

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Luovuus ja kaupallisuus populaarimusiikin tuotannossa

Tuomas Matikainen

tuomas.m.matikainen@jyu.fi

Proseminarityö

Jyväskylän yliopisto

Musiikkitiede

16.11.2010

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistinen tiedekunta	Laitos – Department Musiikin laitos
Tekijä – Author Tuomas Matikainen	
Työn nimi – Title Luovuus ja kaupallisuus populaarimusiikin kentällä	
Oppiaine – Subject Musiikkitiede	Työn laji –Level Kandidaatintutkielma
Aika – Month and year Toukokuu 2010	Sivumäärä – Number of pages 33
Tiivistelmä – Abstract <p>Tutkimuksen tarkoituksena on tehdä kirjallisuuskatsaus populaarimusiikin mahdollisuuksista luovaan ja taiteelliseen ilmaisuun sen kaupallisessa kontekstissa. Taiteen ja kaupallisuuden välinen suhde on nähty ongelmallisena, koska kaupallisen toiminnan on katsottu rajoittavan luovuuteen liittyviä tekijöitä. Populaarimusiikille tämä on ollut erityisen läheinen, koska sen suhde levyteollisuuden kaupallisiin muotoihin on ollut aina tiivis. Työssäni pyrin tarkastelemaan, miten tutkimuskirjallisuudessa tähän suhteeseen on suhtauduttu ja millä tavoin levyteollisuuden kaupallisen luonteen on katsottu vaikuttavan populaarimusiikin luonteeseen.</p>	
Asiasanat – Keywords Levyteollisuus, ääniteteollisuus, portinvartija, kulttuuriset välittäjät, massakulttuuri, kulttuuriteollisuus	
Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän yliopiston musiikin laitoksen kirjasto	
Muita tietoja – Additional information	

Sisällysluettelo

1. Johdanto	4
2. Levyteollisuus.....	6
2.1 Historia	6
2.2 Digitaalinen vallankumous	7
2.3 Suuret ja pienet levy-yhtiöt.....	9
3. Levyteollisuuden kritiikki	13
3.1 Massakulttuuri.....	13
3.2 Levyteollisuus massakulttuurin tuottajana	16
4. Kritiikki marxilaista linjaa kohtaan.....	21
4.1 Taiderock ja kaupallisuus	24
5. Yhteenveto.....	27
Lähteet	33

1. Johdanto

Kaupallisuuden ja taiteellisen toiminnan välinen suhde on nähty usein ongelmallisena, koska taloudellisen toiminnan katsotaan asettavan tiettyjä rajoja luovuudelle. Tämä on ollut erityisen läheinen keskustelunaihe populaarimusiikin parissa, koska sen tuotattamisprosessin keskeisessä roolissa ovat kaupalliseen toimintaan perustuvat levy-yhtiöt. Levyteollisuutta onkin syyllistetty toistuvasta populaarimusiikin standardointiin ja homogeeniseen tuotantoon johtavista toimista. Näin ollen populaarimusiikin taiteellisen ja luovan puolen on katsottu joutuneen taloudellisten prosessien korruptoimaksi. Romantiikan ajan mukainen ideologia ei pääse tällöin toteutumaan, koska populaarimusiikin sisäinen dynamiikka perustuu kapitalistiseen yritystoimintaan.

Tarkoitukseni on pohtia kysymystä populaarimusiikin mahdollisuuksista luovaan ja taiteelliseen ilmaisuun sen kaupallisessa kontekstissa. Millä tavoin levyteollisuuden toiminnan on nähty rajoittavan luovuutta populaarimusiikin kohdalla ja minkälainen vaikutus sillä on ollut itse populaarimusiikin sisältöön? Tutkimus on luonteeltaan kirjallisuuskatsaus, jossa tarkastelen levyteollisuuteen kriittisesti suhtautuvaa marxilaista linjaa ja toisaalta siihen kriittisesti suhtautuvien tutkijoiden kirjoituksia. Koska marxilaisen levyteollisuuden kritiikin teoreettiset juuret ovat sen massakulttuurikritiikissä, pyrin tutkimuksessani tuomaan esiin massakulttuurinteorioiden kehitystä ja luonnetta. Massakulttuurin, johon populaarimusiikki kuuluu, on perinteisesti katsottu olevan alempiarvoista kuin elitismien suosiman korkeakulttuurin. Niiden laadullinen ero piilee niiden funktiossa: massakulttuuri pohjautuu kapitalistiseen yritystoimintaan; korkeakulttuuri taas taiteen tekemiseen sen itsensä vuoksi ilman ulkoisia päämääriä. Näin ollen populaarimusiikin katsotaan toisinaan olevan taloudellisten motiivien alaisuudessa toimiva taiteenlaji ja täten taiteellisesta näkökulmasta katsoen korruptoitunut.

