jota määrittivät tanssijoiden välittömät vaatimukset eivätkä showbusineksen sopimukset. Ja kuten Al Kooper muistelee aikaansa Blues Projectissa:

> Kun meidän piti levyttää, oli aina kiire. Noina aikoina (1966) taiteilijoilla ei ollut läheskään (tai ei ollenkaan) sitä kontrollia mikä heillä on nykyään. Heillä ei ollut nokan koputtamista studion valinnassa, ei käsitystä stereomiksausprosessista, ja heiltä kysyttiin harvoin mitään levyn kannesta. Joskus (kuten Byrds "Mr. Tambourine Manilla") he eivät edes soittaneet omilla levyillään. He vain soittivat ja rukoilivat ja niin oli asia meidänkin kohdallamme.[8]

Kuitenkin äänitysstudioiden ja apuvälineiden tullessa hienommiksi, muusikoiden saadessa enemmän aikaa ja rahaa halujensa tyydyttämiseen ja teollisuuden alkaessa kiinnostua albumeista viestimenä muusikot saivat mahdollisuuden kokeilla ilman välitöntä suhdetta yleisöön tai tanssivien jalkojen lakkaamattomaan sykkeeseen. Tuollaiset pakotteet tunnettiin vain epäsuoraan ääniteyhtiön markkina-arvioiden kautta. Niin pitkään kuin muusikot pystyivät todistamaan yhtiöiden olevan väärässä - tekemällä levyjä jotka myivät - he pystyivät samanaikaisesti tyydyttämään intressejään ja halveksimaan raakoja kaupallisia tarpeita.

Ongelmia tuli vasta kun markkinat eivät reagoineetkaan taiderockiin. Pian toinen kehitysvaihe tuli kuitenkin ajankohtaiseksi rockissa - muusikoiden taiteellisia vaatimuksia tuki uusi yleisö, jolla oli sama ideologia ja joka tahtoi "arvostaa" taidetta mieluummin kuin kuluttaa popia ja jolla oli samat käsitykset showbusineksen arvoista, rockista viihteenä, singleistä, kiertuekokonaisuuksista ja kaikesta muustakin. Kuitenkin 1960-luvun loppuun mennessä muusikoiden ideologia taiteellisesta vapaudesta ja itsensä ilmaisusta oli sulautunut yleiseen nuorison ideologiaan vapaudesta ja itsensä ilmaisusta - "tehdä omaa juttuaan" tuli liikkellepanevaksi lauseeksi. Ammattimaiset rockmuusikot olivat saavuttaneet ainutlaatuisen (ja tilapäisen) aseman, jossa taide ja kauppa olivat toisiaan täydentäviä, eivät risti-

riitaisia.

Ääniteyhtiöiden näkökulmasta rockia taiteena ei ollut vaikea myydä. Teini-ikäisten tähtien oli aina oletettu esiintyvän rehellisinä, samaistuvan materiaaliinsa, jopa silloin kun tuo materiaali oli syntynyt lauluntekemisen tuotantolinjalta. Niin folkin yhteydessä esitetyt huomiot rehellisyydestä ja vilpittömyydestä hyväksyttiin helposti musiikkibusineksessa - tästä tulevat laulaja-lauluntekijä tyyppiluokka, rockin arvot itsetietoisuudesta ja totuudesta.

Ääniteyhtiöt olivat yhtä iloisia hyväksymään käsitteen rockin "edistyksellisyydestä". Käsite yhtyi heidän yrityksiinsä erottaa tähtensä popin esittäjien massasta palvelemaan opiskelijamarkkinoita: mainostuksessa painotettiin yhä enemmän muusikoiden teknisiä taitoja, heidän taiteellisuuttaan soittimensa taitajina, heidän haluaan kokeilla, heidän haluttomuuttaan sitoutua kaavoihin tai sopimuksiin. Tämä myyntistrategia oli reaktio sekä yleisön haluttomuudelle valita idoleitaan kaupallisen manipulaation perusteella että muusikoille, jotka eivät halunneet tulla niin manipuloiduiksi. Rock'n'rollin uudet instituutiot (lp-levyt, stereo, konsertit) ja uusi rikas keskiluokkaisten markkina-alue tukivat "älykkäitä" musiikillisia arvoja - improvisaatiota, virtuoosimaisuutta, elinvoimaa, omaperäisyyttä.

60-luvun loppuun mennessä rockin nousu oli kaikissa popin lajeissa muuttanut muusikoiden suhtautumista sekä heidän musiikkiinsa että heidän yleisöönsä. Esimerkiksi countrymusiikissa joukko laulaja-lauluntekijöitä omaksui rockista imagon muusikosta omituisena ja asetti kyseenalaiseksi countryn käsitykset Nashvillen työjuhdista, Opryn koristepakkauksista, koko perheen viihteestä. "Lainsuojattomat" käyttivät vakiintuneita countryn muotoja tutkiessaan rockin teemoja - vapautta, seksuaalisuutta, rauhattomuutta. He vastustivat countrypopin tukahduttavia käytäntöjä rockin väitteillä itsensä ilmaisemisesta ja levottomasta nuorisosta (monessa suhteessa rockin alkuperäinen hippi-ideologia oli kehittynyt countrymuusikoiden keskuudessa rehellisemmin ja vähemmän kyynisesti kuin rockin esittäjien keskuudessa).

MUUSIKOT JA YLEISÖ

Rockia on usein analysoitu tämänhetkisenä kansanmusiikkina: se on nuorten nuorille tekemää musiikkia ja siten orgaaninen osa nuorten kulttuuria. Tätä väitettä on sovellettu sekä rockiin yleisesti että erityisiin tyyleihin - Whon ja modien suhteeseen, punkien ja Sex Pistolsin suhteeseen. Onkin esitetty, että tämän musiikin alkuperä on ystävien ja naapurien toisilleen tekemässä musiikissa ja että suhde muuttuu vain äänitystilanteessa, kun muusikko luopuu sitoutumisesta joukkoon henkilökohtaisia siteitä. Toisin sanoen rockmuusikot aloittavat uransa ilmaisemalla todellisen yhteisön asioita, ja ongelma heidän autenttisuudestaan nousee esiin vasta myöhemmin, kun he ovat levyttäviä taiteilijoita. Mutta onko rockin esittäjien alkuperä tosiaan samantapainen kuin kansanmusiikin esittäjillä?

Olen jo ehdottanut, että on vaikea osoittaa rockmuusikoille tiettyä luokka-alkuperää, ja nyt haluan viedä ehdotuksen pidemmälle: rockmuusikkona oleminen on todella luokkataustasta erillään olemista; jos rock on tapa päästä ulos työväenluokasta, polku rikkauksiin, se on myös tapa päästä pois keskiluokasta, polku boheemiin vapauteen. Siirtyminen naapureille esiintymisestä massatuotantoon ei tarkoita ideologista siirtymistä. Menestyäkseen rockmuusikoiden tulee olla aluksi kunnianhimoisia - heidän täytyy tahtoa saavansa elantonsa musiikista, tehdä levyjä, saavuttaa tuntemattomia yleisöjä.

Taidekoulutausta on säännöllisimmin esiintyvä yhteiskunnallinen piirre brittiläisillä rockmuusikoilla ja erityisesti niillä, jotka nousivat esiin klassisella 1960-luvun kaudella. Huomattava joukko brittiläisiä muusikoita keskeytti koulunsa 16-17 -vuotiaina opiskellakseen taidetta mieluummin kuin valmistautuakseen yliopistoon; heidän joukossaan olivat John Lennon, Keith Richards, Ray Davies, Pete Townshend, Eric Clapton, Jimmy Page, David Bowie. Tämä lista kuuluisimmista vain osoittaa, missä määrin taidekoulu oli normaali osa brittiläistä rockuraa. Brittiläisessä koulutusjärjestelmässä taidekoulut sallivat tietynlaisen liikkuvuuden. Ne ovat paikkoja, jonne työväenluokkaista tulevaisuutta vastustavat työväenluokan nuoret voivat mennä, jos heillä ei ole mahdollisuutta tai halua kulkea meritokraattista polkua (tämä oli todellisempaa 1960-luvulla, jolloin taidekouluilla ei ollut niin akateemiset sisäänpääsyvaatimukset kuin nykyisin). Ne ovat paikkoja, jonne myös keskiluokkaisen tulevaisuuden hylänneet keskiluokan teini-ikäiset, voivat mennä tuntematta

itseään epäonnistuneiksi. Tai Keith Richardsin sanoin: "Tarkoitan että Englannissa, jos sinulla on onnea, pääset taidekouluun. Jonnekinhan ne sinut panevat, jos eivät voi laittaa muuanne."

Taide oli tuollaisten nuorten onnen perusta, vaikkakin musiikki korvasi maalaamisen taiteenlajina. Taidekoulujen tärkeys rockuralla antaa aiheen kahteen huomioon muusikoista yhtenäisenä luokkana. Ensiksikin, niin kuin taidekoulureitti kohti täyttymystä on individualistinen, sitä on myös pyrkimys kuuluisuuteen ja onneen rockin piirissä. Velkojen maksaminen voi olla kollektiivinen tehtävä, niiden ottaminen ei ole: jopa parhaiten palkatut studiomuusikot, jotka ovat pitkään sopeutuneita henkilökohtaisen statuksen puuttumiseen, määrittelevät tilanteensa epäonnistumisena, siinä että he eivät tee musiikkia ainutlaatuisina taiteilijoina vaan korvattavina ammattimiehinä. Jotta sinulla olisi ura rockmuusikkona, tarvitset eräänlaista omaa päähänpinttymän ominaisuutta, kunnianhimon intesiteettiä, että voit selvitä hengissä kaikista liikemiesten karkeista typeryyksistä.

Toinen huomio on, että samoin kuin taidekoulut tarjoilevat uraa, joka on "erilainen" sekä proletaarisen että porvarillisen työn rutiineista, niin muusikot elävät "eri" tavalla, harjoittavat "erilaista" ammattia kuin heidän kuulijansa. Kuten Cliff Richard selitti nuorille brittiläisille ihailijoilleen vuonna 1960:

> Näetkös, me elämme väärinä vuorokaudenaikoina. Pääsemme harvoin kotiin ennen puolta kahtatoista, ja kerropa minulle mikä hotelli tarjoaa lämpimän aterian tuohon aikaan yöstä. Ei monikaan.
>
> Kun olemme syöneet, olemme liian hereillä ajatellaksemme nukkumista, ja pojat ja minä istumme juttelemassa tuntikausia kaikenlaisista asioista... Katsos me kaikki elämme, hengitämme ja syömme beat-musiikkia. Me rakastamme sitä. Usko minua, vaikka elämämme on rasittavaa, emme koskaan väsy esiintymään. Se ei ole vain tapa hankkia rahaa - se on elämäntapamme.[9]

Cliff kuvailee kaikkien populaariviihdyttäjien (tavallisemmin kyllä harmittomampaa) kokemusta. Heidän työnsä on kaikkien muiden vapaa-aikaa, heidän elämäntapansa on kaikkien muiden pakenemistapa. Populaariviihdyttäjänä oleminen tarkoittaa olla yhdistettynä ja sitoutuneena, tahtoen tai tahtomattaan, paheisiin ja halujen

tyydyttämiseen. Rockmuusikot soittavat pubeissa, klubeissa ja tanssipaikoissa; heitä ympäröivät erilaiset rentoutumisen tavat - alkoholi, huumeet, seksuaalikumppanit. Muusikot ovat todellakin itse vapaa-ajan ja paon symboleja; heidän työnsä jopa naapuruston viihdyttäjinä on yhtä paljon spektaakkelia kuin ilmaisemista, *shown* pystyyn panemista; heidän tyylinsä tukee sitä, että yleisö käyttää heitä fantasiana ja hetkellisesti ajateltavina unelmina. Mikä heille on rutiinia, samanlainen kuin mikä tahansa ilta, on heidän ihailijoilleen erityinen tapahtuma, jota tähteyden asut korostavat. Pete Townshendin sanoin:

> Popyleisöt kulkevat erilaisissa aikarakenteissa, he elävät kokonaan erilaista elämää. Sanotaan, että on vaikeaa mennä ja nähdä yhtye ja kokea se täydellisesti, se mitä he tekevät, sillä he ovat erilaisella aikamatkalla. He tekevät yhden sadoista keikoistaan, kun taas ihailijalle tämä on hyvin tärkeä tapahtuma, tämä voi olla ainoa kerta, kun hän voi nähdä vaikkapa Creamin elämänsä aikana.[10]

Tämä muusikon ja ihailijan suhde ei ole sidoksissa vain menestykseen ja glamouriin. Yksinkertaisesti olemalla töissä silloin, kun muut ovat vapaalla, kaikki ammattimaiset rockmuusikot - riippumatta alkuperästään tai siitä miten läheiset suhteet heillä on tiettyyn yleisöön - ovat erillään kuuntelijoidensa elämästä. Jopa kaikkein pienimmällä aikatasolla musiikin tekeminen merkitsee työskentelemistä kaikkien niiden ihmisten maailmassa, joiden ei tarvitse herätä aamulla kahdeksan tunnin työrutiiniin. Boheemius on muusikoiden luonnollinen ideologia: vapaa-ajan arvot - hedonismi ja tyyli - nostetaan "normaalin" yhteiskunnan sopimusten ja rutiinien yläpuolelle. Rockesiintyjät ilmeisesti yhtyvät luovuuden ja tuotannon perinteiseen romanttiseen oppositioon - toisaalta on sankarillisen, sensuaalisen itsensä tutkiskelun taiteellinen maailma, ja toisaalta työn, kurin, materialismin ja järjen jokapäiväinen maailma.

Pohtiessaan tätä mustien jazzmuusikoiden keskuudessa tekemäänsä huomiot Francis Newton väittää, että vaikka muusikko oli erillään yhteisönsä päivittäisestä elämästä, niin hänen käyttäytymisensä muoto määräytyi kaikesta huolimatta hänen roolistaan ja alkuperästään mustassa yhteisössä.

> Jos hän oli usein boheemi tavoiltaan, niin se ei noudattanut

> tavallisen 1800-luvun taiteiden boheemiuden kaavaa, joka on alemman keskiluokan arvojen skaala ylösalaisin käännettynä, vaan ammattitaidottomien työläisten kaava liioiteltuna... Sillä tähti oli jotain, joksi jokainen slummin lapsi tai orja voisi tulla: köyhien kuningas tai kuningatar, sillä köyhä ihminen kokee sen paljon suurempana.[11]

Newton erottelee sotaa edeltäneet jazzin boheemit 1800-luvun kirjallisista boheemeista kolmessa suhteessa: ensiksi, jazzmiehet eivät pelänneet ruumiillista työtä ja heidän oli usein sitä tehtäväkin; toiseksi jazzmiesten arvot ja elämäntapa eivät perustuneet niinkään tietoiseen virkamiesten ja kauppiaiden vastaavien arvojen vastakkaisuuteen vaan tavallisten työläisten arvojen liioitteluun, heidän tuhlailevaisuuteensa, kerskailuunsa ja halujensa tyydyttämiseen; kolmanneksi jazzmiehet eivät halveksineet yleisöjään vaan kokivat olevansa osa sitä. Peter Guralnick on kuvaillut perinteisten countrytähtien ja heidän valkoisten, maalaisten ja työväenluokkaisten ihailijoidensa välistä suhdetta samalla tavalla. Countryn kimallus edustaa ammattitaidottomien maalaisten unelmia ja kotiapulaiset kokevat entistä voimakkaammin peruukit, kultalameet, Cadillacit ja Nashvillen kartanot (joiden ymprillä turistibussit kuitenkin juhlallisesti ajelevat). Countrytähdet ylistävät ja vahvistavat ihailijoidensa tapoja, he eivät pilkkaa tai aseta niitä kyseenalaisiksi.

Rocktähdet ovat enemmän kirjallisten boheemien kaltaisia kuin tällaisten etnisten edustajien kaltaisia. Rock ammattina perustuu korkeasti individualistiseen, kilpailevaan lähestymistapaan musiikkia kohtaan, lähestymistapaan joka perustuu kunnianhimoon ja vapaaseen kilpailuun. Rock on yhtä vähän kuin muutkaan showbusineksen haarat halukas toimimaan pikkuporvarillisten arvojen säilytyspaikkana. Mainosteksti Cliff Richardin elämänkerrasta esittää, että "tämä on kiehtova tarina siitä, mitä kenelle tahansa, jolla on lahjoja ja päämärä, voi tapahtua tässä ihanassa mahdollisuuksien ajassa". Al Kooperin tavoitteena oli vuonna 1969 "miljoona taalaa ja mahdollisuus jäädä eläkkeelle 30-vuotiaana". "Voit saada rahaa jos haluat", esitti Johnny Rotten Sex Pistolsista vuonna 1977. "Voit saada mitä tahansa haluat. Sitä kutsutaan yritykseksi. Se ei vaadi paljoa, vain paljon sisua - mikä tuntuu puuttuvan suurimmalta osalta ihmisistä."

Kun rockmuusikot alkoivat 1960-luvun puolivälissä tehdä ideologista eroa showbusineksen "palkkatyöläisistä", niin he liittivät

taloudellisiin kunnianhimoihinsa virkamiesten ja kauppiaiden muodikkaan halveksinnan (heihin sisällytettiin myös omien äänite-yhtiöiden työntekijät). He hymyilivät kuitenkin ivallisesti myös ruumiilliselle työlle ja sen sovinnaisuudelle (erottaen itsensä yleisöjensä "tavanomaisuudesta" toisin kuin 50-luvun rockarit). Ammattilaisuuden ja sopeutumattomuuden epätavallisena yhdistelmänä rockin ideologia säilyy pääasiassa pikkuporvarillisena. Royaltymaksut vahvistavat yhteyden yksilöllisen yrityksen ja palkinnon välillä; matka muodikkaasta kapinallisesta veropakolaiseksi, villistä nuorukaisesta "vanhaksi pieruksi" ei ole pitkä. Rocktähtien "politiikka" johtuu esteettisestä reaktiosta kapitalismin sosiaalisia oloja kohtaan, rocktähdet vastustavat kaikenlaista kokemisen sosiaalista kontrollointia, millä on vähän tekemistä kollektiivisen tietoisuuden kanssa.

Rockmuusikoiden yhteisöllisten vaatimusten ja heidän yksityisten elämäntyyliensä välillä on siis ristiriita. Musiikkilehdistön kirjesivuilla tämän ristiriidan syyksi esitetään usein suosiota ja "itsensä myyminen" nähdään yhteisön uhraamisena - joko veropakolaisten hylkäämänä katujen nuorten yhteisönä tai rocktähtikapitalistien pettäminä hippeinä - eikä taiteen uhraamisena. Ongelma tulkitaan näin kuitenkin väärin. Menestys lisää muusikoiden välimatkaa yleisöstään mutta ei aiheuta eroamista. Keith Richards kertoo supertähden elämän kummallisuuksista kiertueella ollessa:

> Kun sinut purkitettiin - puolet ajasta oli mahdotonta mennä ulos, siitä tuli tosi sotku - se oli kuin menisi kaikenlaisten jalkapallo-ottelujen läpi. Et vain mene. Sait kaiken huonepalvelulta, lähetit jonkun hoitamaan asian. Limousinet lähetettiin risteilemään kaupunkeja hakemaan pienen paketin sitä tai tätä. Olit todella eristettynä.[12]

Mutta kauan ennen kuin Stones saavutti tämän statuksen, Keith Richards kuului muusikoiden eristyneeseen yhteisöön. John Lennon muistelee elämää Beatlesin tullessa ensimmäistä kertaa Lontooseen:

> Se oli loistavaa aikaa. Olimme silloin kuin viidakon kuninkaat ja olimme Stonesien kanssa hyvin läheisiä. En tiedä miten läheisiä muut olivat mutta vietin paljon aikaa Brianin ja Mickin kanssa. Kunnioitan heitä. Minä diggasin heitä heti en-

> simmäisellä kerralla, kun näin heidät siellä, mistä he nyt tulivatkaan, Richmondissa. Vietin paljon aikaa heidän kanssaan ja se oli hienoa. Meillä oli tapana ajaa ympäri Lontoota autoilla ja tavata toisia ja jutella musiikista Animalsien ja Ericin kanssa ja kaikkea sellaista. Se oli tosiaan hyvää aikaa, se oli kuuluisuuden parasta aikaa. Meitä ei ahdisteltu paljoa. Se oli kuin herrasmiesten kerho, erittäin hyvä juttu.[13]

Tuolloin, kun Beatles ja Stones selvimmin ilmaisivat nuorisokulttuuria, he elivät jo etuoikeutetusti rajoitetussa "herrasmiesten kerhossa". Mistä heidän samaistumisensa "tavallisten" nuorten kanssa tuli? Heidän vastauksensa oli heidän musiikkinsa. Keskeistä näiden muusikoiden ideologialle oli käsitys, että jos he soittivat nuorten musiikkia, niin heidän täytyi edustaa nuorisokulttuuria - edustavuus tarkoitti taidetta eikä politiikkaa. Brittiläisessä rockissa oli aina käytetty kummallisen ironista esiintymistyyliä, lauluäänellistä lähestymistapaa, jossa laulajat näyttivät katselevan ja kommentoivan omaa esiintymistään. Klassiset brittiläiset rockesiintyjät Stonesista ja Whosta Elvis Costelloon ja Johnny Rotteniin esittelevät itsensä esiintyjinä, osoittavat *musiikillisesti* huomanneensa ihailijan näkökulman.

Tuollaiset esteettiset väitteet yhteisöstä voivat olla sekä kyynisiä että kehämäisiä. "Teini-ikäisten" laulut ja tyylit, "teini-ikäisten" tekstit ja rytmit tuotetaan rutiinimaisesti täyttämään vaatimukset (ja manipuloimaan niitä) - tulosten nuorekkuus on yksinkertaisesti markkinointi-ilmiö. Monet rockmuusikot uskovat kuitenkin, että heidän musiikkinsa antaa heille erityisen läheisyyden nuorisoyleisön kanssa. Pete Townshendin sanoin:

> Meillä kaikilla on yhteinen kokemus siitä, että rockkonsertissa unohdamme ketä olemme, menetämme tajumme kokonaan. Kun musiikki on hyvää ja yleisö on rentoutunutta, vapaata ja onnellista, musiikki ei ole vain hyvää musiikkia, se on myös *tanssimusiikkia* - se pakottaa sinut haluamaan tanssimista. Jokainen unohtaa hetkeksi täysin, keitä ja missä ovat, eivätkä he välitä siitä. He vain tietävät olevansa iloisia, ja että nyt on nyt ja elämä on ihanaa. Ja mitä merkitsee, jos olet suuri tähti - tiedät vain, että olet yksi joukosta. Jos olet kokenut tämän tarpeeksi usein, niin se tulee joksikin, johon pyrit, koska se on

niin makeaa.[14]

Ongelma ei ratkea. Pete Townshendin jäsenyys rockyhteisössä riippuu siitä miten hän kokee esiintymisen. Juuri elävässä tilaisuudessa esitetty rock yhdistää yleisön muusikkoon luomalla siteitä, joita rockfestivaalit symboloivat. Vaikeus piilee tämän kokemuksen suhteuttamisessa rockbusineksen todellisuuteen, jonka perusta on äänitteillä. Jännitykset rockin roolissa 1970-luvulla eivät olleet niinkään taiteellisen vapauden ja kaupallisten vaatimusten välillä kuin studiossa tapahtuvien yksinäisten ponnistelujen ja esiintymisen kollektiivisen energian välillä.

Useimmat rockesiintyjät aloittavat uransa olettamalla, että heidän live-esiintymisensä todistavat heidän ymmärtävän nuorisoyleisöä (tällainen todiste tukee heitä heidän ja ääniteyhtiöiden välisissä kiistoissa äänitetuotannon kontrollista); äänittäminen on yksinkertaisesti tekninen keino heidän musiikkinsa tuomiseksi suurimmalle mahdolliselle potentiaalisten ihailijoiden joukolle. Monet yhtyeet todellakin jatkavat musiikkinsa tekemistä tällä perusteella kauan senkin jälkeen, kun niiden kaupallinen menestys on tullut täysin riippuvaiseksi äänitteiden myynnistä. Käsitykset Stonesin, Whon, Led Zeppelinin ja kaikkien muiden Yhdysvaltojen jättiläismäisiä rockstadioneja yhä käyttävien yhtyeiden merkittävästä asemasta rockissa perustuvat ennemmin näihin esiintymisiin kuin heidän platinalevyihinsä, jotka parhaimmillaankin antavat vain vihjeitä ja muistumia äärimmäisestä Stones-, Who- tai Zeppelin-kokemuksesta - niiden esiintymisestä.

Näille muusikoille jokainen levyä seuraava kiertue (joka on heidän levy-yhtiöilleen arkinen markkinointikeino) on elintärkeä musiikillinen testi - studion eristyneisyydessä luoduille lauluille annetaan nyt mahdollisuus hankkia merkityksensä *todellisesta* rockin ympäristöstä. Kuitenkin tämä on vain ihanne. Käytännössä yhtyeillä, erityisesti menestyksellisillä, on paineita luoda sama show ikuisesti. Niiden omien muutostarpeiden ja yleisön vanhojen ilojen vahvistamisvaatimusten välillä on ristiriita. Yhtyeet ovat valinnan edessä: esittää vakiintunutta roolia rockissa koko uransa läpi tai vetäytyä studioon tekemään musiikkia vain omien taiteellisten tai kaupallisten kiinnostuksien pohjalta. Tehty valinta riippuu suuressa määrin musiikkityylistä. Rockmuusikot ovat taipuvaisia tyylilliseen konservatiivisuuteen - heidän musiikillisten arvojensa juuret ovat heidän *men-*

neissä kokemuksissaan kuuntelijoina (he ovat erityisen vähän kiinnostuneita vertaistensa musiikista). Loppujen lopuksi he ovat ideologisesti sitoutuneita musiikin *muotoihin*.

Howard Beckerin tanssimuusikot kokivat ristiriidan omien musiikillisen erinomaisuuden kriteeriensä ja yleisöjensä vastaavien kriteerien välillä; he ratkaisivat tämän luomalla epäluuloisen mutta kannustavan muusikoiden yhteisön. Rockesiintyjien viitteet ovat sosiaalisesti ja musiikillisesti laajemmat, ja kun he kerran ovat lähteneet pois paikallisista piireistä, heidän ei ole helppo antaa toisilleen tehokasta, täyttä, ideologista tukea. 1970-luvulla menestyksellisten muusikoiden yhteisöstä oli tosiaankin tullut *de facto* epämuusikoiden yhteisö. Rockin työläiskumppanit olivatkin liikeasioiden neuvojia ja henkivartijoita; elämä esiintymislavalla oli tullut todellisemmaksi, arvokkaammaksi ja vakuuttavammaksi kuin elämä sen ulkopuolella. John Lennonin sanoin:

> Kaikki tuo business oli kauheaa, se oli vitun nöyryyttävää. Sinun täytyy nöyryyttää itsesi täysin ollaksesi mitä Beatles oli, ja sitä minä vastustan. En tiennyt, en voinut ennustaa. Se tapahtui pala palalta, asteittain, kunnes tämä täydellinen hulluus ympäröi sinua, ja teet juuri sitä mitä et halua tehdä ihmisten kanssa, joita et voi sietää. Näitä ihmisiä vihasit kymmenvuotiaana.[15]

Kaikki ammattimaiset viihdyttäjät elävät epätodellista elämää; "keikkamatka" on aina suojattu läpikuljettujen kaupunkien päivittäisiltä toimilta ja huolilta. Peter Guralnick kuvailee sitä tällä tavalla:

> Keikkamatkalla oleminen jää nykyään sarjaksi pieniä vaivoja. Siellä ovat ihailijat ja lukematon joukko yksityiskohtia klubin soundisysteemin tarkistamisesta bussin ostamiseen. On tehtävä promootiotöitä paikallisen pr-miehen kanssa, tv-ohjelmia, haastatteluja ja radioesiintymisiä. On keikkojen välisiä sessioita ja on uusittava vanhoja ystävyyssuhteita aamulla neljältä keikan jälkeen. Ja sitten on matkan vaivat, moottoriviat, ongelmat yhtyeessä, klubit jotka yhdistävät naisten ja huumeiden kauppaamisen virallisempaan musiikin ja alkoholin kulutukseen. Ennen kaikkea se on maailma, jossa ei ole todellista ystävyyttä, ja jossa mittaat läheisyytesi kanssaviihdyttäjiin

> sillä, miten pitkään olette olleet alalla. Kiertävällä laulajalla on vain veljeys tiehen; se tosiasia, että syleilet tähtikumppaniasi, joka seisahtuu klubille nähdäkseen sinut, ei tarkoita mitään muuta kuin, että teillä on samanlainen tausta ja kokemukset.

Kuitenkin kuten Guralnick kirjoittaa Bobby Blandista:

> ei ole epäilystä, että mitkä tahansa ovat "tien" vaarat, ne eivät ole mitään todellisen elämän vaaroihin verrattuna. Missä muualla saat ihmiset avaamaan sinulle ovia, hoitamaan asioitasi, huolehtimaan sinun tarpeistasi? Missä muissa olosuhteissa voisi Robert Calvin Bland, musta, kouluttamaton, harjoittamaton, ammattitaidoton, yöpyä 40 dollaria päivässä maksavassa hotellihuoneessa, kantaa komeita timantteja ja suurta setelinippua, johtaa pientä yksilöiden organisaatiota, jonka jäsenillä on samanlainen tausta, ja jotka ovat täysin riippuvaisia hänestä ja hänen menestyksestään? On selventävää ajatella vaihtoehdoista erityisesti sitä, jolla on seurauksensa.[16]

"Seuraukset" Blandin tapauksessa ovat epäluulo ja varovaisuus - kuinka kauan tämä kestää, keneen voin luottaa? Seuraus Peter Guralnickin kuvailemille countrylaulajille on syyllisyyden tunne: arvot, joita he julkisesti ylistävät ovat aivan muita kuin ne, joita he yksityisesti toteuttavat. Seuraus rocklaulajille on nostalgian tunne, kun he lopettavat jokaisen keikan rock'n'roll-medleyllä. Rockmusiikki on tehty ylistämään nuorena olemista ja muusikot ovat aina tietoisia vanhenemisestaan keikka keikalta, vaikkei heidän yleisönsä ehkä ole, ja että nämä hetket ovat ainoita jäljellä olevia, jotka yhä oikeuttavat heidän päähänpiintymänsä.

Näinä päivinä rocktähdet ovat etuoikeutetun aseman omaavia rikkaita ammattilaisia hankkimassa rahaa, samalla kun toteuttavat taiteellisia kiinnostuksiaan. Tosiasiassa rockin piirissä on vähemmän ristiriitoja taiteen ja kaupankäynnin välillä kuin missään muussa joukkoviestimessä - suurimmilla tähdillä on sopimukset, jotka antavat heidän tehdä musiikillisesti mitä haluavat. (Jimi Hendrix oli todennäköisesti viimeinen supertähti, joka kärsi systemaattisesta kaupallisesta riistämisestä; hän jäi uskoon, että jazz, eikä rock, oli

ainoa "vakavan, luovan musiikin" lähde.) Jo vuonna 1974 arvioitiin, että vähintään sata brittiläistä rocktähteä ansaitsi vähintään 100 000 puntaa vuodessa: Moody Blues -yhtye sai noin 450 000 puntaa jokaisesta tekemästään albumista, 100 000 puntaa lisänä olleita julkistamistuloja ja miljoona puntaa kiertueista. Yhtyeen vuositulot olivat yhteensä kaksi miljoonaa puntaa, samaan aikaan Emerson, Lake ja Palmer ansaitsi viisi miljoonaa dollaria. Tuollaiset tulot riippuivat yhtyeiden markkinoiden massiivisesta koosta; tuollaiset tulot (jotka peittivät kaikki erilaiset menot) perustuivat kahden miljoonan albumin myyntiin ja konsertteihin, jotka tuottivat ainakin 30 000 dollaria illassa. Vuosikymmenen lopulla myydyimmät albumit tavoittivat 10 miljoonaa kuluttajaa, ja tähdet neuvottelivat sopimuksiaan sen mukaisesti. CBS:n kerrottiin tarjonneen Paul McCartneylle 8 miljoonaa dollaria kolmen lp:n ja joidenkin Beatlesin vanhojen kappaleiden Yhdysvaltojen ja Kanadan oikeuksista - sopimuksessa oletettiin lähtökohdaksi kahden miljoonan myyntiä (samaan aikaan EMI tarjosi hänelle neljä miljoonaa puntaa oikeuksista muualla maailmassa). Royaltytarjous oli 22 prosenttia, kun Beatlesin alkuperäisessä sopimuksessa EMI:n kanssa se oli vähemmän kuin 2 prosenttia neljälle. (1970-luvun keskiarvo oli 12-15 prosenttia, kuitenkin niinkin myöhään kuin vuonna 1975 Jackson Fiven sopimuksen Motownin kanssa kerrottiin perustuvan 2,7 prosentin royaltiin). Sillä välin WEA tarjosi Paul Simonille 13 miljoonaa dollaria ja Who sai 12 miljoonaa dollaria takeina yksistään Yhdysvaltojen oikeuksista.

Supertähtien tulot muodostuvat suuresta määrästä suhteellisen pieniä hankintoja (äänitteet, konserttiliput), ja niiden rockmuusikoiden, jotka eivät ole tehneet läpimurtoa - eli enemmistö - tulot olivat läpi 1970-luvun erittäin pienet: he saivat tuloja pienestä määrästä samoja hankintoja. Heidän kiinteät menonsa (eivät tietenkään niin suuret kuin supertähdillä) eivät voineet pudota alle tarvittavan välineiden ja studioajan minimimäärän. Tosiasiassa tämä minimimäärä nousi, kun yleisö tottui korkeampaan äänenlaatuun yhtyeillä, jotka pystyivät hankkimaan parhaat olosuhteet, ja kun rockista tuli enemmän pääomaan sidottua.

Musiikkiteollisuus markkinoi paljon useampia tuotteita kuin se myy, ja köyhät muusikot ovat yhtä tärkeitä systeemille kuin rikkaatkin. Mutta jos ääniteyhtiöt voivat enemmän kuin peittää menonsa voitoillaan, niin menestymättömät yhtyeet eivät voi. Tuntemattoman Yhtyeen jäsenistä, jotka joutuivat taistelemaan 50 dollarilla viikossa

ja jotka joutuivat maksamaan päästäkseen kohtuullisiin esiintymisiin ns. lämmittelybändinä, ei ollut mukavaa, että Fleetwood Macin jäsenet kukin ansaitsivat monta miljoonaa dollaria vuodessa (vaikka heidän levy-yhtiönsä oli sillä välin poistamassa tileistään hyvittämätöntä ennakkoa Tuntemattomalle Yhtyeelle Fleetwood Macin toisen 10 miljoonaa kappaletta myyvän levyn tuotolla). Jopa levytyssopimuksen saaneiden rockmuusikoiden täytyy käyttää ennakkonsa maksaakseen velkansa ja monet eivät koskaan myy tarpeeksi levyjä päästäkseen sen pidemmälle. Tässä tilanteessa ei "riistetä" menestyksellisiä muusikoita vaan menestymättömiä. 1970-luvun lopulla tuli punkin (johon palaan vielä) mukana menestymättömien muusikoiden kapina.

Kaupankäynti on siten väkinäistä vain tällä alhaisella tasolla: muusikoille, jotka tulevat musiikkiteollisuuteen ja jotka heidän levyyhtiönsä "murtavat läpi"; jopa näille muusikoille oman yleisön rakentaminen on ongelma ennemmin kuin oman "luovuuden" säilyttäminen. Perinteisille rock- ja boogieyhtyeille, menestyneitä tai ei, musiikki, raha ja yleisö ovat sekoittuneet hyvän miehisen ystävyyden, lojaalisuuden ja varman hyväksynnän sydämelliseen ilmaisemiseen - *status quo* on yhtä lailla elämäntapa kuin tapa esittää musiikkia. Vasta brittiläiset punkyhtyeet, jotka kiersivät 1970-luvulla ympäri Yhdysvaltoja myymässä levyjään, lopulta paljastivat sen, missä määrin kaupallinen rockkiertue tarkoitti loputonta kehää radioasemia, välinpitämättömiä dj:ta ja yhtiöiden myyntimiehiä, joille piti makeilla. Olivatko *nämä* ihmisiä, joille rockmusiikkia tehtiin? Punklaulut kertoivat maailmasta (rocklaulut olivat kertoneet jo vuosia rockista), ja punkmuusikot esittivät nyt "rock'n'roll-yhteisöä" koskevan taiteellisen kysymyksen, jota rocktähdet olivat vältelleet: mikä oli tämän musiikin *riski*?

MUUSIKOIDEN YHTEISÖ

Muusikoiden maailma, josta olen kertonut - olipa se John Lennonin tupakkakerho, Keith Richardsin hotellihuone, jossa on "tyhmiä kanoja", tai Pete Townshendin rock'n'roll-veljeys - on miehen maailma. Jopa ylimalkainen tutkimus rockista paljastaa naisten puuttumisen luovista rooleista: on vain harvoja naismuusikoita ja käytännöllisesti katsoen ei ollenkaan naisia taustavoimina - tuottajina, sovittajina,

äänittäjinä (naisten ainoa mahdollisuus on ollut säveltäjinä tai sanoittajina). Naisten paikka 1970-luvun rockissa oli melkein aina laulajina, esityksen tai äänilevyn julkisivuna, heidän musiikilliset kykynsä sekoittuivat heidän visuaaliseen imagoonsa ja tyyliinsä. Rockideologit olivat hanakoita erottamaan naisten arvot showbusineksen arvoista, mutta heidän suhtautumisensa naisiin ei ollut kovinkaan erilaista. Oletettiin, että naiset eivät olleet musikaalisia.

Rockin maailman miehisyys heijastuu sen lauluteksteissä, niiden miehisen ylemmyyden, narsismin ja itsesäälin todisteluissa. Muusikoille on kuitenkin merkityksellisintä naisten eristäminen heidän elämänsä keskuksesta: ystävyydestä ja työskentelystä ammattilaistovereina studioissa, keikkamatkoilla ja esiintymisissä. Naisten tehtävä rockissa tarkoittaa yhä luovien miesten palvelemista.

> Kello on viisi aamulla. Phil Ochs ja David Cohen (Blue) kompuroivat juovuksissa ylös Bleecker-huoneistoon. Alice (Ochs) on makuuhuoneessa nukkumassa. He istuskelevat päät takakenossa. Ovelle koputetaan, Phil nousee avaamaan. Dylan ryntää sisään reippaana ja innokkaana. Olohuoneessa hän pyytää Philiä soittamaan jotain. Phil ottaa kitaransa ja laulaa "The Power and the Glory". David Cohen laulaa myös. Sitten Dylan soittaa ensimmäisen kerran missään "Mr. Tambourine Manin". Se selvittää Philin kuin iskusta. Hän istuutuu ja sanoo Dylanille juhlallisesti, että se on epäilemättä paras laulu, minkä hän on koskaan kuullut. Alice seisoo musiikkiin heränneenä oven pielessä ja hymyilee. Aamiainen on valmis muutamassa minuutissa.[17]

Rockmuusikoiden omanarvontunto johtuu heidän taidoistaan säveltäjinä, sanoittajina, instrumentalisteina ja esiintyjinä. Rockin piirissä läheisyys tarkoittaa mieluummin ystävyyttä kuin seksuaalisuutta ja naiset jätetään ystävyyden ulkopuolelle, jopa heidän paikkaansa rockyleisössä vähätellään. Suuri Elävä Rockkokemus esitellään miehi-senä asiana, naisihailijat alennetaan teinipoppareiksi, mahdollisiksi bändäreiksi. Jotkut naismuusikot ovat epäilemättä menestyneet - joukko naisrocktähtiä - mutta useimmat ovat tehneet sen turvautumalla miesten tekemiin huomioihin siitä, miltä naisten tulisi kuulostaa tullakseen "yhdeksi pojista".

Miksi naiset on niin systemaattisesti jätetty rockin tuotannon

ulkopuolelle? Asettaako musiikillinen muoto itse ideologiset rajoitukset (punkin kysymys), vai syntyvätkö ne monisäikeisemmästä oletuksesta siitä, miksi musiikkia tehdään, mitä muusikot edustavat?

Populaarimusiikin piirissä muusikon alkuperäinen rooli tarkoitti matkailijaa, tarkkailijaa liikkumassa paikasta toiseen nautintoa tuottamassa, mutta myös tarjoamassa perspektiiviä, vihjailemassa mahdollisuuksista piirikunnan rajojen toisella puolella. "Tie" oli keskeistä populaarimuusikoiden (Yhdysvaltojen etelän bluesmuusikoiden, 1800-luvun Ison-Britannian pubviihdyttäjien) elämässä kauan ennen kuin heidän työnsä markkinoitiin massahyödykkeenä. Siinä oli myyttistä voimaa, jota Woody Guthrie käytti hyväkseen poliittisiin tarkoituksiin 1930-luvulla. Se on hallitseva amerikkalainen kielikuva teknisille mahdollisuuksille, poliittiselle muutokselle ja sosiaaliselle liikkuvuudelle (samoin kuin auto on amerikkalaisen vapaa-ajan ylistetyin väline).

Seurauksena olevalla yltäkylläisyyden, tilan ja vapauden tunteella on b-puolensa - "ei juuria, ei kotia, ei perhettä, yksinäisyys". 1960-luvulla tämä mytologia sekoittui suuren amerikkalaisen taiteilijan, kirjallisen boheemin, juurettoman ja irrallisen, vastaavaan mytologiaan. Seuraukset olivat ilmeiset New Yorkin ja San Franciscon kirjallis-musiikillisissa kulttuureissa. Rocktaiteilija omaksui beatnik-runoilijan roolin - introspektiivinen, eksentrinen, elitistinen. Bruce Cook kuvaili beatien rakkautta jazziin näin:

> Juuri jazzmiljöön laiton ilmapiiri vihjauksilla rikollisuuteen, seksiin, huumeisiin ja väkivaltaan toi heidät takaisin ilta illan jälkeen Birdlandin ja Five Spotin tapaisiin paikkoihin... Siellä he pystyivät diggaamaan solistia, yhtä miestä maailmaa vastaan, mallia jokaiselle taiteilijalle, jokaiselle runoilijalle.[18]

Cook kirjoittaa, että itse asiassa beateilla ei ollut tajua jazzista musiikkina ja he menestyivät heikosti yrityksissään tehdä jazzrunoutta. Mutta beateista tulivat hipit ja jazzista tuli rock - "alkujazz", helposti saavutettavaa, raskaalla rytmillä, helpoilla melodioilla, yksinkertaista esittää ja arvostaa. Rock oli todellista beatien musiikkia. Taas kerran runoutta laulettiin; vanhat kapakkalaulut vahvistettiin sähköisesti ja niille annettiin massavoima; mieli ja ruumis yhdistyivät kovassa äänessä; kaikkia amerikkalaisia mahdollisia kirjaillisia taiteilijoita rohkaistiin valitsemaan rock ilmaisumuodokseen.

Beatnik-ideologia yhtäläisti luovuuden ja epätavanomaisuuden ja ymmärsi sovinnaisuuden suhteessa "juuriin, kotiin ja perheeseen". Näin se kehitti seksuaali-ideologian, joka jätti naiset instituutioidensa ulkopuolelle. Ideologia ei vain irrottanut seksuaalisuutta itseään sitoutumisen tavallisista ehdoista, vaan myös käsitteli naisia sovinnaisuuden *ruumiillistumina*. Juuri äideissä ja vaimoissa henkilöityi rutiinielämä: he kuihduttivat miesten luovan energian, yrittivät sitoa heidät ja kysyivät tylsiä kysymyksiä ruoasta, lapsista ja rahasta. Naiset - tämä on ilmeistä monissa rocktekstеissä - olivat uhka miehiselle itsenäisyydelle ja miehiselle taiteelle. He olivat fyysisesti tarpeellisia - "naisen tehtävä on pysyä kotona, laittaa ruokaa, siivota ja näyttää kauniilta miehelleen" Phil Ochsin sanoin - mutta psykologisesti, sosiaalisesti ja taiteellisesti vaarallisia. (Ochs uskoi myös, että naisliike oli CIA:n salajuoni radikaalin vasemmiston hajoittamiseksi.)

Nämä kysymykset miehistä ja naisista heijastavat laajempaa ongelmaa: kuinka rakennat sosiaalisen elämän epäsosiaalisesta ihanteesta? Tässä on kyse ongelmasta, joka vallitsee kirjallisen boheemiuden (haastavasti irrallaan "tavallisten" ihmisten päivittäisistä rutiineista) ja populaarimusiikin (merkittävä erityisesti osana noita rutiineja) välisessä suhteessa. Kiertävät muusikot ovat käyttäneet irrallisuuttaan paikallisista huolista kommentoidakseen niitä: heidän musiikkinsa kertoi heidän yleisönsä kokemuksista; se auttoi yhteisöjä ymmärtämään itseään runollisen realismin muodossa. Muusikoiden sosiaalinen irrallisuus antoi heille mahdollisuuden arvostella kuuntelijoidensa elämää muttei olla välittämättä heistä tai halveksia heitä. Heidän taiteensa juuret olivat heidän yleisöjensä tarpeissa ja heidän musiikkinsa paikassa, jonka määritteli työn ja vapaa-ajan rytmi. Kirjalliset boheemit sen sijaan pyrkivät erottautumaan massoista. Heidän taidettaan ei tehty yleiseen kulutukseen; yleiset maut jätettiin sekä huomiotta että niitä halveksittiin. Boheemitaide oli *ensi sijassa* elitististä; boheemiyhteisö rajoittui valaistuneisiin ja muihin taiteilijoihin.

Rockideologia on 1960-luvulta asti ollut epämääräinen sekoitus kirjallista boheemiutta ja yleistä musiikin tekemistä, ja epäselvyys on kohdistunut yhteisön käsitteeseen: edustavatko nämä muusikot nuorisokulttuuria yleisesti vai vapaa-ajan etujoukkoa?

Rock on massamusiikkia, suurkaupungin, radion ja äänitysstudion ääntä. "Tie" on rockin esittäjille useimmiten katu. Rock tarkoittaa kaupallista suurkaupungin vapaa-aikaa, klubeja ja baareja, joissa

boheemit sekoittuvat ryysyläistyöläisiin, missä porvaristoa ennemmin ryöstetään kuin säikytetään, missä keskikaupungin huvit on systemaattisesti erotettu esikaupungin kunniallisuudesta. Täällä musiikki ei ole lausunto elämästä vaan pakoa siitä, vaihtoehtoinen olomuoto, missä vain vapaat boheemit ovat tarpeeksi päättömiä (tai rikkaita) elääkseen täysillä. Vanha musiikillinen suhde on muuttunut käänteiseksi: nyt yleisö matkustaa, esiintyjien elämäntapaa tarkkaillaan.

Näissä puitteissa taiteellisella ainutlaatuisuudella on mainitunlaista vastakaikua (puitteet Beckerin muusikoiden muodikas/konservatiivinen -erotteluille). Musiikin tekeminen ja vapaa-aika vetoavat riskin tunteeseen ja sitoutumisen vaatimukseen. Ero kehittyy toisaalta riskejä ottavien ja leikissä loppuun pysyvien ja toisaalta niiden välille, jotka ajavat moottoritietä kotiin ennen kuin on liian myöhäistä. Musiikki ei enää arvioi yhteisöä vaan luo sitä tarjoamalla myötäelämisen tunteen sekä vain boheemityylisille muusikoille että myös yleisölle, kaikille noille ihmisille, jotka ovat tarpeeksi aikaansa seuraavia tehdäkseen tarpeellisen sitoutumisen musiikkiin, vahvistaakseen sen, että se on *merkittävää*. Rockyhteisö on hauras, ennemminkin ideologinen kuin materiaalinen rakenne.

Luulen, että tämä selittää rockmuusikoiden jatkuvan ihastuksen mustaan musiikkiin gospelista ja r&b:sta reggaehen: mustien muusikoiden ajatellaan omaavan varman tavan vapaa-ajan viettoon. Rasismin romanttisella versiolla on yhä ansionsa - mustat esi-sosiaalisina, huolettomina vapaa-ajallaan. Tietysti käytännössä tuollaisilla naiiveilla fantasioilla on vain vähän perustaa. Yksi selvimmistä rockyhteisön piirteistä kahdenkymmenenviiden rock'n'roll- ja katuelämävuoden jälkeen on se, miten heikosti se on sekoittunut rodullisesti, miten paljon se yhä heijastelee valkoisen vapaa-ajan ja valkoisen nuorison ongelmia, joihin palaan luvuissa 8 ja 9.

5. LEVYJEN TEKEMINEN

Amerikkalaisen populaarimusiikin historioitsijoiden mukaan musiikillinen innovaatio on tullut aina suurten ääniteyhtiöiden ulkopuolelta. "Riippumattomat" yhtiöt ovat olleet uusien ideoiden ja kiinnostusten lähtöpaikkoina, ja vain kun tuollaiset ideat ovat osoittautuneet suosituiksi, suuret yhtiöt ovat käyttäneet taloudellisia mahdollisuuksiaan ottaakseen ne hallintaansa, muuttaakseen ne uusiksi, "turvallisiksi" tuotteiksi. Tuollaisessa oligopolistisessa teollisuudessa innovaatio on mahdollista vain, koska tekniset muutokset avaavat aukkoja olemassa olevien markkinoiden kontrolliin. Jos pitkällä aikavälillä kilpailu tarkoittaa luovuutta (mitä enemmän pääoman lähteitä, sitä enemmän mahdollisuuksia musiikilliseen kehitykseen), niin lyhyellä aikavälillä musiikkiteollisuus on erittäin konservatiivista, enemmän kiinnostunut tappioiden välttämisestä kuin voittojen vaarantamisesta, makujen vahvistamisesta niiden hajottamisen sijaan. Äänilevyjä tehdään sen mukaan, mitä tiedetään yleisön jo haluavan.

Tämän väitteen mukaan ainoat ihmiset, jotka huomaavat tai rohkaisevat musiikillisten vaatimusten vaihtamiseen, ovat musiikkiteollisuuden rakenteiden ulkopuolella työskenteleviä yrittäjiä. Tuollaiset "riippumattomat" yrittäjät voivat ansaita rahaa vain luomalla tai palvelemalla uusia markkinoita ja ovat sen takia pakostikin ainoita todellisia riskin ottajia, ainoita todellisia kulttuurisia yrittäjiä. Kun heidän riskinsä tuottavat, heihin liittyy toisia pieniä yrittäjiä, jotka voivat kilpailla tällä pienellä näyttämöllä. Hetkeksi siitä syntyy musiikillisen luovuuden purskahdus, teollinen innovaa-

tio. Kuitenkin lopulta tulot ovat riittävän merkittäviä houkuttelemaan suuria yhtiöitä, ja uudet käytännöt muuttuvat rutiineiksi, ja itsenäiset ostetaan, vallataan ja karkotetaan epäreilulla kilpailulla.

Tästä on peräisin rock'n'rollin nousu ja lasku 1950-luvulla, rockin nousu ja lasku 1960-luvulla ja brittiläisen punkin nousu ja lasku 1970-luvun lopulla. Rudi Blesh ja Harriet Janis soveltavat analyysia ragtimeen: mikä alkoi "kansanlauluna, mehukkaalla, terveellisellä maalaisella laadulla" pilattiin "Tin Pan Alleyn kaupallisilla sävelsepillä". Tämä musiikillinen kehitys oli selvä seuraus taloudellisista siirroista, joilla laulujen kustantajat keskittyivät New Yorkiin ja ottivat musiikkimarkkinoiden kontrollin haltuunsa. Suuret yhtiöt käyttivät pääomiansa kuristaakseen pienet; ne lisäsivät markkinointiin käytettäviä kuluja, hallitsivat myyntiä alennuksilla, tekivät erityisiä sopimuksia välittäjien ja uusien kauppaketjujen kanssa

Tämä on eurooppalaisen massakulttuurin kritiikin amerikkalainen versio. Enää musiikki ei ole merkitsevä hyödykkeenä vaan oligopolistisena hyödykkeenä. Idealistinen musiikkimaailma on sellainen, jossa muusikoiden ja kuluttajien tarpeet täyttyvät tarjonnan ja kysynnän puhtaassa ilmaisussa, täydellisen kilpailun kulissientakaisessa vaikutuksessa. Luovuutta ei kuluta tuoton etsintä vaan suuren tuoton etsintä, musiikillisten ilmaisukeinojen keskittyminen liian harvoihin käsiin. Taide vastaan kauppa ei ole ongelma vaan suuri business vastaan pieni. Musiikin historian tämän version sankarit eivät ole muusikoita vaan yrittäjiä, ragtimekustantaja John Storkista Ahmet Erteguniin, Sam Phillipsiin, Tom Donahueen, Bill Grahamiin, Malcolm McLareniin ja Tony Wilsoniin. Nämä miehet ovat saattaneet riistää muusikoitaan (mustia muusikoitaan erityisesti), mutta tyylikkäämmin ja rakastavammin kuin yhtiöiden byrokraatit, jotka ottivat heidät hallintaansa; ja he olivat ainakin musiikin puolella.

Tästä näkökulmasta systemaattisin rockin analyysi on Steve Chapplen ja Reebee Garofalon teos *Rock'n'Roll Is Here to Pay*. Heidän kiinnostuksensa on "rockin täytevaalissa". He väittävät, että rockin kehitys "kulttuurisena hyödykkeenä kuluttajataloudessa heikensi mitä tahansa musiikin eksplisiittisesti antimaterialistista sisältöä". Rock'n'roll luotiin aluksi itsenäisenä teollisuudesta, joka myi sitä hyödykkeenä, mutta kun myynti nousi, tämä ero katosi: "äänilevyjen myyntiprosessi omi luontevasti sekä musiikin että muusikot muuttamalla ne hyödykkeiksi". Minun mielestäni muusikot voidaan-

kin sijoittaa molempiin ryhmiin, "niihin, jotka haluavat ennen kaikkea tehdä läpimurron, ja niihin, jotka välittävät enemmän musiikista kuin rahasta tai liehakoinnista", ja 1970-luvun puolivälissä ensin mainitut olivat ottaneet rockin haltuunsa jälkimmäisiltä.

En usko, että tällainen vastakkainasettelu, taide vastaan kaupankäynti, itse asiassa auttaa meitä analysoimaan rockia massakulttuurina. Juuri siksi, että rock on niin tärkeää, muusikot ja yleisöt *eivät voi* erotella musiikkia, rahaa ja liehakointia. Rockin ihailijat ja rockin esittäjät haluavat yhtä lailla musiikkinsa olevan voimakasta, toimivan musiikkina *ja* hyödykkeenä. Popin historian pelkistäminen taisteluihin muusikkosankareiden (tai pikkuliikemiesten) ja yhtiöiden klovnien välillä jättää huomiotta tärkeän asian: musiikkiteollisuuden strategiat markkinoiden kontrollista (joilla on todella ollut seurauksia populaarimusiikille) ovat kehittyneet täsmälleen siksi, että juuri markkinoita ne eivät voi kontrolloida. Yhtiöt reagoivat sattumanvaraisesti riippumattomien yhtiöiden toimenpiteiden paljastamiin markkinavaatimuksiin, mutta tavallisesti ne manipuloivat markkinoita, rajoittavat valinnanmahdollisuuksia. Tämä ei selitä yleisestä mausta sitä, että toisaalta näyttää siltä, että yleisö on aina vastaanottavainen innovaatioita kohtaan, ja toisaalta yhtiöiden ammattilaiset kuitenkin petkuttavat sitä aina. Seurauksena on kuva teollisuudesta istumassa massiivisesti yleisen maun huipulla, kunnes tyydyttämättömät tarpeet ovat rakentaneet sellaisen paineen, että ne purkautuvat, niin että itsenäiset yrittäjät ottavat ne haltuunsa, kunnes suuret yhtiöt taas kerran valtaavat ne. Kuitenkin herää kysymyksiä: mistä tuollaiset uudet vaatimukset tulevat? Miksi markkinoiden kontrolli on useimmiten tehokasta, joskus taas ei? Saako yleisö mitä haluaa? Aina? Joskus? Koskaan? Haluan painottaa tässä luvussa, että kaupallinen prosessi, jonka läpi rock tuotetaan, on pohjimmiltaan *ristiriitainen.*

Klassisen musiikin kustantaja Ernst Roth esitti kerran, että voiton tavoittelu sellaisenaan ei erottanut popin kustantajia hänestä vaan tämän tavoittelun sisältämät ongelmat: kun hänen tehtävänsä oli "saada yleisö pitämään siitä, mitä hänen säveltäjänsä tuottivat", popin kustantajan tehtävä oli saada säveltäjänsä tekemään mitä yleisö halusi. Eddie Rogersin sanoin: "Minun työni on myydä viihdettä yleisölle... En eroa miehestä, joka myy saippuaa tai vakuutuksia. En sano yleisölle, mistä pitää, annan heille mitä he haluavat."

"Antaa yleisölle mitä se haluaa", klassinen myyntimiehen lause,

kuvaa itse asiassa monimutkaista suhdetta "tarjonnan" ja "kysynnän" välillä. Musiikkiteollisuus voidaan kuvata (kuten Paul Hirsch) tuotantoketjuna, jossa suuri joukko inputteja (muusikot, laulut, äänilevyt) kulkevat "suodatusprosessin" läpi, joka laskee lävitseen vain pienen joukon outputteja (menestykselliset muusikot, laulut, äänilevyt) kaikesta yleisön koskaan saavuttavasta. Mitä yleisö saa, riippuu siten "portinvartijoiden" ketjun päätöksistä. Äänilevy-yhtiöiden A&R-miehet päättävät, ketkä muusikot levyttävät, mitä äänitteitä julkaistaan ja markkinoidaan; agentit ja konserttien järjestäjät päättävät, ketkä pääsevät esiintymään julkisuuteen; musiikkitoimittajat päättävät, kenen esiintymisistä kerrotaan; radioasemien ohjelmapäälliköt ja dj:t päättävät, kenen levyjä esitetään lähetyksissä; levykauppojen omistajat päättävät kenen, levyjä pidetään myynnissä. Tässä prosessissa näyttää valheelliselta painottaa "yleisön valintaa". Portinvartijat tekevät merkittävät päätökset, jotka rajoittavat yleisön omia valintoja - kaikki ihmiset voivat "tahtoa" sitä mitä voivat saada.

Yleisön vaatimus on kaikesta huolimatta *idea*, joka ohjailee ääniteteollisuutta. Portinvartijat itse tekevät päätöksensä sen perusteella, mitä he ajattelevat yleisön saattavan haluta, ja he yhä väittävät, että popteollisuudessa musiikki tehdään täyttämään kysynnän: yleisön kulutus määrää tuotannon. Tästä näkökulmasta kuluttaja on tärkein "portinvartija". Äänilevy-yhtiön johtaja Dick Leahyn sanoin:

> Ensimmäinen olennainen tekijä on tietysti tuotteen valinta. Toivon meidän tietävän mitä levyjä hylkiä. Me emme nappaile tuotteita vain niiden itsensä takia - me kysymme aina ensin "kuka ostaa tämän?" Jos emme osaa vastata tuohon kysymykseen, emme julkaise sitä levyä.[1]

Ääniteyhtiön viisaus on se, että "ainoa varma tekijä äänilevyjen markkinoinnissa on epävarmuus", ja ääniteyhtiöt ovat aina yrittäneet uhmata massojen maun epävarmuuksia, tuottaa varmoja hittejä. Asian ydin ei ole markkinoiden manipulointi vaan markkinoiden kontrolli. Esitin luvussa 3, että massakulttuuria ei voida ymmärtää suhteessa "passiiviseen kulutukseen", ja palaan tähän ongelmaan myöhemmin. Painotan sitä, että ääniteteollisuuden määräävä luonteenpiirre ei ole voiton tavoittelu sellaisenaan vaan voiton tekemisen ongelmat, jotka antavat musiikille ja muusikoille (kuten ehdotin luvussa 4) erityisiä "aktiivisia" ominaisuuksia. Rock ei ole mikä

tahansa hyödyke. Se on nuorisomarkkinoille tarkoitettua musiikkia, ja analysoitaessa, miten se tuottaa rahaa, meidän on aloitettava tästä.

MARKKINOIDEN HALLINTA

Musiikkiteollisuudelle nuorisomarkkinat tulivat erityisen tärkeiksi vasta 1950-luvulla eli kauan sen jälkeen, kun se oli oppinut tulemaan toimeen popin uudelleenjärjestäytymisen kanssa, joka oli alkanut gramofonin ilmaantuessa vuonna 1899. Tärkein tekninen kehitys sodan jälkeen toimi äänilevyteollisuudelle kielteisesti: televisio otti radiolta kotien viihteen perusmuodon roolin jättäen radion erikoistumaan viehätystavoiltaan. Teini-ikäiset tulivat yhdeksi tärkeimmistä "erikoismarkkinoista". Samaan aikaan lp:n kehittymisen kanssa aikuiset lakkasivat ostamasta singlejä, radion musiikkiohjelmien raakamateriaalia. Äänilevy-yhtiöiden päivittäinen huomio kohdistui melkein täysin nuoriin.

Vanhat popmuusikot ilmaisivat pian huolensa seurauksista. Isossa-Britanniassa laulaja Harry Roy valitti: "Kun *me* esitimme laulun, me todella tarkoitimme sitä. Me opimme busineksen. Ollessani veljeni yhtyeessä minulta vei vuosia vain oppia kävelemään lavalle ja kumartamaan oikein. Nuoret nykyään eivät voisi välittää vähemmän ihmisistä, jotka ovat taiteilijoita." Frank Sinatra kutsui rock'n'rollia lyhyesti "brutaaleimmaksi, rumimmaksi, epätoivoisimmaksi, turmeltuneimmaksi ilmaisun muodoksi, jota minulla on ollut epäonni kuulla". Alec Wilder vain valitti, että rock on tuhonnut amerikkalaisten lauluntekijöiden "kypsän herkkyyden".

Musiikkiteollisuus perustettiin 1800-luvulla sävellys-, sanoitus- ja kustannusliiketoiminnaksi. Radioimisen ja levyttämisen traumaattiset vaikutukset siihen huomattiin suurimmalta osaltaan 1930-luvulla. Tin Pan Alley oli päätynyt hyötymään radiosta. Sen lauluntekijät tuottivat materiaalia yhtyeille ja laulajille, jotka tavoittelivat uudenlaista massayleisöä. Kustantajien tekijänoikeusjärjestö ASCAP pystyi kontrolloimaan täysin jopa sitä, *miltä* sen jäsenien tuotannon tulisi kuulostaa - kaikkien sovitusten tulisi painottaa melodiaa. Laulunkustantajien ja radioasemien samanaikaiset edut eivät kuitenkaan säilyneet 1930-luvulla. Vastauksena ASCAP:in vaatimukseen korkeammista esityskorvauksista radioasemat perustivat oman kustannusjärjestönsä BMI:n, jonka toiminta alkoi vuonna 1940. AS-

CAP/BMI -jako veti huomion kasvavaan eroon Tin Pan Alleyn materiaalin ja yhä useampien radion ohjelmantekijöiden haluamien laulujen (country, blues) välille. Tätä jakoa vahvisti radion ja äänilevyyhtiöiden kiinostuksen siirtyminen nuorisoon: rock'n'roll oli määritelmän mukaan BMI:n musiikkia (ja nyt on selvää, että *payola*-kuulustelut 1950-luvun lopulla olivat rock'n'roll-radion vastainen hyökkäys, jota ASCAP:in edut vauhdittivat).

Isossa-Britanniassa kustannusliiketoiminta oli samalla tavalla huolestunutta. Rock'n'roll kuultiin vanhan suuntauksen uutena ja vaarallisena ilmaisuna: brittiläisen popin "amerikkalaistumisena". Song Writers' Guild huomautti happamasti, että "tietysti, jos tuputat amerikkalaista musiikkia, niin joku vaatii sitä". Se vaati tiettyä rajoitettua kiintiötä radiossa soitettaville ulkomaisille lauluille ja levyille: "Vain niin on mahdollista hillitä itsepintaisia ulkomaisia vaikutteita, jotka ovat joitain vuosia voimakkaasti ja epämiellyttästi vaikuttaneet tämän maan populaarimusiikin jokaiseen suuntaukseen". Killan sihteeri väitti, että Elvis Presleyn levyjä ostettiin vain, koska teini-ikäiset yrittivät seurata muotia, ei sen takia, että he pitäisivät niistä: "Jos BBC alkaisi tuputtaa vaihteeksi laadukkaita lauluja, olen varma, että nuoret innostuisivat niistä." Kuten sanottu dj:llä oli liikaa valtaa: "Jos meidän populaarimusiikkivalikoimassamme täytyy olla suuri osa amerikkalaisia hittejä, niin olisi virkistävää, jos brittiläiset taiteilijat saisivat tehdä omia tulkintojaan näistä tuontilauluista." Tuollaiset argumentit olivat turhia. Teini-ikäisten markkinat olivat jo olemassa ja yhtä lailla brittiläiset kuin amerikkalaisetkin äänilevyyhtiöt olivat kiinnostuneempia täyttämään näitä tarpeita kuin vanhentuvien laulunteki jöiden toiveita.

Teini-ikäisten maun taloudellinen merkitys oli ensiksi osunut riippumattomiin äänilevy-yhtiöihin, jotka palvelivat mustien musiikkimarkkinoita 1950-luvun alussa. Esimerkiksi Jerry Wexler muistelee, että valkoiset nuoret alkoivat ostaa Atlanticin levyjä Carolinan osavaltioissa ja pitkin itärannikkoa. Yhtiö viittasi näihin yllätysmenestyksiin "rantalevyinä" - valkoiset teini-ikäiset kuuntelivat mustia soundeja kokoontuessaan rannoille juhlimaan ja virittivät radionsa parhaaseen tanssimusiikkiin. Paikallisella tasolla etenkin Etelässä yrittäjät huomasivat, että teini-ikäiset ostivat ja vaativat mustien levyjä, mustaa musiikkia, jota he tarkkailivat ja imivät itseensä. Herkkävainuiset dj:t ja vähittäismyyjät ottivat riskin *keskittyä* näille markkinoille, hylätä omat ei-nuoriso- ja ei-rock'n'roll -

kiinnostuksensa. Kuitenkin vain tällainen valikoiva keskittyminen paljasti markkinoiden laajuuden. Markkinoiden kasvaessa kasvoi myös rock'n'roll-yrittäjien määrä, kunnes tuli vaikeaksi erottaa syytä ja seurausta. Denisoff lainaa Mitch Millerin valitusta siitä, mitä radiolle oli tapahtumassa (Miller oli tuolloin CBS:n A&R-osaston johtaja):

> Rakensit itsesi huolella yhdeksi radion monarkeista ja niin vain menit ja luovuit ohjelmiesi vallasta 8-14 vuotiaiden vuoksi, tuon sileäposkisten joukon takia, joka edustaa 12 prosenttia maan väkiluvusta ja nollaa prosenttia sen ostovoimasta - jollet ota huomioon tukkanauhoja, jäätelötikkuja ja maapähkinänougatia. Nuorisoa täytyy palvella - mutta miten olisi jotain musiikkia meille muille?
>
> Voiko tietyn levyn kysyntä syntyä, koska soitat sitä ensin, vai vaativatko pennut sitä, koska he kuulivat sen ensin top 40:stä? Jos top 40 on vaalit, niin voisiko joku puhua rehellisten vaalien puolesta...[2]

Millerin sarkasmi oli suunnattua, mutta hänen kohteensa oli väärä. Teini-ikäisten ostovoima on saattanut olla rajallista, mutta se rajoittui juuri levyjen tapaisiin teini-ikäisten tuotteisiin. Nuorisolle suuntautuneet radioasemat saivat parempia kuuntelulukuja ja enemmän mainostajia kuin niillä oli ollut niiden yrittäessä taistella television kanssa aikuisten markkinoista. Miller valitteli tilannetta, jota radio heijasti muttei ollut aiheuttanut sitä. Ongelma oli amerikkalaisten vapaa-ajan tapojen muuttuminen sodan jälkeen ja sodanjälkeinen syntyvyyden räjähdys: Yhdysvaltain syntyvyysluvut nousivat 65 prosenttia vuosien 1945-47 välillä, ja 13-35 vuotiaiden joukko kasvoi joka vuosi 1970-luvun loppuun asti tuottaen nuoren kansalais-kuluttaja -pullistuman, joka raivasi tiensä markkinapaikoille.

Millerin esittämättä jäänyt huolestuminen koski hänen levy-yhtiönsä myyntilukuja. Suurten yhtiöiden osuus parhaiten myyvien singlelevyjen määrästä putosi puoleen vuosien 1955-58 välillä (riippumattomien yhtiöiden osuus säilyi korkeana 1960-luvun puoliväliin). Lopulta CBS:n kuten muidenkin täytyi reagoida teini-ikäisten makuun, liittää rock'n'roll-tähti tai pari yhtiön listoille ja täytyi oppia kuinka nämä uudet markkinat voitiin saavuttaa ja kuinka vaikuttaa niihin. Vuoteen 1958 mennessä oli syntynyt uusien myyntitapojen

verkosto - top 40 -radioasemat, teini-ikäisille tarkoitetut levytelineet, teinirytmin lehdet, teini-ikäisten televisio-ohjelmat ja elokuvat (elokuvan tuli radion lailla erikoistua television paineen alla ja se oli myös siirtynyt nuorten markkinoille: "Rock Around the Clock" teki valtakunnallisen vaikutuksensa *Blackboard Junglen* kautta - Elvistä markkinoitiin melkeinpä heti RCA-uran alusta Hollywoodin välityksellä).

"Tähän aikaan", kirjoittaa Dick Clark 1950-luvun lopusta, kun hän oli *American Bandstand* tv-ohjelman nuorekas isäntä, "päätin astua äänilevybusinekseen. Menin mukaan kykyjen etsintään, musiikin kustantamiseen, levyjenprässäykseen, levymerkkien luomiseen, jakeluun, kotimaisiin ja ulkomaisiin oikeuksiin, elokuviin, showmarkkinointiin ja teini-ikäisten kaupankäyntiin."

Teini-ikäisten musiikin nousu sisälsi silloin joukon uusia rahan hankkimisen mahdollisuuksia, mutta se ei vaikuttanut musiikkiteollisuuden perimmäisiin rakennelmiin: 1950-luvun loppuun tultaessa nuorisomarkkinoiden riistäminen merkitsi vain vanhaa muotoa - perinteistä poplaulua - uudella sisällöllä - teiniangstilla. Tämä oli erityisen selvää Isossa-Britanniassa, missä ei ollut mustan musiikin markkinoita ja vain vähän nuorille suunnattuja radioasemia. Joitain muutoksia oli tapahtunut markkinoiden vaatimuksissa, siirtyminen amerikkalaisiin levyihin (varmistaakseen amerikkalaisten tuotteiden jatkuvan virran EMI osti vuonna 1955 amerikkalaisen yhtiön Capitolin), mutta hallitsevat brittiläiset yhtiöt EMI ja Decca jäivät hallitseviksi markkinoiden omia rockaajiaan (Cliff Richard, Tommy Steele) ja tuottivat yhä ainakin kolme neljäsosaa hiteistä.

Juuri siksi, että rock'n'rollilta puuttui todellinen vaikutus äänilevyteollisuuteen, amerikkalaisen folkbluesin brittiläinen versio, skiffle, oli niin tärkeä brittiläisten nuorisomarkkinoiden kehitykselle. Skiffle, akustista musiikkia halvoilla kotitekoisilla instrumenteilla soitettuna, antoi nuorille brittimuusikoille mahdollisuuden kehittää omia ideoitaan (jotka pian suuntautuivat rock'n'rolliin tai rhythm and bluesiin) teollisuuden puitteiden ulkopuolella. Skiffle antoi heille folkin tapaisen varmuuden soittaa ilman siloittelua, showbusinesta, neuvoja ja pääomaa. Välittömimmin huomattava asia Beatlesista, kun yhtye viimein nousi hittilistoille (Lennon ja McCartney olivat aloittaneet uransa skiffle-yhtyeissä), oli heidän irrallisuutensa Tin Pan Alleysta - he tekivät omat laulunsa.

Ja he tekivät sopimuksen EMI:n kanssa. Kaikki brittiläisten yh-

tyeet "beat-huuman" aikana tekivät sopimukset suurten yhtiöiden kanssa - vuosina 1963-64 Decca ja EMI tuottivat lähes 80 prosenttia Ison-Britannian parhaiten myyneistä levyistä. Teollisuuden kannalta mikään ei oikeastaan näyttänyt uudelta (paitsi radion reaktio, merirosvoradio Radio Carolinen ensimmäinen lähetys vuonna 1964). *Retail Businessin* äänilevyjen erikoisnumero teki tuona vuonna kaksi varmaa ennustusta: teini-ikäisten markkinoiden liikkuvuus tulee jatkumaan - "jopa Beatlesin odotettu elinikä 'listojen kärjessä' olisi mitattava kuukausissa eikä vuosissa"; ja stereolevyjen myynti, silloin noin 12 prosenttia brittiläisistä markkinoista, ei tulisi nousemaan - "stereon tulevaisuutta näyttää rajoittavan se, että sen teknisiä etuja voidaan täysin hyödyntää vain klassisessa musiikissa... On tärkeitä markkinointisyitä, jotka tekevät sen sopimattomaksi popmarkkinoille."

Kaksi vuotta myöhemmin *Retail Business* ilmoitti halvan stereosoittimen tulosta markkinoille ja lp-levyjen myynnin jatkuvasta noususta - "tämä saattaa olla markkinoiden tuottavin alue". Vuonna 1968 lp-levyjä myytiin yhtä paljon kuin singlejä. Vuonna 1969 kaikki levyt tehtiin stereona. Kaikissa näissä kehitysaskelissa Iso-Britannia seurasi Yhdysvaltojen markkinoiden esimerkkiä. Yhdysvalloissa vuonna 1969 stereo-lp:t vastasivat 80 prosentista äänitteiden myynnistä.

Isossa-Britanniassa halvat stereot olivat tärkein tekninen kehitys ja merirosvoradio (lahjonnan kautta avoin pienille levy-yhtiöille) markkinoinnin tärkein kehitysaskel, jotka antoivat "riippumattomille" (pienille, yhden merkin äänilevy-yhtiöille) mahdollisuuden kilpailla "suurten" (Decca, EMI, Pye ja Philips) kanssa - vuonna 1970 "riippumattomat" tuottivat 20 prosenttia vuoden top ten -hiteistä. Suora kilpailu oli myös tulossa amerikkalaisten taholta. Vuonna 1964 CBS osti Oriolan jakeluverkoston. RCA toimi jo itsenäisesti, ja vuosikymmenen lopulla nämä kaksi yhtiötä yhdistyivät WEA:n kanssa. Iso-Britannia oli alkanut kärsiä käynnistyneen rockvallankumouksen seurauksista.

Beatlesin suosion tärkein vaikutus oli rockin vetovoiman leviäminen työväenluokan teini-ikäisten perustasta. Isossa-Britanniassa Beatlesin ja Stonesin yleinen suosio, halpojen stereoiden kehitys, merirosvoradion käynnistyminen ja uusi yliopisto- ja klubiesiintymistilojen ketju merkitsivät nuorisomarkkinoiden ilmaantumista, mitä vakiintuneet äänilevy-yhtiöt eivät heti ymmärtäneet. Nämä

nuoret kehittivät omat yrityksensä, omat klubinsa ja esiintymispaikkansa, oman musiikkinsa. 1968 "progressiivisen" rockin kaupallinen elinvoimaisuus oli selviö. Myös uusi joukko itsenäisiä äänilevytuottajia ja ohjelmatoimistoja, konserttipromoottoreita ja kauppiaita ilmaantui (monet heistä olivat aloittaneet yliopistojen "ohjelmasihteereinä" - tästä tuli uusi lähtöpiste uralle ääniteteollisuudessa). Vuonna 1968 EMI perusti oman "progressiivisen" merkkinsä, Harvestin, jota seurasi muutaman vuoden sisällä Philipsin Vertigo, Pyen Dawn, Deccan Niva ja RCA:n Neon. Nämä merkit tekivät jakelusopimuksia uusien itsenäisten tuottajien kanssa ja yksikään näistä merkeistä ei ollut erityisen tuottava; ainoastaan Vertigo ja Harvest ovat hengissä.

Menestyneiden muusikoiden omien levymerkkien luominen oli rinnakkainen kehitys. Beatles perusti Applen vuonna 1968 "avatakseen tien taiteelliseen täyttymykseen lauluntekijöille, muusikoille, laulajille ja maalareille, jotka eivät ole löytäneet hyväksyntää kaupallisessa maailmassa". Moody Blues seurasi vuotta myöhemmin samalla tavalla idealistisella Thresholdilla. Kumpikaan näistä merkeistä ei menestynyt kuitenkaan sen pidempään kuin niiden tähtien julkaisut. Isossa-Britanniassa 1960-luvun lopulla perustetut menestykselliset riippumattomat levy-yhtiöt (Island, Chrysalis, Charisma) olivat ohjelma- ja tuotantotoimistojen laajentumia, niiden riippumattomuus perustui taloudellisiin eikä ideologisiin näkökohtiin, niiden menestys perustui siihen, miten ne reagoivat uusiin markkinoihin eikä uuteen musiikkiin. Kuten Islandin silloin toimitusjohtaja David Betteridge asian ilmaisee:

> Oli uusi, älykäs rock - en tarkoita sitä missään kyynisessä mielessä - oli rakennettu uusi yliopistojen ketju ja nousemassa oli uusi yleisö. Ja me toimimme yhdessä, täytimme heidän tarpeitaan. Me olimme heille väline ja kaikki vain loksahti paikoilleen.[3]

Tai Rohan O'Rahillyn, Radio Carolinen pomon sanoin: "Nuoriso vain syöksähteli ympäriinsä. Pystyi tekemään paljon rahaa."

Uudet levymerkit saavuttivat uudet markkinat uusien markkinointi- ja jakelumuotojen kautta - keskittymällä lp-levyihin singlejen sijaan, panemalla tekstit kansiin ja myymällä laadukasta soundia, käyttämällä yliopistojen saleja tanssipaikkojen sijaan, käyttämällä

rockohjelmia popohjelmien sijaan (merirosvoasemat hiljennettiin vuonna 1967 ja BBC aloitti Radio 1:n, oman versionsa top 40 -asemasta) ja käyttämällä postimyyntiliikkeitä kuten Virgin Records. Nämä muutokset tapahtuivat levyjen tuotantoprosessin loppupäässä, ne olivat suorassa suhteessa yleisöön. Jokaisessa kaupungissa ja maakunnassa oli omat muodikkaat promoottorinsa, pubinsa, festivaalinsa ja hippikauppansa. Lontoossa olivat kukoistavat muodikkaat studiot ja levynmyyjät, undergroundklubit ja -lehdet. "Progressiivinen" rock institutionalisoitui ja *Rolling Stone* julisti "uutta yhteisöä".

Ison-Britannian hippien toimet olivat tietoista Yhdysvaltojen tapahtumien jäljittelyä, mutta Yhdysvaltain musiikkiteollisuuden mullistukset alkoivat Beatlesin mukana, joka Elviksen tapaan tuli listoille "ulkopuolisena" ja paljasti uudenlaiset musiikkimarkkinat. Rock'n'rollin sulautuminen teini-ikäisten popiin 1950-luvun lopulla oli rajoittanut sen yleisöä sekä iältään että yhteiskuntaluokaltaan - levyjen myynti todellakin laski - alkujaan Beatles myytiin Yhdysvaltoihin teini-ikäisten popyhtyeenä - Ed Sullivan ja radion top 40 -asemat mursivat heidät läpi. Mutta kuten Isossa-Britanniassa Beatles viehätti tavoilla, joita levy-yhtiöt eivät osanneet ennustaa, myös eiteini-ikäisten markkinoita: esikaupunkilaisia, opiskelijoita, ihmisiä, jotka ajattelivat kasvaneensa ulos rock'n'rollista ja olivat paenneet *Bandstandin* banaalisuuksia folkklubeihin ja konserttisaleihin ja muistivat nyt, kuinka paljon he pitivät tanssimisesta.

Uuden rock'n'roll-maun seuraukset keksittiin taas paikallisella tasolla. 1960-luvulla nuorisokulttuuri oli vapaa-ajan kulttuuria, joka sai ilmaisunsa ensin kulutuksen uusissa kaavoissa, ja radion ohjelmantekijät olivat ensimmäisenä hyödyntämässä nuorison uusien tapojen kaupallisia mahdollisuuksia (jako keskipitkiin aaltoihin ja ulaan mahdollisti heidän yksinomaisen keskittymisensä näihin markkinoihin). Heihin liittyi pian vaihteleva joukko muita musiikillisia yrittäjiä - kauppiaita, klubien omistajia, festivaalien järjestäjiä, konserttipromoottoreita - jotka kaikki käyttivät uusia "underground"-instituutioita, radio-ohjelmia ja sanomalehtiä, uusien markkinointitekniikkojen välineinä. Ja jos Montereyn festivaalit symboloivat suurien yhtiöiden tuloa tälle näyttämölle (festivaalin tähdet kiinnitettiin nopeasti), niin sen jälkisato paljasti sen uutuuden: rockmuusikot eivät sulautuneet tähdentekemisen tavallisiin kaavoihin vaan tulivat uudenlaisiksi idoleiksi. Heidän musiikkiaan markkinoitiin

taiteellisena hyödykkeenä; heidän suhteensa levy-yhtiöihin olivat hellävaraisia (välittäjänä toimi "yhtiön kummajainen"); heidän yleisöjään ei voinut työnnellä *Bandstandin* lavarakennelmissa, vaan heitä täytyi kontrolloida muusikoiden itsensä kautta. Levy-yhtiöiden suhtautumisen selvin muutos tapahtui Beach Boysin, 1960-luvun tärkeimmän amerikkalaisen yhtyeen, käsittelyssä. Heidän lähestymistapansa musiikin tekemiseen ennen Beatlesin ilmaantumista ennakoi vahvasti mitä oli luvassa: Beach Boys ei vain tehnyt omia laulujaan vaan myös tuotti omat levynsä, käytti omia studioitaan. Kuitenkin suurimman osan ajasta, jonka se oli Capitolilla, sitä käsiteltiin, markkinoitiin ja myytiin teini-ikäisten juhlimisyhtyeenä; yhtyeen jäsenistä tuli "taiteilijoita" siirtyessään Warner Brothersille, sen jälkeen kun rockvallankumous oli voitettu.

Tämä "vallankumous" koski selvimmin luovuutta ja kilpailua. Rockideologia perustui valinnan käsitteeseen - taiteilijan ja kuluttajan valintaan - ja valinnan oletettiin olevan taattu sillä perusteella, että ääniteteollisuudessa oli mukana nuoria ihmisiä enemmän kuin koskaan ennen. Tällä levyteollisuuden avautumisella ei ollut kuitenkaan odotettuja vaikutuksia. 1960-luvun loppuun mennessä levy-yhtiöt olivat tajunneet, että rockilla pystyi hankkimaan paljon enemmän rahaa kuin muilla popin muodoilla. Woodstockin festivaalit vuonna 1969 olivat tosiaankin "rockyhteisön" suuresta koon että suurten rockmarkkinoiden symboli. Mukana olleet tähdet vaativat neli-viisinumeroisia summia esiintymisistään, mikä oli paljon enemmän kuin he olivat ennen saaneet mutta mistä tuli nyt rockkonserttien käytäntö. Suuret äänilevy-yhtiöt alkoivat käyttää ylivoimaisia taloudellisia resurssejaan kiinnittääkseen, levyttääkseen, mainostaakseen ja kontrolloidakseen kaikkia menestyksellisiä rockesiintyjiä. Esimerkiksi yhdysvaltalaiset yhtiöt valloittivat Ison-Britannian käyttääkseen sitä pikemminkin kykyjen lähteenä kuin markkina-alueena. Creamin ja Jimi Hendrixin menestys Yhdysvaltain valtavilla, naiiveilla teini-ikäisten markkinoilla todisti, että rock oli ongelmattomampi hyödyke kuin sen alkuperäiset ideologit olivat väittäneet. Vakiintuneiden äänilevy-yhtiöiden ja "itsenäisten" rockyrittäjien välille taottiin uudenlainen suhde. 1970-luvun lopulle tultaessa äänilevytuotanto sisälsi erikoispalvelujen myymisen ja ostamisen sarjan (palvelujaan tarjosivat "itsenäiset" managerit, lakimiehet, radio- ja konserttikonsultit, promoottorit, sanomalehtimiehet, turvallisuusyhtiöt, autonkuljettajat, studio- ja lavavälineiden suunnittelijat jne.). "Rockin

valinnat" eivät pitäneet mukanaan "hyödykkeistämistä" vaan ammattilaistumista, kun nämä rockin spesialistit vaativat toisiltaan ehdotonta tehokkuutta.

Monille rockin ihailijoille rockammattilaisten nousu on ollut raastavaa. Illuusion romuttamista kuvaa hyvin Stephen Holdenin romaani *Triple Platinum*, sisäpiirin näkemys ääniteteollisuuden henkilökunnan epämiellyttävyydestä, joiden synti ei niinkään ole ahneus vaan tylsyys.

Colin MacInnes esitti kerran, että

> aina muinaisen Egyptin päivistä asti ja kauempaakin äänekkäät rahanimijät ovat tukeneet, aluksi kaikesta huolimatta, populaaritaiteita viekkaalla pajatuksella ja suurella melulla: toisin sanoen impressaariot, joita lakkaamatta ahdisteli koko markkinoinnin yritystoiminta ja jotka itse olivat emotionaalisesti mukana seikkailussa riippumatta siitä mitkä heidän muut motiivinsa olivat.[4]

Ongelma on nyt se, että mainosmiehistä on tullut byrokraatteja, he ovat mukana rockissa uran eikä seikkailun vuoksi. Kehitys heijastelee rockin hyödykemuodon ristiriitoja, jotka pyörivät kehitys/kontrolli -säeparin ympärillä tai taloudellisin käsittein ilmaistuna maksimivoitto/minimitappio -parin ympärillä. Jos mainosmiehet esittivät kulttuurikapitalistia riskinottajana, niin byrokraatit esittävät kulttuurikapitalistia riskinvälttäjänä. On paradoksaalista, että kun suurin osa ääniteteollisuuden käytännöistä suunnitellaan välttämään tappioita palvelemalla yksinkertaisesti ja tehokkaasti vakiintuneita markkinoita ("antamalla yleisölle sitä mitä se jo haluaa"), niin suurimmat voitot tulevat juuri niinä hetkinä ja niiltä taiteilijoilta, jotka uhmaavat normaaleja markkinaviisauksia. Jos menestyksellisistä helppoheikeistä uhkapelinsä vakautettuaan on tullut byrokraatteja, niin tylsimmät byrokraatit ikävöivät monenlaisista syistä uhkapeliä.