Ajallisesti käsittelen tutkimuksia, jotka sijoittuvat 1900-luvun puolen välin ja 2000-luvun alun väliselle ajalle. Tämä ajanjakso käsittää lähes koko levyteollisuuden tutkimuksen historian, josta olen pyrkinyt valitsemaan alan keskeisimmät tutkimukset. Kirjallisuutta lukiessani huomasin, että käsitys levyteollisuuden suhteesta populaarimusiikin luovuuteen on kytköksissä yhteiskunnan laajempaan kehitykseen. Länsimaisten yhteiskuntien kehitys teollisuus keskeisyydestä kohti palveluyhteiskuntaa on vaikuttanut myös keskusteluun populaarimusiikin, levyteollisuuden ja massakulttuurin luonteesta.

Työni jakaantuu viiteen päälukuun. Johdannon jälkeen kuvailen levyteollisuuden historiaa 1900-luvun alusta aina vuosissadan loppuun. Tässä luvussa pyrin tuomaan esille myös levyteollisuuden jakaantumisen suuriin ja pieniin levy-yhtiöihin. Kolmannessa luvussa pyrin tuomaan esiin marxilaisen kriittisen linjan keskeisimmät ajatukset levyteollisuudesta ja sen vaikutuksesta populaarimusiikkiin. Tässä luvussa käsittelen yleisellä tasolla myös massakulttuuriteorioita, koska levyteollisuuden ja populaarimusiikin marxilainen kritiikki on johdettu soveltaen massakulttuurikritiikin lähtökohdista. Neljännessä luvussa tarkoitukseni on tuoda esiin eri tutkijoiden kriittisiä näkemyksiä marxilaista linjaa kohtaan. Yhdessä alaluvussa tarkastelen Simon Frithin näkemyksiä kaupallisuuden ja taiteellisuuden yhteensovittumisesta brittiläisen progressiivisen rockin kohdalla 1960-luvulla.

2. Levyteollisuus

2.1 Historia

Ensimmäisen äänittämiseen soveltuva laite fonografi lanseerattiin Thomas Alva Edisonin toimesta vuonna 1877 ja muutamaa vuotta myöhemmin se tunnettiin ympäri maailman. Alkujaan siinä käytetty vahaliieriö ei soveltunut massatuotantoon soveltuvaksi. Viihdeteollisuuden kysynnän kasvaessa Edison onnistui kehittämään kopiointimenetelmän, jolla onnistuttiin tekemään noin kaksisataa kopiota alkuperäisestä vahaliieriöstä. Vuosisadan vaihteeseen tultaessa fonografista tehtiin koteihin soveltuva versio ja tätä kautta uudenlainen massa levitykseen soveltuva äänentoistolaitte oli vakiinnuttanut paikkansa länsimaissa. (Gronow 1983, 54-55.)

1900-luvun alun ääniteteollisuuden vaiheille oli tyypillistä erilaisten teknologioiden taistelu markkinoista. 1920-luvulle tultaessa Emile Berlinerin kehittämä vaakakaiverrettu levy valloitti markkinat ja kilpailijat joutuvat luopumaan markkinoista. Samalla alkoi levy-yhtiöiden voimakas kasvu ja globalisoituminen: ääniteteollisuudesta tuli maailmanlaajuinen organisaatio, jota hallitsivat muutamat suuret yritykset. Keskeisimmät yritykset olivat Ranskassa toimiva Pathe Feres, Isossa-Britannissa Gramophone Co. ja Saksassa Grammophon. (Gronow 1983, 55). Kaikille näille yrityksille oli yhteistä se, että ne valmistivat laitteet ja äänitteet itse sekä pyrkivät laajentumaan koko maailmaan. Keskeisimmille markkina-alueille muodostettiin omia tytäryhtiöitä ja muita toimijoita, jotka hoitivat paikallista myyntiä. (Muikku 2001, 39)

Ensimmäisen maailmansodan jälkeen levyteollisuus kasvoi nopeasti joka puolella maailmaa. Levy-yhtiöt eivät toimineet ainoastaan äänitteiden tuottamisen parissa, vaan olivat jo osa laajempaa elektroniikkateollisuutta. Äänitteiden tuottamispoliitikasta päättivät ulkoiset asiantuntijat ja levy-yhtiöt tyytyivät suhteellisen pieniinkin myyntilukuihin. Keskeistä äänitteiden myynnissä oli laitemenekin turvaaminen ja uusien markkinoiden valloittaminen. 1920-luvun lopulla teollistuneissa maissa jopa puolella kotitalouksista oli käytettävissä oma levysoitin. (Muikku 2001, 39-40.)