Musiikki ei koskaan voi olla *vain* tuote (vaihdettava arvo) edes sen raaimmassa hyödykemuodossa; äänilevyjen taiteellisella arvolla on välttämätön, monimutkaistava vaikutus niiden tuotantoon. Kulttuuristen tavaroiden käyttöarvo (syy miksi ihmiset ostavat niitä) riippuu esteettisestä arvojärjestyksestä: niiden kysyntää on vaikeampi ohjailla kuin selvemmin hyödyllisten tavaroiden kysyntää - kulttuuri-

teollisuuden on annettava tarjolle paljon suurempi määrä hyödykkeitä kuin niitä lopulta myydään. Esimerkiksi joka vuosi julkaistavista 4000-5000 lp:stä vain 10 prosenttia tuottaa voittoa ja toiset 10 prosenttia peittää tuotantokustannuksensa (samanlaisia tilastoja on kirjankustannuksesta, analogisesta kulttuuriteollisuudesta). Koska ääniteyhtiöt myyvät ainoastaan pienen osan julkaisemistaan nimikkeistä, niiden täytyy sen sijaan maksimoida tuottonsa levyistä, jotka myyvät, ja minimoida tappionsa niistä, jotka eivät myy - tästä on peräisin rockin "riskin" tärkeä asema.

Musiikkiteollisuuden pääoman investoinnit yksikköä kohti ovat tosiasiassa suhteellisen pienet (verrattuna esimerkiksi elokuvan tekemisen kustannuksiin). Ääniteyhtiöiden menot ovat sidoksissa "infrastruktuurin" ylläpitämiseen - levynvalmistuslaitokset, äänitysstudiot, A&R-osastot jne. Näiden kustannukset täytyy peittää jatkuvasti (riippumatta yksittäisen äänitteen kuluista), ja äänilevy-yhtiöt yrittävät käyttää kiinteää pääomaansa täysin hyväksi pyörittämällä puristuslaitoksia ilman taukoja, käyttämällä studioita 24 tuntia vuorokaudessa ja pitämällä myyntijoukkueet jatkuvasti kiireisinä. Suurin osa tästä energiasta kulutetaan levyihin, jotka eivät maksa itseään, mutta levyt, jotka myyvät hyvin, peittävät omat kustannuksensa moninkertaisesti *ja siten* peittävät myös kaikki nämä yleiset kustannukset. Äänilevy-yhtiöiden riski ei ole siinä, ettei joku yksittäinen levy myy, vaan se, ettei *mikään* niiden julkaisuista tule menestykseksi. Ääniteyhtiöiden ongelma on, että tarvittavat myyntiluvut riippuvat kilpailevista markkinointimekanismeista, joita levyjen tekijät eivät itse täysin kontrolloi. Juuri tämä markkinointiongelma synnyttää "suodatusprosessin" varmistamaan, että yhtiöt *reagoivat* tehokkaasti markkinoiden vaatimuksiin, joita ne eivät suoraan voi manipuloida.

Tässä on taas selvä vertailukohta kirjankustantajiin: sekä levyn- että kirjankustantajat ovat riippuvaisia tuloista, jotka peittävät niiden pitkäaikaiset kulut pienellä määrällä hyvin myyviä tuotteita, joiden suosion kesto on tavallisesti lyhytaikainen. Molemmat alat ovat kehittäneet strategioita maksimoidakseen myyntinsä, ovat oppineet miten iskeä, kun tuote on "kuuma", ja kuinka pienentää tappioita, kun tuote ei myy. Ääniteteollisuuden suodattimet ovat toisin sanoen tapoja käsitellä ylituotannon sisäänrakennettuja ongelmia - äänilevyyhtiöllä on käsissään aina liikaa tuotteita, ne tarvitsevat aina keinoja keskittää huomionsa mahdollisiin hitteihin. Juuri tässä kontekstissa

meidän tulee tutkia musiikkiteollisuuden portinvartijoiden työtä. Kolme ratkaisevaa päätöstä ovat: kuka levyttää, mitä levytetään ja mitkä levyt saavuttavat yleisön.

PÄÄTTÄMÄSSÄ KUKA LEVYTTÄÄ

A&R tarkoittaa "artist and repertoire", "taiteilija ja ohjelmisto". A&R-mies (on vain harvoja A&R-naisia) on vastuussa siitä, mitä musiikkia yhtiön levymerkillä julkaistaan. Hän on vastuussa taiteilijoiden kiinnittämisestä merkille, heidät siinä pitämisestä (tai hylkäämisestä) ja heidän nimissään julkaistuista äänitteistä. Juuri A&R-miesten, kuten jalkapallomanagerien, täytyy kantaa tappion taakka, ja heidän työnsä, kuten jalkapallomanagerienkin, vaatii monenlaisia taitoja.

Suuri osa A&R-miehen ajasta (ja hänen kenttähenkilöstönsä ajasta) kuluu katselemalla ja kuuntelemalla tuntemattomia esiintyjiä, arvioimalla heidän mahdollisuuksiaan - "bändäri sekkivihon kanssa" on yksi heidän omista määritelmistään. Kuitenkin tämä on vain yksi kykyjen etsinnän muoto. Toinen on salametsästys - esiintyjän nappaaminen, kun sopimus kilpailevan yhtiön kanssa umpeutuu. Tähän on erilaisia syitä. Joskus toivotaan hiipuvan uran elpymistä, joskus siirtymiseen sisältyy täydellinen musiikillisen suunnan muutos. Joskus uusi yhtiö yksinkertaisesti tarjoaa suuremman vapauden jatkaa töitä samalla tavalla siinä uskossa, että esiintyjä ei ole vielä saavuttanut maksimimarkkinoitaan - näissä sopimuksissa A&R-osasto tarjoaa yhtä lailla sympatiaa kuin rahaakin. Kyynisemmällä tasolla yhtiö voi yksinkertaisesti tarjota menestykselliselle esiintyjälle enemmän rahaa kuin kilpailijansa; päätös perustuu kylmään rahan laskemiseen: Mikä on esiintyjän kyky hankkia rahaa? Mitä meillä on varaa tarjota? Nämä kiinnitykset ovat samanlaisia kuin ammattiurheilussa - jopa suurimpien tähtien suhteen täytyy arvioinnit tehdä aina tulevaisuuden pelikyvyn suhteen. Ja A&R-miehet toimivat samalla tavalla esiintyjiensä myymisessä: Jerry Wexlerin sanoin: "Loppuunkuluneiden taiteilijoiden myyminen ennen kuin muut yhtiöt huomaavat heidän olevan lopussa on hyvää liiketoimintaa." Muusikoita käsitellään omaisuutena, jokaisella on hintansa, mitattava arvo, jota voidaan käyttää hyödyksi, korottaa ja realisoida markkinapaikalla. Dick Clark muistelee, että Tony Bennett "saattoi soittaa

minulle kertoakseen, että hänen sopimuksensa oli tulossa uusittavaksi ja että hän tarvitsi kiinnitystä *Bandstandiin* kohentaakseen levyjensä myyntiä".

A&R-miehet eivät vain arvioi esiintyjiä, heidän täytyy myös pystyä huomaamaan levyt. Ulkomaisia luetteloita täytyy käydä läpi - onko brittiläinen levy, jonka lisenssisopimus on saatavissa, mahdollinen amerikkalainen menestys? On mahdollisuuksia ovelaan vanhan materiaalin uudelleen julkaisuun - menetetään vähemmän rahaa, jos "oldie" ei menesty, ja tuotot onnistuneesta uudelleenjulkaisusta ovat suuremmat; vanhojen levytysten läpikäyminen on osa A&R-rutiinia. Ja tärkeimpänä, "itsenäiset" tuottajat tarjoavat nauha- ja levysopimuksia - ovatko ne julkaisemisen arvoisia?

Jo vuonna 1970 Paul Hirsch arvioi, että Yhdysvalloissa oli yhtä paljon itsenäisiä tuottajia ja A&R-miehiä - he toimivat teollisuuden turvaverkkona. Itsenäisillä tuottajilla hän tarkoitti yhtiöihin palkkaamattomia, jotka keksivät taiteilijoita, äänittivät heitä itse ja myivät tai vuokrasivat tuloksena olleet nauhat levy-yhtiöille. Itsenäiset nauhasopimukset tulivat 1970-luvulla vielä tärkeämmiksi, kun yhä useammat äänilevy-yhtiöt huomasivat, että nauhat voisivat vähentää niiden omien A&R-osastojen kuluja ja riskejä. Vuokraussopimuksessa (joka on nykyään tavallisin sopimus) tuottaja antaa nauhansa levy-yhtiölle valmistettavaksi ja levitettäväksi ja saa prosenttiosuuden mahdollisesta levymyynnin tuotosta. Jos tuollaiset vuokratut levyt menestyvät, ääniteyhtiön täytyy maksaa korkeampi royaltykorvaus jokaisesta myydystä kappaleesta, kuin jos se olisi kiinnittänyt ja äänittänyt esiintyjän itse (nyt on mukana ylimääräinen maksu itsenäiselle tuottajalle). Mutta jos levy ei menesty, se on halpa sopimus - yhtiö on säästänyt tuotantokustannukset. Tämä on erityisen houkutteleva tapa riskien välttämiseen epävarmoilla markkinoilla tai musiikinlajeissa, joita yhtiö ei ole tottunut käsittelemään tai myymään (kuten disko ja punk alkuperäisissä muodoissaan). Samalla se on yhtiön turvallisuuteen kyllästyneille A&R-miehille keino päästä takaisin rockseikkailuun - menestyneimmillä yhtiöiden miehillä on houkutus ryhtyä yksityisyrittäjiksi (joita usein alkuun heidän entiset yhtiönsä rahoittavat korvauksena ensioikeudesta vuokraukseen - sana "itsenäinen" tässä yhteydessä ei ole niin yksiselitteinen kuin miltä se kuulostaa).

Kaikki A&R-päätökset ovat periaatteessa taloudellisia, ja laskelmat täytyy tehdä täsmällisesti. Yhtiöt eivät vain kiinnitä yhtyettä ja

jätä asiaa siihen; ne laskevat tarpeelliset investoinnit suhteessa mahdollisiin tuloihin. Tästä herää ilmeisiä kysymyksiä: Kuinka valmis esiintyjä on levyttämään? Mitkä äänityskulut ovat tarpeelliset? Kuinka paljon ennakkoa esittäjän pitäisi saada laitteiston hankkimiseen? Kuinka paljon yhtiön tulisi antaa apua esiintymisten, kiertueiden ja julkisuuden järjestämisessä? Kuinka suuri mainosbudjetin tulisi olla?

Vastaukset riippuvat yhdestä yksinkertaisesta näkökohdasta: Kuinka paljon esiintyjä tulee ansaitsemaan? Ja ongelmat alkavat tästä. Yhtiöt saattavat laskea tämän väärin, ja sen lisäksi jakavat esiintyjänsä mahdollisiin ansaitsemisluokkiin - aivan kuin kirjankustantamisessa, mahdollinen bestseller (arvio tehty etukäteen) saa enemmän tukea kuin taiteilija, jolla on oletettu "erikoistunut" tai "alemman tason" kiinnostus. Päämääränä on menestyksellinen ura, ja arvioinnin kohteena on muusikoiden vetovoiman mahdollinen pitkäikäisyys - "onko yhtye punapuuta vai Hollannin jalavaa?", kuten eräs CBS:n pomo ilmaisi. Alemman liigan muusikot tuntevat itsensä epäilemättä syrjityiksi, ja tämä onkin yksi suurimmista syistä sopimusten muuttamiseen - yhdessä yhtiössä alemman liigan esiintyjäksi toivoo tulevansa kohdelluksi ylemmän liigan jäsenenä toisessa (siksi Gladys Knight and the Pips siirtyi Motownilta Buddahille). Tässä yhteydessä ääniteyhtiöiden välinen kilpailu on ilmeisen epätasaista: joillakin on paljon enemmän riskipääomaa kuin toisilla, jotkut voivat ottaa uran rakentamiseen paljon pitemmän näkökulman, jotkut voivat jopa tietoisesti pestata "epäkaupallisia" esiintyjiä antaakseen merkille "täyteläisen imagon" (WEA:n tapaus). Pienten yhtiöiden täytyy sen sijaan tavoitella tuloja jokaisesta julkaisemastaan levystä ja niiden strategiana on erityisen identiteetin kehittäminen ja vain siihen sopivien esiintyjien kiinnittäminen. Motown teki näin souliin erikoistuneena merkkinä 1960-luvulla. Osaksi sen esimerkistä inspiroituen Island seurasi mallia own teki näin souliin erikoistuneena merkkinä 1960-luvulla. Osaksi sen esimerkistä inspiroituen Island seurasi mallia progressiivisen rockin merkkinä - yhtiön tarkoitus oli koota yleisö, joka luottaisi logoon ja kuuntelisi myötätunnolla merkin *mitä tahansa* esiintyjää. Tämä oli myös Factoryn ja Rough Traden tapaisten edistyksellisten punkyhtiöiden asenteena 1970-luvun lopulla.

Taiteilija on sidottu ääniteyhtiöön sopimuksella, joka vaatii tietyn määrän "tuotteita" vuodessa. A&R-osaston on varmistettava, että sopimuksen ehdot täytetään, ja A&R-miehen tehtävä kaikissa äänite-

yhtiöissä on muokata kiinnittämänsä kyky myytäväksi tuotteeksi. Janis Ian sanoo päivistään CBS:lla: "Clive Davis ei uskonut albumiin, joka oli yksityisluontoinen selvitys, ellei siinä ollut singleä." Ellei siinä toisin sanoen ollut uraa, jolla oli mahdollisuuksia tulla soitetuksi radiossa ja levyautomaateissa. Mary Martin WEA:sta sanoo vastaavasti:

> Uskon todella, että taiteilijan vastuu ääniteyhtiölle tarkoittaa parhaan mahdollisen tuotteen tekemistä, *parhaalla* tarkoitan lahjakkuuden näkökulmasta radioaalloilla viestimen ehdoin *helposti lähestyttävää*. Ei kaikkea tätä nautinnonhaluista hevonpaskaa, jota kirjoitetaan hypnotisoimaan pienten teiniikäisten mieliä. Se on pelkkää paskaa. Kaupallisuuden tulisi syntyä mielessä luonnollisesti.[5]

Kuitenkaan ei ole keinoa pakottaa muusikkoa tekemään musiikkia eikä varmastikaan keinoa pakottaa tekemään hyvää (tai kaupallista) musiikkia (tai esittämään hyvin, vaikka live-levyt ovat tavallisesti ratkaisuna inspiraation puutteeseen). Sopimuksen korostaminen tarkoittaa kaikkien pitämistä tyytyväisinä: pitämällä kulut alhaalla ja mielen korkealla, estämällä sekoilut ja suuttumiset, sovittelemalla yhtyeen riidat, pitämällä muusikot tien päällä, kun heidän pitää siellä olla, studiossa kun heidän pitää olla siellä, viemällä heidät "taiteellisen kehityksen" -osaston läpi ja tekemällä heistä hyviä ammattilaisia. Useimmat A&R-osastot olettavat nykyään, että tämä työ on mahdotonta, ellei yhtyeellä ole omaa tehokasta asioiden hoitoa.

Managerin ensisijainen tehtävä on hankkia asiakkaalleen korkeimmat mahdolliset tulot, ja vaikka työ vaihtelee asiakkaan uran kehittyessä - esiintyjän tunnetuksi tekemisen alkuvaiheista viimeiseen vaiheeseen, jossa suojellaan tähteä riistämiseltä - niin perustarkoitus on aina järjestellä taloutta ja neuvotella parhaat sopimukset. Kahden vastapuolen suhteellinen voima ääniteyhtiö/muusikko -suhteessa riippuu esiintyjän suosiosta ja sopimuksen tilasta. Kun esimerkiksi tulee sopimuksen uudistamisen aika, menestyksellinen esiintyjä voi käyttää hyväkseen kilpailua palveluistaan parantaakseen sekä tulojaan että musiikillista kontrolliaan. Välittäjän rooli toimii kuitenkin molemmin päin. A&M erotti Sex Pistolsin huolimatta juuri maksamistaan ennakoista, koska A&R-osasto huomasi ettei voinut työskennellä manageri Malcolm McLarenin kanssa. Toisin sanoen

manageri ei ole vain muusikoiden omien intressien edustaja vaan myös takaa, että ne ovat ääniteyhtiön käsittein "kohtuullisia".

Managerin varhaisin yhteistyö esiintyjän kanssa on itse asiassa useimmiten pankkiirina, pääoman lähteenä toimiminen, mikä mahdollistaa sen, että yhtyeen jäsenet ostavat laitteita ja elättävät itsensä harjoitellessaan. Tavallisin taloudellinen sopimus on se, että manageri saa prosenttiosuuden (yleisimmin 20-25 prosenttia) asiakkaansa kaikista tuloista, ja yhtye voi olla yhtä lailla investointi managerille kuin ääniteyhtiölle. Tony Stratton-Smith, Lindisfarnen, Genesiksen, Bell'n'Arcin ja Van Der Graaf Generatorin manageri 1970-luvun alussa sanoo:

> Kaikki yhtyeemme ovat palkattuja tai saavat ennakkomaksuja, miten tahansa sitä halutaankaan kutsua. Syynä tähän on se, että alkuaikoina heidän tulonsa olivat hyvin epätasaiset. Joskus heillä oli hyvä viikko, joskus huono, ja minusta tuntuu, että vähintään minimimäärä turvallisuutta on tarpeellista yhtyeelle, jotta se ... olisi objektiivinen tärkeitä asioita kohtaan. Sellaisia ovat heidän esiintymisensä ja laulujen tekemisensä, ja niin kauan kuin he pystyvät maksamaan vuokransa ja elämään ja tekemään kaikkea tällaista joka viikko, on todennäköistä, että he työskentelevät hyvin. Se on se vanha juttu, että tyytyväiset lehmät lypsävät parhaiten. Siksi ainakin meidän metodillamme täytyy valmistautua ylläpitämään yhtyettä pitkänkin aikaa.[6]

Useimmat managerit ovat mukana itse "tuotteen" luomisessa. He näkevät roolinsa showmiehinä: heidän tehtävänsä on varmistaa asiakkaiden kaikenpuolinen vaikutus, luoda imago, joka myy parhaiten. Seuraavassa agentti Frank Barsalonan antaa arvion Dee Anthonysta, 1970-luvun puolivälin menestyksellisimmästä rockmanagerista (Humble Pie ja Peter Frampton):

> Suurin syy Deen etevyyteen on, että hän tekee paljon sellaista, mitä nuoret managerit eivät tee. Entisaikaan, kun esiintyjä soitti klubeissa, heitä autettiin panemaan kasaan esitys, jossa oli vahva alku ja huippuja ja laskuja. Esitys muokattiin visuaalisesti tehokkaaksi, emotionaalisesti vetoavaksi ja kaikkia noita juttuja. Tämän päivän nuoret managerit eivät ole kos-

kaan olleet mukana tuollaisessa. He eivät tiedä kuinka esitys pannaan kasaan. Niin, se on yritystä ja erehdystä. Tämän yrityksen ja erehdyksen jakson aikana monet esiintyjät menetetään. Dee työskentelee esiintyjiensä kanssa ja muokkaa heidän esityksiään. Esimerkiksi kun Humble Pie soitti ensimmäisenä iltanaan Yhdysvalloissa, Detroitissa, menimme kuuntelemaan heitä; showssa oli kaikki pielessä. Meillä oli tapaaminen seuraavana aamuna Humble Pien kanssa ja muutimme shown kokonaan toisenlaiseksi. Tuona iltana he saivat vain vähän suosionosoituksia. Seuraavana iltana heidät taputettiin lavalle kaksi kertaa uudestaan. Dee osaa juurruttaa esiintyjiinsä uskomattoman luottamuksen. Hän heiluu yhtyeen kanssa ennen showta kuin Knute Rockne. Se tuntuu hullulta, mutta se toimii. Hänen esiintyjänsä tosiaan uskovat olevansa tähtiä, ennen kuin todella ovat. Ja Dee uskoo myös.[7]

Tästä kuvauksesta voi päätellä, että rockesiintyjät ja heidän managerinsa työskentelevät joukkueena, yhteisestä menestymisen halusta, mutta käytännössä manageri/asiakas -suhde voi olla aiheena monelle ristiriidalle rock-hyödykkeenä -ajattelussa. Muusikot saattavat päättää, että heidän managerinsa eivät ole tarpeeksi hyviä liiketoiminnan pyörittämisessä (näin tapahtuu usein managereille, jotka aloittavat yhtyeen ei-soittavina ystävinä tai paikallisina tuttavuuksina eivätkä sitten pysty selviämään kasvavasta valtakunnallisesta menestyksestä). Tai sitten manageri saattaa päättää, että muusikot eivät sovi hänen liiketoimintasuunnitelmiinsa; väittelyjä ei synny vain rahasta vaan myös musiikista ja imagosta. Tämä tapahtuu todennäköisimmin silloin, kun kokenut showbusinessmanageri ottaa hoiviinsa uuden, kokemattoman yhtyeen. Usein tulee katkeria väittelyjä siitä, kuka teki menestyksellisestä yhtyeestä sen, mitä se on.

Vuonna 1974 Clifford Davis, silloin Fleetwood Macin ex-manageri, asetti kyseenalaiseksi muusikoiden oikeuden yhtyeen nimeen ja alkoi markkinoida aika erilaista versiota yhtyeestä. "Haluan tämän pois ihmisten mielistä. Ainakin sen, että tämä on Mick Fleetwoodin yhtye. Tämä on minun yhtyeeni. Tämä yhtye on aina ollut minun yhtyeeni." Davis menetti pian "omistuksensa" Fleetwood Macin nimeen, mutta 1970-luvulla monet menestykselliset manageri-tuottajat kasasivat yhtyeitä toteuttaakseen omia rockkuvitelmiaan ja onnistuivat laillisesti estämään muusikoitaan tekemästä mitään itsenäisiä

toimenpiteitä.

Manageritoiminnan ja levyjen tuottamisen roolien yhdistelmä on aina mahdollinen konfliktin lähde, ja kaikkein katkerimmat ääniteyhtiö/muusikko -riidat (kuten Motownilla 1970-luvulla) syntyvät, kun ääniteyhtiö toimii myös managerina. Motownin riidat nousivat täsmälleen siksi, että kun Berry Gordy kiinnitti melko tuntemattomat esiintyjänsä 1960-luvun alussa, hän kiinnitti heidät myös monimutkaisiin managerisopimuksiin. Motownin isällinen vastuullisuus esiintyjiensä lauluista, soundeista, esiintymisistä, vaatteista, tanssirutiineista ja työaikatauluista oli varmastikin tehokas, mutta kun Motownin muusikoista tuli menestyksellisiä (ja kun he vertailivat sopimuksiaan muiden tähtien vastaaviin) he tajusivat, että heidän sopimuksensa olivat poikkeuksellisen rajoittavia sekä rahan että taiteellisen kontrollin suhteen. Motownin muusikoilla ei ollut itsenäisiä managereja, jotka olisivat auttaneet heitä kiistämään nämä ehdot - ja lopputuloksena oli se, että merkittävä osa esiintyjistä lähti yhtiöstä.

Rockissa tuollaiset ääniteyhtiö/manageri -yhdistelmät ovat harvinaisempia, mutta samanlaisia ongelmia on syntynyt laajalle levinneiden manageritoiminta/tuottaminen -kuvioiden mukana (kun manageri on samanaikaisesti asiakkaansa itsenäinen tuottaja, äänittää itse heidän musiikkiaan itse ja vuokraa nauhat suoraan ääniteyhtiölle). 1970-luvulla selvin esimerkki tuollaisista ongelmista oli pitkällinen kiistely Bruce Springsteenin ja manageri Mike Appelin välillä. Tuollainen painiskelu ei ole tervetullutta levy-yhtiöille. Springsteenin taistelu managerinsa kanssa jätti CBS:n ilman uusia Springsteen-tuotteita juuri, kun hän oli tullut "kuumaksi".

Osaksi tällaisten ongelmien takia, osaksi rockin supertähtien nousun takia on kehittynyt uusi "ammattimaisen" manageritoiminnan muoto, joka ei sovi amatööri- tai showbusiness-kaavaan. Ääniteyhtiöt alkoivat 1970-luvulla uskoa, että tehokkain taiteellisen riistämisen muoto ei tarkoittanut parasta taloudellista sopimusta, jolla ne pystyivät sitomaan jonkun viattoman, huonosti neuvotun, heikosti edustetun muusikon, vaan tarkoitti ennemminkin korkeita ennakkomaksuja ja huomattavaa määrää taiteellista kontrollia vastapalvelukseksi taatusta tuotannosta ja tuotteen mainostuksesta. Ääniteyhtiöt halusivat esiintyjiä, jotka käyttäytyisivät vastuuntuntoisesti studiossa, työskentelisivät myötämielisesti esiintymismatkoilla, puhuisivat miellyttävästi paikallisille dj:lle ja kauppiaille ja tekisivät kaiken tämän

ääniteyhtiöiden myynnin pääsuunnitelmien mukaisesti. Tuollainen yhteistyö riippuu "ammattimaisesta" managerista, jolla ei ole harhaluuloja omasta suuruudestaan ja jonka palvelut voidaan määritellä tarkalleen. Tyypillinen 1970-luvun rockmanageri oli lakimies, ei showmies. Jos 1950-luvulla oli selvää, että Elvis Presley työskenteli eversti Tom Parker*ille*, managerilleen, niin 1970-luvun lopulla rockin supertähdet olivat samalla tavalla selvästi palkkaamassa managereja (tai manageriyhtiöitä) työskentelemään *heille*.

Muutos heijasteli sitä kasvavaa voimaa, joka rockmuusikoilla oli suhteissaan ääniteyhtiöihinsä. Showbusineksen resepti menestykselle rockissa sisältää "riittävän lahjakkuuden, tehokkaan managerin ja yritteliään ääniteyhtiön", ja keskeinen ainesosa tässä reseptissä on todellakin yhtiö. Yhtiö järjestää koneistonsa muusikoiden käyttöön, jotta he tekisivät musiikkinsa massahyödykkeenä myytäväksi. Syntyvä sopimus voidaan kuvata yksinkertaisesti. "Taiteilija tekee sopimuksen suoraan ääniteyhtiön kanssa tarkoituksenaan tehdä äänitteitä. Ääniteyhtiö maksaa kaikki äänityskustannukset ja maksaa taiteilijalle asiaan kuuluvan royaltyn äänitteiden myynnistä."

Ääniteyhtiöt eivät kuitenkaan toimi vain äänitteiden kustantajina. Standardilevytyssopimus tekee selväksi, että ääniteyhtiöt, jotka ovat valmistuneen tuotteen, fyysisen äänitteen, laillisia omistajia, tulevat käyttämään niiden omistusoikeutta kontrolloimalla sitä, mitä musiikkia julkaistaan, kuinka se tuotetaan ja milloin se julkaistaan. Yhtiöt saattavat päättää, mitä lauluja on levyllä, missä järjestyksessä, minkälaisessa pakkauksessa; niillä on vapaus "päättää sovituksista, säestyksistä jne". Ne voivat järjestellä esiintyjän esiintymisaikataulua eräänä äänitteen markkinoinnin muotona. Yhtiöillä on lopullinen valta päättää, onko laulu tai soundi riittävän laadukas täyttämään taiteilijoiden sopimukseen liittyvät vaatimukset - ne voivat näin estää heitä äänittämästä muualla.

Standardisopimus alkaa: "Täten me palkkaamme sinut luovuttamaan henkilökohtaisia palvelujasi meille tai meidän puolestamme tarkoituksena taltioida musiikkia ja tehdä äänilevyjä." Mutta jos levyttäneille taiteilijoille annetaan palveluja, niin palkkiota ei makseta heille tuntikorvauksena (kuten studiomuusikoille tai ihmisille, jotka pakkaavat levyt). Levyttävillä taiteilijoilla on lopullisesta tuotteesta etuja valvottavana; heidän tulonsa syntyvät osuudesta jokaisen myydyn äänitteen tuottoon. Tekemällä sopimuksen ääniteyhtiön kanssa muusikot saavat ennakkona pyöreän summan tulevista

royalteistaan, ja tämä ennakko sekä kulut heidän äänitteidensä tuotannosta täytyy peittää ennen kuin maksetaan lisää royalty-korvauksia. Ääniteyhtiön riski on siinä, että äänite ei myy tarpeeksi kattaakseen alkuperäisen investointinsa. Useille muusikoille todellisuus on se, että heidän sopimuksensa arvo on pettävä: monet äänitteen tekemisen menoista - esimerkiksi studiokustannukset - vähennetään suoraan taiteilijoiden royalteista, vaikka äänitystilaisuuden järjestänyt yhtiö laittoikin rahat siihen.

Niinpä paperilla ääniteyhtiöt pitävät valtaa (jota ne selvästi käyttivät vaikkapa 1950-luvun rock'n'rollin yhteydessä). Kuitenkin 1970-luvulla näiden yhtiöiden intensiivinen kilpailu supertähtien (todennäköisesti *taattujen* bestsellerien) palveluista antoi näille tähdille ennenkuulumattoman vallan kirjoittaa omat sopimuksensa - vallan joka heijastui sekä rockin ideologiaan (vaatimus taiteellisesta kontrollista) että sen valtaisiin myyntilukuihin.

Samanlainen kehitys oli kirjankustannuksessa, missä mahdollisten bestsellerien mainostus televisiossa - kuten Jaqueline Susanin tapauksessa - lisäsi sekä kilpailua kirjan oikeuksista että voimisti kirjailijoiden edustajien, siis heidän agenttiensa, vaikutusta (joiden rooli muistutti muusikoiden managerien roolia). Korostus oli taas ammattimaisuudella: kustantajat alkoivat odottaa kirjailijoidensa menevän kiertueelle, käyvän television puheohjelmissa ja muotikauppojen nimikirjoitustilaisuuksissa. Sekä kirjan- että äänitteenkustannuksessa tuli yhä vaikeammaksi päättää, missä "luovuus" loppui ja markkinointi alkoi. Tuli yhä vaikeammaksi pitää yllä sitä rockkulttuurin oletusta, että suhde ääniteyhtiön (kapitalistina) ja muusikon (taiteilijana) välillä on pohjimmiltaan *riistävä*.

PÄÄTTÄMÄSSÄ MITÄ LEVYTETÄÄN

Äänitysstudiossa musiikista tulee hyödyke, ja juuri tässä yhteydessä voimme selvimmin nähdä, että rock ei tarkoita *vastakkainasettelua* taiteen ja liiketoiminnan välillä. Massamusiikin kaikissa lajeissa heijastuu taiteellisten ja kaupallisten impulssien yhdistelmä. Yksikään rockmuusikko ei voi tehdä yksinkertaista valintaa todellisen ilmaisun ja väärien myyntilukujen välillä, nykyisin "rockina" saatavissa olevien musiikkityylien vaihtelevuus heijastelee vaihtelevia tapoja, joilla kaupalliset ja taiteelliset impulssit voivat olla vuorovaikutuksessa

ja esiintyä yhtä aikaa.

Äänitetuottajat, jotka ovat vastuussa studiossa tapahtuvasta, esittävät sen seurauksena keskeistä roolia rockissa: he toimivat yhdyssiteenä, välittäjänä muusikoiden taiteilija-roolin ja heidän musiikkinsa kaupallisen tuotelaadun välillä. Tuottajilla on ensimmäiseksi organisoijan ja koordinoijan rooli. Heidän täytyy saada taiteilijat studioon ja selvittää, että tarpeelliset studiomuusikot ja äänittäjät ovat saatavilla ja oikea äänitysvälineistö on pystytetty. Tämä merkitsee yhtä lailla musiikillisia kuin hallinnollisiakin päätöksiä: suunnitellessaan äänityssessiota tuottaja päättelee, kuinka mahdollinen materiaali tullaan sovittamaan ja koristelemaan. Kuten John Anthony asian ilmaisee: "On yksi tapa tehdä albumi oikein ja neljäsataa väärää tapaa. Se on syy tuottajan olemassaoloon."

Sen tähden tuottajat ovat levytettäessä alttiita riitelemään muusikoiden kanssa (muusikoiden managerit pysyttelevät tavallisesti poissa tässä vaiheessa). Heidän täytyy itse pystyä sovittelemaan jännitykset ja pitämään ryhmänsä tyytyväisenä prosessissa, joka voi olla erittäin ikävä. Bob Johnstonin sanoin: "Koko äänilevyjen tuottamisen juttu on minulle todella psykiatriaa." Gus Dudgeonille "koko tuottamishomma on tehdä taiteilijan olo niin mukavaksi kuin mahdollista". Jimmy Ienner käyttää "vihaa" - hän uhmaa muusikoiden egoismia jankuttamalla heidän teknisistä epävarmuuksistaan, kunnes "yhtye ei enää ajattele" ja luottaa hänen tuottamisratkaisuihinsa ilman vastaväitteitä.

Organisaation ja hallinnon suhteen äänitetuottajan työ on kuin elokuvatuottajan työ, ja hänellä on vastaavanlainen tuotantoryhmä: sovittaja (vastaa käsikirjoittajaa), äänittäjä (vastaa kameramiestä) ja joukko teknikoita nauhurin käyttäjistä (tämä on tavallinen alkupiste uralle äänilevyjen tuottamisessa) erittäin taitaviin ja kokeneisiin studiomuusikoihin. Tämä maailma, rockbusineksen keskipiste on melkein täysin miehinen.

Toisissa suhteissa äänitetuottajan työ on ennemminkin kuin elokuvaohjaajan työ, luovempi. Äänitetuottaja on vastuullinen saamaan aikaan soundin, joka on levylle olennainen. Tämän aikaansaamisessa hän on jossain määrin riippuvainen tekniikasta; äänen tallentamisen mahdollisuudet riippuvat studiossa olevista teknisistä laitteista. 1930-luvulla äänitetuottajan täytyi vain saada muusikot studioon, avata mikrofoni ja äänittää mitä tapahtui niin puhtaasti kuin mahdollista. Jopa George Martinin aloittaessa Beatlesin äänittämisen hänen ainoa

huolenaiheensa oli tulla pois studiosta "lyhyen kaupallisen julistuksen" kanssa. Hänen musiikillinen tuomionsa rajoittui yhtyeen materiaalin hyväksymiseen; äänityksen alettua hänen täytyi vain varmistua, että esitys oli oikean pituinen, muusikot olivat oikeassa sävellajissa ja soundi oli "siisti". Vasta kun moniraitaäänitykset alkoivat, tuottajat pystyivät harkitsemaan, muuttamaan mielensä ja Martinin sanoin "leimaamaan oman, ainutlaatuisen jälkensä äänitykseen". Martin väittää, että "Yesterdayn" levyttämisen jälkeen Beatlesin tyyli "oli osaksi minun tekemääni".

Kun äänittäminen tuli vielä monimutkaisemmaksi 1970-luvulla, tuottajat tulivat riippuvaisemmiksi äänittäjien taidoista. Jälkimmäisten työ on saattanut olla yksinkertaisesti "studiossa tapahtuvan saamista nauhalle", mutta heidän henkilökohtainen tapansa kuulla on tärkeä jopa tässä sähköisessä prosessissa. Kuten äänittäjä Glyn Johns osoittaa:

> Jos joku noista äänittäjistä tuolta ja minä tekisimme molemmat äänityksen samanlaisella kokoonpanolla, samoilla muusikoilla ja samasta kappaleesta, ne kuulostaisivat täysin erilaisilta. Se johtuu tavasta, jolla äänittäjä kuulee musiikin. Toinen juttu on se, että hän vaikuttaa suunnattomasti ilmapiiriin. Jokaisella levyllä täytyy mielestäni olla, jokaisen levyn täytyy antaa sinulle mielikuva, kun kuulet sen. Minusta äänittäjän työ tarkoittaa sellaisen mielikuvan liittämistä soundiin, jonka hän ajattelee sopivan kappaleeseen ja taiteilijalle.[8]

Äänittäjän "mielikuva", kuten tuottajan "musiikkiveistos", on luovuuden muoto. Tämä on ilmeisintä miksausvaiheessa (vastaa editoimisvaihetta elokuvien tekemisessä): äänityssession tulokset miksataan tiettyjen soundien tuottamiseksi, tiettyjen hävittämiseksi, sävyjen muuttamiseksi, harmonioiden kaksinkertaistamiseksi ja virheiden pyyhkimiseksi. Äänitykset leikataan ja muokataan keskustelematta mukana olleiden muusikoiden kanssa. Lopullinen äänilevy voi olla yhtä paljon tuottajan ja hänen äänittäjänsä teknisten kykyjen kuin mukana olleiden muusikoiden (jotka eivät ehkä koskaan olleet samanaikaisesti studiossa) musiikillisten taitojen tulos; jopa rockin esittämistilanteessa äänenmiksaaja on nykyään yhtyeen ratkaisevan tärkeä musiikillinen jäsen.

Edward Kealey on analysoinut "äänenmiksaajan" kohoamista

huomattavaan asemaan työn muuttuessa käsityöstä taiteeksi. 1940-luvun lopulla äänitysstudiot järjestyivät yhä ammattiliittojen mukaan. Studioäänittäjät olivat suurten yhtiöiden työläisiä, heidän taitonsa oli tehdä työ teknisesti oikein, saada aikaan konserttisalin tuntu, ja levyjen tekoprosessi sisälsi selvän työnjaon. 1950- ja 1960-luvuilla tapahtui selvä siirtymä kohti yrittäjyyden muotoa. Teknologian muutos, äänityskustannuksien lasku ja radion avautuminen itsenäisesti tehdyille äänilevyille rohkaisi pienten, usein äänittäjien itsensä omistamien studioiden nousua. Äänilevyjen teon työnjako muuttui epäselväksi, liittojen kontrolli studioihin laski, ja äänittäjien tai levytuottajien myymät palvelut tulivat monipuolisemmiksi. 1970-luvulla, kun rockmuusikot alkoivat tuottaa omia levyjään ja pyörittää omia studioitaan, tuottajat ja äänittäjät alkoivat samanaikaisesti nähdä itsensä taiteilijoina tarjoten henkilökohtaisia palvelujaan, joiden ajattelivat ansaitsevan "taiteellisesta" tunnustusta royaltypalkkioiden muodossa.

Tämä muutos käsityöstä taiteeksi tapahtui myös suhteessa äänitetuottajien kasvavaan kaupalliseen merkitykseen, kun ääniteyhtiöt luottivat heihin myyntimenestyksen lähteenä, eräänlaisen maagisen "hittiaineksen" mahdollisena omistajana. Tässä yhteydessä voimme erottaa kaksi lähestymistapaa hittien tekemisen työhön.

Joidenkin tuottajien menestys perustuu heidän kykyynsä muuttaa taiteilijan musiikki äänitettäväksi soundiksi, heidän kykyynsä realisoida levylle musiikilliset ideat, jotka ovat peräisin kyseisiltä muusikoilta. Tästä näkökulmasta tuotanto ei tarkoita vain "tehdä taiteilijoille parasta mitä voit heidän musiikkinsa esille saamiseksi" vaan taata parasta. "Todellinen äänitetuottajana olemisen *ammatti* tarkoittaa", George Martinin painotusta käyttääkseni, "sitä, että sattuman elementti ei kuulu osana peliin." Tuottajan ensisijainen ammatillinen velvollisuus on palvella ääniteyhtiötä, joka palkkaa hänet (ennemmin kuin muusikoita, jotka itse asiassa lopulta maksavat hänelle) - äänittämisen tarkoitus on realisoida musiikki kaupalliseen muotoon. Arif Mardin: "Albumia tehdessäni etsin yhä singleä. Joskus äänitysten aikana inspiraatiot voivat olla loistavat ja soolot saattavat venyä pidemmiksi kuin on tarkoitettu, ja niinpä minun tehtäväni on lyhentää niitä, jotta voisimme saada siitä singlen."

Tämä painotus singleihin ilmaisee selvästi, mikä on keskeistä studiossa: soundi, joka voidaan sijoittaa radion sopiviin myyntirakoihin. Tuottajan, eikä muusikon, oletetaan olevan kaupallisten

soundien asiantuntija. Esimerkiksi Motownin varhaisina päivinä Berry Gordy muutti systemaattisesti esiintyjiensä musiikin äänitteiksi, jotka kuulostaisivat hyviltä halvoista matka- ja autoradioista kuultuna (lopulta jopa miksaamalla levyt sopivan pienten kaiuttimien läpi). 1970-luvun rocktuottajat sen sijaan olivat kiinnostuneita siitä, mikä kuulostaisi hyvältä stereoradiosta ja kalliista hifi-laitteista, mutta he pystyivät tulemaan yhtä ärtyneiksi muusikoiden kanssa, jotka oletuksen mukaan palkkasivat heidät. Mickie Mostin sanoin: "Ongelma on se, että useimmat taiteilijat näkevät itsensä omalla tavallaan mutta useimmiten väärin."

Osaksi tämän ongelman seurauksena tuottamiseen on kehittynyt toinen lähestymistapa: tuottaja ei ole annetun soundin realisoija vaan sen luoja. Tässä tapauksessa juuri muusikot ilmaisevat tuottajan ideat eikä päin vastoin. Tämän lähestymistavan tulokset voidaan selvimmin kuulla teinibeat-singleillä, joita edustavat Monkeesin levyt 1960-luvulla tai Bay City Rollersin äänitteet 1970-luvulla. Tämä on tyylilaji, jossa tuottajan perinteinen tehtävä on ollut täydellistää - ja loputtomasti toistaa - parhaiten myyvä *soundi* (jolle levyn kaikki muut piirteet, melodia, lyriikka ja esitys, on tehty alisteiseksi). Samalla tavalla diskomusiikissa keskittyminen funktioon ja vaikutukseen antaa kaikki luovat voimat tuottajan, musiikin organisoijan, käsiin. Popin paradoksi on siinä, että studion kaupallisin käyttö on samalla sen luovinta käyttöä. Juuri nämä kaupalliset tuottajat, Phil Spectorista 1950-luvun lopulta Giorgio Moroderiin (Diana Rossin tuottajaan) 1970-luvun lopulle lukien mukaan Jamaikan ammattilais-reggaeäänittäjät ovat selvimmin käyttäneet studiota taiteellisesti, kokeiluvälineenä sen omilla ehdoilla - ei vain tapana jalostaa musiikkia *Sgt. Pepper*-tyyliin, vaan tapana muovata äänellisiä odotuksiamme.

PÄÄTTÄMÄSSÄ MIKÄ SAAVUTTAA YLEISÖN

Äänitetuottajat tietävät, että heidän asiakkaidensa musiikki ei saavu yleisölleen suoraan vaan välitetään portinvartijoiden pitkän sarjan läpi - dj:t, konserttien järjestäjät jne. "Kaupallinen" soundi ei tarkoita vain yleistä hyväksyntää - ollakseen kaupallinen sen täytyy ensin saavuttaa tämä yleisö; tästä on peräisin studioiden painotus singleen, levyn uraan joka on tarkoitettu ensi sijassa radioasemien soittolis-

toille. Päätöksiä siitä, miltä levyn tulisi kuulostaa, ei voi erottaa pitemmästä sarjasta päätöksiä siitä, miten soundi saavuttaa todennäköiset kuuntelijansa ja kuinka sitä mainostetaan ja myydään.

Tämä musiikkilehden tarina kuvailee tyypillistä markkinointiprosessia:

> Queenille alkoi tapahtua noin vuosi sitten, kun he levyttivät ensimmäisen albuminsa Tridentille, jolla on jakelusopimus EMI:n kanssa. Heille maksettiin ennakkoa kiertueelle pääsemisen välittömiä kustannuksia varten. Albumin arvostelukappaleet - noin 400 kpl - lähetettiin jokaiselle, jolla kuviteltiin olevan jotain vaikutusta äänilevyjä ostavaan yleisöön, diskoista valtakunnalliseen lehdistöön. Levyjä annettiin henkilökohtaisesti radio- ja tv-tuottajille ja ammattilehdistä ostettiin suuria mainostiloja.
>
> "He ovat kaikki hyvännäköisiä kavereita, ja tein kierroksen nuorisolehdissä ja kaikki toimistojen tytöt menivät heistä tainnoksiin. Brian, soolokitaristi, teki itse kitaransa ja muutama valtakunnallinen lehti tarttui siihen. Se oli hyvää juorukamaa." (John Bagnall, EMI:n markkinointimies)
>
> Queenin julkisuuskone työskenteli kaikilla suunnilla, koska he saivat ylimääräistä markkinointitukea Tony Brainsbyn mainostoimistolta ... Tämän kaiken tekeminen kannatti, kun heidät kutsuttiin tekemään pätkä "Old Grey Whistle Testiin". Radio Luxemburg nappasi singlen "Keep Yourself Alive" ja soitti sitä säännöllisesti.
>
> Heidän ensimmäisen paikallisen kiertueensa eteen Mott The Hooplen lämmittelijänä tehtiin kaikki mahdollinen. Paikalliset lehdet kyllästettiin tiedonannoilla kohta paikkakunnalle tulevasta uudesta yhtyeestä, konserttipaikan eteen järjestettiin konsertti-iltana tarkkaan harkittuja esittelyjä, paikallisille dj:lle tiedotettiin ja noin 200 paikalliseen levykauppaan tehtiin ikkunanäyttelyjä.
>
> "Heti alusta Trident ja EMI omistautuivat tälle yhtyeelle, varmistivat, että heillä oli muita parempi äänenetoistojärjestelmä ja oikeat vaatteet. Jotkut heidän asuistaan maksoivat 150 puntaa kappale", sanoi Bagnall.[9]

Myöhemmin selvisi, ettei Queenin ensimmäinen albumi tai single

päässyt listoille, mutta heidän myöhempi suosionsa oikeutti alkuperäisen, 5000 - 10000 puntaa maksaneen kampanjan. Yhdysvalloissa suuri markkinointikampanja maksoi vuonna 1970 noin 50 000 dollaria ja hinta nousi vauhdilla vuosikymmenen aikana - CBS käytti 250 000 dollaria Bruce Springsteenin *Born to Run* -lp:n markkinointiin vuonna 1975, ja vuosikymmenen lopulla keskimääräinen hinta uuden albumin tuottamisesta, markkinoinnista ja tukemisesta oli 350 000 ja 500 000 dollarin välillä (markkinointi muodosti noin kolme neljäsosaa näistä kuluista).

Jokaisella ääniteyhtiöllä on oma tiedotusosastonsa, jonka tehtävänä on saada julkisuutta yhtiön esiintyjille ja julkaisuille. Sen kohteena on ensisijaisesti lehdistö. Lehdistövirkailijat ovat pohjimmiltaan tuotetta mainostavia myyntimiehiä, mutta käytännössä he yrittävät kontrolloida *kaikkea* heidän esiintyjistään yleisölle välittyvää tietoa. Ääniteyhtiöiden julkiset kasvot ovat usein mielenkiintoista kyllä naiselliset: lehdistötoimisto on yksi harvoista musiikkiteollisuuden alueista, jossa naisilla voi olla ura, "naiselliset" ominaisuudet nähdään usein arvokkaana apuna työssä saada suosionosoituksia julkisuuden lähteiltä.

Yhtiön henkilökunnan työtä täydentävät itsenäiset pr-miehet, joita muusikot tai heidän managerinsa suoraan palkkaavat. Heidän toimintansa voi olla tehokkaampaa (he voivat keskittyä asiakkaaseensa eikä tarvitse toimia joka viikko uuden tuotteen kanssa), mutta heidän kohteenaan on samalla tavalla "vapaa" julkisuus, josta ei makseta suoraan (kuten yhtiöiden mainoksista), vaikka siitä voidaan maksaa epäsuorasti kalliissa ilmaisten levyjen, juomien, juhlien ja markkinointimatkojen muodossa. Aristan markkinointimies Mike Klenfer huomauttaa: "Taiteilijoita voi käyttää myös luovilla ja sosiaalisilla tavoilla. Veimme Bay City Rollersin lastensairaalaan. Ihmiset eivät tavallisesti ajattele mainostusta tuollaisten asioiden suhteen. Se luo kuitenkin julkisuutta ja hyvää mainetta."

Julkisuus on itsestään selvä työmaa musiikilliselle mainosmiehelle (Eversti Parker tapasi itse myydä Elvis-kuviaan), mutta jopa se on ammattimaistunut. Niin kauan kuin ääniteteollisuus laajeni, myymistä pidettiin yksinkertaisesti huutamisena markkinapaikalla, mutta kun myynnin kasvu on hidastunut, ääniteyhtiöt ovat tulleet varovaisemmiksi ja hienovaraisemmiksi. 1970-luvulla ne alkoivat tutkia markkinoitaan ja kiinnittää huomiotaan yhtä lailla satunnaiseen äänitteen ostajaan kuin faniin. Tv-mainostus (pioneerina "mielen-

osoittaja" K-tel eivätkä ääniteyhtiöt itse) paljasti mahdollisuudet myydä satunnaisille markkinoille, mutta koska tuollaiseen markkinointiin täytyi investoida enemmän rahaa, niin se täytyi investoida järkevämmin. Mainostoimistot otettiin koordinoimaan kampanjoita - suunnittelemaan ja kirjoittamaan mainosten lisäksi myös levynkansia ja kansitekstejä, lehdistötiedotteita ja videomainoksia. Videonauhoista itsestään tuli kallis mutta tehokas mainostusväline: ne voidaan ujuttaa erilaisiin popohjelmiin eri puolilla maailmaa (tämä oli yksi tekijä Abban kansainvälisessä suosiossa). Niitä voidaan käyttää tavarataloissa houkuttelemaan kuluttajia ja yhtiötapaamisissa rohkaisemaan myyntimiehiä, ne helpottavat esiintyjien myymistä ulkomaille. 1978 Jon Roseman Productions, suurin itsenäinen videomainosyhtiö, ansaitsi yksistään Yhdysvalloissa miljoona dollaria vuodessa. Olen jo korostanut, että musiikin tekemis- ja myymisprosessia ei voida erotella (äänitetuottajilla on aina toinen korva musiikkiin ja toinen markkinoihin päin), ja videomainostuksen nousu tekee selväksi, että suhde on aina toiminut myös toisin päin - äänitteiden myyjät ovat aina kiinnostuneita tuotannosta. He tuottavat soundeihin sopivia imagoja (tyylejä, persoonallisuuksia ja visuaalista viehätystä).

RADIO

Useimmat ääniteyhtiöt ovat kuitenkin yhtä mieltä siitä, että tehokkain markkinoinnin muoto on radiossa esittäminen. Ihmisten pyytäminen kuuntelemaan levyä ei ole sama asia, kuin saattaa heidät kuulemaan sen. Yksi pyöritys radiossa on arvokkaampi kuin mikä tahansa määrä kokosivun ilmoituksia tai hyviä arvosteluja musiikkilehdissä. Levyä myydäkseen yhtiöiden täytyy lopulta saada *soundi* yleisön tietoon ja tehdä tämä dj:n, rockin tärkeimmän "portinvartijan", välityksellä. Keskeinen ongelma rockille tavarateollisuutena on, että tehokkain tapa myydä levyjä ei ole ääniteyhtiöiden kontrollissa. Radion tai diskon dj on itsenäinen sekä lain perusteella (*payola*, ääniteyhtiöiden yritys kontrolloida radiosoittoja suoralla tai epäsuoralla maksamisella, on laitonta USA:ssa ja BBC:n ja IBA:n kieltämää Isossa-Britanniassa) että myös työn luonteen takia, joka tarkoittaa yleisön miellyttämistä. Dj:t eivät voi palvella vain ääniteteollisuutta. Jos he eivät soita sitä, mikä miellyttää heidän yleisöään, heidän kuuntelija-

lukunsa laskevat, ja he saavat potkut. Mikään radiosoittojen määrä ei, Dick Clarkin klassista fraasia lainaten, "voi tehdä flopista hittiä", eivätkä dj:t halua tulla yhdistetyiksi floppeihin. Tämä ei tarkoita dj:n kaupallisen tärkeyden kieltämistä. Pitivätpä he siitä tai eivät, he kontrolloivat sitä, mitä yleisö kuulee, ja dj, joka ei koskaan ole saanut ketään ostamaan mitään, voi olla epäonnistunut jopa omienkin standardiensa mukaan. Dj:t toivovat, että heidän soittamansa levyt myisivät, ei siksi, että se hyödyttäisi heitä suoraan taloudellisesti, vaan siksi että jos heidän makunsa näin vahvistetaan, niin heidän yleisönsä virittää radionsa jatkossakin heidän ohjelmiensa taajuuksille ja tulee heidän klubeihinsa.

Payolalla on rajoituksensa silloinkin, kun se on mahdollista. Esimerkiksi brittiläisellä musiikkinäyttämöllä on ollut radioasemia, joihin yhtiöt ovat voineet ostaa soittoaikaa: tämä oli merirosvoasemien yhtenä tulonlähteenä. Vuosina 1946-68 yhtiöt pystyivät ostamaan neljännestunnin pätkiä Radio Luxemburgin englanninkielisistä ohjelmista, jotka olivat sen seurauksena ääniteyhtiöiden mainoksia. 1968 asema kuitenkin alkoi käyttää "eläviä" dj:tä (eikä ennaltaäänitettyjä pätkiä) ja vaati, että ostetut esitykset tuli levittää koko ohjelma-ajalle. 1970 kontrolli tehtiin vielä tiukemmaksi: aikoja voitiin yhä ostaa mutta ne ohjelmoitiin radioaseman omien tarpeiden mukaisesti. Oli tullut selväksi, että tavoitteet - toisaalta myydä levyjä ja toisaalta miellyttää kuuntelijoita - eivät olleet samaistettavia. Kun nuo kaksi tavoitetta törmäsivät liian selvästi, ei edes suora maksaminen riittänyt varmistamaan sitä, että asema järjestelisi radioaikaansa teollisuuden tarpeiden mukaisesti. Radio Luxemburgin historia viimeisen vuosikymmenen aikana on ollut ohjelmiensa kontrollin varmistavan radioaseman historiaa, ja koko brittiläinen radio on nyt, kuten amerikkalainen keskiaaltoradio, järjestäytynyt soittolistan ympärille.

Ohjelmien rakentaminen soittolistan mukaan syntyi 1950-luvulla Yhdysvalloissa, kun televisio tuli kotiviihteen perusviestimeksi. Tarkoituksenaan houkutella katoavia mainostajia radioasemat alkoivat tutkia yleisöjään yksityiskohtaisesti ja suunnata ohjelmiaan löytämilleen erityismarkkinoille. Pian huomattiin, että teini-ikäiset olivat eivät olleet niin sitoutuneita televisioon kuin vanhempansa ja olivat erityisesti kannettavien ja autoradioiden levitessä varmempia, vaikkakin satunnaisia radionkuuntelijoita. 1950-luvun puolivälissä kehittyi erityisesti teini-ikäiselle yleisölle tarkoitettu lähetystyyli.

Omat henkilökohtaiset letkauksensa ja tyylinsä kehittäneet dj-ryhmät jakoivat päivän pituiset showt neljän tunnin mittaisiin jaksoihin. Showt perustuivat rajoitetun levymäärän soittamiseen lyhyenä aikana (neljästä kuuteen viikkoon - malli tuli levyautomaattien ohjelmoinnista). Teollisuus oli huomannut dj:den tehokkuuden levyjen myynninedistämisessä jo 1940-luvulla, mutta nyt heidän vaikutusvaltansa kasvoi vauhdilla. Radioyhtiöiden syndikoituja, valtakunnallisia aiheita oli yhä vähemmän, ja lähetystoiminta perustui yhä enemmän paikallisesti tuotettujen äänilevyohjelmien yksinkertaisiin muunnoksiin. Radioasemat ja ääniteyhtiöt suuntasivat toimintansa täsmälleen samaan kapeaan markkinarakoon - teini-ikäisille - ja levyjen soittaminen radiossa sai suuremman merkityksen äänitteiden myynnissä kuin koskaan ennen. Radion hittiparaatien avulla laskettiin ASCAP:n ja BMI:n tekijänoikeustuloja; radion soittolistat määräsivät levykauppojen varastot ja levy-yhtiöiden markkinointikampanjat.

Tämä radion uusi valta oli suuresti dj:den käsissä. FCC:n vuonna 1941 laatima sääntö, joka suunniteltiin lisäämään kilpailua, oli tuottanut tulokseksi suuren joukon pieniä asemia, jotka olivat suuresti riippuvaisia levyistä halpojen ohjelmien tekemiseksi (levy-yhtiöt olivat alkaneet jakaa levyjä ilmaiseksi radioasemille) ja dj:stään näiden ohjelmien kasaamisessa. Radion dj:t olivat tulleet vaikutusvaltaisiksi, paikallisiksi musiikkihahmoiksi (mainostamalla myös esiintymistilaisuuksia - konsertteja voimistelusaleissa, esiintymisiä kaupoissa ja parkkipaikoilla). Tämä oli maaperä *payolalle*, joka ei ollut vain kaikkein tehokkain keino myynninedistämisessä (se takasi radiossa soittamisen) vaan myös halvin (antaen riippumattomille rock'n'roll-merkeille mahdollisuuden kilpailla suurten kanssa):

> *Payola* on komein asia maailmassa, koska se tarkoittaa sitä, että sinun ei tarvitse viettää aikaa jonkun paskiaisen kanssa, josta et pidä, syödä päivällistä ja kaikkea sitä. Annat hänelle lopputilin ja käsket painua vittuun. Sen sijaan, että sinulla olisi markkinointimiesten lauma naimassa naisiasi, kuluttamassa kulunkitiliäsi, annat kaiken yhdelle kaverille ja säästät miljoona dollaria.[10]

Federal Bribery Act julisti *payolan* laittomaksi vuonna 1960 senaatin pitkällisten ja likaisten kuulustelujen jälkeen (jotka ainakin osaksi suunniteltiin osoittamaan, että rock'n'roll turmeli nuoria), ja sen

tuloksena musiikin muoto yhdenmukaistui ja radion toiminta kiristyi. Ohjelmapäälliköt pantiin nyt ohjaamaan dj:tä, joista tuli yhä enemmän anonyymeja. Nämä johtajat laativat soittolistat ja dj:t saivat soittaa vain asemien listoilla olleita levyjä. Suorat maksut korvattiin hienostuneemmilla mainostussopimuksilla, kun ääniteyhtiöt alkoivat palkata vielä entistä tehokkaammin ammattimaisia radioon suuntautuneita myyntimiehiään, *pluggereitaan*, taivuttamaan ohjelmapäälliköitä ottamaan soittolistalleen tuotteita heidän varastoistaan ja keinottelemaan niiden menestyksellä. Suuret yhtiöt voittivat takaisin markkinointietunsa, ja top 40 -radio kehittyi: tiukka ohjelmointi kiinteän kaavan mukaisesti - hitti-aseman tunnus-uutiset-vanha menestyskappale-hitti-aseman tunnus-hitti - kaikki mainosten säännöllisesti pysäyttäminä. 1965 KHJ-radioasema Los Angelesista jalosti kaavaa vielä pidemmälle tehdäkseen "Pomoradion": top 30:stä muodostettu painotettu soittolista (listan yläpäässä olevat saivat enemmän soittokertoja) plus kolme "alla roikkuvaa", kasa vanhoja ja käytännöllisesti katsoen ei ollenkaan puhetta. Jopa musiikillinen sisältö säännösteltiin: yksi balladi, yksi soul-levy, yksi laulaja/lauluntekijä tunnissa jne. Amerikkalaisen top 40:n kehitys tästä eteenpäin oli enemmänkin tämän KHJ:n kaavan "parantelua". Jotkut asemat supistavat kappaleiden lukumäärän soittolistoillaan jopa 18 kappaleeseen.

Soittolistan perustana on levyjen suosio (jota osoittavat myyntiluvut ja soittolistat muualta, *Billboardin* tapaisten valtakunnallisten ammattilehtien julkaisemat suosituimmuuslistat, radion ammattimaisten neuvonantajien soittoehdotukset [ns. *tip sheet*] ja paikallisten kuuntelijoiden pyynnöt). Tässä on ilmeinen kehäpäätelmä: soittolistalla olevalla levyllä on hyvät mahdollisuudet tulla suosituksi, listojen ulkopuolella olevalla levyllä on tuskin toivoa - tästä johtuvat houkutukset palata payolaan. Yhdysvalloissa ääniteyhtiöiden nykyisenä strategiana on radioasemalta ostetun mainosvolyymin yhdistäminen sen yhtiön tuotteille antamaan "suosiolliseen" kohteluun, mainostettuna tai ei. Isossa-Britanniassa yhtiöt leikittelevät listoilla - BBC:n soittolistat perustuvat kauppojen palautteisiin ja niin yhtiöt voivat saada julkaisunsa listoille ostamalla itse tarvittavat kappaleet siinä toivossa, että seuraava julkistettava soittolista heijastuisi todelliseen myyntiin.

Radio sekä muokkaa että heijastelee yleisön makua, ja ääniteyhtiöt samalla tavalla heijastavat ja muokkaavat soittolistaa. Markkinoijat kentällä eivät ehkä kykene taivuttamaan ohjelmapäälliköitä

käyttämään radiolähetyksiä suoranaisesti heidän yhtiöidensä hyödyttämiseksi mutta voivat uskotella päälliköille, että heidän yhtiönsä tuottaa sellaisia levyjä, jotka täyttävät ohjelmapäällikön omat tavoitteet. Mainosmiesten tehtävä on taivuttaa radioasema uskomaan, että levy on oikea sen ohjelmiin, sopii sen viihteen ideologiaan ja täyttää sen yleisön tarpeet. Vaikka ääniteyhtiöillä ei ole suoraa kontrollia radioaaltojen portivartijoihin, heidän arvauksensa tunnussanoiksi ovat kaikesta huolimatta hyvin informoituja ja tavallisesti tarkkoja.

Kaupallisten radioasemien mainosluvut ja tuotot riippuvat *suhteellisista* kuunteluluvuista. Tiukan soittolistan kehityksen takana on tutkimustulos siitä, että teini-ikäiset vaihtavat asemaa heti, kun kuulevat levyn, josta eivät pidä. Yrityksessään vähentää epäsuositun levyn soittamisen vaaraa top 40 -asemat ovat tehneet ohjelmointipolitiikkansa riippuvaiseksi levyistä, jotka joko ovat todistaneet suosionsa - paikallisella tai maanlaajuisella myynnillä ja radiosoitolla - tai ovat osoittaneet vahvoja todisteita mahdollisesta suosiosta - "ilmapuntariasemien" soittolistoilla tai ammattilaisten vihjelehtisissä.

Top 40 -radion logiikka on se, että asema voi viehättää kuuntelijoitaan soittamalla levyjä, joista myyntilukujen perusteella kuuntelijat sillä hetkellä eniten pitävät. Näitä levyjä sitten soitetaan yhä uudelleen ja uudelleen; ohjelmien lähettäjät uskovat, että top 40 -kuuntelijat ovat epäsäännöllisiä, sulkevat radion tai vaihtavat asemaa ja ovat kärsimättömiä kuulemaan omat suosikkisävelmänsä. Jos he pysyttelevät asemalla pidemmän aikaa, se on vain taustamusiikkia - kuuntelijoiden huomion oletetaan harhailevan jopa silloinkin, kun eivät painele nappuloita. Top 40 -radion menestys perustuu yhteen ääniteteollisuuden keskeiseen paradoksiin: radion ohjelmapolitiikka määräytyy myyntilukujen mittaaman levyjen suosion perusteella. Myyntiluvut puolestaan perustuvat sellaisten ostajien määrään, jotka voivat oletettavasti kuunnella suosikkejaan milloin vain heille sopii. Miksi sitten he haluavat kuulla suosikkikappaleensa niin usein myös radiosta?

Teini-ikäiset popin kuuntelijat ovat aina käyttäneet radioasemia kuten levyjään, alati läsnäolevana taustana vapaa-ajan toimille - "heidän soundinsa" on tapa erottaa heidän reviirinsä aikuisten alueista. Ääniteyhtiöt eivät ole koskaan todella ymmärtäneet tätä levyjen käytön piirrettä, ja siitä on silloin tällöin seurannut kaksiselitteinen suhtautuminen radioon. Esimerkiksi 1960-luvulla brittiläiset levyyhtiöt olivat vakuuttuneita siitä, että single-levyjen alentunut myynti

oli seurausta niiden liiallisesta soittamisesta merirosvoasemilla. Kuitenkin tuollaisille peloille on vähän todisteita, ja top 40 -radion perusperiaatteena säilyy, että suurin mahdollinen kuuntelijoiden määrä voidaan houkutella soittamalla sillä hetkellä myydyimmät levyt niin usein kuin mahdollista.

Toinen amerikkalaisen musiikkiradion rationalisoinnin piirre 1960-luvulla oli, että radioasemat ja niiden mainostajat käyttivät kuuntelijatietoja yhä hienovaraisemmin. Tutkijat hajoittivat asemien markkinoita osiin viikonpäivän ja kellonajan mukaan sekä tarkimmin määriteltävien ostotottumusten mukaisesti. Prosessi, jolla radiosta oli tullut joukkoviestin, käännettiin päinvastaiseksi: käyttämällä tätä tietoa asemat, jotka 1930-luvulla yrittivät kasata suuria heterogeenisia yleisöjä, keskittyivät nyt tutkimaan eroja pienten homogeenisten yleisöjen välillä tai palvelemaan tarkalleen tietyn ikäisten, etnisten tai paikallisten ryhmien musiikillisia (tai kuluttaja-) makuja. Yksi markkinakuilu tuli entistä ilmeisemmäksi markkinatutkijoille, jotka tutkivat kuuntelijoiden makuja radioteollisuudelle: jos top 40 -asemat kattoivat 9-18 -vuotiaat, ja jos MOR (keskitien pop) radioasemat kattoivat 35-49 -vuotiaat, niin kuka houkutteli 18-34 -vuotiaiden kuluttajapotentiaalia? Tämä ikäryhmä yhä viritti radionsa top 40 -asemille, joiden mukana oli kasvanut (mieluummin kuin MOR-popin tai klassisen musiikin asemille), ja mainostajat pystyivät yhä tavoittamaan sen tällä tavalla tehokkaammin kuin millään muulla tavalla (esimerkiksi television kautta). Tämän ikäryhmän kuuntelutottumukset tulivat kuitenkin yhä epävakaisemmiksi - top 40 -ohjelmat sisälsivät yhä vähemmän sitä musiikkia, mitä he halusivat kuulla; lp:n noususuhdanne ja stereon kehitys näyttivät ohittaneen musiikkiradion.

Tästä maaperästä nousi "underground" ularadio ohjelminaan albumien kappaleet, rennot dj:t ja pitkät keskeytymättömän musiikin jaksot. Nämä ula-asemat olivat alkujaan ennemminkin seurausta liittovaltion uudesta radiopolitiikasta kuin uuden rockmarkkina-alueen systemaattisesta hyväksikäytöstä. Vuonna 1964 Federal Communications Commission määräsi tavoitellen suurempaa valinnan mahdollisuutta ja paikallisradioiden kilpailua, että missä radioyhtiö lähetti sekä ulalla että keskiaalloilla, sen täytyi lähettää niissä eri ohjelmaa (aiemmin sama ohjelma oli yksinkertaisesti lähetetty molemmilta kanavilta). Tämä vapautti ulan keskiaaltojen kaavasta ja mahdollisuus korkealuokkaiseen äänenlaatuun teki ula-asemista (sääntö tuli voimaan 1967) ihanteellisia rockmusiikin lähettämiseen. Alkuun vaa-

dittavien lisenssimaksujen suhteen ularadio oli kaiken lisäksi halvempi kuin keskiaaltoradio ja siksi ei tarvittu niin paljon mainoskatkoja.

Ularadio, riippumatta sen underground-luonteesta alkuperäisessä 18-34 -vuotiaan yleisön vaatimusten kartoittamisessa, standardoitui hyvin nopeasti, ja pian siitä tuli yhtä elinvoimainen levyjen myynninedistämisen muoto kuin top 40 -radiosta - Warner Brothersin nousu rocklevymerkkinä on yleisesti nähty johtuneen ula-asemien samanaikaisesta noususta. Lyhyenä underground-aikanaan (1966-68) ularadio oli turvautunut rock- ja hippimakuihin, jotka eivät vielä olleet kaupallisesti järjestäytyneet - dj:t, itse hippejä ja rockfaneja, yksinkertaisesti esittelivät valikoiman itse pitämästään musiikista ja mittasivat "epäkaupallisuutensa" suhteessa keskiaaltoradion tottumuksiin. Ula-dj:t olivat "todellisia", sitoutumattomia keskiaaltokollegojensa lipeviin epärehellisyyksiin ja myyntikaavoihin. Mutta ula-dj:t, -asemat ja -mainostajat olivat epäilemättä mukana uuden *markkina-alueen* rakentamisessa. Ula-radio määritteli rockyhteisön kuluttajien yhteisöksi - kuluttajien, joilla oli mitattavat, ennustettavat ja palveltavat maut. Nykyään ula-asemat tosiaankin näkevät yhtä paljon vaivaa kuin keskiaaltoasemat pitääkseen erityisen väestöllisen profiilinsa edustajat kuuntelijoinaan välttääkseen epäsuosion riskejä. Amerikkalaisen radiolähetystoiminnan historioitsija kirjoittaa:

> Radio, joka oli ollut lähetystoiminnan imperiumin lähtökohtana, oli palannut takaisin alkulähteilleen luottaen pääasiassa äänilevyihin. Useimmat asemat tähtäsivät nyt kuitenkin tunnelman yhtenäisyyteen, erityisten kuuntelijaryhmien pitämiseen... Radiolähetystoiminnan erikoistunut, osittunut luonne teki keskivertokuuntelijalle helpoksi saada vahvistuksen maulleen ja ennakkoluuloilleen painamalla nappia. Kun hänellä oli kerran "oma" asemansa, hän oli "omassa" maailmassaan.[11]

Kaupallisen radion päämääränä on tuotto, ja tuoton lähteenä on erotus lähetyskulujen ja mainostulojen välillä. Levyjen soittoon perustuva musiikkiradio kehittyi Yhdysvalloissa, sillä se täytti tuottokaavan molempien puolten vaatimukset: se oli halpa ja pystyi viehättämään tarpeeksi laajaa yleisöä, jotta se kiinnosti tarpeeksi useita mainostajia. Yleisö itse ei ole kaupallisen radion päämäärä, se on

keino mainostulojen saamiselle. Amerikkalaisten musiikkiasemien, joko top 40- tai ula-rockasemien, täytyy viehättää sellaisia yleisöjä, jotka niiden mahdolliset mainostajat haluavat tavoittaa. Se ei välttämättä tarkoita suurinta mahdollista yleisöä vaan suurinta mahdollista prosenttia tietyistä yleisöistä: top 40 on tarkoitettu teini-ikäisille, ularadio 18-34 -vuotiaille, ja mainostajat ostavat lähetysaikaa sen mukaisesti. Kaupallisilla asemilla ei ole velvollisuuksia ei-kuuntelijoilleen, ihmisille niiden kuuntelijaprofiilin ulkopuolella.

Kilpailu on tuottanut amerikkalaisille radioasemille ongelman siitä, että niiden on varmistettava, että tiettyyn asemaan kerran viehättynyt pysyy sen kuuntelijana. Kun asema on kerran vähentänyt laillisesti ja kaupallisesti tarpeellisen puheen minimiin, vain tietyt levyt voivat käännyttää kuuntelijat pois - huono levy tulee ja nappula painuu. Tämä oli syynä entisestään kaventuvalle myyntilistapohjaiselle soittolistalle - ihmiset todennäköisesti pitävät vähemmän levystä top 100:lta kuin top 40:ltä. Tämä oli syynä ularadion pikaiseen standardisoitumiseen - ihmiset pitävät todennäköisesti vähemmän rockin kokeilijasta kuin rockin supertähdestä.

Kaupallinen musiikkiradio on siten luontaisen konservatiivista, mutta se on kaikesta huolimatta ollut ratkaiseva tekijä yleisen maun suuriin muutoksiin viimeisten 30 vuoden aikana - rock'n'rolliin 1950-luvulla, rockiin 1960-luvulla. Kasvoin Isossa-Britanniassa, missä radiolähetyksiä hallitsi ei-kaupallinen BBC, ja tästä johtuneet erot populaariradion ja populaarimusiikin välisissä suhteissa olivat ilmeiset. 1950-luvulla rock'n'roll-makuja ei palvellut BBC vaan Radio Luxemburgin lähettämät harvat amerikkalaisiin levyihin perustuvat ohjelmat. Se oli kaupallinen radioasema Luxemburgissa, mutta se lähetti iltaisin englanniksi. Brittiläinen beat-räjähdys 1960-luvulla ei perustunut radion suhteen BBC:hen vaan merirosvoasemiin, jotka toimivat vuosina 1964-67 brittiläistä radiolakia välttäen lähettämällä ohjelmiaan laivoista aivan aluevesien ulkopuolelta. Brittiläiset popfanit kokivat nämä kaupalliset asemat piirteenä kulttuurisesta vapaudesta, joka merkitsi brittiläisen rockin ilmaantumista. Tosiasiassa monissa suhteissa "vapaat" merirosvoasemat yksinkertaisesti edustivat amerikkalaisia kaupallisia intressejä sekä ideologisesti (niiden ohjelmaideat ja -tyylit) että materiaalisesti (niiden pääoman ja mainostuksen lähteet).

Kaupallinen radio näytti Isossa-Britanniassa radikaalilta eikä vanhoilliselta, sillä se tarjosi ensimmäisen kerran päivittäistä kil-

pailua BBC:lle ja pophaastajaa Radio Luxemburgille. Suoranaisena seurauksena oli, että 1967, kun merirosvot oli lainsäädännöllä saatu pois radioaalloilta, BBC käynnisti oman versionsa top 40 -radiosta, Radio 1:n. BBC kokosi listoihin perustuvat soittolistansa erilaisilla periaatteilla kuin kaupalliset asemat: kun amerikkalaiset asemat käyttävät myyntilukuja ohjeena mitä jättää ohjelmista pois, BBC käytti niitä ohjeena, mitä ottaa mukaan. BBC käyttää ainoana saatavilla olevana yleisen maun mittana British Market Research Bureaun kokoamia listoja, jotka BRMB on muodostanut vähittäismyyjiltä saamiensa myyntilukujen pohjalta. Sen avulla BBC:n tarkoitus on varmistaa, että massamarkkinoilla jokainen kuulee levyn, josta pitää, ja että jokainen hittiparaatissa edustettu maku on edustettuna radiossa. BBC on yhä kiinnostunut heterogeenisen yleisön rakentamisesta. Sen seurauksena Radio 1:llä on oudon eklektinen soundi - kaikkea listoilla olevaa saatetaan soittaa, punkista MOR:iin. Osittain tämän takia BBC:n dj:t ovat niin tärkeitä.

Kaupallisen radio-ohjelmatoiminnan taito tarkoittaa levyjen ja mainoskatkojen yhdistämistä niin, että sanat liukuvat musiikin sisään ja ulos siitä - tarpeeksi sileästi pitämään kuuntelijat viileinä, mutta tarpeeksi tehokkaasti, jotta tuotteen nimi tarttuisi mieleen. Mainokset ovat kaupallisen radion keskipisteenä eivätkä dj:t, jotka ovat nykyään Yhdysvalloissa anonyymeja (huolimatta selvistä poikkeuksista) - top 40 -päivän lopussa sinun olisi muistettava dj:den mainostamien tuotteiden eikä dj:den nimet. Radio 1:lle, jolle itse yleisö on päämäärä, dj:t eivät ole musiikin kanssa yhtä tärkeitä viihteen lähteenä vaan monella tavalla tärkeämpiä - he antavat ohjelmille persoonallisuuden, pitävät kuuntelijat mukana epämiellyttävien levyjen yli ja ehkäisevät listojen moni- ilmeisyyden vaikutuksia. Radio 1 ei jaottele levyjään mihinkään erityisiin genreihin, mutta sillä on tapana valita jokaisesta genrestä helpoimmin kuunneltavat soundit: se lähettää helposti kuunneltavaa punkia, diskoa ja rockia.

BBC muistuttaa ääniteteollisuudelle jatkuvasti, että se ei ole teollisuudessa mukana myydäkseen levyjä vaan että sen tarkoitus on "viihdyttää" mahdollisimman monia ihmisiä; viihde määritellään siten minä tahansa, jota tämä suuri yleisö haluaa kuunnella. Lyhyesti sanottuna BBC tarjoaa radiolähetysten sekamuodon: sen muoto ja musiikillinen sisältö on peräisin top 40 -radiosta, perustuu oletuksiin nuorisomarkkinoista ja heijastelee noiden markkinoiden levyjenostokäyttäytymistä. Sen mielipide yleisöstään on kuitenkin peräisin epä-

määräisemmästä viihteen käsitteestä, epämääräisemmästä "suuren yleisön" tarpeiden oletuksesta.

Olen kuluttanut aikaa kuvaillakseni BBC:n versiota popradiosta, koska se antaa toisen näkökulman amerikkalaisen kaupallisen radion tarkastelulle. Kun Ison-Britannian kaupalliset radioasemat saivat toimia laillisesti vuodesta 1973, niin ne useimmissa suhteissa muistuttivat enemmän BBC:tä kuin amerikkalaisia asemia. Lain mukaan niiden täytyy antaa "yleisiä palveluja" kaikille yhteisöjensä jäsenille ja yhtä lailla houkutella mainostajille sopivaa yleisöä. Kun niiden popmusiikkiohjelmilla oli kuitenkin tapana suuntautua "nuoremmille aikuisille", niiden kiinnostus yleisöstä oli eriytyneempi kuin BBC:n ja niiden ohjelmat rajoittuneempia ja konservatiivisempia. Se perustui erityisesti "haluun olla hyökkäämätön", koska, kuten yksi uuden aseman "musiikkineuvoja" sanoi:

> Punklevyjä ostavat alle 20-vuotiaat eikä heillä ole rahaa tai kiinnostusta mainostamiimme kestokulutushyödykkeisiin - paitsi tietystikin jos alamme mainostaa hakaneuloja. Viimeinen asia mitä haluan kuuntelijalle, on että hän kuulee levyn, josta hän ei pidä, sanoo "mitä hittoa tämä on?" ja panee radion kiinni.[12]

Yhdysvalloissa rock'n'roll- ja top 40 -radiot kehittyivät yhdessä 1950-luvulla, rock- ja ularadiot 1960-luvulla, kun ohjelmapäälliköt alkoivat tehdä nuorisokulttuureista kuluttajamarkkinoita. Isossa-Britanniassa amerikkalaistyylistä kaupallista radiota - Luxemburg jossain määrin 1950-luvulla, merirosvoradiot ehdottomasti 60-luvulla - käytettiin samalla tavalla: radio muodosti olennaisen osan musiikillisen yhteisön kokemisesta. 70-luvulla radio tarjosi harvoin tuota kokemusta ja kaupallisen radion vertaaminen BBC:hen on taas valaiseva.

BBC 1 toimii taustana yhtä lailla aikuiselle kuin nuorekkaallekin toiminnalle, sitä kuunnellaan tehtaissa ja kaupoissa, rakennuksilla ja moottoriteillä. Paradoksi on siinä, että koska nuoret ihmiset ovat ainoita BBC 1:n kuuntelijoita, jotka välittävät tarpeeksi kuulemastaan ostaakseen levyjä itselleen, heidän musiikkinsa on pääasiassa sitä, mitä kaikki muut kuulevat taustalla - niin kauan kuin se ei ole *liian* punkia, edistyksellistä tai rajua. Sen seurauksena Radio 1 asettaa nuorisomusiikin yhteyksiin, jotka imevät sen merkityksen ja muutta-

vat sen muzakiksi, taustamusiikiksi. BBC ei ole kiinnostunut rockista kulttuurin muotona, sen kiinnostus on rajoittunut musiikin kykyyn miellyttää ja piristää massayleisöä.

Myöskään kaupallisen radion ohjelmien lähettäjät eivät ole koskaan olleet kiinnostuneita musiikista musiikkina. Kaupalliset asiat ovat aina määränneet musiikillisen politiikan - "menestyksellinen" radioasema määritellään aina sen kuuntelijalukujen suhteen, ja yhtenä selvimpänä rockin rationalisoinnin piirteenä 1970-luvulla oli rockmusiikkiasemien rationalisointi. Kun asemat saivat kasvavan osuuden tuloistaan *valtakunnallisilta* mainostajilta, niin heidän Arbitron-lukemansa (markkinatutkimusmitta kuuntelijoiden määrästä ja tyypistä) määräsi yhä täsmällisemmin sen, minkä osuuden mainosmarkkinoista ne saivat ja mitä hintoja ne voisivat pyytää. Erityisten väestöryhmien yhdistelmien tavoittelu tuli järjestyneemmäksi, tarvittavien ohjelmien suunnittelu tieteellisemmäksi ja musiikillisten ohjenuorien, joita ääniteyhtiöiden tuli seurata, tarkemmaksi. Radio oli keskeinen tekijä käytännössä, jolla musiikki jaettiin genreihin, jossa rockkokemuksesta tuli enemmänkin tuttavallisuuden ja vahvistuksen kokemus kuin haaste tai yllätys. Levyjä mainostettiin radioaalloilla mutta niitä ei *myyty* - kaupalliset asemat eivät olleet BBC:tä halukkaampia käyttämään *hyväkseen* yleisöä tai uskaltautuakseen liian kiihkeästi kokeilemaan yleisön reaktioita.

Toisaalta kaupalliset radioasemat eivät kuitenkaan koskaan ole todella olleet mukana musiikillisessa kasvatustyössä, ne ovat aina muuttaneet musiikin pois kontekstistaan, esikaupunkilaistaneet sen ja muuttaneet sen kauppakujien taustanauhaksi. Kun musiikkiradio on merkinnyt jotain musiikillisesti, se on melkein aina ollut sattumanvaraista - hetken musiikillinen yhteisö on samalla mainosyhteisö, hetken vapaa-ajan tarpeet määritellään radioaseman kaupallisten kiinnostusten mukaan. 70-luvulla radio oli harvoin tärkeä tällä tavoin (vaikka diskoradiolla oli hetkensä), ei siksi että se oli muuttunut, ei siksi että rock oli muuttunut, vaan siksi että kuuntelijat itse olivat muuttuneet samoin kuin musiikin asema heidän vapaa-ajassaan. Radio ei määrittele musiikin merkitystä, vaan mieluumminkin musiikin merkitys ihmisille määrää sen, kuinka he käyttävät ja kuuntelevat radiota. Radion maagiset hetket ovat olleet silloin, kun tuo merkitys oli avoin: rock'n'roll-radio, varhainen ularadio ja brittiläiset merirosvoasemat olivat kaikki osa prosessia, jossa rockin "kulutukselle" annettiin *uudet* merkitykset.

JOUKKOVIESTINSIDOKSET

Yksityinen kulutus ei ole levyjen ainoa kohtalo hyödykkeinä, niitä käytetään myös "inputteina" muihin viestimiin. Tämä on erityisen selvää radiossa, jolla on, kuten olemme nähneet, symbioottinen suhde ääniteteollisuuden kanssa. Mutta jopa viestinten sidonnaisuuden vähetessä ääniteteollisuus voi olla väline lisävoitoille. Esimerkiksi televisio on hyvin menestyksellisesti luonut omat teinipoppari-levytähtensä, ja mainostajat ovat huomanneet, että *minkä tahansa* tuotteen myyntiä auttaa yhdistäminen suosittuun levyyn - jotkut ei-musiikkiyhtiöt ovat jopa tukeneet rockyhteitä (esimerkiksi kiertueilla) palkkioksi yhtyeiden mainosavusta: vanha baseball/partavaahto -sopimus uudesta näkökulmasta. Tällä hetkellä kaikkein tuottavin rockin käyttö useissa viestimissä on elokuva/äänilevy -yhdistelmä. Nuorille suunnatut Hollywoodin elokuvat ovat kauan käyttäneet rock'n'rollia ääniraidoillaan, ja suurin osa Elvis Presleyn urasta omistettiin samanaikaiselle elokuvien ja lp-levyjen markkinoinnille. Mutta vasta *Saturday Night Feverin* ja *Greasen* hämmästyttävät myyntiluvut 1970-luvun lopulla paljastivat "ristikkäismarkkinoinnin" (ns. crossover) käyttämättömät mahdollisuudet. Elokuvat myivät levyjä ja levyt elokuvia, tavallisesti erotetut markkinointistrategiat muokattiin täydentämään toisiaan niin hyvin, että saavutettiin valtava joukko uusia kuluttajia. 1980-luvun alussa joukko ääniteyhtiöitä seurasi Polygramia, Robert Stigwoodia ja Whota (jonka *Quadrophenia* käytti hyväkseen samaa äänite/elokuva -yhdistelmää) elokuvatuotantoon.

Äänilevyjä voidaan käyttää myös suoremmin viihdyttämiskeinona. Diskot ja tanssipaikat saavat niiden avulla ilmeisesti tarpeeksi asiakkaita, ja nykyään on lähes kaikissa julkisissa paikoissa jatkuva taustamusiikki. Äänilevyjen varhaisin käyttö taustamusiikkina tapahtui levyautomaattien avulla. Se oli tärkeä osa palveluelämää, joka selvitti levyjen myynnin arvioitavissa olevan määrän ja auttoi rhythm and bluesin ja countryn suosiota nousemaan. Isossa-Britanniassa levyautomaatit, jotka nyt keskittyvät pubeissa luomaan "nuorekasta ilmapiiriä", merkitsevät yhä noin 15 prosenttia myydyistä single-levyistä. Eräällä tavalla levyt ruokkivat myös elävää musiikkia, klubien, kabareiden ja hotellien tarjoamaa perusviihdettä. On tuhansia muusikoita, jotka eivät ole levyttäneet ja joiden elinkeino riippuu heidän kyvystään tuottaa uudelleen viikko toisensa

jälkeen levytettyjä soundeja - heidän yleisönsä haluaa vanhojen ja uusien hittien hyviä kopioita. Puhtaimmilaan levyjen käyttö kollektiivisena kulutuksena ja viihteenä tapahtuu kuitenkin ilmeisesti diskoissa.

DISKOT

Klubit, joissa äänilevyt olivat ainoa viihteen muoto, tulivat Isoon-Britanniaan ja Yhdysvaltoihin (Ranskasta) 1960-luvun alussa. Sitä ennen dj:tä ja äänilevyjä oli käytetty tanssisaleissa täyttämään taukoja esitysten välillä eikä niinkään vaihtoehtoina elävälle musiikille. Alkujaan diskot palvelivat ilmeisiä muodikkaita joukkoja, yksinäisyyttä etsiviä aristokraatteja ja tanssihulluja. 1960-luvun lopulla, kun elävästä rockista tuli vähemmän tanssittavaa ja kalliimpaa, kun rockkonserteista tuli suuria tapahtumia tai istuttavia tilaisuuksia, paikalliset klubit ja diskot omaksuivat yleisemmän merkityksen paikkoina, missä useat levyjen ostajat kuulivat paljon levyjä. Ääniteyhtiöt huomasivat selittämättmän korkeat myyntiluvut levyille, joita ne eivät olleet pitkään aikaan markkinoineet. Isossa-Britanniassa diskosta tuli huomiota herättävä paikka työväenluokan teini-ikäisten vapaa-ajan valtavirrassa (kun taas pintapuoli "Northern soulin" klubeista palveli tanssijoita, jotka antautuivat erityisesti 60-luvun puolivälin mod-soulmusiikille). Ääniteyhtiöt alkoivat muuttaa markkinointitaktiikkaansa. Jonathan Kingin sanoi:

> Diskoteekeilla on kaksi suurta etua. Yksi: täsmälleen sellainen henkilö, jolle myyt levyjä, käy diskossa. Kaksi: saat levysi soitetuksi suurella äänenvoimakkuudella, niin kuin suurin osa levyistä tulisi kuulla. Ja kolmas asia on se, että nämä ihmiset ovat sellaisesta luokasta ja tyypiltään sellaisia, että he levittävät sanaa aina - heillä ei ole jalkapallon lisäksi mitään muuta puhuttavaa.[13]

Yhdysvalloissa diskot olivat yhtä tärkeitä vanhemmille tanssiville asiakkaille, homoille ja mustille kuin yksinäisille eli ihmisille, jotka halusivat nauttia satunnaisesti, raivoisasti, ilman hankaluuksia, ystävien ja mahdollisten partnerien kanssa. Diskot olivat uudenlaisia musiikkiklubeja.