Voimakkaan kasvun pysäytti 1930-luvulla lama ja toisaalta muiden viihdemuotojen kuten elokuvan ja radion kasvanut suosio. Tämä kehityskulku johti siihen, että alalle tulleet pienet yrittävät joutuvat lopettamaan toimintansa ja suuret yritykset ottivat markkinat haltuunsa. Yhdysvalloissa toimi ainoastaan kolme aktiivista yritystä: RCA Victor, Consolidated Films ja Decca. Euroopassa

tilanne näytti samalta, jossa yritysfuusioden kautta muodostunut EMI hallitsi markkinoita yhdessä saksalaisen Telefunken ja brittiläisen Deccan kanssa. Paluu vuosisadan oligopoliseen tilanteeseen johtui myös siitä, että levyteollisuudessa toimivat yritykset keskittyivät voimakkaammin pelkästään musiikkiteollisuuteen. Ne luopuivat elektroniikan valmistuksesta ja keskittyivät enemmän äänitetuotantoon ja kustannustoimintaan. Radion korvatesa äänitelevyjä tuloja haettiin tekijänkorvauksien kautta. (Muikku 2001, 41.)

Toisen maailmasodan jälkeen alkoi levyteollisuuden uusi nousu. Keskeisenä kasvukeskuksena toimi Yhdysvallat, jossa 1950-luvulle tultaessa toimi satoja äänittämiseen keskittyneitä yrityksiä. Johtuen sodan aiheuttamista tuhoista Eurooppa ja muut maanosat seurasivat kehitystä perässä. Sodanjälkeinen elintason nousu on yksi selittävä tekijä ääniteteollisuuden kukoistukseen, mutta syitä voidaan hakea myös teknologian puolelta. Magneettinauha, vinyylilevyt sekä studiotekniikan hintatason tippuminen mahdollisti uusien yrittäjien tulemisen markkinoille. Erityisesti pienien yritysten mukaantulo merkitsi uudenlaisten ja aiemmin vähälle jääneiden musiikintyylien tuottamisen, kuten rhythm and bluesin ja country-musiikin. (Muikku 2001, 42-43.)

Kasvu jatkui aina 1970-luvun lopulle saakka. Yhdysvalloissa äänitemarkkinoiden arvo nousi 1960-1978 välisenä aikana yli kolminkertaisesti. Kasvu oli etenkin LP-levyn ja kasettinauhan nousseen suosion seurausta. Vaikka tuotanto kasvoi merkittävästi, sillä ei sinänsä ollut vaikutusta tuotannon monipuolistumiseen. Äänitemyyntin kasvun syy piili enemmänkin suosittujen levyjen moninkertaisena myyntimääränä. (Muikku 2001, 42-43.) 1980-luvulla myyntin nousu alkoi taittumaan taloudellisen taantuman, lisääntyneen piratismiin ja medioiden välisen kilpailun johdosta. Tästä huolimatta äänitteet olivat massavälineenä saavuttaneet saman aseman kuin monet muut joukkotiedotusvälineet, kuten lehdet, radio ja televisio. (Gronow 1983, 71-73.)

2.2 Digitaalinen vallankumous

1980-luvulla tapahtuneet teknologiset innovaatiot johtivat siihen, että musiikkiteollisuus siirtyi analogisista järjestelmistä kohti digitaalisuutta. Vielä tuolloin tulevia tapahtumia ei monikaan kyennyt ennakoimaan, mutta tallenusformaatin muutos LP-levyistä ja nauhakaseteista kohti CD-levyjä oli levyteollisuuden kannalta askel kohti tuntematonta. Kuten levyteollisuuden historiassa aiemmin, sen kehitystä on kuvannut tallenusformaattien ja äänentoistotekniikan muutokset. Muutokset teknologiassa ovat luoneet levyteollisuuden sisälle omanlaisen dynamiikan, joka on vaikuttanut sen kehitykseen. Vaikka moni asia on muuttunut levyteollisuuden historian aikana, sen

suhde uusiin teknologioihin on ollut muuttamassa levyteollisuuden lisäksi koko musiikkiteollisuuden toimintaa ja rakennetta.