Diskoissa *payola* ei ole laitonta, eikä näytä olevan mitään syytä siihen, mikseivät ääniteyhtiöt pelkästään maksaisi korvauksia dj:lle levyjensä soittamisesta. Diskojen dj:t ovat kuitenkin kiinni omissa tarkoitusperissään: heidän työnsä ei ole myydä levyjä vaan viihdyttää joukkoa. Dj rakentaa shown ja juuri tuota showta varten levyt valitaan. Ääniteyhtiöt eivät voi määrätä hänen valintojaan; hänen täytyy pystyä vastaamaan kyseisen tanssiyleisön välittömiin vaatimuksiin. Ääniteyhtiöiden tie diskoihin oli sen takia hienostuneempi: yhtiöt ottivat dj:tä miksaamaan ja tekemään levyjä itse. Ääniteyhtiöiden uudet disko-osastot antoivat näin syvyyttä vanhalle payolakujeelle maksamalla radion dj:lle "julkaisukonsultteina" (todennäköisesti he soittaisivat levyjä, joiden julkaisemista heidät oli palkattu suosittelemaan). Asian ydin ei ollut yleisön manipulointi vaan sen tehokas palveleminen, diskojen dj:t palkattiin tarjoamaan asiantuntijan palvelujaan.

Diskomusiikin ja diskomarkkinoiden välinen suhde on esimerkki "annetaan yleisölle mitä se tahtoo" -ajattelun *dialektiikasta*. Diskon tärkein portinvartija, dj, palkataan välittämään diskoyleisöjen makuja takaisin ääniteyhtiöihin ja myös valitsemaan (ja myymään) syntyneet äänitteet diskoyleisölle. Yleisön diskomusiikin käytössä (niin kuin on sen radiomusiikin käytössä) ei todellakaan ole hetkeä, jossa levyjä kulutetaan "passiviisesti", pelkästään käytetään. Musiikki on liian epävakaista, se pitää mukanaan liian monia merkityksiä. Se on aktiivisesti kulutettua, *käytettyä* vaikeasti kontrolloitavissa vapaa-ajan ja mielihyvän ympyröissä, jotka rakentavat suhteet muusikoiden ja yleisöjen välille, missä merkitykset ja raha yhtä lailla kiertävät. Palaan tähän luvussa 7. Ensin kuitenkin haluan tarkastella ongelmia, joita musiikillisen kulutuksen kummallisuudet asettavat ääniteyhtiöiden omalle kiinnostuksen kohteelle - voitontavoittelulle.

6. RAHAN TEKEMINEN

Levyjen palveleva käyttö, levyautomaateissa ja elokuvissa, radio- ja diskoviihteen lähteenä, on ääniteteollisuudelle elinvoimainen tulonlähde, ja tähän sisältyvät lisenssi- ja tekijänoikeussopimukset vetävät huomion musiikin erikoiseen statukseen kulttuurituotteena. Hyödyketuotannon normaalina periaatteena on, että tuotantovälineiden omistaja omistaa tuotetun hyödykkeen. Tuotteen arvo saattaa heijastaa sen tuotantoon käytettyä työtä, mutta työläisille maksetaan suoraan työajasta eikä heillä ole laillisia oikeuksia tuotteeseen millään tavalla. Kapitalisti voi tehdä mitä haluaa sekä tuotteelle että sen myyntivoitolle. Useimmille levyjen teossa mukana oleville työläisille säilyy sama suhde: he ovat palkkatyöläisiä, joille maksetaan heidän ajastaan eikä heillä ole mitään taloudellisia intressejä tekemäänsä tuotteeseen. Kulttuuristen tavaroiden tuottamiseen käytetään kuitenkin myös taiteellista työtä, ja taiteelliset palvelut palkitaan osuudella lopullisesta tuotosta. Royaltit toimivat yllykkeenä taiteilijoille, joiden luovia kykyjä niiden hankkijat eivät voi muuten helposti kontrolloida.

Ääniteteollisuudessa meidän täytyy erottaa äänitetty työ äänitteestä itsestään. Tekijänoikeuslaki vakuuttaa (tämä on brittiläisestä sanamuodosta), että "musiikillinen teos (ja siihen liittyvät tekstit) saa tekijänoikeussuojan heti, kun se on merkitty paperille tai pantu johonkin muuhun materiaaliseen muotoon, kuten äänitteeksi".

Äänitetyssä rockissa ei tarvitse olla tekstejä, sen ei tarvitse olla nuotinnettu, se voi olla sillä hetkellä improvisoitua, mutta äänite on laillisesti aina erityisen musiikkikappaleen - laulun - äänitys ja laulun äänittäminen tuo tärkeän hahmon musiikilliseen rahan hankkimiseen

- laulun kustantajan.

KUSTANNUSTOIMINTA

Lauluarkkien kustantaja oli alkuperäinen populaarimusiikin kaupallistaja, ja laulujen kustantajat olivat ennen levytystoiminnan kehittymistä keskeisiä hahmoja musiikkiteollisuudessa. Vaikka kustantajien rooli on sen jälkeen muuttunut, se on säilynyt tärkeänä.

Kustantajat ovat laulunkirjoittajien työnantajia avustamalla heitä kunnes heidän laulunsa ovat menestyksellisiä (kuten Dick James tuki Elton Johnia ja Bernie Taupinia, ja Ray Daviesin yhtiö tuki Tom Robinsonia), käyttämällä heitä tuottamaan lauluja laulumarkkinoille, toimimalla välittäjinä lauluntekijöiden ja levyttävien taiteilijoiden välillä. Freddie Bienstock esimerkiksi keräsi lauluja Elvis Presleylle: "Elvis ei vilkaissutkaan lauluun ennen kuin minä olin ensin nähnyt sen. Tämä ei tarkoittanut sitä, että minä valitsin ne, minä vain seuloin ne hänelle, ja niistä, jotka olin seulonut, hän teki omat valintansa."

Kustantaja toimittaa asiakkaansa työn ääniteyhtiöille ja antaa levyttäville esiintyjille neuvoja mahdollisista hiteistä. Jälkimmäinen työ tarkoittaa usein neuvojen antamista aikaisemmin julkaistusta materiaalista; kustantajan julkaisuluettelo on jatkuvasti lähteenä mahdollisesti uudelleen levytettäville lauluille. Ensin mainittu työ sisältää uusien lauluntekijöiden tukemisen ja markkinoinnin. Teoriassa kustantaja toimii kirjoittajan puolesta tuomalla hänen työnsä julkiseen tietoisuuteen. Käytännössä monet rockin lauluntekijät ovat aloittaneet uransa työskentelemällä kustantajille ja kirjoittamalla lauluja tilauksesta. Carole King muistelee poplaulujen kirjoittamista 1960-luvun alussa:

> Joka päivä puristauduimme omiin suojaisiin koloihimme, joissa oli juuri tarpeeksi tilaa pianolle, penkille ja ehkä tuoli sanoittajalle, jos oli onnea. Sitten istuit siellä ja kirjoitit ja saatoit kuulla, että joku sävelsi viereisessä pikku kolossa täsmälleen samanlaista laulua kuin omasi oli. Paine Brill Buildingissa oli todella kauhea, koska Donny Kirschnerillä (musiikkikustantaja) oli tapana yllyttää lauluntekijät toisiaan vastaan. Hän saattoi sanoa: "Me tarvitsemme uuden huippuhitin" - ja menimme kaikki koloihimme, teimme laulun ja seu-

raavana päivänä soitimme kaikki omamme Bobby Veen tuottajalle.[1]

Kummassakin tapauksessa, tarkoituksena myydä ja markkinoida laulunsa, kustantajien täytyy tehdä omat "demolevynsä" - Kirschner toimi tämän lähestymistavan tienraivaajana - ja siksi heidän on tavallisesti pakko perustaa omat itsenäiset tuotantoyhtiönsä.

Kustantaja on laulun oikeuksien valvoja sen jälkeen, kun se on levytetty ja esitetty. Jopa muusikoiden levyttäessä omaa materiaaliaan, jolloin he eivät tarvitse kustantajaa avustamaan tai markkinoimaan lauluja, he kuitenkin tarvitsevat jonkun takaamaan, että heidän oikeutensa pysyvät turvassa, että he saavat tuloja laulujensa myynnistä ja käytöstä. Kustantajat tuottavat tarvittavat lainopilliset ja hallinnolliset taidot ja auttavat mainostamaan ja markkinoimaan asiakkaidensa materiaalia muissa muodoissa: nuotteina, esiintymisinä ja muiden taiteilijoiden versioina.

TEKIJÄNOIKEUS

Laulun (joka tarkoittaa melodian ja tekstin yhdistelmää) tekijänoikeus kestää 50 vuotta laulun tekijän kuoleman jälkeen ja oikeuttaa oikeuden haltijan korvauksiin jokaisesta myydystä laulun kopiosta, on se sitten nuotteina tai levytettynä (joka voi pitää sisällään sen käytön elokuvissa, mainoksissa, muzak-nauhan osina jne). Tekijänoikeuden haltija on tavallisesti laulun kustantaja, jolla on oma sopimuksensa laulun tekijän kanssa, mutta kustantajalla mahdollisesti olevia erilaisia oikeuksia valvotaan eri tavalla, sen mukaan ovatko ne mekanisoimis- vai esitysoikeuksia. Royaltyoikeudet laulun käytöstä äänitteenä ovat mekanisoimisoikeuksia ja tärkeimmät niistä muodostuvat äänitteiden myynnistä (Isossa-Britanniassa prosenttiosuus listahinnasta, USA:ssa kiinteä maksu). Esitysoikeudet tarkoittavat, että "missä tahansa laulua esitetään julkisesti tai lähetetään radiossa tai televisiossa täytyy tekijälle ja kustantajalle maksaa".

Kustantajat ja säveltäjät ovat luovuttaneet julkisten esitysten oikeudet Performing Rights Societylle Isossa-Britanniassa ja ASCAP:lle tai BMI:lle USA:ssa (voittoa tavoittelemattomia kustantajien itsensä perustamia järjestöjä), ja nämä järjestöt antavat luvat musiikin erilaisille julkisille käytöille ja keräävät ja välittävät tästä

kertyvät rahat. Kuinka ne tämän tekevät vaihtelee järjestöstä toiseen, mutta yleensä tulot jaetaan tasan kustantajan ja tekijän kanssa. Molemmissa maissa esitysoikeuksien takana oleva juridinen periaate on sama:

> Musiikki on sellaista säveltäjälle kuuluvaa omaisuutta, että kontrolloimalla musiikkinsa tiettyjä käyttöjä, hän voi ansaita elantonsa. Näin yksi lain ehto on, että ostettuja levyjä tai nuotteja voi käyttää kotona soittamiseen, mutta laki ei anna oikeutta musiikin julkiseen esittämiseen, paitsi jos siihen on hankittu säveltäjän lupa.[2]

Säveltäjien omistusoikeus sävellyksiinsä vahvistettiin alkujaan vuosisadan alussa (1909 USA:ssa, 1911 Isossa-Britanniassa) Copyright Actissa, jossa selvitettiin kaikkien tekijöiden oikeudet. Tämän jälkeen tapahtunut levytystoiminnan kehitys herätti uuden kysymyksen: voiko äänen tai esityksen kustantaja vaatia samat oikeudet kuin kirjoitetun tekstin kustantaja? Brittiläiset ja amerikkalaiset tuomioistuimet ja lainsäätäjät päätyivät erilaisiin johtopäätöksiin. Isossa-Britanniassa levyä ei saa kopioida, kuunnella julkisesti tai lähettää radiossa ilman lupaa; Yhdysvalloissa levyn hankkija (joko yksityinen kansalainen tai radioasema) on sen omistaja ja voi tehdä sen kanssa mitä haluaa. Edes vuonna 1976 amerikkalaisiin tekijänoikeuslakeihin tehty lisäys, joka antoi yhtiöille suojan laitonta kopiointia ja bootlegeja (laittomasti tehtyjä levyjä) vastaan, ei antanut niille oikeuksia esityksiin tai radiolähetyksiin. Brittiläisten radioasemien täytyy saada lupa levyjen soittamiseen, niiden täytyy neuvotella sopimukset siitä, kuinka paljon musiikkia saa soittaa (ns. needletime agreements), ja maksaa ääniteyhtiöiden lisenssijärjestölle Phonographic Performance Limitedille niiden äänitteiden käytöstä samaan aikaan, kun ne maksavat PRS:lle (Performance Right Societylle) niiden laulujen käytöstä. Amerikkalaisten äänitteiden tuottajien (toisin kuin amerikkalaisten laulujen kustantajien) täytyy tyytyä 2 prosentin nettoroyaltytuloihin, joista National Committee for the Recording Arts sopi radioasemien kanssa 1967.

TÄHTIJÄRJESTELMÄ

Levyjen erilaisten julkisten käyttöjen ja niiden mukana tulevien huomattavien maksujen taustalla on, kuten edellisessä luvussa näimme, oletus että musiikki on tehokas keino muille päämäärille - kuunteluja katseluluvuille, pääsylipputuloille, painosluvuille, myyntiluvuille - ja että osan musiikin tuomasta rahasta tulisi mennä sen tekijöille. Äänitteille tehty rock ole ainoa keino suuremmille voitoille, vaan sellaisena toimivat myös rocktähdet. Tähtien viehätysvoima symboloituu niiden fanklubeissa. Kuten mainitsin keskustelussa myynninedistämisestä, suurimmat esiintyjät voivat hyödyntää menestystään myymällä nimensä tai imagojensa käyttölupia. *New York Times* raportoi vuonna 1957:

> Pehmeiden tavaroiden vähittäismyyjät myivät viime vuonna yli 20 miljoonan dollarin edestä Presley-tuotteita. Sellaiset tuotteet kuten lasten ja teini-ikäisten takit, hameet, t-paidat, farkut, hatut, nailonhuivit, amulettirannerenkaat, tennistossut ja nailonnilkkasukat, kaikki kantaen Presleyn nimeä myyvät hyvin valtakunnan kaupoissa.
>
> Liikeketjut, kemikaalikaupat ja uutuuskaupat esittelevät nyt nimikirjoituksella koristetuissa rasioissa olevia huulipuikkoja, joiden värien nimet ovat sellaisista Presleyn hittisävelmistä kuin Hound Dogin oranssi, Love Youn verenpisara ja Heartbreakin pinkki.[3]

Musiikkibusiness ei muuta vain musiikkia hyödykkeiksi levyjen tapaan vaan muuttaa myös muusikot hyödykkeiksi tähtinä. Kun 1964 kaksi chicagolaista liikemiestä osti 1000 dollarilla tyynyliinat, joiden päällä Beatlesin jäsenet olivat nukkuneet Kansas Cityn eräässä hotellissa, leikkasi ne 160 000 neliötuuman kokoiseen osaan ja myi neliöt dollarin kappalehinnalla, tuotto heijasti "arvoa", jonka Beatlesin jäsenet tähtinä toivat jokaiseen esineeseen, jota koskettivat. Erityisesti tähtien levymyynti on taattua melkeinpä sisällöstä riippumatta. Ääniteyhtiöt (elokuvastudioiden tapaan) yrittävät kääntää "rationaalisen" suhteen tähteyden ja musiikin (tai elokuvien) välillä päinvastaiseksi - jos esiintyjistä tulee tähtiä, koska ihmiset pitävät heidän levyistään, kaupallisuuden tavoitteena on saada ihmiset ostamaan heidän levyjään, koska he ovat tähtiä. Itse asiassa suurim-

mat tähdet hankkivat itse suuren osan ääniteyhtiöiden tuotosta - joko Elvis Presley RCA:lle tai Elton John ja Olivia Newton John MCA:lle. Beatles jää dramaattisimmaksi esimerkiksi tästä. 1963-64 Beatlesin musiikin tuotto hyppäsi nollasta 6 miljoonaan puntaan, 1964 puolivälissä Beatles-levyt tuottivat 500 000 puntaa kuukaudessa ja tuona vuonna EMI:n tulot musiikista ennen verotusta nousivat 80 prosenttia. Seuraavien 10 vuoden aikana Beatles myi 545 miljoonaa singleä vastaavan määrän, ja jopa 1973, kauan beatlemanian huipun jälkeen, arvioitiin että kahden Beatles-antologian myynti vastasi 28,6 %:sta EMI:n veroja edeltävästä musiikin tuotosta, 16,7 % sen kokonaistuotosta. Kun Allen Klein neuvotteli uudelleen Beatlesin sopimuksesta Capitolin kanssa (EMI:n alamerkki Yhdysvalloissa) 1969, hän sai yhtyeen royaltyprosenttin nousemaan 25 %:iin (keskiarvo oli tuolloin noin 10 %) itsevarmana siitä tiedosta, että yhtye oli vuosia vastannut vähintään puolesta Capitolin myynnistä.

Tähdet tekevät levyjen markkinoinnin helpoksi, ja juuri tähtisysteemissä voidaan nähdä selvimmin "symbioottiset" suhteet erilaisten, musiikkia käyttävien joukkoviestimien välillä. Tähtien tärkeys *kaikelle* myynnille tarkoittaa sitä, että lehdet kirjoittavat heistä niin paljon kuin voivat, radioasemat soittavat heidän viimeisimpiä levyjään niin pian ja niin usein kuin mahdollista ja aikakauslehdet täyttävät sivunsa heidän kuvillaan. Äänitteiden myynti nousee ilman, että ääniteyhtiöiden tarvitsee liikauttaa sormeaankaan, eikä yhtiöiden liiketoiminta ole vain tuottavampaa vaan myös helpompaa, sillä "mitä yleisö haluaa" -fraasi muuttuu ennalta tiedetyksi määräksi. Suuriin tähtiin yhdistetty kohina häipyy pieniin tähtiin siirryttäessä ja niin edelleen läpi koko rocklinjan. Yleisin musiikkibusineksen klisee myynnin ollessa heikkoa on se, että tarvitaan "uusi Beatles", joku joka on "taattua platinaa".

Muusikoiden voiman nousun (siitä puhuttiin luvussa 4) taustalla on tähtijärjestelmä. Supertähdiksi muuttuessaan rocktaiteilijat pystyivät määrittelemään musiikintekemisen kaupalliset ehdot. "Tähteys" kuvaa esittäjän ja yleisön välistä suhdetta, ja rockissa tämä suhde voi saada oman kulttuurisen elämänsä. Rockin yhteys nuoruuteen antaa ihailijoiden samaistumiselle tähtiin materiaalisen ulottuvuuden, ja osaksi tämän takia tärkein rockin tapahtuma on *esiintymistilanne*, jossa esiintyjät ja yleisö reagoivat aidosti toisiinsa (tavalla, jolla elokuvatähdet ja heidän faninsa Hollywoodin tähtijärjestelmässä eivät koskaan tehneet). Rock on äänitteinä leviävä viestin, mutta musii-

kin merkitys johtuu esiintymistilanteiden merkityksestä, olivatpa ne sitten highschool-tanssiaisia, kapakkakeikkoja tai stadionspektaakkeleja. Riippumatta siitä kuinka yksityisesti rocklevyjä käytetään, niiden taustalla on tähtiä tuottava yleinen vapaa-aika ja kulttuuri.

ESIINTYMISET

Esiintymiset tuovat mukanaan kaksi ennen mainitsematonta "portinvartijaa", agentin ja promoottorin, ja näiden yhteistyön. Keikkoja saadakseen taiteilijat tekevät sopimuksen agentin kanssa (hän saa prosenttiosuuden neuvottelemastaan palkkiosta), ja agentti toimii välittäjänä muusikoiden ja heidän säännöllisten työnantajiensa, konserttisalien, tanssipaikkojen, klubien ja yliopistojen välillä. Promoottori järjestää showt, vuokraa esiintymispaikat ja tilaa agentilta muusikot, organisoi lavarakennelman, julkisuuden, lipunmyynnin jne. Promoottorin riski on selvästikin siinä, vetääkö esiintyjä yleisöä, ja promoottorin turvallisuuden ilmeinen lähde on sellainen esiintyjä, jolla on hittilevy - levy toimii esiintymisen markkinoijana. Esimerkiksi Isossa-Britanniassa 1960-luvulla Robert Stigwood järjesti jättiläismäisiä esiintyjäpaketteja top 20:n esiintyjistä, joiden asema ohjelmassa vaihtui, kun heidän levynsä vaihtoi paikkaa listoilla. Nykyään jopa pienet brittiläiset promoottorit, esimerkiksi yliopistoilla, ovat ensi sijassa kiinnostuneita esiintyjistä, jotka jo ovat osoittaneet vetovoimansa levyjen menekillä.

Yhdysvalloissa elävä esiintyminen on samalla tavalla ollut aina tärkeä markkinoinnin muoto, jonka päämäärä eikä lähtökohta on levyjen myynti. Esimerkiksi Dick Clarkin 1959 alkaneita Caravan of the Stars -kiertueita mainostettiin yhdessä paikallisten radioasemien (jotka käyttivät tähtiä markkinoidakseen itseään) kanssa. Esiintyjille maksettiin hyvin vähän, mutta heidän levyilleen taattiin tehokas radiosoitto. Tuollaiset kiertueet olivat tapa esiintyjien julkistamiseksi sellaisilla alueilla, minne heitä ei oltu aiemmin myyty. 1960-luvun lopulla Frank Barsalona aloitti Premier Talent Agencyn erityisesti *murtaakseen läpi* uusia esiintyjiä ja vauhdittaakseen uusien esiintyjien uraa. Hän suunnitteli käyttävänsä kiertueita markkinoiden rakentamisessa yhtyeille. Tämän seurauksena kehittyneen amerikkalaista rockia 70-luvulla hallineen järjestelmän yksi piirre oli markki-

noinnin keinojen lujittuminen. Elävästä rockista tuli rutiininomaista: vuosittainen albumin julkaisu liittyi kiertueeseen, johon kuului jokaisella paikkakunnalla järjestetty koordinoitu markkinointitempaus, kun yhtyeet tekivät osuutensa radiolle, kauppoihin, lehdistölle ja televisiolle.

Ei ole epäilystä, etteikö Barsalona olisi vaikuttanut amerikkalaiseen rockiin. Aiemmin oli ollut vaikea kiinnittää rock'n'roll-yhtyeitä koon, mukavuuden ja akustiikan suhteen kunnollisiin esiintymispaikkoihin (kaupunkien ykköskonserttisalit oli varattu "kunnialliselle" popille ja klassisen musiikin esittäjille, joilla oli "kunnolla käyttäytyvä" yleisö), ja riitoja syntyi jopa yhtyeiden soittaessa niissä. Nyt rock'n'roll-yhtyeet olivat stadioninomistajien turvallisin veto - Barsalona oli muuttanut markkinoinnin riskin merkityksen. Hän ei välttämättä tarvinnut hittiä ottaakseen esiintyjän töihin, mutta hän odotti "ammattimaisuutta" - hän odotti sopivaa managerien ja äänite-yhtiöiden tukea, oikeanlaatuista musiikillista temperamenttia ja tehokkuutta. Hän odotti esiintyjiensä ottavan vastaan esiintymistä koskevia neuvoja: kuinka esitellä itsensä ja kuinka selvitä illasta. Elävä rock kehitti oman rutiinispektaakkelin muotonsa, oman tapansa "taata" hyvä ilta. Lavarakennelmat tulivat yhä kalliimmiksi, koska ääniefektien tuli heijastaa studion teknistä kehitystä, ja muusikot omaksuivat jatkuvasti hienostuneempia showesiintymisen vaatimustasoja. Esiintyjillä, joiden maine perustui mahtailuun ja melodraamaan, ei ollut varaa pettää ihailijoitaan millään vähemmän mahtavalla tai dramaattisella lavatyöskentelyllä. Suurimmat rock-yhtyeet eivät lopulta pystyneet saamaan voittoa pelkästään lipputuloilla. Esimerkiksi Rolling Stonesin Euroopan kiertue vuonna 1976 maksoi noin 2 miljoonaa puntaa - sen tarkoitus oli enemmän "lisätä viimeisen albumin myyntiä 300 000 - 400 000 kappaleella" kuin tuottaa suoraan rahaa.

Stonesin ja Whon tapaisten esiintyjien massiiviset konsertit ovat automaattisesti loppuunmyytyjä ja siten tuovat mukanaan uuden suhteen promoottoreihin. Jälkimmäiset ovat muuttuneet lippukioskin tuloille pääomansa alttiiksi panevista yrittäjistä asiantuntijoiksi keskittymällä huolehtimaan korvausta vastaan kaikesta ja jättämällä levy- tai manageriyhtiöt vastaamaan kuluista markkinointibudjeteistaan. Konserttienjärjestäjille maksetaan yhä useammin heidän ammattimaisesta kyvystään suunnitella show ja tarjota spesialistien joukko - roudareita, puuseppiä, sähkömiehiä, valaistusmiehiä, lava-

managereja ja äänenmiksaajia. Suuren rockkiertueen lavamiehistö on yhtä monimutkainen ja kallis kuin teatterissa ja nykyään ääniteyhtiöt todellakin järjestävät suuret rockkonsertit itse.

BIG BUSINESS

1970-luvulla rockteollisuutta leimasi muusikoiden vallan kasvu ja itsenäisten, ammattimaisten asiantuntijoiden lisääntynyt käyttö äänitteiden tuottamisessa, esiintymisten rakentamisessa, karrieerien järjestelyssä ja myyntiviehätyksen muokkauksessa. Pinnallisesti tämä merkitsi musiikkibusineksen rentoutumista, kuten alkuperäiset rocktähdet 60-luvun puolivälissä lupasivat - konserttisalien, ääniteyhtiöiden ja radioasemien vanhat kontrolloijat oli korvattu nuorilla. Talousasioiden suhteen tämä kuvaus on kuitenkin harhaanjohtava. Epäilemättä rockia tuottaa sekalainen kokoelma yhtiöitä, mutta tämä ammattitaitoa vaativan työn jakautuminen kätkee sen, missä määrin liiketoiminnan kokonaiskontrolli on jäänyt suurten viihdeyritysten käsiin.

Jopa 1950-luvulla levyteollisuuden "riippumattomuus" oli eräällä tavalla väärä nimitys. Pienten levy-yhtiöiden ongelma oli ollut jo 1920-luvulta lähtien löytää joitakin muita valmistamaan niiden levyjä. Pieniä tuotantolaitoksia oli, mutta ne olivat usein täyteen varatut. Pienten yhtiöiden oli vaikea käyttää niitä *joustavasti*, ajoittaa julkaisunsa tarkalleen, vastata nopeasti kuluttajien vaatimusten odottamattomaan vyöryyn. Ei ole siis ihme, että useimmat "riippumattomat" ovat päätyneet työskentelemään suurien yhtiöiden kautta, ja tosiaankin 70-luvun lopulla Yhdysvaltain suuret yhtiöt (CBS, RCA, WEA, MCA, Polygram, Capitol) vastasivat yli 90 prosentista äänitemarkkinoista sekä kappalemäärän että myyntilukujen suhteen; "riippumattomilla" oli pienempi osuus kuin koskaan 50-luvun alun jälkeen. Suurilla ei ollut kilpailijoita siellä, missä pääoman investoinnit olivat tärkeitä. Isossa-Britanniassa EMI, Decca, Pye, Phonodisc, CBS ja RCA valmistivat ja jakelivat suurimman osan julkaistuista äänitteistä (EMI yksin valmisti joka neljännen myydyn äänitteen ja jakeli joka kolmannen). Yhdysvalloissa levyjen valmistusta hallitsivat CBS, Capitol ja RCA (CBS yksin puristi yli puolet kaikista amerikkalaisista julkaisuista). Suurilla ääniteyhtiöillä (kuten elokuvayhtiöillä, muttei kirjankustantajilla) on omat tuotantolaitoksensa

(valmistus vastaa noin viidennestä levyjen teon kuluista), ja kun vuoden 1973 vinyylipulan aikana RCA ja Capitol lopettivat muiden levyjen tekemisen puristuslaitoksissaan, pienillä yhtiöillä ei ollut mitään tehtävissä ilman omia puristuslaitoksiaan. Jopa suurten yhtiöiden täytyi miettiä asemansa uudelleen: WEA alkoi valmistella omaa puristuslaitostaan (kulut voi laskea siitä, että CBS käytti 50 miljoonaa dollaria uuteen tuotantolaitokseen).

Toinen syy suurten yhtiöiden niiden jatkuvaan musiikkibusineksen hallintaan on niiden kontrolli levyjen jakeluun - ne voivat päättää mitä ei levitetä (aivan kuin mitä ei puristeta). Rocklevyt myydään kaupoissa (ennemmin kuin postitilauksina tai kirjojen myynnille tärkeissä kirjakerhoissa), ja Isossa-Britanniassa suuret ääniteyhtiöt ovat aina olleet suoraan vastuussa omasta vähittäismyyntijakelustaan; ne eivät toimi tukkukauppiaitten välityksellä. Useat riippumattomat jakelijat käyvät kauppaa pienten ääniteyhtiöiden kanssa, mutta telineiden välityksellä toimivat työskentelevät vain alennuslevy-yhtiöiden (esim. K-Tel) kanssa. Yhdysvalloissa tilanne on monimutkaisempi. 1950-luvulla suuret levy-yhtiöt palkkasivat ensi sijassa riippumattomia jakelijoita markkinoimaan ja myymään niiden levyjä tai myivät alennettuun hintaan kaikkia palveleville tukkumyyjille, jotka saivat alkunsa levyautomaattien käyttäjien palvelemiseksi käyttäjiä, mutta jotka nyt palvelivat myös vähittäismyyjien tarpeita. Levy-yhtiöiden täytyi myydä tuotteensa jakelijoilleen ennen kuin ne voitiin myydä yleisölle - jopa levyjen kannet suunniteltiin levyjen myyjiä eikä ostajia ajatellen (esimerkiksi Motownin alkuajan lp:iden kansissa ei ollut artistien kuvia, koska tarkoituksena oli saada levyt valkoisten kauppoihin Etelässä). 1960-luvulla useimmat levyt ostettiin jatkuvasti laajenevista tavarataloista ja supermarketeista. Nämä eivät olleet erikoistuneita levyjen myyntiin, ja yhä enemmän ne luottivat telinemyyjiin rajoitetun levytilan käytössä ja yleisön palvelemisessa (telinemyyjät maksavat tavaratalolle levytelineen sijoittamisesta niiden tiloihin; tuotot jaetaan puoliksi ja telinemyyjät ovat vastuussa varastosta). 60-luvun lopulla tuollaiset telineet vastasivat noin 3/4-osaa Yhdysvaltojen levymyynnistä, ja telinemyyjät olivat kasvaneet tarpeeksi ostaakseen myyntiartikkelit suoraan levy-yhtiöiltä. Rock-lp:n nousu johti telinemyynnin ja yhden yhtiön palvelun sulautumiseen ja yhtä lailla itsenäisen välittäjän roolin vähenemiseen (sama prosessi vaikutti kirjojen myyntiin 70-luvulla).

Ääniteyhtiöille tämän järjestelmän ongelma oli, että niiden omis-

sa vähittäismyyntitarpeissa oli ristiriitoja: toisaalta ne halusivat käyttää kauppoja tienä esiintyjien tai levyjen läpimurtoon ja toisaalta ne halusivat vakaannuttaa myynnin ja maksimoida hittilevyn liikevaihdon. Telinemyyjät täyttivät jälkimmäisen tehtävän hienosti, ne saavuttivat suuren joukon kuluttajia, ne keskittivät varastonsa taattuihin myyntimenestyksiin, mutteivät ensimmäistä: ne eivät voineet helposti vastata paikallisista myynninedistämiskampanjoista, eivät olleet halukkaita sijoittamaan tuntemattomiin nimiin tai levymerkkeihin eivätkä vetäneet puoleensa tarpeellisia *rock*ostajia. Saavuttaakseen rockostajat ääniteyhtiöt perustivat 70-luvulla omat "alajakelijansa", jotka toimivat kuten alkuperäiset riippumattomat jakelijat, mutta kävivät kauppaa vain oman yhtiön tuotteilla. Samaan aikaan kuluttajat palasivat takaisin suuriin, Towerin tapaisiin alennuslevykauppojen ketjuihin (joiden perustajat olivat usein telinemyyjiä, joiden osuus markkinoista 1976 oli laskenut noin 50 prosent-tiin). Ylituotannon ongelma säilyi yhä, mikä näkyi selvästi cut-out -levyjen laatikoissa ja levyjen palautuksissa (cut-out -levy tarkoittaa levyä, jonka kannesta on leikattu pala pois ja joka on poistettu yhtiön varastoluettelosta. suom.huom.). Vuonna 1979 suuret ääniteyhtiöt alkoivat muokata 100 prosentin myyntiin ja levyjen palautukseen perustuvia sopimuksia, joiden mukaan kaupat pystyivät palauttamaan minkä tahansa myymättömän levyn korvauksena uusista levyistä. Näitä sopimuksia oli tehty vähittäismyyjien kanssa 1950-luvulta lähtien. Kaupat, jotka eivät halunneet täyttyä levyillä, joita ei voinut myydä tai palauttaa, alkoivat olla huolellisempia tilauksissaan; ääniteyhtiöt lisäsivät kontrolliaan kauppojen myyntipolitiikasta.

Amerikkalaisten suurten yhtiöiden levityskontrollin uudelleen vahvistuminen 70-luvulla oli reaktio rockin noususuhdanteeseen (uusi myyntivolyymi, uudet mainostuksen ja markkinoinnin tyylit), mutta sen vaikutus oli kohtalokas yhtiöille, joilla ei ollut varaa omaan jakeluun: riippumattomilta jakelijoilta katosivat yhtäkkiä asiakkaat, pääoma ja tehokkuus. Vuosikymmenen loppuun mennessä EMI oli ottanut UA:n haltuunsa, RCA oli ottanut ABC:n ja lukemattomat pienet yhtiöt olivat kadonneet (kuten Private Stock) tai olivat suurissa taloudellisissa vaikeuksissa (kuten Capricorn). Jopa A&M:n, itsenäisistä suurimman, oli tehtävä tuotanto- ja jakelusopimus RCA:n kanssa.

70-luvulla suuret yhtiöt nielaisivat lukuisia muita musiikkiteollisuuden alueita jakelun ja tuotannon ohella. Dramaattisin esimerkki

levy-yhtiön kontrollin laajenemisesta Isossa-Britanniassa tapahtui 1969, kun ATV (joka oli kontrolloinut Pye Recordsia vuodesta 1966) otti haltuunsa Beatlesin kustannusyhtiön, Northern Songsin, 10 miljoonalla punnalla huolimatta Beatlesin tunnetuista estely-yrityksistä. ATV oli jo hävinnyt yhden kustannusvaltaustaistelun 1968, kun Philips osti Chappellin, ja 1969 EMI liittyi kilpaan ostamalla Keith Prowsen. EMI:llä ei ollut ollut mitään kiinnostusta kustannustoimintaan ennen vuotta 1958, kun Ardmore ja Beechwood muodostettiin. Tämä levy-yhtiöiden äkillinen kiinnostus kustannustoimintaan 60-luvun lopulla oli alkujaan reaktio siihen, että rock toi kustantajille suuria voittoja, mikä tapahtui huolimatta niiden syrjäyttämisestä musiikin luovasta keskuksesta. 70-luvun puoliväliin mennessä suuret ääniteyhtiöt olivat myös suuria kustantajia ja monet näennäisesti itsenäisistä kustantajista koreine nimineen olivat tosiasiassa, kuten niiden vastaavat levymerkitkin, osia suurista yhtymistä. Kustannustoiminnan jatkuva tärkeys jopa sen perinteisessä muodossa heijastui siinä tosiasiassa, että EMI sai yli puolet huomattavista kustannustuloistaan (arviolta 20 prosenttia koko maailman kustannustuloista) uudelleen hankkimistaan vanhoista julkaisuista (suurimmassa sopimuksessaan vuonna 1976 se osti Screen Gems/Columbian, kaikkien vanhojen Brill Buildingin hittien omistajan 23,5 miljoonalla dollarilla), ja läpi 70-luvun ATV sai 60-65 prosenttia kustannustuloistaan Lennonin ja McCartneyn 60-luvun lauluista. Tuollaisten julkaisuluetteloiden hallinnan kautta suuret pystyivät asemallaan hyödyntämään nostalgiaa maksimaalisesti. Kustannustoiminta oli todella turvallinen sijoitus, ei ollut oikeastaan mitään tuotantokuluja ja lauluilla oli paljon pidempi elämä kuin levyillä, raha vain virtasi sisään.

Tämän hetken menestyksellisin konglomeraattiääniteyhtiö on Polygram, joka perustuu Phonogramin (hollantilaisen Philips Electricalin omistama) ja Polydorin (Deutsche Grammophonin sivuhaara, joka taas on jättiläismäisen sähkölaitteita tuottavan Siemens-yhtymän tytäryhtiö) yhteenliittymään. Polygram omistaa Mercuryn Yhdysvalloissa, Deccan Isossa-Britanniassa, ja sillä, että se hallitsee 50 prosentin osuudella RSO:ta ja Casablancaa, se oli elokuva- ja levytuotannon siteiden varhainen hyödyntäjä. 1978 yhtiö saavutti ensimmäisenä musiikkiteollisuudessa miljardin dollarin maailmanlaajuisen myynnin.

Sen jälkeen maailman musiikkimarkkinoilla on Polygramin seu-

raan liittynyt Bertelsmann, Saksan toiseksi suurin kirja- ja levykustantaja, joka oli vakiinnuttanut Ariolan aseman sekä Yhdysvalloissa että Isossa-Britanniassa ottamalla prosessin aikana haltuunsa Arista Recordsin. Esimerkikseni viihdeintressien yhteenliittymisestä otan kuitenkin brittiläisen yhtiön EMI:n, joka ennen Polygramia vaati titteliä "maailman suurin levy-yhtiö".

EMI:n kasvu kuvautuu parhaiten vuodesta 1954 eteenpäin, jolloin Decca myi sen ja Joseph Lockwood nimitettiin toimitusjohtajaksi. Hänen ensimmäinen rationalisointitoimensa oli EMI:n radio- ja levysoitintuotantolaitosten osakkeiden myyminen Thornille; sen jälkeen EMI:n tarina on ollut pelkkää laajentumista. Sen huomatuin valtaus tapahtui vuonna 1969, jolloin se hankki omistukseensa Associated British Picture Corporationin ja siten Thames Televisionin. En aio kuvailla tässä EMI:n laajalle levinnyttä valtakuntaa (sen merentakaisia yhtiöitä, sen osakkuuksia lääke- ja sotatarviketeollisuudessa), vaan ennemminkin korostan tämän valtakunnan vaikutusta äänilevyjen tekemisen erityiseen prosessiin. Tässä suhteessa oli erityisen kiinnostavaa EMI:n ABPC:n valtauksessa se, että näin se sai haltuunsa teattereiden ja elokuvateattereiden ketjun, joka on eräs tärkeimmistä brittiläisistä rockin myynninedistämiskiertueiden teatteriketjuista (ja täydensi kauniisti EMI:llä jo ollutta klubien, tanssisalien ja diskojen verkostoa).

Kun seuraamme tietämme EMI:n osakkuuksien monimutkaisen verkoston läpi, emme löydä vain kustannusvaltakuntaa, vaan myös Ison-Britannian johtavan soittimien välittäjän; ei vain amerikkalaisia levy-yhtiöitä Capitolia ja UA:ta vaan myös amerikkalaisen äänityslaitteiden valmistajan Audio Devicen; ei vain brittiläistä levy- ja kasettikauppaketjua HMV:tä (myy luonnollisesti EMI-nauhaa) vaan myös amerikkalaisen telinemyyntiyhtiön ja erittäin menestyksellisen levykauppojen tarvikepalvelun, jota HMV:n pääkaduilla sijaitsevat kilpailijat käyttävät. EMI kontrolloi kyky- ja taiteilijatoimistojen, konserttitoimistojen, lippujen myynnin ja jopa muzak-kirjaston muodostamaa verkostoa. Molemminpuolisesti hyödylliset suhteet näiden musiikkibusineksen erilaisten osasten välillä olivat elintärkeitä EMI:n kasvulle viihdevaltakuntana. Tarinan ironinen päätepiste tuli vuonna 1979, kun Thorn, televisioiden tuotanto- ja vuokrausyhtiö, jolle EMI oli myynyt radio-osakkeensa 25 vuotta aikaisemmin, osti vuorostaan EMI:n. Thorn-EMI on 1980-luvun viihdeyhtiö, videoajan yhdistelmä: Thorn valmistaa ja jakelee laitteita, EMI

valmistaa ja välittää niihin sopivia tavaroita.

Samanlainen kuva saadaan näkyviin Ison-Britannian toisesta suuresta vapaa-ajanyhtiöstä, The Associated Television Corporationista, joka omistaa ATV:n, Precision Recordsin (aiemmin Pyen) ja Northern Musicin lisäksi myös oman teatteri- ja saliketjunsa, Ison-Britannian suurimman taustamusiikin toimittajan ja monia muita musiikkiyrityksiä. Suuret amerikkalaiset ääniteyhtiöt ovat investoinneissaan vielä laaja-alaisempia. Yhdysvalloissa viihdeyhtymien rakentaminen alkoi 1920-30 -luvuilla, kun radioiden valmistajat ja radioasemat yhtyivät ja ottivat haltuunsa teattereita ja teatteritoimistoja, kun kehittyvät elokuvayhtiöt ottivat haltuunsa musiikkikustantajia (taatakseen kontrollinsa ja osuutensa elokuvamusiikkihiteistä ja -teemoista) ja perustivat omat ääniteyhtiönsä ja radioketjunsa ja kun nämä kaksi ryhmää yhtyivät muodostaakseen tämän hetken konglomeraatit, joiden kiinnostus kattaa kaikki joukkoviestimet, vapaa-ajan muodot ja nuorten kiinnostuksen kohteet - esimerkiksi CBS omistaa Discount Records -vähittäismyyntiketjun ja rockinstrumenttien valmistajat Fenderin ja Rhodesin.

1960-luvun lopulla rockin korkea tuottavuus ja kasvuvauhti kiinnostivat myös viestintäteollisuuden ulkopuolisia konglomeraatteja. Kinney osti ja kokosi WEA:n ja yhdisti uudet musiikilliset osakkuutensa lukuisiin muihin investointeihinsa kustannustoiminnassa, urheilussa ja koulutuksessa. Videonauhoituksen kehitys on tuottanut vielä monimutkaisempia yhdistelmiä. Tällä hetkellä kolme ryhmää kilpailee toistensa kanssa määrätäkseen tulevaisuuden vapaa-ajan teknologian kaavan: EMI-Thorn/Japan Victor, RCA/CBS ja Philips/MCA.

Ääniteyhtiöiden tavoitteena on voitto ja niiden voittojen suuruus riippuu laskennallisten termien mukaisesti kulujen ja tuottojen erosta. Läpi 1970-luvun ääniteyhtiöiden tuottostrategiat perustuivat enemmän yrityksiin sulauttaa kulut kuin leikata niitä - tähän perustuu pystysuoran integraation logiikka: jos yhtiö kontrolloi äänitteiden tekemisen jokaista puolta, niin monet sen kuluista palaavat tuloina. Tavoitteena ei ole kontrolloida vain tuotantoa ja jakelua vaan myös tehdä muusikoiden soittimet, tuottajien tarvitsemat laitteet ja kuluttajien käyttämät levysoittimet.

Suuret ääniteyhtiöt lyhyesti sanoen hyötyvät kuluttajien *aktiivisuudesta*. Tavallinen amatöörirockyhtye on kuluttanut tuhansia dollareita ennen kuin se on valmis edes soittamaan, ja populaarimusiikin historia on läheisesti yhteydessä populaarimusiikissa käytettyjen

soittimien kehitykseen. Pianoon pohjautunut ragtime kehittyi 1800-luvun lopulla, koska kosketinsoittimet tulivat mustien perheiden saataville vuokraa-osta -sopimuksilla. Rockin tekeminen on myös aina riippunut käytettyjen soittimien liikkeistä ja osamaksusopimuksista. Äänitteiden myynnin kasvu on aina tarkoittanut myös soittimien myynnin nousua. Rockin tekninen kehitys, kuten äänitoistojärjestelmien jatkuva parantuminen ja elektronisesti monimutkaisten soittimien käyttö mm. nosti 70-luvulla oikean melun (eikä vain oikean musiikin) tekemisen kuluja. Yksi vuosikymmenen lopun uuden aallon soundin vauhdittajista oli syntesoijien ja äänitysvälineistön hinnan suhteellinen lasku (ja niiden myyntilukujen huikea kasvu).

Ääniteteollisuus on samalla tavalla hifi- ja elektroniikkateollisuuden haara: mitä enemmän on ihmisiä, joilla on levysoittimia, sitä enemmän on ihmisiä, jotka ostavat levyjä ja päinvastoin. Halpojen stereolevysoittimien markkinointi 60-luvulla teki mahdolliseksi progressiivisen rockin albumien kehityksen - stereoiden omistajien kehittyneellä maulla oli selvä vaikutus rockin tyyleihin ja äänitystekniikkaan. Yleisesti ottaen laitteiden kehitys edeltää musiikin kehittymistä. Ääniteyhtiöt ovat aina tajunneet hitaasti teknisen muutoksen tarjoamat musiikilliset mahdollisuudet: ne vastustivat popin viestimenä sekä lp:tä että stereota (ääniteyhtiöiden klassisen musiikin osastot ovat aina olleet edelläkävijöitä äänitystekniikan muutoksissa) eivätkä ne ole tehneet paljoakaan videolevyjen puolesta. Tämä heijastaa osaksi ääniteyhtiöiden taloudellista logiikkaa ylikansallisten viihdekorporaatioiden haaroina. Perinteisesti ylikansalliset yhtiöt ovat keskittyneet esimerkiksi laitteistojen eikä niillä tehtyjen tuotteiden vientiin; tarkoitus on ennemmin kontrolloida toisen maan ääniteyhtiöitä ja levynpuristuslaitoksia kuin täyttää markkinat suoraan ulkomailla tehdyillä äänitteillä. Kun amerikkalaisella rock'n'rollilla oli selvä vaikutus Euroopassa 50-luvulla, levyjä ei tuotu paljoakaan - eurooppalaiset yhtiöt pystyivät menestymään omilla versioillaan kyseisestä musiikista (koko maailman myyntiä ajatellen Elvis Presley hankki enemmän rahaa elokuvillaan kuin levyillään).

Rock muutti jossain suhteessa tätä rakennelmaa. 60-luvun lopulta eteenpäin maailmanmarkkinoilla tapahtui angloamerikkalaisten levyjen nopea leviäminen ja jyrkkä muutos markkinaosuuksissa - 70-luvun lopulla USA vastasi noin 40 prosentista koko myynnistä, Japa-

ni ja Länsi-Saksa kumpikin noin 10 prosentista Ranska 8 prosentista ja Iso-Britannia alle 6 prosentista. Ja muualla maailmassa myydyt levyt olivat suurin piirtein samoja. Esimerkiksi Ruotsissa, jossa on oma levyteollisuus ja hallituksella kansallisen kulttuurin politiikka, yli 60 prosenttia myydyistä levyistä on brittiläisiä ja amerikkalaisia rock-lp:itä. Uuden Seelannin tapaisessa englantia puhuvassa maassa myynnistä alle 5 prosenttia on peräisin maasta itsestään. Toisin sanoen suuret ovat nykyään suuria koko maailmassa, ja suurin osa maailmassa myydyistä levyistä on jossain matkansa varrella suurten käsissä (näin jamaikalainen reggae saavuttaa suurimmat markkinansa Länsi-Afrikassa brittiläisten, amerikkalaisten tai saksalaisten ääniteyhtiöiden välityksellä).

Äänitteet tehdään nykyään yhä useammin koko maailman markkinoita ajatellen, ja ääniteyhtiöiden kilpailusuhteet ovat muuttuneet. Tämä on selvintä Isossa-Britanniassa, missä Beatlesin maailmanlaajuisen vaikutuksen voidaan nyt nähdä olleen poikkeuksellinen ja uusiutumaton liiketapahtuma. Kylmä totuus on se, että brittiläisten yhtiöiden täytyy suuntautua Yhdysvaltojen markkinoille saadakseen tyydyttävät myyntiluvut, kun taas amerikkalaisten yhtiöiden ei täydy huomioida ollenkaan brittiläisiä markkinoita. Ison-Britannian osuus maailmanmarkkinoista on niin pieni, että levyjen tekijät ovat enemmän kiinnostuneita esiintyjän mahdollisesta vetovoimasta Japanissa tai Saksassa kuin äänitteiden mahdollisesta Ison-Britannian myynnistä. Talouden suhteen Yhdysvallat yhä hallitsee maailman popin soundia (siksi disko tuotti aivan eri tavalla kuin punk) ja tilastot ovat paljastavia. Vuonna 1975 amerikkalaiset taiteilijat pitivät hallussaan puolta Yhdysvaltojen listapaikoista; 1979 luku oli noussut 84 prosenttiin, ja EMI:llä, kerran maailman suurimmalla ääniteyhtiöllä, oli alle 10 prosentin osuus Yhdysvaltojen markkinoista. Sen sijaan Isossa-Britanniassa CBS, WEA ja Polygram vastasivat yli puolesta myydyistä äänitteistä, brittiyhtiöiden osuus oli alle 40 prosenttia.

Tuollaisen kehityksen edessä ei ole yllättävää, että itsenäiset rockyrittäjät ovat tunteneet tarvetta laajeta ja monipuolistua. Esimerkiksi 1970-luvulla musiikkikustantajat muuttuivat itsenäisiksi tuottajiksi, perustivat omat studionsa, paketoivat laulunsa demolevyiksi ja olivat mukana manageritoiminnassa ja markkinoinnissa. Sillä välin riippumattomat ääniteyhtiöt laajenivat toiseen suuntaan, perustivat omat kustannusyhtiönsä ja studionsa tai valtasivat ne. Voimme löytää esimerkkejä vaihtelevuudesta jokaiselta musiikki-

teollisuuden tasolta: markkinoinnista (Robert Stigwoodin RSO-levyyhtiön alkuperä), äänitysstudioista, manageritoiminnasta, agenttitoimistoista ja jopa vähittäismyynnistä (Virgin Records aloitti postimyyntiyhtiönä).

Who on ehkä mielenkiintoisin esimerkki siitä, kuinka yhden yhtyeen menestyksestä voidaan rakentaa monipuolinen liikeyritys. Vuonna 1968 *Tommyn* suuret myyntiluvut vahvistvat Whon statusta yhtenä rockin menestyksellisimmistä live-esiintyjistä, ja se tuotti yhtyeelle rahaa sekä velkojen maksuun että investointeihin. Yhtyeen ensimmäinen toimenpide oli jatkuvien kiertuekulujen leikkaaminen ostamalla omat lavalaitteistot ja kuljetuskalusto vuokraamisen sijaan. Ostettuaan ne ja tilan niiden säilyttämiseen yhtye alkoi vuokrata niitä muille yhtyeille siinä tarkoituksessa, etteivät laitteet lojuisi turhaan, kun ne eivät olleet kiertueella. Whon roudareista tuli siten asiantuntijoita myymällä palveluja, jotka olivat yhä erikoistuneempia - korjausta, elektroniikkaneuvontaa, lavan suunnittelua ja valaistuskeksintöjä. He olivat ensimmäisinä kehittämässä lasereiden käyttöä ja alkoivat valmistaa lisenssillä joitain amerikkalaisten kehittämiä lavatarvikkeita. Samanlainen logiikka oli Whon siirrossa harjoitustilojen vuokraamisesta niiden ostamiseen ja niiden kehittämiseen ja vuokraamiseen rockkiertueisiin erityisesti suunniteltuna harjoitustilana, joka oli varustettu täydellisellä lavalla, valaistusvälineistöllä jne. 70-luvun lopulla Who omisti Sheppertonin, yhden Ison-Britannian kolmesta jäljellä olevasta elokuvastudiosta. Se oli alkujaan ostanut osan siitä varastotilaksi, sitten asentanut videot, jälkiäänitys-, äänitys- ja harjoittelustudiot, investoinut holografian kehittelyyn ja laajentunut lopulta koko tilaan. Yhtyeellä oli omat video-, elokuvatuotanto-, kustannus- ja äänitystuotantoyhtiöt - ja tämä kaikki oli saavutettu investoimalla uudelleen *Tommyn* jälkeen yhtyeelle tulleet tulot. Mielenkiintoista kyllä Who ei muodostanut omaa levy-yhtiötään (useimpien yhtyeiden ensimmäinen toimenpide), Polydor pystyi tekemään sen työn tarpeeksi hyvin.

Tuollaisen vaihtelevuuden yksi seuraus on henkilökunnan merkittävä liikkuvuus ääniteteollisuuden sisällä eikä vain yhtiöiden välillä vaan myös roolien välillä. A&R-miehet tulevat asemiinsa kaikista mahdollisista showelämän lähtökohdista: he ovat olleet markkinointi- ja mainosmiehiä, äänittäjiä, kriitikoita, muusikoita tai dj:tä; managerit ilmestyvät toimistoista, studioista, yhtyeistä ja lehdistötoimistoista. Jos ihmiset epäonnistuvat uudessa roolissaan, he

siirtyvät takaisin vanhaan; jos he onnistuvat, he jatkavat matkaa siinä toivossa, että heidän magiikkansa ilmestyy jossain muualla.

TUOTTAVUUS

Toinen tällaisen vaihtelevuuden tulos on, että tulee vaikeaksi mitata ääniteteollisuuden tuottavuutta - tuotot syntyvät niin monilla tasoilla. Yhtiöiden taseiden lopulliset tulokset heijastavat erittäin monimutkaista tasapainotustyötä. Yleensä ääniteteollisuuden tasainen ja joskus huomattavampi laajeneminen viimeisten kahdenkymmenen vuoden aikana on tuottanut valtavat tulot, ja ääniteyhtiöt ovat hyötyneet sen mukaisesti. Esimerkiksi vuosina 1953-54 EMI:n tuotot ennen veroja olivat 1,1 miljoonaa puntaa, 1976 veroja edeltävät tuotot musiikkiosastolta olivat 11,5 miljoonaa puntaa - ja EMI oli yksi vuosikymmenen heikommin menestyneitä musiikkiyhtiöitä.

Tuollaiset luvut kätkevät suuren joukon tapoja, joilla ääniteyhtiöt hankkivat rahaa; vaihtoehtoinen tapa äänitteiden teon tuottojen arvioimisessa on tarkastella siihen liittyviä menoja. On lukuisia tuotantokuluja kuten studio- ja sessiomaksut, valmistus-, pakkaamis- ja jakelukulut sekä myynninedistämiskulut. Nämä kulut eivät voi jäädä alle tietyn minimin, mutta niiden osuus kokonaismenoista vähenee huomattavasti myytyjen kappaleiden määrän noustessa. Toiseksi, on joukko royaltykuluja - osa jokaisen äänitteen myyntihinnasta menee levyttäneelle taiteilijalle, laulunteki jälle ja kustantajalle, mahdollisesti tuottajalle tai äänittäjälle ja jokaisen kappaleen myyntihinnasta menee osa myyjälle ja verottajalle. Ääniteyhtiön voitto toteutuu, kun myyntitulot royaltien vähentämisen jälkeen ovat suuremmat kuin tuotantokulut. Tämän kannattavuusrajan määrittämisen vaikeus on siinä, että tuotantokulut vaihtelevat niin paljon (ja täytyy muistaa, että nämä kulut tavallisimmin veloitetaan taiteilijoilta kuin pannaan ääniteyhtiön laskuun).

1970-luvun lopulla keskivertorock'n'roll-albumin studioaika maksoi 70 000 - 100 000 dollaria ja jokainen "makeutus" (esimerkiksi jousien lisääminen) saattoi kasvattaa laskua 50 000 dollarin verran. Markkinointibudjetit alkoivat 150 000 dollarista ja nousivat nopeasti. Jopa nämä luvut kätkevät kuitenkin todellisuudessa tehdyt laskelmapäätökset. Vuosikymmenen alussa oli vielä tuntuma "normaaleihin" tuotantokuluihin, "normaalimyyntiin" ja "normaaliin"

tuottoon (Isossa-Britanniassa lp:t tulivat tuottaviksi noin 23 000 kappaleen myynnistä). Päätös tehtiin pian kuitenkin toisin päin: kohteeksi tuli platinamyynti, lähtökohdaksi tuli miljoona myytyä kappaletta. Yhtiöiden pomot alkoivat nyrpistellä nenäänsä kultalevyille eli 500 000 kappaleen myynnille. Studio- ja markkinointikulut nostettiin sellaisiksi, että kaikki varmistaisi platinamyynnin. Tässä yhteydessä "kannattavuusraja"-laskelmat ovat melkein mahdottomia, sekä investointien että tulojen, suurten menestysten ja muiden välillä on niin suuria eroja. Platinastrategia heijastaa sitä tosiasiaa, että kun kannattavuusraja on ohitettu, tuoton kasaantuminen on hämmästyttävän nopeaa: kalliisti tehdyn äänitteen miljoonamyynti on paljon tuottavampaa kuin halvalla tehdyn 50 000 kappaleen myynti (ääniteyhtiöt pitävät aina etusijalla yhden julkaisun 500 000 kappaleen myyntiä verrattuna kymmenen julkaisun yhteiseen 500 000 myyntiin). Lisäksi aika monimutkaistaa asioita, albumit voivat muodostaa myyntinsä pitkällä julkaisu- ja uudelleenjulkaisuajalla. Laskelmien vaikeuksista huolimatta useimmat ääniteteollisuuden tarkkailijat ovat yhtä mieltä siitä, että kaikista julkaistuista äänitteistä 10 prosenttia tuottaa, singleistä hiukan harvempi, albumeista vähän useampi.

Hittien suhde julkaisuihin tuntuu huomattavan pieneltä (Paul Hirsch laski kerran, että yli 60 prosenttia julkaistuista singleistä kukaan ei soita koskaan). Rocklevyjen tekemisen ja myymisen ammattilaistumisesta huolimatta markkinoita on vaikea kontrolloida: yksi syy siihen miksi riippumattomien ääniteyhtiöiden on niin vaikea kilpailla suurten kanssa on, että hankkiakseen tarpeeksi niillä täytyy olla paljon parempi julkaisu/hitti -suhde, niiden täytyy suuntautua paljon enemmän singleihin, koska tavoittelevat hittiä *jokaisesta* julkaisusta. Suuret eivät vain hyödy toisten ihmisten hittien valmistuksesta, vaan niiden pääomaresurssit takaavat niille oman turvaverkon: niiden julkaisuluettelon koko ja laajuus antavat niille jatkuvan tulonlähteen, joka ei riipu siitä, mitä tapahtuu niiden uusille julkaisuille. Halvat lp:t ja tv-kokoelmat (vanhojen hittien kokoelmat, joita myydään televisiomainonnalla) hallitsevat esimerkiksi noin puolta Ison-Britannian lp-markkinoista. Jos suuri raha on rockin bestsellereissä, niin tasaisimmat tulot tulevat "keskimarkkinoilta", joita voidaan käyttää ratkaisemaan kapasiteetin hyödyksikäytön ja varastojen kontrollin ongelmat.

Suuret yhtiöt voivat ottaa pitkän aikavälin suhtautumisen inves-

tointeihinsa, ne eivät käytä vain singlejä albumien markkinoinnissa vaan myös ensimmäistä albumia edistämään toisen myyntiä. Yhdysvalloissa 70-luvulla esiinnousseen rockmenestyksen kaavan mukaan ääniteyhtiöt voivat odottaa tappioita albumeista ja kiertueista aina kolmeen vuoteen asti, kunnes levy saavuttaa myynnissä läpimurron, joka usein johtaa myös taiteilijoiden vanhojen julkaisujen myyntiin. Siten pitkällä ajalla nämä alkuperäiset levyt eivät itse asiassa olleetkaan epäonnistumisia. Vain suurilla on pääomaa tehdä tuollaisia pitkän ajan investointisuunnitelmia.

Jos kulut rockmarkkinoilla pysymisessä nousivat, niin myös kulut sinne pääsemiseen nousivat, kun kaikkien järjestelmässä mukana olevien ammattilaisten - taiteilija, tuottaja, studio jne. - vaatimukset nousivat. Suuret yhtiöt pystyivät tyydyttämään nämä vaatimukset ja auttoivat niitä todella nousemaan korottamalla kilpailun kuluja. Kun esimerkiksi CBS nosti huomattavasti muusikoilleen maksettavia ennakoita 70-luvun alussa, se nosti näin myös nosti kannattavuusrajaan tarvittavia myyntilukuja ja siten myös myynninedistämiseen tarvittavaa summaa. Riippumattomat yhtiöt huomasivat menestyksen kokonaiskulut inflatorisiksi, vaikka ne pystyivätkin ratkaisemaan valmistuksen ja jakelun ongelmat. Riippumatta siitä kuinka hyviä ne olivat kykyjen etsinnässä, niillä ei ollut varaa tarvittaviin ennakkomaksuihin houkutellakseen tulevaisuuden tähtiä, eivätkä ne pystyneet mainostamaan niitä kunnolla vaikka tekivätkin sopimuksen - jopa Warner Brothers tarvitsi Kinneyn rahat voidakseen kehittyä kunnolliseksi rocklevymerkiksi. Lisäksi tarvittavat ennakot eivät heijastelleet vain taiteilijoiden ahneutta; ne perustuivat realistisiin laskelmiin laitteiden, kuljetusten ja rockin äänittämiseen tarvittavan studioajan kuluista. Käytännöksi tuli antaa kuusinumeroiset ennakot tuntemattomille, joilla oli mahdollisuuksia, ja mitä suurempi ennakko, sitä suurempi tappio epäonnistumisista. Se oli luonnollisesti kohtalokas ympyrä: kun pääoman investoinnit nousivat, nousi myös kannattavuusraja; kun kannattavuusraja nousi, niin sen saavuttamiseksi tarvittavat investoinnit kasvoivat. Vaikka riippumattomat yhtiöt pystyivätkin pitämään studiokustannukset alhaisina, niin puristuskulut täytyy peittää; ja mitä enemmän levykopioita täytyi tuottaa - jotta niitä saataisiin tarpeeksi moniin kauppoihin, jotta saataisiin enemmän kuin alueelliset myynnit, jotta estettäisiin coverversiot ja katoava kiinnostus - sitä suuremmat olivat valmistuskulut.

Näin niin sisäiset kuin ulkoisetkin paineet pakottivat monet riip-

pumattomat yhtiöt etsimään rahoitusta suurilta - ei vain aiemmin mainittuja lisenssisopimuksia, vaan myös salaisempia sopimuksia: ne saivat lainoja vastineeksi ehdottomista jakelu- tai julkaisuoptioista (esimerkiksi George Martinin AIR-studio ja -levymerkki, joka syntyi 1970 350 000 punnalla, oli riippuvainen tuollaisesta sopimuksesta EMI:n kanssa). Tässä tilanteessa riippumattomat ovat aina haavoittuvia suurten politiikassa tapahtuville muutoksille, jotka voivat johtaa vararikkoon tai puristaa ne melkein silmänräpäyksellisesti pois liiketoiminnasta (kuten WEA tehokkaasti teki Radar Recordislle 1980).

Kokonaisuutena ääniteteollisuudessa suuret rahasummat vaihtavat aina omistajaa sisäisesti, huolimatta lopullisen tuotteen menestyksestä - esimerkiksi äänitysstudiot saavat suurimman osan tuloistaan sellaisten äänitteiden tekemisestä, jotka eivät koskaan myy kappalettakaan. Kuitenkin on tärkeä korostaa, että menestyksellisten esiintyjien antamat tuotot ovat täysin erilaiset kuin "tavallisten" esiintyjien - tämä on tärkeä tosiasia joukkoviestimistä ja tuotoista, jotka alkavat virrata, kun tuote alkaa myydä miljoonia kappaleita. Näiden tulojen mahdollisuudet nostattavat rockin kuluja. Menestykselliset yhtyeet kuluttavat kohtalokkaasti suuria summia studiossa, ja royaltysummien usein hämmästyttävä kasvu sopimuksen uusimisen aikoihin paljastaa, kuinka suuria tuloja ääniteyhtiöt ovat aiemmin saaneet bestsellereistään.

Ääniteyhtiön tuottojen riippuvuus taiteellisesta tuottavuudesta johtaa outoihin väittelyihin, kun yhtiöt tavoittelevat oletettujen spontaanien nerojensa laillista ja taloudellista kontrolloimista. Odotettuaan kaksi ja puoli vuotta seuraajaa Eaglesin *Hotel Californialle* WEA tarjosi yhtyeelle käteisbonusta, jotta se toisi nauhan tiettynä päivänä. Kuitenkin *Fortune* raportoi: "Deadline on ohitettu, eikä levy ole vielä valmistunut. WEA:n puheenjohtaja Joe Smith sanoi, että 'olemme tekemisissä sellaisten ihmisten kanssa, joilla on niin paljon rahaa, että taloudellista kiihoketta ei ole.' Hän lisäsi hiukan ärtyneesti: 'Me jopa lähetimme heille riimisanakirjan.'"

Samanlainen ongelma oli Northern Songs/ATV -taistelussa - ainakin osa tarjouksesta koski Lennon-McCartneyn taiteellista potentiaalia. Kun Paul McCartney myöhemmin väitti, että hän teki kappaleet yhdessä vaimonsa kanssa ja tämä oli siksi oikeutettu puoleen hänen uusien laulujensa oikeuksista (puolikas, johon Northern Songsilla ei ollut osuutta, koska Lindalla ei ollut sopimusta), ATV teki vastaväitteen, jonka mukaan hän ei ollut "koskaan säveltänyt

ennen avioliittoaan", ja siksi hänestä ei voinut olla mitään merkittävää apua. Tuomioistuimen täytyi tehdä esteettinen tuomio (paljastivatko laulut Lindan avun vai olivatko ne kaikki Paulin työtä?), josta riippui huomattava summa rahaa.

ATV:n (kuten kaikkien rockkapitalistien) ongelma oli se, ettei se voinut *vaikuttaa* McCartneyn tekemään musiikkiin tai sen suosioon - se saattoi ainoastaan toivoa hyödyntävänsä täysin kaikki mahdolliset menestykset eikä kuluttaa liikaa epäonnistumisiin. Erittäin menestyksellisen rockteollisuuden paradoksi 1970-luvulla oli, että kaikki sen strategiat - riippumattomien yhtiöiden liittäminen, laajeneminen maailmanmarkkinoille, sen henkilökunnan ammattilaistuminen ja sen soundien rutinoiminen - kehitettiin ylituotannon, huolimattomien muusikoiden, ennalta arvaamattomien yleisöjen ongelmien takia. Kaikesta huolimatta rockille jäi sen kyky yllätyksiin; sen merkitys voitiin yhä muuttaa.

7. MERKITYKSEN TEKEMINEN

Tähän mennessä kertomani rockkertomus on ollut menestyskertomus, selvitys siitä, miten rock toi ääniteteollisuudelle uutta hyvinvointia ja kuinka ääniteteollisuus oppi hallitsemaan ja lisäämään tuota hyvinvointia. Tarinalla on säälimätön logiikka - ilahduttava ääniteyhtiöille, masentava Chapplen ja Garofalon tapaisille radikaaleille. Tarina *ei* kuitenkaan ole ristiriidaton, ja ristiriidat nousivat julkisuuteen vuonna 1979, kun musiikin noususuhdanne pysähtyi. Maailman myyntiluvut olivat kasvaneet 4,75 miljardista 7 miljardiin dollariin vuosien 1973-78 välillä, mutta vuosina 1978-79 Ison-Britannian myyntiluvuissa tapahtui 20 prosentin pudotus ja 11 prosentin lasku USA:ssa. EMI ja Decca, kolmekymmentä vuotta hallinneet brittiläiset ääniteyhtiöt, ostettiin, ja vaikka Yhdysvalloissa yksikään suurista ei joutunut näin pahoihin vaikeuksiin (vain MCA tuotti todella tappiota), niin niiden työntekijät tunsivat puristuksen - satoja erotettiin.

En halua liioitella tätä "kriisiä". Yhtiöt kompensoivat laskenutta äänitteiden myyntiä nostamalla niiden äänitteistä tehtyjen uusien versioiden hintoja. Suuri osa tapahtuneesta heijasti yleistä valta-aseman muutosta yhtiöiden suhteessa kansainväliseen kilpailuun, kun amerikkalaiset suuret yhtiöt ja Polygram lujittivat asemaansa maailmanmarkkinoilla EMI:n kustannuksella (viime mainittukin tuotti voittoa vuoden 1980 lopulla). Kaikesta huolimatta rockbusineksen kasvuvauhti, joka oli 1976 saavuttanut 25 prosenttia vuodessa, oli laskenut 5-6 prosenttiin ja tulisi todennäköisesti pysymään siellä. Äänitteiden kappalemääräisessä myynnissä tapahtui todellista laskua (esimerkiksi Rolling Stonesin *Emotional Rescue* saavutti listojen

kärkisijan vain 75 000 kappaleen myynnillä, vuotta aikaisemmin siihen olisi tarvittu 200 000 kappaleen myynti). Ääniteyhtiöt eivät yksinkertaisesti voineet enää olettaa, että rockmarkkinat laajenevat ikuisesti. Lyhyen aikavälin suunnitelmia piti karsia: odotetusta 5 miljoonan myynnistä tuli odotettu 3 miljoonan myynti; ääniteyhtiöt eivät enää ihmetelleet mikä mineraali tuli plutoniumin jälkeen.

Tuollaisilla muutoksilla oli merkittävät seurausvaikutukset. Kun myynti-tai-palautus -sopimukset vähittäismyyjien kanssa supistettiin 100 prosentista 20 prosenttiin, niin kauppiaat tulivat huolellisemmiksi; kun markkinointibudjetteja leikattiin, niin konserttitoiminta väheni - yhtyeet eivät saaneet tukea, ellei ollut merkkejä levymenestyksestä. Siirryttiin takaisiin pienempiin saleihin, halvempiin yhtyeisiin ja paikallisille näyttämöille. Teollisuudesta tuli taas kustannustietoista, harkitsevaa sopimuksissaan ja hillittyä markkinoinnissaan. Erehdykset ja epäonnistumiset olivat tulleet vaarallisen kalliiksi, kun platinamenestystä ei voitu pitää itsestään selvänä.

Suurin osa syistä siihen, mikseivät ihmiset enää käyttäneet niin paljon rahaa musiikkiin, viittasi tekijöihin ääniteteollisuuden kontrollin ulkopuolella. Lamakausi, nuorisotyöttömyyden kasvu (erityisen dramaattinen Isossa-Britanniassa) tarkoitti sitä, että ihmisillä oli käytettävissään vähemmän rahaa ja ainakin Yhdysvalloissa käyttivät ne bensiiniin eivätkä albumeihin. Ei ole paljoakaan todisteita siitä, että tiettyjen äänitteiden kysyntä riippuisi hinnasta (ihmiset eivät osta Ted Nugentia Billy Joelin sijaan sen takia, että hänen levynsä on halvempi), mutta näyttää siltä, että tiettyä hintaa kalliimpia levyjä ihmiset eivät halua ostaa (erityisesti jos ääniteyhtiöt uhraavat levynpuristuksen- ja äänenlaadun yrittäessään leikata hintoja). Näin päädymme ääniteyhtiöiden havaitseman 1980-luvun roistoon, halpaan äänikasettiin.

Ääniteyhtiöt yhtäläistävät jokaisen myydyn äänittämättömän nauhan myymättömään levyyn. Luvattomat jälkiäänitykset ja bootleggaus (laittomat äänilevyt), jotka ovat vakavia ongelmia kansainvälisesti, eivät vaikuta myynnin tasoon (vaan siihen kuka saa tuotot). Sen sijaan kotiäänityksellä voi olla ääniteteollisuudelle pysyvä haitallinen vaikutus. Stereokasettien valmistus oli 70-luvun lopulla elektroniikkateollisuuden elinvoimaisin ala, ja ääniteyhtiöt väittivät, että kasettien ostajien täytyy käyttää niitä jonkin äänittämiseen. Nauhoituksen kaupalliset seuraukset jäivät kuitenkin epäselviksi huolimatta lukuisista paniikinomaisista tutkimuksista: ihmiset nauhoit-

tavat levyjä, radiosta ja ystävien kokoelmista, ennemmin kuin ostavat niitä, mutta kotiäänittäjät tosiasiassa ostavat myös levyjä enemmän kuin muut. Toisin sanoen kotiäänityksestä on tullut levyjen ostamisen ohella toinen rockfanina olemisen piirre.

Ääniteteollisuuden vihamielisyys kotinauhoittajia kohtaan muistutti sen alkuperäisestä vihamielisyydestä radiota kohtaan; yksinkertainen väite epäreilusta kilpailusta esitettiin taas ilman minkäänlaista tuntemusta siitä, kuinka levyjä käytetään vapaa-ajalla. Rockteollisuudella oli 70-luvun lopulla todella hyvin konservatiivinen käsitys musiikista. Tämä heijastui sen hallitseviin myyntistrategioihin. Itsestään selvä toimintasuunnitelma oli levyjen myynnin volyymin maksimoiminen suuntaamalla ne suurimmille mahdollisille markkinoille. Kuten Al Coury (jonka voidaan väittää olleen musiikkialan vuosikymmenen menestyksellisin myyntimies) RSO Recordsista asian ilmaisi: "Me yritämme suunnitella albumin musiikin laajimmalle mahdolliselle väestöryhmälle." Tämä strategia tarkoitti maailmanlaajuisen myynnin tavoittelua käyttämällä televisiomainontaa ja yhteyksiä elokuviin. Musiikki tehtiin multimediayhteyksiin, suunnattiin määrittelemättömille markkinoille (joissa edes nuoriso ei ollut erityisen merkittävä), kuitenkin noin voitiin markkinoida vain joitakin esiintyjiä - rock määriteltiin uudelleen "ammattimaiseksi viihteeksi".

Tämä on ollut toistuva piirre musiikin kehityksessä massakulttuurina - erityiselle yleisölle kehitetty tyyli myydään suurelle yleisölle - ja sillä on ollut toistuvat musiikilliset seurauksensa. 1950-luvulla *American Bandstand* -ohjelmalla oli pukeutumissääntönsä teini-ikäisille tanssijoilleen - heidän täytyi näyttää siisteiltä ja älykkäiltä, hyväksyttäviltä tv:tä katseleville vanhemmille. Dick Clark määritteli yleisön 14-18 -vuotiaiksi, joilla oli oikea määrä "mukautuvaa innostusta". 1978 Don Kirschner sanoi tv-rockkonserttiensa ansioksi niiden turvallisuuden - lapset, joiden vanhemmat eivät laskeneet heitä rockkonsertteihin, saivat katsoa hänen ohjelmaansa. Rock'n'rollin sovittaminen television kaltaiseen viestimeen tarkoitti sen tekemistä turvalliseksi, sen merkityksen latistamista; määrittelemätön yleisö *ei voi* olla rockyleisö.

Mustan musiikin historioitsijat ovat osoittaneet, kuinka joukkoviestinten nousu johti mustien esittäjien eristämiseen amerikkalaisesta massakulttuurista. Tämä oli vain osaksi seurausta suorasta rasismista, oletuksista siitä mitä valkoinen massayleisö oli valmis-

tautunut katsomaan ja kuulemaan. Se oli myös seurausta erosta massaviihteen standardoitujen muotojen ja mustan viihteen vitaalin, spontaanin ja persoonallisen perustan välillä. Tästä on peräisin esimerkiksi television aiheuttama kansanomaisen mustan tanssiperinteen tuho suunniteltujen ja rutiininomaisten koreografioiden korostamisella. Kun 50-luvun television varieteeohjelmat (Jackie Gleason, Steve Allen jne.) lähtivät liikkeelle vaudevillesta, ne päätyivät June Taylor Dancersin tapaisiin verettömiin television luomiin esiintyjiin. Richard Peterson on väittänyt samaa countrymusiikista. 1960-luvulla countryn lisääntyminen televisiossa ja radiossa johti uusiin määritelmiin siitä, miltä countryn pitäisi kuulostaa - "urbaanilta, hienostuneelta ja eloisalta" - ja uusiin myyntikohteisiin; myös countryn supertähdet pystyivät myymään platinan verran. Tämä johti rockin tapaan korkeampiin tuotanto- ja markkinointikuluihin, jatkuvasti kasvavan koko kansan ostajakunnan markkinoiden tavoitteluun, kunnes country ei ollut enää poikkeavaa yleisön, muusikoiden tai soundin suhteen; siitä oli tullut vain yksi nimitys "keskitien" popille. 70-luvun puolivälissä Olivia Newton-John pystyi olemaan yhtä aikaa popesiintyjä Isossa-Britanniassa, vuoden countrylaulaja Yhdysvalloissa ja tähti teini-ikäisten suosikkielokuvassa *Grease*.

Massiivisten markkinoiden tavoittelu ei välttämättä merkitse ikävystyttävää, veretöntä ja huonoa musiikkia - *Saturday Night Fever* oli samalla hyvä elokuva, äänilevy ja myyntimenestys. Massamarkkinoiden tavoittelu kuitenkin muuttaa musiikin kontekstin, tavan, jolla se vaikuttaa kulttuurisesti: se tuo mukanaan määrittelemättömän yleisön, joka ei ole sellaisenaan musiikkiyleisö. Musiikkiteollisuus ei voi perustua tv-mainostettuihin nostalgiapakkauksiin, ja lisäksi *Saturday Night Fever* oli poikkeuksellinen ilmiö - Bee Geesista ei tullut myyntiluvuista huolimatta Beatlesin tapaista kulttuurista supertähteä. Jos koko kansan markkinoiden tavoittelun täytyy lopulta tapahtua rockmarkkinoiden kustannuksella, niin rockmarkkinoiden tavoittelun täytyy lopulta olla ääniteyhtiöiden normaali kiinnostuksen kohde.

Rockin myyntistrategiana on tiettyjen markkina-alueiden kulutusvoiman ammentaminen. Ääniteyhtiöt minimoivat riskinsä jakamalla rockmarkkinat useisiin alalajeihin, joilla jokaisella on omat instituutionsa - radio, konserttisalit, lehdistö jne. Jokaisen uuden julkaisun on sovittava omaan institutionaaliseen koloonsa - 70-luvul-

la jopa ns. "crossoverista", eri tyylien yhdistelmästä, tuli alalaji omin oikeuksin. Tämä lähestymistapa musiikkiin on taas pääosin konservatiivinen. Se perustuu hienostuneeseen oletukseen siitä, mitä erityiset yleisöt tahtovat ja tarkoittaa saman tarjoamista niille yhä uudestaan ja uudestaan. Tarkoituksena on yllätyksen eliminoiminen - ei yllätystuottoja mutta ei yllätystappioitakaan; jokainen, muusikot ja yleisöt mukaan luettuna, tietää mitä tehdä ja mitä odottaa. Ääniteyhtiöiden ongelmaksi ei muodostunut pakkausten sisältö vaan miten saada ne markkinoilleen, ja tästä on ollut yhtenä seurauksena, kuten olemme nähneet, muutos muusikoiden taloudellisessa asemassa. Viimeisen vuosikymmenen aikana keskimääräinen royaltyaste on kolminkertaistunut, ja nykyään ääniteyhtiöt saavat harvoin odottamatta voittoa tuntemattomilta pieniroyaltisilta taiteilijoiltaan. Yhtiöt ovat muuttaneet muusikot yhden hitin ihmeistä karriäristeiksi, joiden odotetaan käyttävän tuntemattomuuden vuosiaan *valmentautumiseen.*

70-luvun lopulla rutiinit rajoittivat ääniteyhtiötä selvästi. Esimerkiksi alkujaan suuret yhtiöt vastustivat diskoja (kun taas Casablancan - Polydorin taloudellisesti kontrolloima "riippumaton" - tapaan mukaan menneiden yhtiöiden voitot olivat suuria: se oli halpaa musiikkia tehdä ja markkinoida, sillä ei ollut supertähtiä ja royaltyasteet olivat matalia tai olemattomia). Tapahtumat näyttivät sopivan tavallisiin arvioihin popmusiikin historiasta: suuret olivat standardoineet rockin; uudet soundit, disko ja tuolloin punk, tulivat riippumattomilta ja ne taas vuorostaan standardoitiin ja otettiin mukaan uuteen ääniteyhtiöiden jakoon.

Meidän pitää kuitenkin varoa tulkitsemasta liikaa ääniteyhtiöiden taseista tehtyjä tutkimuksia. Ei punk eikä disko (tai mikään muukaan musiikillinen maku) tarkoita *vain* markkinoita; molemmat sisältävät aktiivisia vapaa-ajan toimia, yleisöt käyttävät musiikin omien levyjen olemassaoloa koskevien arvioidensa pohjalta. Erityisesti punkin tekijät kehittivät "riippumattomuuden" ideologian, joka ei tarkoittanut vain taloudellisia asioita, vaan oli myös selvästi ilmaistu väite rockin kulutuksesta.

RIIPPUMATTOMUUS

Vuoden 1980 kuutena ensimmäisenä kuukautena Isoon-Britanniaan ilmestyi 90 uutta levymerkkiä, Isossa-Britanniassa on aina ollut riippumattomia levy-yhtiöitä - erityisesti jazzin ja folkin tapaisten vähemmistömusiikkien piirissä - mutta vuoden 1977 jälkeen on myös tapahtunut aktiivisuuden räjähdysmäinen leviäminen riippumattomaan rockmusiikin tekemiseen. Tämä oli ennemmin ilmaus turhautuneilta tuottajilta, jotka taivaisiin kohoavat studiokustannukset ja rockteollisuuden uudet "ammattilaisuuden" käytännöt eristivät levyjen teosta, kuin vastaus turhautuneille kuluttajille (tyytymättömiä suurten tarjoamiin rajoitettuihin musiikillisiin valintoihin). Amatööriesittäjät tai epäonnistuneet ammattilaiset, joista ääniteyhtiöt eivät olleet kiinnostuneet, tekivät 1976 paljon "halpaa" musiikkia erityisesti pubrockympyröissä. Chiswickin ja Stiffin tapaiset uudet levy-yhtiöt perustettiin levyttämään sitä ja punkrockia, joksi se muuttui. Riippumattomilla punkyhtiöillä oli uusi ideologia: ne eivät olleet vain ruohonjuuritason yrittäjien levymerkkejä levyttämässä yhtyeitä, joiden suosio oli selvä elävässä esitystilanteessa. Niiden perustajia olivat myös kasvavassa määrin muusikot, jotka levyttivät itse ja jotka pyrkivät julkisuuteen tee-se-itse -tuotannon kautta (vaikka heidän selviytyäkseen pitikin lainata rahaa paikallisilta yrittäjiltä). Vaikka rockin levyttämisen keskimääräiset kulut olivat nousseet, kun levy-yhtiöt viittasivat massamarkkinoiden saavuttamiseen tarvittaviin kuluihin, levyjen teon minimikulut olivat laskeneet: punkmuusikot pystyivät käyttämään pieniä, heikompitasoisia studioita ilman tarvetta myyntiin. Heidän musiikkinsa kuulosti hienolta neliraitanauhureiden kautta, ja pian tehtiin yhtä paljon kadunkulma- ja amatöörilevyjä kuin New Yorkissa 50-luvun lopulla.

Tuollaisen paikallisen aktiivisuuden saattaminen valtakunnalliseen tietoisuuteen oli ongelma, ja ratkaisun siihen tarjosivat Rough Traden kaltaiset riippumattomat jakelijat, jotka olivat turhautuneita suurimpaan osaan levykauppiaista, paikallisten levyjen saannin vaikeuteen ja tyhjänpäiväisyyteen suurimmassa osassa suurten yhtyeiden tuotteita. Valtakunnalliset jakelijat auttoivat paikallisten merkkien myynnissä ja helpottivat rahantulon ongelmia, mutta se ei tarkoittanut suuria voittoja. Yli 20 000 kappaleen myyntiin tarvittiin yhä täyttä markkinointia, pääsyä tavaratalojen hyllyille ja tarpeeksi pääomaa kattamaan alkuperäiset valmistuskulut. Tuollaisen kunnian-

himon omaavien riippumattomien yhtiöiden, joista on esimerkkinä vaikka Stiff, täytyi tehdä jakelusopimuksia suurten kanssa. Kaikesta huolimatta kunnianhimottomat riippumattomat siinä välillä myivät tarpeeksi vakiinnuttaakseen elinkelpoisen, "vaihtoehtoisen" levyteollisuuden, jolla oli oma studioiden, kauppojen, klubien ja listojen verkostonsa.

Suurten yhtiöiden täytyi huomioida tämän vaihtoehdon olemassaolo sekä A&R- että markkinointipolitiikassaan. Ne kohtelivat riippumattomia yhtiöitä kykyjen ja suuntausten löytäjinä ja yrittivät taloudellisesti virallistaa tuollaiset järjestelyt. Kun brittiläiset rockyhtiöt olivat vaikeuksissa, pienimmilläkin riippumattomilla punkyhtiöillä oli oman idealisminsa antama auktoriteetti. Ne siirsivät huomion markkinoista takaisin muusikoihin ja tapoihin, joilla musiikki symbolisoi ja keskittää yhteisöjä. Ne ilmaisivat selvän epäammattimaisen suhtautumisen levyjen tekemiseen, kiinnostuksen musiikkiin eloonjäämistapana eikä voitonsaamisen välineenä. Ne toivat uuden jännitteen rockin käytäntöön, uuden kunnianhimon käsitteen ja uuden haasteen erityisesti niille muusikoille - valtaosalle - jotka yhä tekivät sopimukset suurten kanssa ja hylkäsivät paikallisen rakkauden massamenestyksen takia.