Digitaalitekniikan kehittyminen levyteollisuuden käyttämäksi teknologiaksi mahdollisti sen, että kuka tahansa kykeni ottamaan rajattoman määrän laadultaan alkuperäisen painoksen veroisia kopioita. 1990-luvulla kuluttajille myytäviin tietokoneisiin alettiin liittämään CD-soitin, joka mahdollisti CD-levyllä olevan musiikin kopioinnin tietokoneen muistiin. Samalla voimakkaasti kehittynyt internet mahdollisti näiden tiedostojen laajamittaisen levittämisen verkon kautta. Koska CD-levyt olivat suojaamattomia mahdollista kopiointia vastaan, piratismi alkoi leviämään voimakkaasti 1990-luvun aikana. Ensimmäisiä laajamittaisia vertaisverkkoja oli Shawn Fanningin kehittämä Napster, jossa miljoonat yksityiset ihmiset kykenivät jakamaan musiikkikappaleita verkon kautta. Tilanne kärjistyi lopulta siten, että suuret levy-yhtiöt yhdistivät voimansa ja nostivat oikeusjutun yhdessä RIAA (Recording Industry Association of America) kanssa Napsteria sekä monia muita yrityksiä ja yksityishenkilöitä vastaan. Asiasta nousi julkisuudessa laaja kohu ja vaikka Napster oikeuden päätöksellä suljettiin, tilanne ei lopulta päättynytkään levy-yhtiöiden haluamalla tavalla. Paljon julkisuutta saannut oikeudenkäynti aiheutti sen, että kuluttajat alkoivat yhä enemmän ladataan musiikkia erilaisten vertaisverkkojen kautta. Napsterin tilalle syntyi uusia ohjelmistoja, kuten Kazaa, Morpheus ja Limewire, joiden kasvu 2000-luvun aikana on ollut voimakkaampaa kuin Napsterilla koskaan. (Kusek & Leonhard 2005, 4-6.)

2000-luvun kuluessa levyjen myynti on lähtenyt merkittävään laskuun (Kusek & Leonhard 2005, 7.) Tämä on aiheuttanut levyteollisuudelle uusia paineita muodostaa tulovirtoja. Äänitteiden myyntiä on pyritty kasvattamaan siirtämällä jälleenmyyntiä yksittäisistä levykaupoista suurin ostoskeskuksiin ja verkkoon. Tämä ei ole tilannetta parantanut ja esimerkiksi digitaalisen musiikin myynti verkon kautta ei ole korvannut fyysisen levynmyynnin puolelta menetettyjä tulovirtoja. Miten tämä vaikuttaa populaarimusiikin tuottamiseen? Asiasta on tehty kahdenlaisia arvioita. Positiivisissa kannanotoissa laitton musiikinkopiointi nähdään alkuna myöhemmälle lailliseksi muuttuvalle verkkokaupalle. Musiikin leviäminen verkossa saattaisi edes auttaa populaarimusiikin monipuolistumista. Brusilan (2007, 60) mukaan tämä johtuu siitä, että musiikin tuottamiseen ja jakeluun liittyvät kustannukset ovat alentuneet merkittävästi. Näin ollen julkaisemispolitiikka saattaisi siirtyä tuottamiskustannuksiltaan kalliimmista hittituotteista marginaalisempaan ja tasaisen varmasti myyvään musiikkiin. Radikaaleimmat optimistit ovat taas sitä mieltä, että digitaalisen tekniikan avulla koko levyteollisuuden rakenne murtuu, mikä mahdollistaisi

uudenlaisen demokraattisen ja monimuotoisen populaarimusiikki kulttuuriin. Pessimististen näkemysten mukaan pudonneet tuotot levymyynnistä tiukentavat entisestään levy-yhtiöiden julkaisupolitiikkaa. Tällä olisi taas suora vaikutus uudenlaisen ja luovan musiikin asemaan: levyteollisuus panostaisi ainoastaan mahdollisimman varmoihin keskitien kulkijoihin, jotka eivät herättäisi ristiriitaisia tunteita yleisön joukossa. (Brusila 2007, 60.)