Riippumattoman levyjen teon amerikkalainen perinne on aika erilainen. Pienten R&B- ja rock'n'roll-merkkien huippuaikoina 50-luvulla käyttövoima tuli kuluttajien täyttymättömistä vaatimuksista: levyautomaatit, radioasemat ja kaupat halusivat kaikki musiikkia, jota suuret yhtiöt eivät tuottaneet, ja tarkoituksena oli löytää, levyttää ja myydä tuota musiikkia (taloudellisesti riippumattomat yhtiöt todennäköisesti kohtelivat muusikoitaan huonommin kuin suuret olisivat tehneet). Jopa Motown perustettiin käyttämään Detroitin muusikoita uudenlaisen popradiosoundin tekemisessä eikä levyttämään Detroitin musiikkia. 70-luvun puolivälissä paikallisten musiikintekijöiden, rockkokeilijoiden ja punkien ainoa tie levylle oli tehdä se itse, mutta heidän levymerkeillään ei ollut Yhdysvalloissa samaa vaikutusta kuin Isossa-Britanniassa. Valtakunnallisten markkinoiden saavuttaminen (ja saada suuret huomaamaan) vaati paljon suurempia kustannuksia, ja radion apu oli rajoittuneempi (brittiläiset riippumattomat yhtiöt nojasivat vahvasti John Peelin ohjelmaan BBC:ssä valtakunnallisen menestyksen saamiseksi). Ison-Britannian tapaan suuret amerikkalaiset yhtiöt yrittivät hyödyntää punkit kaupallisesti, ja ne olivat paljon tehokkaampia eristäessään punkin ideo-

logiana - lisenssisopimukset (kuten A&M:n Miles Copelandin IRS:n kanssa) olivat selkeän kaupallisia. Kysymykset "vaihtoehtoisesta" rockista rajoittuivat paikallisiin alueisiin ja erityisiin yleisöihin.

Ja juuri näin ne vaikuttivat. Vuoteen 1980 mennessä konserttipromoottorit ja salien omistajat halusivat omista syistään halpoja muusikoita, joiden lavatekniikka oli halpa, joita oli halpaa levyttää ja jotka eivät ajatelleet rockia urana vaan olivat todella innostuneita musiikintekoon. Hyvinä aikoina tuollaiset muusikot hankkivat vähemmän kuin tähdet, mutta huonoina aikoina menettivät vähemmän, ja nyt kyseessä olivat huonot ajat. Ääniteyhtiöt alkoivat hautoa myös toista asiaa. Factory Recordsin Tony Wilson sanoi: "Lamakautena ainoat levyjä ostavat ovat nuoria, joille musiikki merkitsee enemmän kuin raha." Kysymys mitä musiikki tarkoitti - tekijöilleen, kuluttajilleen - ei ollut ollut kovin oleellinen rockin korkeasuhdanteen aikana. Nyt se oli tärkeä, sillä kaiken kuluttajakunnan rakenteellisen tietoisuuden alla oli pistelevä kysymys: Onko rock olennaisesti nuorten musiikkia, jonka jokainen uusi sukupolvi luo uudelleen? Vai onko se vain 60-luvun nuorten musiikkia, joka kehittyy heidän mukanaan keski-ikäiseen hyvinvointiin? Amerikkalaiset levy-yhtiöt olivat valinneet 1960-luvun (kun samalla palvelivat heikosti myös 70-lukulaisia) ja nyt epäilykset heräsivät rocksukupolven lähestyessä neljääkymmentään. Kuka osti levyjä ja miksi? Ainakin Isossa-Britanniassa punk antoi joitain vastauksia.

TAPAUS PUNK

Muutaman kuukauden sisällä punkin julkisesta ensiesiintymisestä vuonna 1977 käytännöllisesti katsoen jokainen Ison-Britannian radikaali kommentaattori oli yhtä mieltä siitä, että se oli Hyvä Asia. Punkin tukena käytettiin kolmea perustelua. Ensiksikin musiikki pantiin edustamaan työväenluokan nuorison tietoisuutta. Toiseksi punk näytti asettavan massamusiikin kapitalistisen kontrollin kyseenalaiseksi - painotus oli tee-se-itse -tyylillä, musiikin tuottamisen teknisten keinojen haltuun otolla. Kolmanneksi punk herätti kysymyksiä musiikillisesta merkityksestä, se ehdotti uusia soundeja, muotoja ja tekstejä. Tavalla tai toisella punk lievensi rockin vasemman laidan kriitikoiden epäilyjä ja herätti eloon rockin alkuperäisten 60-lukulaisten unelmoijien toiveet: se näytti olevan

erilainen aiempaan massamusiikkiin nähden sen suhteen, miten se tehtiin *ja* miten sitä käytettiin *ja* mitä se tarkoitti.

Ensimmäinen argumentti käytti hyväkseen alakulttuuriteorioita. Musiikki pantiin ilmaisemaan arvoja punk-alakulttuurista, joka katsottiin vuorostaan työväenluokan tietoisuuden muodoksi, "hegemonian epäsuoraksi haasteeksi", Dick Hebdigen sanoin. Monin tavoin punkien musiikki ei tarkoittanut niinkään eroamista rock'n'rollin perinteestä - punktietoisuus oli vain uusi variaatio teiniikäisten uhmailun vakiintuneesta ilmaisusta - sillä radikaalit kommentoijat kuvasivat punkin kaikesta huolimatta tavallisten nuorten musiikkina, joka sanoi asiat suoraan.

Tässä argumentissa ei ole paljon järkeä edes heijastusteorian suhteen (punk spontaanina merkkinä eletystä kokemuksesta). Punkrockin pioneerit muodostivat itsetietoisen ja taitavan joukon, joka ymmärsi hyvin sekä rockperinnettä että populistista kliseetä. Heidän musiikkinsa ei enää heijastanut suoraan työttömyysjonon oloja vaan kumpusi spontaanisti niistä. Punkin musiikillinen "realismi" oli seurausta muodollisista tavoista, äänen erityisistä yhdistelmistä. Se määrittyi keskitien popin ja rockin "epärealistisuuden" vastaisella äänellisellä oppositiolla. Jaottelu todelliseen ja epätodelliseen riippui suoraan joukosta musiikkillisia sivumerkityksiä - ruma vastaan kaunis, karkea vastaan rauhoittava, energia vastaan taide, "raaka" (yksinkertaisten tavujen ympärille rakentunut lyriikka, kolmen soinnun tekniikattomuus, "primitiivinen" rytmi, spontaani esitys) vastaan "keitetty" (rockrunollisuus, virtuositeetti, tekninen monimutkaisuus, suuren studion tuotanto). Tämän musiikillisen realismin merkit, "välittämättömän" tunteen muoto oli itse asiassa peräisin hyvin tunnetuista rock'n'rollin tottumuksista, jotka amerikkalaiset autotalliyhtyeet olivat vakiinnuttaneet, vaikka niillä olikin aika erilainen kulttuurinen arvo brittiläisen rockideologian kontekstissa.

Punkin käsitys musiikin tuotannosta otettiin suoraan 60-luvun keskusteluista. Punk vastusti kaupallista musiikkia kahdella tavalla. Ensiksi se uhkasi ylikansallisia ääniteyhtiöitä "pieni on kaunista" -väitteen versiolla - punkmusiikki oli alkujaan pienien ja riippumattomien levy- ja jakeluyhtiöiden tuote. Toiseksi punk demystifioi itse tuotantoprosessin, sanoma oli, että *jokainen* voi tehdä sitä. Paikallisen musiikin tekemisen hämmästyttävä laajeneminen oli yksi seuraus tästä, mutta kaikkein tärkein piirre sen kehityksessä oli ihmisten versio kulutuksesta, ajatus, että äänitteiden ostajilla oli

oikeus mahdollisimman suureen valintaan markkinoilla ja että äänitteiden ostamisen tulisi sisältää asiakkaan ilmauksen mieluummin kuin tuottajan manipulaation. Kuten Ison-Britannian hippiliikkeen yrittäjähenki löysi menestyksellisimmän ilmauksensa 60-luvun lopulla myymälöihin perustuvassa Virgin Recordsissa, niin kaikkein yritteliäin punkyhtiö - Rough Trade - oli oireellisesti myymälään perustuva. Tuollainen kuluttajuus johti "vaihtoehtoisen" tuotantojärjestelmän luomiseen, joka oli sekä rinnasteinen vakiintuneen teollisuuden kanssa (vaihtoehtoiset kaupat myivät vaihtoehtoisten levy-yhtiöiden tekemiä levyjä ja esiintyivät Vaihtoehtoisilla Listoilla) että oli integroitunut siihen. Tee-se-itse -yhtiöiden tekemät "riippumattomat" levyt olivat kuitenkin yhä hyödykkeitä.

Tässä yhteydessä "riippumattomuus" näyttää viittaavan ensisijaisesti kysymykseen taiteellisesta kontrollista: punkit, kuten hippimuusikot ennen heitä, olettivat, että taide ja teollisuus olivat vastakkaisia, rehellisyys toisella ja byrokratia toisella puolella. Tähän kuului hyödykkeitä koskevan massakulttuurikäsityksen ohella myös romanttisempi käsitys luovuudesta. Muusikoita ei nähty työläisinä, kulttuurisina palkkatyöläisinä vaan individualistisina taiteilijoina. Heidän musiikkinsa oli edistyksellistä, koska se oli suoraan kansasta lähteneiden taiteilijoiden suora välitön ilmaus; punkin tehtävä oli tehdä jokaisesta tähti. Kaupallisen tuotannon prosessi saattoi vääristää punkin sanoman, mutta niin tapahtui vain, jos tämä prosessi oli väärissä käsissä (ylikansallisten byrokraattien tai ikävien vanhojen pierujen). Punkin totuus saattoi päästä läpi, mutta muusikoiden ja nuorten täytyi pitää hallinnassaan musiikin tekemisen keinot.

Alkuperäisillä punkteksteillä oli shokkivaikutus. Ne asettivat kyseenalaiseksi popin ja rockin romanssin, kauneuden ja helppouden tottumukset. Punkit kohdistivat lyriikkansa sosiaalisiin ja poliittisiin kohteisiin, pilkkasivat rock'n'rollin tavallisia selityksiä nuoresta miehekkyydestä ja voimasta, hajottivat omat sanojen virtansa kuvillaan ja soundeillaan. Shokkivaikutuksen vaimetessa ilmeni kuitenkin pian, että punkia rajoittivat sen realistiset väitteet, melodiset rakenteet ja rytminen perusta, joita käytettiin kerro-niin-kuin-se-on -rakenteessa täsmälleen *siksi*, että ne noudattivat rock'n'rollin sääntöjä - 4/4-rytmi, huudettu laulu ja raaka kitara/basso/rummut -kokoonpano.

Näiden kokeilua rajoittavien syiden takia tapahtui vuoden 1977 jälkeen selvä jako: punkpopulismi vastaan punkin avantgarde. Punkin populistit lukittautuivat alkuperäiseen asemaansa. Ne tulkitsivat

teini-ikäisten ilmeet ja kuulivat punkin muodot antihegemonistisen nuorison spontaanina ilmaisuna. Nuorison tietoisuuden kehittäminen ja sen symbolien kaupallistumisen estäminen olivat poliittinen ongelma. Punkin avantgarde kiinnostui enemmän musiikillisesta merkityksestä itsestään, tyylillisistä edellytyksistä, jotka sitoivat alakulttuurit yhteen. Nämä muusikot - Gang of Four oli selvin esimerkki - alkoivat tutkia muista viestimistä (esimerkiksi Godardin elokuvista) tuttuja tekstiä koskevia rakenteita tehden välimatkaa esiintymisiinsä rinnastaen käsitteitä erilaisista alalajeista (rockin/reggaen/funkin musiikilliset montaasit). He yrittivät kaivaa maata läpikuultavuuden ja alakulttuuri-identiteetin populistisen olettamuksien alta, pilkata ajatusta siitä, että sosiaalisesta kokemuksesta on suora yhteys musiikilliseen muotoon, ja paljastaa subjektiivisia vaatimuksia, jotka ovat kaikkeen rockmusiikkiin syvälle juurtuneita.

Musiikki on väline, jossa tunteen ilmaisu on niin suoraa (esiintyjät puhuvat suoraan meille), että siinä ovat kehittyneet voimakkaat "subjektiivisen realismin", totuudemukaisuudesta tunnetta kohtaan - ajattelun käytännöt. Rockmuusikot käyttivät hyväkseen sekä bluesin että folkin tehokeinoja todistaakseen "autenttisuutensa", ja nämä tehokeinot olivat tärkeitä myös punkmuusikoille - ne vaanivat heidän realistisuusväitteidensä takana.

Päivittäisessä kanssakäynnissä ääni *on* henkilö, se on keinomme edustaa "itseämme" muille ihmisille; ja kun voimme valehdella kielellä ja väärentää ei-verbaalisesti ilmaisemamme tunteet, kommunikaatio riippuu luottamisesta ääneen henkilön ilmaisukeinona. Näin punkin laulu oli punkin aikeiden selvin merkki. Johnny Rottenin tapaiset punklaulajat kehittivät selvän työväenluokan äänen käyttämällä proletaariaksenttia, käyttämällä hyväksi jalkapallon katsojien lauluja, ilmaisemalla epäselvyyttä ja mutisevaa, kyyristelevää välimatkaa sanoihin, joita he nappasivat yleisen ilmaisun kliseistä. Nämä äänellisesti yllättävät tehokeinot saivat itse asiassa punklaulajat näyttäytymään rockin perinteisin tavoin - he ilmaisivat tunteensa suoraan ja avoimesti. Alkuperäiset punkit olivat kaikki persoonallisuuksia.

Rockkriitikot ovat aina määritelleet taiteen suhteessa subjektiiviseen ilmaisuun. Esimerkiksi *Rolling Stonen* piirissä kehiteltyjen arvosteluperiaatteiden mukaan musiikin tulee olla rehellistä: kriitikot arvostavat esitystä, jos he voivat kuulla sen aitona tunteen ilmaisuna, ja mitä selvempi ja intensiivisempi tunne on sitä parempi. Kaikkein

naiiveimmalla tasolla tämä tarkoittaa laulutekstien kuuntelemista, ikään kuin ne olisivat laulajien omista kokemuksista, mutta jopa hienostuneet kriitikot kuulostelevat rehellisyyttä. Rockiin kuuluva luovuus kuvatessaan henkilökohtaista herkkyyttä asetetaan vastakohdaksi popin sieluttomille kaavoille.

Tämä lähestymistapa ei tehnyt paljoakaan selkoa punkavantgardesta, joka oli eräällä tavalla "objektiivista". Nämä muusikot asettivat kyseenalaiseksi sen ehdotuksen, että musiikki toimii emotionaalisena koodina, että henkilökohtainen herkkyys voidaan lukea musiikillisesta tuotteesta. He kehittivät punkin manerisoituneet, messuavat laulutyylit väitteeksi, jonka mukaan laulajan täytyi erottautua laulusta - lauluääni on työkalu, jonka avulla eikä kautta lauletaan.

Samalla tavalla korostettiin elektronisia laitteita, koneita, joita ei voi nähdä tai kuulla emotionaalisesti. Rockin keskeistä soundia, sähkökitaraa on aina kohdeltu persoonallisesti: arkkityyppinen rockimago on kitarasankari - pää takakenossa, ilme tiukkana, tunteiden virratessa silminnähden sormenpäiden kautta. Elektronisia koneita ei voi soittaa tai symboloida näin: oikealla ohjelmalla varustettuna kuka tahansa voi tehdä *täsmälleen* samanlaisen soundin välittämättä henkilökohtaisesta "tunteesta". Elektronimuusikoille soundin spontaani hetki - elävän rockin *tärkein* luova hetki - on merkityksettömämpi kuin sen valmistelu. Itsekuri ja laskelmointi ovat tärkeämpiä musiikillisia hyveitä kuin tunteen tai intohimon voimakkuus.

Termit subjektiivinen ja objektiivinen viittaavat emotionaaliseen realismiin, totuudenmukaisuuteen tunnetta kohtaan. Toinen rockkriitikoiden olettamusten rypäle, jonka punkavantgarde asetti kyseenalaiseksi, käsitteli sosiaalista realismia, totuudenmukaisuutta kokemusta kohtaan. Pidämme itsestään selvänä, että soundit kuuluvat yhteen sosiaalisten olojen kanssa, että musiikilliset vaikutukset sisältävät suoraan sosiaalisia merkityksiä - me kuulemme lauluäänen sävyn "seksikkäänä", soinnunvaihdon "aggressiivisena" ja kitarasoundin "raakana". 70-luvun lopulla rockmuusikot eivät kuitenkaan (iästä riippumatta) pystyneet tekemään musiikkia, joka ei ensi sijassa olisi viitannut takaisin aiempiin rockin luentoihin. Riippumatta siitä pitikö rock siitä vai ei, rock kertoi nyt itsestään - tämä oli selvää jopa (ehkä erityisesti) Bruce Springsteenin tapaisten taitavien rocknaturalistien töissä.

Punkavantgardistit siirsivät tuollaiset musiikilliset viittaukset taiteellisiin tarkoituksiin: he epäilivät musiikillisen kielen "luonnollisuutta". He yrittivät repiä sen alkutekijöihinsä lähtien siitä olettamuksesta, että kaikki musiikki on rakennettua. He asettivat rinnakkain säännöt ja määräykset erilaisista genreistä ja pyysivät kuuntelijoita huomaamaan ennenkuulumattomien vaikutusten musiikillinen läsnäolo. Nämä muusikot arvostivat sellaista popin laatua, jota rockfanit eniten inhosivat, keinotekoisuutta. He olivat kiinnostuneita rytmisistä säännöistä (diskossa, reggaessa, funkissa), koska musiikillisista elementeistä rytmi on vaikeimmin kuvailtavissa subjektiivisin tai realistisin termein. Rumpaleiden ei kuulla ilmaisevan *itseään* niin kuin kitaristien tai laulajien, ja popsykkeen sosiaalinen merkitys on tavallisesti funktionaalinen - sen avulla musiikkia on helppo tanssia.

Rockin analysoijat suhteuttavat soundit niiden tuotannon välittömiin oloihin - ääniteteollisuuteen, alakulttuuriin ja taiteelliseen visioon. Punkavantgarden heittämä haaste oli rockin merkitysten yleisen arvioinnin kehittäminen. Musiikilliset vaikutukset eivät periydy biologisesti, vaikka joissain tietyissä kulttuureissa ihmiset kommunikoivat musiikin kautta yhtä luonnollisesti kuin he kommunikoivat kielellä. Sanomisen sisältö merkitsee yleensä sekä muusikoille että yleisölle enemmän kuin se, miten musiikilliset termit luodaan - esimerkiksi mustat amerikkalaiset muusikot pitävät bluesin sosiaalista merkitystä itsestään selvänä. Oletus ongelmattomasta suhteesta sosiaalisen kokemuksen ja musiikillisen ilmaisun välillä toimii riittävän hyvin kulttuureissa, joissa jokainen tavalla tai toisella harjoittaa musiikkia; massamusiikin ongelma on se, että soundit, jotka täyttävät elämämme, ovat *meille* tehtyjä. Musiikillisissa kulttuureissa ihmiset oppivat kielen käyttämällä sitä - he tietävät kuinka musiikillinen merkitys on tehty, koska he tekevät sen itse. Massakulttuureissa me kuulemme musiikin luonnollisena emmekä lainkaan ajattele, miksi se on tehty tuolla tavalla.

Ensimmäisen rockin valtaeliittin tapoja vastaan suuntautuneen spontaanin vihanpurkauksensa jälkeen hämmästyttävän monet brittiläiset punkmuusikot aloittivat tämän systemaattisemman, teoreettisen tutkinnan, miten tehdä musiikkia eri tavalla. Monet näistä muusikoista tulivat taidekouluista tai yliopistoista. He hallitsivat samanlaiset keskustelut muista viestimistä ja he ottivat ideansa elokuvateorioiden lisäksi myös Weimarin kulttuurin "uusasiallisuudesta", 1920-luvun reaktiosta ekspressionismiin, joka John Willettin

sanoin painotti "objektiivisuutta aiemman intensiivisen subjektiivisuuden sijasta, itsekuria intohimon sijasta ja kuivaa huumoria juhlallisuuden ja uskon sijasta".

Tämä voisi olla yhtä lailla kuvaus punkin avantgardistien reaktioista rockia kohtaan. Tuloksena ei ollut taidetta taiteen takia, vaan uusi lähestymistapa kysymykseen *kuinka* musiikki ottaa haltuunsa, tulee toimeen ja puuttuu kokemukseen. Nämä muusikot olivat silti lujasti päättäneet rockata. He halusivat Robert Christgaun sanoin: "sitoa myöhäisteollisen kapitalismin rakkaus-viha -suhteeseen, jonka vaikeudet tunnustetaan ja joskus tehdään voimattomiksi ironis-esteettisten strategioiden keinoin: muodollisella jäykkyydellä, roolin esittämisellä ja huumorilla".

Rockin "spontaanisuus" oli riippunut itsestäänselvyyden ajatuksesta ja siksi kuulemattomasta ja ajattelemattomasta rakenteesta. Kysymys oli nyt siitä, mitä tämä rakenne ilmaisi. Käytännössä (ja huolimatta yleisestä kriittisestä teoriasta) emme voi arvioida musiikkillista laatua yksinkertaisesti sen suhteen, kuinka musiikki on tuotettu - yhteydestä taiteilijan hyviin aikomuksiin tai voiton tavoittelijan huonoihin aikomuksiin. Musiikilliset vaikutukset ovat musiikin itsensä omaisuutta, ja muusikoiden näkökulmasta mielenkiintoisimmat päätökset eivät ole siinä, mitä sopimuksia tehdään vaan mitä nuotteja soitetaan. Jos tämä jälkimmäinen päätös ei ole (toinen yleinen kriittinen teoria) puhtaan inspiraation, spontaanin tunteen ja jonkin "luonnollisen" välttämättömyyden asia vaan sen sijaan ajattelun ja älyn tulos, niin teoreettinen tietoisuus avaa joukon musiikillisia mahdollisuuksia; rockin ei tarvitse olla Keith Richardsin muotoilemalla tavalla "musiikkia navan alapuolelle".

Punkin avantgarde sai suurimman osan inspiraatiostaan reggaemuusikoilta, koska reggae näytti esittävän aika erilaista musiikillisen olemassaolon muotoa. Se herätti kysymyksiä tilasta ja ajasta, joissa musiikillinen valinta - tuon valinnan todellinen *vapaus* - oli selvässä ristiriidassa rock'n'rollin ajattelemattomuuden kanssa; se ilmaisi myös kodittomuutta - se oli valinta siinä kuin terrorikin. Musiikki itse, äänten hierarkian puute ja sen pulssin syvyys, oli kulttuurisen analyysin hetki. Se ei ilmaissut jotain muuta, aikaisempaa todellisuutta vaan *muodosti* kokemuksen rakenteen yhtä lailla muusikoille kuin yleisöllekin.

MUSIIKKI NAUTINTOA VARTEN

Roland Barthes on asettanut kyseenalaiseksi "normaaliajatuksen, jonka mukaan se, mikä ei ole ekspressiivistä, voi olla vain kylmää ja älyllistä", siis olettamuksen, että abstraktio olisi määritelmän mukaan vastakohtainen sensuaalisuudelle. Tämä olettamus johtuu tavallisesta porvarillisesta musiikillisen mielihyvän arviosta: musiikkia pidetään jonkun muun kuvaajana - kokemuksen merkkinä eikä kokemuksena sinänsä. Tuloksena oleva estetiikka perustuu "yksityiskohdan ahdisteluun": sarja irrallisia merkkejä - sanoja, nuotteja, rytmejä ja soundeja - kasautuu kunnes olemme tunteen musertamia ja voittamia. Barthesin mukaan tuollainen estetiikka rokottaa meidät tehokkaasti musiikin sinänsä mielihyvää vastaan, joka alennetaan valmiiksi koodatuksi kokemusten sarjaksi, joka selitetään (näin kielletään sen ainutlaatuisuus) yhteydessä siihen, mitä on jo voitu sanoa. Musiikkikritiikki on aina tarkoitanut adjektiiveja.

Barthes esittää, että musiikin selittäminen on "tekstin mielihyvän" kieltämistä. Päästäksemme tähän meidän täytyy vaihtaa kriittisen keskustelun kohde. Tehtävänä ei ole sitoutua yksityiskohtiin, jotka muodostavat musiikillisen kokemuksen, vaan reagoida suoraan sen "pintaan". Barthes tarjoaa esimerkin lauluäänestä: laulamisen nautinto, yhtä lailla kuuntelijalle kuin laulajalle, ei tule vain sanoista ja sävelistä, vaan myös äänen *jyväsistä*, siinä olevasta "ruumiin materiaalisuudesta". Laulaminen on fyysistä nautintoa, ja me nautimme jonkun laulun kuulemisesta, koska lauluäänellä, soundina sinänsä, on välitön aistillinen viehätys, eikä siksi että ääni edustaa takanaan olevaa "henkilöä".

Rocktekstuurien (sanojen ja musiikin yhdistelmä) mielihyvä on aina johtunut lauluäänen aistillisesta läsnäolosta, ja rockfanit toisin kuin korkeakulttuurin esteetikot ovat aina tienneet, että musiikin sensuaalinen totuus ei riipu ilmaisun säännöistä. Me reagoimme rockin soundien materiaalisuuteen, ja rockkokemus on ensisijassa eroottinen - se ei sisällä kielen kautta tapahtuvaa minän vahvistamista (porvarillisen estetiikan muoto, aina kontrollissa), vaan minän purkamista nautinnossa.

Barthesin mielestä musiikillinen nautinto ei sisällä merkitystä vaan, *signifiance*, merkitsemisen työn. Meidän riemukas reaktiomme musiikkiin ei ole reaktio merkityksiin vaan merkitysten tekemiseen, ja nautinto, kuten seksuaalinen mielihyvä, sisältää itsensä hylkää-

misen, kun ilmaukset, joita tavallisesti käytämme rakentamaan ja pitämään itseämme koossa, yhtäkkiä näyttävät ajelehtivan vapaasti. Ja jos tämä näyttää epätodennäköiseltä tavalta käsitellä rock'n'roll-nautintoa, niin ajatelkaa Elvis Presleytä - loppujen lopuksi tämä on ainoa tapa, jolla voimme selittää hänen viehätysvoimaansa: ei sen takia mitä hän oli, sosiaalisesti tai henkilökohtaisesti, vaan suhteessa hänen lauluäänensä *jyväsiin*. Elvis Presleyn musiikki oli loistavaa, koska se hajotti merkit, jotka olivat aiemmin yhdistäneet nuoruuden. Hän ylisti sensuaalisemmin, aistillisemmin kuin kukaan toinen rock'n'roll-laulaja symbolin luomisen aktia itseään.

Luvussa 2 lainasin Lester Bangsin huomiota siitä, että kuuntelemme rockmusiikkia kuullaksemme intohimon ilmaistuna. Huomautukseni nyt on se, että tuollaista intohimoa ei välttämättä voi kuvata jonain, joka on musiikin takana tai tuolla puolen: musiikillinen nautinto ei sisällä vain intohimon ilmaisun vaan myös ilmaisun intohimon. Ihmisten tekemät levyt inspiroivat heitä tekemään musiikkia - puhumaan - itselleen. Tämäkään väite ei kuluta loppuun keskeisiä aiheita rockin ideologiasta. Robert Christgau kirjoittaa: "Rock and roll ei ole jotain, johon uskot tuolla onanistisella, minää heijastavalla tavalla, joka on turmellut niin paljon modernistista taidetta. Se on jotain, jota teet päästäksesi muualle."

MUSIIKKILEHDISTÖ

Fanit ovat ilmaisseet aina muusikoita (tai liikemiehiä) selvemmin rockin ideologian, väitteet siitä mitä levyt tarkoittavat ja miksi rockia on. Eräällä tavalla rock merkitsee faneille enemmän - on vaikeampi käsitellä rockia huvina ja nautintona kuin urana tai liiketoimintana. Paradoksi on siinä, että kaikista yhteisöllisyyden ja kulttuurin painotuksistaan huolimatta rock on useimmille faneilleen suurimman osan ajasta henkilökohtainen kokemus - ihmiset kuuntelevat levyjä kotonaan, kehittävät yksityisiä fantasioita tähdistään - ja he tarvitsevat kaiken avun, jonka voivat saada. Tästä on peräisin ammattimaisten rockfanien - rockkirjoittajien - tärkeys. Musiikkilehdet ovat tärkeitä jopa niille ihmisille, jotka eivät osta niitä - niiden lukijat toimivat kaikille muille mielipidejohtajina, rockin välittäjinä, ideologisina portinvartijoina.

Erikoistuneella poplehdistöllä on Isossa-Britanniassa paljon pi-

dempi historia kuin USA:ssa, ja Isossa-Britanniassa on huomattavaa kyllä yhä neljä kuluttajien viikkolehteä (yhteinen levikki on 600 000 - 800 000). Vanhin niistä, *Melody Maker*, aloitti 1926 ammattilehtenä kasvavalle jazz- ja tanssiyhtyemuusikoiden joukolle ja oli pitkän aikaa populaarimusiikkikentällä ainoa kattavan ja täsmällisen tiedon antaja - sitä käytettiin paljolti myös kuluttajalehtenä. Alkujaan lehti piti rock'n'rollia antiteesinä lukijoiden kiinnostukselle "hyvästä mausta ja musiikillisesta kokonaisuudesta". "Silkasta vastenmielisyydestä yhtyneenä sekavaan monotonisuuteen", kommentoi yksi arvostelija, "'Hound Dog' saavuttaa uuden pohjan minun kokemuksissani. Miten paljon harhaan yleisöä voidaan rohkaista kulkemaan pois Ella Fitzgeraldin taiteellisuudesta tai Frank Sinatran pehmeästi svengaavasta musikaalisuudesta?" *Melody Maker* ei ollut nuorisolehti, ja niinkin aikaisin kuin 1952 sen seuraan liittyi *New Musical Express*, joka, vaikkei ollut paljoakaan innostuneempi rock'n'rollista, oli tarkoitettu teini-ikäisten levynostajien uusille markkinoille.

1950-luvulla brittiläinen musiikkilehdistö oli yksinkertaisesti musiikkiteollisuuden yksi osanen, ja sen kasvu heijasti levyjen ja niiden myynnin (lauluja ja kustantajia vastaan) kasvavaa merkitystä tässä teollisuudessa. Jopa *Melody Maker*, joka jatkoi erikoispalvelujen tarjoamista muusikoille ja jazzfaneille, kiinnostui keskeisesti levyjen julkisuudesta (ja siten rock'n'rollin vakiinnuttaessa suosionsa alistui sille). Lehdet olivat tärkeitä, koska vaihtoehtoista tiedon ja mainostuksen lähdettä ei ollut, Luxemburgia lukuunottamatta ei ollut popradiota. Listat symboloivat brittiläisten lehtien merkitystä teollisuudelle: 1952 *NME*:ssä alkoi ilmestyä ensimmäinen säännöllinen ja kohtalaisen tarkka lista levyjen myynnistä, ja pian myös *Melody Maker* kokosi hittilistan vähittäismyyjien myynnin "salaisesta listasta". Näillä listoilla oli huomattava vaikutus varastointi- ja markkinointipolitiikkoihin - USA:ssa ammattilehden, *Billboardin*, työn teki Isossa-Britanniassa kuluttajalehdistö.

Yleisesti ottaen, vaikka niiden lopulliset päämäärät olivat erilaiset (levikki vastaan levyjen myynti), brittiläiset musiikkilehdet ja levy-yhtiöt näkivät itsellään samat intressit. Musiikkilehdistön "uutiset" olivat uutisia viimeisimmistä levyttäneistä tähdistä, viimeisimmistä listoille nousijoista; kaikki tuollaiset tähdet olivat yhtä tärkeitä ja niiden tärkeys kesti täsmälleen yhtä kauan kuin niiden listamenestys. Lehdet julkaisivat lehdistötoimistojen tiedotteita ja toimittivat pikaisia haastatteluja (joita kasvava joukko tiedottajia järjesti)

tarkoituksenaan täyttää yhtiön tekemät henkilöhistoriat niiden omilla human-interest -yksityiskohdillaan: "Mikä on mielivärisi?"

1950-luvun musiikkilehdet toimivat kuin 1930-luvun elokuvafanien lehdet ja palvelivat tarkoitustaan tarpeeksi hyvin pitämällä popfanit tietoisina siitä, kuka teki mitä ja missä. Niiden amerikkalaiset vastineet olivat kuukausittaiset teini-ikäisten kuvalehdet, joiden ei popradion täydentäminä tarvinnut olla niin ajankohtaisia tai informatiivisia. Tuollaiset julkaisut eivät tarjonneet mitään näkökulmia kuvaamaansa musiikkiin: niillä ei ollut kehittynyttä kriittistä asennetta (paitsi se, että mikä oli suosittua piti olla hyvää); ne eivät osoittaneet mitään kiinnostusta siihen, mistä levyt tulivat tai mihin ne menivät. Musiikkilehdet tarjosivat teollisuuden julkisen omakuvan, ja niiden tekstit oli sen mukaisesti kirjoitettu hengästyneellä mainosmiehen tyylillä. Niiden menestys oli täysin riippuvainen lukijoidensa kiinnostuksesta tähtiin, joista ne kirjoittivat: *NME* myi 1950-luvulla paremmin kuin *MM*, koska se tarjosi paremmat uutiset senhetkisistä listatähdistä:

> Me annamme pennuille mitä ne tahtovat. Me kirjoitamme heidän tämänhetkisistä idoleistaan. Emmekä ole niin paljon jazzlehti kuin *MM* vaan poplehti. Kilpailijamme kirjoittavat paljon tähdistä, jotka ovat tippuneet listoilta, miksi he ovat menettäneet suosiotaan jne. Ja ne kirjoittavat nousevista laulajista, jotka tulevat olemaan huomisen tähtiä. Juuri tämän päivän tähdistä nuoret haluavat tietää, eivät huomisen tähdistä.[1]

Vuonna 1964 brittiläiset musiikkilehdet olivat saavuttaneet ennenkuulumattomat levikkiluvut (*NME*:tä myytiin melkein 300 000 kappaletta viikossa - yksi Beatles-ilmiön piirteistä), mutta niiden musiikista kirjoittaminen ei ollut paljoa muuttunut: ne olettivat yhä, että niiden markkinoina olivat työväenluokan teini-ikäiset, joilla oli viimeisimpiin tähtiin rajoittunut, välitön kiinnostus. Tästä näkökulmasta Beatlesin menestys tarkoitti määrää eikä laatua. *Juke Box Jury* -tv-show jatkoi musiikkilehtien oman rockkuvan koteloimista - sekoitus showbusineksen alentumista nuorten makuihin ja siitä oletuksesta, että musiikkikritiikki tarkoitti samaa kuin myyntipotentiaalin arviointi.

Beatles-ilmiön yhä jatkuessa nämä oletukset kyseenalaistettiin kahdella rintamalla: ensiksikin tuli selväksi, että Beatlesin markkinat

eivät tarkoittaneet vain työväenluokan teini-ikäisiä; toiseksi alettiin esittää arvioita, jotka eivät yhdistäneet Beatlesin arvoa yksinkertaisesti vain myyntilukuihin. Ei-teini-ikäisten joukossa oli aina ollut kiinnostusta rock'n'rolliin ja jopa he halusivat osoittaa, että jotkut rock'n'roll-levyt olivat ei-kaupallisten kriteerien mukaan toisia arvokkaampia. Tuollaiset kirjoittajat olivat kuitenkin olleet kiinnostuneita teini-ikäisten kulttuurista sosiaalisena ilmiönä. He olivat ulkopuolisia, ja heidän kriittinen tuomionsa tarkoitti tavallisesti tiettyjen esiintyjien tai levyjen pelastamista yhteydestään teini-ikäisiin sijoittamalla ne johonkin "kunnollisen" musiikin perinteeseen - näin William Mannin kuuluisa arvostelu Beatlesista *The Timesissa* (rock'n'roll pääsi näin ensimmäistä kertaa kulttuurisivuille) käytti klassisen musiikkitieteen kriittistä sanastoa. Vuoden 1965 jälkeen alkoi rockmaailman sisällä *yritys* kehittää arviota musiikista taiteena, ja vuonna 1966-67 nouseville, kehittyville albumeja ostaville rock-markkinoille musiikkilehtien poplähestymistapa oli riittämätön. Uudella rockyleisöllä oli mielipiteitä, jotka eivät ilmaantuneet niiden sivuilla. *MM*:n juttujen perusta oli yhä singlelistojen tapahtumien tuottama jännite - Esther ja Abi Ofarim! Don Partridge! - ja *NME* oli vielä selvemmin teini-ikäisten poplehti. Uusien rockfanien täytyi julkaista omia lehtiään ilmaistakseen vaihtoehtoista musiikki-ideologiaa, jonka he löysivät USA:sta. 1950-luvulla ja 60-luvun alussa USA:ssa ei ollut musiikkilehtiä toisaalta ammattilehtien (*Cash Box* ja *Billboard*) ja toisaalta teinipopparilehtien (*Hit Parader* muistutti tyyliltään eniten popuutislehteä) välissä. Amerikkalainen rocklehdistö kumpusi kahdesta lähteestä.

Ensiksikin oli todellinen undergroundlehdistö. Tämän alkuperä oli *Village Voicessa*, mutta sen todellisen perustan loivat 1964 *LA Free Press* ja *Berkeley Barb*, jotka eivät olleet kiinnostuneita musiikista sellaisenaan vaan elämäntyylistä, "huumeista, seksistä ja vallankumouksesta", Valkoisten Pantterien iskulauseen sanoin "vallankumouksellisen äidinnussijan aseistetusta rakkaudesta". Musiikkia arvostettiin niin pitkään kuin se voitiin yhdistää näihin intresseihin, ja pian se tuli tärkeäksi undergroundin tuottoisimpana tulojen lähteenä - raha tuli joko levy-yhtiöiden mainoksista tai muusikoiden avustuksista. Rock osoittautui underground-kulttuurin perusmuodoksi, mutta siksi tullessaan se oli innoittunut ideologiasta, jolla oli huomattava ero aiempiin huomioihin popista: rockia arvostettiin sen poliittisen iskuvoiman, aggression ja seksuaalisuuden takia ja sen suhteista

kulttuuriseen taisteluun. Underground-lehdistön eniten halveksimaa ja epäilemää musiikkia oli juuri kaupallinen, menestyksellinen teiniikäisten pop, joka oli ollut keskeistä brittiläisen musiikkilehdistön kehitykselle. Rock määriteltiin musiikiksi, joka ilmaisi nuorten uuden yhteisöllisyyden arvoja, se oli showbusineksen perinteisiä arvoja vastaan; ja kun undergroundin viehätys levisi alkuperäisiltä boheemijuuriltaan, niin teki myös tämä käsitys rockista. Underground Press Syndicate muodostettiin 1967, ja 1969 se väitti 125 jäsenlehden ilmestyvän jatkuvasti ja toisten 200 lehden ilmestyvän "satunnaisesti".

En aio hahmotella undergroundlehdistön historiaa enkä eio liioitella sen lukijakunnan laajuutta. Huomioni on, että undergroundlehdet olivat tärkeitä lähteitä siinä, mikä tuli rockin hallitsevaksi ideologiaksi. Toinen amerikkalainen tapahtuma, uusien erikoistuneiden musiikkilehtien kehittyminen vahvisti ja kehitti tätä ideologiaa: *Crawdaddy* alkoi ilmestyä 1966 ja sitä seurasivat muutamassa vuodessa *Mojo-Navigator*, *Fusion* ja *Creem*. Näiden lehtien muoto, tyyli, menestys ja kiinnostuksen kohteet vaihtelivat suuresti, mutta yhteistä niille oli rockin vakava kohtelu kulttuurin muotona, ja ne tekivät omalta puoleltaan samat yhdistelyt rockin ja elämäntyylin välillä, jotka undergroundlehdistö teki omaltaan.

Uusista musiikkilehdistä oli tärkein joka toinen viikko San Franciscossa ilmestyvä *Rolling Stone*, jonka ensimmäinen numero ilmestyi 9. marraskuuta 1967. Sen perustaja Jann Wenner "halusi julkaisun, joka keskittyisi rockmusiikkiin, mutta joka kattaisi nuorisokulttuurissa myös kaiken muun". Lehden aikeet selvitettiin ensimmäisessä numerossa:

> Luultavasti ihmettelet mitä aiomme tehdä. Sitä on vaikea sanoa: eräänlaista viikkolehteä ja eräänlaista sanomalehteä... Olemme aloittaneet uuden julkaisun, joka heijastelee sitä mitä näemme muutoksina rock and rollissa ja muutoksina, jotka liittyvät rock and rolliin. Koska ammattilehdet ovat tulleet niin epätarkoiksi ja merkityksettömiksi, ja koska fanilehdet eivät ole ajanmukaisia vaan ovat juuttuneita myyttien ja turhuuden muottiin, toivomme, että meillä on tarjottavana jotain taiteilijoille ja teollisuudelle, ja jokaiselle, joka "uskoo magiaan, joka voi vapauttaa sinut". *Rolling Stone* ei kerro vain musiikista vaan myös asioista ja mielipiteistä, joihin musiikki liittyy.[2]

Neljänä ensimmäisenä olemassaolonsa vuotena *Rolling Stone* sai kokea jännitteet ja konfliktit vaatimansa roolin menestyksellisestä saavuttamisesta. Lehti huomasi *irrallisuuden* käyttökelpoisen undergroundin kiinnostuksen kohteista syntyneen rockideologian ja rockin myynninedistämisen vaatimusten välillä, vaatimusten, jotka tulivat levybusinekseltä, joka oli hiljalleen alkanut ymmärtää uusia markkinoita ja tutki tapoja niiden saavuttamiseksi. Tähän liittyneet ristiriidat symboloituivat CBS:n kuuluisilla ilmoituksilla - "vallankumouksselliset ovat Columbialla" ja "meidän musiikkiamme ei voi pidättää". Vuonna 1969 jännitynyt tilanne sai myös brittiläisen ilmauksen: Jann Wenner avasi englantilaisen toimiston julkaistakseen *Rolling Stonea* "alueellisena painoksena", mutta hänen englantilaiset toimittajansa seurasivat liian tarkoin undergroundin käytäntöjä ja politiikkaa ja tulivat erotetuiksi (he perustivat englantilaisen undergroundlehden *Frendzin*).

Sillä välin Yhdysvalloissa *Stone* vakiinnutti hitaasti asemansa siihen mennessä suosituimpana uutena julkaisuna kehittämällä nuorisokulttuuritapahtumien syvälle luotaavan raportoinnin tyylin; sen juttujen erinomainen kattavuus esimerkiksi Woodstockin ja Altamontin festivaaleilta kuitenkin lisäsi sen roolille myötäsyntyisiä jännityksiä ennemmin kuin ratkaisi niitä. *Rolling Stoneen* kohdistuivat sekä ääniteteollisuuden että rockideologien toiveet, koska se oli lehti, joka selvimmin ymmärsi uutta nuorisokulttuuria. 1971 lukuisien kriisien ja henkilövaihdosten jälkeen tuli selväksi, että juuri ääniteyhtiöiden toiveet tulisivat tyydytetyiksi; *Rolling Stone* sitoutui amerikkalaiseen musiikkiteollisuuteen.

Chet Flippo väittää, että Jann Wennerin oma lähestymistapa oli johdonmukainen alusta asti: "mahdollisimman kattavat jutut supertähdistä, sisäpiirin tietoa esiintyjistä ja musiikkiteollisuudesta, pätevää ja usein erinomaista reportaasia kaikesta, mikä kiinnostaa nuoria". Erään henkilökunnasta lähteneen sanoin tämä tarkoitti käytännössä "maukkaasti tehtyä fanilehteä". Musiikkia käsiteltiin vakavasti - lukijat eivät olleet teinipoppareita - mutta *Rolling Stone* ei loppujen lopuksi esittänyt mitään perustavanlaatuista murrosta showbusineksen perinteelliseen käsitykseen tähdistä, myynnistä ja kulutuksesta. Lehdellä oli oma versionsa uutisista, juoruista ja tähtien "syvällisistä" haastatteluista ja sillä oli oman tapansa käsitellä kyynisesti viimeisiä laulusensaatioita. Pian sen riippuvuus musiikkiteollisuuden kiinnostuksen kohteista oli kuitenkin yhtä selvä kuin

brittiläisen musiikkilehdistön kohdalla, ja jos lehden alkuvuosina tämä sekoittui painotukseen rockista politiikkana, niin tämä ajatus hämärtyi 1970-luvulla, kun sen henkilökunta sai potkut "kielteisten" arvostelujen takia, koska heillä ei ollut "oikeata asennetta taiteilijoita kohtaan".

Rolling Stonen ideologinen riippuvuus musiikkibusineksesta heijasti sen taloudellista tilannetta. Ääniteyhtiöt avustivat sitä sen erilaisten alkuvuosien taloudellisten vaikeuksien läpi. WEA lainasi lehdelle 100 000 dollaria, CBS auttoi jakelussa ja hallinnossa, ääniteyhtiöiltä tulivat käytännöllisesti katsoen kaikki *Stonen* alkuaikojen merkittävät mainostulot. Ne uskoivat, että "lehti auttoi musiikkia" ja olivat samaa mieltä CBS:n Clive Davisin kanssa siitä, että jos *Stone* "haukkui meitä silloin tällöin", se teki sen yksinkertaisesti "suojellakseen itseään 'itsensä myymisen' syytteiltä "niin kutsutun musiikkiteollisuudenvastaisen lukijakunnan taholta".

Elokuussa 1973 *Rolling Stone* muutti ulkomuotoaan ja siitä tuli "yleislehti, joka kattaa modernin amerikkalaisen kulttuurin, politiikan ja taiteet ja jonka erityinen kiinnostuksen kohde oli musiikki". Nyt *Stonen* lukijakunta (20-35 -vuotiaita, enimmäkseen miehiä, valkoisia, vaikutusvaltaisia, rockista kiinnostuneita, vaikka olivat asettuneet ja menettäneet nuorekkaan fanaattisuutensa) tarkoitti kuitenkin täsmälleen samoja markkinoita, joista ääniteyhtiöt olivat kiinnostuneita. Niinpä *Stonen* siirtyminen pois musiikista ei vaikuttanut sen ilmoitustuloihin tai sen tärkeyteen ääniteteollisuudelle. Famous Musicin Howard Bloom sanoi: "Tässä businekseessa kaikki ovat kiinnostuneita artikkelista *Stonessa*. Se on vaikutusvaltaisempi kuin mikään muu lehti."

Suurin piirtein sama kuvaus voimakkaasta integroitumisesta rockbusinekseen voitaisiin tehdä Yhdysvaltojen muista musiikkilehdistä riippumatta niiden alkuperästä. Tämän prosessin käsittäminen auttaa meitä ymmärtämään ilmeisiä eroja brittiläisen ja amerikkalaisen rocklehdistön välillä - kun *Rolling Stone* oli tulossa tuntemattomuudesta hallitsevaksi lehdeksi amerikkalaisessa musiikkiteollisuudessa, niin Isossa-Britanniassa ei näyttänyt tapahtuvan mitään. 1976 brittiläinen musiikkilehdistö oli suurin piirtein sama kuin se oli ollut 1966 - samat viikkolehdet massiivisilla levikeillään, sama "vaihtoehtoisten" julkaisujen puute. Lukuisat tuollaiset lehdet olivat aloittaneet, mutta harvat olivat selvinneet kovinkaan pitkään, eikä mikään ollut saavuttanut viikkolehtiin verrattavaa levikkiä. "Vaihtoehtoisen"

lähestymistavan musiikkiin saattoi sen sijaan löytää 70-luvun puolivälissä perinteisten viikkolehtien itsensä palstoilta.

Vuonna 1968 *Melody Maker* alkoi muuttua "edistykselliseksi". Sen jutut tulivat pidemmiksi, sen haastattelut vakavammiksi ja lp- ja konserttiarvostelut tulivat keskeiseen osaan. 1971 lehden levikki ylitti *NME*:n levikin (1968 ja 1972 välillä se kaksinkertaistui 100 000:sta 200 000:een), ja päätoimittaja lausui:

> Näyttämö, josta raportoimme, jota heijastamme ja tulkitsemme, hyväksytään nyt paljon luovempana ja vakavampana kuin ennen, jolloin populaarimusiikin "purukumifilosofia" ruokki sitä. Se on aihe, joka vaatii huolellista ja ymmärtävää analyysia. Ja *Melody Maker* on ajattelevan fanin lehti.[3]

Ajatteleva ihailija hallitsi nyt markkinoita, ja 1972 myös *New Musical Express* organisoitiin uudelleen. Uusi kirjoittajajoukko värvättiin Ison-Britannian omista undergroundlehdistä *Oz*, *IT*, *Frendz* ja *Cream*. He vaikuttivat välittömämmin lehden tyyliin kuin sen sisältöön; heidän kirjoittelunsa oli muodikasta ja tietävää ja heidän kyynisyytensä rockbusinesta kohtaan oli selvästi näkyvissä. Vuoteen 1973 mennessä näiden uusien mielipiteiden vaikutukset olivat selviä jopa kaikkein satunnaisimmillekin lukijoille: toisaalta *NME* oli kehittänyt laskelmoivaa poikkeavutta layoutiinsa, alaotsikoihinsa ja kuvateksteihinsä - lehti löi itsensä läpi amerikkalaiselta rocklehdeltä *Creemilta* peräisin olevalla omaperäisellä tavalla. Toisaalta musiikista kirjoittaminen alkoi levitä viimeisimpien listasensaatioiden ulkopuolelle, kriittiseen kuvaan rockista ja sen historiasta, joka tarkoitti muutakin kuin myyntilukuja. Undergroundin väite, jonka mukaan rock oli vain yksi osa nuorisokulttuuria, näkyi kirjoittamisen lisääntymisenä ei-musiikillisista asioista - elokuvat, science fiction, sarjakuvat ja huumeet. Vuonna 1974 *NME*:n levikki oli noussut takaisin 200 000 kappaleeseen. Se oli menestyksellisesti parantanut asemiaan markkinoilla ja vaihtanut vanhasta, singlejä ostavasta, listoista kiinnostuneesta ja tähtiä palvovasta popyleisöstään uuteen, albumeja ostavaan ja aikaa seuraavaan rockyleisöön. *Rolling Stonen* tapaan *NME* oli istuttanut 1960-luvun rockideologian 70-luvun rockteollisuuteen.

Kaikesta huolimatta lehtien välillä on eroja. *NME*:llä (kuten *Creemillä* Yhdysvalloissa) on taipumusta sosiologiseen reaktioon

rockista, sillä se arvottaa musiikkia ennemmin sen yleisövaikutusten kuin sen luojien tarkoitusten tai taitojen perusteella: *NME*:n kirjoittajille rockin kulutuksen merkitys ei ole tuotteissa itsessään, niiden ominaisuuksissa musiikkina tai taiteena, vaan niiden kuluttajien osallistumisessa tiettyyn kulttuurin muotoon. *Rolling Stone* (ja *Melody Maker* Isossa-Britanniassa) reagoi rockiin selvemmin taiteelliselta pohjalta: musiikkia arvostetaan sen monimutkaisuuden takia ja muusikoita heidän tunteensa voimakkuuden perusteella.

Nykyään musiikkilehtien yleinen lähestymistapa rockiin perustuu siihen, että ne arvostavat lukijoidensa merkitystä ääniteyhtiöille: he ovat se osa kansasta, joka todennäköisimmin sijoittaa hifi-laitteisiin, ostaa levyjä, käy konserteissa ja vaikuttaa siihen, mitä loppuosa rockyleisöstä tekee. Kuten 1950-luvun Isossa-Britanniassa, musiikkilehdistöllä on merkittävä rooli levyjen markkinoinnissa. Yhtiöiden julkisuus- ja markkinointisuunnitelmat määräävät yhä uutisia ja haastatteluja, jotka ajoitetaan tukemaan levyjen julkistamisia ja konserttikiertueita ja jotka ovat lähtöisin lehdistötoimistoista. Yhä vain vähän kerrotaan rockteollisuudesta teollisuutena (*Rolling Stonen* raportointikyvyt käytetään nykyisin tavallisesti ei-musiikillisiin juttuihin). Päätehtävänä on saada jokaisen viikon tähdet näyttämään merkittäviltä ja sen jälkeen kun näin on jollekin kerran tehty, hänet pannaan takaisin arkistoihin odottamaan seuraavaa kiertuetta, jolloin samanlaiset kysymykset samanlaisilta ihmisiltä saavat samanlaiset vastaukset. Se kenestä kirjoitetaan, riippuu lehtien toimittajien arvioista lukijoidensa mausta, ja vaikka nämä arviot eivät enää aivan määräydykään entiseen tapaan listojen pohjalta, niin ne ovat yhä vastaus suosioon ja rockin tähdentekokoneiston vaikutusta. Musiikkilehdet ja ääniteyhtiöt eivät työskentele yhdessä siksi, että yhtiöiden mainostus "kontrolloisi" musiikkilehtiä, vaan koska niiden yleiskuva maailmasta ja niiden yleiset rockin tulkinnat ovat suunnilleen samanlaiset.

Tämän seurauksena useimmat rockkirjoittajat ovat melkein täysin riippuvaisia rockteollisuudesta. Ääniteyhtiöt tuottavat heidän uutisensa, haastattelunsa ja tietonsa; musiikkikirjoittajien elämä vaatii yhtiöiden tarjoamien resurssien jatkuvaa kulutusta - ilmaisia levyjä, konserttimatkoja, lounaita, juomia, vastaanottoja, juhlia ja viikonloppuja Jamaikalla; melkein kaikki kirjoittajien tekemiset rahoitetaan. Yhdysvalloissa on sen seurauksena satoja freelance-kirjoittajia, joille niiden lopulliset kustantajat maksavat huonosti, mutta jotka selviävät saamillaan luontaiseduilla. Isossa-Britanniassa, missä

useimmat rockkirjoittajat ovat musiikkilehtien kokopäivätyöntekijöitä, seurauksena on halpa (ja kannattava) lehden tuottamisen muoto. Molemmissa maissa työt vaihtelevat jatkuvasti rockjournalismin ja rockjulkisuuden välillä - ääniteyhtiöiden lehdistöosastot värväävät kirjoittajia musiikkilehdistä, musiikkilehdet palkkaavat entisiä tiedottajia; eikä kirjoittajille ole edes harvinaista tehdä molempia töitä samanaikaisesti.

Arvostelu on omaksunut kaikkein kiinostavimman aseman tässä lehdistö-teollisuus -yhteenliittymässä. 1950-luvulla poplehdistön arvostelut olivat vain hiukan enemmän kuin uutisia julkaisuista lisättynä ennusteluilla menestyksestä. Arvostelijat eivät odottaneet vaikuttavansa lukijoidensa mielipiteisiin ja todennäköisesti eivät vaikuttaneetkaan. Rocklehdistön lukijoille levyjen valinta on kuitenkin kysymys identiteetistä ja statuksesta, ja arvostelut ovat tässä ratkaisevan tärkeitä - ne herättävät selvästi suurimmat reaktiot musiikkilehtien kirjepalstoilla. Ääniteyhtiöt lukevat lp- tai konserttiarvostelut yhtä tarkasti. Arvosteluillla on harvoin suoraa vaikutusta myyntiin - huonot arvostelut eivät haittaa suosittuja esiintyjiä, pelkästään lehdistön ylistykset eivät useinkaan auta tuntemattomia esiintyjiä menestykseen - mutta ne vaikuttavat yhtiöiden markkinointistrategioihin. Hyvä arvostelu oikeaan aikaan voi parantaa esiintyjän statusta levy-yhtiössä, tehdä sen uskottavammaksi agenteille ja konserttien järjestäjille: Jon Landaun haltioitunut arvio Bruce Springsteenistä murskasi tehokkaasti CBS:n epäilyt ja kehotti yhtiötä suuren luokan markkinointiyritykseen; Greil Marcusin *Village Voicessa* ilmestynyt James Talleyn ensimmäisen lp:n ylistys ei vaikuttanut myyntilukuihin mutta muutti sekä Talleyn että hänen ääniteyhtiönsä ajatuksia hänen musiikistaan ja sen mahdollisuuksista. Toisin sanoen arvostelut ovat tärkeämpiä julkisuudessa tuntemattomille esiintyjille, joista kukaan ei voi varmasti sanoa mitä ajatella - jokainen tietää keitä ja mikä on Led Zeppelin eikä kukaan arvostelija aio muuttaa sitä.

Ääniteyhtiöiden näkökulmasta musiikkilehdet palvelevat kahta tarkoitusta. Ensiksi ne ovat markkinointiväline: niitä voidaan käyttää esiintyjien saamiseksi julkisuuteen, saamaan julkisuuden kohun käyntiin; kirjoitettujen tarinoiden ei edes tarvitse olla suotuisia merkitseviä ovat tila ja kuvat. Toiseksi lehdet ovat myös osa rockin suodatusprosessia: levy-yhtiöt saavat niiltä ennakkoviitteitä yleisön mausta, hyödyllisiä neuvoja siitä, mihin julkaisuihin kannattaa

panostaa ja mihin ei. Tässä yhteydessä juuri kirjoittajien itsenäisyys levy-yhtiöiden vaikutusvallasta antaa hyville arvostelijoille heidän luotettavuutensa. Huonot arvostelut (ja niitä on paljon) eivät aiheuta vähentyneitä ilmoitustuloja (A&M veti ilmoituksensa pois *Crawdaddysta* siksi että lehti oli kritisoinut yhtiötä eikä huonon levyarvostelun takia).

Dj:den tapaan on myös rockkirjoittajien osoitettava luotettavuutensa lukijoillensa, heidän arvostelunsa paljastavat heidän arvosteluperusteensa ja yksilöllisyytensä. Rockkirjoittajat (toisin kuin heidän popedeltäjänsä) vaativat työnsä olemukseksi kriittisyyttä ylisanojen sijaan: heidän erottautumisensa tuottajista on osa heidän itsemäärittelyään. Mitä tuollainen kriittisyys itse asiassa merkitsee jää kuitenkin epäselväksi, sillä kirjoittajat yrittävät samanaikaisesti tarjota kuluttajavalistusta, kommentoida kulttuuria ja tutkia persoonallisia makusuuntia.

Tuollainen sekavuus heijastaa musiikkilehdistön historiaa. Chet Flippo väittää tutkimuksessaan amerikkalaisesta rockkirjoittamisesta, että koska 60-luvulla rock oli olennainen osa nuorisokulttuuria, siitä kirjoittaminen käsitteli automaattisesti monia muita aiheita. 1970-luvulla kulttuuri hajaantui ja kirjoittajien rooli kutistui jomman kumman kuluttajamarkkinan palvelemiseen. Toisaalla oli nyt vanhentunut 1960-luvun sukupolvi, joka oli kiinnostunut rockista vain *Playboyta*, elokuvia tai tv:tä muistuttavana viihteen muotona. Juuri tälle sukupolvelle *Rolling Stone* oli aina tarkoitettu, ja sen kehittyessä yleisaikakauslehdeksi sen musiikkikirjoittelu oli lopulta vain hiukan enemmän kuin muodikkaan kuluttajan oppaan kirjoittelu. tulet nauttimaan tästä levystä, tuosta et pidä. Toisaalla oli uusi rock'n'roll-sukupolvi, joka käytti musiikkia ja idoleita niin kuin vanhan sukupolven teini-ikäiset olivat käyttäneet, ja joka myös halusi kuluttajaoppaan, mutta sen vanhanaikaisessa muodossa, vaikka kuitenkin hiukan hienostuneempana fanilehtenä - tästä ovat peräisin *Circus* ja *Creem*.

Samanlaista väitettä voidaan soveltaa brittiläiseen musiikkilehdistöön. Yksityiskohdat ovat erilaiset - Isossa-Britanniassa ei ole niin selvästi kehittynyttä 30-vuotiaiden rockin kuluttajien sukupolvea, *NME* on lähempänä *Creemiä* kuin *Rolling Stonea* - mutta peruserot ovat samat. Toisaalta on teini-ikäisille tarkoitettu ihailijalehti *Record Mirror*, joka on tuskin muuttanut kiinnostuksen kohteitaan kahteenkymmeneen vuoteen; toisaalta on *Melody Maker*, edistyksellinen kuluttajaopas ajattelevalle fanille. Kaikkia musiikkilehtiä on

kuitenkin vaikea panna yhteen kuluttajaoppaiksi: erilaiset kuluttajat *käyttävät* rockia eri tavalla, ja "kuluttajaoppaan" käsite vaatii parempaa määrittelyä.

Olennaista fanilehtien on, että ne ovat *ovat herkkiä* makuja kohtaan. Niiden kuluttajapalvelu tarkoittaa sitä, että ne toimittavat tietoja, juoruja ja kuvia tähdistä, jotka niiden lukijat ovat jo valinneet, tai mainostavat uusia esiintyjiä, jotka näyttävät sopivan vakiintuneisiin makuihin. Niiden tehtävänä ei ole selittää, arvioida tai kritisoida lukijoidensa mieltymyksiä tai edes todella vaikuttaa niihin vaan ennemminkin heijastaa niitä. Lehtien kaupallinen funktio on toisin sanoen *puhtaasti* myyntiä edistävä.

Tällaisen palvelun piirteitä on kaikissa rocklehdissä mukaan lukien *Rolling Stone*. Myös se tarjoaa tietoa ja kuvia muusikoista, joista sen lukijoiden tiedetään pitävän; myös se vahvistaa makuja, tarjoaa muodikkaaseen yhteisöön kuulumisen tunteen. Tässä suhteessa musiikkilehdistö (radion tapaan) erikoistuu tiettyjen markkinoiden palvelemiseen. Korkealaatuisen rocklehdistön kuluttajat vaativat kuitenkin muutakin lehdiltään. He eivät halua vain tietää, mistä he pitävät, vaan he myös haluavat tietää, mistä he saattaisivat pitää, tai jopa mistä heidän tulisi pitää. Heille kuluttajaopas on opas rockarvoihin. Tärkeää on se, mistä he pitävät.

Olen olettanut, että rockkirjoittajat ovat mielipidejohtajia, että sekä levyjen myyjät että niiden ostajat ottavat heidät huomioon ja luottavat hiukan heidän arvioihinsa. Heidän asemansa toimii kuitenkin vain, jos heidän arvonsa vastaavat heidän lukijoidensa arvoja: yksittäisistä levyistä saattaa tulla erimielisyyttä, mutta arvostelijoilla ja lukijoilla täytyy olla yhteinen arvio siitä, mitä rock merkitsee, heillä täytyy olla samat kriteerit rockin merkityksestä. Juuri tässä kontekstissa voimme tarkastella rockin alkuperäisen, 60-luvun ideologian jatkuvaa elivoimaa.

Esimerkiksi *Rolling Stonen* kirjoittajilla on taipumus arvioida levyjä sen mukaan, mikä niiden merkitys on rockyhteisölle, jota ei enää ole. Tuon yhteisön, 60-luvun nuorisokulttuurin, kadottua keskeiseksi kysymykseksi muodostuu se, voiko tämä taiteilija, tämä kappale *itsessään* tarjota kokemuksen tuosta yhteisöstä? Tästä on peräisin painotus taiteellisiin tarkoituksiin ja taitoihin, emotionaalisen intensiteetin ja rockin erinomaisuuden yhtäläistäminen. Tällä lähestymistavalla on kaksi seurausta. Ensiksi, se on ensi sijassa konservatiivinen: se luottaa musiikkiin luodakseen uudelleen men-

neisyyden - lehdelle tärkeimmät rockkulttuurihahmot ovat nyt samat kuin sen aloittaessa. Jann Wenner on jopa käyttänyt päätoimittajan voimaansa vahvistaakseen rocksuuruuksien tärkeyttä, kun hänen arvostelijansa ovat rohjenneet sitä epäillä. Toiseksi, se on pohjimmiltaan mystistä: rockkokemusta - "magiaa joka voi sinut vapauttaa" - ei koskaan kuvailla, vaan sitä muistellaan loputtomasti jonakin myyttisenä nuoruuden hetkenä, jonka pohjalta kaikki myöhemmät rockhetket voidaan arvioida. Esimerkiksi *Rolling Stone* toivotti punkin tervetulleeksi siksi että se tarjosi autenttista rock'n'roll-säpinää (Clash oli niinkuin Stones!), ei siksi mitä se sanoi tai sen poliittisen tai sosiaalisen arvon takia. *Rolling Stonen* lukijat luottavat sen arvioihin, koska heillä on samanlainen taipumus konservatiivisuuteen ja mystiikkaan. He arvostavat musiikissa sen kykyä valaa hedonismiin yhteisöllisyyden tunnetta. Rock määritellään vapaa-ajan erityisen nostalgisena käyttönä - se on vanhojen ihmisten nuorisomusiikkia.

Rolling Stonea voidaan verrata sellaisiin lehtiin kuin *New Musical Express* ja *Creem*, joilla on jatkuvasti teini-ikäisiä lukijoita. Niiden kriitikot olettavat, että nuorisokulttuuri on yhä olemassa ja arvioivat levyjä sen mukaan, miten ne tukevat sitä: levyjen arvon selitys ei ole tekijän luomistaidossa vaan sen aitoudessa nuorisokulttuurin tuotteena. Musiikki on "väärää" (sen monimutkaisuudesta, herkkyydestä ja taiteellisuudesta riippumatta), jos se ei nouse nuorisoyhteisöstä tai ilmennä sitä. Jos *Stonen* arvostelijat tulkitsevat tekstejä, niin *NME*:n arvostelijat tulkitsevat yleisöjä, ja kuten sosiologeista, heistä tulee *de facto* puhemiehiä nuorisokulttuurin *puolesta*. *Stonen* kriitikoita selvemmin he yrittävät vaikuttaa siihen, kuinka heidän lukijansa *käyttävät* musiikkiaan.

Rocklehdistö toimii mielipidejohtajana siis kahdella tavalla. Jotkut lehdet ovat kuluttajaoppaita aikuisille. Niiden lukijat haluavat kuluttaa tietynlaista rockkokemuksen lajia - 60-luvun kokemustaan nuorekkaasta yhteisöstä - ja kriitikoiden työ on löytää muusikot, jotka tarjoavat tämän kokemuksen, ja selittää taidot, joilla muusikot sen tekevät. Seurauksena on rock-taiteena -ideologia: juuri taide takaa yhteisön. Toiset lehdet ovat kuluttajaoppaita teini-ikäisille. Niiden lukijat haluavat kuluttaa toisenlaista rockkokemusta - joka ilmaisee heidän sen hetkisen tunteensa nuorena olemisesta - ja kriitikoiden työ on löytää levyt, jotka ovat merkkejä tuosta kokemuksesta, ja selittää kuinka ne toimivat merkkeinä. Tuloksena on rock-kansanmusiikkina -ideologia: juuri yhteisö takaa taiteen.

Ja lopuksi rockin fanilehdet, fanzinet (lähtöisin 60-luvulta Greg Shaw'n *Who Put the Bompista*, tällä hetkellä *New York Rockerin* tapaiset "avantpunk"-lehdet). Fanzinet kasaavat rockin faktoja ja juoruja massalukijakunnan sijaan kultistien pienille salaseuroille ja ovat *sotaisia* musiikkinsa puolesta. Monet fanzinet ovat tosiaan taistelevan taantumuksellisia - ne ovat musiikillisten suojeluyhdistysten henkilökuntalehtiä - mutta tärkeimmät ovat (*Crawdaddy* 1960-luvulla, *Sniffin Glue* 70-luvulla) taistelevan edistyksellisiä. Niiden asema oli oppositiomainen: ne väittivät musiikkinsa olevan parempaa kuin mistä useimmat ihmiset pitävät ja ne haluaisivat *muuttaa* ihmisten ajatuksia siitä, kuinka musiikin tulisi toimia.

Rocklehdistö on kuin rock itsekin pääasiassa joukkoviestin. Sen lukijat ovat myös massakuluttajia, ja musiikkilehtien täytyy *rakentaa* heidän tunteensa rockyhteisöstä. Tämä on hajanainen ja ristiriitainen prosessi (esimerkiksi kirjoittajien maun ja listoilla ilmaistun maun välillä on suurimman osan aikaa selvä kuilu), ja siinä fanzineilla on odottamaton merkitys. Niiden merkitys ei ole kaupallinen (niillä ei ole levy-yhtiöiden haluamia massamarkkinoita - niiden lukijat ostavat levyjä muutenkin) vaan ideologinen. Fanzinet ja niiden kirjoittajat (ja massamusiikkilehtien tärkeillä kriitikoilla on sama asenne fanzineiden kanssa) ovat lähteinä väitteille siitä, mitä rock merkitsee, taiteen ja kaupallisuuden väitteiden lisäksi myös väitteille taiteesta ja yleisöstä. Kuten olemme nähneet rockideologit lopettavat todistelunsa vakuutteluihin niiden musiikin asemasta nuorisokulttuureissa, seksin, luokan ja kasvamisen kokemuksissa. Aion nyt tarkastella näitä kokemuksia.

III OSA: ROCKIN KULUTUS

8. NUORUUS

Rock on nuorten musiikkia. Tässä luvussa haluan vastata yksinkertaiseen kysymykseen: mikä nuorissa on niin erikoista? Sosiologisessa kirjallisuudessa tähän ongelmaan on kaksi lähestymistapaa ja kaksi kuvailevaa kategoriaa: teini-ikäiset ja nuoret (tai Elvis Presley ja Beatles). Nämä termit heijastavat osaksi erilaisia historiallisia hetkiä, osaksi erilaisia kiinnostuksen kohteita, ja ovat usein ovat päällekkäisiä. "Teini-ikäinen" on 1950-luvun käsite, "nuoriso" ja "nuoriso-kulttuuri" tulevat 1960-luvulta; "teini-ikäinen" viittaa enimmäkseen työväenluokan nuoriin, "nuoriso" viittaa luokkaerottelun merkityksettömyyteen tässä iässä, mutta sitä on tavallisesti implisiittisesti käytetty keskiluokan nuorista. Molempia käsitteitä pitää tutkia yksityiskohtaisesti.

TEINI-IKÄISET

Colin MacInnesin romaani *Absolute Beginners* ilmestyi vuonna 1959. Häntä paremmin kukaan ei ollut tavoittanut hurjan juhlinnan tunnelmaa, joka ilmaisi teini-ikäisten julkista ilmestymistä brittiläisten kaupunkien kaduille:

> Tämän teini-ikäisten juhlan todelliset loiston päivät olivat silloin kun nuoret tajusivat, että heillä oli rahaa ensimmäisen kerran kautta aikojen. Raha oli tähän asti ollut aina kiellettyä meiltä silloin, kun elämässä on ollut paras aika sen käyttä-

> miseen, nimittäin silloin kun olet nuori ja vahva ja kun lehdet ja telkkari eivät olleet vielä saaneet otetta tästä teini-ikäisten jutusta ja prostituoineet sitä niin kuin hallitsijat näyttävät tekevän kaikelle mihin koskevat. Jees, kerron sinulle, se oli tosiaan villiä loistoa noina päivinä, kun huomasimme, ettei kukaan voinut enää tyrkkiä meitä, koska meillä vihdoinkin oli nappulaa kulutettavaksi. Meidän maailmamme tulisi olla meidän maailmamme, se mitä halusimme, eikä seisomassa jonkun toisen maailman kynnyksellä odottamassa vaikkapa hunajaa.[1]

Tärkeä asia "teini-ikäisen" käsitteessä oli, että se kuvasi kulutuksen tyyliä. Vaikutusvaltaisessa "teini-ikäisten kulutuksen" tutkimuksessaan Isossa-Britanniassa vuonna 1959 Mark Abrams - määriteltyään ensin teini-ikäiset nuoriksi koulusta lähdön ja naimisiinmenon tai 25. ikävuoden välillä - osoitti, että teini-ikäisten markkinoita hallitsivat rahan suhteen nuoret miespuoliset työläiset: teini-ikäisten markkinoiden estetiikka oli työväenluokan estetiikka. Sosiologi J.B. Maysin sanoin ero oli "yhtäältä työväenluokan toveripiirin solidaarisuuden ja kaupallistuneen viihdemaailman kulttuurin, ja toisaalta individualistisen, keskiluokkaisen, lukio- ja yliopistourajärjestelmän välillä". Teini-ikäiset elivät ensin mainitussa maailmassa ja Isossa-Britanniassa tästä seuranneita nuorten luokkaerotteluja pidettiin itsestään selvinä. Kuten eräs keskikoulutyttö sanoi:

> Kahvilat, baarit jne. ovat muille teini-ikäisille tärkeimmät kokoontumispaikat, mutta itse en käy näissä, vaan mieluummin juon kuumaa Nescafea kotona kuin kahdeksan pennyä mukilta maksavaa kylmää, mautonta nestettä jukeboksin metelissä jossain synkeässä ihmisyyden murjussa.[2]

Siitä lähtien selvityksissä työväenluokan nuorista on korostettu vapaa-aikaa ja nautintoa. Esimerkiksi Jeremy Seabrook totesi vihaisessa tutkimuksessaan pohjoisesta brittiläisestä kaupungista vuonna 1971, että ainoa todellinen ero kaupungin nykyisten ja aikaisempien teini-ikäisten elämän välillä "on suurempi hedonismin tunne, antautuminen elämästä nauttimiselle". Hän kuvasi nuorten kehittymistä "itsensä palkitsemiseen" ja väitti, että "ainoa todella uusi piirre nuorten elämässä on se intensiteetti ja päättäväisyys, jolla he antau-

tuvat mielihyvälle, omistautuvat nautinnolle ja kulutukselle".

Teini-ikäinen on selvä kuluttaja *par exellence* ja uteliaalle 1950-luvun yleisölle teini-ikäisten maailma oli teini-ikäisten kulutuksen maailma, "kahviloiden, skoottereiden ja jazzklubien maailma", kuten *Absolute Beginnersin* mainostekstissä sanotaan. Kun tämä maailma oli kuvattu kerran, ja sen perustaksi oli vakiintunut nuorten työläisten suhteellinen hyvinvointi ja oli korostettu teini-ikäisten velvollisuuksien puuttumista (Isossa-Britanniassa erityisesti asevelvollisuuden lakkauttamisen jälkeen), jäivät kysymyksiksi: Miksi nämä teini-ikäiset kuluttivat niin kuin kuluttivat? Mihin heidän vapaa-ajan valintansa perustuvat?

Juuri reaktioissa näihin kysymyksiin voimme nähdä, kuinka pelottava ajatus teini-ikä alkujaan oli. Yksi pelko oli se, että nuoret kuluttivat ilman minkäänlaisia arvoja, että he olivat markkinamanipulaation passiivisia uhreja. Tästä näkökulmasta "teini-ikäinen" oli yksinkertaisesti kaupallinen luomus; seurauksena oli nihilistinen kulttuuri, sukupolvi joka ei ollut kiinnostunut mistään muusta kuin räikeistä, välittömistä nautinnoista. Nuorten kanssa toimivat ammattilaiset, opettajat ja nuorisotyöntekijät, olivat huolissaan seurauksista. Konservatiivit viittasivat nuorten "yksityiseen hedonismiin ja yleisten ja yhteisöllisten mielipiteiden puutteeseen", liberaalit pelkäsivät epäpoliittista työläisten sukupolvea, joka ajatteli, että "koskaan ei ole ollut näin hyvin".

Joukkoviestimille ongelmana ei ollut teini-ikäisen elämän banaalisuus vaan sen mahdollisuudet seksiin ja väkivaltaan. Pelot nuorten maailmasta, jossa eivät vallinneet aikuisten edut vaan toveripiirin normit, olivat olleet esillä ainakin vuosisadan alusta lähtien (poikakerholiike oli yksi seuraus), ja mielikuvalla nuorten kaupunkijengeistä oli ollut vertahyytävä vaikutus jo kauan. 1930-luvulla talouslama pahensi tätä nuoriso-ongelmaa. Tuolloin perustettiin "Roosevelt Roosts": työleirejä nuorille maankiertäjille, hetken viivähtäville teini-ikäisille, jotka työn puute oli ajanut tien päälle ja jotka lievittivät vanhempiensa rahavaikeuksia karkaamalla kotoa. Suuri liikkuvuus kuitenkin teki tuollaiset nuoret näkymättömiksi, ja kuten Paula Fass on sanoo:

> Nuoruuden ongelma oli ulkopuolisten, nuorisorikollisten, nuorten prostituoitujen, ghettojen ja slummien lasten ongelma. Riistämisen ja hylkäämisen uhrien, näiden nuorien tuli omak-

sua yhteisön terveet normit tai uudistua ja integroitua niihin.[3]

1950-luvulla ajatus teini-ikäisestä hämärsi eroa normaalin ja epänormaalin välillä, tavallisten ja väkivaltaisten nuorten väliltä - väitettiin, että *kaikilta* teini-ikäisiltä puuttui moraalinen säännöstö. Vuonna 1957 julkaistun amerikkalaisen taskukirjan *Teenage Junglen* mainosteksti on tällainen:

> Tämä on kauhea syyte nuorekkaasta rikoksesta ja turmeluksesta USA:ssa. Se osoittaa kuinka väkivalta ja seksihullu teini-ikäisten kultti toimii säälimättömyyden ja turmeluksen elävässä painajaisessa.
>
> Nämä ovat tavallisia nuoria, joista luet joka päivä - "tavallisia" kunnes he ampuvat kauppiaan, pahoinpitelevät tyttöä, kiduttavat pummia tai löytyvät kuolleina katuojasta.

Teddypojat olivat ensimmäisiä näkyviä symboleja teini-ikäisten pelottavista mahdollisuuksista Isossa-Britanniassa. Uutta ei ollut heidän rikollisuutensa vaan heidän aggressiivinen ja valikoiva nuorekkaan tyylin tajunsa. Silti seurauksena oli yhä tyylin samaistaminen vaikeuksiin - "teini-ikä" ja "rikollisuus" yhdistetyivät käsitteinä.

Isossa-Britanniassa teini-ikäiskysymys liitettiin selvästi sotaa edeltäneen työväenluokan hajoamiseen. 1950-luvun lasten kokemukset olivat erilaiset kuin heidän 30-luvun vanhempiensa, mikä johtui uusista vapaa-ajan mahdollisuuksista. Teini-ikäisillä oli rahaa kulutukseen ja uusia tavaroita joihin kuluttaa. He tulivat osaksi massakulttuuria, joka ylitti naapurusto- ja luokkakiinnostukset. Yksi tärkeä piirre tässä prosessissa oli brittiläisen nuorisokulttuurin "amerikkalaistuminen". Amerikkalainen vaikutus oli alkanut elokuvien ja musiikin kautta 1920-luvulla, mutta nyt se materiaalistui 50-luvun kahviloissa, tanssisaleissa ja pukeutumistyyleissä. Brittiläiset teini-ikäiset yrittivät liikkua, näyttää ja esiintyä amerikkalaisten malliensa tavoin. Esimerkiksi teddyboy-look periytyi selvemmin lännenelokuvan imagosta - lipevän, kaupunkilaisen konnan solmio, pulisongit ja pitkä takki - kuin sen oletetusta paikallisesta aristokraattisesta mallista. Ajallisesti teddy-look ilmaantui ennen ted-musiikkia tai rock'n'rollia, mutta nämä teini-ikäiset olivat jo antautuneet hillibilly cool -fantasialle. Siirtyminen Tennessee Ernie Fordista Elvis Presleyyn ei ollut Lontoon Elephant and Castlessa sen kummempaa kuin

se oli ollut Tennesseessä itsessään.

Brittiläisille koko ajatus teini-iästä oli silloin amerikkalainen. Brittiläiset teini-ikäiset tunnistettiin amerikkalaisesta musiikistaan, idoleistaan, ihanteistaan. Mitä selkoa amerikkalaiset saivat sillä välin omista teini-ikäisistään?

Monet brittiläisen työväenluokan teini-ikäisten vapautumista 50-luvulla merkinneet sosiaaliset muutokset olivat olleet merkittäviä USA:ssa 20-luvulta lähtien. Autoa alettiin käyttää keinona paeta perheen ohjailua, eikä seurustelu ollut enää vanhempien ohjailemaa ja tarkkailemaa; ehostus, muotivaatteet ja savukkeenpoltto eivät enää olleet "huonon tytön" tunnuksia. Elokuvat vauhdittivat uusia ajatuksia ja päiväunia, tarjosivat uusia selviä näkemyksiä aikuisten tekopyhyydestä ja sovinnaisuudesta. Robert ja Helen Lynd lainasivat middletownilaista lehtiarviota eräästä sunnuntaisesta elokuvaesityksestä korostaakseen uusien joukkoviestimien vaikutusta pikkukaupungin moraalisääntöihin:

> Sheikit ja heidän "shebansa" istuivat koko esityksen liikkumatta tai hiiskahtamatta... Se oli todellinen rakastelun näytteillepano, ja Middletownin nuorukaiset ja nuoret Middletownin neidot, jotka luulivat tietävänsä jotain aiheesta, huomasivat, että heillä oli vielä paljon oppimista.[4]

Nämä kulttuuriset vaikutteet ja kulutusmahdollisuudet ilmaantuivat samaan aikaan kuin nuorisoinstituutioiden muutokset: lisääntynyt irtautuminen kodista ja työstä, vanhempien heikentyneet vaikutusmahdollisuudet lastensa avioliittoon ja työmahdollisuuksiin sekä auktoriteetin jatkuva heikkeneminen (tämä oli erityisen selvää suurissa kaupungeissa, joissa jo 20-luvulla enää harvat nuoret viettivät vapaa-aikaansa suuremmalti kotonaan), lukioiden kasvava merkitys nuorten sosiaalisen elämän uutena keskuksena. Vuodesta 1900 vuoteen 1930 amerikkalaisten lukioiden oppilasmäärä kasvoi 659 prosenttia, ja 1930 yli 60 prosenttia lukioikäisistä oli koulussa.

1920-luvulta alkaen nuorten valinnanmahdollisuudet alkoivat laajeta - valinnat työstä ja koulutuksesta, seksistä ja avioliitosta, vapaa-ajasta ja kulutuksesta. Joukkoviestimet olivat samaan aikaan muuttamassa ihmisten arviointeja näiden valintojen riskeistä ja mahdollisuuksista. Kouluun perustuva toveripiiri asetti perheen kyseenalaiseksi ohjauksen lähteenä ja esimerkin antajana päätöksente-

koprosessissa. Toisen Middletown-tutkimuksensa aikoihin (1937) Lyndit saattoivat kirjoittaa "nuorten itsetietoisesta alakulttuurista".

Ennen kuin samaistamme tämän alakulttuurin 1950-luvun teini-ikäisten elämään, minun on todettava luokasta, että monissa suhteissa tähän mennessä kuvatut valinnat, instituutiot ja vapaa-ajan tyylit koskivat keskiluokan nuoria ja olivat ongelma vain keskiluokan vanhemmille, opettajille ja opinto-ohjaajille. Juuri *heidän* lapsensa näyttivät olevan kehittämässä uutta moraalia. Työväenluokan lapsilla ei yleensä ollut muutokseen tarvittavia varoja - soittaminen ja tanssiminen, seurustelu ja autolla-ajelu vaativat rahaa ja aikaa (työväenluokan lapset olivat todennäköisemmin töissä kuin koulussa). Joissain suhteissa massakulttuurin ja kulutuksen leviäminen työväenluokkaan vahvisti perheyksikköä, kun vapaa-ajan toiminnat siirtyivät kaduilta perheen autoon ja kun perheen radio alkoi hallita olohuonetta. 20-luvulla työväenluokan pojat ja tytöt näkivät vilahdukselta teini-ikäisen elämän mahdollisuudet, jotka synkkenivät 30-luvun talouslamassa (joka vaikutti tukahduttavasti myös yliopistokulttuuriin) ja jotka realisoituivat vasta 50-luvulla. Silloin työväenluokan teini-ikäisillä oli myös Isossa-Britanniassa sekä aikaa että rahaa antautua teini-ikäisten tuotteille (radioasemat, elokuvat, vaatteet, musiikki).

Isossa-Britanniassa 50-luvun teinikulttuuri yhdistettiin niin selvästi työväenluokkaan, että keskiluokan nuoret suljettiin siitä määritelmällä pois. Yhdysvalloissa luokkakulttuurit määritellään väljemmin, siellä toisenlaiset erottelut - suurkaupunki/pikkukaupunki, kaupunkilainen/maalainen, itä/länsi, musta/valkoinen - ovat merkittävämpiä. Myös amerikkalaiset sosiologit erottelivat työväenluokan (toveruuteen ja kaupankäyntiin perustuvat) ja keskiluokan (uraan ja koulutukseen perustuvat) nuorisokulttuurit. Kuitenkin Yhdysvalloissa paljon selvemmin kuin Isossa-Britanniassa nämä *molemmat* kulttuurit olivat teini-ilmiön piirre; molemmat olivat piirteitä teini-iän määrittelystä, josta taisteltiin ideologisesti.

Aikuisten teini-iän käsitteeseen yhdistynyt pelko kohdistui 1950-luvulla ensisijaisesti työväenluokan nuoriin. Yhtäältä pelättiin sitä, että teini-ikäisillä ei ollut mitään kunnollisia normeja, ja toisaalta pelättiin turmeltumisesta, sitä että "huonot" teini-ikäiset johdattavat muut harhaan tarjoamalla heille puuttuvat normit (tästä johtui huoli siitä, että tavallisten nuorten ja nuorisorikollisten välinen ero häviäisi). 1950-luvulla eräs amerikkalaisten sosiologien nuoria koskeva

päähänpinttymä koski rikollisten ja ei-rikollisten nuorten välistä eroa - miksi yksi työväenluokan nuorten ryhmä valitsee rikoksen ja toinen sopeutumisen? A.K. Cohenin klassisessa tutkimuksessa *Delinquent Boys* vuodelta 1956 erotettiin "opiskelijapoika", mukautuva, hiljainen, onnellinen koulussa ja työssä, vastuuntuntoinen vapaa-ajalla, ja "kulman kundi", kyllästynyt ja moraaliton koulussa ja työssä, syöksyy rikoksiin vapaa-aikanaan kompensoidakseen vieraantumistaan ja saavuttaakseen statuksen tunteen.

Tämän hyvän ja pahan käytöksen - lukio vastaan kadut - erottelun kieli on merkittävä ja todellakin klisee teini-ikäisten omissa viestimissä (se on keskeinen teema *Greasen* ja *Happy Daysin* tapaisissa 50-luvun tarinoissa, vaikka kapinallinen hahmo on nykyään sankari nostalgisen etäisyyden tuottamalla tavanomaisella muutoksella). Mutta tämä erottelu ei ollut luonnollinen. Jos teini-ikäisyyden ongelma oli normittomuus ja jos tämä moraalinen tyhjiö oli vaarassa täyttyä rikollisuudella, niin vanhempien vastauksen piti olla väliintulo - vanhempien ja kasvattajien täytyi *kilpailla* katujen kanssa. Tätä ei tehty kieltämällä teini-ikäisten kulttuurin voimaa vaan institutionalisoimalla se, tekemällä siitä keskiluokkaista käyttämällä hyväksi nuorten käyttäytymismalleja, jotka olivat kehittyneet yliopistoissa ja lukiossa 20-luvulla.