Digitaalitekniikan luomien muutospaineiden yhteydessä levyteollisuutta on painostettu muutokseen myös laajemman yhteiskunnallisen muutoksen edessä. Aivan kuten massakulttuurin puolesta puhujat ovat esittäneet, länsimainen yhteiskunta on siirtymässä teollisesta aikakaudesta kohti palvelukeskeistä aikakautta. Tätä muutosta luonnehditaan postfordismin termillä. Kun vielä 1900-luvun alkupuolella länsimaissa kulutettiin teollisuuden tuottamia standardoituja ja edullisia tuotteita, 2000-luvulla on kuluttaminen on siirtynyt enemmän erikoistuotteisiin. Ihmiset ovat alkaneet muodostamaan identiteettiään kuluttamisen kautta, mikä on synnyttänyt tarpeen hajanaisille pienille markkinoilla. Levyteollisuudessa tämä tarkoittaa sitä, että suurien yksittäisten hittituotteiden sijaan levy-yhtiöiden pitää tyytyä aiempaa pienempiin myyntituloihin musiikin pirstoutuneelta kentältä. (Brusila 2007, 57-58.) Tämä saattaa johtaa monipuolistuneeseen julkaisupolitiikkaan, sillä pirstoutuneisuus voi edes auttaa pienten levy-yhtiöiden toimintaa. Ne ovat perinteisesti erikoistuneet populaarimusiikin marginaalisempiin tyylihin ja tätä kautta tuoneet monipuolistavan lisän levyteollisuuden kentällä.

2.3 Suuret ja pienet levy-yhtiöt

Rakenteellisesti katsottuna ääniteteollisuus on jakautunut markkinoita hallitseviin suuriin levy-yhtiöihin ja niiden varjossa toimiviin pieniin levy-yhtiöihin. Historiallisesti katsottuna rakenteellinen kaksijakoisuus on ollut aina läsnä. 1990-luvulla 70 prosenttia äänitetystä populaarimusiikista oli tuotettu, valmistettu ja jaettu viiden suuren levy-yhtiön toimesta: EMI Music, Polygram, Sony Music Entertainment, Warner Music International ja BMG Music Group. Yhteistä näille kaikille on se, että ne ovat osia suurempia yritysryppäitä, jotka toimivat laajalti vapaa-ajan ja viihdeteollisuudessa. (Negus 1992, 2-3.) Myöhemmin viiden suuren yrityksen jako supistui neljään, kun Sony ja BMG muodostivat Sony BMG Music Entertainment –nimisen yrityksen. Tämän lisäksi Polygram ostettiin Universal Music Groupin toimesta vuonna 1999, joka tunnettiin aiemmin MCA Music Entertainment Groupina. Näin ollen neljä suurinta

ääniteteollisuuden toimijaa 2000-luvun ensimmäisellä vuosikymmenellä olivat Sony BMG Music Entertainment, Universal Music Group, EMI Music ja Warner Music International.

Näiden yritysten muotoutuminen on ollut monimutkaisten liittymisien seurausta niin yrityksiä kuin alihankkijoiden osalta. Tämä on johtunut pääosin siitä, että levy-yhtiöt ovat pyrkineet yhdistymisillä vähentämään riskejä ja vakaannuttamaan talouttaan. Populaarimusiikin tuottamiseen kuuluu olennaisesti arvaamattomuus, mikä johtaa luonnollisesti monien yhtiöiden osalta taloudelliseen tappioon. Juuri yleisön arvaamattomuuden takia suuret levy-yhtiöt ovat sulautuneet osaksi suurempia mediakonserneja, jolloin yksittäiset kaupalliset epäonnistumiset eivät aiheuta niille taloudellista ahdinkoa. (Negus 1992, 4.)

Ääniteteollisuuden keskeisimpiä tutkimuskohteita on ollut suurten ja pienten levy-yhtiöiden väliset roolit ja suhteet ääniteteollisuuden kentällä. Tutkimustuloksien keskeinen ajatus on ollut pitkälti se, että pienet levy-yhtiöt toimivat suurilla innovatiivisemmin ja kykenevät löytämään uusia trendejä suurilla paremmin. Simon Frith (1988, 94) toteaa, että tästä syystä ääniteteollisuus on lyhyellä aikavälillä konservatiivinen ja pitkällä innovatiivinen: Pienet levy-yhtiöt löytävät uusia trendejä ja aiheuttavat ajoittain kaupallisen uhkan suurille. Kun uudet trendit ovat vakiinnuttaneet paikkansa, suuret levy-yhtiöt ottavat markkinat haltuunsa ja tuottavat kaupallisessa mielessä varmaa musiikkia. Pienien levy-yhtiöiden ajoittain kasvava osuus markkinoilla johtaa myös siihen, että suuret levy-yhtiöt ostavat ne tai hankkivat niiden taloudellisesti menestyneimmät artistit itselleen. Tästä syystä johtuu se, että ääniteteollisuus on jakaantunut suuriin ja pieniin yhtiöihin, koska keskisuuret ostetaan suurien yhtiöiden toimesta. (Muikku 2001, 20-21.)