Tämä selkiyttää hiukan joukkoviestimien sekavaa tapaa käsittellä amerikkalaisia teini-ikäisiä 50-luvulla. Toisaalta olivat kapinalliskuvat: veitsiä napsuttelevat jengit, nahkanihilistit, kulmankundit, ja toisaalta olivat Yhdysvaltojen omat lukiopojat ja -tytöt, urheilutähdet ja huutosakkien johtajat, koulutanssiaisissa kävijät, petting-juhliin menijät, jotka aina tiesivät *tarkalleen* milloin lopettaa. Jos rikollisuuskuvat heijastivat moraalisen paniikin liioiteltuja suuntia, oli lukioimago huolellisesti luotu ihanne, osa systemaattista yritystä tehdä teini-ikäisistä *mukavia*. Paula Fass lainaa opettajaa, joka ehdotti jo 20-luvulla, ettei koulutanssiaisia pitäisi vastustaa, sillä ne tarjosivat "poikkeuksellisen mahdollisuuden harjoitteluun". 1950-luvun kasvatusasiantuntijat (lääkärit, psykiatrit, opettajat ja kouluviranomaiset) ajattelivat paljon oppilaittensa kulttuurin *kontrolloimisen* ongelmia ja mahdollisuuksia ja rohkaisivat tietynlaisia urheilulajeja ja yhdistyksiä, tietynlaista hauskanpitoa ja mukautumista.

Myös joukkoviestimet halusivat markkinoida teini-ikäisten tuotteiden vastuullista käyttöä ja juurruttaa teini-ikäisten kulutuksen ihanteellisen keskiluokan perheen puitteisiin - pieni, läheinen, ratio-

naalinen, keskinäisesti kunnioittava. Dick Clarkin kirjassa *Your Happiest Years* vuodelta 1959 on tästä kiehtova esimerkki. Clark - "paljon kuunneltu hahmo teini-ikäisten maailmassa" - tarjosi neuvoja vanhemmista, seurustelusta, urasta, avioliitosta, tavoista, terveydestä ja ulkonäöstä. Nämä neuvot oli suunniteltu tekemään hänen teini-ikäisistä kuuntelijoistaan "huomispäivän aikuisia" niin, että keskiluokan oletukset sukupuolirooleista, kilvoittelusta työssä, henkilökohtaisesta yrittämisestä, kollektiivisesta rauhallisuudesta säilyvät mahdollisimman eheinä. "Yhdysvaltojen tämän hetken hienoimmasta kerhosta on monia erilaisia mielipiteitä", aloittaa Clark.

> Meillä kaikilla näyttää olevan asiasta omat käsityksemme. Olitpa kuka tahansa, olen varma, että koulussasi tai yhteisössäsi voit nimetä ainakin yhden järjestön, jonka ajattelet olevan paras ja johon liittymisestä voisit "antaa mitä tahansa".
>
> Kuitenkin eräs asia. Tulet huomaamaan, että kaikissa noissa kerhoissa liittymisen jälkeen sinulle annetaan joukko sääntöjä, joita täytyy noudattaa, jos haluat säilyttää hyvän maineen. Esimerkiksi urheiluseurassa sinun täytyy pysyä hyvässä kunnossa ja käyttää runsaasti aikaa hyppyheittosi, kierresyöttösi, torjuntasi tai taklauksesi harjoitteluun, muuten sinusta tulee pelkkä katsoja. Sama koskee myös tanssia - vähällä työllä voit olla seinäkukkanen, ja paljolla harjoittelulla voit olla erittäin haluttu tanssipartneri. Kerhoon pääseminen voi olla helpoin koskaan tekemäsi asia; siinä pysyminen voi olla aika vaikeaa, mutta se kannattaa, kun ajattelet palkkiota.
>
> Tämä on totta myös jäsenvaatimuksissa siinä mitä minä pidän kaikkein hienoimpana (ja tärkeimpänä) kerhona näissä viidessäkymmenessä yhdistyneessä osavaltiossa. Se on "Yhdysvaltojen Teini-ikäiset ry".[5]

Dick Clarkin kirja tarjoaa säännöt teini-ikäisten kerholle ja neuvoja "noiden vuosien vaaroista ja loukuista, jännityksestä ja onnellisuudesta". Näiden sanojen (mainostekstistä) jännite on selvä: syntyy epäluulo, että nämä vuodet ovat ihania ja jännittäviä, koska ne *eivät* ole sääntöihin sidottuja.

1950-luvulla amerikkalaisen työväenluokan perhettä tutkineet sosiologit löysivät selvän kaksiselitteisyyden vanhempien mielipiteissä teini-ikäistä lapsistaan. Toisaalta siedettiin kaikkea: nuoruus oli

hurjaa aikaa, jolloin pojat haluavat olla poikia ja tyttöjen olisi saatava pitää hauskaa, kun vielä voivat. Toisaalta oltiin katkeran sietämättömiä: nuoret olivat laiskureita, rikollisia, seksihurjastelijoita ja kurittomia.

Tuollaisella ristiriitaisella suhtautumisella nuoriin on pitkä historia. Aina 1800-luvulta lähtien muutokset tuotannon ja kotielämän suhteissa avasivat kuilua lapsuuden ja aikuisuuden välillä ja tekivät puberteetin ongelmista yleisiä. Nuoruutta on sekä ylistetty (viattomuuden ja idealismin aikana, jolloin kaikki elämän valinnat ovat vielä mahdollisia) ja kirottu (anarkian, hysterian, vastuuttomuuden ja itsekkyyden aikana). Teini-ikäisten kulttuurin nousu 1920-1960 teki näistä ongelmista sosiaalisia. Kun teini-ikäiset kehittivät omat instituutionsa ja ilmaisumuotonsa, heitä alettiin sekä kadehtia että pelätä enemmän. 1950-luvun lopulla teini-ikäisistä oli tosiaankin tullut symboleja laajemmista työn ja vapaa-ajan, vastuun ja hauskuuden käsityksistä.

NUORISOKULTTUURI

Jopa ennen Beatlesia terävät brittiläisen teinielämän tarkkailijat huomauttivat sellaisen kulttuurin kehityksestä, joka oli erityisesti nuorten muttei erityisesti työväenluokkaista. *Absolute Beginnersin* sankari huomautti:

> Jazzmaailmassa ja kaikissa siihen sisään astuvissa nuorissa on hieno asia se, ettei kukaan, ei ainutkaan välitä siitä, mikä luokkasi on tai mitä rotua olet tai mitkä tulosi ovat, oletko poika tai tyttö homo tai rikollinen tai mitä tahansa - niin kauan kuin pidät jutusta ja osaat käyttäytyä ja olet myös jättänyt kaiken roskan taaksesi astuessasi sisään jazzklubin ovesta. Siksi tapaat tapaat täysin samoin ehdoin kaikenlaisia otuksia, jotka voivat johtaa sinut kaikenlaisiin suuntiin - yhteiskunnallisiin, kulttuurisiin, seksuaalisiin, rodullisiin ... siis mihin tahansa mitä haluatkaan oppia.[6]

George Melly väitti analysoidessaan brittiläisten murteiden ja kielen luokkamerkitystä 1963:

> Raaputa kapinallisen, taideopiskelijan, beatnikin, CND:n kannattajan, jazzmuusikon pintaa ja löydät tavallisesti alemman keskiluokan taustan. Suurin osa tietoisesti kapinoivista nuorista on esikaupungeista... Heidän ainoa syntinsä (ja aika mitätön) on joskus valehdella alkuperänsä. He uskottelevat olevansa työväenluokasta.[7]

Nämä olivat varhaisia viittauksia siitä, mikä tulisi kehittymään brittiläiseksi "nuorisokulttuuriksi", kulttuuriksi joka oli näennäisesti luokatonta ja kapinallista mutta joka perustui siihen, että keskiluokka asteittain omaksui työväenluokan teini-ikäisten elämän koristelut. Erään historioitsijan sanoin:

> Suuressa osassa nuoria selvän luokkatunteen puute oli yksi huomattavimmista asioista. Työväenluokan kaveri ei enää uponnut työväenluokan pubin oluthuuruihin. Uusissa kahviloissa, jazzkellareissa ja nuorisoklubeissa erilaiset oppivelvollisuuskoulut hankasivat italialaistuneita olkapäitään; nakkikioskien ja Akaasia Avenuen tytöt omaksuivat yhtä lailla "yksityisen" uuden epävirallisuuden ja porasivat lattiaan reikiä suurin piirtein yhtä terävillä stilettikoroilla. Teini-ikäinen oli teini-ikäinen.[8]

Nuoruus oli ideologinen käsite: amerikkalaiset sosiologit huomauttivat, että keskiluokan lapset omaksuivat tarkoituksellisesti alemman luokan *arvoja* - "kovuutta, jännitystä, riskin ottoa, nautintoa, 'temppuilua', itsenäisyyttä ja kovuutta" - ja päättivät näin tietoisesti vastustaa vanhempiensa arvoja (toisin kuin työväenluokan teini-ikäiset, jotka ilmeisesti vain hemmotelivat itseään matkallaan mukautuvaan elämään).

Nuorisokulttuurin kehittyminen 1960-luvulla yhdistettiin opiskelijaliikkeen ja "vastakulttuurin" kehittymiseen. Merkittävä symbolinen tapahtuma sattui Ranskassa toukokuussa 1968, kun opiskelijat ja nuoret työläiset yhtyivät valtiota vastaan kulttuuriseksi ja poliittiseksi oppositioksi. Jopa tavallisesti selväjärkisetkin tarkkailijat joutuivat pois tolaltaan ja julistivat "teollistuneen yhteiskunnan olevan kriisissä", kun johtavasta luokasta itsestään lähtenyt uusi opiskelijasukupolvi näytti hylkäävän vanhempiensa vallan ehdot. Sosiologit alkoivat omistaa enemmän aikaa kapinallisille keskiluokan lapsille

kuin olivat omistaneet kapinallisille teini-ikäisille. Aikakausilehdissä, konferensseissa ja kirjoissa pohdittiin "Vieraantunutta nuorisoa", "Vastakulttuurin muodostumista", "Amerikan vihertymistä". Suurin osa tästä kirjallisuudesta tuntui oudolta, kun 1960-luvun lopun nuorison "kapina" oli muuttunut 1970-luvun alun hedonistiseksi apatiaksi. Tom Bottomore toteaa kyynisesti, että opiskelijaliikkeen yhteys "nuorisokulttuuriin" oli ollut yksi sen heikkouksista: popmusiikilla ja huumeilla oli "tuskin mitään radikaalia merkitystä".

Mutta nuorisokulttuurin olemuksen selvittämiseksi sitä on tutkittava laajemmassa yhteydessä kuin 1960-luvun opiskelijaliikkeen nousu ja tuho. Nuorisokulttuuri nousi kaikesta huolimatta ensimmäisen kerran 1920-luvulla "jazzaikana". Miten 1960-luvun nuorisokulttuuri erosi 1920-luvun vastaavasta?

Paula Fass määrittelee 1920-luvun nuorisokulttuurin "työn ja leikin, uran valmistelun ja seurustelun sekasotkuksi". Haluan painottaa kolmea seikkaa hänen monimutkaisesta analyysistaan.

Ensiksi, 1920-luvun nuorisokulttuuri oli toveripiirin kulttuuria: se kehittyi yliopistoelämän erityisissä oloissa ja sai ilmiasunsa yliopistoinstituutioiden kautta - veljeskunnat, sisarkunnat, urheiluseurat jne. Se oli kilpailulle ja erottelulle perustuva kulttuuri; sopeutuvuus oli Fassin sanoin "kampuselämän liima". Jopa boheemikapinallisten vähemmistö, joka tutki niin kaupungin jazzklubeja ja käytti marijuanaa ja eli "villisti", teki sen pikemminkin kampuksen kapinallisina kuin minään solidaarisuuden ilmauksena ei-opiskelijoiden puolesta. Tämä oli täsmälleen se kampukseen sopeutuvuuden, eristyneisyyden ja omahyväisyyden kulttuuri, jota vastaan 1960-luvun nuorisokulttuuri nousi (ele jolla oli juurensa 1950-luvulla, kun kampuksilla oli vanhempien, sodan käyneiden työväenluokan opiskelijoiden tulva, ja beatien ilmaantuessa ensimmäisen kerran aktiivi boheemi edustus).

Toiseksi, 1920-luvun kampuskulttuuri ei ollut edes aikanaan kehittyvän sukupolvien välisen konfliktin ilmaus - erilaisuus kyllä, vihamielisyys ei. 1920-luvulla kampusnuoriso oli poliittisesti passiivista ja mukautui täysin kapitalistiseen talouteen, poliittiseen puoluejärjestelmään, porvarilliseen perhe-elämään. Tämän nuorisoliikkeen shokkivaikutukset jakelivat iskuja kulutuksen alueelle: tytönheilakat symboloivat välittömän tyydytyksen oikullista tavoittelua, muodin, tyylin ja imagon päähänpinttymää. Henkilökohtainen vapaus oli hallitseva arvo - seksuaalisesta mielihyvästä, (niin miesten kuin

naistenkin) tuli osa rakkauden ja avioliiton määritelmää, ja kampusnuoriso otti kaiken hyödyn matkustamiseen, ystävyyteen ja juomiseen liittyvistä uusista vapaa-ajan mahdollisuuksista.

Tällaisen elämätyylin seuraukset olivat rajoittuneita: esiaviollinen seksi johti tavallisesti aviolliseen seksiin, henkilökohtaisen mielihyvän tavoittelu yhtäläistyi yhä hyvinvoinnin ja omaisuuden kasvuun. Nuorekkaasta lähestymistavasta kulutukseen - kiinnostus muotiin, muutokseen ja ajassa pysymiseen, tyylin käyttöön suositun ryhmän jäsenyyden osoittamisessa - tuli malli *kaikelle* kulutukselle. Juuri 1920-luvulle voimme ajoittaa kuluttajakulttuurin, jossa jatkuvaa hankkimista rohkaistaan ehdotuksella, että olet ostamassa jotain, joka tekee sinut nuoreksi ja pitää sinut nuorena. Nuoruudesta tuli yhteiskunnan ihanne, eikä mikään uhka sille. "Kirottujen polusta", Paula Fassin sanoin, tuli "kauniiden tie."

Kolmas huomio seuraa suoraan tästä: tämä keskiluokkainen vapaa-ajan tapa tuli malliksi myös työväenluokan nuorille. Välitön seuraus oli kampuselokuvien, -tarinoiden ja -kirjojen tulva: yliopistomuoti antoi mallit kauppatytöille, kampusklubit ilmestyivät kauppa-apulaisten viikonloppu-unelmiin. Tärkeämpää oli kuitenkin se, että kampusorganisaatiosta tuli, kuten olemme jo nähneet, malli myös lukio-organisaatiolle: 1920-luvun opiskelijoiden mukautuvista tavoista tuli jopa rajoittuneemmassa yhteydessä 1950-luvun teini-ikäisten mukautuvia tapoja.

Voimme nyt nähdä, kuinka ainutlaatuisen radikaali 1960-luvun nuorisokulttuuri oli. Luokkasuhde oli päinvastainen: keskiluokan teini-ikäiset omaksuivat tarkoituksellisesti alemman luokan arvoja ja tyylejä, joilla nyt oli oma voimansa ja loistonsa. Ja he tekivät tämän ilmiselvänä vastalauseena sekä toveripiirin että aikuisen keski-luokan normeille. 1960-luvun nuorisokulttuuri perustui yhä kampuksiin, mutta hylätessään veljeyden, pikkuhousujen varastamisen ja Suuren Pelin säännöt kapinallisten opiskelijoiden täytyi turvautua kampuksen ulkopuolisiin arvoihin, jotka saatiin vakiintunutta poliittista, taloudellista ja seksuaalista järjestelmää vastaan suuntautuneen sukupolvisidonnaisen taistelun laajemmista yhteyksistä (täältä on peräisin esimerkiksi ihmisoikeusliikkeen radikalisoiva rooli).

Sen sijaan, että opiskelijaliikkeen yhdistäminen nuorisokulttuuriin olisi vienyt siltä voimat, se tukeutui nuorisokulttuuriin sen alkuperäisen radikaalin vetovoiman takia. 1960-luvun opiskelijaradi-

kaalien herättämiä kysymyksiä täytyy tarkastella vakavasti: oliko olemassa toimintojen, mielipiteiden ja arvojen joukko, joka toisaalta erotti nuoret aikuisista ja toisaalta antoi heille identiteetin, joka ylitti heidän omat luokkaeronsa? Oliko nuorisokulttuurilla mitään poliittista merkitystä?

Myönteinen vastaus näihin kysymyksiin perustui alkujaan Karl Mannheimin kehittämään perusteluun. Hänen mielestään nuoret ihmiset löytävät useimmissa yhteiskunnissa itsensä ammattien ja roolien erityisessä kokonaisuudessa, ja siksi he tuntevat olevansa ikäryhmä. Mutta vain harvoin tämä tietoisuus yhteisestä iästä on kehittynyt suhteessa historiaan, sukupolven tietoisuutena tai edes suhteessa itsemäärittelyn välittömiin ongelmiin.

Kuitenkin tietyissä historiallisissa tilanteissa - Mannheim viittasi merkittävään yhteiskunnallisen muutoksen tai poliittisen epätasapainon aikakausiin - ikäryhmästä tulee sukupolvi ja nuorisokulttuurista tulee poliittinen. 1960-luvun nuorisokulttuurin positiiviset arvioinnit sisälsivät tuollaisen historiallisen analyysin. Painotettiin vuosien 1952 ja 1968 välisen ajan kapitalistista noususuhdannetta, keski- ja korkeamman asteen koulutuksen leviämistä, sekä jatkokoulutuksen ja tieteellisen työn merkityksen nousua, ammattitaitoa vaatimattoman työn vähenemistä. Tarkoitus oli osoittaa, että 1960-luvun kokemus nuorista oli sekä jotain uutta että jotain, joka erotti nuoret ryhmänä vanhoista. Esimerkiksi Weathermen-liike yritti organisoida Vallankumouksellisen Nuorisoliikkeen (Revolutionary Youth Movement, RYM). Ryhmän oletti, että kaikkia nuoria riistetään ja alistetetaan samoin. Opiskelijat, asevelvolliset, työttömät olivat kaikki mukana lisäarvon "leviämisessä", kaikkia käytettiin amerikkalaisen pääoman ylituotanto-ongelmien ratkaisemisessa. Heidän sortonsa oli vielä selvemmin yhteistä - poliisi uhkasi kaikkien nuorten vapaa-ajan tavoitteita, seksiä, huumeita ja rock'n'rollia joko kampuksella, kaduilla tai kasarmeilla.

RYM värväsi muutamia jäseniä. Poliittisia liikkeitä ei voi perustaa abstraktioiden varaan ja solidaarisuus riippuu yhteisistä kokemuksista ja uskosta, että kollektiivinen toiminta voi muuttaa asioita. Kuten ilmeni 1960-luvulla, useimmat nuoret eivät *tunteneet* itseään samalla tavalla riistetyiksi. Poliisi ja huumeryhmä olivat yhteinen vihollinen, mutta yksityisen mielihyvän puolustaminen ei luonut perustaa kestävälle poliittiselle organisaatiolle. RYM sekoitti nuorten ihmisten kauan ennen 1960-lukua kokeman yleisen voimattomuuden

tunteen ja Berkeleyn, Oaklandin, San Franciscon ja Leavenworthin erityiset vapaa-ajan ongelmat. Nuorisokulttuuri säilyi luokan ja rodun ja sukupuolen jakamana yhteisistä levottomuuden ja turhautuneisuuden tunteista huolimatta. 1970-luvulla sekä 1920-luvun kampuskulttuurin että 1950-luvun teini-ikäisten kulttuuri ilmaistiin uudelleen, vaikkakin uusien kulutustyylien (erityisesti huumeiden käyttö), uusien henkilökohtaisen vapauden käsitysten (erityisesti seksuaalinen vapaus) ja "järjestelmän" kriittisemmän ymmärtämisen yhteydessä. Kaikesta huolimatta kokemukset merkitsivät sukupolveen liittyvää tietoisuutta, eikä niitä voinut erottaa rock'n'rollin merkityksestä.

Ensiksikin oli Vietnam. Ennen kaikkea sota (ja asevelvollisuus) antoi sytykettä amerikkalaiselle opiskelijaradikalismille ja teki 1960-luvun kampuskulttuurista poliittisen - asevelvollisuuden päättyminen merkitsi radikalismin hajoamista. Yleisesti ottaen sota-ajat, kaikessa nuorten yhteen kokoamisessaan, eivät tavallisesti ole aikaa, jolloin nuorisokulttuurit kukoistavat tai niitä edes sellaisena tunnistetaan. Vietnamin sota koettiin kuitenkin nuorisotapahtumana sekä niiden keskuudessa, jotka selvisivät hengissä loputtoman ikävästä, tarkoituksettomasta ja pelokkaasta aktiivipalvelusta huumeilla ja rock'n'rollilla, että niiden keskuudessa, joiden täytyi selvitä henkilökohtaisesta epätoivostaan ja poliittisesta määrätietoisuudestaan välttää sotaan joutuminen. 1960-luvulla amerikkalaisten miesten *sukupolven*, täytyi määritellä ja arvioida elämänsä suhteessa Vietnamiin, joko taistella siellä tai ei.

Toiseksi oli vuosi 1968: joukko tapahtumia Pariisissa, Tsekkoslovakiassa ja toisenlaisia muualla Euroopassa ja Yhdysvalloissa antoi hetkeksi vaikutelman, että yhteiskunnat, instituutiot ja ihmiset pystyivät vapautumaan. Tuon kokemuksen todellinen vaikutus on selventynyt myöhemmin "normalisointiprosessin" kautta. Epänormaalisuuden kokeminen on harvinaista, ja 1968 muutti ihmisten elämää odottamattomilla, ykstyisillä tavoilla. Olivatpa normalisoinnin julkiset vaikutukset vuoden 1968 jälkeen mitkä tahansa, niin henkilökohtaisen ei enää *tarvinnut* olla niin kuin ennen. 1968 oli monipuolisempi nuorisokokemus kuin Vietnam, ei niin ehdottoman nuorekas, mutta vain nuoret reagoivat sen tapahtumiin spontaanisti ja jännityksestä henkeä haukkoen, ilman että samalla epäilivät turmeltunutta järjestystä ja rutiinia, mitä jopa kaikkein omistautuneimpien vallankumouksellisten täytyi tuntea vuosien toimettomuuden jälkeen. Rock oli myös vuoden 1968 sykettä.

Painotan tässä 1960-luvun nuorisokulttuurille sukupolvesta johtuvaa perustaa mieluummin kuin yhteisten makujen selvempiä merkkejä, koska lopulta juuri historian eikä sosiologian täytyy selvittää nuorisokulttuurin nousu ja sen hajanaisuus. 1960-luvun nuorten kokemukset (sodasta ja politiikasta) korostivat yleisten ja yksityisten velvollisuuksien, vapauden ja vastuun välistä konfliktia. Juuri näitä ongelmia rock ilmaisi ja selvensi kaikkein parhaiten. 1960-luku oli kuitenkin poikkeuksellinen. 1970-luku merkitsi sekä nuoruuden että myös rockin normalisointia, kun yliopisto-opiskelijat taas kerran kiinnostuivat arvosanoista ja urakehityksestä, kun teinikulttuuri vakiinnutettiin jälleen huumeiden käytön ja seksuaalisuuden uusien tapojen ympärille ja kun nuorten vapaa-ajasta kampuksilla ja niiden ulkopuolella tuli taas silkkaa juhlimista. Nuoruus koettiin yhä (niin kuin se oli ollut 1950-luvulla) askeleena matkalla aikuisuuteen, se ei enää näyttänyt jatkuvasti ilmaisevan kapinallisuutta (varsinkin kun monet 1960-luvun nuorisotyylin piirteet - hiustyyleistä marijuanaan ja rock'n'rolliin itseensä - omaksuttiin vaivattomasti aikuisten menestyskertomuksiin). Vaikka 1960-luvun sukupolveen liittyvä kokemus oli ravistanut nuorten tunnetta luokka-, sukupuoli- ja rotujaoista, nämä jaot yhä säilyivät ja jyrkkenivät 1970-luvulla. 1960-luvun rock politisoi vapaa-ajan ja ilmaisi julkisesti ja kollektiivisesti tavallisesti yksityisiä riskiin, nautintoon ja seksiin liittyviä asioita. Kuten olemme nähneet, 1970- luvulla rockmusiikki urautui monella tavalla: musiikintekijöistä tuli ammattilaisia, musiikkimarkkinat jaettiin makuyleisöihin, musiikillisesta kulutuksesta tuli taas kerran vapaa-aikaan itseensä liittyvä asia. Riskin, nautinnon ja seksin aiheet eivät kutenkaan sen takia kadonneet. Vapaa-aika - eikä politiikka - oli ongelma, ja nuorten vapaa-aika - ei nuorten politiikka - yhä keskittyi tähän ongelmaan.

Suurin osa nuorten vapaa-aikaa koskevasta sosiologisesta tutkimuksesta ei tutki sukupolveen liittyvää historiallista kokemusta vaan rakennetta ja funktiota. Sosiologisen väitteen mukaan nuorten vapaa-ajan kulttuuri on ratkaisu yleisiin ongelmiin: *kaikki* nuoret ihmiset omaksuvat samanlaisen siirtymäasenteen, kun he lähtevät pois perheestä, missä heidät on kasvatettu, taloudelliseen ja sosiaaliseen järjestelmään, johon heidän on lopulta sopeuduttava. Toisin sanoen *kaikkien* nuorten sosiaalinen status on marginaalinen. Riippumatta siitä olivatko he koulussa tai yliopistossa, oppipoika-ajallaan tai ammattitaitoa vaatimattomissa töissä tai työttömänä, he eivät ole

täysin integroituneet taloudelliseen rakenteeseen; he ovat lähteneet yhdestä perheestä mutteivät vielä ole muodostaneet toista; he eivät ole täysin integroituneet sosiaaliseen järjestelmään. Yhteiskunnilla on joukko valmistavia instituutioita siirtymävaiheen kontrolloimiseksi, koulujen tapaisten laitosten lisäksi myös epävirallisia vapaa-ajan organisaatioita, jotka tarjoavat harjoitusta "aikuisuuteen perehtymisessä". Kaikista eroavuuksista huolimatta nuorilla on yhteinen voimattomuuden kokemus.

Yhteiset kokemukset edistävät yhteisiä tarpeita: nuoret hakevat pysyvyyttä punnitakseen muutosaikaansa, he etsivät itsenäisyyttä, statusta ja omanarvontuntoa punnitakseen merkityksettömyyden aikaansa. Tästä johtuu toveripiirin rooli (jotain perheen ja yhteiskunnan välissä) ja heidän ylpeyden, itsetehostuksen, jäsenyyden ja eristämisen symbolinsa. Toveripiirin arvoja ei aseteta aikuisten arvoja vastaan vaan nämä valmistavat niihin. Nuorista tulee sosiaalinen ongelma vasta kun he kieltäytyvät kasvamasta, mikä (tämä oli yleinen sosiologinen teema 1960-luvulla) ei ole poliittinen vaan oidipaalinen teko.

Historiallinen huomautus tähän väitteeseen koskee sen abstraktiutta: erilaisten luokka- ja sukupuoliryhmien (jotka omaksuvat erilaisia taloudellisia asemia ja asemia perheen suhteen ja joilla on eri tavalla valtaa, erilainen suhtautuminen kasvatuksellisiin ja sosiaalisiin palkintoihin) kokemukset eivät voi olla subjektiivisesti tai objektiivisesti samanlaisia, vaikka näiden ryhmien kaikki jäsenet ovat samanikäisiä.

NUORUUS JA TUOTANTO

Nuorisokulttuureja on aina kuvattu - joko viestimet tai akateemiset tarkkailijat - vapaa-ajan kulttuureina, jotka suuntautuvat erityisiin kulutustyyleihin. Nuoret sidotaan yhteen luokkaeroista tai seksuaalisista eroista piittaamatta yhteisen maun avulla. Nuoruuden ongelma on siten tulkittu valinnan ongelmana, ja nuoruuden sosiologiasta on tullut valinnan sosiologiaa, nuorisokulttuurit on selitetty suhteessa luokka-arvoihin, alakulttuureihin, psykososiaalisiin tarpeisiin tai kaupallisiin paineisiin. Analyysin tehtävänä on nuorisotyylien selittäminen suhteessa niiden ilmaisemiin arvoihin ja sen jälkeen näiden arvojen alkuperän etsiminen. Mutta kun kerran olem-

me alkaneet tarkastella nuorisokulttuurien välisiä *eroja*, niin tulee ilmeiseksi, että ne heijastavat kuluttaja-arvojen ja -makujen lisäksi myös tuotannon, työmarkkinoiden voimia. Esimerkiksi Isossa-Britanniassa voidaan tehdä joukko selviä erotteluja.

Ensiksikin, yhä useammat nuoret eivät ole töissä vaan täyspäiväisessä koulutuksessa aikuisuuteen asti (kolmenkymmenen viime vuoden aikana suurin ero brittiläisen ja amerikkalaisen nuorisokulttuurin välillä on ollut yliopisto-opiskelijoiden määrän erilaisuus - amerikkalaisista paljon suurempi osa jatkaa täyspäiväistä opiskelua 16 ikävuoden jälkeen). Yleiset opiskelijatilastot paljastavat eroja - esimerkiksi kodin ja kampuksen kokemusten välillä - mutta painotan ensinnäkin, että sitoutuminen kokopäiväiseen opiskeluun erottaa tehokkaasti opiskelijat nuorista työläisistä sosiaalisesti - tämä ero on selvä vapaa-aikana ja sitä kuvaa erilaisen koulutuksen saaneiden avioliittojen harvinaisuus; toiseksi, opiskelijaan kohdistuvat erilaiset kontrollin, kurin ja vapauden kaavat kuin työelämässä.

Nuorten työläisten keskuudessa selvin erottelu on sukupuolinen. Isossa-Britanniassa tytöillä on yhä rajalliset uramahdollisuudet (harvat ovat ammateissa, joissa on pitkäaikaiset kehittymismahdollisuudet) ja juuri naistyöläisten harjoittelumahdollisuuksien puute on sukupuolisen epätasa-arvon tutkijoille suurempi huoli kuin tulonjaon epätasaisuus. Avioliitto on suurelle osalle tytöistä yhä ainoa mahdollinen uran valinta, ainoa pitkäaikaisen taloudellisen mahdollisuuden lähde; erään tutkijan sanoin tytöt yhä "pitävät kodinrakentamista kutsumuksenaan". Useat tutkimukset ovat osoittaneet mitan, jossa avioliitto ja työtoiveet ovat toisiaan täydentäviä - alhaiset tulevaisuudentoiveet kulkevat yhdessä varhaisen avioitumisen ja perinteiseen naisen rooliin omistautumisen kanssa. Avioliitto nähdään ratkaisuna koulutukselliseen epäonnistumiseen ja työn tyydyttämättömyyteen (ratkaisu, joka ei ole mahdollinen pojille).

Ensi silmäyksellä näyttäisivät tyttöjen nykyiset ammatit muuttuneen merkittävästi sotaa edeltäneestä ajasta. Esimerkiksi 1931 melkein neljäsosa 14-17 -vuotiaista brittiläisistä tytöistä yhä työskenteli kotiapulaisina, vaikka tämä oli ollut vuosisadan alusta vähenevä ammatti. Nykyään harvat tytöt tulevat minkäänlaisiksi palvelijoiksi - siksi tämän vuosisadan uskotaan merkinneen teini-ikäisten tyttöjen vapauden ja itsenäisyyden vakaata kasvua. Mutta jopa tänään suurin osa harvoista työharjoitteluun pääsevistä tytöistä menee kampaamoihin, suurin osa harvoista ammatillisen pätevyyden

hankkivista saa sen lastenhoidossa, ja suurin osa tytöistä on joka tapauksessa palkattuina kauppoihin, palvelualalle ja toimistoihin. Tyttöjen työllisyyden perusmalli - heidän puuttumisensa koulutussuunnitelmista, heidän eristämisensä ammattitaitoa vastaavista töistä ja ammateista - säilyy samanlaisena: vuoden 1900 tapaan avioliitto on keskeisin ammatti tytöille, joilla ei ole korkeampaa koulutusta. Teini-ikäiset tytöt tietävät, että avioliitto on yhä merkittävin ja elinvoimaisin uravalinta.

Isossa-Britanniassa suurin osa nuorista miestyöläisistä on oppipoikina. On monia eroja - erityisesti ammattitaitoiseksi tehdastyöläiseksi tähtäävien oppipoikien ja itsensä työllistävän käsityöläisen uralle tähtäävien oppipoikien välillä - mutta joitain yleisiä huomioita voidaan tehdä. Ensiksi, sopimusajan pituudesta huolimatta oppipojat ovat elinikäisen uran alussa, heidän tulevaisuutensa tiedetään. Toiseksi, heidän töissään muodollisen koulutuksen tärkeys merkitsee sitä, että he kohtaavat samanlaisia työkurin muotoja kuin kouluissa ja aikuisten työpaikoilla. Jollain tavoin oppipojilla näyttää sujuvan huonommin kuin heidän kouluttamattomilla vertaisillaan - heille maksetaan huonommin ja heillä on alhainen status työpaikalla, he ovat autoritaarisemman kontrollin alaisia - mutta toisaalta heidän työnsä on myös vakiintuneempaa, työtoverit pitävät heidän asemaansa haluttuna, ja yhdistyy helpommin aikuisten työtapoihin ja -asenteisiin.

Oppipoikien erottamisella muista nuorista työläisistä ja siitä seuraavalla sosiaalisella erottelulla ammattitaitoisen ja -taidottoman työvoiman välillä on pitkä historia. Esiteollinen työvoimahierarkia kesti teollisen vallankumouksen, vaikkakin muuttuneessa muodossa, ja 1800-luvun toisella puoliskolla työn erikoistuminen tuli vielä joustamattomammaksi. Nuoruuden historiassaan John Gillis toteaa, että "toinen teollinen vallankumous" vuosisadan vaihteessa ei ainoastaan lisännyt ammattitaitoa vaatimattomien töiden määrää teini-ikäisten keskuudessa ("poikatyövoimaa" esimerkiksi jakelussa ja kuljetuksessa), kun joukko oppipoikamahdollisuuksista katosi, vaan myös todisti paikkansapitäväksi sen kaavan, että ammattitaitoa vaatimattomat työt olivat välittömästi taloudellisesti paljon halutumpia kuin ammattitaitoa vaativat työt. Nuori ammattitaidoton työläinen saattoi odottaa miltei aikuisen palkkaa samaan aikaan, kun oppipoika sai vain vähän enemmän kuin nälkäpalkan. Tämä vahvisti eroja työväenluokan sisällä - köyhempi osa tarvitsi niin hyviä palkkoja kuin heidän lapsensa voivat nopeasti saada, niillä joilla meni paremmin,

oli varaa sijoittaa tulevaisuuteen. Oppipoika/ei-oppipoika -työvoimajako täyttyi "kunnioitettava"/"karkea" -kulttuurisella jaolla.

Nykytutkijoiden mukaan "leimallinen ero" ammattitaitoisten ja muiden työläisten välillä on työlle omistautumisen asteessa. Oppipoikia "tasoittaa" heidän työtilanteensa, heidän välitön sitoutumisensa ammattiliittojen kaltaisiin aikuisten työinstituutioihin; valkokaulustyöläiset arvioivat samalla lailla realistisesti harjoittelunsa pitkän ajan arvoa. Nuorille ammattitaidottomille paine tulla "kunnon työläisiksi" tulee kuitenkin vasta avioliiton mukana.

Epäpätevillä ja ammattitaidottomilla on erityinen suhde tuotantoon. Työpaikan vaihtaminen on säännöllistä (pojilla myös ammatin vaihtaminen) ja korkeimman tason työ (vaikkei ehkä suurimpia palkkoja) saavutetaan 20-vuoden iässä. Ammattitaidottomilla työläisillä on aina vaara tulla korvatuiksi nuoremmalla, halvemmalla työvoimalla, ja ammattitaidottomien poikien työpaikkaliikkuvuus heijastaa sekä heidän omaa valmiuttaan lähteä, kun "mitta on täysi" että heidän työnantajiensa valmiutta erottaa heidät "kurinpito-ongelmien" takia.

Näiden nuorten on aina oletettu aiheuttavan ongelmia; heidän ammattejaan ovat nuorten "kovisten" ammatit 1800-luvun tuholaisista 1980-luvun skinheadeihin. Tämä selitetään sosiologisesti "anomialla": nuori ammattitaidoton työläinen ei ole vielä asettunut kotiin tai työhön; hän on päämäärätön, haeskelee saavuttaakseen tyytyväisyyden työhön, on altis huonoille vaikutteille (joko rikollisille tai kaupallisille) ongelma sosiaalityöntekijöille. Vastuuton vapaa-aika johtuu tyytymättömyydestä työhön; olemme takaisin kulman kundi/lukiolaispoika -erottelussa.

Vaikka jaottelu ammattitaitoiseen ja ammattitaitoa vaatimattomaan työhön epäilemättä vaikuttaa vapaa-ajan käyttöön, niin se ei ilman muuta merkitse eroa *suhtautumisessa* työhön ja tyytyväisyydessä työhön. Oppipojat ovat kyllästyneet ja turhautuneet päivittäisiin töihinsä, odottavat vapaa-aikaa jännityksen saamiseksi, ammattitaidottomat vastaavasti ymmärtävät työpaikkavalintojensa seuraukset. Itse asiassa heidän ammatillinen "rämpimisensä" on usein täysin kontrolloitua - heidän näkökulmastaan nuorena oleminen ja hauskan pito on osa sitä prosessia, jossa tietävät menevänsä naimisiin ja asettuvansa aloilleen. Se ei ole huono välinäytös.

Erilaiset vapaa-ajan kaavat heijastavat pikemminkin erilaisia mahdollisuuksia kuin erilaisia arvoja. Tämä on selvää nuorisotyöttömyyden yhteydessä, joka tärkeimpänä tämänhetkisenä nuorison

ongelmana saa kaikki muut ongelmat tuntumaan pieniltä (Yhdysvalloissa ja Euroopassa 16-25 -vuotiaat kohtaavat laskukauden ankarimmin). Työttömyys on ennemmin työmarkkinoiden ongelma kuin seuraus yksilöiden asenteista, eikä nuoria työttömiä tai nuoria ammattitaidottomia voida nykyisin tarkastella erillisinä kategorioina - he kuuluvat samoihin tilastoihin.

Aiemmin nuorten työläisten sattunnainen, tilapäinen työskentely oli mahdollista, koska heille oli paljon töitä (joista osa soveltui työn kovuuden ja epäsäännöllisyyden takia vain heille). Työnantajat etsivät kuitenkin vakiintuneempaa, kypsempää ja vastuuntuntoisempaa suhtautumista työhön. Tuollaisella muutoksella nuorten saatavilla oleviin töihin on pitkällä aikavälillä syvällinen vaikutus myös heidän vapaa-aikaansa. Satunnaisen, ammattitaidottoman työvoiman vakaa väheneminen tarkoittaa sellaisen ryhmän pienenemistä, jonka on perinteisesti nähty muodostavan hedonistisen teinikulttuurin ytimen, ja samaan aikaan nuorten pitkäaikaistyöttömien määrän kasvu tarkoittaa kasvavaa joukkoa nuoria, joilla ei ole ollenkaan vapaa-aikaa.

On ehdotettu, että punkrock oli ensimmäinen näiden "työttömyysjonojen kakaroiden" ilmaus. Mutta ennen kuin tutkin erilaisten nuorisoryhmien suhdetta musiikkiin, esitän viimeisen havainnon teini-iän "korkeasuhdanteesta". 1950- ja 1960-lukujen rikkaat teini-ikäiset olivat rikkaita, koska heidän vanhempansa olivat rikkaita; se tarkoitti tuhlattavissa olevia tuloja. Sitä ennen esimerkiksi 1930-luvulla palkkaa saaneet nuorukaiset ansaitsivat auttaakseen perhettään pysymään toimeentulorajan yläpuolella, maksaakseen vanhemilleen takaisin "ylläpitovuodet". Yksi syy teini-ikäisten hyville ajoille 1950-luvulta 1970-luvulle, heidän yhtäkkiseen itsenäisyyteensä perheestä, oli heidän vanhempiensa täystyöllisyys ja suhteellisen hyvät ansiot. Tuollainen itsenäisyys ei ole välttämättä pysyvää.

Olen kuvaillut brittiläistä yhteiskuntarakennetta, koska elän siinä - kun olin koululainen ja opiskelija 1960-luvulla, tiesin hyvin, että makuni oli samanlainen kuin muidenkin koululaisten (jotka hylkäsivät nämä maut paljon ennen minua), mutta elämämme oli aika erilaista, joten yhteiset maut eivät merkinneet yhteistä kulttuuria. Yhdysvalloissa samat erottelut - opiskelija/työläinen, mies/nainen, ammattitaitoinen/ammattitaidoton, työssä käyvä/työtön - ovat merkittäviä (mihin on lisättävä mutkikkaiden etnisten ja alueellisten erojen vaikutukset työkokemukseen ja -mahdollisuuksiin). Myös siellä nuorten valinnat voidaan ymmärtää vain suhteessa mahdollisuuksiin

ja rajoituksiin.

Nuoruuden sosiologia jää kaikesta huolimatta valinnan sosiologiaksi. Jopa nuoruuden alakulttuuriteoreetikot, jotka (aina Chicagosta 1920-luvulla Birminghamiin 1970-luvulla) yrittivät ymmärtää nuoria suhteessa luokkaan ja keskittyivät *arvojen* luokkaperustaan. Nuorten alakulttuurit tunnistettiin niiden tyyleistä; nuoria seurattiin vapaa-aikana, erossa työn ja perheen rutiineista; heidän kiinnostuksen kohteensa johdettiin ideologisista prosesseista - luokkaperinteestä, kulttuurisesta perinnöstä. Nuorisorikollisuus selitettiin suhteessa leimaamiseen - huomio kiinnitettiin leimaajiin, poliisiin, oikeuslaitokseen ja lehdistöön, vapaa-ajan merkkeihin ja symboleihin. Alakulttuuriteoreetikot pitivät itsestään selvänä nuorten kykyä valita mitä tehdä; näiden valintojen *tulkitseminen* oli akateeminen tehtävä.

Mielestäni nuorille niin kuin kaikille muillekin, vapaa-ajan kulutus ja tyyli sisältävät valinnan ja pakon välisen suhteen. Ongelma on se, että 1920-luvulta lähtien nuoret ovat symboloineet vapaa-aikaa ja ilmentäneet hyviä aikoja. Nuoret näyttävät olevan yhteiskunnassa kaikkia muita vapaampia, osaksi tavanomaisesta sosiologisesta syystä - he ovat marginaaliasemassa, he eivät ole vanhempiensa tapaan sidottuja perheen ja ammatin rutiineihin ja suhteisiin. Tämä on merkittävää, koska he *eivät* ole todella vapaita. Nuorisokulttuurin totuus on se, että nuoret *syrjäyttävät* vapaa-ajastaan työn, perheen ja tulevaisuuden ongelmat. Juuri siksi, että he ovat *voimattomia*, he arvioivat elämänsä suhteessa vapaa-aikaan, kohdistavat huomionsa vapaa-aikaan. Nuorisokulttuuri on tärkeä myös vanhoille: juuri nuorten vapaa-ajan käyttö herättää kapitalistisen vapauden ja hillinnän ongelmat terävimmin ja äänekkäimmin. Nuoruus on yhä kulutuksen malli.

9. NUORUUS JA MUSIIKKI

Elizabet Hardwick muistelee näin nuoruuttaan sotaa edeltäneen ajan Kentuckyssa:

> Talviset high school -tanssiaisemme olivat pieniä, mitättömiä, paikallisia tapahtumia. Meillä oli kiharamme, punaiset taftihameemme, satiinikenkämme, joiden uusi kiilto katosi sateen tekemiin lätäköihin; ennen kaikkea olimme pukeutuneet valtavassa toiveessamme saada huomiota. Tämä oli jäykistävä pintakerros, ilmaton teltta; henkeä haukkoen, virnistellen seisoskelimme pianon vieressä palavasilmäisinä, leijuen Fats Wallerista, joka oli tullut tätä tilaisuutta varten Cincinnatista. Pyyntöjä, kavalia katseita, juopuneita teini-ikäisiä, nyökkäileviä opettajien lellikkejä: tämän me annoimme musiikille, kunnioittaen sitä, luulen, kuin jotain välttämätöntä, vaivattomasti yhteisestä maaperästä ylös nousevaa.[1]

Populaarimusiikki oli kietoutunut kasvamisen kokemukseen, niin kuin oli ollut aina vuosisadan alusta lähtien tanssikuumeen kulkiessa amerikkalaisten kaupunkien yli ja viikonlopputyyliin pukeutuneiden "nuorten miesten", kauppa-apulaisten ja konttoristien hallitessa brittiläisiä music halleja. 1920-luvun Middletownissa musiikki ja radio olivat kaikkien luokkien tyttöjen ja poikien kiinnostuksen kärjessä, ja tanssiminen oli Lyndien mukaan "yleinen taito nuorten keskuudessa, heidän sosiaalinen elämänsä rakentui yhä enemmän sen varaan".

1930-luvulla huomautukset nuorten "itsenäisyydestä" olivat ylei-

siä sanomalehdissä, ja jazzin nähtiin erityisesti viehättävän heitä tanssimusiikkina. Kuitenkaan sitä eikä mitään muutakaan popin muotoa pidetty nuorisokulttuurin *ilmauksena*. Kuten Elizabeth Hardwick toteaa, musiikki vain *oli läsnä*. Kysymykset "mistä se tuli" tai "mistä se oli tehty" eivät olleet kovinkaan tärkeitä nuorille, jotka tanssivat ja seurustelivat sen tahdissa. Se oli aikuisten tekemää musiikkia, ja tansseissa ja jazzklubeissa oli myös aikuisia (jopa high school -tapahtumat olivat tulevien hienostuneempien tapahtumien imitointia). Ainakin työväenluokan perheissä radiot ja äänilevyt olivat yhä koko perheen tavaroita. Vapaa-aikanaan nuoret määräsivät kulutustyylit ja musiikki hallitsi heidän vapaataan. Se ei ollut kuitenkaan vielä heidän musiikkiaan.

Ensimmäisessä sodanjälkeisessä brittiläisen vapaa-ajan kartoituksessa Rowntree ja Lavers kuvasivat tanssimisen jatkuvaa tärkeyttä, mutta huomauttivat myös, että tanssisaleja hallitsivat nyt hyvin nuoret - "suurin osa 16 ja 24 ikävuoden väliltä ja olivat työväenluokasta ja alemmasta keskiluokasta". Rowntree ja Lavers olivat järkyttyneitä seurauksista:

> Tanssipaikan moderni tanssiminen saattaa helposti heikentyä aistilliseksi viihteeksi, ja jos alkoholi on heikentänyt itsekontrollia, mikä on hyvin todennäköistä, se saattaa helposti johtaa ainakin kurittomaan käyttäytymiseen ja usein seksuaaliseen epämoraalisuuteen.[2]

Tämä oli varhainen huomio teini-ikäisten kulttuurista, jossa popmusiikki ja nuorten tietoisuus yhdistettiin prosessiin, jota lopulta rock'n'roll symboloi. Nuorilla oli aina ollut idoleita - elokuvatähtiä, urheilijoita, Frank Sinatran ja Johnny Rayn tapaisia laulajia. Rock'n'rollin uutuus oli, että sen esittäjät olivat samanikäisiä kuin yleisö, heillä oli samanlainen tausta ja samanlaiset kiinnostuksen kohteet. Rock'n'rollin nousu merkitsi sukupolvien välistä kuilua tanssimisessa, kun tanssisalit tarjosivat rock'n'roll-iltoja tai muuttuivat pelkästään rock'n'roll-areenoiksi. Rock'n'roll-levyt ja radio-ohjelmat oli tarkoitettu pelkästään nuorille (esim. Isossa-Britanniassa uuden teini-ikäisten kulutusmaailman selvimpiä esiintymispaikkoja olivat itsepalvelulukusalit [Browseries] ja -musiikinkuuntelupaikat [Melody Bars]), ja 1950-luvun lopulla nuoret ostivat suurimman osan poplevyistä. James Colemanin massiivinen tutkimus amerikkalaisista

nuorista vuodelta 1951 vahvisti, että musiikki oli nuorten suosituin viihteen muoto ja rock'n'roll oli suosituin musiikin muoto. Musiikin tärkeys nuorten elämässä oli tullut itsestään selvyydeksi nuorisotutkimuksessa. Teini-ikäisten kiinnostuksen popia kohtaan huomattiin määräävän, mitä televisio-ohjelmia he katsoivat, mitä lehtiä lukivat, missä kahviloissa ja tanssipaikoissa he kävivät, mitä "tarpeellisia työkaluja" (radio, levysoitin, nauhuri, kitara) he halusivat omistaa.

1960- ja 70-luvuilla sosiologit toistivat Colemanin väitteitä siitä, että pop oli teini-ikäisten sosiaalisen järjestelmän keskus. Esimerkiksi äskettäisessä tutkimuksessa brittiläisten nuorten kirjallisuudesta päätellään, että "musiikki on monella tavoin keskeinen brittiläisen nuorisokulttuurin toimintamuoto, josta monet alatoiminnot ovat peräisin". Yhä "heidän" musiikkinsa läsnäolo houkuttelee nuoria pubeihin, diskoihin ja nuorisokerhoihin. "Kotitekoinen viihde" tarkoittaa yhä musisoimista tai levyjen kuuntelua. Markkinatutkijat tarkkailevat yhä teini-ikäisten kulutuksen keskittymistä tanssimiseen ja yleensä musiikillisiin tuotteisiin. Tämä nuoruuden ja musiikin kaava ei rajoitu edes kapitalismiin: vaikka Yhdysvalloissa ja Britanniassa rock'n'rollin saapuminen merkitsi musiikillisen nuorisokulttuurin tuloa, niin se ilmestyi Beatlesin menestyksen jälkeen 1960-luvulla myös suurimpaan osaa Eurooppaa, niin itään kuin länteenkin.

Olen ahertanut itsestäänselvyyden kanssa, mutta koska nuorten kiinnostusta musiikkiin pidetään niin itsestään selvänä, ei kysytä tarpeellisia kysymyksiä. Lainaamani tutkimukset ovat kuvailevia: musiikin läsnäolo nuorisokulttuurissa on todistettu, mutta sen tarkoitusta ei. Monet tarkkailijat Colemanista alkaen ovat vihjanneet, että vaikka musiikki on yleinen teini-ikäisen mielenkiinnon kohde, niin se on myös pinnallinen - useimmat sosiologiset tutkimukset jättävät mielikuvan kulttuurista, jossa musiikkia kuulee aina, mutta sitä kuunnellaan harvoin. Tätä olettamusta haluan selvittää tässä luvussa pohtimalla seuraavia kysymyksiä: Mitä musiikki merkitsee nuorille? Miksi kasvaminen on musiikillinen kokemus? Miten rock vaikuttaa tähän ja ilmaisee tätä?

MUSIIKIN KÄYTTÖ

Vuonna 1972 tein omaa nuorisotutkimustani haastattelemalla 105:tä 14-18 -vuotiasta eräässä koulussa Keighleyssä Englannissa (ja keskustelin myös heidän vanhempien yliopistoystäviensä kanssa). Keighley on pieni teollisuuskaupunki Leedsin ja Bradfordin tekstiiliesikaupunkien laidalla Pohjois-Englannissa. Sen oma talous perustuu 1800-luvulta säilyneisiin villakehräämöihin ja viime aikoina kehittyneisiin kevyisiin konepajoihin, mutta sen asutus leviää myös ympäröiviin kehräämökyliin, missä tekstiilialan liiketoiminta on aina liittynyt pienviljelyyn (yksi näistä kylistä, Hayworth oli Bronten sisarusten asuinpaikka - alueen nummet antavat yhä elävän tunteen *Humisevasta harjusta*). Keighley on niin pieni ja keskittynyt yhteisö, että kaikki tuntevat toisensa (kaikki lapset käyvät jompaa kumpaa oppikoulua). Se on myös tarpeeksi lähellä kahden suuren kaupungin (ja yliopiston) vapaa-ajanmahdollisuuksia, että paikalliset nuoret sopeutuvat massakulttuurin valtavirtaan.

Tutkimukseni vahvisti, että rockkokemus oli taustasta riippumatta yhteinen kaikille nuorille. Kuitenkin kiinnostavimmat havainnot koskivat musiikin käytön ja maun erilaiset kaavat tavanomaisissa teini-ikäisen elämän kuvioissa. Ensiksikin oli selkeä "kuudennen luokan kulttuuri", jonka rockin käytön kaava oli yhteinen kaikille kuudesluokkalaisille (17-18 -vuotiaat) ja opiskelijoille, joiden kanssa keskustelin (useimmiten he olivat lähtöisin keskiluokasta). Englantilaisessa koulutusjärjestelmässä useimmat lopettavat koulunkäynnin ja siirtyvät työelämään (tai työttömiksi) suoritettuaan Ordinary Levelin tai Certificate of Secondary Education -kokeet viidennellä luokalla 16 vuoden ikäisinä. Melkein kaikki, jotka jatkavat koulunkäyntiään vielä kaksi vuotta kuudennella luokalla, valmistautuvat Advanced Level -kokeisiin, jotka ovat edellytyksenä yliopistoon pääsylle. Useimmissa kouluissa ero akateemisten ja ei-akateemisten oppilaiden välillä ilmenee kauan ennen kuudetta luokkaa. Peruskouluun tullessaan oppilaat ohjataan (tai niputetaan) kykyjensä mukaan - huippujoukko sisältää mahdolliset kuudesluokkalaiset. Otoksessani nämä huippujoukon oppilaat ostivat albumeja mieluummin kuin singlejä, heillä oli pikemminkin "edistyksellisempi" kuin "kaupallinen" maku, he eivät olleet kovinkaan kiinni rockin ulkoisissa muodoissa (radio tai musiikkilehdistö) ja kävivät mieluummin folkklubeissa ja konserteissa kuin diskoissa tai tansseissa. Heidän kult-

tuurinsa ideologinen peruspiirre oli individualismi. Tyypilliset vastaukset kysymyksiin makuun vaikuttamisesta olivat:

> Pidän siitä mistä pidän, kukaan ei muuta mielipiteitäni musiikista... Pidän siitä mistä pidän, en siitä mistä minun käsketään pitää tai yritetään saada pitämään...

Levyn valinta oli kohtalaisen merkittävä henkilökohtainen päätös: albumeja ei koskaan ostettu spontaanisti tai arviokaupalla. Kuudesluokkalaiset vastustivat sitä ajatusta, että heidän levynsä oli valittu sopimaan imagoon tai ryhmän identiteettiin; he eivät hyväksyneet sitä että heillä oli imago ("olen oma itseni") tai hyväksyivät sen vastahakoisesti ("ehkä minulla se on, vaikken sitä helposti myönnä", "toivottavasti ei", "en *tahdo* mitään imagoa"). Musiikkiasiantuntijoiden rooli rockista tiedottamisessa ja siihen innostamisessa myönnettiin - pojat olivat todennäköisemmin mielipidejohtajia - mutta loppujen lopuksi musiikillinen maku oli henkilökohtainen. Levyjä kuunneltiin, arvostettiin ja kritisoitiin suhteessa niiden merkitykseen - tekstit olivat tärkeitä mutteivät merkityksen ainoa lähde. Musiikkia ylistettiin sen alkuperäisyyden, totuudenmukaisuuden ja kauneuden vuoksi ja tuomittiin sen triviaalisuuden, banaalisuuden ja toiston perusteella. "Roska" oli suosituin haukkumasana "kaupalliselle jätteelle, joka täyttää pääsi ja jota et voi paeta, ja joka saa sinut vain oksentamaan".

Nämä kuudesluokkalaiset ilmensivät nuorisokulttuurin arvoja, jotka olivat erilaisia kuin vanhemmalla sukupolvella. He katsoivat "kapinoivansa typeriä ajatuksia ja sovinnaisia toimintatapoja vastaan". He pelkäsivät, ettei edes nuorisokulttuuri ole individuaalisuuden todellinen tai merkitsevä ilmaus:

> Rockmusiikki on ikävä kyllä muodikasta ja sen kannattajat riistettyjä. On hyvin vaikea erottaa todellista mielipidettä "muokatusta reaktiosta".

Tälle jyrkästi vastakkainen kulttuuri oli niillä alemman viidennen luokan oppilailla, jotka aikoivat lopettaa koulun 16-vuotiaana. He ostivat singlejä ja katsoivat *Tops of the Popsia*, kävivät säännöllisesti nuorisoklubeissa ja diskoissa mutta harvoin konserteissa, korostivat mauissaan mieluummin rytmiä ja soundia kuin merkitystä ja samais-

tuivat erityisesti nuorisotyyleihin. Muiden makuja he kritisoivat tavallisimmin herjaamalla. Monella tavoin tämä nuorisokulttuurien eriytyminen koski ideologiaa, tapaa jolla ihmiset puhuivat musiikista eikä toimintaa, tapaa jolla he tosiasiassa käyttivät sitä. Esimerkiksi kuudennen luokan musiikillisen individualismin ja alemman viidennen luokan kultti-identiteettien välillä oli vähemmän eroa kuin miltä aluksi näytti. Jälkimmäiset olivat tietoisia ryhmiensä pilailevuudesta - "imago vaihtuu, se on vain hauskuuden takia", ja tyylit liittyivät tavallisesti mukavuuteen.

> Minulla on erilaisia ystäviä - joitain pitkätukkia (pitkät hiukset/hipit), joitain crombie-poikia ja -tyttöjä ("pehmenneitä" skinheadeja, jotka käyttävät Crombie-päällystakkeja). Voin istua ja kuunnella molempia musiikkeja enkä välitä sen kummemmin...
>
> Olen skinheadin ja hipin välissä... Käytän "modtyylisiä" vaatteita, mutta kuuntelen kumpaakin musiikkia...
>
> Käytän skinhead-vaatteita, mutta en pidä sellaisesta musiikista.

Ajatellaanpa seuraavia näkemyksiä:

> En tiedä mitä nuorisokulttuuri tarkoittaa. Luulen sen tarkoittavan sitä mitä olet - Skin, Grebo (rasvis, rokkari, moottoripyöräilijä) tai Hairie. En ole mitään noista. Lyön vaikka vetoa. Ryhmillä on erilaiset suhteet seksiin, huumeisiin ja politiikkaan. Ne eroavat paljon vanhempieni mielipiteistä. Veljeni oli skinhead-jengin johtaja kolme vuotta. Musiikki ei ole tärkeää kaikille ryhmille, minulle musiikki on sitä mistä pidän, eikä kaikkien muiden mielipide.
>
> Luulen, että musiikki merkitsee 75 prosenttia nuorisokulttuurista ja että pitämäsi musiikki riippuu siitä kultista, jossa olet. Tämä ajatus kultista on viety liian pitkälle. Osa teiniikäisistä ei voi hajaantua vihaamaan toisiaan vain sen takia, että heillä on erilaiset mielipiteet. Mutta niin on.

Toisaalta yhden 15-16 -vuotiaiden militanteimmista ryhmistä muodostivat tulevat kuudesluokkalaiset, jotka identifioivat itsensä pitkätukiksi ja hipeiksi, joilla oli lähetystehtävä progressiivisen

rockin puolesta ja kaupallisen popin vastaan.

> Rockmusiikki, progressiivinen ja heavy ovat fantastisia. Jos niitä ei olisi, elämä ei olisi elämisen arvoista. Ne ovat koko musiikin selkäranka - ne näyttävät meille, miten asioiden pitäisi olla.

Tästä ryhmästä tulivat kaikkein ehdottomimmat julistukset imagosta ja yhteisistä mauista. Jos ryhmäidentiteetti on sovinnaisuussyistä osa teinikulttuuria ("jos pidät soulista tai reggaesta ja he pitävät rockista, käytätte molemmat erilaisia vaatteita ja sinun täytyy ehkä mennä omaan ryhmääsi"), niin jopa ihmiset, joilla on henkilökohtaisen maun ideologia, muodostavat ryhmän individualisteja ja tarvitsevat symboleja, ystäviä ja instituutioita vahvistaakseen itseään ryhmänä:

> Kuuntelen kotonani, huoneessani suurimman osan ajasta. En käy usein juhlissa. En käy klubeissa, koska minulla ei ole ketään, jonka kanssa mennä, eivätkä klubit täällä ole paikkoja, joissa käymisestä nautin. Tanssiaiset ovat vähän niin kuin klubit, niissä käyvät ihmiset eivät ole sellaisia, joiden kanssa viihdyn. Diskot ovat samanlaisia, minunlaiseni ihmiset eivät käy niissä. Rakastan konsertteja, mutta minun on vaikea käydä niissä tai saada niihin lippuja. Menen kun voin. Kuuntelen yksin tai korkeintaan yhden ystävän kanssa. Meidän kylässämme ei ole monia, jotka pitävät progressiivisesta musiikista.

Yksi tutkimukseni paradokseista oli se, että eniten henkilökohtaista musiikillista valintaa korostava ryhmä painotti eniten myös yhteisen musiikillisen maun tärkeyttä ystävyydessä - musiikki toimi individuaalisuuden merkkinä, jonka varaan ystävyysvalinnat voitiin perustaa. Koska musiikkia pidettiin arvorypäleen symbolina oli ironista, että kaikkein individualistisimmat ryhmät olivat musiikillisten sankareidensa suunnanmuutoksista eniten seonneet. Tämä oli ongelma erityisesti pitkätukille, koska he valikoivalla musiikillisella maulla erottivat itsensä massoista itsetietoisena eliittinä. Heidän makunsa ei tarkoittanut vain identifiointia vaan heijasti myös erilaista - vakavampaa, intensiivisempää - suhdetta musiikkiin. Pitkätukat eivät pitäneet itseään vain eräänä teini-iän tyylinä vaan teini-iän tyylin mitättömyydet ylittäneinä ihmisinä. Heidän musiikkinsa *mer-*

kitsi jotain, ja kun yksi heidän esiintyjistään "myi itsensä", tuli osaksi massamakua, he katkeroituivat:

> Mitä ajattelet T. Rexistä? En tavallisesti ajattele heitä, minua todella kuvottaa, kun ajattelen T. Rexiä. He olivat kerran hyviä, kun heidän nimensä oli Tyrannosaurus Rex - paras asia Beatlesin ja Rolling Stonesin jälkeen. T. Rex on hyvin metelöivä. Se on samanlaista musiikkia kuin Tamla. Marc Bolan ja Mickey Finn ovat *Two of a kind.*

Luokkaerot ja akateemiset kulttuurierot olivat sitoutuneet yhteen iän ja sukupuolierojen kanssa. Yksi erojen tekijä oli se, että kuudesluokkalaiset olivat vanhempia. Suurin sitoutuminen nuorisoryhmiin ja suurin nuorisosymbolien käyttö tapahtui 15 vuoden iässä, jolloin suurimmalla osalla oppilaista oli joku tuollainen identiteetti: 16:n ikäisinä suurin osa väitti ettei ollut jäsen, ja kuudennella luokalla ei ollut ollenkaan ryhmien jäseniä. Sukupuolten välillä oli myös selviä eroja. Tytöt olivat kiinnostuneempia tanssimisesta ja teksteistä, etenkin romanttisista. He olivat tietoisia popkulttuurin erityisistä naisellisista ilmentymistä - fanklubeista, julistelehdistä, tähdistä - vaikka vain murto-osa oli aktiivisesti kiinnostunut niistä. Käsittelen nuorisokulttuurin sukupuolijakautumaa myöhemmin tässä luvussa, mutta päätän tämän tutkimukseni yhteenvedon lyhyellä Keighleyssä löytämieni oppilaskulttuurien kvalitatiivisella kuvailulla.

Alison ja hänen ystävänsä muodostivat ryhmän kuudesluokkalaisia ja yliopisto-opiskelijoita, joiden sosiaalinen elämä oli kiireistä ja itsenäistä. He tapasivat viikottain folkklubilla (useimmat näppäilivät itse kitaraa), juhlissa toistensa kotona, konserteissa tai baarissa paikallisissa yliopistoissa tai valikoiduissa pubeissa. Tyypillistä ryhmän jäsenille oli keskiluokkainen lähtökohta (paikallinen ammatinharjoittajien ja liikemiesten luokka), ja tällä oli vaikutuksensa heidän vapaa-aikansa materiaaliseen perustaan (he saivat mm. käyttää autoja, mikä teki heidät liikkuviksi), mutta he eivät olleet erityisen hyvissä varoissa. He käyttivät suuren osa koulun ulkopuolisesta ajastaan opiskeluun ja olivat siksi paljon kotona - työväenluokan kuudesluokkalaiset sopivat tähän kulttuuriin ilman suurempia vaikeuksia.

Musiikki oli heidän elämänsä tausta, radio ja levyt soivat aina. Äänilevyt olivat huolellisesti ja henkilökohtaisesti valittuja lp-levyjä,

jotka oli usein ostettu vasta, kun oli ensin kuultu ystävän levyä ja sitten säästetty rahaa. Ihmiset kuuntelivat musiikkia yhdessä ja usein lainasivat levyjä toisilleen. Harvoilla ryhmän jäsenillä oli suuri levykokoelma, vaikka ratkaiseva musiikillinen rooli oli vanhemmilla veljillä, sisarilla ja ystävillä, joilla oli enemmän levyjä ja jotka tiesivät mitä oli tapahtumassa ja ohjasivat ryhmää uusiin soundeihin. Lopputulos oli maun eklektismi, jolloin yksilöt kehittivät omat erityisalansa - folkin, heavyn, laulaja-lauluntekijän, avantgarden. He olivat tietoisia yleisistä rockin suuntauksista mutteivät erityisen kiinnostuneita niistä - he saattoivat napata tarvitsemaansa rocktietoutta yhdeltä tai kahdelta pakkomielteiseltä ystävältään, kuuntelemalla satunnaisesti radiota tai katselemalla toisen musiikkilehteä.

Tämä ryhmä oli tietoinen itsestään vanhempiensa kulttuurista selvästi poikkeavana ryhmänä. Sen jäsenien elämää todella hallitsi mahdollisuuden tunne. He olivat valmistautuneet muuttamaan - yliopistoihin, uusiin kaupunkeihin ja mahdollisuuksiin, uusiin seksuaalisiin, sosiaalisiin ja kemiallisiin kokemuksiin; kaikki tiesivät, että ryhmä oli tilapäinen siirtymävaihe, että yksilöiden oli säilytettävä yksilöllisyytensä siinä. He ilmaisivat ajatuksensa selvästi, olivat itsetietoisia ja arvostivat näitä piirteitä musiikissa; he turvautuivat musiikkiin niin tukea saadakseen kuin rentoutuakseen. He arvostivat eniten ilmeisimmin "taiteellista" (teknisesti monimutkaista tai tekstillisesti runollista) musiikkia, ja maut seurasivat muita kiinnoksen kohteita , muita taiteenlajeja, politiikaa ja uskontoa. Tämän ryhmän toimille oli rahanpuutetta lukuunottamatta harvoja suoria rajoituksia; he menestyivät koulussa ja kotona ja heillä oli harvoin kahnauksia auktoriteettien kanssa. Heidän elämänsä oli kuitenkin jo ura, kokeiden ja vaatimusten tärkeys oli täysin tiedostettu. Tästä seuranneet jännitteet tekivät musiikin yhä tärkeämmäksi - ympäristönä tanssimiselle, rentoutumiselle, hyväilyille, rakastumiselle ja satunnaisille "maailma vittuun"-huudoille.

Craig ja hänen ystävänsä olivat koulunsa viimeisellä luokalla, viidesluokkalaisia joilla oli hinku päästä pois koulusta. He jättäisivät koulun ilman taitoja tai pätevyyksiä, mutta olivat tottuneet epäonnistumaan vuosien varrella. Koulu ei ollut enää niinkään painostava vaan merkityksetön. Heidän elämänsä pyöri jo (ammattitaidottoman) työn mahdollisuuksien ympärillä (useimmat ryhmän jäsenet olivat jo osa-aikatöissä) ja heidän vapaa-aikansa heijasti tätä odottelua. Ryhmä kävi paikallisten viranomaisten tarjoamissa nuorisoklubeissa

tai roikkuivat paikallisissa kirkkoissa, pubeissa, jotka saattoivat ottaa heidät, halvoissa ruokaloissa, bussiasemilla ja kaduilla (miksi vaivautua opiskelemaan). Kukaan tästä ryhmästä ei ollut minkään erityisen jengin aktiivijäsen, mutta heillä oli skinhead-ystäviä ja suhteita. He saattoivat satunnaisesti liikkua näiden tai modien ja crombieiden kasvavien ryhmien kanssa ja tiesivät kummalla puolella he olivat taistelussa. Esimerkiksi perjantai-ilta oli perinteinen hetki matkalle Bradfordiin, pojille rähisemiseen, tytöille tanssimiseen Meccassa.

Tällä ryhmällä oli paljon vapaa-aikaa mutta vähän rahaa tai mahdollisuuksia liikkua, ja siksi heidän vapaa-aikansa kohdistui julkisiin paikkoihin, mikä tuotti jatkuvia kahnauksia noiden paikkojen kontrolloijien (poliisi, bussinkuljettajat, vartiomiehet) kanssa. Kotikaan ei ollut sen vapaampi, siksi pojat menivät useimpina iltoina ulos tekemään ei mitään, pitämään hauskaa, tietoisina siitä että tämä oli heidän nuoruuttaan ja että heidän tulevaisuutensa olisi paljolti samanlainen kuin heidän työväenluokkaisten vanhempiensa menneisyys. Musiikki oli vallitseva asia heidän elämässään, heidän huoneissaan ja klubeissaan, levyautomaateissaan ja diskoissaan. Silloin kun heillä oli rahaa, he ostivat todella hyvän singlen. He tiesivät suuret nimet, mitä oli listoilla ja mitä oli hyvä tanssia, vaikkeivät erityisemmin asiaa seuranneet. Ryhmässään olleessaan heillä oli musiikkinsa ja he tiesivät mitä se oli ilman suurempia ajatteluja. He tiesivät myös mitä vihasivat, tuota karvaista kamaa, heavy rockia - "se on sovitettu järjettömästi, eikö?" - vaikka se oli olennaisempaa koulussa kuin kaduilla, missä he olivat jo aikuisia ja menivät ryypylle veljiensä ja kavereidensa kanssa. Musiikki oli tosiasiassa tyttöjä varten, eikö totta? Juuri tytöt olivat kotona ja kuuntelivat enemmän, heillä oli jopa suosikkinsa ripustettuna seinälle ja joskus he kertoivat pojille mitä ostaa tyttöystävilleen.

Davidin ja Peterin ystävät olivat nuorempia - viidentoista ikäisiä ja neljännellä luokalla - mutta omistautuneet akateemiseen rutiiniin ja näkivät tulevaisuutensa venyttäytyvän läpi kuudennen luokan ja yliopiston. Näin myös Davidin vanhemmat ja opettajat näkivät asian, vaikka Peterin vastaavilla oli omat epäilynsä. Pojat olivat nuoria ja heiltä puuttuivat mahdollisuudet, liikkuvuus ja vapaus opiskelijaelämään. Tästä ärtyneinä he olivat aggressiivisen aikaa seuraavia koulussa, nuorisoklubeilla ja ennen kaikkea kotona, jonne he kokosivat ystäviään ja istuivat levysoittimen ympärillä niin kuin se olisi ollut Mooses tuomassa sanomaa ylhäältä. Tälle joukolle oli tärkeää

erottaa itsensä kaikista - opettajista, vanhemmista, tovereistaan. He olivat hippejä, pitkätukkia, vaatteiltaan ja mielipiteiltään, maultaan ja huumeiltaan; he uurastivat asiansa parissa, lukivat musiikkilehtiä, olivat kiihkeitä levyistään ja kaupallisuuden vaaroista. He olivat eliitti, ryhmä erillään massoista, vaikka olivatkin samassa koulussa, nuorisoklubissa ja kadulla.

Useimmat näistä kakaroista pääsivät kuudennelle luokalle ilman hikeä ja astuivat helposti sisään tuohon kulttuuriin. Suurempi vapaus ja menestys yhdistyivät löysään ajan seuraamiseen niin, että heidän kiinnostuksensa säilyivät, mutta heidän olemuksensa ei ollut yhtä aggressiivinen. Kuitenkaan kaikki eivät onnistuneet. Peter epäonnistui Ordinary level -tason kokeissaan eikä koulu päästänyt häntä kuudennelle luokalle vaan piti häntä akateemisesti "toivottomana" - hänelle ei annettu edes suositusta paikalliseen tekniseen oppilaitokseen. Hän huomasi elämäntyylinsä sopimattomaksi isänsä ja veljiensä ammattitaitoa vaatimattoman työhön nähden ja eli pääasiassa työttömyysavustuksella. Hän ei tiennyt selvästi mitä halusi - paitsi että kuuli musiikissa sitä, mikä näytti oikealta elämältä, jos vain saisi asiansa järjestykseen. Hän unelmoi tuosta päivisin kahviloissa ja iltaisin hippipubeissa, teki vähän kauppaa ja ilahdutti aina ystäviään joko koulussa tai kotona lomalla. Hän tiesi mitä oli tapahtumassa ja uskoi enemmän kuin koskaan siihen, mihin kaikki olivat kerran uskoneet: "rock on todellista parannusta arkeen" ja hän tarvitsi tuota uskoa nyt enemmän kuin koskaan.

Peter halusi epätoivoisesti olla aktiivi rockin kuluttaja. Ne merkitykset jotka hän löysi musiikistaan, omistautumisensa sille, eivät johtuneet manipuloivasta massakulttuurista vaan heijastivat hänen omaa asemaansa, hänen monimutkaista kokemustaan vapaa-ajasta jonain sekä haluttavana että häntä vaivaavana. Musiikki näytti selvittävän tätä kokemusta aivan kuten se jollain tapaa selvitti kaikkien Keighleyn teini-ikäisten vapaa-ajan kokemuksia. Erilaisten nuorisoryhmien musiikin käyttö ei eronnut siksi, että jotkut ryhmät pystyivät muita paremmin vastustamaan kaupallisia paineita tai ei edes siksi että jotkut ryhmät olivat alakulttuuria ajatellen järjestäytyneempiä kuin muut. Syy oli kaikkien ryhmien omissa vapaa-ajan tarpeissa ja kiinnostuksissa - Keighleyn nuorisokulttuurin kaavat ilmaisivat kaupungin sosiaalisesta rakennetta, sen suhteita tuotantoon.

MUSIIKKI JA LUOKKA

Olen kuvaillut pienen englantilaisen kaupungin teini-ikäisten kulttuuria tiettyllä hetkellä enkä halua väittää tällä liikoja. Mutta karkeat erotteluni iän, sukupuolen ja luokan mukaan saavat merkittävästi vastakaikua muiden brittiläisten sosiologien ohella myös äänite-yhtiöiden omilta markkinatutkijoilta. Heidän arvionsa nuoruudesta ja musiikista on suurin piirtein seuraavanlainen.

Rock'n'rollin ensimmäinen vuosikymmen (1955-1964) loi sille aseman työväenluokan teini-ikäisten musiikkina. Se oli musiikkia tanssimiseen, seurusteluun ja maleksimiseen - typeriä rakkauslauluja, joissa on enemmän tai vähemmän pakottava rytmi. Tätä pioneeri-aikaa (jolloin musiikki huonontui levy-yhtiöt tehdessä kaavoittunutta teinipopia alkuperäisistä rytmeistä ja intohimoista) seurasi teini-musiikin kulta-aika, 1964-67. Beatles ja Bob Dylan kohtasivat Elvis Presleyn; rock'n'roll ja teinipop sekoittuivat bluesiin, souliin, folkiin ja protestiin; tästä syntyneet levyt olivat samanaikaisesti jännittäviä, kiihottavia ja todellisia, ja yleisö istui ja kuunteli. 1967 pop oli muuttunut rockiksi, joka ei ollut enää vain työväenluokan teinimusiikkia vaan ilmaisumuoto nuorille yleensä, kokonaiselle sukupolvelle. 1967 näytti osoittavan alun loppua - rock oli muuttunut taidemuodoksi, joka sitoi yhteisöä yhteen.

Niin kuin ajatus jatkuu, tämä olisi kuitenkin ollut väärä päätelmä. 1967 oli tosiasiassa lopun alkua. Listojen vihjeet tulevaisuudesta eivät olleet "A Whiter Shade of Pale" ja *Sgt. Pepper* vaan Creamin "I Feel Free" ja Jimi Hendrixin "Hey Joe". Teollisuus oppi vuodesta 1967 erityisesti, että rockia voitiin markkinoida erityisenä genrenä - ei rock'n'rolliin ja popiin yhdistyneenä vaan niistä harkitusti erillään myytynä.

Rock/pop -erottelu vakiintui aika hitaasti ja kahden erillisen vaiheen kautta. Rockin tuotannon ja kulutuksen muodot kehittyivät vuosien 1967 ja 1971 välillä kun yhä useammat yhtyeet ja esiintyjät suuntasivat musiikkinsa aikaansa seuraavien, suurimmaksi osaksi miespuolisten, albumeja ostavien musiikkifriikkien markkinoille. Tällöin Jethro Tull, ELP, Pink Floyd, Yes ja loput rockin superyhtyeistä vaikiinnuttivat suosionsa; tuona aikana Led Zeppelinistä tuli maailman suosituin lava- ja lp:tä julkaiseva yhtye ilman, että julkaisi yhtään singleä Isossa-Britanniassa. Rockmusiikki merkitsi pitkiä studioaikoja, täyteläisiä ja taidokkaita soundeja; se oli musiikkia

kalliille stereoille, ularadiolle ja kampuskonserteille. Tätä musiikkia markkinoitiin irrallaan teini-ikäisen maun valtavirrasta. Se ei täyttänyt työväenluokan viikonlopun tanssitarpeita, se kuulosti väärältä halvassa transistoriradiossa, se tarjosi harvoja sopivia idoleita teinipopparin makuuhuoneen seinälle. Syntyneen tyhjiön täytti popin uusi nousu vuosina 1971-73 - T. Rexin ja Sladen yhtäaikainen menestys, Sweetin, Gary Glitterin ja Suzi Quatron tapaisten teollisesti tuotettujen teinitähtien ja Donny Osmondin ja David Cassidyn tapaisten teini-idoleiden nousu. Popia myytiin tanssipaikoissa ja diskoissa, *Tops of the Popsissa* ja Radio Luxemburgissa. Tanssivien, listojaseuraavien naispuolisten popfanien muodostamat massamarkkinat ostivat sitä.

Vuonna 1972 (jolloin tein tutkimukseni) rock/pop -jako näytti absoluuttiselta ja musiikillisten makujen jako näytti heijastavan luokkaeroja: yhtäältä keskiluokkainen rockkulttuuri - suureellista ja hienostelevaa, jota ahdistivat lakkaamatta pinnalliset huomiot taiteesta sekä asiantuntemuksen ja laitteiston lisääntyminen; toisaalta työväenluokan popkulttuuri - banaalia, yksinkertaista, joka perustui tiiviisti liittoutuneiden liikemiesten kaavoihin.

Tämä luokan ja maun yhtäläistäminen oli karkea markkinoinnin peukalosääntö, ja sen oletuksia tarkennettiin ilmeisillä lisätekijöillä: ikä (popyleisö oli nuorempaa) ja sukupuoli (popyleisössä oli enemmän tyttöjä). Kaikesta huolimatta nämä erottelut olivat sekä sosiologisesti että kaupallisesti järkeviä. Samanlaiset säännöt ohjasivat amerikkalaisia levy-yhtiöitä heidän hajonneiden "makuyleisöjensä" lähistölle. Myös amerikkalaiset sosiologit pitivät itsestään selvänä luokkaerottelua nuorisokulttuurin sisällä, "korkeammalle" ja "matalammalle" -maut "huumeet ja musiikki" -ideologian sisällä. "*Rolling Stone* vastassaan *Sunset Strip*" kuten Howard Gans asian ilmaisi. R. Serge Denisoff tutkimuksessaan *Solid Gold* vuonna 1975 jakoi rockyleisön kolmeen karkeaan ryhmään: nuoriin, pääasiassa naispuolisiin, purukumipopfaneihin (singlejen ja julisteiden ostajat, teini-idolit makuuhuoneen seinillä), vanhempiin "punkrokkareihin" (rock aggressiivisena taustamusiikkina tanssimisen, seurustelun ja ryyppäysviikonlopun rituaaleille) ja opiskelijoihin ("folk/taiderockin" seuraajat, konserteissa kävijät ja lp-levyjen kuuntelijat, joiden tähdillä oli jotain mielenkiintoista sanottavana).

Amerikkalaiset makuyleisöt eroavat brittiläisistä osittain siksi, etteivät akateemiset erot ole Yhdysvalloissa yhtä jyrkkiä, staattisia tai

nuorella iällä tuomitsevia. Denisoffin punkrokkarit, rockin ja popin sekoittuneet elementit ja rock itse määrittyivät Creamin, Rolling Stonesin ja Led Zeppelinin bluespohjaisten konserttisoundien avulla, kokosivat yhteen punkeja ja opiskelijoita. Myös Isossa-Britanniassa oli markkinointimiesten kaavoja vastustavia musiikillisia liikkeitä: David Bowien, Roxy Musicin, Rod Stewartin ja Elton Johnin tapaiset "kimallusrokkarit" menestyivät sekä popin että rockin ehdoin. Vuosikymmenen mittaan oli yhä vaikeampi pitää heavy rockia opiskelijamusiikkina. Black Sabbathin, Uriah Heepin ja Deep Purplen tapaisilla yhtyeillä oli joukoittain rajuja työväenluokkaisia ihailijoita, ja oireellista oli *Rolling Stonen* hylkäävä reaktio hard rockille tyylilajina (ja sen kaikille edustajille sen alkuperäisiä 1960-luvun perustajia lukuunottamatta). Grand Funk Railroadin valtava suosio vuosina 1970-71 symboloi työväenluokkaisten fanien rockkulttuurin tuloa. He eivät edes lukeneet *Rolling Stonea*. Kissin nousu myöhemmin samalla vuosikymmenellä oli vielä selvempi merkki siitä, kuinka rock voitiin yhdistää teini*popin* perinteisiin markkinointimuotoihin. Tuloksena oli musiikkia, jolla ei ollut lainkaan merkitystä "älykkäille" rockfaneille (tai brittiläisille amerikkalaisten Kiss-fanien vastineille - popfanien vaatimukset olivat pohjimmiltaan nurkkakuntaisia). Levy-yhtiöiden näkökulmasta tämä oli turvallisin tapa hankkia rahaa: valita erilaiset rockin kuluttajaryhmät - kuten olivat tehneet popissa - ja täyttää niiden tarpeet sen mukaisesti. Rockin kuluttajien sosiaalinen hajautuminen ja rockin tuottajien ammattilaistuminen (jota kuvasin luvussa 5) olivat saman prosessin piirteitä.

MAUN SOSIOLOGIA

"Makuyleisö"-käsitteen ongelma on makujen yhteismitattomuus. Rockyleisöä pitää erotella ihmisten kuuntelukohteiden lisäksi myös sen suhteen, miten he kuuntelevat, mitä musiikki heille merkitsee. Haasteen ja omistautumisen kysymykset peittävät luokkaerottelut (niin kuin oli selvää Peterille Keighleyn tutkimuksessani). 1970-luvulla tuli selväksi, että rock voisi olla yhtä kaupallista, yhtä helposti kuunneltavaa kuin mikä tahansa aikaisempi popin muoto, ja että musiikillisella sitoutumisella ei välttämättä ollut mitään tekemistä "älykkyyden" kanssa. Vuosikymmenen loppuun mennessä oli selvää, että merkittävin musiikki oli luotu ja säilyi elossa luokkarakenteeseen

jääneissä *aukoissa.*

Yleisin sosiologinen selitys musiikin tärkeydestä nuorille esitetään suhteessa toveripiirin kulttuuriin. Esimerkiksi Colin Fletcher kuvaa miten rock'n'roll muokkasi Liverpoolin katujengit beat-yhtyeiksi - jokaisella jengillä oli omat muusikkonsa - järjesti yhtyeelle omat faninsa ja alkoi puolustaa niiden olemusta lavalla Mersey Beatin "villillä perussoundilla". Beatlesin alkuperäinen manageri Allan Williams toteaa, että yhtyeet eivät korvanneet jengejä vaan laajensivat niiden toimintoja ja ennen muuta lisäsivät väkivaltaa - fanit kävivät useammin yhtyeiden välisiä taisteluja kuin muusikot.

Brittiläisille nuorille musiikki on aina ollut erityinen keino erottaa toveripiirit:

> Mitä minusta? Pidän mod-vaatteista mutta en käytä niitä. Pidän Beatlesista mutta en ole hulluna heihin. Kuuntelen Blue Beat -musiikkia mutta en tanssi Blue Beat -tavalla. Pidän hiuksiani pitkinä ja käytän joskus hiuslakkaa, mutta en rehvastele Blue Beat -hatulla. Pidän kaikesta mitä modit ylistävät, mutta en etsi mod-tyyliä. Äskettäin kysyin tyypilliseltä mod-pojalta, minkä nimikkeen alle kuuluisin. Arvioidessaan minua hän sanoi: "Et ole niitä modien ja rokkareiden välissä olevia, joita kutsutaan mideiksi. Laittaisin sinut tyyliniekka-nimikkeen alle."[3]

Tästä näkökulmasta musiikilliset maut, kuten vaatteetkin, ovat vain tyyli. Amerikkalaiset tarkkailijat ovat aina hämmästelleet brittiläisten nuorisokulttien yksityiskohtia:

> Todelliset skinheadit näyttävät aina huolitelluilta. Heidän vaatteensa ovat muodikkaita ja kalliita. Heidän saappaansa on aina kiillotettu täydellisesti. Heidän mielivaatteitaan ovat Levi-housut, Harrington-takit, Jaytex (paidat), Bens (paidat), Crombies (takit), Bluebeats (hatut), Doc's (Dr. Martens-saappaat), Royals (kengät), Monkey-saappaat (tyttöjen saappaat), Fred's (Fred Perry -paidat), Toniks (kaksiväriset puvut).[4]

Yhdysvaltalaisilla nuorisoryhmillä on harvoin ollut tuollaista vaatetuksellista itsetietoisuutta (vaikka tämä saattaa tarkoittaa vain sosio-

logista välinpitämättömyyttä - vuonna 1976 Alison Lurie huomautti, että nuorten lukiolaisten perinteessä "friikit käyttävät aina Leetä, rasvikset Wranglerseja ja kaikki muut Levisiä"). Vaatteita eniten ajattelevat nuoret amerikkalaiset ovat mustista ja latinalaisista kulttuureista. Yhdysvalloissa mikään ei vedä vertoja Ison-Britannian valkoisten nuorisotyylien *täsmällisyydelle* - ryhmien väliset pienimmätkin erot aiheuttavat intohimoisia väittelyjä. Musiikillisen identiteetin intensiivisyys näkyy selvimmin brittiläisessä showssa - jokainen pukeutuu kuin tähti.

Samalla tavalla musiikkia käytetään erottamaan nuoret vanhoista, tekemään paikasta, ajasta tai tilaisuudesta nuorison omaisuutta. Transistoriradioissa, levysoittimissa tai kasettinauhureissa soitettuna musiikki on nuorille helpoin tapa osoittaa huoneidensa, klubiensa ja kadunkulmiensa kontrolli. Sen vaatimukset - melu, rytmi, räikeys - ovat ennemminkin yleisiä kuin erityisiä: jos melu on sopivanlaista, mikä tahansa melu kelpaa; musiikki on vapaa-ajan konteksti eikä kohde. Tämä on ilmeistä teinikulttuurin pääinstituutiossa, tanssissa. Tanssit keskittyvät seksuaalipartnerien esittelyyn, välitykseen, vaihtoon ja markkinointiin (ja tuollaiset esittelyt ja kaupankäynti olivat olemassa kauan ennen rock'n'rollia). Musiikki säestää toimia sitä välttämättä ilmaisematta, aivan kuten eräs tutkimukseni viisitoistavuotias sen sanoi: "Jos vanhemmat ihmiset alkavat etsiä vaimoa tai miestä, heidän *täytyy* mennä Bradfordin Meccaan."

Sosiologien mukaan musiikki on eräs puoli toveripiiriorganisaatiosta. Toveripiireissä teini-ikäiset oppivat sosiaalisen pelin säännöt ("saavuttavat pätevyyden ihmisten välisellä alueella"), kehittävät seksuaalisen identiteetin ja sosiaalisen statuksen; niissä he oppivat kuinka hoitaa julkisesti yksityisiä tunteita. Sosiologisesti kaikilla nuorilla on näitä ongelmia, kaikki nuoret kulkevat toveripiirien läpi, kaikki nuoret käyttävät musiikkia tunnuksenaan ja taustanaan, tunteen ilmaisemisen ja tunnistamisen keinonaan. Tästä näkökulmasta nuorisokulttuuri on luokatonta. Aineellisista eroista huolimatta nuorilla on yhä enemmän yhteisiä ongelmia toistensa kanssa kuin saman luokan tai sukupuolen aikuisten kanssa - tästä johtuu rockmusiikin kaikupohja, soundi ja kiinnostavuus *kaikille* nuorille, kuten myyntiluvut ilmoittavat.

Ne osoittavat kuitenkin myös eroja, kuten olemme nähneet. Mielestäni nuoruudella on erilaiset puitteet, toveripiirit pelaavat erilaisten sääntöjen mukaan. Tutkimukseni karkea luokkaerottelu - kuudes-

luokkalaisten kulttuuri vastaan alemman viidennen luokan kulttuuri - voidaan soveltaa nuoruuteen yleisemmin: kulttuurinen erottelu on esikaupunki vastaan katu.

Esikaupunkilainen kulttuuri on kotikeskeistä, sosiaalisesti sirpaleista ja solidaarista perhettä kohtaan, koska vanhemmat ja lapset kehittelevät yhdessä urasuunnitelmiaan. Esikaupunkilainen kulttuuri merkitsee järkevää työskentelyä koulussa, yltäkylläisen vapaa-ajan ja hyödykkeiden rakentavaa käyttöä. Esikaupunkilaiset nuoret opetetaan yrittämiseen, palkintoihin ja kilpailuun - omanarvon mitta on menestys; heidän täytyy olla samanaikaisesti tyytyväisiä ja tyytymättömiä osaansa. Heidän toveripiirinsä ovat luokkakilpailun lisäksi myös pakopaikka taistelusta, paikka vastuuttomuudelle ja nautinnonhalulle. Heidän musiikkinsa on lähteenä sekä minän emotionaalisesti vahvistuneelle tunteelle (taiteilijoiden kuullaan ilmaisevan kuuntelijoiden omia, yksityisiä pelkoja ja tunteita) että kollektiiviselle jännitykselle, solidaarisuuden ja vaaran luvattomalle, välittömälle tunteelle, epäporvarilliselle huolettomuudelle ja laskelmoimattomalle rehellisyydelle. Lyhyesti: osa keskiluokan musiikinkäytöstä on tie työväenluokan nuoruuteen; rock tarjoaa riskin yhteisön unelman (tällä asenteella musiikkia kohtaan on pitkä historiansa: samanlaisista syistä 1920- ja 1930-lukujen nuoret tunsivat vetoa jazziin).

Esikaupunkilaisia nuoria kiehtova katukulttuuri on romantisoitu versio työväenluokan toveripiirien kulttuurista. Voimattomina sekä kotona, töissä ja koulussa edestakaisin työnneltynä nuoret työläiset ovat kirjaimellisesti vaatineet omaa tilaa. Heidän täytyy "maagisesti" ottaa itselleen materiaalinen ympäristönsä - kadut, kahvilat, pubit ja puistot - "ulkopuolisilta" jotka todellisuudessa kontrolloivat heitä. Näille teini-ikäisille tunne luokasta *on* tunne paikasta: juuri *heidän* katujaan täytyy puolustaa, heidän kaduillaan status on voitettu, "ne" ja "me" on tehty näkyväksi. Myös katukulttuurilla on pitkä historiansa mukaan lukien satavuotiaat kaupunkijengit - maskuliinisia (vaikka riippuvaisia naisista kotona), herkkiä, epäileviä vieraita kohtaan, pitävät väkivaltaa parhaana tunteen ilmaisuna. Tuollaisissa enemmän tai vähemmän järjestäytyneissä, rikollisissa, epätoivoisissa ryhmissä työväenluokan nuoret ratkovat statuksen ja identiteetin ongelmiaan. Musiikki merkitsee tuskin toiminnan taustaääntä enempää - Graham Murdockin sanoin "sosiaalisen vaihdon pikkurahaa".

Kaikesta huolimatta juuri vapaa-ajan katukokemus - juopumista tanssihalleissa, lorvailua, kyllästyneisyyttä ja hauskanpitoa, tappelua,

miehistä toveruutta - on ihannoituna, kauempaa katsottuna ja pelkistettynä rock'n'rollin polttoainetta. Nuorisomusiikki ylistää katukulttuuria osallistujilleen *ja* esikaupunkilaisille tarkkailijoilleen. 1960-luvun lopun amerikkalaiset analysoijat kuvailivat auliisti tuollaista ylistystä uskonnollisin käsittein: rockkonsertit nuorison *henkisen* yhteisön seremonioina. Tällä kierrettiin kuitenkin monimutkaiset työn ja vapaa-ajan, luokan ja ideologian, epätodellisen ja todellisen väliset suhteet.

ALAKULTTUURIT

Siitä asti kun teddypojat ilmestyivät kadunkulmiin 1950-luvun alussa, selvin ero brittiläisten ja amerikkalaisten nuorisokulttuurien välillä on ollut brittiläisten työväenluokan nuorten pakkomielteenomainen keskittyminen tyyliin - tedien jälkeen tulivat modit ja rokkarit, skinheadit, suedet, smooviet ja spiket, Bowie- ja soulpojat, funkaajat, punkit, rudiet. Jos amerikkalaiset nuorisokulttuurit ovat riippuvaisia yhteisön myyteistä (mikä tarkoittaa sitä, että Yhdysvallat keksi hipit), brittiläiset nuorisokulttuurit ovat riippuvaisia eron myyteistä. Ne ovat molemmissa tapauksissa reaktioita luokan ongelmaan.

Itse asiassa Yhdysvalloilla on omat alakulttuurinsa (useat erilaiset jengit, Helvetin enkelit, surffaajat jne.) ja kulman kundi/lukiopoika- ja esikaupunki/katu -erottelu on aina ilmaistu tyylin avulla. 1960-luvulla jokaisessa kaupungissa oli erilliset vapaa-ajan ryhmät surffaajille ja rasviksille, fratseille ja hitterseille, punkeille ja duperseille (nämä erottelut joutuivat sekasortoon hippien tulon myötä). Kuitenkin Yhdysvalloissa Bob Christgaun sanoin "luokkajärjestelmämme pelkää sanoa nimensä", vain Isossa-Britanniassa nuorison alakulttuurit ovat olleet *avoimesti* luokkatietoisia käsittäen toveripiirien katunormien lisäksi myös Dick Hebdigen fraasin mukaan "taistelun merkistä". Brittiläiset alakulttuurit käyttävät hyväkseen luokan ja nuoruuden ideologioita, reagoivat otsikoihin ja hallitseviin määritelmiin siitä, keitä ja mitä ovat. Kuten erilaisista nuorisoryhmistä tulee tarkkailijoiden mukaan "ajan merkkejä", käyttävät myös ryhmät itse viestimien kieltä luokasta, sukupuolesta ja iästä. Esimerkiksi skinheadit ottivat ulkomuotonsa sarjakuvan ryysyläistyöläisestä - ajeltu pää tyhmyyden merkkinä, työsaappaat raata-

misen, kehon kömpelöt liikkeet raa'an voiman ja äänetön jurous uhkaavuuden merkkinä. Kokonaisuus oli porvarillisen pilan proletaarinen karikatyyri.

Helpoin tapa analysoida alakulttuureja on tutkia niitä katukulttuurin variaatioina. Esimerkiksi "kovuudesta, jännityksestä, kohtalosta, itsenäisyydetä ja statuksesta" kiinnostuneet tedit eivät eronneet muista alaluokan nuorista. Heidän kiinnostuksensa tyyliin sekä muodin ja musiikin yksityiskohtiin teki heistä mielenkiintoisia, eivätkä tedit kuten useimmat tulevatkaan brittiläiset nuorisokulttuurit luoneet omia musiikillisia symbolejaan vaan omaksuivat ne siitä mitä oli kaupallisesti tarjolla. Musiikki "ilmensi" alakulttuuria vain epäsuorasti; sen merkitys ei ollut sen tuotannossa, sen tarkoituksessa vaan sen kulutuksessa, sen asemassa vapaa-ajan tyylinä. Alakulttuurien analysoijat väittävät, että kaikesta huolimatta nuorisoryhmien arvojen ja niiden ilmaisemiseen käytettyjen musiikillisten muotojen välillä on olemassa homologia, tyylillinen yhteensopivuus. Tyylien *tulkinta* on sosiologinen ongelma.

Tähän mennessä lukuisat alakulttuureja koskevat tutkimukset - jotkut niistä ovat syvällisiä, toiset absurdeja - ovat herättäneet saman musiikillisen kysymyksen: missä suhteessa ovat rock tyylinä ja rock toimintamuotona? Varhaisten nuorisoteoreetikkojen siirtymävaiheen katukulttuurin kuvailuja (musiikki taustana) vastaan alakulturalistit esittävät teorian, joka on sekä romanttisempi että poliittisempi: tyyli ilmentää yksilön kokemusta luokka-alistuksesta; kieltäytymisen hetki on itsessään symbolisen luomisen teko. Ongelma on nuoruuden ja alakulttuurin sovittaminen. Useimmat työväenluokan teini-ikäiset käyvät ryhmien läpi, muuttavat identiteettiä, esittävät vapaa-ajan roolejaan huvikseen; sukupuoli-, ammatti- ja perhe-erot ovat paljon merkittävämpiä kuin tyylierot. Jokaista kokonaan kulttiin omistautunuttaa "tyyliniekkaa" kohti on satoja työväenluokan nuoria, jotka kasvavat useampien ryhmien löysässä jäsenyydessä ja liikkuvat erilaisten jengien kanssa. Tämä tarkoittaa erottelua etujoukon ja massan välillä, alakulttuurien *sisäistä* erottelua vapaa-ajan käyttöjen välillä.

Merkittävin brittiläinen nuorisokultti oli modit vuosina 1962-1965. He loivat uudet käsitteet teini-ikäisten muodista, musiikista, huumeiden käytöstä, liikkuvuudesta, muiden pois sulkemisesta. Loppujen lopuksi tedit olivat näyttäneet häviäjiltä, epätoivoisesti huomionkipeiltä: modeilla näytti olevan salaisuus, joka teki aikuisista merkityksettömiä. Modit olivat ylimielisiä, narsistisia, kyynisiä ja

herkkiä; he tulivat näyttämölle kuin voittajat ja kulutus oli heille yhtä paljon leikkikenttä kuin viimeinen turvapaikka. Kannustimena oli liike - kaupasta toiseen, klubista toiseen - pillereillä, tanssilattioilla, ja viimeisimmillä muodin mullistuksilla vauhditettuna. Modeista tuli yleisesti 1960-luvun kulutuksen symboleita. Mod-tyyliä käytettiin hyväksi kaupankäynnin (boutiqueiden nousu), kuuntelun (merirosvoradioiden nousu) ja tanssimisen (soul-musiikin voitto) käytäntöjen muuttamisessa. Mod-tyyli teki lopulta vaikutuksensa - brittiläisen beatin ja Los Angelesin kautta - myös amerikkalaiseen nuorisokulttuuriin.

On vaikeata yhdistää modia katukulttuurina - jengit, tappelut, kiihkeät, ohimenevät vapaa-ajan hetket - ja modia pysyvänä pakkomielteenä ulkonäköön, tavaroihin ja tietoisuuteen. Modit olivat itse toisin kuin heidän aikuiset tarkkailijansa olivat hyvin tietoisia yhteisönsä sisäisistä erotteluista. Mod-kultti alkoi 1960-luvun alussa "modernisteista". He olivat alkujaan pieni ryhmä pikkuporvarillisia nuoria, juutalaisten vaatetehtailijaperheiden pukeutumistietoisia lapsia, jotka kohtasivat koulunsa keskeyttäneitä katukulttuurin edustajia - puoli-beatnikkeja - Lontoon Sohon kahviloissa. Molemmat ryhmä halusivat erottua valtavirrasta. He saivat tyylilliset inspiraationsa Yhdysvaltoista (*Alaston satama*, beatit, moderni jazz) ja Ranskasta (Belmondo, opiskelijaulkonäkö, intellektuellit, musta baskeri). Alkuperäiset modernistit eivät tavoitelleet solidaarisuutta vaan ainutlaatuisuutta (aina vain kummallisempia r&b- ja ska-kappaleita); heidän tekonsa oli itsetietoinen ele kaikenlaista mukautuvuutta vastaan. Nämä modit olivat liikkuvia, kunnianhimoisia ja halusivat ulos; he ajoivat rauhallisesti skoottereillaan katujen *läpi* muodostelmissaan 25 km/h (he eivät jääneet kaduil*le* tai tarvinneet tilaa puolustautumista varten).

Kaupallisuuden ohella mod muuttui rutiiniksi 1962-1963 myös katujen suhteen: mod/rokkari -taisteluista tuli rituaaleja; modernisteista tuli tyyliniekkoja ja sitten he siirtyivät taas eteenpäin. Penny Reel muistelee, että vuonna 1965 Scene Clubin "coolein" pari saapui "eksoottisiin tiibettiläisiin mekkoihin pukeutuneena ranteissaan intiansilkkiset huivit, paljaissa jaloissaan sandaalit, kaulassaan puiset helmet, helmiä hiuksissaan, etsiskellen erään silminnäkijän sanoin maailmaa kuin kaksi kesakkoista mustalaista". "He jatkoivat kertomalla jokaiselle halukkaalle kuulijalle, että ainoastaan rakkaus merkitsee." Modeista oli tullut hippejä, ja Penny Reelin huomio on se,

että erilaisten 1960-luvun nuorisoryhmien "tyyliniekkojen" välillä oli enemmän yhteistä kuin mainitunlaisten eksentrikkojen ja heidän sopeutuvien jäljittelijöidensä välillä.

Alakulttuuriteoreetikot erottavat tavallisesti työväenluokan ryhmät ja boheemiryhmät (beatit 50-luvulla, hipit 60-luvulla). Jock Young esittää, että siinä missä "rikollinen nuorisokulttuuri" on keskittynyt vapaa-aikaan, (koska sen jäsenten työtaidot ja -mahdollisuudet ovat marginaalisia), niin boheemi nuorisokulttuuri on keskittynyt vapaa-aikaan (koska sen jäsenet ovat tietoisesti hylänneet työn palkinnot):

> Rikollisen tapaan hänen elämänsä keskittyy vapaa-aikaan, mutta hänen erottautumisensa on valinnan asia eikä realistinen taipuminen väistämättömyyteen niinkuin rikollisella. Lisäksi hänen halveksintansa yhteiskuntaa kohtaan on selvää ja luonteeltaan ideologista. Hän kehittää sosiaalisia teorioita, jotka pitävät yllä alamaailmallisia arvoja aitoina toimintaoppaina ja yrittävät ratkaista tuottavuuden eetoksen ylivallan ongelman.[5]

Kuten Keighleyn tutkimuksessani osoitin, musiikilla oli erityinen merkitys hippi- (tai pitkätukka-) kulttuurille - se ei vain symboloinut ryhmän identiteettiä vaan se kommentoi yksityiskohtaisesti sitä maailmaa, jota hipit joissain suhteissa protestoivat. Toisin sanoen rock omaksuttiin jonakin merkittävämpänä kuin vain hippimusiikkina. Richard Millsin sanoin musiikille annettiin "lähetystehtävä"; sen tehtävä oli viedä hippiarvoja kaupallisuuden pedon sydämeen,

> levittää kaikkialla läsnäolevaa mielikuvaa "hyvänolon tunteesta", äkillisestä intuitiosta, järjellisten standardien ja rakenteellisten tuomioiden ylittämisestä (oli joko mystinen valaistuminen tai ei mitään) ja henkisten ja fyysisten ulottuvuuksien avoimesta yhdistämisestä - olla "hymyilevä, tanssahteleva ja kyselemätön, tietää mitä on olla elossa".

Musiikki tarjosi sekä yhteisöllisen kokemuksen että sen ilmauksen:

> Popyhtyeillä oli näin kulttuurinen avainasema. Ne edistivät ja vahvistivat muodonmuutoksen kokemusta, joka pohjusti kulttuuria, tarjosivat muodot ja rituaalit, joiden kautta sen pää-

määrät ja arvot löysivät ilmaisun, ja prosessin aikana vakiinnuttivat pienimmän mahdollisen sosiaalisen ja taloudellisen organisaation asteen, jota tarvittiin ylläpitämään niitä. Kaikki nämä tekijät antoivat yhtyeille johtajan aseman, joka osaksi vahvisti ja osaksi itse johtui niiden lopullisesta, neuvottelevasta roolista aikaansa seuraavien ja vanhoillisten nuorten erilaisten todellisuuksien välillä.[6]

Hippimuusikoiden oli mahdotonta jatkaa pitkään tätä lähetystehtävää kaupallisessa maailmassa. Kaliforniassa, missä hippi-ideologia oli voimakkain, rockfanit (tarkoittaa myös San Franciscon hippiyhteisöä) pitivät Altamontin vuoden 1969 festivaalien väkivaltaa lopullisena merkkinä siitä, että yhteisö ei voinut perustua vain musiikilliselle maulle. Se todiste, että aikaa seuraavien nuorten maailma voisi olla vain kaupallisten aikaa seuraavien maailma, oli kuitenkin peräisin aikaisemmilta festivaaleilta: Montereysta, joka toi mukaan suuren rahan, ja Woodstockista, joka dramatisoi rockin esittäjien ja kuluttajien täydellisen eron.

Alkuperäiset hipit yrittivät käyttää musiikkia ilmaisemaan oppositioasemaansa "tuottavuuden eetokseen" nähden. Heillä oli selkeä asenne kapitalismiin ja hyvään elämään, joka oli jyrkkä vastakohta työväenluokan nuorten epäselvälle asemalle. Esimerkiksi teddypoikien musiikki oli "heidän elävin yhteytensä tämänhetkiseen kulttuuriin", alue jolla he olivat "yhtä" yhteisön kanssa. T.R. Fyvel toteaa, että jos tedit vastustavat ankaraa työtä ja selviämistä, niin:

> Hikoilu ja raadanta musiikin oppimiseksi on yksi harvoista poikkeuksista. Poikaa joka haluaa pyhittää jokaisen päivän harjoitellakseen yhtyeessä, ei pilkata vaivojensa takia. Jopa kovimmissa ted-ympyröissä musiikillista kunnianhimoa pidetään yleisesti luvallisena.[7]

Keskustelussa "muotitietoisten" ja "vanhoillisten" välillä ensinmainitulla oli ideologia, jälkimmäisellä ei: rock'n'roll ei ollut teddypoikien itsenäisyyden symboli vaan symboli jatkuvasta riippuvuudesta teinikuluttajan maailmaan.

Tämä luokkakulttuurinen vertailu selittää vähemmän modeja. Olkoon sen vastakaiku kaduilla mikä tahansa, sen asema ennakoi hippejä ja oli boheemi piirre. Olen jo lainannut Reelin kommenttia tästä.

Beardy Pegleytä, lontoolaista "huomattavaa modia" kuvaillessaan hän jatkaa:

> Hän ei ole ainoastaan ensimmäinen poika, jonka olen koskaan nähnyt käyttävän hiuslakkaa ja huulipunaa, hän on myös ensimmäinen tällä näyttämöllä, jolla on vaaleanpunainen koristenauhakauluksinen paita, harmaa poolokauluksinen villatakki, neulottu solmio, punainen mokkatakki sopivalla nahkakauluksella, laivastonsininen crombie-päällystakki, valkoiset puolimastohousut ja karamelliraitaiset sukat. Hän on myös ensimmäinen mod, joka laulaa ylistyksiä Laurel Aitkenille, James Brownille, Pretty Thingsille, Flamingo Clubille Wardour Streetillä, Lawrence Ferlinghettille ja marihuanalle, loukkaa Eden Kanea Chez Donissa, ja yhä ainoa koskaan tapaamani kaveri, jolla on kirkkaan smaragdinvihreät turkissaappaat, kaikki tämä noin vuonna 1962.[8]

Ei ole helppoa yhdistää näitä symboleja *luokka*ideologian ilmaukseksi. Ne edustavat suhtautumista tyyliin, väitettä, että ainoastaan vapaa-aika on elämässä merkittävää.

Keighleyn tutkimuksessani oli selvää, että musiikki oli kaikkein tärkeintä luokkakulttuurinsa hylänneille oppilaille, keskiluokkaiset oppilaat hylkäsivät menestyksen, työväenluokkaiset oppilaat hylkäsivät työn. Tutkimuksessaan lontoolaisista työväenluokan pojista Peter Willmott löysi myös "toisenlaisen kapinallisen":

> Hän on yksin ja soittaa Billie Holidayn ja Miles Davisin levyjä. Hän sanoo vanhemmistaan: "He eivät olisi voineet ymmärtää minua sataan vuoteen. Kuten suurin osa East Endin ihmisistä heidän ajatuksensa elämästä tarkoittaa vakituisen työn pitämistä ja asettumista mukavan pikku vaimon kanssa yhteen mukavaan pikku taloon tai asuntoon, samojen asioiden tekemistä elämän jokaisena päivänä. He ajattelevat, että teen hulluja asioita." Minkälaisia asioita? "No, saatan päättää pitää vapaapäivän ja mennä puistoon mietiskelemään. Tai mennä kaverini luo koko yön istuntoon. Juomme viskiä, polttelemme pilveä ja keskustelemme siitä mitä on onnellisuus ja muista sellaisista asioista." Hän sanoo ottavansa ystäviensä kanssa säännöllisesti myös Purple Heartseja (keskushermostoa kiihot-

tavia huumausaineita): "Joistakin se saattaa näyttää synniltä. Mutta olemme vain nuoria, jotka pitävät nautiskelusta ja unohtavat Pommin." Hän lukee Jack Kerouacia, Norman Maileria, James Baldwinia - "Sellaisista asioista pidän. Luulen että olen todella etsiskelemässä."[9]

Willmott kirjoittaa, että tuollaisia "kapinallisia" on harvassa, mutta heidän merkitystään rockille ei pidä aliarvioida. Tuollaiset paikalliset "hip"-hahmot olivat ratkaisevan tärkeitä 1960-luvun nuorisokulttuurille, ei vain bluesiin, politiikkaan ja runouteen opastajina vaan myös välittäjinä kaikkien luokkien kulttuurisesti seikkailumielisten välillä. He loivat boheemille kiinnostukselle jatkuvuutta beateista punkeihin. Useimmat nuoret eivät nauti vapaa-ajasta työn vastakohtana vaan sen eräänä osasena - työ ja vapaa-aika täydentävät toisiaan; vain "kapinalliset" etsivät rockista vaihtoehtoisia arvoja, vain "kapinallisille" musiikki on vapaa-ajan ydin, ei vain sen koriste.

Jotkut ihmiset poikkeavat musiikin käytössään, eivät siinä miten arvostavat musiikkia. He ovat fanaatikkoja, ja heidän elämänsä pyörii idolin ympärillä aina imitointiin, seksuaaliseen metsästykseen ja pakonomaisen ylpeään jumalointiin asti. On myös musiikkifanaatikkoja: erityisesti Isossa-Britanniassa ja Ranskassa jazz-, blues- ja soulintoilijoilla on pitkä historia. He ovat oppineita, jotka toimivat pikemminkin kommunikoinnin verkkona kuin ryhmänä. Tuollaiset puristit tapaavat vain soittaakseen ja kuunnellakseen musiikkiaan omissa klubeissaan, pubeissaan ja tanssisaleissaan. Iso-Britannia on täyttynyt jazz- ja folkklubeista, rock'n'roll-illoista ja rockabilly-viikonlopuista. Vanhat tedit kokoontuvat muistelemaan Gene Vincentiä, Northern soulin tanssijat koko illaksi tanssilattialle saattamaan Motown-soundin *varjoon*, ja funkaajat muodostamaan ihmispyramideja. Kaikille näille ihmisille musiikki ei ole vapaa-ajan satunnainen säestys eikä alakulttuurin merkki; pikemminkin se on harrastus.

Musiikin erilaiset käytöt - taustana, ideologiana, harrasteena - heijastavat erilaista vapaa-ajan käyttöä, erilaisia tapoja suhteuttaa vapaa-aika työhön; merkittävin näistä erilaisuuksista heijastaa niin sukupuoli- kuin luokkaerojakin. Luvussa 8 ehdotin, että teini-ikäisille tytöille - erityisesti työväenluokan tytöille - avioituminen on elinvoimaisin uranvalinta. Kotityö on jatkuvasti keskeistä naisten työlle. On tutkittava naisten työn vaikutusta naisten vapaa-ajan viettoon sekä niitä unelmia ja realiteetteja, jotka naiset nuorina

tyttöinä tuovat vapaa-aikaan.

TYTÖT JA NUORISOKULTTUURI

Poikien ja tyttöjen elämä on erilaista eikä tätä eroa voi selittää yksinkertaisesti arvojen perusteella - eroavuuksiin sisältyvät valinnat heijastavat erilaisia mahdollisuuksia. Sukupuolten erilaistuneen vapaa-ajan analyysin täytyy lähteä siitä, että tytöt ovat paljon enemmän kotona kuin pojat.

On kolme välitöntä syytä siihen, miksi tytöt viettävät enemmän aikaa kotonaan. Ensimmäinen ja tärkein on, että vanhemmat kontrolloivat heitä vahvasti ainakin heidän varhaisina teinivuosinaan - kieltävät heitä menemästä ulos joka ilta, rajoittavat sitä, minne he voivat mennä, kenen kanssa ja miten pitkäksi aikaa. Poikia ei kontrollioida ollenkaan samassa määrin, mikä merkitsee sitä, että teini-ikäiset tytöt sidotaan tiukemmin perheen elämään. Lapsia valmistellaan aikuisten erilaisiin sukupuolikulttuureihin varhaisesta iästä asti ja läheiset perhesuhteet työväenluokan kodeissa ovat sukupuolisidonnaisia - tytöt ja heidän äitinsä, pojat ja heidän isänsä. Naisten maailma on kotona; kodin ulkopuolisen vapaa-ajan oletetaan olevan miesten yksityisomaisuutta.

Toinen rajoitus seuraa tästä. Työväenluokan tytöillä - toisin kuin pojilla - on kotirooli jo varhain (kun he ovat vielä koulussa). Heillä on tehtäviä: esimerkiksi lasten vahtimista, heidän odotetaan auttavan jonkin verran siivouksessa ja ruuanlaitossa. He ovat osa perheen organisaatiota, vanhemmistaan taloudellisesti riippuvaisempia kuin veljensä, heillä on vähemmän mahdollisuuksia hankkia itselleen teini-ikäisenä rahaa kodin ulkopuolella. (Tämän takia nuorten joukkotyöttömyys Isossa-Britanniassa on ollut odottamatta paljon vaikeampi ongelma tytöille kuin pojille: päästyään koulusta 16-vuotiaina työväenluokan tytöt ovat aina käyttäneet kokopäivätyötä keinona väliaikaiseen itsenäisyyteen, tapana päästä kotoa ulos työhön ja vapaa-aikaan; työttömänä he huomaavat riippuvaisuuden vanhemmista, kun heidän odotetaan tekevän kotitöitä. Sitä vastoin pojat saavat vapauden mennä kaduille riippumatta siitä ovatko töissä vai eivät.)

Kolmannella rajoituksella on erilainen välitön alkulähde, mutta samanlainen vaikutus: tytöt käyttävät enemmän aikaa ulos menemi-

sen valmisteluun, vaatteisiin, ehostukseen ja siistiytymiseen kuin pojat. Tyttöjen kulttuuri on myös seurustelun kulttuuria - palaan tähän myöhemmin.

Vaikka tytöt ovat rajoittuneempia kotiin, he eivät silti ole täysin sitoutuneita perheeseen tai eristettynä nuorisokulttuurista (vaikka he ovat näkymättömämpiä nuorisokulttuurin dramaattisimmissa ja useimmin analysoiduissa tilanteissa). Heidät on eristetty *katu*kulttuurista - pojat ovat kaduilla, liikkuvat jengistä toiseen, oppivat lojaalisuuden, uhmailun ja julkisen vapaa-ajan säännöt jo varhain. Tytöille "kaduilla kävelemisellä" on hyvin erilaiset käsitesisällöt; sen sijaan tytöt tapaavat kotona kuunnellakseen musiikkia, opettaakseen toisilleen ehostustaitoja, harjoitellakseen tanssimista, vertaillakseen seksuaalisia kokemuksia, arvostellakseen toistensa vaatteita ja juorutakseen. Heidän syynsä kotona olemiseen ei estä kotia olemasta nuorekas paikka - ystävät voivat auttaa tehtävissä, tytöt saavat mennä ystäviensä koteihin, jopa illat poikaystävien kanssa ovat hyväksyttäviä, jos kumpikin palaa ajoissa kotiin.

Nuorimmassa ja vähimmin vapaassa vaiheessa tytöt ovat teinipoppareita. Teinipopparit ovat hyvin nuoria (10-13 -vuotiaita). Kun teinipop-kulttuurin kohde on tavallisesti poptähti (tuollaiset teinitähdet tulevat ja menevät kolmen vuoden jaksoissa), kulttuurisia symboleja ovat ennemmin lehdet kuin äänilevyt (vaikka tytöt ostavat todennäköisemmin singlejä kuin pojat) - idoliin liittyvät tuotteet kuten t-paidat ja teetarjottimet myyvät joka tapauksessa yhtä hyvin kuin levyt (esimerkiksi David Cassidyn levyt muodostavat vain viidesosan hänen tuloistaan). Tässä iässä tyttöjen nuorisokulttuuriset toiminnot keskittyvät tiukasti siihen, mikä on välittömästi saatavissa kotona. Televisio on merkittävämpi kuin radio, tähden ulkonäkö on merkittävämpi kuin hänen soundinsa. Teini-ikäisten tyttöjen lehdet (Isossa-Britanniassa ne alkoivat *Marilynin* myötä 1955, *Jackie* on nyt kaikkein merkittävin; Yhdysvalloissa tuhansista tuollaisista lehdistä vaikutusvaltaisin on ollut *16*) ovat aina osoittaneet "vallitsevaa kiinnostusta poptähtiin ja popkenttään", mutta niiden kiinnostus on ollut enemmän juttelussa, vaatteissa, omaisuudessa ja kuvissa kuin musiikissa. Tuollaisten lehtien levikki riippuu vahvasti viimeisimmän teini-idolin *imagon* kyvyistä - teinipoppareille idolin henkilökohtainen näkeminen ei merkitse niin paljon todellisen kokemuksen voimaa kuin sen antamaa statusta. Jokaisessa tyttöryhmässä muutama voi nyt kerskailla vähän ylpeämmin, ja tilapäinen teinipoppari-

identiteetin yhteinen tunne voi, aivan kuin miehisten katujoukkojenkin, olla väkivaltainen, aggressiivinen ja hauska. Kaikkein herjaavin rockkriitikkona saamani kirje tuli David Cassidyn arvostelun jälkeen: "Kuinka julkeat laittaa Donny Osmondin samalle palstalle David Cassidyn kanssa?" kirjoitti eräs tyttö. "Ehkä hänen pukunsa istui tiukasti" kirjoitti toinen, "mutta hänellä onkin pallit näytettävänä. Olen varma että sinulla ei ole."

Tytöt kasvavat ulos teinipopparin fantasiaseksuaalisuudesta, kun he alkavat seurustella, tanssia ja käydä vakavammalla mielellä ulkona, mutta suhde musiikin ja makuuhuoneen välillä jatkuu. Heidän julkinen musiikinkäyttönsä saattaa olla paljolti sama kuin pojilla (taustana ja tanssimisessa), mutta tytöillä kotikäyttö säilyy erilaisena, painotus säilyy persoonallisuuksissa. Tyttöjen lehdet esittelevät rocktähtiä mieluumin kuin rockmusiikkia; naispuolisen kiinnostuksen puute "vakavaa" rockia kohtaan paljastuu selvästi musiikkilehdistön lukijatyypeissä ja radion ja tv:n yleisötyypeissä. Jopa kuudennen luokan ja opiskelijakulttuurin sisällä tytöt ovat poikia vähemmän kiinnostuneita musiikista: he saattavat näppäillä kitaraa, mutta kun pojat tutkivat elektroniikkaa, tytöt keskittyvät lyriikkaan, laulajalauluntekijöihin ja rockiin angstina. Keighleyn otoksessani tytöt olivat kaikissa ryhmissä kiinnostuneempia rocksanoituksista kuin pojat, jotka olivat paljon kiinnostuneempia esiintymisestä. He saivat kosketuksen rockiin erilaisten seksuaalisuuden esitysten kautta.

Miehisessä rockissa "munarock"-esitys merkitsee avointa raakaa, "herra-täyteistä" seksuaalisuuden ilmaisua (tämä lähestymistapa on kaikkein selvin laulutyylissä, joka periytyy Led Zeppelinin Robert Plantilta ja kitarasankarityylissä, joka periytyy Led Zeppelinin Jimmy Pagelta). Munarock-esiintyjät ovat aggressiivisia, pöyhkeitä, jatkuvasti vetämässä yleisön huomion miehuuteensa ja herruuteensa. Heidän kehonsa on näytteillä (avonaiset paidat, tiukat housut, rintakarvat ja sukuelimet), mikrofonit ja kitarat ovat fallisia symboleja (tai niitä hyväillään muuten kuin naisten vartaloa), musiikki on kovaäänistä, rytmisesti itsepintaista, rakennettu kiihottumisen ja laukeamisen tekniikalla. Tekstit ovat itsevarmoja ja julkeita, mutta tarkat sanat ovat merkityksettömämpiä kuin käytetty laulutyyli, läpitunkeva huutaminen ja kirkuminen. Tuollaissa "hard rock" -esityksissä peniksen voimaa ylistetään masturbaationomaisesti. Tytöt eristetään rakenteellisesti tästä rockkokemuksesta: se "ilmaisee suoraan" *miehisen* seksuaalisuuden rajoja. Munarock-imago on hillittömän, hotelleja ja

bändäreitä tuhoavan matkalaisen imago (bändärit tarkoittavat tässä yhteydessä miehisen seksuaalifantasian nimetöntä, aina saatavilla olevaa naisen lihaa, johon ei ole emotionaalisia siteitä), ja munarockmusiikki liittää säälimättömän julkisen potkun rhythm and bluesin fyysiseen rehellisyyteen. Munarokkareiden musiikilliset taidot ovat yhtäläisiä heidän fallisten kykyjensä kanssa; uros ja kitarasankari yhdistyvät Ted Nugentin tapaisissa esiintyjissä samaan myyntivetovoimaan.

Naispuolinen musiikki, teinipop, on sitä vastoin luottamuksellista, yksityistä keskustelua. Se muodostaa Jenny Taylorin ja Denny Laingin sanoin "laulajan ja kuuntelijan välisen suhteen, joka vihjaa seksuaalisuuden 'salatun totuuden' paljastamiseen". Teinipop-idolin viehätys perustuu itsesääliin, haavoittuvuuteen ja tarpeeseen. Imago on ihannepoika naapurissa: surullinen, mietteliäs ja kaunis. Teinipoplaulut kertovat masennuksesta ja piristymisestä, yksinäisyydestä ja turhautuneisuudesta; teinipopmusiikki ei ole niin fyysistä kuin munarock. Se käyttää hyväkseen vanhoja, romanttisia balladikäytäntöjä. Seksuaalisuus ilmaistaan eräänlaisena henkisenä kaipuuna, jossa on vain pieniä vihjeitä fyysisestä halusta. Laulaja haluaa jotain rakastettavaksi, ei sänkykumppaniksi vaan henkiseksi kumppaniksi. Kun munarock käyttää hyväkseen miehisen seksin tavanomaisia käsitteitä - eläimellinen, pinnallinen, vain-sen-hetken - käyttää teinipop käyttää hyväkseen huomioita naisellisesta seksistä vakavana, monitahoisena, täydellistä emotionaalista omistautumista merkitsevänä.

Nämä selvitykset eivät ole lopullisia eivätkä ne tyhjennä seksuaalisia merkityksiä, mutta niillä on yleistä kaikupohjaa. Ne ovat väittämiä yleisistä seksuaalisista jaoista: jos mieskuluttajat samaistuvat rockin esittäjiin ja tekevät sen julkisesti ja kollektiivisesti (konsertit ovat tässä muistumia jalkapallo-otteluista ja muista miehisen ystävyyden tilanteista - koettu euforia riippuu naisten symbolisesta poissaolosta), naiskuluttajat osoitetaan sitä vastoin yksilöiksi, esiintyjän yksityisten tarpeiden mahdollisiksi kohteiksi. Esiintyjän miesidentiteettiä ilmaistaan seksuaalisuuden lisäksi myös löyhempänä muusikoiden herruuden ja voiman, itseluottamuksen ja kontrollin esittämisenä. Juuri pojathan ovat kiinnostuneita rockista musiikkina, haluavat tulla muusikoiksi, teknikoiksi, asiantuntijoiksi. Juuri pojat muodostavat rockyleisön ytimen, tulevat rockkriitikoiksi ja keräilijöiksi (rockfanaatikkotytöistä tulee sen sijaan valokuvaajia).

Rock'n'rollista käytävä keskustelu rakentaa kuuntelijansa seksuaalisesti eriytynein käsittein - pojat yleisinä esiintyjinä, tytöt yksityisinä kuluttajina.

Tyttöjen kulttuuri tosiaankin alkaa makuuhuoneesta ja päättyy sinne. Romanssi päättyy aina sankarittaren avioliittoon, hänen tyttöytensä on ohi; tosiasiassa tytöt siirtyvät yhdestä kotitalousjärjestelmästä toiseen mieskumppaneitaan paljon loivemmassa "asettumisprosessissa". Aviomiehen löytäminen on ongelma - tästä johtuu tyttöjen tanssikulttuurin merkitys. Isossa-Britanniassa nuoret morsiamet kaikista luokista tapaavat aviomiehensä useimmin tansseissa. Kaikkein dramaattisin muutos naispuolisessa vapaa-ajassa on se äkillisyys, jolla naiset luopuvat tanssimisesta naimisiin mentyään. Tästä voi päätellä (tämä pätee myös USA:han), että kun avioliitto on tytön ura, on vapaa-aika ennen avioliittoa hänen työnsä, puitteet uran aloittamiselle, avioliittoon sopivan miehen viehättämiselle. Sodan jälkeinen avioituneiden naisten työn kehitys ei ole olennaisesti muuttanut tätä tilannetta. Avioliitto ja äitiys on ehkä joskus nähty vaihtoehtona työlle, mutta työväenluokan tytöt eivät nyt pidä työtä vaihtoehtona avioliitolle ja äiteydelle. Työ kotona ja sen ulkopuolella ovat sen sijaan toisiaan täydentäviä - työn täytyy soveltua kodin vaatimuksiin; useimmat tytöt yhä työskentelevät ja viettävät vapaa-aikaa avioliittoa ajatellen.

Prosessi alkaa kotona itsensä yleisesti viehättäväksi tekemisellä - markkinatutkijat painottavat jatkuvasti sitä, kuinka paljon tyttöjen tuloista kuluu vaatteisiin ja kosmetiikkaan. Pukeutumis- ja ehostustyö, naisellinen näytteillepano on tyttöjen kulttuurin keskeinen salaisuus; jos keinotekoiset kasvot ja paperirinnat tehdään makuuhuoneen yksityisyydessä, on tyttöjen WC julkinen tila, jossa he voivat työskennellä, juonia ja nauraa yhdessä. Kaikesta huolimatta koko tämän naisten toiminnan (riippumatta sen tyylistä, hauskuudesta ja taiteesta kollektiivisena työnä) henkilökohtainen tavoite on pojat. Juuri tämä miehinen tuijottelu antaa tyttöjen kauneustyölle merkityksensä. Kuten Dick Clark selitti teini-ikäisilleen vuonna 1959:

> Kaverit eivät inhoa meikkaamista, jos se tehdään oikealla tavalla. Oikea tapa on tietysti tuoda esiin luonnollinen kauneutesi (ja kaikilla teillä on sitä), eikä tulla huomatuksi niin tehdessä. Se on helppoa joillekin tytöille, toisille vaikeaa. Vaikeaa onkin tietää, kuinka paljon meikkiä käyttää, ennen kuin

sen näkee. On temppu käyttää huulipunaa, puuteria jne. ja silti saada kaverit vakuuttuneiksi, ettei se ole meikkiä vaan todellista sinua.[10]

Tietysti myös pojat ovat muoti- ja ulkonäkötietoisia, mutta heidän ulkonäkönsä on sen mahdollisesta hienostuneisuudesta huolimatta pohjimmiltaan narsistista ja myös etsii vahvistusta miehisestä tuijotuksesta. Rokkarit kutsuivat oikeutetusti modeja mammanpojiksi - nämä olivat kiintyneet "epämiehekkäällä" tavalla kauniisiin ja huoliteltuihin vaatteisiin ja he käyttäytyivät kuin naiset, he pukeutuivat (rokkareiden tavoin) miehiä varten. Kuten Bill Norman muistelee:

> Kun olit töissä, olit ei-kukaan. Sitten kun panit päällesi mokka- tai mohairpukusi ja Desert Bootsit ja menit tanssihalliin, halusit olla joku kavereillesi. Juuri kavereihisi halusit tehdä vaikutuksen, et tyttöihin. Teet julistuksesi vaatteillasi tai tanssimisellasi tai skootterillasi. Sinun täytyy olla cool. Tipujen jahtaamista pidettiin pehmoiluna, hiukan tunteellisena. Et halunnut menettää kasvojasi muiden kundien edessä.[11]

Kosiskelun käytäntönä on tytön passiivisuus - hän odottaa kutsua tanssimaan ja tulee sitten pojan omistukseen - mutta tosiasiassa juuri tyttö etsii aktiivisti kumppania. Pikemminkin hänen kuin poikien nähdään epäonnistuneen, jollei hän ole tullut isketyksi illan loppuun mennessä. Juuri tytön on arvioitava minkä arvoinen poika on, mihin asti mennä, kuinka antaa asioiden kehittyä. Seurustelupelin säännöt ovat täynnä käytännöllisiä epäselvyyksiä: mitä on "vakiintunut seurustelu", ja milloin suhde on "vakava"? Mitkä seksuaaliset velvollisuudet kuuluvat yhteen sosiaalisten sitoumusten kanssa? Kaikki nämä kysymykset koskettelevat seksuaalisen käyttäytymisen *julkisia* merkityksiä, ja ensi sijassa kaksinaismoraali määrittelee yhä tuollaiset merkitykset. Modin sanat vuodelta 1964 tiivistävät yhä tavallisen teini-iän tilanteen:

> Saatan joskus mennä naimisiin, jos löydän kunnollisen tytön. Luulen, etten välitä onko hän neitsyt, jollei hän ole muhinut liikaa. Tytöt, jotka ovat kauppatavaraa, vanhenevat ennen aikojaan. Tytöt luulevat, että pojat ovat vain yhden asian perässä, mutta jos he saavat pojan kunnioittamaan heitä, se on

> eri juttu. Jollen todella pidä tytöstä, en kuluta aikaa, jollei hän halua sänkyyn. Luulen että useimmat pojat ovat sellaisia - se on vain luonnollista.[12]

Isossa-Britanniassa työväenluokan tytöt menevät tansseihin ryhmissä, valmistautuvat niihin ystävinä, tukevat ja neuvovat toisiaan, tanssivat yhdessä ja auttavat toisiaan pitämään itsekunnioituksensa ja hauskuuden tunteensa. Harjoituksen kohteena on kuitenkin tulla iseketyksi: tytöt luottavat ystäviinsä että he antavat tukea ystävistä luopumisen prosessissa (erilaista esimerkkiä käyttääkseni amerikkalaiset sisarkunnat perinteisesti valitsevat jäseniä ei "heille itselleen" vaan sen mukaan mikä on heidän kykynsä viehättää oikeanlaisia miehiä).

Kun tyttö on kerran löytänyt pojan, hänen romanttiset tai seksuaaliset toimintansa, ovat pääasiassa yksityisiä; kuitenkin ratkaisevaa tytön avioliittomahdollisuuksille on hänen "maineensa", joka perustuu yleiseen tietoisuuteen hänen yksityisestä käyttäytymisestään (tässä yhteydessä raskaus on yksityisen toiminnan selvin julkinen merkki). Siksi tytön käytökselle on rajoituksia, vaikka hänellä onkin kumppani. Eräs brittiläisen tanssisalin sopimus on kotiinmenemiskeskustelu: tyttöjen (ja tämä on totta myös Yhdysvalloissa) on aina oltava "varovaisia".

> Monet tytöt eivät selvästi halua hyväksyä pojilta kyytiä kotiin ja monet haluavat selvitä kotiin itse (mahdollisesti taksilla) mieluummin kuin mennä illan mittaan tapaamiensa poikien kanssa. Tytöt eivät hyväksy kyytiä elleivät he pidä poikia "luottamuksen arvoisina". Joitain todisteita tyttöjen käyttämistä "ei-luottamuksen arvoisuuden" kriteereistä voidaan nähdä siinä, että joukko tyttöjä pyysi minua kerran antamaan heille kyydin, kun he ovat nähneet, että olen ollut yksin autossani (ja tietysti siinä, että olen ehdottomasti luottamuksen arvoinen!). Tällöin he kertoivat, etteivät olleet huolissaan matkustaessaan minun kanssani, koska olin vähemmistönä (kolme vastaan yksi) - mutta silti he laskivat leikkiä siitä, kuka jäisi poisi viimeisenä.[13]

Sekä tytöille että pojille musiikki on tausta, jotain jonka mukana suudellaan ja meikataan. Mutta se on tausta myös erilaisille asioille ja toimille. Esimerkiksi työväenluokan tytöt tanssivat enemmän ja

tavallisesti paremmin kuin pojat, jotka (erityisiä modin ja diskon tapaisia tanssikultteja lukuun ottamatta) eivät itse asiassa tanssi paljoakaan. Tytöt ostavat levyjä ja harjoittelevat tanssimista niiden mukana (mistä tulee osa tyttöryhmien elämää) ja aloittavat tanssimisen paljon nuorempana - 1920-luvulta lähtien tanssisali on todella ollut yksi niistä harvoista paikoista, missä tytöt voivat nauttia itsestään fyysisesti. Musiikki on myös tapa hoitaa tytön rooliin sisältyvät seksuaaliset ja emotionaaliset jännitteet: se sekä ilmaisee niitä että tarjoaa vapautuksen. Musiikki ja musiikilliset idolit tarjoavat kohteen naispuolisille fantasioille aivan kuten pop- ja elokuvatähdet tekivät heidän äideilleen ja isoäideilleen.

Kun tytöt alkavat seurustella vakavasti, heidän vapaa-aikansa muuttuu ratkaisevasti ja useimmat näistä jännitteistä katoavat. Avioliittoon suuntautuvassa parisuhteessa tyttö voi jättää etsinnän ja julkisuuden ongelmat ja alkaa valmistella tulevaisuuttaan vaimona ja äitinä. Hän alkaa käydä ulkona oikeastaan vain poikaystävänsä kanssa, juuri tässä vaiheessa erot kunnioitettavan ja halveksittavan tytön välillä tulevat selviksi. Pojat vievät vakituiset tyttöystävänsä kunnioitettaviin klubeihin ja pubeihin, kun taas kavereidensa kanssa he käyvät karkeammissa - jälkimmäisissä käyvien tyttöjen maine kärsii sen mukaisesti. Tyttö, jolla on vakituinen poikaystävä, voi määritelmän mukaan käydä ulkona vain hänen kanssaan - hänen muiden vapaa-ajan toimintojensa täytyy olla ei-seksuaalisia, jopa viittauksiltaan.

Juuri seurustelun tässä vaiheessa tyttö alkaa irtautua tyttöystävistään, ero jota symboloi Isossa-Britanniassa hääpäivän aaton "polttarit":

> En ole kertaakaan käynyt City Centre Clubilla torstaina näkemättä ainakin yhtä polttariseuruetta ja joskus siellä on ollut neljäkin. Perinteinen tulevan morsiamen hattu tekee polttariseureesta varmasti näkyvän. En tiedä tavan alkuperää, mutta se oli yleinen myös Lontoossa. Kun työläistyttö on menossa naimisiin, kaikki muut työpaikan tytöt tekevät hänelle hyvin suuren pahvisen hatun, joka on koristeltu paperikukin, kiiltokoruin, tupsuin ja usein rasvaisin jutuin hääyöstä jne. Hänellä saattaa olla myös L-kilpien (merkitsee opettelevaa autonkuljettajaa) tapaisia esineitä kiinnitettynä takin tai puvun selkämykseen.[14]

Koska tyttöjen vapaa-aika ei ole todella vapaata aikaa, taukoa työstä, vaan täydentää heidän uraansa kotityöläisinä, tasoittaa realismi jopa suurimman osa tyttökulttuurin romanttisista ilmaisuista. Siinä ei esimerkiksi ole vastinetta nuorten miesten *Playboy*-kulttuurin seksuaaliunelmille. Juuri pojat romantisoivat seksiä monin tavoin, ovat innokkaimpia erottamaan "rakastumisen" "pyöriskelystä", käsittelemään rakkautta jonain "totena", arvokkaana, omistamisen ja mustasukkaisuuden asiana. Tytöille tuollaiset romanttiset käsitykset rakkaudesta ovat käyttökelpoisia (jotain mitä voi vaatia poikaystävältä - "jos *todella* rakastat minua..."), mutta he itse romantisoivat äitiyttä enemmän kuin avioliittoa. Mies on taloudellisesti ja sosiaalisesti tarpeellinen, mutta vauvat merkitsevät emotionaalisesti enemmän. Työväenluokan tytöt tietävät omien perheidensä kokemuksesta, että naisilla on läheisimmät, tyydyttävimmät suhteet lapsiinsa kuin aviomiehiinsä; tämä on kodissa naisen paikan emotionaalinen todellisuus.

Työväenluokan tytöt ovat myös tietoisia siitä, että he voivat pitää hauskaa tavoilla, jotka olivat mahdottomia heidän äideilleen. Suorat seksuaaliset rajoitukset menettävät tehonsa tiettyinä aikoina ja tietyissä paikoissa, esimerkiksi lomilla; on ihmisiä (kuten vierailevat poptähdet), joiden kanssa tytöt voivat vaarantaa maineensa yhteisön näköpiirin ulkopuolella. (Useat niin kutsutuista bändäreistä eivät ole rockmyytin mukaisia ammattimaisia seksin jakajia vaan pikemminkin paikallisia tyttöjä, jotka yksinkertaisesti nauttivat satunnaisesta, impulsiivisesta seksuaalisesta tapaamisesta, ohimenevästä ystävyydestä hyvännäköisen muukalaisen kanssa, jonka voi pian unohtaa.)

Toisin sanoen useimmat tytöt rikkovat sääntöjä silloin tällöin, eikä työväenluokan tyttöjen vapaa-ajan rajoituksia pidä liioitella - heidän äideillään on paljon huonommin. "Pitäkää hauskaa!", he neuvovat, sillä olkoonpa aikuiseksi naiseksi kasvamisen tuskat mitkä tahansa, tytöt ovat ainakin jonkin aikaa poissa kotoa - tanssimassa, pitämässä hauskaa, unelmoimassa yhteisiä unelmia, joita ei ole vielä täydellisesti leikattu. Työväenluokan kulttuurit - musta ja valkoinen - ovat aina ylistäneet tyttöyttä ja seurustelun lyhyttä, katkeranmakeaa muistoa, avioliittoa ja sen seksuaalielämää yksinkertaisesti eloonjäämistapana. Vastakkaisuus - ennen ja jälkeen avioliiton - säilyy esiaviollisen seksin normien muutoksesta, avioliiton jälkeisestä aikuisuudesta ja avioerosta huolimatta. 1920-luvulla Lyndit kysyivät

Middletownin naisilta, mitä he tekisivät ylimääräisellä tunnilla päivässä. Työväenluokan vaimot sanoivat "lepäisin", tai toivottomasti "en tiedä". "Menisin minne tahansa päästäksen kodista", oli toinen yleinen vastaus. "Olen ollut muuttomme jälkeen poissa talosta vain kaksi kertaa kolmen kuukauden aikana, molemmilla kerroilla kaupassa." 1970-luvulla Bruce Springsteen huomautti:

> Näen sisareni ja hänen miehensä. He elävät jollain tavalla vanhempieni elämää. Heillä on lapsia, he työskentelevät raskaasti. Nämä ovat ihmisiä, voit nähdä jotain heidän silmistään. ... Kysyin sisareltani: "Mitä teet pitääksesi hauskaa?" "Minulla ei ole koskaan hauskaa", hän sanoo. Hän ei laskenut leikkiä.[15]

Avioliitto on yhä *se* naisen ura. Vain silloin kun se ei ole naiselle *se* uravalinta, hänelle avautuvat toiset vapaa-ajan mahdollisuudet. Naiset *voivat* saada itsenäisyyden työnsä ja tulojensa kautta, feministisen tietoisuuden ja politiikan kautta. Tytöt *voivat* olla yhtä militantteja kapinassaan kulttuurisia odotuksia vastaan kuin pojatkin, rock on aina ollut tärkeä tuollaiselle kapinallisuudelle. Sukupuolipolitiikka, kuten kaikki politiikka, koskee kuitenkin niin oloja kuin valintaakin. Olen kuvaillut tyttöjen työn ja vapaa-ajan rakennetta tarkoituksellisesti karkein termein täsmälleen siksi, että useimmat rock'n'roll-kommentoijat ovat pitäneet rakenteen sortumista itsestään selvänä, viitanneet neitsytavioliittojen vähenemiseen, seksuaalisen kokeilevuuden leviämiseen, vanhempien voiman vähenemiseen, 1960-luvun toveripiirikulttuurin sallivuuteen jne. Kuitenkaan seksuaalinen "sallivuus" ja "vapautuminen" eivät ole muuttaneet naisten elämän materiaalista perustaa - heidän asemaansa työssä, painotusta avioliittoon. Olennaista on ennemminkin muuttuva seksuaali-*ideologia*. Tämä ideologia on herättänyt uusia kysymyksiä vapaa-ajalle, uusia unelmia, mutta nämä kysymykset ja unelmat (ja se miten rock niitä käsittelee) pitää ymmärtää suhteessa kotityön tosiasioihin.

10. ROCK JA SEKSUAALISUUS

NUORUUS JA SEKSUAALISUUS

Edellisessä luvussa kuvattu tyttökulttuuri on teini-ikäisten kulttuuria, joka on pääasiassa työväenluokkaista, mutta sen vapaa-ajan rajoitukset pätevät myös opiskelijakulttuuriin, vaikka taloudellisten mahdollisuuksien sukupuolinen eriytyminen ei keskiluokan nuorten kohdalla ole yhtä räikeää. Juuri 1920-luvun yliopistokampuksilla luotiin monet sodanjälkeiset teini-nuorison seksuaalikäyttäytymisen käytännöt: juuri yliopistotytöt päättivät ensimmäisenä millaisesta seksistä kunnialliset tytöt voisivat nauttia ja mikä oli luvatonta; yliopistopojat tekivät seksistä kollektiivisesta miehistä toimintaa, muuttivat viettelyn "pistelaskuksi"; juuri yliopistoissa hyväily, "petting" (ainutlaatuinen amerikkalainen sukupuoli-instituutio) ensimmäisenä muuttui rutiiniksi. Yliopiston nuorisokulttuuri tulkittiin tuolloin "vapauttavana" erityisesti tytöille, mutta heitä ei vapautettu kaksinaismoraalista.

Jos tyttöjen vapaa-aikaa rajoittaa sen käyttö kosiskelun puitteina, seurustelu on ymmärrettävä suhteessa erikoiseen avioliittoideologiaan, joka antaa tytöille vapauden - vapauden valita partnereita. Historioitsijat ovat väittäneet, että pojilla oli nuoruus, siirtymisaika lapsuudesta aikuisuuteen kauan ennen tyttöjä, kun he siirtyivät kodista töihin. Nuoruus sosiaalisena statuksena perustellaan todeksi tietyn asteisella itsenäisyydellä. Niin kauan kuin tyttöjä suojeli puberteetti, joka määritteli heidät yhteen talouteen ennen kuin annettiin avioliittoon toiseen talouteen, heillä ei ollut nuoruutta. Tytöistä saattoi tulla teini-ikäisiä vasta kun aviopuolison vapaasta valinnasta tuli normi ja kun

rakkauden odotettiin edeltävän avioliittoa. Vasta sitten siirtymäajasta tuli tarpeellinen myös naisille, silloin he voivat itse leikkiä avioliiton niityillä. Tästä ideologiasta alkoi tulla yleinen normi vasta tämän vuosisadan alussa, kun ragtime ja tanssikuume alkoivat. Rudi Blesh ja Harriet Janis lainaavat *Sedalia Timesia* vuodelta 1900:

> Kun tytöt alkavat kulkea illalla ulkona ainoana tarkoituksenaan iskeä nuoria miehiä ja jatkaa kulkemista, tarvitaan ulkonaliikkumiskieltoa, joka koskee myös yli 16-vuotiaita lapsia. Tytöt kesäiltoina valtaava levottomuus johtaa pysyviin ongelmiin, ellei sitä pian kontrolloida. Oikea mies ei etsi vaimoa kaduilta, ja oikea tyttö odottaa, kunnes mies tulee hakemaan hänet kodistaan.[1]

Lawrence Stone väittää historiikissaan *The Family, Sex and Marriage in England* että sentimentaalisen rakkauden ja "koetellun henkilökohtaisen hellyyden" ideologia avioliiton perustana levisi Euroopassa aristokratiasta porvaristoon 1700-luvun loppupuoliskolla (siirtymää osoitti romanttisen romaanin synty) ja siirtyi 1800-luvun aikana sosiaalisessa asteikossa portaittain alaspäin. Tämä ei ollut kuitenkaan luonnollinen eikä mutkaton ajatusten muutos. Nuorekas seurustelu sisälsi vaaroja - seksuaalisen epäjärjestyksen uhkan ja haasteen vanhempien auktoriteetille.

Työväenluokan nuorison ilmaantuminen näytti moninkertaistavan nämä vaarat. 1800-luvun alusta lähtien keskiluokkaisia moralisteja eniten huolestuttanut teollisen vallankumouksen ilmiö oli sen ilmeinen vaikutus työväenluokan perheisiin, kun tytöt työskentelivät uusissa tehtaissa poikien rinnalla saavuttaen heidän kanssaan "epäluonnollisen" itsenäisyyden vanhemmistaan. Porvaristo itse omaksui hitaasti romanttisen rakkauden ideologian tapana säännellä nuorten seksuaalisuutta ja taata lapsilleen asiaankuuluva siirtyminen kunnialliseen aikuiseen. Romanttista rakkautta ihannoitiin porvarillisessa kirjallisuudessa, rakkauslauluissa, kertomuksissa ja runoudessa; se tehtiin jokapäiväiseksi esikaupungeissa, keskiluokan klubeissa ja urheilutilaisuuksissa sekä tanssiaisissa, joissa tytöt pystyivät tapaamaan poikia, jotka olivat taattuja sopiviksi kumppaneiksi rakkaudessa ja avioliitossa. Toveripiirit alkoivat ottaa vanhempien

aseman korrektin seksuaalisen käyttäytymisen tuomareina.

1800-luvun loppuun tultaessa keskiluokan uudistajat alkoivat soveltaa romanttista lähestymistapaa myös työväenluokan nuorten ongelmaan - esimerkiksi Englannissa ja Ranskassa romanssia mainostettiin työväenluokan seksuaalisuuden yhteisöllisen kontrollin korvauksena, ja nuoria työläisiä rohkaistiin liittymään omien "rationaalisten" toveripiiriensä vapaa-ajan yhdistyksiin - nuorisokerhoihin, pyöräilyseuroihin, urheiluseuroihin jne. USA:ssa tärkein nuorison seksuaalisuuden kontrollointi-instituutio oli ainakin 1918 jälkeen high school. Paula Fass väittää, että erityisesti 1920-luku oli ratkaisevan tärkeä amerikkalaisen nuorisokulttuurin kehittymiselle, koska juuri silloin sentimentaalisen rakkauden ideologia yhdistettiin uudenaikaiseen seksuaalisen nautinnon puolustamiseen. Hänen mukaansa juuri "rakkauden seksualisoinnin ja seksin ylistämisen rinnakkaisprosessi auttoi ankkuroimaan 1900-luvun amerikkalaisen avioliiton kaavan, rakkausavioliiton, ihanteen".

Suhteellisen tehokkaiden ehkäisyvälineiden leviäminen teki "rakkauden seksualisoinnin" mahdolliseksi. Se ettei lapsia hankittu, rohkaisi kumppanuusavioliittoihin; määritelmästä vapautunut seksi tulkittiin uudelleen emotionaalisena ilmaisutapana, keskinäisen mielihyvän lähteenä - 1920-luvulta lähtien keskiluokkaiset avioliittokäsikirjat ovat tunnustaneet naisen seksuaalisuuden. Tämän prosessin toisen puoli oli kuitenkin seksin 'kotiuttaminen'. Kun seksuaalisuudesta itsensä takia tuli eräs avioliiton nautinnoista ja tarkoituksista, määrittyi avioliitto tarpeellisina puitteina nautittavimmalle seksille. Ei perinteellisen moraliteetin vaan romanssin tarpeena: rakkaudesta oli tullut syy seksiin ja todellinen rakkaus sisälsi sitoutumisen avioliittoon. Aluksi kihlautuminen, myöhemmin vakituinen seurustelu muuttui nuorisokulttuurissa hetkeksi, jolloin oli moraalisesti luvallista kulkea tien päähän. 1920-luvulta lähtien keskiluokan tytöt tulevina vaimoina, pystyivät ilmaisemaan "seksuaalista persoonallisuuttaan" julkisesti ja pystyivät käyttämään seksuaalisia apuneuvoja kuten ehostusta, joka oli aiemmin kuulunut prostituoiduille ja "irrallisille naisille".

Tämä ideologia oli alkujaan järkyttävää, koska se laillisti nuorekkaan seksin kumppanin valintaan kuuluvana piirteenä. Vanhemmat menettivät kontrolliansa lastensa aviokumppanin valinnan ohella

myös heidän seksuaalikäyttäytymisestään. Toveripiirit ottivat taas kerran heidän paikkansa. Ne kehittivät uusia seksuaalisuuden sääntöjä sen mukaan miten jokin esiaviollinen mielihyvä oli sekä tytöille että pojille, ei tosin sellainen, joka voisi romuttaa romanttisen siirtymän avioliittoon. Paula Fass lainaa Ohion valtionyliopiston naisopiskelijaa, joka kirjoittaa 1922 puolustuksen "polttamisensa, voodoo-tapaan tanssimisensa, avokaulaisiin pukuihin pukeutumisensa, pettinginsä ja juomisensa" fyysiselle nautinnolle. Hän huomauttaa että, vaikka

> meidän makumme saattaa ilmetä kapinallisena ja rajoittamattomana, tilanne ei näytä hälyyttävältä. Yliopistotyttö - erityisesti tyttö laitoksissa, joissa on molempia sukupuolia - on rohkea, kylmäverinen yksilö, joka ajattelee luonnollisesti. Hänen päänsä ei mene pyörälle - hän tuntee pelinsä ja osaa pelata sitä taitavasti. Hänellä on seksuaalista tietoa... Hän on varma useimmissa kriittisissä tilanteissa - hän tuntee rajat, ja koska on varma, tuollaisen tiedon avulla hän pystyy käymään läpi melkein kaikenlaisia kokemuksia.[2]

1950-luvulla "rajojen" tunteminen oli yleisesti yksi teinikulttuurin piirteistä. Mutta jos teini-ikäisten toveripiirien tehtävä oli kontrolloida teini-ikäisten seksuaalisuutta, oli kohteena tosiasiassa tyttöjen seksuaalinen käyttäytyminen. Juuri naispuolinen moraalisuus määriteltiin siveytenä, naisellinen "ongelma" tarkoitti raskautta. Aikuiset olivat huolestuneita poikien väkivallasta, järjestyksen uhkasta; huoli tytöistä koski vain seksiä, uhkaa perheelle. He olivat näin huolestuneita kaikista tytöistä, heidän pelkonsa eivät rajoittuneet "kurittomiin".

1950-luvun rock'n'roll on tavallisesti kuvattu erityisen seksuaalisena ilmaisun muotona, fyysisen "vapautumisen" lähteenä, mutta teinikulttuuri oli jo seksualisoitunut sen ilmaantumisen aikoihin. Musiikin käyttöä koskevaa kysymystä ei tule kytkeä seksuaalisuuden yleiseen ilmaisemiseen vaan seksuaalisuuden järjestämiseen. Seksuaalisuus ei ole ainoa joko ilmaistu tai alistettu ilmiö; käsite viittaa mieluummin mielihyvän ja kokemusten alueeseen, tapojen alueeseen, jossa ihmiset tekevät selkoa itsestään sukupuolisubjekteina. Seksu-

aalikeskustelut määräävät rajoituksia ja mahdollisuuksia, mitä ei saa ja mitä saa ilmaista. 1950-luvun teinikulttuurin tärkein funktio ei kuitenkaan ollut seksuaalisuuden "tukahduttaminen" vaan sen ilmaiseminen rakkauden ja avioliiton kehyksissä niin, että miespuolinen ja naispuolinen seksuaalisuus järjestyivät melko eri tavoin. Rock'n'roll ei muuttanut tätä seksuaalista järjestystä. Esimerkiksi Elvis Presleyn seksuaalisuus merkitsi erilaisia asioita hänen miespuolisille ja naispuolisille ihailijoilleen. Hänen miehisesti omaksumansa munarokkarin ja naisellisesti omaksumansa teinipoppari-idolin välillä oli selvä jännite. Rock'n'roll, sanovat historioijat merkittävästi, "kuohittiin", mutta sen "huonontuminen" (raa'asta, villistä tanssimusiikista taitavasti rakennettuihin balladeihin ja pyntättyihin idoleihin) ei merkinnyt vaaratonta kapinallisuutta vaan seksuaalisen keskustelun muuttumista musiikin siirtyessä kaduilta makuuhuoneeseen. Kummassakaan paikassa se ei asettanut kyseenalaiseksi toveripiirin seksin käytäntöjä.

Seksuaalisuuden suhteen 1960-luvulla kehittynyt nuorisokulttuuri oli kapinallisempaa: perhe oli osa hyökkäyksen kohteena ollutta järjestelmää. Kodin ideologia kumottiin, seksuaalisuus erotettiin avioliitosta, romanttinen rakkaus rikottiin ohikiitävällä hedonismilla. Tom Haydenin sanoin "nuorten valkoisten sukupolvella oli uusi vapaampi suhde seksiin ja mielihyvään, ja musiikki on ollut heidän vapautumisensa väline".

Sekä miehet että naiset kokivat rockin uudenlaisena seksuaalisena ilmaisuna. Sheila Rowbothamin sanoin musiikki oli "suuri vapautus kaikkien noiden ylilohduttavien balladien jälkeen". Karen Durbin kirjoittaa, että rock "tarjosi minulle ja monille muille naisille kanavan sanoa 'haluan' ja puolustaa omaa seksuaalisuuttamme ilman anteeksipyyntöjä ja ilman että kaikkia intohimoja tarvitsi siistiä perinteisellä 'naisellisella' halulla todelliseen rakkauteen ja avioliittoon, ja se oli hyödyllinen askel kohti vapautumista". Samaan aikaan kun kaikilta suunnilta tyttöjä yhä rohkaistiin ilmaisemaan seksuaalisuuttaan romanttisuuden avulla, antamaan etusijan ajatuksille rakkaudesta ja omistautumisesta, Rolling Stonesin tapaisia rockesiintyjiä ylistettiin heidän epäromanttisuudestaan, heidän kiinnostuksestaan "intohimon hämärämpään puoleen", heidän kiinnostuksestaan seksiin voimana ja tunteena. Ongelmasta tuli kuitenkin pian

toisenlainen: ei niin, että olivatko rocktähdet seksistejä, vaan että pystyivätkö naiset osallistumaan heidän keskusteluunsa, omaksumaan heidän musiikkinsa tulematta "yhdeksi pojista".

ROCK JA SEKSUAALINEN VAPAUTUMINEN

Miespuolinen seksuaalisuus on yhtä "luonnollisesti" aggressiivista, itsevarmaa ja pakottavaa kuin naispuolinen seksuaalisuus on "luonnollisesti" passiivista, lempeää ja herkkää. Asian ydin ei kuitenkaan ole seksin luonne vaan sen ilmentymismuodot, eivätkä ne kuvaile tunteita vaan kokoavat niitä. Rockin seksuaalista sisältöä ei voida yksiselitteisesti tulkita ilman tekstejä - laulujen sanat ovat ihmisäänen merkkejä, soittimien äänillä ei ole vakiintuneita käsitesisältöjä. Musiikin seksuaalisuuteen on tavallisesti viitattu puhuttaessa sen rytmistä - juuri syke vaatii välitöntä fyysistä vastausta - mutta rockin seksuaalisuudella on myös muita osasia. Rockkokemus on sosiaalinen kokemus, se sisältää kuuntelijoiden välisiä suhteita, viittaa ihmisten muita lajeja, muita äänellisiä assosiaatioita koskeviin arvostuksiin. Seksuaalisuutta ajatellen reagoimme musiikissa ehkäpä ennen kaikkea ihmisäänen jyväsiin, "kosketukseen", joka jollain on soittimeen, soiton persoonallisuuden tunteeseen. "Tekstin mielihyvä" on musiikillisen tuotannon itsensä mielihyvä. Eräs syy siihen, että rockin lupaukset miehisistä käytännöistä vapautumiseen jäivät 1970-luvulla täyttämättä johtui yksinkertaisesti väistämättömästä muuntumisesta avoimesta tekstistä suljettuun muotoon: määritelmän mukaan munarock eliminoi yllätyksen ja ihastuksen mahdollisuudet. Kysymykseksi kuitenkin jää: miksi tämä muoto? 1960-luvun rock ilmaisi nimenomaan perinteisen teinikulttuurin rakkaus- ja avioliittoideologian vastustamsta. Kuinka se sitten muuttui ilmaisemaan vielä jäykempää seksuaalista kaksinaismoraalia?

Rockin (ja muiden viestimien) 1960-luvulla kehittämä nuoruuden käsite sisälsi oletuksen, että hyvä seksi merkitsi spontaanisuutta, vapaata ilmaisua, "rehellisyyttä", jota voitiin arvioida vain suhteessa välittömiin tunteisiin. Seksi koettiin näin parhaimmin avioliiton ja sen rakkauteen pitkäaikaiseen omistautumiseen liittyvän ahdistavan petollisuuden rajoittavan piirin *ulkopuolella*. Periaatteessa tämä oli

sukupuolisen tasa-arvoisuuden ideologiaa - miehillä ja naisilla oli sama oikeus asettaa omat rajansa seksuaalisille kokemuksilleen.

Tuollainen sallivuus heijasteli useita muutoksia keskiluokan nuorison taloudellisessa asemassa: yhä useammat heistä olivat yliopistoissa yhä pitempään (1960-luvun lopussa yli neljäsosa *kaikista* USA:n 21-24-vuotiaista nuorista oli opiskelemassa) ja he nauttivat uusista yltäkylläisyyden tasoista (heijastumaa vanhempien kasvaneista tuloista), liikkuvuudesta ja itsenäisyydestä. Siksi oli entistä paremmat mahdollisuudet nauttia seksistä ilman mitään yhteyttä avioliittoon; erityisesti ehkäisypilleri antoi naisille mahdollisuuden hoitaa sukupuolielämänsä ilman yhteyttä perheeseen, yhteisöön tai toveripiiriin. Seksi muuttui vain erääksi vapaa-ajan muodoksi ja vapaa-ajan ideologia alkoi muuttua. Vapaata aikaa käytettiin yhä impulsiivisemmin, irrationaalisemmin ja tuottamattomammin. Se liittyi pikemmin välittömään mielihyvään kuin hyödyllisyyteen, kunnioitettavuuteen tai seurauksen tunteeseen. Seksuaalisten mahdollisuuksien leviäminen liittyi siis vapaa-ajan uuteen hedonistiseen painottamiseen. Seksistä tuli kulutettava, hetkessä käytettävä kokemus, kuten mistä tahansa vapaa-ajan tuotteesta. Seksi määriteltiin nyt ilman yhteyttä koti-ideologiaan tai romanttiseen rakkauteen. Mutta se oli silti sukupuolisidonnaista: miehet olivat yleisesti seksuaalisia kuluttajia; naiset olivat yleisesti sukupuolisia hyödykkeitä, heidän kauneutensa levitettiin kuluttajien nähtäväksi lehtien, elokuvien ja "keskiaukeamantyttöjen" loppumattomassa tarjonnassa.

Rockin seksuaalisuus kehittyi tässä sallivassa yhteydessä, mutta määritteli itsensä (alkujaan ainakin) tuollaista "muovista" kuluttajaseksiä vastaan. Rockseksi oli boheemiseksiä - maallista, todellista, "vapaata". Kuitenkin naisen asema säilyi toissijaisena.

Boheemi vapaus ja etenkin sen nuori kapinallinen versio on määritelty ensi sijassa perheen suhteen. Nuorten täytyy paeta juuri perheistään, perheriitojensa kautta he ensimmäisen kerran huomaavat itsensä kapinallisiksi, heidän kieltäytymisensä kunnialliseen kotielämään asettumisesta tekee heidän kapinallisuudestaan pysyvää. Nuorekas boheemius alkaa siten kapinana naisia vastaan - heidät samaistetaan mahdollisina kesyttäjinä kotiin, äiteihin ja sisariin. Nuoren kapinallisen täytyy olla yksinkulkija, jatkaa matkaa; naisellinen seksuaalisuus on itsessään jotain alistavaa, määrittävää ja

sitovaa. Nuoren kapinallisen tarinan Hollywood-versiossa (tarina toistuu lukuisissa elokuvissa kolmen viime vuosikymmenen aikana, vaikka James Dean säilyy rock'n'rollin kapinallisen tyylin mallina) sanoma on tarpeeksi selvä: pojan täytyy päästä ulos, tyttö yrittää pidätellä häntä. Yhdysvaltojen alkuperääiset keskiluokkaiset nuorisokapinalliset, boheemit jotka imeytyivät suurkaupungin elämään vuosisadan vaihteessa, ihastuivat juuri noihin proletariaatin instituutioihin - uhkapeliin, juomiseen ja biljardin tapaisiin urheilulajeihin - jotka olivat Ned Polskyn sanoin "herrasmiesten alakulttuurin" puolia; ne olivat miesten instituutioita ilman naisia, boheemien ainoa läheinen suhde voi olla keskinäinen ystävyys.

Jopa kapinalliset tarvitsevat naisten sukupuolisia ja kotiin liittyviä palveluja, vaikka (eräs 1960-luvun seuraus oli symbolinen hippinainen, nopsajalkainen maaäiti) perinteisesti ihanteellinen boheeminainen on "viaton" prostituoitu - joka ei liity kotiin vaan on seksin lyhytaikaisen nautinnon symboli. Prostituoitua voidaan kohdella (kuten rocktähdet kohtelevat bändäreitä) alentamisen ja halveksunnan sekoituksella, kuin hänellä ei olisi itsenäistä seksuaalisuutta. Seksi itseilmaisuna säilyy miehen etuoikeutena; nainen on *hänen* tarpeidensa ja unelmiensa kohde, jota kunnioitetaan tavallaan hänen romanttisen tekopyhyytensä puutteen takia, mutta halveksitaan nimettömyytensä takia.

Seksuaaliset suhteet käsittävät joukon tarpeellisia vastakohtaisuuksia. Näiden vastakohtaisuuksien ei tarvitse jakautua seksuaalikumppaneiden välille, ne eivät määräydy sukupuolen mukaan vaan merkitsevät alituista keskustelua, tutkimista, taistelua ja kokeilua. Nämä keskustelut ovat niin seksuaalisen mielihyvän kuin tuskankin lähteenä, keskeiset aiheet - itsenäisyys/riippuvuus, riski/turvallisuus, aktiivisuus/passiivisuus, liikkuvuus/pysyvyys, välitön/rutiini, luovuus/kulutus - antavat materiaalia parhaalle rockmusiikille, joka käsittelee suhteiden seksuaalista *väristystä*, sitä tosiasiaa että kaikki mielenkiintoiset suhteet ovat eläviä. Mutta yleisesti (Neil Youngin, Van Morrisonin tai Joni Mitchellin tapaisten muusikoiden huolen aiheista riippumatta), rockesittäjät vaativat itselleen seksuaalisia arvoja - liikkuvuutta, itsenäisyyttä, luovuutta, toimintaa, riskiä - niin, että naisellinen seksuaalisuus määritellään (aivan kuten työväenluokan katukulttuurissa) päinvastaisilla arvoilla - pysyvyys, riippuvuus,

toimimattomuus, turvallisuus. Naiset eristetään tästä "kapinallisuudesta" määritelmällä; rockin kotiin liittymättömyyden ideologia ei siirrä naisia pois kotoa vaan jättää heidät vaillinaisina sinne.

Asian ydin on seksuaali-ideologia, ei seksuaalikäytäntö. Miesten ja naisten todellinen käyttäytyminen on paljon monimutkaisempaa kuin ideologia antaa ymmärtää (käsittelin työväenluokan tyttöjen talodellisia rajoituksia luvussa 9). Esitän vielä yhden käytännöllisen huomion. 1960-luvun nuorisokulttuuri asetti vastakkain impulsiivisuuden ja laskelmoinnin, irrationaalisuuden ja rationaalisuuden, tämän hetken ja tulevaisuuden; nämä arvot edustivat kuitenkin pojille aika erilaisia ongelmia kuin tytöille. Tyttöjen täytyy säilyttää kontrolli. He eivät voi juoda tai käyttää huumeita yhtä huolettomasti kuin pojat, koska kontrollin menettäminen *tarkoittaa* seurausten kohtaamista - ilmeisimmin raskaus ("tulin juhlissa juovuksiin..."), yleisemmin huono maine ("Hän tekee *mitä tahansa*..."). Niin kauan kuin miehinen tuijotus määrittelee naisellisen viehätyksen, tytöillä on jatkuva paine kontrolloida esiintymistään; heillä ei ole varaa luopua esiintymisestä. Juopunut, "tuhrittu" nainen pysyy rumuuden vakuuttavana kuvana; rappioitunut Keith Richards säilyttää paljon *loistokkaamman* viehätyksen kuin rappeutunut Janis Joplin tai Grace Slick. Tytöt eivät voineet omaksua vastakulttuurin irrationaalisia elementtejä - seksiä, huumeita ja rock'n'rollia - niin kuin pojat ilman että se vaikuttaisi heidän määritelmiinsä itsestään, heidän suhteisiinsa, heidän elämäänsä.

1970-luvulla naiset antoivat omia vastauksiaan vastakulttuurisiin kysymyksiin seksistä, kotielämästä ja rakkaudesta - miehisen hallinnan ehdot asetettiin kyseenalaisiksi. Feministit ovat kirjoittaneet uudelleen seksuaalista roolikirjaa, minkä eräs seuraus on ollut miesten siirtyminen seksuaalisen voiman irrationaalisempiin muotoihin - raiskauksiin, väkivaltaisiin unelmiin, neuroottiseen kyvyttömyyteen pitää yllä mitään sukupuolisuhteita. Yksi miehinen oikeus (aviomiehenä) on kielletty, toista (kuluttajana) on tehostettu, seksi ja sen myötä naiset on muutettu hyödykkeiksi. Lester Bangs kirjoittaa Debbie Harrysta vuosikymmenen lopulla: "Luulen, että jos useimmat amerikkalaiset kaverit pystyisivät jotenkin saamaan suosikkijulistetyttönsä sänkyyn ja heillä olisi yhden iltapäivän ajan lupa tehdä mitä tahansa tämän legendaarisen vartalon kanssa, ainakin 75 prosenttia

maan kavereista äänestäisi hänen pieksämisensä puolesta". Juuri tässä kontekstissa 1970-luvun seksuaalisuuden musiikillisia muotoja - punkia ja diskoa - on analysoitava.

PUNKSEKSI JA DISKONAUTINTO

Punkit vastustivat sekä romanttisia että sallivia käytäntöjä ja erityisesti kieltäytyivät hyväksymästä seksuaalisuutta hyödykkeenä. He pöyhkeilivät julkisesti seksikauppojen tavaroilla paljastaen pornounelmien massatuotannon, häivyttäen sen epäinhimilliset vaikutukset shokin avulla - "Oh bondage! Up yours!" ("Oi orja! Haista vittu!"). (Tämä ei estänyt viestimiä käyttämästä runsaasti korsetteihin ja verkkosukkiin pukeutuneiden punktyttöjen kuvia.) Punkit kielsivät, että heidän seksuaalisuudellaan oli mitään merkitystä. "Rakkauteni on veltto" julisti Alternative TV:n Mark Perry. Johnny Rotten kysyi: "Mitä seksi itse asiassa on? Vain kolmekymmentä sekuntia litiseviä ääniä."

Punk oli ensimmäinen nuorisomusiikin muoto, joka ei perustunut rakkauslauluihin (romanttisuus säilyi rocktekstien pääsisällyksenä läpi vastakulttuurisen 1960-luvun), ja yksi seuraus tästä oli se, että levyillä, esiintymislavoilla ja radiossa kuultiin uusia naisääniä - läpitunkevia, itsevarmoja, epäpuhtaita, individuaalisia ääniä, laulaja oli subjektina eikä objektina. Punkin naismuusikot olivat korviasärkevän hellittämättömiä, mikä oli kaukana useimpien sodanjälkeisten kiiltokuvatyttöjen viehätyksestä (ainoa seksuaalinen yllätys esimerkiksi Debbie Harryn kaltaiselta itsetietoiselta seireeniltä oli se, että hänestä tuli teinipoppari-idoli nuorten tyttöjen sukupolvelle).

Punk katkaisi vanhan seksin ja mielihyvän yhtäläistämisen rockissa, vaikka tämän katkaisun seuraukset ovat yhä epäselviä. Brittiläinen punk-alakulttuuri tuskin erosi seksuaalisuuden suhteen mistään muusta työväenluokan katukulttuuriliikkeestä - pojat johtivat, tytöt (vähemmistönä) roikkuivat mukana. Loppujen lopuksi mahdollisesti juuri punkin seksuaalinen vaikutus esiintyjiin eikä kuuntelijoihin oli merkittävää - naiset vedettiin musiikilliseen yhteisöön, jonne heitä ei aiemmin hyväksytty, ja he toivat mukanaan uusia kysymyksiä soundista, käytännöistä ja imagosta, esiintymisen seksu-

aalisuudesta ja seksuaalisuuden esittämisestä. On vielä näkemättä vastataanko näihin kysymyksiin, mutta punkit ainakin avasivat sen mahdollisuuden, että rock voisi olla seksismiä *vastaan*.

Disko, josta tuli vuosina 1974-1978 massamusiikin hallitseva soundi ympäri maailmaa, oli alkuperältään ja vaikutuksiltaan erilainen. *Saturday Night Feverin* menestys yksinkertaisesti vahvisti sen lajin vastakaikua, joka oli USA:ssa vuosittain jo kahdeksan miljardin dollarin teollisuus ja vastasi *Billboardin* listoilla jo puolesta albumeista ja singleistä. Disko oli muuttanut radion soundia, levy-yhtiöiden järjestelmää, klubien levynpyörittäjien statusta, hyvän illanvieton merkitystä, ja kaikki tämä täytyi ymmärtää yhteydessä 1970-luvun seksuaalisääntöihin. Disko ei ollut vastaus rockille itselleen (niin kuin punk) vaan asetti sen epäsuorasti kyseenalaiseksi kysymyksillään, joita esitti musiikista ja *tanssimisesta*.

Tanssilattia on julkisin miljöö musiikille seksuaalisena ilmaisuna, ja se on ollut nuorisokulttuurille tärkeä areena aina vuosisadan alun tanssikuumeesta, jolloin afroamerikkalaiset rytmit alkoivat muokata valkoista keskiluokkaista vapaa-aikaa ja asettaa uusia normeja fyysiselle näytteille panolle, kontaktille ja liikkeelle. Tanssi on siitä lähtien ollut keskeinen populaarimusiikin merkitykselle. Erityisesti tytöt ovat aina täyttäneet tanssisalit ja olleet kiinnostuneita aviopuolison löytämisen lisäksi myös oman mielihyvän tavoittelusta. He saattavat viehättää väijyviä poikia vaatteillaan, meikillään ja olemuksellaan, mutta tanssilattialla heidän energiansa ja eloisuutensa on heidän oma asiansa. Esimerkiksi Ison-Britannian vihkiytyneimmät tanssijat, Northern soulin ihailijat, ovat täysin itsekeskeisiä, ja jopa *Saturday Night Feverissä* (jossa tanssien voimaa miedonnettiin popin edun takia) John Travolta muutti Hollywoodin kömpelöä koreografiaa paneutumisensa aidolla laadulla - avauskuvasta lähtien hänen ylväs astuntansa kaduilla ja hänen itseensä tuijottaminen ei epäröi koskaan; tanssilattian seksin olemus on fyysistä kontrollia ja mitä tahansa tapahtuu, John Travolta ei koskaan hellitä.

Tanssilla elämäntapana, pakkomielteenä on Yhdysvalloissa menneisyys. Shorty Snowden, 1920-luvun Savoy Ballroomin John Travolta, kärsi "sunnuntai-illan huumasta":

> Aloimme valmistautumisen sunnuntaita varten jo lauantaina.