Levyteollisuuden rakenteellisesta kaksijakoisuudesta seuraa se, että suuret levy-yhtiöt ovat oligopolisessa asemassa ääniteteollisuuden kentällä. Muutamien suurien yritysten hallitsemat markkinat johtavat klassisen oligopolisen mallin mukaan siihen, että ne kykevät ottamaan haltuun koko tuotannon hallitsemalla valmistusta ja jakelua. Tätä kautta ne pystyvät vaikuttamaan suoraan myös populaarimusiikin luonteeseen. Tuotannon keskittyminen muutaman suuren yrityksen käsiin on monissa tutkimuksissa osoitettu johtavan tuotannon yksipuolistumiseen. Muun muassa Peterson & Berger (Muikku 2001, 51) ovat tutkimuksissaan osoittaneet, että tuotannon keskittyminen johtaa tuotannon homogenisoitumiseen. Kuitenkin vielä 1950-luvulla luodut talousteoriat tuotekehityksestä esittivät, että vain oligopolistisilla yrityksillä on mahdollisuus innovatiiviseen toimintaan. Tästä huolimatta myöhemmät tutkimukset ovat osoittaneet, että

oligopolia johtaa aina tuotteiden yksipuolistumiseen. Sitä vastoin useiden yritysten toimiminen samoilla markkinoilla johtaa kilpailuun, minkä on todettu olevan paras kilpailun ja innovaatioiden kasvattaja. (Muikku 2001, 49-52.)

Vaikkakin oligopolia aiheuttaa tuotannon homogenisoitumista ja tätä kautta kriittistä suhtautumista suuriin levy-yhtiöiden, pienten levy-yhtiöiden asemaa on yliromantisoitu tutkijoiden keskuudessa. Muikun (2001, 21) mukaan on tärkeää huomioida, että pientenkin levy-yhtiöiden päällimmäisinä motiiveina on taloudelliset tekijät. On tietenkin selvää, että ollessaan itsenäisiä yrityksiä, niiden on pyrittävä tekemään voittoa, jotta toimintaa voidaan rahoittaa. Tämä ei kuitenkaan asetu sitä ajatusta vastaan, että populaarimusiikin kentällä ei olisi ollut niin sanottuja independent -yhtiöitä, joilla on ollut suuresti merkitystä uusien musiikintyylien esiin tuomisessa. Näistä voidaan esimerkkinä mainita muun muassa Atlantic, Fania, Sun, Tommy Boy sekä Sub Pop. Samoin suurten levy-yhtiöiden rooli on nähty liian yksioikoisena ja eräät tutkijat väittävät, että tutkimuksia leimaa usein voimakas ideologinen ajattelutapa tai vastaavasti tutkijoiden vähäinen käytännön kokemus ääniteteollisuuden toiminnasta. (Muikku 2001, 20- 21.)

Lisäksi Muikku (2001, 49) kritisoi perinteistä pienet (hyvät) – suuret (pahat) –vastakkainasettelua kirjoittamalla, että suuret ääniteyhtiöt luopuivat markkinoiden hallintaan tähtäävistä motiiveista viimeistään 1980-luvulla. Tuolloin perinteinen kaksijakoinen malli alkoi muuttamaan perusteellisesti luonnettaan. Pienet levy-yhtiöt luopuivat aikaisemmin tekemistään tuotantosopimuksista ja siirtyivät tekemään jakelusopimuksia, joissa suuremmat levy-yhtiöt tarjosivat massiivisia jakelukoneistojaan pienten käytettäväksi tiettyjen ehtojen ja maksujen mukaan. Tämä lähestymistapa mahdollisti sen, että pienet levy-yhtiöt kykenivät harjoittamaan haluamaansa tuotantopolitiikkaa ja ottamaan henkilökohtaiset taiteelliset ja kaupalliset riskinsä. (Muikku 2001, 49.) Lisäksi Brunilan (2007, 49) mukaan tämä tarjoaa suurille levy-yhtiöille hyvän mahdollisuuden tehdä kauppaa sellaisilla markkinoilla, joiden kuluttajat ovat tietoisesti suuria levy-yhtiöitä tai niiden artisteja vastaan. Yhteistyön etuna on myös se, että jakelusopimukset ovat kummallekin osapuolella taloudellisessa mielessä parempi vaihtoehto kuin perinteiset tuotantosopimukset (Muikku 2001, 49).

Muikun lisäksi Keith Negus (1992, 16- 17) on tutkimuksissaan kritisoinut äänitelevyteollisuuden kaksijakoista näkemystä. Hän esittääkin, että ääniteteollisuuden rakenne on pikemminkin suurten ja pienten levy-yhtiöiden muodostama verkosto. Hänen mukaansa suuryhtiöt ovat laajempien

konsernien puoli-itsenäisiä yksiköitä, joilla on omat tuotantoon liittyvät politiikkansa. Pienet levy-yhtiöt ovat näihin liittyneitä yrityksiä, jotka ovat kiinteässä vuorovaikutussuhteessa erilaisten omistus-, investointi-, lisensiointi- ja muiden vastaavanlaisten sopimusten muodossa. Tämä näyttäisi olevan totta mitä lähemmäksi tämän hetkistä tilannetta tullaan, sillä ääniteollisuus on kokenut voimakkaita murroksia ansaintalogiikoissaan ja tätä kautta se on muuttanut koko teollisuuden rakennetta. (Muikku 2001, 21.)

Negusin mukaan kaksijakoinen ääniteollisuuden malli alkoi murentumaan 1980-luvulle tultaessa. Tämä johtui pääosin siitä syystä, että levy-yhtiöt havaitsivat yleisön maun ja musiikillisten muutosten noudattavan sellaisia linjoja, joita oli mahdoton ennustaa. Myös 1970-luvulla kriittiset mielipiteet keskittyneitä ääniteollisuutta kohtaan loivat suurille yrityksille muutospaineita. Ensimmäinen toimintatapojaan muuttanut suurlevy-yhtiö oli Virgin Records, joka oli laajentanut toimintaansa voimakkaasti heidän hyvin menestyneiden artistien johdosta. Tilanne johti lopulta siihen, että yhtiö ei kyennyt kontrolloimaan tilannetta ja se pyrki luomaan uudenlaisia toimintastrategioita. Lopulta se päätyi muodostamaan erillisen Associated Virgin Labels -osaston, joka koostui pienemmistä paikallisista levy-yhtiöistä. Näiden pääasiallisena tehtävänä oli tunnistaa ja kehittää uusia artisteja, jolloin yrityksen pääjohto kykeni keskittymään myyntiin ja promootioon liittyviin strategisiin päätöksiin. (Negus 1992, 14-15.)

3. Levyteollisuuden kritiikki

3.1 Massakulttuuri

Massakulttuurin katsotaan saaneen alkunsa kapitalistisen yhteiskunnan kasvusta. Ajallisesti tämä tapahtui teollisen vallankumouksen jälkeen 1800-luvun kuluessa. Käsitteen juurien katsotaan olevan 1800-luvun eurooppalaisessa klassisessa sosiologiassa ja erilaisissa massapsykologisissa teorioissa. Akateemisissa kirjoituksissa massakulttuurin on suhtauduttu aina kriittisesti ja sen on katsottu olevan haitallinen yhteiskunnan kehityksen kannalta. Ensimmäiset viittaukset massoihin löytyvät 1700-luvulta, jolloin porvarillisiin vallankumousliikkeisiin viitattiin massa –käsitteellä. Myöhemmin massakäsitteellä on viitattu työväenluokan kulttuurin eri muotoihin. Ranskalaista sosiologi Alexis de Tocqueville oli ensimmäisten joukossa kritisoimassa teollisen yhteiskunnan elämäntapaa. Hän esitti sen olevan arkista ja rutiineihin keskittyvää, millä oli hänen mukaansa negatiivinen vaikutus historiallisesti kehittyneille kulttuuriarvoille. Teollisuuden myötä esiin nousut vaatimus ihmisten tasa-arvoisuudesta oli omiaan lisäämään itsekeskeisyyttä, materialismia ja sosiaalista paatosta. (Hellman & Vahtokari 1979, 24.)

1800-luvun loppupuolella massayhteiskuntateoriat kehittyivät klassisten sosiologien, kuten Weberin, Durkheimin, Simmelin ja Tönniesin toimesta. He pyrkivät tutkimuksissaan kuvaamaan kapitalistista yhteiskuntaa ja asettuivat sitä vastaan, vaikka näkivät siinä myös positiivisia puolia. Eriyisen huolissaan he olivat kaupungistumisesta ja sitä kautta ihmisten vieraantumisesta toisistaan. Aiemmat maatalousyhteisöt murenivat yhteiskunnallisen murroksen seurauksena ja tutkijat olivat aidosti huolissaan sen vaikutuksista yhteiskunnan luonteeseen. Esimerkiksi Tönnies erotti yhteisön (Gemeinschaft) ja yhteiskunnan (Gesellschaft) toisistaan ja esitti, että yhteisöissä traditionaaliset arvot ja uskomukset luovat ihmisille yhtenäisyyttä. Kaupungeissa elämisen katsottiin vieraannuttavan ihmiset yhteisistä arvoistaan ja aiheuttavan yksilöiden erkaantumista toisistaan. Tämä johtaa Tönniesin mukaan yksinäisyyteen, persoonattomuuteen ja anonyymiseen elämään. Weberin mukaan kapitalistinen yhteiskunta on ihmiskunnan edistynein taloudellinen järjestelmä, mutta se johtaa viime kädessä rationaalisuuden kasvuun ja sitä kautta konfliktiin esimerkiksi luovuuden ja aktiivisuuden kanssa. (Hellman & Vahtokari 1979, 25.)