> Ihanteena oli saada ainoa tyylikäs pukumme räätälille präs-sättäväksi lauantai-iltapäivällä. Sitten tapaisimme biljardisalilla ja rehentelisimme siitä, mitä tekisimme tanssilattialla seuraavana iltana...[3]

1920-luvun tanssikultti levisi nopeasti valkoisten "muotitietoisten" teini-ikäisten keskuuteen, jotka yrittivät pukeutua, tanssia ja liikkua kuin nämä terävät mustat "keikarit". Lama virkisti tanssimista myös muiden kuin muotitietoisten keskuudessa. Tuhannet pienet, halvat baarit, joissa oli tanssilattia, käyttivät pianoa, levysoittimia, radioita ja levyautomaatteja täyttääkseen viikonloput melulla. Tuollaiset työväenluokan tanssipaikat olivat ensiarvoisen tärkeitä seurustelukulttuurille, mutta tanssiminen merkitsi jotain vielä tärkeämpää: se oli pakokeino, todellisen ajan pysäyttämistä, tapa, jolla jopa työttömät pystyivät nauttimaan ruumiistaan, fyysisistä taidoistaan ja inhimillisen voiman tunteesta, joka heidän elämässään oli muuten kielletty. Tuollaista voimaa ei välttämättä tarvitse yhdistää seksuaaliseen kilpailuun (vaikka se usein onkin). Juhlat, fyysisen mielihyvän perjantaiset ja lauantaiset purskahdukset, seksillä tai ilman, ovat aina olleet kiihkeimpiä elinympäristöjä työväenluokan musiikeille ragtimestä punkiin.

Juhliminen on tietysti tärkeintä sitä eniten tarvitseville. Mitä muuta sitten tapahtuikin 1950- ja 60-lukujen massamusiikille, niin oli paljon ihmisiä (mustan työväenluokan amerikkalaiset, brittiläiset työväenluokan teini-ikäiset käyttäen paljolti samaa musiikkia), jotka eivät koskaan lopettaneet tanssimista - 1970-luvun diskot nousivat musiikillisesti mustien klubeista ja olivat kaupallisesti riippuvaisia jatkuvasta viehätyksestään valkoisille nuorille. Seksuaalisesti disko oli kuitenkin tärkeimmillään homoesteettisesti, ja sosiaalisesti oli erityisen yllättävää, että suuri keskiluokka omaksui tämän estetiikan.

Diskomusiikki on teoriassa tanssimusiikkia, sen muoto määrää sisällön. Aiemmin keskiluokan tanssimusiikki, jopa 1930-luvulla, oli ollut sellaista, että sisältö määräsi muodon - silloin oli yhä vaikutusvaltaisia tanssisalien ohjaajia, nuottien myyjiä ja yhtyeiden johtajia, jotka määräsivät ehdot kumppanuudelle, arvokkuudelle, kohottavalle kokemukselle ja säädyllisyydelle. Diskossa ei ole sellaisia sääntöjä, mutta toisaalta henkilökohtainen ilmaisu ei merkitse mitään, jos

ei ole mitään henkilökohtaista ilmaistavaksi. Diskomusiikki ei ole kritiikistä huolimatta mitään muzakin kaltaista. Muzakin vaikutus on alitajuinen; sen tarkoitus on rohkaista kuulijoitaan tekemään kaikkea muuta kuin kuuntelemaan sitä. Diskon vaikutus on materiaalinen; sen tarkoitus on rohkaista kuuntelijoitaan olemaan tekemättä mitään muuta kuin kuuntelemaan sitä.

Mitä he kuulevat? Ilmeisimmin eroottista viehätystä - sitä mitä Richard Dyer kutsuu "koko kehon eroottisuudeksi". Kaikki tanssiminen merkitsee fyysiselle tunteelle omistautumista mutta disko laajensi tunteen mahdollisuuksia. Diskonautinto ei ole eristävää, laulurakenteen, musiikillisten alkujen ja loppujen sitomaa, vaan se pikemminkin välittyy kertausten avonaisella sarjalla, muuttelemalla sitoutumisen *intensiteettiä*. Ja kuten Dyer ehdottaa, diskolla on sama rytminen pulssi kuin rockilla, mutta se välttää rockin fallos-keskisyyden: disko on omistautunut neljä-neljäsosarytmiin sen kaikissa sivumerkityksissä. Diskotanssi on monimutkaista, se välttää rockin nykimisen, yksitoikkoisuuden ja hyökkäyksen, diskotanssijat huijaavat ja liukuvat, he käyttävät kehon kaikkia eroottisia mahdollisuuksia.

Tanssiminen on aina tarkoittanut fyysistä nautintoa, joka on riittävän intensiivistä sulkeakseen hetkeksi pois muut huolet, mutta disko sysäsi tuollaisen nautinnon uusiin äärimmäisyyksiin: diskokokemus on häkellyttävä *tämän hetken* kokemus, jota tehostavat vielä amyylinitraatin tapaiset huumeet ja jossa tanssija on samanaikaisesti täysin itsekeskeinen ja melko epäitsekäs, täysin seksualisoitunut ja sukupuolen suhteen sukupuoleton. Diskolattialla ei ole avointa taistelua partnereista, ei eristäytymistä; disko (toisin kuin boheemius) ei ilmaise mitään, ei tee ilmaisullisia vaatimuksia - jos boheemius ehdottaa erilaista elämäntapaa, disko yksinkertaisesti tarjoaa elämäntavan erilaisen kokemisen.

Eroottisuuden ja ekstaasin diskoversio ei ole itsessään homoseksuaalinen, mutta näiden kokemusten esteettiset käytännöt heijastivat homotietoisuutta. Esimerkiksi homoromanttisuus oli täyttänyt ne: diskotunteet yhdistettiin ohimeneviin emotionaalisiin kontakteihin, ohimeneviin suhteisiin kulttuurissa, jonka rakkaussuhteessa kaikki voi tapahtua yhdessä yössä. Diskoeroottisuus muuttui myös merkiksi seksuaalisuudesta, joka oli koko ajan muokat-

tavana. Juuri rakennusprosessi, diskokokemuksen todellinen keinotekoisuus teki siitä eroottisen. Disko oli mauttomuuden versio: parhaat diskolevyt oli tehty ironian tajulla, aggressiivisella itsetietoisuudella ja kiinnostuksella julkisiin esiintymisiin. Diskon laulutyylien ja 1930-luvun nyyhkyiskelmien välillä oli selvä yhteys: sekä Billie Holiday että Donna Summer tyylittelivät tunteita, etäännyttivät kivun ja paljastivat seksuaalisuuden tekstit (tämän takia diskolla oli suunnaton vaikutus punkin jälkeiseen avantgardeen, vaikka punkkarit periaatteessa halveksivat sitä).

Valtavirran disko, teini-ikäisen työväenluokan lauantai-illan huuma, jatkoi toimintaansa perinteisen katujuhlatyylin mukaan; teini-ikäiset tanssivat eri tavoin ja erilaisten soundien säestämänä kuin homot. Juuri homodiskon estetiikkaa keskiluokan tanssijat alkoivat kuitenkin omaksua vuodesta 1974 alkaen. Kun 1960-luvun "salliva" seksuaali-ideologia oli heijastanut uutta vapaa-aikaa ja seksuaalisia mahdollisuuksia, heijasti 1970-luvun diskokulttuuri niiden emotionaalisia seurauksia. Disko oli musiikkia yksinäisten baareihin, seksuaaliseen liikkuvuuteen, heteroseksuaaliseen risteilyyn, viikonlopun huveihin ja ohimeneviin unelmiin. Homokulttuuri heijasti omalla tavallaan kodittoman seksin ongelmia ja mahdollisuuksia, rakkautta ilman tavanomaista erottelua mieheen ja naiseen. Nämä ongelmat ja mahdollisuudet olivat nyt tulleet tärkeiksi myös heteroseksuaaleille.

Disko kertoi eroottisuudesta ja ekstaasista materiaalisina tuotteina, joita ei ole tuottanut hengellinen tai emotionaalinen työ, Jumala tai rakkaus vaan teknologia ja kemia, hyvinvointi. Diskokokemus (musiikki ja mieliala, pillerit ja valot) paljasti seksuaalisten tunteiden keinotekoisuuden ja katoavuuden - ne oli tuotettu kulutettaviksi. Siirtyessään kaupalliseen valtavirtaan diskonautinto muuttui kulutuksen itsensä nautinnoksi. Tämä oli erityisen selvää Studio 54:n elegantissa viehätyksessä, mutta se oli yhtä merkittävää yhtä elegantien tehtaan tyttöjen pöyhkeilylle, heidän kiivetessään Tiffanyn portaita Ison-Britannian provinsseissa. Disko ei asettanut vaatinut itselleen kansaan liittyvää statusta; luovaa diskoyhteisöä ei ollut. Mieluummin musiikki oli amerikkalaisen kulutusyhteisön uusi kansainvälinen symboli. Tyylikkäitä diskoja ilmestyi ympäri maailmaa, ja niistä jokainen tarjosi ikuisen amerikkalaisen nuoruuden salaisuuden; kulutuksen ja seksin mielihyvistä tuli tuollaisissa

puitteissa sama asia.

Pakenemisen ongelma ei ole pako itse, vaan se mitä jää jäljelle, kun se on ohi - maanantaiaamun valjetessa sataa yhä. Kun jotakin on kerran kulutettu se on mennyt; uudet tuotteet ovat tarpeellisia, uudet kokemukset, uudet huumaantumiset ja uusi seksi. Kuten monet tarkkailijat huomauttivat, diskosta oli tullut 1970-luvun lopulla huume, mutta vapaa-aika itse oli epätoivoinen. Andrew Holleranin diskoromaanissa *Dancer from the Dance* kaikkein omistautuneimmat diskoissa kävijät ovat kaikkein innokkaimpia pääsemään pakoon:

> He näyttivät harvoin onnellisilta. He ohittivat toisensa hississä vaihtamatta sanaakaan, kuten hiljaiset varjot helvetissä, lujan päättäväisinä, kun komea vieras katsoo heitä seuraavan kerran. Seuraava kiihottuminen pilleristä. Seuraava laulu, joka muuttaa heidän luunsa hyytelöksi ja jättää heidät tanssilattialle päät taaksepäin, silmät melkein kiinni, stigmansa saavien pyhimysten ekstaasissa. He tavoittelevat näitä asioita sellaisella omistautumisella, että he hankkivat muutaman kauden jälkeen villiintyneen katseen, kuolemanvakavan ulkonäön. Jotkut pyyhkivät kaiken mitä voivat pois kasvoiltaan ja muuttivat itsensä tyhjiksi. Kuitenkin jopa nämä, kun astuit käytävään missä he seisoivat odottaen sisäänpääsyä, saattoivat kääntyä kaikki yhtä aikaa sinua kohti tuona harkitsemattomana hetkenä (niinkuin näemme itsemme peilistä, kun emme tiedä sen siinä olevan) sama katse kasvoillaan: vie minut pois tästä.[4]

11. ROCK JA VAPAA-AIKA

VAPAA-AIKA JA TYÖ

Mielihyvää ei määritellä vain diskoissa nuorekkaan energian, sulouden ja huolettomuuden tavoitteluna. Kuten olen jo ehdottanut, ainakin 1920-luvulta lähtien nuorekkaat tyylit ja tilanteet ovat kestäneet yleisinä malleina aikuisten vapaa-ajalle. Vapaa-ajan tuotteita - vaatteet, meikit, urheilu, musiikki ja seksi - on markkinoitu kuin ne olisivat itsessään vastamyrkkyä vanhenemiselle. Samalla tavoin nuorisokulttuurit on selitetty vapaa-ajan kulttuureina ja vapaa-ajan itsensä merkitys on otettu itsestään selvänä - vapaa-aika on "vapaata aikaa" ja nuorilla on sitä enemmän kuin kellään muulla.

Asia ei ole noin yksinkertainen: vapaa-aika on erityinen, monimutkainen vapaan ajan organisaatio ja on suhteessa työn organisaatioon. Vapaa-ajan historioitsijat ovat tehneet kaksi erityistä huomiota tutkiessaan sen nousua 1800-luvulla teollisen kapitalismin osana.

Ensiksikin, teollinen tuotanto oli organisoitunut rationaalisen työkurin kehittyvien periaatteiden ympärille: työläiset olivat tehtaan sosiaalisen organisaation ja koneistuksen teknisten vaatimusten alaisia. Työ itsessään muuttui rutiiniksi ja kertaukseksi, muuttumattomaksi ajan ja tilan käytöltään. Tuollainen työkuri saattoi kehittyä vain yhteydessä samalla tavalla rationaaliseen vapaa-ajan kuriin: perinteiset irrottelun ja rellestelyn kaavat täytyi alistaa teollisen työprosessin aikaan sidotuille tarpeille. Vuosisadan lopussa vapaa-aika ei ollut enää satunnainen tapahtuma (markkinat, karnevaalit tai sadonkorjuujuhla) vaan rutiinia, "ei-työn" päivittäinen kokemus.

Toiseksi, teollistuminen merkitsi työn ja kodin, tuotannon ja kulutuksen yhä jyrkempää eroa. Vapaa-ajasta tuli aika, jolloin hyödykkeitä hankittiin ja kulutettiin. Kestokulutushyödykkeille oli

vuosisadan lopussa varmat markkinat. Niiden tuotanto oli keskeistä kapitalistiselle hyvinvoinnille; niiden kulutus tuli mahdolliseksi uusilla, sitovilla luottokauppasopimuksilla. Vapaa-aika merkitsi tiettyjä sitoumuksia.

Tämän uuden yhteiskunnan ideologia oli se, että ihmiset työskentelivät järjestyksessä voidakseen nauttia vapaa-ajasta niin kuin halusivat - hankkimansa rahat he kuluttivat haluamiinsa tuotteisiin. Sen vuoksi 1800-luvun alussa malthusilaiset kysyivät huolestuneina, että jos työläisluokat kerran tulivat tarpeeksi vaikutusvaltaisiksi nauttimaan "laiskuudesta", tekisivätkö ne enää koskaan työtä. Käytännössä työ ja työn kokeminen säilyivät kuitenkin ainoina oikeutuksina tuollaiseen laiskuuteen. Esimerkiksi 1930-luvulla (ja nykyään) massatyöttömyys ei merkinnyt massavapaa-aikaa vaan mieluummin teki työn tarpeen tärkeämmäksi - vapaa aika ilman sitä merkitsi häpeää ja tylsistymistä. Sodanjälkeinen runsaus ei perustunut laiskuuteen vaan ylityöhön, kun ihmiset työskentelivät yhä ankarammin ostaakseen vapaa-ajan hyödykkeitä, joista nauttimiseen heillä ei ollut aikaa.

"Vapaus", joka sisältyy tavallisiin arvioihin vapaa-ajasta, on lyhyesti sanottuna petollinen. Vapaa-aika on tarpeellista myös pääomalle; se on aikaa jolloin työvoima uusiutuu fyysisesti ja kulttuurisesti, virkistäytyy; se on aikaa jolloin ihmiset kuluttavat, jolloin lisäarvo muutetaan rahaksi. "Vapaa" aika ei rakennu vain ideoista vaan myös materiaalisista voimista, tavaroiden ja varojen saatavuudesta, työprosessin vaikutuksesta ihmisten kykyihin ja haluihin. Tilipussin koko määrää sen mitä varoja ihmisillä on; työodotukset ja uramahdollisuudet rajoittavat niitä vapaa-ajan riskejä, joita he ovat valmiita ottamaan; työkuri ja työläisten sitoutuminen työhön henkisesti ja fyysisesti rajoittaa heidän vapaa-ajan kykyjään. Vapaa-aika sisältää jännitteen valinnan ja rajoituksen välillä; tämä jännite on yksi puoli yleisestä tuotannon ja kulutuksen välisestä suhteesta. Toisaalta vapaa-aika on hauskuuden, vapauden ja nautinnon lähde, tarpeellinen vastine vieraannuttavalle työlle; mutta sen on toisaalta oltava rajoittavaa, kontrolloivaa ja merkityksettömäksi tehtyä, ettei se sekaantuisi työprosessiin. Viikonloppu on selvin ilmaus työ/vapaa-aika -suhteesta. Perjantai- ja lauantai-illat ovat juhlimisaikaa juuri siksi, ettei seuraavana aamuna ole töitä. Tästä näkökulmasta vapaa-aika ei ole ollenkaan todella vapaata aikaa, vaan ei-työn organisaatio, jota kapitalistiset tuotantosuhteet määräävät.

Kuten olemme nähneet, nuorilla oletetaan olevan enemmän vapaa-aikaa kuin kenelläkään muulla, ja heidän oletetaan olevan vapaampia vapaa-aikanaan. Taloudelliset pakotteet eivät rajoita heitä niin kuin heidän vanhempiaan, heidän ei tarvitse pitää yllä kotia ja perhettä ja he ovat vastuuttomampia työssä ja sen ulkopuolella. He myös jaksavat juhlia rankemmin kuin vanhempansa. Kapitalismissa nuoruus on vapaa-ajan symboli ja siksi ei ole niin yllättävää, että antikapitalistiset kirjoittajat ja massakulttuurin kriitikot ovat aina nähneet nuoret myös vapaa-ajan ensisijaisina *uhreina*. Vuonna 1894 sosialistinen lehtimies Robert Blatchford kirjoitti lehdessään *The Labour Prophet*:

> Nuoret ihmiset menivät tanssimaan; menin katselemaan heitä ja ahdistuin melankoliasta. Noin yhdentoista aikaan juhla oli ohi ja menin kotiin; ja matkalla mietiskelin itsekseni synkästi ja sanoin: "Nämä olentorukat eivät edes tiedä miten huvitella."
>
> Tässä juhlassa tytöt olivat melkein kaikki Lancashiren tehdastyöläisiä; useimmat nuoret miehet olivat tehdas- ja kaivostyöläisiä. Olen nähnyt heidät työssään rasvaisissa, löyhkäävissä, sairaissa tehtaissaan ja synkissä kaivoksissaan, enkä ole tuntenut puoliakaan niin voimakkaasti kuin nyt, kuinka raskasta, tylsää, kuluttavaa ja epämiellyttävää heidän elämänsä on.
>
> Huoneessa ei ollut kauniita tyttöjä; suosituimpia olivat ne, jotka olisivat saattaneet tai joiden olisi pitänyt olla kauniita. Huoneessa ei ollut *yhtäkään* tyttöä, joka pystyi seisomaan tai kävelemään suloisesti tai vapaasti. Kaikki olivat enemmän tai vähemmän hartiat lysyssä. Heidän ihonvärinsä oli sairas ja synkkä, heidän äänensä raa'at ja kovat. He olivat pukeutuneet kömpelösti ja huonolla maulla ja he näyttivät levottomilta, tylsiltä ja *väsyneiltä*. Jotain aika meluisaa iloisuutta oli, mutta "onnellisuutta" ei selvästikään: ei iloisuutta, säkenöintiä tai keveyttä.
>
> Itseasiassa näitä ihmisiä ei oltu koskaan opetettu olemaan iloisia.
>
> Sen lisäksi, he eivät olleet koskaan tienneet, mitä on olla vapaa.

Neljäkymmentä vuotta myöhemmin vuonna 1934 J.B. Priestley valit-

teli *English Journalissa*, mitä oli tapahtunut Nottinghamin Hanhimarkkinoille:

> Tällaisten markkinoiden todelliset isännät olivat nuorukaisia toisella kymmenellään; ja väkijoukossa heitä oli tuhansia tönimässä, viheltelemässä ja kiljumassa; pojat, naamat virneessä ja tyhjinä värivalojen välkkeessä, joskus näyttäen epäihmisten rodun jäseniltä, jotka olivat nousseet maan sisästä; tytöt, joiden paksusti puuteroidut kasvot olivat pieniä valkoisia naamareita ilman piirteitä mutta töhrityt punaisella ja mustalla, näyttäen nukeilta jostakin helvetillisestä lelukaupasta; ja kaikkien ulkokuori oli kiehtova ja pelottava. Ja nämä olivat Hanhimarkkinat ja iloinen Englanti.

Vielä kolmekymmentä vuotta myöhemmin vuonna 1964 Paul Johnson *New Statesmanissa* kommentoi popilmiötä:

> Molemmilla tv-kanavilla pyörii nyt viikottainen ohjelma, jossa soitetaan teini-ikäisille poplevyjä ja arvioidaan niitä. Kun musiikki on esitetty, kamerat viivyttelevät armottomasti yleisön kasvoilla. Minkä pohjattoman tyhjyyden ne paljastavat! Suuria kasvoja, jotka pullistelevat halpoja makeisia ja jotka on voideltu tavaratalojen meikeillä, avonaisia, roikkuvia suita ja tuijottavia silmiä, mielettömästi musiikin tahtiin hakkaavia käsiä, murtuneita piikkikorkoja, kehnoja stereotyyppisiä muotivaatteita. Tässä on ilmeisesti kaupallisen koneiston orjuuttaman sukupolven kollektiivinen muotokuva. Äskettäin lähtiessäni tv-studiolta törmäsin yhden tuollaisen joukkion vaellukseen. Kuinka pateettisilta ja haluttomilta he näyttivätkään: nuoret tytöt, tuskin 16 vuotta vanhemmat, aikuisten tapaan pukeutuneina ja jo järjestäytyneinä riiston rehuksi.

Kaikkien näiden kirjoittajien oletus on se, että työ itse - rutiininomainen, mieletön, tylsä - tuhoaa nuoren kyvyn olla vapaa, huvitella millään järkevällä tavalla. Kaupalliset vapaa-ajan hyödykkeet on vuorostaan suunniteltu vahvistamaan työläisten kulttuurista kyvyttömyyttä. Tuloksena on käsitys nautinnosta heikentävänä asiana: erityisesti nuorilta kielletään mahdollisuus oppia, että heidän elä-

mänsä voisi olla erilaista. Näyttää siltä, että kaikkivoipa kapitalismi kirjoittaa versionsa vapaa-ajan kokemuksesta, joka muuten on kirjoittamaton. Nuoruus on kaupallisten voimien groteski tuote eikä sillä ole itsessään kulttuurista tarkoitusta. Kuten ehdotin luvussa 3, massakulttuurin kriitikot pitävät massakulttuuriyleisöjen passiivisuutta itsestään selvänä.

Tosiasiassa vapaa-ajan luokkasuhteet eivät kuitenkaan ole suoraviivaisia. Kun 1800-luvun kapitalistit raaimmillaan yrittivät maksimoida lisäarvon pidentämällä työpäivää ja kutistamalla työläistensä "tarpeita" pelkkään fyysiseen selviämiseen, työläiset järjestäytyivät menestyksellisesti lyhentämään työpäivää ja laajentamaan käsityksiä proletaarisen elämän välttämättömyyksistä - British Factory Actsin selvä välitön seuraus oli vapaa lauantai-iltapäivä. Kampanjassaan työläiset saivat tukea "valistuneilta" kapitalisteilta, jotka yhtäältä uskoivat, että onnelliset työläiset olivat tehokkaampia ja vastuuntuntoisempia kuin ne, jotka myivät työvoimansa vain "välttämättömyyden tylsän pakotteen" alla, ja toisaalta tajusivat, että työläiset olivat myös kuluttajia - Marx vertasi kapitalistien suhtautumista näiden omiin ja toisten työnantajien työläisiin.

Työläisten vapaa-ajan kapitalistisessa järjestymisessä on jännite vapaa-ajan kontrolloimisen tarpeen (niin ettei se pilaa työaikaa) ja vapaa-ajan ideologisen tärkeyden (aikana jolloin ihmiset kokevat itsensä vapaiksi työläisiksi) välillä. Vapaa-ajan kontrollin täytyy olla epäsuoraa; vapaa-ajan valinnat täytyy rajoittaa, mutta niitä ei voi määrätä. Tämä ei tarkoita vain porvarillisten normien tyrkyttämistä passiivisille kuluttajille. Vapaa-ajan hyödykkeet eivät itsessään vaikuta riittävästi hyvään järjestykseen. Esimerkiksi juominen on ollut porvarillisen väittelyn kohteena aina siitä saakka, kun liberaalit valmistajat tuomitsivat konservatiiviset panimot. Samanlainen ristiriita oli yhä ilmeistä punkrockin kaupallisessa riistämisessä - yksityiset klubit kiinnittivät yhtyeet, jotka kaupungintalot kielsivät; Virgin nappasi Sex Pistolsin, kun EMI ja A&M olivat sen erottaneet. On kapitalisteja, jotka ovat valmiita markkinoimaan mitä tahansa, mikä on potentiaalisesti tuottavaa, riippumatta sen vaikutuksesta moraaliin, lakiin ja järjestykseen tai jonkun muun tuottoihin. Jos pornografia, huumeet, aseet tai vallankumous käyvät kaupaksi, niin silloin niitä myydään.

Näissä oloissa - työläisten ideologinen vapaus kuluttajina ja hyö-

dykkeiden tuottajien erilaiset kiinnostukset - vapaa-ajan "kontrolli" on vaikeaa. Säätely on aina ollut tukahduttamista tärkeämpää (paitsi kieltolain tapaisessa lyhyessä kokeilussa), ja kapitalistinen vapaa-aika on kehittynyt lupien ja lupaviranomaisten puitteissa. Esimerkiksi moderni poliisi kehittyi ensisijassa vartioimaan ja soveltamaan käytäntöön anniskelulakeja eikä niinkään taistelemaan rikollisuutta vastaan. 1800-luvun teollisuuskaupungeissa työväenluokka oli eristetty omille alueilleen ja harrastuksilleen ja juuri poliisi valvoi pubeja, väkijoukkoja ja kadunkulmia, vahvisti juomisen, prostituution, uhkapelin ja esiintymisten säännöksiä. Painotus oli valvonnalla ennemmin kuin estämisellä; poliisimiesten tehtävänä oli estää työläisten vapaa-ajan muuttuminen julkiseksi häiriöksi, yleisten vapaapäivien muuttuminen poliittisiksi tapahtumiksi. Robert Storchin sanoin poliisimies oli "paikallinen lähetyssaarnaaja" tuomassa keskiluokan rajoituksia ja kunnollisuutta työväenluokan elämään. Hän oli läsnäolollaan 1800-luvun vapaa-ajan luokka*jaon* symboli: työnantajat ja heidän renkinsä ja työläisensä eivät tavanneet vapaa-ajallaan (niin kuin maalaisherrasväki ja heidän renkinsä ja työläisensä kerran tapasivat maalaisjuhlissa ja urheilutapahtumissa ja niin kuin aristokraatit ja ryysyläisköyhälistö yhä tapaa kilparadan tai nyrkkeilykehän äärellä). Riippumatta poliisien vaikutuksista rikollisuuteen heidän läsnäoloaan ei toivottu kaduilla. Brittiläiset music hallin -laulajat lausuivat sanan poliisi "ongelmia", poliisit olivat loputtoman pilailun kohde. USA:ssa poliisista tuli "The Man", tunkeileva, väkivaltainen ja turmeltunut, kun se kierteli paikallisia katuja, baareja ja tanssipaikkoja soveltaen hämäriä lakeja huumeista, alkoholista ja seksistä.

Epäsopivan vapaa-ajan säännöstely kuuluu yhteen sopivan vapaa-ajan mainostuksen kanssa. Suuri osa tästä prosessista on ollut myös epäsuoraa - asutus-, koulutus-, terveys- ja perhepolitiikoilla on ollut vaikutuksensa vapaa-ajan mahdollisuuksiin. Mutta on ollut myös kahdenlaisia vapaa-ajan yrittäjiä - moraalisia yrittäjiä, mainostamassa "rationaalista virkistäytymistä" ja kaupallisia yrittäjiä syytäen ulos vapaa-ajan tavaroita ajatellen vain niiden tuottamaa voittoa.

1800-luvun moraaliyrittäjät näkivät vapaa-ajan keinona itsensä kehittämisen päämäärälle. Vapaa-aika oli koulutuksellinen instituutio; rationaalista virkistäytymistä rohkaistiin sen käytännöllisten vaikutusten perusteella. Esimerkiksi sir James Kay-Shuttleworth, merkittävä kouluttaja vuosisadan puolivälissä, oli kouluissa tapah-

tuvan musiikillisen ohjauksen takia suunniltaan innostuksesta. Hän julisti: "Laulut ovat tärkeä keino muokattaessa työteliästä, rohkeaa, lojaalia ja uskonnollista työväenluokkaa." Hän ajatteli, että ne pystyivät "herättämään innokkaita näkemyksiä teollisuudesta ja yhdistämään huvin velvollisuuksiin".

1800-luvun vapaa-aika määräytyi sekä porvaristolla että työläisillä moraalisten periaatteiden mukaan (oletus, jonka mukaan keskiluokan nautintojen täytyy olla myös funktionaalisia, elää nykyisessä esikaupunkilaisessa hölkkääjien, puutarhureiden ja ruoanlaittajien kulttuurissa). Tuollaisten toimintojen taustalla on protestanttinen työetiikka: nautinnon tulee olla oikeutettua; myös vapaa-ajan täytyisi tarkoittaa yrittämistä ja itsekuria. Vapaa-ajan alistaminen työlle on tarkoittanut yksinkertaisimmillaan keskiluokkaisen sosiaalisen elämän organisoitumista liike-elämän tarpeiden mukaisesti - jokainen toiminta valitaan sen mukaan, miten se vaikuttaa uraan. Tämä sisältää kuitenkin myös ideologisen erottelun tiettyihin taiteen ja urheilun muotoihin ruumiillistuneiden kohottavien kokemusten ja "tuhlaavaisen" hedonismin välillä. 1800-luvun lopussa erottelu rationaalisen ja irrationaalisen vapaa-ajan välillä vahvistettiin institutionaalisesti: rationaalista vapaa-aikaa markkinoitiin kouluissa, kunnallisissa puistoissa ja kirjastoissa; poliisi tarkkaili irrationaalista vapaa-aikaa. Jotkut vapaa-ajan muodot olivat toisia parempia "järkeistämisessä". Isossa-Britanniassa opettajat, papisto ja lehtimiehet yrittivät systemaattisesti soveltaa työväenluokan urheilulajeihin julkisista koulupeleistä syntyneitä moraaliperiaatteita - kuri, yritys, kilpailu, joukkuehenki ja hyvät tavat. Käyttääkseni toisenlaista esimerkkiä: USA:ssa kunnalliset kerhot tukivat mustien soittokuntia ja tanssiorkestereita, pukivat ne univormuihin ja ilmoittivat ne keskikaupungin musiikkikilpailuihin.

Moraalisille yrittäjille ongelmana oli se, että "rationaalinen" virkistäytyminen oli ristiriitainen käsite: vapaa-aika on määritelmän mukaan vastakohta työlle, velvollisuudelle ja rutiinille; se sisältää määritelmän mukaan "moraalisen aineksen horjuttamisen". Mutta samasta syystä vapaa-aika on myös ympäristönä ei-rutiininomaisille rakkauden, taiteen ja ekstaasin kokemuksille. 1800-luvun ongelma oli ollut tarpeellisen kurin ja rentoutumisen, järjestyksen ja epäjärjestyksen yhdistäminen. Kun vapaa-ajan uskonnollinen kontrolli häipyi, nousi uusi kaupallisten yrittäjien rotu, hyödykkeiden myyntimiehet, jotka olivat valmiita tuomaan vapaa-ajan "tarpeita"

yhteen saatavilla olevien vapaa-ajan tavaroiden kanssa.

1920-luvulla tapahtui selvä muutos uskonnollisesta maalliseen suhtautumiseen keskiluokan vapaa-ajassa oli - tämä oli yksi puoli nuoruuden idealisoinnissa. Esimerkiksi kampuskulttuuri oli kiinnostuneempi hedonismista kuin velvollisuuksista. Julkinen ja yksityinen -jaottelu määriteltiin uudelleen: vapaa-ajasta tuli yksityisen ympäristö, vapaa-aika merkitsi henkilökohtaista ilmaisua. Asian ydin oli kulutus, ei edistys, hemmottelu, ei velvollisuus, maku eikä säädyllisyys.

Kuitenkin myös kaupallisilla yrittäjillä oli järjestyksen ja rutiinin ongelma; myös he hylkäsivät "irrationaalisen" vapaa-ajan, spontaaniuden, juomisen, häiriön, jotka kaikki vaikuttivat yhtä lailla tuottoon kuin ihmisiinkin. Kaupalle tämä oli ennemminkin muodon kuin sisällön ongelma. Sen tuotannon logiikka houkutteli vapaa-ajan järjestäytymiseen ajatuksillaan ammattimaisuudesta ja ennustettavuudesta (mikä vähensi kaupallista riskiä). Alusta asti esimerkiksi brittiläisten music hallien omistajilla, jotka eivät olleet kovinkaan kiinnostuneita musiikin moraalisuudesta, oli ollut oma kiinnostuksensa hyvään järjestykseen. Ravintoloitsijoiden ammattilehden *The Eran* sanoin vuonna 1885:

> Yksi suurimmista mahdollisista kiusoista järkeville ihmisille, jotka käyvät viihdepaikoissa kääntääkseen huomionsa pois sekä politiikasta että liike-elämästä, on, että music hallin laulajat toistavat säkeistöissä päivälehtien mielipiteitä ja sinkauttelevat niitä kuuntelijoidensa korviin. Ihmiset, jotka käyvät viihdepaikoissa viihdytettävinä, ja näiden me uskomme muodostavan vakaasti maksavan luokan, ovat liian järkeviä halutakseen julistaa omia mielipiteitään osoittamalla suosiotaan mielettömälle roskalle, jolla on poliittinen tarkoitus.[1]

1890-luvulla music hallien omistajilla oli pitkä lista ehtoja taiteilijoiden sopimuksiin: ei hyökkääviä vihjauksia hallituksesta, ei "karkeita piloja ja raakaa kieltä", koomiset laulut tuli antaa johtajan tarkastettavaksi vähintään kahta päivää aikaisemmin eikä taiteilija saanut "puhua yleisön kanssa lukuunottamatta normaalia esiintymistä". Se, että vakituisesti maksaville asiakkaille annettiin mitä he tahtoivat, määriteltiin kaupallisena prosessina *hillitysti käyttäytyvän*

massayleisön turvaamiseksi, ja tämä määritelmä jalostui yhdessä massaviestimien ja niiden byrokraattisen kontrollin kehityksen kanssa. Elokuvan, radion ja television nousu merkitsi populaariviihteen yhdenmukaistumisen lisäksi myös sen spontaanisuuden, repivien ja anarkististen elementtien säätelyä. "Ammattimainen viihde" on harvoin ollut kehittävää 1800- tai 1900-luvun moraalisten yrittäjien standardien mukaan, mutta se on aina ollut omalla tavallaan turvallista; se on käyttänyt omia sääntöjään työväenluokan nautintojen muuttamiseksi keskiluokkaiseen muottiin.

Tähän asti olen kuvaillut erilaisia tapoja, joilla vapaa-aika on järjestäytynyt tai kontrolloitunut - suoraan tai epäsuoraan käytetyillä säännöillä, tiettyjen tuotteiden ja toimintojen mainostuksen kautta; tämä on silti yksipuolinen arvio. Tähän mennessä kuvatut yrittäjät ja lähetyssaarnaajat ovat varmasti vaikuttaneet työväenluokan vapaa-aikaan, mutta he eivät ole täysin määränneet sen muotoa. Meidän täytyy tutkia myös työläisten omaa vapaa-ajan käyttöä, heidän reaktioitaan näihin toimiin.

Työväenluokan radikaalissa perinteessä vapaa-aika on ollut yhtä lailla kehittymisen, poliittisen koulutuksen kuin kurinalaisen tietoisuudenkin aikaa. Sosialistit ovat olleet yhtä kiinnostuneita kuin porvarilliset moralistit rohkaisemaan vapaan ajan "rationaaliseen" käyttöä (he yhtyivät esimerkiksi raittiusliikkeessä), ja eskapismin, kaupallisen huvittelun ja "kevyen" viihteen sosialistinen kritiikki on säilynyt huomionarvoisena - se tuli pintaan esimerkiksi punkin julistaessa diskon "älyttömäksi" hedonismiksi.

Tässä yhteydessä on usein ajateltu olevan selvä "karkean" ja "kunnioitettavan" työväenluokan välinen erottelu, joka viittaa erityisesti vapaa-ajan käyttöön. Karkea vapaa-aika - juominen, huumeet, väkivalta ja yleinen raakuus, eli "katu" - on ollut keskiluokan rajoitusten lisäksi myös keskiluokan romantisoinnin kohteena. Esimerkiksi brittiläisessä alakulttuuriteoriassa karkeimpia nuorisoryhmiä pidetään luokkatietoisimpina, kunnioitettavien arvojen vähiten tainnuttamina. Tämä erottelu on kuitenkin harhaanjohtava. Oleellista ei ole kerrasta-poikki -valinta, karkea *tai* kunnioitettava, vaan erilaiset karkean *ja* kunnioitettavan yhdistelmät. Useimmille nuorille työläisille kapakat, baarit, tanssipaikat ja lauantai-illan tappelut ovat vain yksi osa vapaa-ajan kaavaa, joka sisältää myös harrastuksia, urheilua ja toimia perheen parissa. Kaikkein karkeimmat vapaa-ajan paikat ovat todella ne, jotka ovat yhdistyneet *epänormaaleihin* työtilantei-

siin - satamat, armeijakaupungit, metsurileirit ja öljynporausalueet - paikkoihin, joihin ihmiset ovat matkustaneet ja joissa he tekevät töitä erossa normaaleista vapaa-ajan toimistaan. Keskiluokkainen, slummeja tarkkaillessa syntynyt köyhälistöihanne rajusta vapaa-ajasta välttelee todellisuutta: vapaan ajan anarkia on vapauttavaa vain niille ihmisille, joiden ei tarvitse huolehtia töistä seuraavana päivänä. Jopa karkea työväenluokan vapaa-aika pyörii viikonlopun ympärillä, ja jos välitön tarve on pako (tylsyydestä ja epäonnistumisen tunteesta), niin todellinen tarve on kontrollin tunne (tunteiden, fyysisten kykyjen ja elämän kontrolli). Karkea vapaa-aika - tämä on sosialistinen huomio - on tosiasiassa usein kontrolloimattomin, epätoivoisin piirre siihen osallistuvien elämästä.

Vapaa-ajan individuaalisen (valinnan valtakunta) ja vapaa-ajan kollektiivisuuden (solidaarisuuden valtakunta) välillä on myös jännite. Valtion vapaa-ajan politiikat ovat aina heijastaneet pelkoa julkisesta epäjärjestyksestä, huolta kaduilla tanssimisen, luokkasalaliiton ja nuorekkaan anarkian vaaroista. Massamarkkinat ovat kuitenkin riippuvaisia kollektiivisuuden muodoista, ja vapaa-aika on kaupallisesti yhdistetty seurallisuuden ja toveruuden arvoihin. Tästä johtunut julkisen ja yksityisen välinen jännite on välitetty kaikkein selvimmin perheen kautta: koti, pakopaikkana työstä, on tullut massavapaa-ajan kulutuksen pääasialliseksi ympäristöksi. Marx esitti, että kapitalistisissa sosiaalisissa suhteissa työläinen "tuntee olonsa rentoutuneeksi vain vapaa-aikanaan". Suhteet toimivat kuitenkin myös toiseen suuntaan - 1800-luvun lopulla työläiset kokosivat kotitaloustarvikkeita, kävivät koko perheen lomilla ja nauttivat "perheen viihteestä". Vapaa-ajan ja kodin yhtäläistäminen asetti naiset (ja tytöt kuten olen jo esittänyt) kaksinkertaisesti epäedulliseen asemaan: juuri heidän työnsä teki kodista miellyttävän, mutta heidät pidettiin erossa tavallisesta työ/vapaa-aika -jaottelusta. Naisten nautinnot, jopa enemmän kuin miesten, määräytyivät kotitalouden mukaan, mutta tämä oli itse asiassa heidän työpaikkansa.

Naisten näkökulmasta kaikkein merkittävin kodin ja vapaa-ajan yhdentyminen tapahtui 1920- ja 1930-luvuilla, kun autojen massatuotanto täydensi prosessin, jossa vapaa-ajasta tuli perhe-elämän rutiininomainen piirre (Lyndit kuvaavat Middletownissa "takapihan kulttuurin" ja perheen paistijuhlien samanaikaista kehitystä). Juuri tällaista kotielämää vasten karkea vapaa-aika on nyt määritelty, ja nuorten vapaa-aika on tullut merkittäväksi: viimeisten kolmenkym-

menen vuoden aikana juuri nuoret ovat säilyttäneet ja kehittäneet niitä vapaa-ajan toimintoja, jotka eivät ole kotiin tai perheeseen perustuvia. Esimerkiksi englantilaisissa maaseutukaupungeissa nuoret ovat nyt ainoita, jotka käyttävät iltaisin julkisia vapaa-ajan tiloja - he hallitsevat keskustan katuja, pubeja, elokuvateattereita, diskoja ja klubeja. Nuorisokulttuuri on selvemmin kuin mikään muu massakulttuurin muoto kiinnostunut julkisen ja yksityisen, individuaalisen ja yhteisöllisen, kodin ja kadun, riippuvuuden ja itsenäisyyden vapaa-ajan ongelmista; nuoret kokevat välittömimmin huvittelun säätelyn. Juuri siksi, että nuoret ovat vapaita lapsuuden (perheen ja koulun) yksityiskohtaisista rajoituksista eivätkä vielä ole aikuisten ongelmien (perhe ja työ) sitomia, he ovat muita selvemmin suorempien paineiden (valtiolta, sosiaalityöläisiltä, kouluilta, poliisilta ja teini-ideologian kaupalliselta järjestäytymiseltä) alaisia vapaa-ajan valinnoissaan.

Nuorilla on myös erilaiset vapausasteet, jotka määräytyvät heidän työmarkkina-asemansa mukaan. Vapaimpia ovat ammattitaidottomat nuoret työläiset (tutkimuksessani alemman viidennen luokan kulttuuri), jotka ovat siksi ongelmallisimpia nuorisotoimistoille. Heidän välinpitämätön suhtautumisensa työhön, heidän toistuvat poissaolensa ja hevosenleikkinsä, kuuluvat yhteen vapaa-ajan satunnaisen itsensä hemmottelun kanssa. Joissain suhteissa tuollaiset työläiset ovat käyttökelpoisia työnantajille juuri satunnaisuutensa takia. Heiltä puuttuvat avioituneiden miesten velvollisuudet ja pysyvyys, mutta heiltä puuttuvat myös sitoumukset, konservatiivisuus ja liikkumattomuus. Vaikka useimmat teollisuustyöt ovat avoimia vain yli 22-vuotiaille avioituneille miehille, joilla on mielellään lapsia ja lainoja, on joitain tehtäviä, jotka ovat riippuvaisia satunnaisesta, "vapaasta" työvoimasta - armeija on selvin esimerkki. Nuorten miesten odotetaan todellakin odottavan muutamia vuosia ennen asettumistaan - nuorten avioliittoja ei rohkaista. Ongelmana on silloin varmistaa, että nuoret miehet ovat valmiita ja halukkaita tulemaan kunnioitettaviksi huoltajiksi, kun heidän aikansa koittaa. Siksi nuoret pidetään jatkuvasti tietoisina siitä, että heidän nuoruutensa on ohimenevää. Nuorisokulttuurit ovat määritelmän mukaan säilymättömiä. Niiden jäsenet "hurjastelevat nuoruudessaan" ja sitten väistämättömästi kasvavat, tulevat "normaaleiksi".

Nuorten ammattitaitoisten, oppipoikien ja valkokaulustyöläisten elämässä on paljon samaa pysymättömyyttä kuin ammattitaidotto-

mien elämässä, vaikka heidän hedonismiaan olisikin hemmoteltu vähemmän hillittömästi. Oppipojat käyvät vähemmän ulkona, ottavat vähemmän riskejä vapaa-aikanaan; he ovat omistautuneita uralle eikä heillä ole varaa työnantajan epäilyille. He ymmärtävät vapautensa rajoitukset ja tietävät, että useimmat työnantajat eivät välitä mitä he tekevät vapaa-aikanaan, kunhan se ei vaikuta heidän työkuriinsa ja säännöllisyyteensä. Teinien vapaa-aika on samalla tavalla rajoitettua perhe-elämän vaatimusten mukaisesti (olen jo käsitellyt tämän seurauksia tyttöjen vapaa-aikaan). Useimmat nuoret työläiset asuvat kotona kunnes menevät naimisiin; he hemmottelevat itseään oletuksella, että heillä on nyt perhelle riittävästä palkka ja tulevaisuudessa vakaa tulot. Ironista kyllä nuoret työttömät ovat paljon vähemmän vapaita kuin heidän työssäkäyvät toverinsa, koska heidän tulevaisuutensa on niin epävarma. He ovat laiskoja ilman valintoja, kykenemättömiä valmistautumaan mihinkään, eivätkä pysty hemmottelemaan itseään. He ovat juuttuneet työnmetsästämisen jatkuvan nöyryyttävän kokemuksen lisäksi myös epävarmuuteen siitä, ettei heillä ole mitään tuottavaa tarkoitusta. Työttömyysavustusjonojen rock- ja punk-aggressio ilmaisee näiden hylättyjen nuorten tunteita enemmän olemassaolon määkimisenä kuin ryhmäidentiteetin ilmauksena.

Useimmille teini-ikäisille, ammattitaidottomille, ammattitaitoisille ja jopa työttömille (odotus työn saamisesta minä päivänä tahansa elää sitkeästi) vapaa-aika tarkoittaa, kuten Craigille ja hänen ystävilleen Keighleyssä, hauskanpitoa - fyysisesti, vastuuttomasti, spontaanisti. Se tarkoittaa juomista, nauramista, laiskottelua, seksiä ja yritystä tehdä kaikkea vielä kerran ennen kuin jotain on tehtävä ikuisesti. Musiikki on meluisa ja eloisa ympäristö kaikille heidän toiminnoilleen. Suosikkilajien - punk tai heavy tai disko - väliset tarkat erot eivät merkitse niin paljon kuin niiden yleinen tarkoitus. Useimmat nuoret siirtyvät mausta toiseen kasvaessaan ja vaihtaessaan ystäviä, ja joka tapauksessa he kuluttavat suurimman osan ajastaan omistautumatta jollekin tietylle soundille. Teini-ikäiset tietävät, niin kuin ovat aina tienneet, että heitä riistetään: jännitys on siinä, että koko tämä kaupallinen yritys on tehty juuri heitä varten!

Opiskelijat käyttävät rockia nuorten työläisten tavoin rentoutumiskeinona. Mutta vaikka he ottavat osaa paljolti samanlaiseen hedonismiin ja hauskanpitoon, vaikka he ovat yhtä kovia ryyppääjiä ja polttajia, yhtä hikisiä tanssijoita, he myös eroavat nuorista työläisistä siinä, että ero heidän työnsä ja vapaa-aikansa välillä on hämärtynyt.

Malcolm Cowley jopa väittää, että 1920-luvulla alkanut kampuskulttuuri oli vahvasti vapaa-ajan tapojen hallitsema - "yliopisto-opiskelijat asuttavat omaa helppoa maailmaansa, lukuunottamatta erittäin rikkaita ja joitain lapsettomia vaimoja he ovat ainoa amerikkalainen luokka, joka voi pitää vapaa-aikaa itsestään selvänä".

Opiskelijoilla tosiaan on harvoja suoria rajoituksia aikansa suhteen. Heillä ei ole paljoa rahaa ja heidän täytyy opiskella, mutta heidän päiväjärjestyksensä vaihtelee yksilöstä toiseen ja sitä on usein vaikea luokitella: opiskelijat kuluttavat paljon aikaa lukemalla, kirjoittamalla ja ajattelemalla, kun ystävät pistäytyvät ja levysoitin huutaa täysillä - onko tämä työ- vai vapaa-aikaa?

Tällä kummallisella päiväjärjestyksellä on joukko seurauksia musiikin käytölle. Vaikka useimmilla opiskelijoilla on paljon intensiivisempi kollektiivinen elämä kuin nuorilla työläisillä - he elävät kampuksilla yhdessä eivätkä kotona - he ovat myös mukana paljon selvemmässä siirtymävaiheenomaisessa kokemuksessa. Tutkintovuodet sitovat opiskelijaelämää; sen jälkeen opiskelijat tuskin asuvat samassa paikassa tai heillä tuskin on samoja ystäviä. Itsenäisyyden ja identiteetin säilyttäminen on heille tärkeää ei vain opiskelun välittömien tarpeiden vaan myös erilaisen elämän pitkän aikavälin odotuksen takia. Musiikki voi toimia avainsymbolina yksilön maulle ja tyylille. Se ei ole ainoa tai edes yleisin perusta tuollaiselle identiteetille - opiskelijaryhmät, -kultit ja -ystävyydet perustuvat kiinnostusten ja toimintojen suurelle monipuolisuudelle - mutta kun musiikki muuttuu tärkeäksi opiskelijoiden ystävyydelle, siitä tulee tärkeä kiinnostuksen kohde: rock muuttuu opiskelijoille ideologiseksi päämääräksi, mitä harvoin tarvitaan tavallisessa työväenluokan nuorisokulttuurissa.

Opiskelijoiden vapaa-aikaa sekoittaa vielä sen tajuaminen, että korkeampi koulutus ei ole vain arvosanojen pänttäämistä vaan käsittää paljon laajemman "sivistämisen" prosessin. Korkeampi koulutus tarjoaa pääsyn niin kulttuuriin kuin tietoonkin ja "vapaan ajan" toiminnat ovat itse asiassa osa laajempaa oppimisen kokemista. Vapaa-aika merkitsee yhtä lailla taidetta kuin viihdettäkin, ja sikäli kun opiskelijat oppivat perinteisen korkeakulttuurin tavat, rock saatetaan sekoittaa keskusteluun, jotta sille annettaisiin älyllinen ja esteettinen oikeutus eikä vain satunnaisen nautinnon asema. Opiskelijoiden maut ja heidän kykynsä väitellä maustaan ovat merkittävät; musiikkia käytetään arvon lähteenä.

Olen painottanut luokkaeroja nuorten musiikin ja vapaa-ajan käytössä, koska ne paljastavat, että kun työväenluokan katukulttuuri on romanttinen ajatus "kapinallisille" esikaupungin nuorille (unelma spontaanista tyylistä, nautinnosta ja jännityksestä), on opiskelijakulttuuri romanttinen ajatus "kapinallisille" kadun nuorille (unelma itsetutkiskelusta, seksuaalisesta vapaudesta, taiteesta ja angstista). Nämä ovat unelmia vapaa-ajasta, erilaisista elämäntavoista, erilaisista *mahdollisuuksista*, ja rock on voimakas viestin, koska se yhdistää erilaiset unelmat.

Massakulttuurin kriitikot eivät huomaa, ettei rock ole vain hyödyke - se on vapaa-ajan hyödyke. Vapaa-aika on sen käyttöarvon konteksti, ja ymmärtääksemme miten vapaa-ajantavarat ovat merkittäviä, meidän tulee verrata niitä merkityksiin, joilla on omat rakentumisen ja väittelyn prosessinsa: rockin kulttuurinen merkitys johtuu muodon ja käytön välisestä suhteesta.

Rock'n'roll lähti liikkeelle työväenluokan musiikkina sisällön ohella myös tarkoituksen suhteen - sen juuret olivat mustien ja valkoisten kiertävien tanssiyhtyeiden musiikissa, nautinnon tyylissä, joka ei määräytynyt ammattimaisen viihteen kriteereillä vaan proletaarisen viikonlopun suorilla paineilla. Alkuperäinen rock'n'roll-kokemus riippui yleisön ja muusikoiden välisestä vastavuoroisesta ruokkimissuhteesta muttei samanlaisesta elämästä. Rock'n'roll-laulajat eivät olleet kansa eivätkä he olleet vain saavutuksen *symboleita*, punkin merkkejä siitä mitä jokainen saattoi tehdä. Ja, mikä merkittävämpää, he *esittelivät* oman elämänsä hallinnan, he olivat työläisiä, joiden yritykset sisällytettiin jännitykseen ja iloon ja jotka Roland Barthesin sanoin saavuttivat "työn ylevöittämisen sen maagisella jäljettömiin hävittämisellä". He olivat työläisiä, joiden yrityksiä pystyttiin arvioimaan - heidän tanssivat yleisönsä eivät olleet vailla älyä. Rock'n'rollin taito merkitsi liikkeen, nopeuden, runsauden ja tilan hallintaa.

Kun rock muuttui levytetyksi muodoksi, se säilytti nämä vapaa-ajan merkitykset mutta erilaisissa yhteyksissä - juhlien musiikkina, autoilumusiikkina, tien, kadun ja fyysisen jännityksen musiikkina. Rock'n'roll-vapaa-ajan paradoksi (sen tunteen vahvistamisen onnistumisen seuraus) oli se, että se tarjosi vapauden tunteen, joka oli yhtä aikaa juurettomuuden ja vieraantumisen tunne. Tämä oli perinteinen teema amerikkalaisessa populaarimusiikissa, sitä käytettiin niin mustien ja valkoisten musiikissa kuin kansanmusiikissa ja kaupallisessa

musiikissakin ("eikö ole kovaa kompastua, kun ei ole paikkaa mihin kaatua" -fraasista "vapaus on uusi sana sille, ettei ole enää mitään menetettävää" -fraasiin). Kuitenkin nuoren kapinallisen imago (yksinäinen kulkija joka ei voi asettua aloilleen, koska ei ole paikkaa mihin mennä) kohdisti sen rock'n'rolliin.

Tämä paradoksi - vapaa-aika niin voimakkaana vapauden kokemuksena, että siitä tuli samanaikaisesti yksinäisyyden kokemus - on iskostunut vieraantumiseen, työväenluokan kokemukseen työstä. Vapaa-aika on muuttunut ainoaksi ympäristöksi minän kokemiselle, yksilön omien taitojen ja kykyjen kokeilulle ja luovien suhteiden kehittämiselle toisten ihmisten kanssa. Tämä kokemus on kuitenkin luonteeltaan ohimenevää; rock'n'roll oli alkujaan amerikkalaista työväenluokan musiikkia - sen luokan, jota on harvoin esitetty luokkana. Amerikkalainen luokkakokemus on välitetty henkilökohtaisten saavutusten ja epäonnistumisien historiallisten kuvien kautta; työläiset muistavat menneisyytensä ajatellen pikemminkin liikkuvuutta kuin solidaarisuutta ja ennemmin itseriittoisuutta kuin sosialismia. Rock'n'rollin kuvaukset yksinäisyydestä ja kapinallisuudesta *ylistävät* oloja, jotka tuottavat ne; rockin hallitseva arvo on aina ollut suvaitsevaisuus.

Rock'n'roll-kokemus oli yhteisön - teiniyhteisön, tanssipaikan ystävyyssuhteiden - kokemus, mutta nämä eivät olleet todella keskeisiä sille. Musiikki loi oman yhteisönsä pitämällä toiset ihmiset ulkopuolella ja tästä seurauksena ollut yhteisö oli ohimenevä - ihmiset kasvoivat, maut muuttuivat, todelliset ystävät ja suhteet olivat muualla, kotona ja töissä. Rock'n'roll oli kulttuurisesti järkevä työn ja vallan erityisten suhteiden yhteydessä eikä niinkään kokemuksena itsessään. Kun rock'n'rollista tuli 1960-luvulla rockia, se siirrettiin näistä yhteyksistä ja sen alkuperäinen merkitys muutettiin. Luokkatietoisuus muuttui myytiksi "rockveljeydestä"; rock'n'roll-kokemus muuttui joksikin, jota keskiluokan nuoret ja opiskelijat saattoivat kuluttaa; kulttuurista tuli hyödyke.

Tämä on tarpeeksi usein kuvattu prosessi, jossa kansankulttuuri muuttuu massakulttuuriksi. Huomioni on se, että muutos ei tapahtunut niinkään musiikin tekemisen tavassa kuin tavoissa, joilla sitä käytettiin ja tulkittiin. Siirtymä ei tapahtunut "kansasta" "massaan" (molemmat ovat mystifioivia käsitteitä) vaan heijasti muutoksia luokkakulttuureiden sisällä (populaarimusiikki, jopa kun se on kaupallisesti tehtyä, sisältää taistelun merkityksestä - tämä on selvää

esimerkiksi punkin historiassa tai reggaen kehityksessä). Tavallisimmin joukkoviestinten ideologisia vaikutuksia analysoidaan tarkastellen työväenluokan kulttuurin kollektiivisten organisaatioiden muuttumista passiivisen kulutuksen sirpalemaisiksi tapahtumiksi. Rockin kehitys joukkoviestimenä sisälsi kuitenkin erilaisen prosessin: yhteisön unelmat (jotka oli otettu kadun ja alemman luokan kaupunkilaiselämän kuvitelmista) myytiin esikaupunkeihin ja luovuuden unelmat kaduille.

Kapitalistinen kulttuuri, kuluttajan kulttuuri, on riippuvainen toiveen aina tyydyttämättömästä tunteesta - John Bergerin sanoin "mitä on olla tyhjentää sen, mitä on". Tällä kulttuurilla on kuitenkin myös myönteinen vaikutus: unelma siitä, että *kaikki* voidaan muuttaa ei kuole koskaan, Tämä on olennaisesti proletaarinen unelma ja on vastavoimana porvarillisen säännön todelliselle lujuudelle. Harold Rosenberg kirjoittaa: "Amerikka on itseään muuttamassa olevien ihmisten sivilisaatio. Menneisyydessä esiintymisen tähtiä olivat pioneeri ja maahanmuuttaja. Tänään he ovat nuori ja Musta."

Tämä sisältää ironiaa. Mustilla, Yhdysvaltain vähiten vapaalla kansalla oletetaan olevan eniten vapaata aikaa - heidän vapaa-aikansa on kaikkein "vastuuttominta", "hauskinta" ja "cooleinta". Mustaa musiikkia kuunnellaan kuitenkin pikemminkin elämäntapana kuin vapaa-ajan tapana; mustien muusikoiden kuullaan pusertavan nautintonsa pahemmista työn umpikujista kuin ne, joihin valkoiset nuoret ovat jääneet kiinni. Mustasta musiikista tuli rock'n'rollin perusta, koska se ilmaisi voimakkaimmin omistautumista muutokseen, koska se oli voimakkaimmin riippuvainen "vapaasta ajasta" lähteenä ihmisarvon tunteelle ja voimalle, joka mustilta on evätty (erilaisin tavoin kuin valkoisilta työväenluokan nuorilta) heidän "ei-vapaana aikanaan". Mustalla musiikilla oli radikaali ja kapinallinen särmänsä: se sisälsi mahdollisuuden tunteen, joka oli evätty työmarkkinoilla, ja se vihjasi työstä puuttuvaan toveruuteen, sensuaalisuuteen, suopeuteen, iloon ja energiaan. Ongelma ei ollut se, että sorrosta syntynyt musiikki oli "hauskaa" vaan että "hauska" itse ei ollut yksinkertainen asia.

VAPAA-AIKA JA IDEOLOGIA

Hauskuus on sosiologien kummallisesti laiminlyömä käsite. Korkeakulttuurin taiteen analysoijien on pakko kunnioittaa esteettisten tuomioiden autonomiaa, mutta populaaritaiteen sosiologit eivät, kuten olemme nähneet, joudu vastakkain hauskuuden kanssa vaan kuvailevat massojen maun "irrationaalisuutta" etäisellä inholla, aivan kuin irrationaalisuus olisi merkityksetöntä populaarikulttuurille sen sijaan, että on sen ehdottoman välttämätön osa. Erityisesti marxilaiset ovat tulkinneet sen, että ihmiset *nauttivat* massakulttuurista, syyksi synkkyyteen - esimerkiksi Adorno arvosti korkeakulttuurista taidetta sen mielikuvituksen ja utopistisuuden takia, mutta hylkäsi massakulttuurin unelmat psykologisena levottomuutena. Rockunelman voima kuitenkin on juuri utopistisuudessa. *Grundrissessa* Marx kirjoitti, että kapitalisti tarvitessaan tuotteilleen kuluttajia

> etsii keinoja kannustaakseen työläisiä kulutukseen, antaakseen tuotteilleen uutta viehätystä, innostaakseen heitä jatkuvalla lavertelulla uusiin tarpeisiin jne. Juuri tämä puoli pääoman ja työvoiman suhteesta on keskeinen sivistävä voima, ja siihen pääoman valta perustuu.[2]

Kulttuurihyödykkeet saattavat tukea pääoman tämänhetkistä voimaa, mutta niillä on sivistävät hetkensä. Jopa kaikkein vaivattomimpana taustamusiikkinakin rock on lähteenä tarmolle, ilolle ja hyville tunnelmille, jotka ovat yhtä tarpeellisia seuraavan aamun poliittiselle taistelulle kuin seuraavan päivän työllekin. Väitän, että rockin hauskuus on yhtä paljon musiikin käytön kuin sen muodon ominaisuus. Tavallinen teoria on se, että tähti on poikkeuksellinen kaveri, joka tuo jännitystä ja loistoa ihailijoidensa elämään, tavallisille ihmisille. Prosessi toimii kuitenkin myös toisin päin: ihailijoiden mielikuvitus, äly ja jännitys muuttaa tähdet, tylsät ammattilaiset, loistokkaiksi. Rockin kapitalististen tuottajien täytyy kontrolloida sekä käyttöä että muotoa - keskeistä on vapaa-ajan *ideologia*. Yksi syy siihen, miksi rock on ollut viimeisten kahdenkymmenen vuoden aikana populaarikulttuurin elinvoimaisin muoto on, että se on ilmaissut niin selvästi jatkuvaa taistelua: rockia on käytetty yhtä aikaa nautinnonhalun ja henkilökohtaisen paon muotona *ja* solidaarisuuden ja aktiivisen tyytymättömyyden lähteenä.

Rockin nautinto (viittaus takaisin lukuun 3) ei siten ole vain tekstiin liittyvä asia, sanojen ja musiikin erityisen järjestymisen kysymys. Se heijastaa vapaa-ajan laajempia määritelmiä, jotka ovat ruumiillistuneet käsitteisiin "viihde", "rentoutuminen" ja "hauskuus", jotka nousivat kulttuurisesta taistelusta (ja perustuvat seksuaalisen eriytymisen monimutkaiseen rakenteeseen). Jopa yksinkertaisin rockin luokittelu (tanssimusiikki, juhlien musiikki) on ahdettu täyteen sosiaalisia merkityksiä: tanssit ja juhlat ovat historiallisesti ja sosiaaliseesti erityisiä instituutioita; niiden yleisiä kulttuurisia tapoja (työn katkeaminen, ympäristöt seksille ja solidaarisuudelle) ei ilmaista ainoastaan musiikin erilaisten tyyppien kautta (disko, Rolling Stones) vaan ne samanaikaisesti vaikuttavat ratkaisevasti noiden musiikkien vaikutuksiin. Rockin musiikilliset tekstit, riippumatta niiden sensuaalisuudesta ja "objektiivisuudesta", ovat vapaa-ajan hyödykkeitä, ja rockmuusikoiden, riippumatta heidän semiotiikan tajustaan, täytyy yhä keksiä, mitä merkitsee olla suosittu ja kulutettu. Teoriat rockista täytyy kehittää käytännön kautta, mikä sisältää muusikoiden ja yleisöjen välisiä suhteita erityisissä kulttuurisissa instituutioissa. Rockin ideologia ei määräydy vain sen tekstien vaan myös sen kontekstien kautta. Kun rock on yksi vapaa-ajan puoli, ilmenee parhaiden rocktekstien "shokkivaikutus" yhteydessä "vapaa-ajan vaikutukseen": "shokki" on aina viihdyttävää (siksi massakulttuurin kriitikot suhtautuvat niin halveksivasti rockin "politiikkaan").

Viihteen käyttöarvo johtuu sen suhteista hauskuuteen, vastuuttomuuteen ja täyttymykseen - vapaa-aika on työn kätketysti ilmaistu kritiikki. Vapaa-ajan ideologian täytyy löytää keskitie vapauden ja järjestyksen välille: vapauden kokemuksen on oltava todellinen (muuten vapaa-ajan tavaroille ei olisi käyttöä) muttei haitallinen työn rutiineille, vapaa-ajan on annettava nautintoa, muttei liikaa. Nautinto vuorostaan ei ole vain psykologinen seuraus vaan viittaa joukkoon kokemuksia, jotka ovat juurtuneet tuotannon sosiaalisiin suhteisiin - se määritellään suhteessa erilaisiin tyytymättömyyden, kivun ja todellisuuden tilanteisiin. Juuri tässä kontekstissa täytyy korostaa boheemin tradition tärkeyttä rockissa (kuten yleisesti kulttuurihistoriassa): boheemit ilmaisevat työetiikan vapaa-ajan kritiikkiä. He ovat kulttuuriradikaaleja sekä formalistisen avantgarden lähteenä että myös institutionalistisin käsittein - he eivät tee työtä (ja siten kauhistuneet porvarilliset moralistit ovat aina väheksyneet menestyk-

sellisiä boheemeja, jotka, niin kuin näyttää, hankkivat rahaa huvittelemalla).

Tämän takia olen painottanut punkin tärkeyttä rock'n'rollin ymmärtämisessä. Brittiläinen punkrock (joka Dick Hebdigen sanoin "ilmaisi kaaosta jokaisella tasolla") oli sekä katuliike että radikaali taidemuoto. Malcolm McLaren ja Bernard Rhodes, joilla oli Sex Pistolsin ja Clashin alkuperäisinä managereina ratkaiseva rooli punkin poliittisen tyylin kehityksessä, olivat 1960-luvulla taidekouluopiskelijoita ja eläneet situationistien piirissä. Situationistien kiinnostus, kuten punkienkin, oli jokapäiväisen elämän politiikassa, tylsistymisen estetiikassa. McLarenin kiinnostuksen kohteena oli muuttaa spektaakkeli - passiivisesti koettu todellisuuden rakenne, jonka kanssa me kuluttajat elämme - tilanteeksi, rakenteen räjähtämiseksi, missä sen säännöt on tehty selviksi ja mahdollisuudet toimintaan ja haluamiseen paljastettu.

Ainakin Lontoon ulkopuolella punkkulttuurin näkyvin piirre oli alussa, ettei se suoraan viehättänyt työväenluokkaa. Tavalliset muotitietoiset nuoret (taidekoululaiset hipit ja dropoutit) miehittivät provinsseissa ensimmäiset punkareenat. Punk oli boheemi kulttuuri, ja vaikka boheemeja voi varmasti löytää työttömyysjonoista, heidän elämänsä ei ole niiden määräämää. Johnny Rottenin sanoin: "Tiedän että on kovaa olla työtön, mutta ei se ole niin heikkoa. Kun minä olin työtön, sain rahaa tekemättä mitään. Ajattelin, että se oli helvetin hienoa. Kusettaa systeemiä parhaalla tavalla."

Robert Christgau ehdottaa:

> Pikemminkin kuin työväenluokan nuorisoliiike, punk on perustaltaan työväenluokan boheemiutta, joka hylkii sekä rockeliitin yläluokan boheemiutta että luokattomuuden boheemiusmyytin pyhittämistä. Punk ei tahdo, että sitä pidetään boheemina, koska boheemit ovat poseeraajia. Mutta riippumatta siitä, kuinka ärsyyntyneitä boheemit ovat aitouden ongelmasta, he palvelevat historiallista funktiota - he ruokkivat esteettistä herkkyyttä.[3]

Huomio voidaan yleistää: boheemi elämäntapa on ollut keskeistä brittiläiselle rockkulttuurille aina siitä päivästä lähtien, kun taideopiskelija John Lennon löysi itsensä Hampurin köyhälistön maailmasta. Brittiläisten rokkareiden radikaali proletarismi tulee

alkujaan rockin sosiaalisesta yhdistämisestä köyhälistön vapaa-aikaan, ja punkin kulttuurinen merkitys ei johtunut siitä, miten se ilmaisi työttömyyttä vaan miten se tutki proletaarisen vapaa-ajan estetiikkaa. Tämä oli lähteenä punkin politiikalle; punk ei ollut työttömien nuorten ääni vaan boheemiuden järjestyneelle kulutukselle asettaman haasteen korviavihlova ilmaus.

Punk oli myös ensimmäinen brittiläinen nuorisokultti, jossa musiikin kulutus ja tuotanto yhtyivät. Taiteilijat ja heidän seuraajansa kaduilla löysivät toisensa kiinnostuksissaan ja boheemeista väitteistä tuli myös luokkaväitteitä. Lyhyesti punk oli ainutlaatuisesti musiikkia edelläkävijöiden massoille, katumusiikkia, joka asetti kyseenalaiseksi katuelämän, popmusiikkia, joka asetti kyseenalaiseksi Amerikan, ja työväenluokan musiikkia, joka oli vastatusten politiikan kanssa. Punk kosketteli individualismin ja kollektivismin, alistettujen ja etuoikeutettujen, selviämisen ja tylsistymisen suhteita, ja lopulta sen shokkikeinot eivät järkyttäneet ääniteteollisuutta vaan sen haaste markkinointimallille. Tietystä näkökulmasta punk oli primitiivistä brittiläistä tanssimusiikkia. Toisaalta pogoaminen ei kuitenkaan ollut diskotanssia, ja punkrokkarit vaativat yleisöään ajattelemaan. Punk ei todellakaan ollut keskiaaltojen popmusiikkia, mutta ei myöskään ulan rockmusiikkia. Epäselvyydet syntyivät kommentoijien yrittäessä vähätellä sen luokkamerkitystä. Punkin esiin nostama kysymys ei ollut se, kuka kulutti musiikkia, vaan miten sitä kulutettiin.

Punk symboloi uudenlaista katukulttuuria: keskikaupungin kodeistaan muuttaneet nuoret, radikaalit ammattityöläiset, talonvaltaajat ja kommuuneissa asuvat, opiskelijat, opiskelijaelämää viettävät ei-opiskelijat, etniset ryhmät, homot - kukaan ei "asetu aloilleen", kaikki haluavat protestoida ja jäädä eloon. Tämä katukulttuuri nousi ensin Yhdysvaltojen suurkaupungeissa hippien myötä; se merkitsi boheemiuden ja ryysyläisvapaa-ajan leviämistä yhdessä uudenlaisten riskin ja vastuun kanssa. Boheemius oli aina uskotellut, ettei pidä olla rajoja; köyhälistölle ei ole ollut muuta mahdollisuutta. Punkin esittämät kysymykset koskivat vapaa-ajan mahdollisuuksia, valinnan *ja* rajoitusten suhdetta.

Kun taistelu rockin merkityksestä koskee niin kulttuurista käyttöä kuin kulttuurista muotoakin, ei rockin ideologia riipu vain tuottajien ja kuluttajien suhteesta, joukosta musiikillisia tekstejä, vaan myös siitä miten yritykset rajoittaa rockin merkitystä sen käyttöä rajoittamalla vaikuttavat. Rock tavoittaa yleisönsä viestimien kautta

(äänitteet, radio, televisio, sanomalehdet, musiikkilehdistö). Useimmille rockin kuluttajille (ja esittäjille) nämä viestimet ovat tärkeä lähde tiedoille ja tulkinnoille erityisistä rocktyyleistä, tähdistä ja soundeista. Rockteollisuuden ideologinen työ ei ole vain merkityksen luomista vaan myös sen säätelyä. Ongelmana on musiikin, muusikkojen ja yleisöjen rajoittaminen erityiseen viihteen, maun ja nautinnon organisaatioon.

KONTROLLIN ONGELMA

Joukkoviestimien kriitikot ovat aina keskittyneet viestimien vaikutuksiin - television vaikutuksiin lapsiin, sanomalehtien äänestäjiin, mainosten kuluttajiin, rock'n'rollin teini-ikäisiin, jne. Rockille tämän lähestymistavan ongelmat eivät ole vain metodologisia (kuinka tuollaiset "vaikutukset" voidaan mitata?) vaan myös teoreettisia: jos rockyleisöä ei voi ymmärtää vain tyhjänä astiana "vaikutuksille", ei ääniteteollisuutta voida ymmärtää yksinkertaisesti "aiheuttajana". Väitteeni tässä kirjassa onkin, että rockteollisuus, kaikessa kaupallisen koneiston kietomisessaan rock'n'rollin noususta asti, on itsessään seuraus sodanjälkeisistä sosiaalisista muutoksista, luokan, rodun ja sukupuolen muuttuvista suhteista, populaaritaiteen ja -kulttuurin uusista ideoista. Tarkoitan sitä, että rockin keskeinen jännite (se on lähteenä nautinnolle, joka on sekä häiritsevää *että* rentouttavaa) ei ole vain ääniteyhtiöiden ja taiteilijoiden tai yleisön välisen taistelun seuraus. Jännite on myös teollisuuden sisällä, yleisön, muusikoiden ja musiikin itsensä sisällä. Tästä nousevat ristiriidat (järjestys vastaan epäjärjestys, yhteisö vastaan yksilö, turvallisuus vastaan unelma) ovat ristiriitoja kaikissa symbolisissa taiteissa kaikissa yhteiskunnissa. Asian ydin on juuri taiteen utopistisuus, mitä Marcuse kutsui "suureksi kieltäytymiseksi", mitä-voidaan-kuvitella -ajatuksen vastakkaisuudeksi mitä-on -ajatukselle.

Frankfurtin koulun jäsenet väittivät, että taiteen muuttuminen hyödykkeeksi välttämättä kuluttaa mielikuvituksen loppuun ja hävittää toivon - nyt kaikki mitä voitiin kuvitella oli mitä oli. Pääoma ei kuitenkaan tuhoa taiteellista virikettä vaan muuttaa sen. Kun utopistisuus välittyy uusien kulttuuristen tuotanto- ja kulutusprosessien kautta, alkavat uudenlaiset taistelut yhteisöstä ja vapaa-ajasta. Kulutuksen kiroaminen "passiiviseksi" on liian liukaskielistä.

Se ei ota huomioon populaarikulttuurin monimutkaisuutta - rockmusiikin "sivumerkityksellistä runsautta" - ja antaa väärän kuvan yleisön passiivisuudesta: musiikki merkitsee liian monia asioita.

Musiikin sosiologia on tavallisesti perustunut enemmän tai vähemmän raakoihin heijastusteorioihin: musiikin oletetaan heijastavan, olevan "homologinen" suhteessa yleisöön tai sosiaaliseen ryhmään, joka sitä tekee. Musiikki voidaan silloin tulkita erityisenä ideologisen ilmaisun muotona - jazz ilmaisee mustien amerikkalaisten ideologiaa, klassinen musiikki ilmaisee eurooppalaisen porvariston ideologiaa, rock'n'roll ilmaisee nuorison ideologiaa jne. Näitä itsenäisesti määriteltyjä ideologioita voidaan sitten käyttää arvioitaessa mukana olevia musiikillisia muotoja: musiikki selitetään yhteydessä sosiaaliseen ryhmään, joka sitä käyttää - musiikki on ryhmän "sosiaalinen symboli".

Marxilaiset ovat muuntaneet tämän lähestymistavan luokan kieleksi. Erilaiset musiikin muodot ilmaisevat erilaisia luokkaideologioita ja niiden arvioiminen tarkoittaa pikemminkin politiikkaa kuin estetiikaa - porvarillinen musiikki on alistavaa, proletaarinen musiikki on vapauttavaa. Näin marxilaiset musiikkitieteilijät ovat väittäneet, että porvarillisen musiikin olemus on sen notaatiossa, sen rationaalisessa järjestyksessä; vain noin järjestettävissä olevat musiikilliset elementit on porvariston piirissä arvostettu musiikkina. Jazz ja jazzpohjainen musiikki edustavat sen vastapainoksi porvarillisen järjestyksen vastustamista: ne eivät voi olla rationaalisen kontrollin alaisia - ne asettavat "keskinäisen yhteisöllisyyden" vastapainoksi "diatonisen harmonian hierarkialle", "välittömyyden" vastapainoksi "laskelmoinnille".

Johtopäätös on, että musiikkia täytyy ymmärtää funktionaalisesti, keinona, jolla sosiaaliset ryhmät kulttuurisesti uusintavat itsensä. Kulttuurinen uusintaminen sisältää johtavan luokan alistetuille luokille asettaman "hegemonisen diskurssin" rasitteen. Siten rockin ideologia täytyy ymmärtää yhteydessä sen rooliin pääoman kulttuurin uusintamisessa - rockin ristiriidat ovat näin merkkejä luokkataistelusta.

Suhtaudun myönteisesti tähän lähestymistapaan - olen samoin kiinnostunut kulttuurista ja luokasta - mutta minusta se on liian synkkä ja mekaaninen. Teoriassa luokkaintressit eivät esiinny enemmän tai vähemmän tehokkaasti symboloituina; ne ovat itse kulttuurisia seurauksia. Kulttuuriset politiikat koskevat tilannetta eivät

aikomusta, ja rock on merkittävää, koska se voi muuttaa tilannetta. Tämän kirjan oletus on, että rock *on* kapitalistisen kulttuurin muoto, mutta että kapitalistinen kulttuuri on sitä, mitä me yritämme ymmärtää ja käyttää, kumota ja nauttia.

Siten rock'n'roll omalla tavallaan (käyttäen erilaisia nuoruuden ja vapaa-ajan luokkakokemuksia) ilmaisee kapitalistisen kulttuurin ristiriitoja, ongelmia, jotka nousevat kun unelmia pakataan ja fantasioita myydään. Unelmien muuttaminen hyödykkeiksi ei tarkoita niiden tekemistä yhtään vähemmän todellisiksi vaan se tarkoittaa niiden määrittämistä tiettyihin yhteyksiin - markkinapaikalle, kauppakadulle, tanssipaikkaan, elokuviin, television kuvaruudulle ja makuuhuoneeseen - ja niiden vaikutusten *rajoittamista*. Kapitalistisena yritystoimintana rockteollisuus ei myy jotain yhtä hegemonista ajatusta vaan se on mieluumminkin väline, jonka kautta sadat kilpailevat ideat virtaavat. Kaupallinen logiikka muokkaa näitä ajatuksia, mutta kuten osoitin toisessa osassa, tehokas voitontavoittelu ei sisällä "uusien tarpeiden" luomista ja yleisön "manipulointia" vaan mieluummin vastauksen olemassa oleville tarpeille ja yleisön "tyydyttämiselle". Kuten olen väittänyt tässä luvussa, kapitalistisen nautintoliiketoiminnan ensisijainen kiinnostuksen kohde on *järjestäytynyt* kulutus - siitä tulevat rockin 1970-luvun liiketoimintatavat, ammattilaisuus, lajeihin jakaminen, supertähdet, moniviestinmarkkinointi jne.

Luvussa 5 esitin, että useimpien tuollaisten rockteollisuuden käytäntöjen takana piilee ylituotannon pelko. Nyt on selvää, että tämä on pelko aktiivisesta yleisöstä, jonka makuja ei voi ennustaa ja jonka musiikin käyttöä ei voida täysin kontrolloida. Ääniteteollisuuden täytyy aina yrittää muovailla markkinoitaan (tämä on todellisuus rockissa hyödykkeenä), mutta se tarkoittaa aina myös kamppailemista (tämä on todellisuus rockissa vapaa- ajanhyödykkeenä). Rockyleisöllä on omat ajatuksensa ja kokemuksensa siitä miksi musiikkia on - tämä antaa parhaille rockin esiintyjille heidän taiteellisen särmänsä. Massakulttuuri toimii ammentamalla näitä ajatuksia ja kokemuksia heiltä juuri siten, että reagoi niihin ja ilmaisee niitä. Tässä on ratkaisevaa kapitalistinen kontrolli, ei ideoiden vaan kulttuurisen käytännön kohdalla.

Kolme prosessia on sitoutunut rockin käytännön kapitalistiseen kontrolliin. Ensiksi, on jatkuva yritys rajoittaa rock erityiseksi viihteen määritelmäksi, varmistaa, että sen vapaa-ajan arvot rajoit-

tuvat erityiseen vapaa-aikaan, väliaikaisiin rentoutumisen hetkiin. Näin esimerkiksi radio käyttää rockia. Tämä käyttö ammentaa musiikista voimaa, kunnes jopa terävimmät diskorytmit, viekkaimmat punkin protestit ja kiihottavimmat heavysoundit kuullaan muzakina, mukavana viihteenä astioiden pesun taustaksi. Samanlainen suhtautuminen on selvää musiikkilehdistössä: *Rolling Stone* kehittyi lehdestä, jossa rock'n'rollin vapaa-ajan arvot olivat lähteenä kriittisille kommenteille politiikan ja tuotannon organisaatiosta, lehteen, jossa musiikki ymmärretään vain kulutuksen nautittavana muotona. *Rolling Stone*, kuten muutkin musiikkilehdet, on nyt kuluttajaopas, esimerkki tavasta, jolla kaupalliset yrittäjät työskentelevät tehdäkseen vapaa-ajasta ja nautinnosta järjestäytynyttä.

Tämän prosessin toisena puolena on jatkuva yritys jähmettää rockyleisö markkinamakujen joukoksi. Ääniteyhtiöt itse, radiotoimittajat, musiikkilehdet, dj:t, kirjoittajat, kaikki yrittävät määrittää ja luokitella musiikillisia vaatimuksia ja niin helpottaa niiden täyttämisen prosesseja. Jos yleisöt voidaan taivutella niin, että tietty tyyli tai laji, taiteilija tai imago täyttää heidän tarpeensa, ilmaisee ratkaisun heidän tiettyyn vapaa-ajan ongelmaansa, niin silloin ei vain heidän kaupallinen riistämisensä ole tehty tehokkaammaksi vaan myös rockin häiritsevät, haastavat ja valaisevat elementit on kesytetty ja muutettu tavallisen maun (uhkaamattomiksi) vahvistuksiksi.

Kolmanneksi, edellä mainittu liittyy jatkuvaan tapaan, jolla rockin (vapaa-ajan viettotapana) työlle vastakkaiset elementit on suunnattu kollektiivisista muodoista individualistiseen itsensä hemmotteluun. Ongelma on sama kuin 1800-luvulla: jos työläisten vapaa-ajasta tulee liian jännittävää, liian inspiroivaa, niin siitä saattaa tulla perusta, jolla he hylkivät työtä ja mullistavat sen. Luovat voimat täytyy tylsyttää ja saattaa vahvistamaan viihdeteollisuuden lisäksi myös yleisemminkin teollisuuden vaatimuksia. Vastakulttuurin kaupallistumista on tavallisesti pidetty selvimpänä esimerkkinä tästä prosessista, mutta kaikki fanit pitävät juoksevaa tiliä muusikoista, jotka ovat "myyneet" rockyhteisön henkilökohtaisten kunnianhimojensa takia. Popesiintymisten ja kulutuksen henkilökohtaistuminen 1960-luvulla oli todella merkki kasvavasta keskiluokkaisesta musiikin käytöstä. Kun rock'n'roll muutti esikaupunkeihin ja kampuksille, se rutinoitui ammattimaisen viihteen uudeksi muodoksi.

LOPPUSANAT

Tämä on rockriitikon tavallisen hapan kertomus enkä halua päättää tähän sävyyn. Tosiasia on, että musiikki on ennen kaikkea yhä lähteenä voimalle ja ilolle, jotka ovat yhtä lailla häiritseviä kuin rentouttavia, mikä on nähty punkin ristiriidoissa. Pääoma saattaa tai ei saata kontrolloida rockin käyttöä, mutta se ei voi *määrätä* sen merkityksiä - yhteisön ja vapaa-ajan ongelmia ei ratkaista niin helposti, eivätkä musiikin alkujaan tarpeelliseksi tehneet olot ole muuttuneet.

Rock on kapitalistista musiikkia. Se loihtii merkityksensä kapitalistisen tuotannon suhteista, ja se auttaa, vapaa-ajan toimintana, noiden suhteiden uusintamisessa. Musiikki ei aseta systeemiä kyseenalaiseksi mutta heijastaa ja valaisee sitä. Rock kertoo unelmista ja niiden säätelystä, eikä rockunelmien voima tule niiden voimasta symboleina vaan niiden suhteesta työn ja vapaa-ajan kokemukseen: lopulta keskeistä ei ole se, kuinka elää kapitalismin ulkopuolella (hippi- tai boheemityyliin), vaan kuinka elää sen sisällä. Rockissa ilmaistut tarpeet - vapaus, kontrolli, voima ja *elämän*tunne - ovat kapitalismin määrittelemiä tarpeita. Rock on massakulttuuria. Se ei liity kansankulttuuriin tai taiteeseen vaan on hyödykkeeksi muutettu unelma: se kätkee yhtä paljon kuin paljastaakin. Jokaista yksittäistä, yhteistä tilannettamme valaisevaa arviota kohti on sata massamusiikkiin liittyvää kokemusta, jotka peittävät sen. Rockin massakulttuurinen muoto rajoittaa yhä sitä kaikesta sen yksittäisten unelmien voimasta huolimatta. Sen historia, kuten Amerikan itsensäkin historia, on luokkataistelun - hauskuuden puolesta käytävän taistelun - historia.

JÄLKISANAT (1987)

Ääniteteollisuuden loiston päivinä 1970-luvun puolivälissä, kun kaikki olettivat myynnin vain kasvavan ja kasvavan, rockkriitikkona toimiminen oli hullun hyvänteke väisyyden kohteena olemista. En tarkoita vain markkinointijulisteita ja -paitoja. Äänitteiden mukana tuli tuolloin kiinteitä tavaroita: salkkuja, marmelaadia, Brittein saarten tiekartta, kello, pelikortteja, auton pölynimuri. Ikään kuin ääniteyhtiöt olisivat pystyneet varmistamaan omien ohikiitävien tuotteidensa arvon yhdistämällä ne johonkin *todella* hyödylliseen. Pierre Bourdieu on kuvannut samanlaista ilmaisten lahjojen käyttöä siinä, miten ranskalaiset "taiteen" valmistajat kosiskelevat yleisöä: kerää täysi sarja Wagnerin teoksia ja saat kylpypyyhkeen ilmaiseksi!

Nykyään rockin hyödyllisyys ilmaistaan toisin. 1987 sain pelkästään yhden päivän postissa WEA:n uudelleenjulkaisun The Newbeats-yhtyeen levystä "Bread and Butter" (alkujaan 1962) (siihen oli leimattu Little Chefin logo, laulua käytetään ravintolayhtiön televisiomainoskampanjassa), Jive's *Magic* tanssikappaleantologian, (sen mukana tuli uusi Adidas-hikinauha ja jalkineluettelo) sekä Motownin lehdistötiedote, jossa ilmoitettiin että Smokey Robinsonin laulu "The Tracks of My Tears" (vuodelta 1965) "on vahvasti esillä Oscarin voittaneessa elokuvassa *Platoon*, joka on tällä hetkellä suosituin elokuva Britanniassa". Laulu on "valittu myös Budweiserin uuteen tv-mainoskampajaan".

Postia lähettävät minulle nykyään muutkin kuin ääniteyhtiöt. Boots the Chemists kirjoitti vuoden 1985 lopulla:

> Jännittävä tapahtuma marraskuussa. Juhlistaakseen uutta

ilmettä 17 Boots sponsoroi Kingin kiertuetta Britanniassa. Boots 17 on teini-ikäisten kosmetiikkatuotteiden ykkönen, ja sillä on täysin uusi tuotevalikoima ja yli 150 uutta väriä - siten entistä parempi nykypäivän imagotietoiselle teini-ikäiselle. Kun Boots tutki kampanjaa varten teini-ikäisten markkinoita, huomattiin 17-vuotiaille tärkeimmiksi asioiksi... meikit... musiikki... vaatteet... ja pojat! Bootsin uusi 17 on tarjonnut teini-ikäisille sen, mitä he haluavat meikeiltään ja nyt heille tarjotaan teini-ikäisten markkinoiden kuumin suosikki - King!

Sillä aikaa National Westminster Bank pitää minut ajan tasalla uudesta opiskelijoille suunnatusta mainoskampanjastaan - synkkiä kokosivun kuvia James Deanista - ja Trustee Savings Bank lähettää säännöllisesti tiedotteita rocksopimuksista ja "musiikin kanssa tekemisissä olevista tarjouksista", joita sillä on asiakkailleen valituissa kauppaketjuissa.

Klassisen rockin, soulin ja jopa bluesin käyttö kaupallisena taustamusiikkina (toistaiseksi musiikillinen huippusaavutus on Otis Rushin "So Many Roadsin" käyttö Vauxhall-autojen myynnissä) ja sponsoreiden nimien esiintyminen lp-levyillä ja konserttiohjelmissa on nykyään niin tuttua, että ìhätkähdän vain silloin, kun tajuan miten *järjestäytynyt* prosessista on tullut. Ajatellaanpa vaikka tätä *Creative Review* -lehdessä (suunnattu brittiläisille mainostoimistoille) maaliskuussa 1987 ollutta mainosta, joka perustuu Grace Jonesin laulun tekstiin:

> SBK Songsilla on nyt oikeudet koko CBS Songsin julkaisuluetteloon. Se tarkoittaa yli 150 000 laulua valmiina mainoskäyttöön. Kaikkea Lennon/McCartneysta Womblesiin. Ei välikäsiä. Toimimme suoraan toimistonne kanssa, nopeasti ja tehokkaasti. Asioitte David Robsonin kanssa toimitte eikä teidän tarvitse murtaa ovea päästäksenne hänen puheilleen. Jos laulu on SBK Songsin listoilla, hän palaa asiaan seuraavana päivänä laskelman ja laulun kopion kanssa. Ei enää rytmin orjia.

Lontoon toisella puolella toinen yhtiö Jane Jones's The Collection Series tarjoaa vielä suurempaa apua oikean "golden oldien" löytämiseksi mille tahansa kampanjalle ja tuotteelle.

> Janella on yli 20 000 huolellisesti luokiteltua nimikettä Collection Series tietokoneessaan, josta hän voi jäljittää erilaisia listojen yhdistelmiä: tietyn tyyppisiä lauluja, jokaisen hitin jonka nimessä on sana "talo" - nimeä itse. Kun KP äskettäin halusi "-60-luvulta tanssisävelmän jossa huudettiin ohjeita" Choc-dippimainokseen, Jane pystyi ehdottamaan kymmenittäin Ride Your Ponysta Mickey's Monkeysiin. Yhtiö päätyi valitsemaan The Capitolsin Cool Jerkin.

Nämä sopimukset ovat kaikin puolin hyödyllisiä. Ääniteyhtiöillä ja laulujen kustantajilla on uusi tapa hyödyntää vanhoja tuotteitaan (jopa suurimmat tähdet saattavat huomata olevansa sopimuksellisesti heikossa asemassa vanhan musiikkinsa kaupallisen käytön kontrolloimisessa). Vaikka mainostajien on ehdottomasti kalliimpaa käyttää alkuperäisiä hittejä kuin äänittää uutta musiikkia, niin Gerry Moira McCormick-mainostoimistosta huomauttaa, että "koska musiikki on erittäin merkittävä osa mainoksesta, niin miksei käytettäisi sävelmiä (ja maksettaisi niistä), joista miljoonat ihmiset ovat maksaneet nostaakseen ne listoille?". Moira on menestyksellisesti myynyt Renaultin autoja Creamin "I Feel Freellä", Pirellin renkaita Doorsin "Riders on the Stormilla".

Mainostajien tavassa käyttää musiikki on merkittävää, että heidän valitsemansa kappaleet olivat hitteinä "merkittävimpiä" - joko nuorisokulttuurin, sielun tunteen tai "taiteen" suhteen. Mainostoimistot eivät käytä rockkappaleita vain helppona tapana "populaarin" yleisön saavuttamiseksi, kappaleet on valittu sen mukaan *mitä* ne edustavat. Näissä rock-mainostoimisto -sidoksissa uutta ei ole tähtien myyntivoiman riistämisen (Coca-Cola on käyttänyt rock- ja popidoleita tuolla tavalla ainakin kolmekymmentä vuotta) vaan ei-kaupallisten ikonien käytettäminen varmistamaan myytävän tuotteen "aitous". Arvokkain rockin myyntilukujen hahmo vuosina 1985-1986 (arviolta 12 miljoonan dollarin arvoinen Chryslerille) oli siksi Bruce Springsteen, koska hän tunnetusti kieltäytyi kaikista sponsorointi- tai tukisopimuksista. Mainostoimistojen oli pakko palkata joukko Springsteenin *jäljittelijöitä* tietoisina siitä paradoksista, että jos Bruce joskus hyväksyisi kaupallisen sopimuksen, hänen arvonsa mainosmarkkinoilla putoaisi välittömästi.

Vanhoista rocktähdistä (ja heidän ihailijoistaan) on toden-

näköisesti ärsyttävää huomata, että heidän sydämeen painuneet kappaleensa myyvät kenkiä ja pankkipalveluja, mutta minusta semiottiset johtopäätökset ovat eettisiä kiinnostavampia. Esimerkiksi melkein kaikissa rockia käyttävissä mainoksissa on selvää, että tärkeintä eivät ole tietyt soundit vaan yleiset mielleyhtymät. Tietyt laulut on valittu hajanaisen tekstiyhteyden takia tai koska ne sopivat rytmisesti kertomukseen, kuitenkaan lopulta soundin ja tuotteen välillä ei ole välttämättä yhteyttä - Cream-yhtyeen sijaan Renaultin mainoksessa olisi voitu käyttää esimerkiksi Freen "Alright Nowta" *täysin* samanlaisella tuloksella. Rocklaulajia ja -tähtiä käytetään siis ilmaisemaan "rockia" itseään, rock edustaa vapauden ja yhteisön myyttiä.

Päätän kirjan siihen havaintoon, että elääkseen vahvasti myytin on oltava tarina, jolla on muoto, loppu. Kaikki rockia tällä tavoin käyttävät mainokset ilmaisevat tavalla tai toisella, että tämä soundi on vanha, vaikkei sitä käytettäisikään nostalgisesti. Ei vedota siihen, että asiat olivat ennen paremmin vaan siihen että ne olivat yksinkertaisempia. Kun rock oli kuningas, musiikillinen halu oli yksiselitteinen.

Tähän sisältyy joukko tuttuja oletuksia: rock on musiikkia, joka ilmaisee kapinallisen nuorison fyysisiä ja emotionaalisia tarpeita ja nautintoja. Se on elävän esiintymistilanteen arvojen määrittelemä soundi, joka kuitenkin säilytetään äänitteillä ja jonka spontaaniuden ilmaiseminen ja tähtien pitäminen meidän lähellämme riippuu studiovälineistöstä. Ymmärretään myös, että rock on kuollutta, musiikkia ei voida enää tehdä tuollaisen suoran kommuninikoinnin ehdoilla vaan vain jatkuvasti viittaamalla sen omaan menneisyyteen, omaan myyttiin, joka ei ole vain mainostajien (ja elokuvantekijöiden ja kirjailijoiden) saatavissa vaan myös välttämätön painolasti muusikoille itselleen. Ja siksi Bruce Springsteenin *Live*-kokoelma, myytin äärimmäinen ylistäminen, on kaikista rockalbumeista rasittavimmin *monumentaalinen.*

Olen siis päätynyt postmodernin tilan rockversioon: viestinkokonaisuus jossa musiikki on merkityksellistä vain niin kauan kuin se jatkaa kiertämistä, "aidot" soundit ovat tunnistettavissa vain paikastaan merkkijärjestelmässä. Rockin historia on merkittävä vain toistuvien pastissien lähteenä. "Postmodernismi" ei kuitenkaan ole mikään *geist*, kulttuurinen pahanolontunne, johon kaikkien instituutioiden täytyy sopeutua. Se kuvaa materiaalisten muutosten vaiku-

tusta kulttuurisiin tuotantosuhteisiin. Rockin merkitys on muuttunut - nuorison vastakulttuurista kauppatiskintakaiseksi kulttuuriksi - teknologisen kehityksen ja demografisten muutosten takia, koska se *ei voi* enää merkitä sitä mitä ennen. Tästä johtuu rockin kaupallisten ääniraitojen vastustuksen paradoksi: musiikin tarina jota kerrotaan selvitettäessä mitä tapahtui popissa Elviksestä Sex Pistolsiin (tarina joka täyttyi 1960- ja 1970-lukujen kriitikoiden, muusikoiden ja fanien, dj:den, A&R-joukkueiden ja studiohenkilöstön päivittäisestä toimista) muuttuu voimalliseksi yleisenä myyntimyyttinä juuri sillä hetkellä, kun sillä ei enää ole lujaa otetta tapoihin, joilla musikkia itseään tehtiin ja markkinoitiin. Tästä syntyy tämän kirjan paradoksi - lähdin kirjoittamaan "objektiivista" arviota rockista ja päädyin ylistämään myyttiä. Tällä en tarkoita, että kirjoittamani olisi "virheellistä" vaan että kirjoitukseni kohde on lujemmin sidoksissa hauskuuden markkinoihin kuin olin luullut. Toivon selittäneeni miksi niin on.

VIITTEET

1. Johdanto

1. Tämän kirjan alkuperäinen versio oli ahdettu täyteen alaviitteitä, mutta koska suurin osa niistä viittasi brittiläisiin julkaisuihin, ja usein kummallisiin sellaisiin, tuntui sekoittavalta kerrata niitä tässä. Jokainen, joka haluaa seurata empiirisiä viittauksiani, katsokoon alkuperäistä teosta: Simon Frith: *The Sociology of Rock.* (London 1978).

2. Rockin juuret

1. Richard Middleton: *Pop Music and the Blues.* London 1972. Alan Pricen lainaus on David Robsonin toukokuussa 1973 tekemästä julkaisemattomasta haastattelusta.
2. Lester Bangs: *Blondie.* New York 1980, s. 70.
3. Stringbeansin laulusta "Sinking of the Titanic" vuodelta 1918, lainaus teoksessa Marshall ja Jean Stearns: *Jazz Dance.* New York 1979, s.240.
4. Eileen Southern: *The Music of Black Americans.* New York 1971, s. 103.
5. Marshall Stearns: *The Story of Jazz.* London 1970, s. 282.
6. Ian Hoare (toim.): *The Soul Book.* New York 1976, s. 152.
7. Paul Garon: *Blues and the Poetic Spirit.* New York 1978, s. 149.
8. Southern, mts. 165.
9. Daniel Kingman: *American Music: A Panorama.* New York 1979, s. 288.
10. Lainaus teoksessa Arnold Shaw: *Honkers and Shouters.* New York 1978, s. 322-323.
11. Lainaus teoksessa Marc Eliot: *Death of a Rebel.* New York 1979, s. 51.
12. Dave Laing (ed.): *The Electric Muse.* London 1975, s. 51.
13. Lainaus teoksessa Eliot, mts. 93.
14. Lainaus teoksessa Ronald Pearsall: *Victorian Popular Music.* Detroit 1973, s. 47.

3. Rock ja massakulttuuri

1. Lainaus teoksessa Pearsall, mts. 123 ja 199.
2. Jon Landau: *It's Too Late to Stop Now*. San Francisco 1972, s. 40.
3. T.W. Adorno: *Prisms*. London 1967, s. 128.
4. ibid., s. 130-132.
5. Lainaus teoksessa Pearsall, mts. 208.
6. Landau, mts. 130.
7. Greil Marcus: *Mystery Train*. New York 1976, s. 115.
8. Michael Lydon: "Rock for Sale" teoksessa Jonathan Eisen (ed.): *The Age of Rock*, Vol. 2. New York 1970, s. 56 ja 60.
9. Robert Levin: "Rock and Regression" teoksessa John Sinclair ja Robert Levin: *Music and Politics*. Cleveland 1971, s. 131.

4. Musiikin tekeminen

1. Tony Hatch: *So You Want to Be in the Music Business*. London 1976, s. 12.
2. Howard Becker: "The Professional Jazz Musician and His Audience" teoksessa R. Serge Denisoff ja R.A. Peterson (eds.): *The Sounds of Social Change*. New York 1972, s. 254.
3. "Tommy Steele: 'The Story of Ambition'", *The Listener*, 10.10.1974, s. 458.
4. The Rolling Stones: *Our Own Story*. London 1964. s. 13 ja 187.
5. "Pete Townshend: 'A Bit of Dreamlands'", *The Listener*, 10.10.1974, s. 456.
6. John Pidgeon: *Eric Clapton*. London 1976. s. 43.
7. *Rolling Stone*, 4.2.1971, s. 28.
8. Al Kooper: *Backstage Passes*. New York 1977, s. 111.
9. Cliff Richard: *It's Great to Be Young*. London 1960, s. 199-200.
10. *Rolling Stone*, 28.9.1968, s. 14.
11. Francis Newton: *The Jazz Scene*. London 1961, s. 199- 200.
12. *Rolling Stone*, 19.8.1971, s. 28.
13. *Rolling Stone*, 7.1.1971, s. 32.
14. *The Listener*, 10.10.1974, s. 457.
15. *Rolling Stone*, 7.1.1971, s. 34.
16. Peter Guralnick: *Lost Highway*. Boston 1979, s. 85-86.
17. Eliot, mts. 66.
18. Bruce Cook: *The Beat Generation*. New York 1971, s. 220.

5. Levyjen tekeminen

1. *Music Week*, 9.6.1973.
2. R. Serge Denisoff: *Solid Gold.* New Brunswick 1975, s. 119.
3. *Melody Maker.* 4.5.1974.
4. Colin MacInnes: "Socialist Impresarios", *New Statesman*, 15.6.1962.
5. Robert Stephen Spitz: *The Making of Superstars.* New York 1978. s. 210.
6. Michael Wale: *Voxpop.* London 1972, s. 224.
7. Spitz, mts. 131
8. Wale, mts. 67
9. Melody Maker, 23.3.1974
10. Riippumattoman amerikkalaisen levy-yhtiön johtaja Hy Weiss.
11. Eric Barnouw: *A History of Broadcasting in the United States.* Vol. 3. New York 1970, s. 303-304.
12. BRMB:n Brian Savin, lainaus *Radio and Record News*, erikoisliite "ILR Success Story", 1978.
13. Charlie Gillettin ja minun tekemästäni julkaisemattomasta haastattelusta vuodelta 1973.

6. Rahan tekeminen

1. *New Musical Express*, 3.11.1973
2. PRS, "Membership of the Performing Rights Society", London 1976, s. 5.
3. Lainaus Mike Jahn: *Rock from Elvis Presley to the Rolling Stones.* New York 1973, s. 69.

7. Merkityksen tekeminen

1. *New Musical Expressin* Alan Smith, lainaus teoksessa Gavin Millar: *Pop! Hit or Miss?*. London 1963, s. 2.
2. Lainaus artikkelista Chet Flippo: "The History of Rolling Stone", *Popular Music and Society*, iii, 1973- 74, s. 163.
3. Melody Maker, 6.2.1971

8. Nuoruus

1. Colin MacInnes: *Absolute Beginners.* New York 1960, s. 6.
2. Brian Jackson: *Working Class Community.* London 1968. s. 143.
3. Paula S. Fass: *The Damned and the Beautiful.* New York 1977, s. 14.

4. Robert S. ja Helen M. Lynd: *Middletown*. New York 1929, s. 267.
5. Dick Clark: *Your Happiest Years*. New York 1959, s. 7.
6. MacInnes, mts. 49
7. George Melly: "Didn't I?", *New Society*, 13.6.1963.
8. Harry Hopkins: *The New Look*. London 1963, s. 429.

9. Nuoruus ja musiikki

1. Elizabeth Hardwick: "Billie Holiday", *New York Review of Books*. 4.3.1976.
2. B.S. Rowntree ja G.R. Lavers: *English Life and Leisure*. London 1951, s. 282.
3. Charles Hamblett ja Jane Deverson: *Generation X*. London 1964, s. 20.
4. 14-vuotias tyttö lainattuna West Riding County Council Education Committeen julkaisusta *Schools Bulletin*. 1971.
5. Jock Young: *The Drug Takers*. London 1971, s. 147.
6. Richard Mills: *Young Outsiders*. New York 1973, s. 130, 138.
7. T.R. Fyvel: *The Insecure Offenders*. London 1963, s. 240.
8. Penny Reel: "The Young Mod's Forgotten Story", *New Musical Express*. 14.4.1979.
9. Peter Willmott: *Adolescent Boys of East London*. London 1969, s. 175-176.
10. Clark, mts. 70.
11. Lainaus teoksessa Richard Barnes: *Mods!*. London 1979, s. 15.
12. Lainaus teoksessa Hamblett ja Deverson, mts. 132.
13. Coventry City Centre Report, 1980, s. 5.
14. ibid., s. 7
15. Lainaus teoksessa Dave Marsh: *Born to Run*. New York 1979, s. 154-155.

10. Rock ja seksuaalisuus

1. Rudi Blesh ja Harriet Janis: *They All Played Ragtime*. New York 1950, s. 33.
2. Fass, mts. 307
3. Marshall ja Jean Stearns, mts. 322
4. Andrew Holleran: *Dancer From The Dance*. New York 1978, s. 38-39.

11. Rock ja vapaa-aika

1. Lainaus teoksessa Peter Bailey: *Leisure and Class in Victorian England*. Toronto 1978, s. 165.
2. Karl Marx: *Grundrisse*. London 1973, Penguin toim., s. 287.
3. Robert Christgau: "We Have to Deal With It". *Village Voice*. 9.1.1978.

KIRJALLISUUS

Rock'n'roll on kiinnostanut hämmästyttävän vähän akateemisia piirejä. Tällä on tutkijan näkökulmasta niin hyviä kuin huonojakin puolia. Huonot puolet ovat ilmeiset: tärkeimmät keskustelut ja analyysit rockista käydään lehtien katoavissa numeroissa ja ohimenevissä keskusteluissa. Rockkirjoja ilmestyy, mutta ne katoavat nopeasti eivätkä ne *näytä* vakavilta tutkimuksilta - yliopistojen kirjastot ostavat niistä vain harvoja. Rockdokumenttien keruu voi olla yhtä pakkomielteenomainen harrastus kuin rocklevyjen kerääminen, mutta etuna tässä on se, että suuri osa siitä mitä rockista kirjoitetaan on tuoretta ja haastavaa - joutava ja näkemyksellinen materiaali ovat yhtä runsaita. Ihmiset kirjoittavat rockista koska pitävät siitä, eivät arvosanojen takia (eivätkä missään tapauksessa rahan takia - sopimukset rockkirjoista täytyy *puristaa* kustantajilta); rockanalyysit eivät ole juuttuneet akateemisiin viitteisiin ja metodologian vainoharhaisuuteen. Lyhyesti sanottuna rockkirjoja on vaikea löytää mutta hauska lukea.

Tähän bibliografiaan olen ottanut mukaan kaikki kirjat, jotka ovat olleet tarpeellisia omani tuottamiseen. On hyviä kirjoja, joita en ole lukenut tai en ole löytänyt (listani heijastaa asuinpaikkaani Isossa-Britanniassa), ja useimmat lukemani kirjat ovat loppuunmyytyjä. Silti on tärkeää luetella ne, jo kunnianosoitukseksi niiden tekijöille, jotka ilman apurahojen tukea (ja painoonmenopäivien ja epäilevien kustantajien paineessa) ovat *työskennelleet* tehdäkseen selkoa yhteisestä pakkomielteestämme. [Kirjallisuusluettelossa on mainittu myös teoksien mahdolliset suomennokset. suom.huom.]

ROCKKULTTUURI

Nik Cohn sai minut ensimmmäisenä ajattelemaan popmusiikkia. Hän kirjoitti 1960-luvun puolivälissä *Queen*-lehteen, ja hänellä tuntui olevan suora linja omiin mieltymyksiini. Hänen kirjansa *Rock from the Beginning* (New York 1969), näennäisesti rock'n'rollin historia, on yhä paras selvitys 1960-luvun brittiläisestä

rockestetiikasta. Cohn oli poikkeuksellinen kirjoittaja Isossa-Britanniassa (en muista muita hänen aikalaisiaan musiikkilehdistä), koska rockkirjoittaminen kulttuurikritiikkinä on ollut melkein pelkästään amerikkalainen kiinnostus. Suuri osa tästä kirjoittelusta on kadonnut *Rolling Stonen*, *Creemin*, *Village Voicen*, varhaisen *Crawdaddyn*, *Who Put the Bompin* ja *Cheetahin* vanhoihin numeroihin; kuitenkin parhaat kriitikot voi löytää myös kirjoista. Robert Christgaun *Any Old Way You Choose It* (New York 1973) on kokoelma hänen kirjoituksiaan vuosilta 1967-73 - kiitos hänen poliittisen herkkävainuisuutensa ne eivät ole vanhentuneita. Greil Marcusin *Mystery Train* (New York 1976) on ihastuttavan kunnianhimoinen yritys juurruttaa rock'n'roll amerikkalaisen kirjallisuuden myytteihin - lähestymistapa valloittaa luvussa "Presliad". Ellen Willisin parhaat tekstit ovat hänen kirjassaan *Beginning to See the Light* (New York 1981). Dave Marshin *Born to Run* (New York 1979) [*Bruce Springsteen. Rocktähden tarina.* suom. Pekka Markkula. Tampere 1983] ja Lester Bangsin *Blondie* (New York 1980) ovat rocktähtien elämänkertoja (ja heijastumia kustantajien rockkiinnostuksista) ja itse asiassa myös kriittisiä väitteitä: kumpikaan kirja ei paljasta paljoakaan aiheestaan, mutta molemmat ovat tärkeitä väitteitä siitä, mitä rock tarkoittaa. Lester Bangsin 1970-luvun artikkelit (ensisijassa *Creemissä*) tulisi kuitenkin julkaista omana kokoelmanaan - Bangs on ollut, mikä tärkeää, ainoa rockkriitikko, jonka asema ei ole lähtöisin 1960-luvulta. En ole koskaan pystynyt lukemaan Richard Meltzerin valheellista filosofista tutkielmaa *The Aesthetics of Rock* (New York 1970), mutta jotkut hänen satunnaisemmista kirjoituksistaan on koottu kirjaan *Gulcher* (San Francisco 1972) - kukaan ei ole paremmin tiivistänyt rockia popin kokoon. Jon Landaun *auteuristinen It's Too Late to Stop Now* (San Francisco 1972) on vanhentunut kritiikissään, mutta jos se luetaan yhdessä Ralph J. Gleasonin innokkaan naiivin *The Jefferson Airplane and the San Francisco Soundin* (New York 1969) kanssa, se on merkittävä lähde *Rolling Stonen* musiikkinäkemykseen (kovapäisempi ja historiallisesti tietoisempi versio San Franciscon ideologiasta on Greil Marcusin toimittama *Rock and Roll Will Stand!* [Boston 1969]). Richard Goldsteinin 1960-luvun laulutekstien antologia *The Poetry of Rock* (New York 1969) tavoittaa rockin alkuperäiset vaatimukset tarkalleen.

Ainoat brittiläiset rockkirjat, joissa on samantasoista älykkyyttä ja polemisointia, ovat Dave Laingin *The Sound of Our Time* (New York 1970), varhainen yritys analysoida rockia marxilaisen kulttuurikritiikin avulla, ja George Mellyn *Revolt into Style* (New York 1971), tarkka ulkopuolisen kuvaus brittiläisestä rockkulttuurista vuosina 1964-69.

On olemassa useita hyödyllisiä antologioita. Jonathan Eisenin *The Age of Rock* osat 1 ja 2, sisältävät teennäisyyden ohella 1960-luvun avainartikkeleita kuten Tom Smuckerin "Movement vs. Groovement" (Eisenin *Twenty-Minute Fandangos and Forever Changes* [New York 1971] on pelkkää teeskentelyä). R. Serge Denisoffin ja R.A. Petersonin toimittama *The Sounds of Social Changes* (New York 1972) on akateeminen kokoelma, melko kuiva sellainen. George H. Lewisin *Side-*

Saddle on the Golden Calf (Pacific Palisades 1972) on kokoelma leikkisämpiä akateemisia artikkeleita populaarikulttuurista yleisemmin. Greil Marcusin toimittama *Stranded* (New York 1979), kokoelma kriitikoita autionsaarenlevynsä kanssa, on hyödyllinen kokoelma rockin kulttuurisista oletuksista 1970-luvun lopulla. Jim Millerin toimittama *The Rolling Stone Illustrated History of Rock & Roll* (New York 1980) on hajanaisempi mutta käyttökelpoinen. Phil Hardyn ja Dave Laingin toimittama *Encyclopedia of Rock and Roll*, osat 1-3 (London 1976) on tarpeellinen (ja hämmästyttävän luotettava) lähdeteos. Mark Shipperin paljastava, *todellinen* Beatles-historia *Paperback Writer* (New York 1977) [suom. Juice Leskinen. Kajaani 1982] on kaikkein hauskin rockkirja.

MUSIIKKIKULTTUURIT

On olemassa suuria määriä oppineita, puolittain oppineita ja puhtaasti fanien kirjoittamia tekstejä erilaisista musiikeista, ja minulla on tilaa luetella vain ne kirjat, jotka ovat aiheelleni suoranaisesti merkittäviä.

MUSTA MUSIIKKI

Parhaat yleiset esitykset ovat Eileen Southernin historiallinen *The Music of Black Americans* (New York 1971) ja Ortiz Waltonin *Music: Black, White and Blue* (New York 1972). Rudi Bleshin ja Harriet Janisin *They All Played Ragtime* (New York 1950) on erinomainen kirja mustasta musiikista ja Tin Pan Alleyn noususta. Marshall Stearnsin *The Story of Jazz* (London 1970) [*Jazzin historia*. suom. Jorma Vironmäki. Keuruu 1963] on selkein yleisesitys jazzista. Francis Newtonin *The Jazz Scene* (London 1961) on selkein jazzsosiologinen teos. Sidney Finkelsteinin *Jazz: A People's Music* (New York 1948), LeRoi Jonesin *Blues People* (New York 1963) ja *Black Music* (New York 1967) sekä Frank Kofskyn *Black Nationalism and Revolution in Music* (New York 1970) nostavat esiin joukon poliittisia kysymyksiä. Paul Oliverin *The Meaning of the Blues* (New York 1963) on yhä ehjin johdatus bluesin analysointiin, mutta Paul Garonin *Blues and the Poetic Spirit* (New York 1978), "freudilainen surrealistinen" lähestymistapa, on stimuloivin (ks. myös Carl Boggsin arviointi "The blues tradition from poetic revolt to cultural impasse", *Socialist Review* 38/1978). Tony Russellin *Blacks, Whites and Blues* (London 1970) on tarpeellinen selvitys mustien ja valkoisten maaseudun musiikkien sekoittumisesta. Tony Heilbutin *The Gospel Sound* (New York 1971) ja Marshall ja Jean Stearnsin *Jazz Dance* (New York 1979) ovat niin antaumuksella tehtyjä tutkimuksia, että ne tulevat tärkeiksi yleisiksi selvityksiksi amerikkalaisesta sosiaalihistoriasta.

Charles Keilin *Urban Blues* (Chicago 1966) ja Michael Haralambosin *Right*

on: From Blues to Soul in Black America (New York 1979) ovat tärkeitä sosiologisia huomioita siirtymästä bluesista souliin. Charlie Gillettin *The Sound of the City* (New York 1970) [*Kaupungin syke*, osat 1-2. suom. Jorma-Veikko Sappinen. Pirkkala 1980] ja Arnold Shaw'n *Honkers and Shouters* (New York 1978) kertovat tarinan yksityiskohtaisesti ja ovat tärkeitä sivuhuomioissaan musiikkiteollisuudesta 1950- ja 1960-luvuilla. Ray Charlesin ja David Ritzin *Brother Ray* (New York 1979) on asioissa sisällä olleen valaiseva selvitys. Ian Hoaren toimittamassa *The Soul Bookissa* (New York 1976) on erinomainen Hoaren itsensä kirjoittama luku soulin lyriikasta.

Reggae-musiikista ei ole vielä hyvää historiikkia - Sebastian Clarken *Jah Music* (London 1980) on kapea-alainen ja usein harhaanjohtava. On useita matkakuvauksia - Stephen Davisin ja Peter Simonin *Reggae Bloodlines* (New York 1977) sekä Adrian Bootin ja Michael Thomasin *Jamaica: Babylon on a Thin Wire* (New York 1977) - ja poleemisia pamfletteja - Rolston Kallynderin ja Henderson Dalrymblen *Reggae: People's Music* (London i.v.) ja Henderson Dalrymblen *Bob Marley: Music, Myth and the Rastas* (London 1976). John Plummerin *Movement of Jah People* (Washinton D.C. 1978) käsittelee reggaen merkitystä Ison-Britannian jamaikalaisille; Linton Kwesi Johnsonin "Jamaica Rebel Music" (*Race and Class* 17/1976) on mielenkiintoinen analyysi reggaen lyriikasta. Michael Thelwellin jamaikalainen romaani *The Harder They Come* (New York 1980) on paras johdatus musiikin merkitykseen Jamaikalla.

COUNTRYMUSIIKKI

Countrymusiikkia on tutkittu akateemisesti paremmin kuin mitään muuta Yhdysvaltojen populaarimusiikkilajia, ja perusteos Bill C. Malonen *Country Music, U.S.A.* (Austin, Texas 1968) on asiantunteva sekä akateemisuuden että ihailijain ajatusten suhteen. Sen lähestymistapaa täydentävät Douglas B. Greenin *Country Roots* (New York 1976), Bill C. Malonen ja Judith McCullohin toimittama *Stars of Country Music* (Urbana, Ill. 1975) sekä Patrick Carrin toimittama *The Illustrated History of Country Music* (New York 1980). Tärkein lukuisista countryn ja kansanmusiikin välisiä suhteita käsittelevistä artikkeleista on Archie Greenin "Hillbilly Music: Source and Symbol" (*Journal of American Folklore* 78/1965). Paul Hemphillin *The Nashville Sound* (New York 1970) ja John Grissimin *Country Music: White Man's Blues* (New York 1970) ovat vankkoja journalistisia selvityksiä Nashvillen ympyröistä siihen aikaan kun countrysta tuli suurta teollisuutta. Alanna Nashin *Dolly* (New York 1979), Christopher S. Wrenin *The Life and Legends of Johnny Cash* (New York 1974), Tammy Wynetten *Stand by Your Man* (New York 1979) sekä erikoisesti Loretta Lynnin ja George Vecseyn *Coal Miner's Daughter* (New York 1977) ovat paljastavia countryelämäkertoja. Richard Peterson tekee merkittäviä sosiologisia tutkimuksia countrymusiikin

tuotannosta ja kulutuksesta. Ks. "The production of cultural change: the case of contemporary country music" (*Sociological Research* 45/1978) ja Paul Di Maggion kanssa "From region to class, the changing locus of country music" (*Social Forces* 53/1975). Paras countrykirja on kuitenkin Nick Toschesin *Country: The Biggest Music In America* (New York 1977) - terävä, loistelias ja uudistava historiikki kaikista countrymusiikin puolista (seksi, rotu, huumeet ja raha), joita Nashvillen myyntimiehet peittelevät (Toschesin tutkimustyö mustien ja valkoisten musiikillisen historian takapihoilla jatkuu *Creemin* sivuilla).

FOLKMUSIIKKI

Perusteos brittiläisestä kansanmusiikista on A.L. Lloydin *Folk Song in England* (New York 1967), mutta samalla pitäisi lukea Dave Harkerin tutkimuksia brittiläisen folkideologian historiasta. Harkerin toistaiseksi ainoa kirja *One For The Money* (London 1980) hautaa valitettavasti tämän folktutkimuksen turhanpäiväiseen trotskilaiseen teoriaan popista. Valaisevin selvitys amerikkalaisesta folkliikkeestä on yhä R. Serge Denisoffin kyyninen analyysi folkista ja radikalismista *Great Day Coming* (Urbana, Ill. 1971). Joe Kleinin *Woody Guthrie* (New York 1980) on valaiseva miehestä itsestään, mutta siinä on vähän kiinnostavaa folkista yleensä. Dave De Turkin ja A. Paulin Jr.:n toimittama *The American Folk Scene* (New York 1967) on hyödyllinen kokoelma artikkeleita ja väitteitä New Yorkin 1960-luvun folkympyröistä. Silti Marc Eliotin elämäkerta Phil Ochsista *Death of Rebel* (New York 1979) on paras kuvaus siirtymisestä folkrockiin (paljon valaisevampi kuin Anthony Scaduton kirja Dylanista). Folkista ja rockista Isossa-Britanniassa ks. Dave Laingin toimittamaa teosta *The Electric Muse* (London 1975).

POPMUSIIKKI

Paras 1800-luvun populaarimusiikin käsittely on Ronald Pearsallin *Victorian Popular Music* (Detroit 1973). Parhaat kirjat brittiläisestä music hallista ovat D.F. Cheshiren *Music Hall in Britain* (Cranbury, N.J. 1974) ja Colin MacInnesin *Sweet Saturday Night* (New York 1967). Hyödyllisiä yleisesityksiä brittiläisestä populaarimusiikista ovat Edward Leen *Music of the People* (London 1970) ja Francis Rustin *Dance in Society* (London 1969).

Amerikkalaisesta populaarimusiikista kirjoittavat lankeavat melko helposti nostalgisuudesta johtuvaan analyysittomuuteen, niinpä Tin Pan Alleysta ei ole olemassa hyvää historiikkia. Paras on Ian Whitcombin *After the Ball* (New York 1972) juuri sen hätiköityjen yleistysten takia. Perustekstit, yksityiskohtaiset ja melko tylsät, ovat Isaac Goldbergin *Tin Pan Alley* (New York 1930) ja David

Ewenin *The Life and Death of Tin Pan Alley* (New York 1964). Eddie Rogersin *Tin Pan Alley* (London 1964) on mielenkiintoinen sisäpiirin selvitys brittiläisestä poplauluteollisuudesta. Arnold Shaw'n *Sinatra* (New York 1968) on hyödyllinen kuvaus amerikkalaisen populaarilaulajan institutionalisoitumisesta. Charles Hammin *Yesterdays* (New York 1979) on perinpohjainen musiikkitieteellinen historiikki amerikkalaisesta populaarimusiikista. Alec Wilderin *American Popular Song* (New York 1972), Henry Pleasantsin *The Great American Popular Singers* (New York 1974 ja Ira Gershwinin *Lyrics on Several Occasions* (New York 1973) ovat säihkyviä, älykkäitä amerikkalaisen laulun *taiteen* analyyseja. Joel Whitburnin Record Research, Inc. (Wisconsin) tuottaa jatkuvasti popmusiikin analyyseja, jotka perustuvat *Billboardin* listoihin "Top Pop Artists and Singles" aina vuodesta 1955.

MASSAKULTTUURIKESKUSTELU

Massakulttuurikeskustelu on jatkunut liian pitkään tarvitakseen tässä bibliografista opastusta. Oleellisimmat amerikkalaiset ajatukset 1930-luvulta 1950-luvulle ovat B. Rosenbergin ja D.M. Whiten toimittamassa teoksessa *Mass Culture* (New York 1957) - tämä sisältää David Riesmanin artikkelin nuoruudesta ja musiikista. Frankfurtin koulukunta hallitsi marxilaisia keskusteluja massakulttuurista, ja 1930-luvun väitteistä on olemassa hyödyllinen kokoelma, Ernst Bloch et al. *Aesthetics and Politics* (New York 1979), joka sisältää Fredric Jamesonin erinomaisen ajankohtaisen jälkikirjoituksen. Yksi Adornon viimeisistä artikkeleista "Culture Industry Reconsidered" (*New German Critique* 12/1977) vahvistaa hänen 1930-luvun asennettaan. Kuitenkin tärkein frankfurtilaisten lausunto rockideologeille itselleen oli Herbert Marcusen *One Dimensional Man* (Boston 1964). Sen vaikutuksesta ks. John Sinclair ja Robert Levin *Music and Politics* (Cleveland 1971).

Brittiläiset massakulttuurikriitikot sekoittavat marxisminsa väitteisiin, jotka on otettu kirjallisuuskriitikko F.R. Leavisilta; ks. esim. Stuart Hall ja Paddy Whannel *The Popular Arts* (New York 1965). Erityisesti folkideologit ovat omaksuneet marxilais-leavisilaiset väitteet; ks. Trevor Fisher *We're Only in It for the Money* (Birmingham 1972), Charles Parker "Pop Song: the Manipulated Ritual" P. Abbsin toimittamassa teoksessa *The Black Rainbow* (London 1975), ja keskustelu Leon Rosselsonin, Gary Hermanin ja Ian Hoaren välillä Carl Gardnerin toimittamassa teoksessa *Media, Politics, and Culture* (Atlantic Highlands, N.J. 1979).

Massakulttuurin pluralistinen puolustus on ollut yleensä heikkoa. Ks. esim. Herbert Gansin epätyydyttävää selvitystä "makukulttuureista" teoksessa *Popular Culture and High Culture* (New York 1975). Olen vakuuttuneempi teorioista kulttuurisesta taistelusta. Kiinnostavin (ja epäortodoksisin) marxilaisista massakulttuuriteoreetikoista on Walter Benjamin. Ks. hänen teoksensa *Illuminations*

(London 1970), *Understanding Brecht* (London 1973) ja *Charles Baudelaire* (London 1976). Benjaminin lähestymistapaa sovelsi voimallisesti 1960-luvun kulttuuripolitiikkaan Hans Magnus Enzenberger artikkelissaan "Constituents of a Theory of the Media" (*New Left Review* 64/1970). Epätavallinen ja kiehtova empiirinen selvitys musiikista ja amerikkalaisesta joukkoviestinnnästä ks. Neal ja Janice Gregory *When Elvis Died* (Washington 1980).

MUSIIKKI JA MERKITYS

Rockin musiikkitieteellisestä tarkastelusta ks. Henry Pleasantsin *Serious Music - and All That Jazz!* (New York 1969), Richard Middletonin *Pop Music and the Blues* (London 1972) ja Wilfred Mellersin tutkimus Beatlesista *Twilight of the Gods* (New York 1974). Mikään näistä kirjoista ei oikein yllä käsittelemänsä musiikin ytimeen - kukin eristää tekstin kontekstista ja ajautuu antropologisiin kliseisiin käsitellessään sitä, mitä populaarimusiikki merkitsee kuulijalleen. John Shepherd et al:in *Whose Music? A Sociology of Musical Language* (New Brunswick, N.J. 1980) ja Graham Vulliamyn ja Ed Leen toimittama *Pop Music in School* (Cambridge, Mass. 1980) lisäävät yleiset interaktionistiset selvitykset musiikillisesta kielestä ja luokkakategorioista.

Andrew Chesterin ja Richard Mertonin keskustelu "For a Rock Aesthetic" (*New Left Review*, 59/1970) ja Iain Chambersin "It's More Than a Song to Sing" (*Estatto do Annali- Anglistica, Naples* 22/1979) ovat tiiviitä yrityksiä selittää rockia ideologisena muotona. Roland Barthesin lyhyet ja innostavat huomiot musiikista voidaan löytää teoksista *Image-Music-Text* (New York 1978) ja *The Eiffel Tower* (New York 1979). Ne tulisi lukea yhdessä Susan Sontagin *Against Interpretationin* (New York 1967) kanssa.

Parhaat arviot brittiläisen punkin juurista ja noususta ovat Caroline Coonin *1988: The New Wave Punk Rock Explosion* (New York 1978) sekä Fred ja Judy Vermorelin *The Sex Pistols* (London 1978). Judie Burchillin ja Tony Parsonsin *"The Boy Looked at Johnny"* (London 1978) on epämääräinen, ahdistunut ja raivostuttava punkhistoriikki, joka saavuttaa tarpeellisen hengen *tavalla*, jolla se on kirjoitettu. Paras analyysi punkista musiikinlajina on Dave Laingin artikkelissa "Punk Rock" (*Marxism Today*, April 1978).

LEVYJEN TEKEMINEN / RAHAN TEKEMINEN

Useat rockin sosiologit ovat kohdistaneet huomionsa rockin tuotantoon ja olen velkaa erityisesti Paul Hirschin töille *The Structure of the Popular Music Industry* (Michigan 1970), "Sociological Approaches to the Pop Music Phenomenon" (*American Behavioral Scientist* 14/1971) ja "Producer and Distributor Roles

Among Cultural Organizations" (*Social Research* 45/1978). Teoriaa markkinakilpailusta ja kulttuurisista sykleistä ovat vakuuttavimmin kehitelleet Richard Peterson ja D.G. Berger artikkelissaan "Entrepreneurship and organization: evidence from the popular music industry" (*Administrative Science Quarterly* 16/1971) ja Richard Peterson "Cycles in symbol production: the case of popular music" (*American Sociological Review* 40/1975). R. Serge Denisoffin *Solid Gold* (New Brunswick 1975) tarjoaa amerikkalaisen ääniteteollisuuden yleisen sosiologisen selvityksen, joka on parempi joiltain teollisuuden osiltaan (radio) kuin toisilta (ääniteyhtiöt). Arvostan Denisoffin iloista naiiviutta enemmän kuin Steve Chapplen ja Reebee Garofalon tietävää journalismia teoksessa *Rock 'n' Roll Is Here to Pay* (Chicago 1977), mutta jälkimmäinen on paras lähde rockteollisuuden tosiasioille ja numerotiedoille (lähin brittiläinen vastine on Michael Cablen *The Music Industry Inside Out*, London 1977). Ilman Chapplen ja Garofalon epäkaupallisuutta pelkkinä johdatuksina musiikkiteollisuuteen katso S. Shemelin ja M.W. Krasilovskyn *This Business of Music* (New York 1964), Tony Hatchin *So You Want to Be in the Music Business* (London 1976) ja Sharon Lawrencen *So You Want to Be a Rock and Roll Star* (New York 1976). Nykyään on jo ylenmäärin tuol-laisia oppaita, periaatteessa toisistaan eroamattomia. Toistaiseksi paras teos amerikkalaisesta rockteollisuudesta on Geoffrey Stokesin *Star-Making Machinery* (Indianapolis 1976), yksityiskohtainen Commander Cody -yhtyeen lp:n tekemisen ja markkinoinnin analyysi, josta muodostuu tarkka läpileikkaus rockteollisuuden käytännöistä yleensä. Ks. myös Bob Greenen hyvää teosta Alice Cooperin kiertueesta *Billion Dollar Baby* (New York 1974).

Suurin osa tässä kirjassa käyttämistäni tiedoista musiikkiteollisuudesta on tullut satunnaisista keskusteluista rockissa mukana olevien ihmisten kanssa tai musiikki- ja teollisuuslehdissä julkaistuista haastatteluista. Tällaisista haastatteluista on kaksi hyödyllistä kokoelmaa - Robert Stephen Spitzin *The Making of Superstars* (New York 1978), joka kattaa Yhdysvallat, sekä Michael Walen *Vox-pop* (London 1972), joka kattaa Ison-Britannian. Charlie Gillettin ja Simon Frithin toimittamat *Rock File* osat 1-5 (London 1972, 1974-76, 1978) ovat oleellisia tilastotietojen ja perusteiden kokoelmia.

Musiikkiteollisuudesta 1950-luvulla ks. Dick Clarkin ja Richard Robinsonin *Rock, Roll and Remember* (New York 1976) ja musiikkiteollisuudesta Isossa-Britanniassa John Kennedyn *Tommy Steele* (London 1958). Brittiläisen beatin noususta ks. Ian Williamsin *The Man Who Gave the Beatles Away* (London 1975) - Williams oli Beatlesin manageri ennen Brian Epsteinia - ja Michael Braunin *Love Me Do* (London 1964), tarkka raportti Beatles-kiertueesta. Rockin noususta ks. Clive Davisin *Clive* (New York 1975), ärsyttävän arka mutta kiehtova selvitys siitä miten CBS:stä tuli rockmerkki, ja Derek Taylorin *As Time Goes By* (London 1972), jopa vielä häveliäämmät muistelmat muiden muassa Beatlesin pr-miehenä toimineelta. Peter McCaben ja Robert D. Shonfieldin *Apple to the Core* (New York 1976) on tarkka taloudellinen selvitys Applen luhistumisesta. Robert Stephen

Spitzin *Barefoot in Babylon* (New York 1979) on perusteellinen, uuvuttava Woodstockin festivaalien historiikki, joka hautaa kaikki ajatukset siitä, että se oli Hyvä Juttu. Paras kuvaus 1970-luvun rockteollisuudesta on Stephen Holdenin sensaatioromaani *Triple Platinum* (New York 1979). Kulttuuri-imperialismista ja ylikansallisesta ääniteteollisuudesta ks. Jeremy Tunstallin *The Media Are American* (New York 1979) ja Armand Mattelartin *Multinational Corporations and the Control of Culture* (Atlantic Highlands, N.J. 1979).

Yksittäisistä ääniteyhtiöistä ks. Charlie Gillettin Atlanticin mallihistoriikki *Making Tracks* (New York 1974). Valitettavasti muita vastaavia tutkimuksia ei ole, vaikka Peter Benjaminsonin siloitellummassa teoksessa *The Story of Motown* (New York 1979) on paljon hyödyllistä tietoa. Se tulisi lukea Elaine Jesmerin *Number One with a Bulletin* (New York 1974) kanssa, joka on haroldrobbinsmainen "menestyksekkään, itsenäisen soul-levymerkin" käsittely. Se nostaa esiin vältelemäni kysymykset - Mafian mukanaolon, rikolliset, huumeet, minne levy-yhtiön rahat *menevät*.

Äänitteiden tuottajista ks. George Martinin ja Jeremy Hornsbyn *All You Need is Ears* (New York 1980), Richard Williamsin tutkimus Phil Spectorista *Out of His Head* (Nre York 1972) ja Edward Kealyn erinomainen artikkeli "From Craft to Art: the Case of Sound Mixers and Popular Music" (*Sociology of Work and Occupation* 6/1979). Laulujen kustantajista ks. Alan Peacockin ja Ronald Weirin *The Composer in the Market Place* (London 1975) ja Ernst Rothin *The Business of Music* (London 1969).

RADIO JA LEHDISTÖ

Perusteos amerikkalaisen radion historiasta on Erik Barnouw'n *A History of Broadcasting in the United States*, osat 1-3 (New York 1966, 1968, 1970). Brittiläisestä radiosta ks. Asa Briggsin *The History of Broadcasting in the United Kingdom*, osat 1 & 2 (London 1961, 1965) sekä Tom Burnsin *The BBC: Public Institution and Private World* (New York 1977). Amerikkalaisesta popradiosta katso Arnold Passmanin *The Deejays* (New York 1971) sekä Peter Forntalen ja Joshua E. Millsin *Radio in the Television Age* (New York 1980), joista kumpikaan ei ole kovinkaan tyydyttävä.

Musiikkilehdistöstä ei ole kirjoitettu paljoakaan, mutta ks. Roger Lewisin *Outlaws of America* (London 1972) underground-lehdistöstä ja Chet Flippon "The History of *Rolling Stone*" (*Popular Music and Society* 3/1973-74). *Rolling Stonen* ideologiasta ks. sen omat antologiat, erityisesti *The Rolling Stone Record Review*, osat 1 & 2 (New York 1971, 1974) ja Ben Fong-Torresin toimittama *What's That Sound?* (New York 1976). Brittiläisestä musiikkilehdistöstä ei ole mitään vastaavaa.

MUUSIKOT

Musiikkilehtien sivut ovat täynnä tähtien haastatteluita. Ne ovat tavallisesti tyhjänpäiväisiä, mutta joitain poikkeuksia on, ks. *The Rolling Stone Interviews*, osat 1 & 2 (New York 1971, 1973) ja Michael Lydonin herkkävaistoiset keskustelut (useimmiten mustien taiteilijoiden kanssa) *Rock Folk* (New York 1971) ja *Boogie Lightning* (New York 1974). Parhaat kirjat amerikkalaisista populaarimuusikoista ovat Peter Guralnickin *Feel Like Going Home* (New York 1971) ja *Lost Highway* (Boston 1979). Howard Beckerin *Outsiders* (New York 1963) on klassinen sosiologinen selvitys ammattimuusikon elämästä, ja Robert R. Faulknerin *Hollywood Studio Musicians* (Chicago 1971) on hyvä tutkimus musiikinteosta äänitysessiossa. Al Kooperin ja Ben Edmondin *Backstage Passes* (New York 1977) ovat paljastavat popmuusikon muistelmat elämästä 1960-luvun New Yorkissa. Pete Framen *Rock Family Trees* (London 1980) tavoittaa mainiosti, pakkomielteenomaisesti melkein jokaisen nykyisen rocktähden musiikillisen menneisyyden.

Musiikkikirjojen kustannustoimintaa hallitsevat viimeisimpien tähtien pikaiset elämäkerrat. Useimmat ovat yhtä banaaleja kuin musiikkilehtien haastattelut, mutta joidenkin tähtien elämät ovat merkittävämpiä. Suurimmilla tähdillä on luotettavat elämäkerrat (Anthony Scaduton Bob Dylanista, Jerry Hopkinsin Elvis Presleystä, Philip Normanin Beatlesista), mutta minusta täyttä roskaa olevat paljastukset ovat valaisevampia - Red West et al:in *Elvis: What Happened?* (New York 1977) tai Larry Slomanin *On the Road with Bob Dylan* (New York 1978). Rolling Stonesille on omistettu useampia roskakirjoja kuin kenellekään muulle, ja pyhimyselämäkerrat - Rolling Stonesien *Our Own Storysta* (New York 1970) Barbara Charonen *Keith Richardsiin* (London 1979) - tulisi lukea juorutarinoita vasten - Robert Greenfieldin *Stones Touring Party* (New York 1974) ja Tony Sanchezin *Up and Down with the Rolling Stones* (New York 1979).

1950-luvun muusikoista ks. John Goldrosen *Buddy Holly* (London 1975) ja Cliff Richardin *It's Great to Be Young* (London 1960), 1960-luvun muusikoista ks. David Leafin *The Beach Boys and the Californian Myth* (New York 1978) ja David Hendersonin *Jimi Hendrix* (New York 1978) [suom. Markku Salo. Vaasa 1984]. Ilakoivasta epäelämäkerrasta katso Fred ja Judy Vermorelin *Kate Bush* (London 1980).

Boheemi yhteys voidaan jäljittää teoksissa Milton Mezzrow ja Bernard Wolfe *Really the Blues* (New York 1946), Ross Russellin *Bird Lives!* (New York 1973) [*Bird elää!* suom. Seppo Loponen. Porvoo 1979], George Mellyn *Owning Up* (London 1965) (brittiläisen jazzmuusikon elämästä 1950-luvulla), Bruce Cookin *The Beat Generation* (New York 1971) sekä Jerry Hopkinsin ja Daniel Sugarmanin *No One Here Gets Out Alive* (New York 1980) [*Jim.* suom. Jorma-Veikko Sappinen. Pirkkala 1981]. Viimeisin kirja on surkea Jim Morrisonin elämäkerta, mutta se paljastaa rocktähtien ympärillä roikkuvien ihmisten epämiellyttävyyden, ja se osoittaa kuinka pitkälle heikko lahjakkuus voi päästä, kunhan se myydään

runoutena ja kapinana.

Ian Hunterin *Diary of a Rock and Roll Star* (London 1974) on mielenkiintoinen kuvaus elämästä kiertueella, mutta minun tietääkseni (ja huolimatta useista yrityksistä) hyvää romaania rock'n'roll-elämästä ei ole. Joistain musiikintekemisen mysteereistä ks. Josef Skvoreckyn *The Bass Saxophone* (New York 1978) - jazzin soittamisesta Tsekkoslovakiassa sekä Guy Peellaertin ja Nik Cohnin *Rock Dreams* (New York 1973) - fanien muusikkofantasioista.

NUORUUS

Akateeminen kirjallisuus nuoruudesta on laaja, mutta vain vähän siitä on oleellista analysoitaessa nuorisokulttuuria ja musiikkia. Tämä on valikoiva opas siihen mitä on.

John Gillisin *Youth and History* (New York 1974) on käyttökelpoinen historiallinen tutkimus. Tarkempia näkemyksiä varten katso Joseph F. Keltin "Adolescence and Youth in Nineteenth Century America" T.K. Rabbin ja R.I. Rothbergin toimittamassa teoksessa *The Family in History* (New York 1973) sekä Ted W. Margudantin "Primary Schools and Youth Groups in Pre-War Paris" (*Journal of Contemporary History* 1978). Clarence Rookin *The Hooligan Nights* (1899, uusi painos Oxford 1979) on journalistinen raportti Lontoon teini-ikäisten elämästä 1890-luvulla, ja Robert Robertsin *The Classic Slum* (Manchester 1971) on erinomaiset muistelmateos teini-ikäisten elämästä pohjoisessa englantilaisessa kaupungissa vuosisadan alussa. Paula S. Fassin *The Damned and the Beautiful* (New York 1977) on loistava analyysi amerikkalaisesta nuorisokulttuurista 1920-luvulla, ja Kenneth Allsopin *Hard Travelin'* (New York 1967) sisältää tärkeää materiaalia työttömistä amerikkalaisista nuorista 1930-luvulla.

Teini-ikäisten kulttuurin noususta USA:ssa katso A.B. Hollingshead *Elmtown's Youth and Elmtown Revisited* (New York 1975), Edgar Z. Friedenbergin *The Vanishing Adolescent* (Boston 1959), James S. Colemanin *The Adolescent Society* (New York 1961) sekä E.W. Vazin toimittama *Middle-Class Juvenile Delinquency* (New York 1967). Syvällisimmät selvitykset brittiläisestä teini-ikäisten kulttuurista 1950-luvulla ovat Ray Goslingin nuorekkaat omaelämäkerrat *Sum Total* (London 1962) ja *Personal Copy* (London 1980) sekä Colin MacInnesin journalistiset huomiot *England, Half English* (New York 1962). Mark Abramsin markkinatutkimus *The Teenage Consumer* (London 1959) oli hyvin merkittävä brittiläisille sosiologeille - katso J.B. Mays *The Young Pretenders* (New York 1966). Brittiläisestä nuorisokulttuurista 1960-luvulla katso Timothy Raisonin toimittama *Youth in New Society* (London 1966) - tämä sisältää Colin Fletcherin artikkelin Liverpoolin jengeistä ja yhtyeistä, Peter Willmottin *Adolescent Boys of East London* (London 1969) sekä Jeremy Seabrookin vihainen *City Close-Up* (London 1971). 1970-luvusta katso Dave Robinsin ja Philip Cohenin *Knuckle*

Sandwich (London 1978).

Merkittävimmät sosiologiset yritykset teoretisoida nuoruutta ovat Karl Mannheimin *Diagnosis of Our Time* (London 1944) sukupolvista ja S.N. Eisenstadtin *From Generation to Generation* (New York 1956) strukturaalisesta funktionalismista. Oikean ja vasemman siiven sosiologisista reaktioista 1960-luvun nuorisokulttuuriin katso Bryan Wilson *The Youth Culture and the Universities* (London 1970) ja Richard Flacksin *Youth and Social Change* (Chicago 1971).

Alakulttuuriteorioista ks. A.K. Cohen *Delinquent Boys* (London 1956) katujen ja yliopistojen pojista sekä H. Fineston "Cats, Kicks and Color" (*Social Problems* 5/1957) katujen pojista pelkästään. Amerikkalaiset alakulttuuriteoriat tuotiin Isoon-Britanniaan David Downesin teoksessa *The Delinquent Solution* (New York 1966) englantilaisista kulmien ja yliopistojen pojista sekä Stanley Cohenin *Folk Devils and Moral Panics* (London 1973) modeista, rokkareista ja lehdistöstä. Stuart Hall et al:in *Resistance Through Rituals* (New York 1976) ja Mike Braken *The Sociology of Youth Culture and Youth Subcultures* (London 1980) osoittavat kuinka teoria kehittyi ns. Birminghamin koulussa 1970-luvulla.

Useimmat tutkimukset erityisistä nuorisotyyleistä ovat brittiläisiä (kuitenkin amerikkalaisesta tutkimuksesta katso Stephen Buff "Greasers, Dupers and Hippies: Three Responses to the Adult World" L.K. Howen toimittamassa teoksessa *The White Majority* [New York 1971)]. Teddy-pojista katso T.R. Fyvelin *The Insecure Offenders* (London 1963) sekä Chris Steel-Perkinsin ja Richard Smithin *The Teds* (London 1979). Modeista katso Charles Hamblettin ja Jane Deversonin *Generation X* (London 1964), Tom Wolfen *The Pump House Gang* (New York 1968) sekä Richard Barnesin *Mods!* (London 1979). Skinheadeista ks. Susie Danielin ja Pete McGuiren toimittama *The Paint House* (London 1972). Hipeistä katso Richard Nevillen *Play Power* (London 1970), Jock Youngin *The Drug Takers* (London 1971), Richard Millsin *Young Outsiders* (New York 1973) ja Paul Willisin *Profane Culture* (London 1978). Punkeista ja punkin jälkeisistä katso Dick Hebdige *Subculture: The Meaning of Style* (New York 1979) ja Peter Yorkin *Style Wars* (London 1980).

Philip G. Altbachin *Student Politics in America* (New York 1974) on hyvä yleishistoriikki. 1960-luvun opiskelijaradikalismista ks. Jeff Nuttallin *Bomb Culture* (New York 1970), Julian Nagelin toimittama *Student Power* (London 1969) ja David Widgery *The Left in Britain 1956-68* (London 1976). Vallankumouksellisesta nuorisoliikkeestä ks. Harold Jacobsin toimittama *Weatherman* (Berkeley 1970). Teoreettinen esitys nuorisoliikkeestä tehtiin voimakkaimmin John ja Margaret Rowntreen artikkelissa "The Political Economy of Youth" (*Our Generation* 6/1968); ks. myös Paul Picconen "From youth culture to political praxis" (*Radical America* 3/1969).

Nuorista ja musiikista 1920- ja 1930-luvuilla ks. Neil Leonardin mielenkiintoinen *Jazz and the White Americans* (Chicago 1962). Bruce Chipmanin *Hardening Rock* (Boston 1972) ja Alfred Wertheimerin *Elvis '56* (London 1979)

ovat kuvakokoelmia, joka osoittavat rock'n'rollin paikan 1950-luvun teinikulttuurissa. Mick Goldin *Rock on the Road* (London 1976) tarjoaa saman brittiläisistä teini-ikäisistä 1970-luvulla. Graham Murdockin ja Guy Phelpsin *Mass Media and the Secondary School* (London 1973) on hyvin muokattu tutkimus musiikillisista mauista ja käytöistä nuorilla brittiläisessä syrjäkaupungissa. Morris Dicksteinin *Gates of Eden* (New York 1978) on kirjallisuuskriitikon heikko yritys tehdä selkoa nuorisomusiikista ja "amerikkalaisesta kulttuurista 1960-luvulla".

Lopuksi parhaat selvitykset musiikin mukana kasvamisesta voidaan löytää romaaneista. Olen erityisen mieltynyt näkökulmiin seuraavissa teoksissa: Colin MacInnesin *Absolute Beginners* (New York 1960) ja Richard Pricen *The Wanderers* (New York 1974) - brittiläisestä ja amerikkalaisesta kadun elämästä, Ed Sandersin *Tales of Beatnik Glory* (New York 1976) - New Yorkin boheemeista sekä Andrew Holleranin *Dancer from the Dance* (New York 1978) - diskokulttuurista. Kuitenkin läpi amerikkalaisen sodanjälkeisen kirjallisuuden voi löytää lukuisia muita johtolankoja.

ROCK JA SEKSUAALISUUS

Tutkimuksia nuoruuden ja rockkulttuurin sukupuolisista jaoista on yhä suhteellisen vähän. Britanniassa olen oppinut paljon Angela McRobbien töistä "Working Class Girls and the Culture of Feminity", Women Study Groupin teoksessa *Women Take Issue* (London 1978), *Jackie: an Ideology of Adolescent Feminity* (Birmingham 1978) ja "Settling Accounts with Subcultures" (*Screen Education* 34/1980). Yleisempiä kuvauksia naiseksi kasvamisesta ks. Sheila Rowbothamin *Woman's Consciousness, Man's World* (New York 1974), Sue Sharpen *Just Like a Girl* (London 1976), Ann Whiteheadin "Sexual Antagonism in Herefordshire" D. Barkerin ja S. Allenin toimittamassa teoksessa *Dependence and Exploitation in Marriage* (London 1976) ja Diana Leonard *Sex and Generation* (London 1980). Terävä ja herkkätuntoinen selvitys työväenluokan seksuaalisuudesta Yhdysvalloissa 1970-luvulla ks. Lillian Rubinin *Worlds of Pain* (New York 1976).

Rockista ja seksuaalisuudesta katso Simon Frithin ja Angela McRobbien "Rock and Sexuality" (*Screen Education* 29/1978-79) ja Jenny Taylorin ja Dave Laingin vastaus "Disco-Pleasure-Discourse" (*Screen Education* 31/1979). Terri Godard et al:in "Popular Music" J. Kingin ja M. Stottin toimittamassa teoksessa *Is This Your Life?* (London 1977) on hyvä rocktekstien analyysi. Kaksi erinomaista kuvausta tanssista ja seksuaalisuudesta ovat Geoff Munghamin "Youth in pursuit of itself" G. Pearsonin ja G. Munghamin toimittamassa teoksessa *Working-Class Youth Culture* (London 1976) - työväenluokan tanssipaikoista ja Richard Dyerin "In Defence of Disco" (*Gay Left* 8/1979) - homodiskoista.

VAPAA-AIKA

Suurin osa niin kutsutusta vapaa-ajan sosiologisesta tutkimuksesta on ikävää ja irrelevanttia rockin tutkimukselle. Aiheen rajamailla liikkuvat tutkimukset ovat minusta kaikkein antoisimpia. Brittiläisen vapaa-ajan historiassa olen luottanut vahvasti Peter Baileyn teokseen *Leisure and Class in Victorian England* (Toronto 1978), Hugh Cunninghamin teokseen *Leisure in the Industrial Revolution* (New York 1980), Robert D. Storchin artikkeliin "The policeman as domestic missionary" (*Journal of Social History* 9/1976) ja Jeff Nuttallin sotaa edeltäneen ajan music hall -koomikon Frank Randlen elämäkertaan *King Twist* (London 1978). Richard Dyerin *Light Entertainment* (New York 1977) on mielenkiintoinen yritys selvittää joukkotiedotusvälineiden luomaa, hallitsevaa sodanjälkeistä vapaa-ajan ideologiaa.

Amerikkalaisista vapaa-ajan tavoista ja niiden kehityksestä on yhä paljon opittavaa Robert ja Helen Lyndin teoksissa *Middletown* (New York 1929) ja *Middletown in Transition* (New York 1937). Tuoreempia tutkimuksia vapaa-ajasta ja amerikkalaisesta työväenluokasta ks. Joseph T. Howellin hieno *Hard Living on Clay Street* (New York 1973). Paras johdatus vapaa-aikaan ja amerikkalaiseen boheemisuuteen on Ned Polskyn *Hustlers, Beats, and Others* (New York 1969), ja ks. Ronald Morrisin kiehtova *Wait Until Dark, Jazz and the Underworld, 1880-1940* (Bowling Green 1980).

Klassiset vapaa-ajan teoriat, Thorstein Veblenin *The Theory of the Leisure Class* (New York 1899) ja Johan Huizingan *Homo Ludens* (London 1949) [*Leikkivä ihminen: yritys kulttuurin leikkiaineksen määrittelemiseksi*. suom. Sirkka Salomaa. Juva 1984], ovat yhä keskeistä luettavaa. Olen ottanut monia ajatuksia myös kolmelta tämänhetkiseltä kulttuurikriitikolta - Harold Rosenberg (ks. esim. *The Tradition of the New*, New York 1959, ja *Discovering the Present*, Chicago 1973), John Berger (ks. esim. *About Looking*, New York 1980) sekä C.L.R. James (ks. hänen kirjansa kriketistä, *Beyond a Boundary*, London 1963). Kaikki nämä kirjoittajat ovat kukin tavallaan inspiroituneet Marxista, joka on jossain taustalla myös minun tulkinnoissani rockista ja nuoruudesta, pääomasta ja vapaa-ajasta.

HAKEMISTO

A&M 111, 147, 181
A&R (artist and repertoire)-miehet 108-111, 153
  kykyjen etsintä 108-109
  sopimuksen vahvistamisrooli 111
  taloudelliset päätökset 111
Absolute Beginners (MacInnes) 188-89, 190, 196
Adorno, Theodore W. 48-51, 63, 274
agentit ja esiintymiset 143
alakulttuurit 208, 226-233
  boheemi 229-230, 231-232
  musiikilliset kokemukset 227
Altamontin festivaalit 230
American Bandstand 34, 101, 104, 161
American Federation of Musicians (AFM) 69-71
Animals 15
Anthony, Dee 112-113
Appel, Mike 114
Apple 103
Arista 122, 149
ASCAP 98-99, 125, 139-140
Associated Television Corporation 150
ATV 148, 149, 157-158
auteurit rockissa 58-59
avioliitto 204, 240-242
  aikuisuus 240-241
  tanssiminen 239
  työ 239
Bangs, Lester 17, 174, 251
Barsalona, Frank 112, 144-144
Barthes, Roland 173, 271
Bay City Rollers 120, 122
Beach Boys 105
Beatles 9, 11, 24, 74, 83-84, 117-118
  lauluntekijöinä 58, 74, 77-78, 148
  suosion laaja levinneisyys 101, 103, 141-142, 152, 176-177
Becker, Howard 72, 75, 86, 93
Belz, Carl 55
Benjamin, Walter 52-53, 62-63
Berendt, Joachim-Ernst 21
Billboard 126, 175, 177, 253
Blackboard Jungle 101
Bland, Bobby 87
Blatchford, Robert 45, 260
Blesh, Rudi 95, 244
Blondie 17
blues 21, 23, 171
BMI 98-99, 125, 139
Born to Run 122
Bowie, David 79
British Broadcasting Corporation (BBC) (Radio 1 ja 2) 11, 104, 130-133, 165
British Musician's Union 69, 70
Byrds, The 30, 77
bändärit 241, 250

Capitol 142, 245
Carey, J.T. 38
Cassidy, David 221, 235
CBS 100, 101, 110, 111, 145, 150, 152, 156, 179, 180
Christgau, Robert 6, 54, 172, 174, 226, 276
Clapton, Eric 24, 75, 79
Clark, Dick 100, 108-109, 124, 143, 195, 237-238
Clash, The 24, 186, 276
Coleman, Ornette 71
Costello, Elvis 84
countrymusiikki 27- 31, 87
  kaupallistuminen 28, 30, 162
  koko perheen viihteenä 29
  konservatiivisuus 29
  laulutekstit 28, 29
  lainsuojattomat 78
  lähteet 29

musta musiikki 27-28, 30
rockabilly 28, 30
Crawdaddy 178, 184, 187
Cream 25, 105, 220, 222
Creem 181, 184, 186
Dancer from the Dance (Holleran) 257
Davis, Clifford 113
Decca 6, 101, 102, 103, 145, 148
Denisoff, R. Serge 221-222
disko 22, 25, 120, 163, 253-257
homoestetiikkana 254, 255, 256
laulutekstit 41
pakemiskeinona 257
seksi ja 255-257
tanssi ja 253-257
diskot 134-136
dj:t 136
payola 136
Dylan, Bob 25, 34, 36, 41, 42, 54, 59, 76, 90

Eagles 31, 157
Emerson, Lake & Palmer 88
EMI 6, 101, 102, 103, 121, 142, 145, 147, 148, 149, 158
Emotional Rescue 159

Family, Sex and Marriage in England (Stone) 244
fanaatikot 232
Fass, Paula 190-191, 194, 198, 245, 246
Fleetwood Mac 8, 88, 113-114
folkmusiikki 31-36
aitous 35-36
omaperäisyys 34, 78
ei-kaupallisuus 8, 32
folkyhteisöt 33
lauluäänelliset käytännöt 32-33, 34
maalaisromantiikka 31
radikaaliperinne 31-32, 35, 36
Four Tops 25

Garon, Paul 23
Gershwin, Ira 42
"God Save the Queen" 9
Gordy, Berry 114, 120
gospelmusiikki 21, 27
Grand Funk Railroad 222
Grease 132, 162, 194
Guthrie, Woody 32, 91

Harker, Dave 23, 54, 59
Harry, Debbie 251, 252
Help 75
Hendrix 25, 87, 105, 220
Herschel, John 44
hipit 56, 215, 218-219, 229-230, 277
Hirsch, Paul 97, 109, 155
Hoare, Ian 21
Hogarth, George 44
Holden, Stephen 106

"I'm Crying" 15-16

Jackson Five 88
Jagger, Mick 67
jakelu 145-148
haarajakelijat 147
riippumattomat jakelijat 147
myyntiketjut 146-147
rackjobberit 146-147
tukkumyyjät 146
Janis, Harriet 95, 2446
jazz 8, 19, 210, 279
Jefferson Airplane 68
John, Elton 142

King, Carole 138
Kingston Trio 34
Kirschner, Don 138, 161
Kiss 222
kitarat 21, 27, 168, 235
Kommunistinen puolue 31-32
konglomeraatit 148-152
ei-viestimet 148

kulujen leikkaaminen vastaan kulujen sulauttaminen 150
soittimien valmistajina 150-151
stereolaiteteollisuus 151
klassinen musiikki 8, 70-71, 96, 279
Kooper, Al 69, 71, 77, 82
kustannustoiminta 138-139, 140-141, 148
tuottavuus 148

Laing, Dave 53, 236
Landau, John 45, 54, 58, 183
Led Zeppelin 85, 183, 222, 235
lehdistö *katso* musiikkilehdistö
Lennon, John 75-76, 79, 83-84, 89, 276
levyautomaatit 70, 134
levyttäminen 116-120
miksaus 118-119
singlet 119, 120
varhainen 117
äänittäjät 117, 118
Lewis, Jerry Lee 30
Lockwood, Joseph 149
Lomax, Alan 36

McCartney, Paul 67, 88, 101, 157-158
MacInnes, Colin 106, 188
managerit 111-115
ammattilaiset 113-115
itsenäisinä tuottajina 114
rahoittajina 112
riidat asiakkaiden kanssa 113-114
showmiehinä 112-113
tulot 112
Manilow, Barry 11
Mann, William 177
Mannheim, Karl 200
Marcus, Greil 17, 30, 55, 65-66, 183
Martin, George 111-118, 119, 157
Marx, Karl 267, 274
massakulttuuri 44-538
amerikkalaistuminen 51
demokraattisena kulttuurina 52
Frankfurtin koulukunta 48-50, 62, 278
ideologia 48
interaktionistiset käsitteet 52
leavislaisen lähestymistap 48-48
marxilainen lähestymistapa 47, 48, 279
populaarikulttuuri 64-66
turmeltuminen 46-47
väärät tarpeet 48-50
MCA 142, 145, 150, 159
Mellers, Wilfrid 50, 52
Melody Maker (*MM*) 175-177, 181-182, 184
Middleton, Richard 15
Miller, Mitch 100
modit 79, 227-228, 231
Monkees, The 76, 120
Monterey Festival 104, 230
Moody Blues 88, 103
Motown 110, 114, 120, 146, 165
munarock 235, 248
music hall -laulut 39, 265-266
musiikkilehdistö 174-187
amerikkalainen 12, 177-180, 181, 183-185
arvostelut 182-184
brittiläinen 12, 174-177, 180-182
edistyksellisyys 181
fanilehdet 175, 185, 187
kirjoittajien luotettavuus 183, 186
mielipidejohtajina 186
rockyhteisö 187
tyttöjen lehdet 234
underground-lehdistö 177-178, 181
ääniteteollisuus 179, 182, 183
musta musiikki 18-27, 93, 273
boheemisuus 81-82
esiintymiseen pohjautuminen 19-20
kaupallisuus 24-24
lauluäänellinen ilmaisu 21, 27, 40
orjuus 18, 26-27

poissulkevuus 27
riistäminen 20
rytmi 22
tanssi 12-25, 26, 253
tähtijärjestelmä 20
uudelleen löytyminen 19
valkoinen viihde 25-26
vastaan valkoinen musiikki 23-24
muusikkoliitot 69-71
Mystery Train (Marcus) 30, 65
myynnin edistäminen 120-123
itsenäiset tiedottajat 123
kulut 122
lehdistötoimistot 122-123
mainostoimistot 123
videomainostusyhtiöt 123

New Musical Express (*NME*) 12, 25, 175-177, 182, 184, 186
Newton-John, Olivia 142, 162
New York Rocker 187
Northern Songs 148, 157
nuorisokulttuuri 12, 196-208
alakulttuurit 208, 226-233
esikaupunkilainen vastaan katujenkulttuuri 225
jazzajalla 198-199
kampuskulttuurina 198, 199, 243, 265, 269-270
kulutuskaavat 198-199, 208
luokkamerkitys 5, 195-197, 199
normalisointi 201
nuorisoideologia 38, 55-56, 197
opiskelijaliike 199-201
sukupuolinen perusta 200-201
tapahtumat vuonna 1968 201
toveripiiri 195-96, 215, 18
tytöt 233-242
työ 203-308
täyspäiväinen koulutus 205-206
Vietnamin sota 201
katso myös vapaa-aika, teini-ikäiset
nuorisomarkkinat:
halvat stereolaitteet 102
kustantajat 99
lapsiräjähdys 100
levymyynti 100
musta musiikki 99
radio 98-99, 127

Ochs, Phil 35, 90, 92

Page, Jimmy 79, 235
Parker, Tom 115, 122
Parry, Hubert 38-39, 53-54
Parsons, Gram 31
Performing Rights Society (PRS) 139-140
Peter, Paul and Mary 34
Philips 102, 103, 148, 150
Pink Floyd 42, 220
Plant, Robert 235
Polygram 134, 145, 148, 152, 159
popmusiikki 36-43, 59, 213, 221-222
epäselvyys 40
ironia 41
koko perheen yleisö 36-37
laulutekstit 38, 39-43
massamarkkinat 8-12
tavallinen kieli 41-42, 37-38
teini-iän 37, 234-235, 236
Presley, Elvis 9, 28, 30, 67, 99, 115, 138, 141
elokuvat 101, 134, 151
seksuaalisuus 22, 174, 247
Price, Alan 16
promoottorit ja esiintymiset 143-145
punkrock 12, 56, 65, 89, 132, 163, 164-171, 186, 207, 273, 276-277, 282
boheemisuus 276-277
emotionaalinen realismi 166-167
itsenäinen tuotanto 166-170
laulutekstit 166, 167
laulutyyli 168
luokkamerkitys 276-277

musiikillinen tekniikka 167-171
populismi vastaan avantgarde 169
reggae 23, 171, 273
seksi 252-253
sosiaalinen kokemus 170
työväenluokan musiikkina 167
Pye 102, 103, 145, 148

Quadrophenia 134
Queen 120-121

radio 55, 123-133
Arbitron-luvut 133
BBC 2, 11, 104, 130-133, 165
dj:t 120, 123-125, 129, 131
kaupallinen lähetystoiminta 129-131, 133
keskitien pop (MOR) 128
kuuntelijatyypit 127, 129, 132
merirosvot 102, 103, 130-131
nuorisomarkkinat 98-101, 127
payola 123-125
ns. pluggers 126
soittolistan mukaan lähettäminen 125-126, 128, 131, 132
top 40 126, 127-132
ula 128-130
underground 128
Radio Luxembourg 11, 124, 130-131
ragtime 95
RCA 101, 102, 103, 145, 146,147
Record Mirror 11, 184
reggae 23, 122, 152, 171, 273
Revolutionary Youth Movement (RYM) 200
rhythm and blues (r&b) 19, 23, 24
Richard, Cliff 74, 80, 82, 89, 101
Richards, Keith 79, 83, 89, 172, 251
riippumattomat ääniteyhtiöt 145, 157, 164-166
amerikkalaiset 165
jakelu 164
kykyjen etsijöinä 164-165
punkrock 164, 165, 168
pääomaistuminen 157
suuret kustannukset 157, 164
Robinson, Smokey 41
rockabilly 28, 30
"Rock Around the Clock" 101

rockideologia 61-63
formalistiset teoriat 61
käyttöarvo 274-278
levyttäminen 76-77
massakulttuurikeskustelu 63, 272
musiikillinen nautinto 173-174, 274-275
musiikillinen sisältö 43, 62
pikkuporvarillisuutena 83
realistiset teoriat 61
yhteisön käsitteet 92
rockkokemus:
henkilökohtaiset maut 212-213, 215-217
ikä 216, 221
Keighleyn tutkimus 212-219
keskeisyys 211
kuudennen luokan jäsenten 212-213, 216
rock vastaan pop 213, 221
samanaikaisuus 9-11
sukupuolierot 216, 221
tulevien kuudennen luokan jäsenillä 214, 218-219
rockmusiikki:
nuorisokulttuurina 54-56
amerikkalaisena musiikkina 14
avantgardesävellykset 17
beatnikit 91-93
countrymusiikki 27-31
edistyksellinen 78, 103
eklektisyys 38
elävä vastaan levytetty 85, 143-145
hyödykkeenä 62, 96
individuaalisuus 25
kansan kulttuurina 53-57, 79

kulttuurisena reproduktiona 279
käytetyt soittimet 150-151, 235
laulutekstit 17, 39-41
laulutyylit 17-18, 173, 174
luokan ja maun yhtäläistäminen 221-223
moniviestinkäyttö 134-135, 162
musiikillisena välineenä 17
musiikkianalyysi 15-16
musiikki/kaupankäynti -kiistat 44-46, 51-53, 55-57, 59-60
musta musiikki 18-27, 93, 273
määritelmät 13
popmusiikki 36-43, 59, 213, 221-222
populaaritaiteena 65-66
primitiivisyys 17
radio 55, 123-133
runollisuus 41, 43
sanat ja soundit 42
sosiaalinen ja esteettinen kritiikki 15, 17, 57
sukupuoli 235, 247-251
taiteena 13, 57-60, 77-78, 103
teini-ikä 84, 234-235
1950-luvun rock'n'roll 22, 28, 30, 95, 99, 100-101, 115, 130, 151, 210, 220, 246-247, 271-272
viittaukset rockiin itseensä 171
rockmuusikot
boheemisuus 81-82, 276-277
elämä keikkamatkoilla 86-87, 92-93
hyödykkeinä 108, 141-142
menestyskliseet 68
miehinen maailma 89-92
munarock 235-236
taidekoulut 78-79
taiteellisuus/kaupallisuus -konfliktit 57-58, 72
tausta 67, 78-79
tulot 87-89, 112, 115-116
varhaiset, viihdyttäjinä 73-74
rock'n'roll 1950-luvulla *katso* rockmusiikki
Rock'n'Roll Is Here to Pay (Chapple ja Garofalo) 95
Rolling Stone 24, 25, 104, 178, 222
arvosteluperiaatteet 169, 186
kuluttajaoppaana 12, 178-179 182
perustaminen 169
riippuvaisuus musiikkiteollisuudesta 179-180
Rolling Stones 66, 74, 77, 83 84, 85, 102, 144, 159, 222, 247
Rotten, Johnny 82, 84, 169, 252, 276
Rough Trade 110, 168

"San Francisco" 5
Saturday Night Fever 134, 162, 253
Seeger, Pete 34
sopimukset 111-112, 113-116
studiomuusikot 69, 71, 80, 117
seksi 243-257
boheemius 249-250
ehkäisy 245, 249
ilmaiseminen rockissa 248-251
kampuksilla 243, 249
kumppanin valinnassa 245-246
lukiot 245
miehinen ylivalta 248-251
punk 252-253
rajoitukset 246
romanttinen rakkaus 244-245
tanssiminen 22, 253-257
teollinen vallankumous 244
1950-luvun rock'n'roll 246-247
valinnanvapaus 245
vapautunut 248-252
Sex Pistols 9, 66, 82, 111, 262, 276
Simon, Paul 25, 88
Sinatra, Frank 98, 203
Sing Out! (Lomax) 36
skiffle 101
skinheadit 223, 226
Slick, Grace 65, 243

Smash Hits 11
Solid Gold (Denisoff) 221-222
Song Writers' Guild 99
Southern, Eileen 18, 26
Spector, Phil 120
Springsteen, Bruce 114, 122, 170, 183 242
Stearns, Marshall 19
Steele, Tommy 73, 101
Stigwood, Robert 134, 143
Stone, Lawrence 244
Stone, Sly 25
Story of Rock (Belz) 55
Stratton-Smith, Tony 112
Summer, Donna 256
Supremes 25

tanssi:
  disko ja 253-257
  jazz ja 210
  Motownin esiintyjillä 25
  rock'n'roll ja 210-211
  seksi ja 255-257
  säädyttömyytenä 255
tedit 191, 226, 227, 230, 232
teini-ikäiset 188-196
  amerikkalaistuminen 191-192
  institutionalisoituminen 194-195
  keskiluokka 193
  kulutuskaavat 190
  lukiot 194
  rikollisuus 190-191, 193-194
  sosiaalinen vapaus 191
  1950-luvun käsitteenä 188
  työväenluokka 189, 193
  viestimien käsittely 187
  katso myös nuorisokulttuuri
teinipop 38, 84, 234-235, 236
  idolit 234
  seksuaalisuus 235, 236
  tyttöjen lehdet 234
tekijänoikeus 20, 139-140
  esitysoikeudet 139-140
  lainsäädäntö 140
  mekanisoimisoikeudet 139
  radiotoiminta 140
Threshold 103
Tin Pan Alley 9, 27, 36, 37, 43, 45, 95, 98
Tommy 153
Townshend, Peter 23, 74, 79, 84, 85
Travolta, John 253
Triple Platinum (Holden) 106
tuottajat 117-120
  itsenäiset 103, 105, 107, 114
  kaupalliset 119-120
  organisoijina 117
  taiteilijoina 118-120
tyttökulttuuri 233-141
  avioliitto 205, 237, 239-242
  kotona 233-234
  seurustellu 238-240, 243-244
  muoti 235
  seksuaalikäyttäytyminen 236, 238-239, 241-242
  tanssiminen 237, 238-239, 253
  teinipop 234-235, 236
  työväenluokka 233, 237, 239, 241-242
  katso myös nuorisokulttuuri
työ 203-208
  ammattitaidoton 205-207
  naispuolinen 204-204, 233, 237, 241, 242
  oppipojat 205-206
  työttömyys 206-207, 233
  katso myös vapaa-aika
tähtijärjestemä 141-143
  musta musiikki 20, 21
  ääniteteollisuuden tuotot 142

vapaa-aika:
  ammattitaitoa vaativan/ammattitaitoa vaatimattoman työn erottelu 206-207, 269
  itsekehityksenä 262-263

järjestäytyneenä ei-työnä 258-259, 262
kapitalistinen riistäminen 260-264, 269, 280-282
karkea/kunnioitettava -erottelu 266-267
kulutuskaavat 104, 258-259, 265, 280-281
kontrolli 263-264, 280-281
nousu 258-259
opiskelijat 265, 269-270
poliisi 263
populaarimusiikki 44-45
rock 274-276, 278-281, 282
siirtymänomaisena tuotteena 202, 207-208
1800-luku 44-45, 263-265
1950-luvun rock'n'roll 271-272
uhrit 260-262
yksinäisyys 272
yksityinen vastaan kollektiivinen 267, 281
viihdemusiikki 11, 37
Village Voice 35, 177, 183

"Wall, The" 42
Warner Brothers 129, 156
WEA 102 111, 146, 150, 152, 157, 180
Wenner, Jann 178-179, 186
Who, The 74, 79, 84, 85, 134, 144, 153
Williams, Allan 223
Willmott Peter 231-232
Wonder, Stevie 25
Woodstockin festivaalit 105, 230

Yardbirds 75
"Yesterday" 11, 118
Your Happiest Years (Clark) 195, 237-238

ääniteteollisuus
A&R-miehet 108-111, 153
angloamerikkalainen hallinta 9, 151-152
elokuva-äänite -sidokset 134-135
innovaation suhde riistämiseen 65, 94, 116
jakelu 145-147
kasvuluvut 157
konglomeraatit 145-149
kotiäänittäminen 160-161
kriisit 159-160
kustannustoiminta 138-139, 140-141
laskusuhdanne 6-7, 160
leviäminen 152, 154
maailman markkinat 151-152, 159
makujen manipulointi 8, 10, 95-96
managerit 111-115
markkinoiden kontrollistrategiat 96, 162-163
massamarkkinat 8-9
menestys julkaisua kohti -suhteet 8, 147
muusikkoliitot 69-71
myynninedistäminen 115, 120-123
oligopolia 94
platina- ja kultamyyntiluvut 155
rock-taiteena myyntistrategiat 77, 104
royaltykulut 88, 154
singlet ja lp:t 102, 119, 120
sopimukset 109, 112, 115-116
supertähdet 114, 116
tuotantokulut 107, 154-156
tuottajat 103, 105, 114, 117-120
tuotto 106, 107, 142, 154-158
vanhojen julkaisujen myynti 155
vuosittaiset julkaisuluvut 10
ylituotanto 64, 107, 147, 280
katso myös riippumattomat ääniteyhtiöt, musiikkilehdistö

Rockia soitetaan ja kuunnellaan, rockista puhutaan ja kirjoitetaan, mutta se on myös miljardien markkojen teollisuutta. *Rockin Potku* pureutuu rockin, nuorison ja kulttuuriteollisuuden välisiin erityisiin suhteisiin. Miksi tietyt äänitteet ja esiintyjät menestyvät ja toiset eivät? Mitkä ovat rockin julkisuuden syyt ja seuraukset? Kuka itse asiassa päättää siitä, mitä levytetään ja kuka pääsee esiintymään? Miten teollisuus on rakentunut suojelemaan itseään? Englantilainen sosiologi ja rockkriitikko Simon Frith vastaa kirjassaan mm. näihin kysymyksiin ja murtaa samalla monia rockin yhteyteen syntyneitä myyttejä.

***Rockin Potku* on rockin tutkimuksen klassikko, johon viitataan jatkuvasti alan tutkimuksissa. Samalla se on kirja, joka antaa tavallisellekin lukijalle selkeän kuvan populaarimusiikin taustoista ja merkityksistä.**

***Rockin Potkun* suomalaista laitosta varten Frith on kirjoittanut uudet, rockteollisuuden viimeaikaisetkin muutokset huomioivat jälkisanat.**

78.891
ISBN 951-9066-25-X
ISSN 0785-2746
Kansi: Antti Rahkiola