Massojen kulttuuri sai lisää kritiikkiä myös psykologian näkökulmasta. Useat 1800-luvun lopun ajattelijoille massat olivat keskeinen uhka yhteiskunnan järjestykselle. Muun muassa Jose Ortega y

Gassetin mukaan massat pyrkivät nousemaan yhteiskunnan hallitsijoiksi, mikä johtaisi eliitin tai valiovähemmistön vallan eliminoimiseen. Tämä olisi huono asia yhteiskunnan kannalta, koska eliitti kuuluvat yksilöt ovat massoja älykkäämpiä ja viime kädessä aristokraattisen järjestelmän tuho olisi samalla koko yhteiskunnan tuho. Taiteen tekemisen Ortega y Gasset näki samoin tavoin: massojen kyky tuottaa korkeakulttuurista taidetta on eliminoitu niiden kyvyttömyydestä ilmaista itseään yksilönä. Näin ollen myös heidän tekemänsä taide on alempiarvoista kuin korkeakulttuurin taide eli toisin sanoen massakulttuuria. (Hellman & Vahtokari 1979, 27-28.)

Tutkimukseni kannalta keskeisimmät ajatukset pohjautuvat Engelsin ja Marxin kapitalismin kritiikkiin liittyvistä tutkimuksista. Hellman ja Vahtokari (1979, 27) huomauttavat, että vaikka Marx ja Engels eivät suoranaisesti kapitalistisen kulttuurin kysymyksiä pohtineet, viimeistään Pääomassa Marx muotoili sen sisäisen dynamiikan. Jo aiemmin "saksalaisessa ideologiassa" he viittasivat kulttuurin luomisen ja yhteiskuntaluokien väliset kytkökset. Heidän mukaansa yhteiskunnassa materialistisesti valitsevassa asemassa oleva luokka muodostaa samalla sen henkisen perustan. (Hellman & Vahtokari 1979, 27.) Jos tätä ajatusta sovelletaan levyteollisuuteen, niin keskeiseen asemaan nousevat nimenomaan tuotantovälineet omistava "luokka" eli levy-yhtiöt. Tämä lienee se keskeisin ideologinen syy, miksi marxilaiset populaarimusiikin kritiikot kohdistavat voimakkaan kritiikin nimenomaan levy-yhtiöitä kohtaan. Ollessaan sitoutunut kapitalistiseen talouteen ja sitä kautta pääomaan, levyteollisuuden toimintaa leimaa nimenomaan tuotteidensa kaupallisuuteen perustava ideologia. Tämä johtaa siihen, että populaarimusiikin laatu on huonompi kuin perinteisten korkeantaiteen lajien, koska sen keskeisin funktio piilee sen kaupallisissa motiiveissa.

Populaarimusiikkiakin käsittelevä klassinen massakulttuurikritiikki muodostettiin sosiologian, marxismin ja psykologian kirjoitusten pohjalta frankfurtilaisen koulukunnan toimesta. Siihen liittyivät myös Yhdysvalloissa kehittynyt joukkotiedotussosiologian teoriat. (Hellman & Vahtokari 1979, 29-30.) Päävaikuttajina franfurtilaisessa koulussa olivat Theodor Adorno ja Max Horkheimer. joiden toimesta lanseerattiin kulttuuriteollisuuden käsite kuvaamaan massakulttuurin toimintaa. Heidän keskeisenä kritiikin kohteena oli massakulttuurin tuotteiden standartoiminen ja kulttuurin alentaminen taloudellisille motiiveille. Massakulttuurin eri tuotteet eivät kyenneet tästä nousemaan autonomisen taiteen tasolle, jolla oikeanlaisen taiteen tuli olla. Varsinkin Adornon ajatukset ovat tutkimukseni kannalta keskiössä, sillä hän aloitti marxilaisen kritiikin perinteen populaarimusiikkia kohtaan. Vaikka jotkin hänen ajatuksistaan vaikuttavat nykyään vanhanaikaisina, Adornon vaikutus näkyy edelleen tutkimuskirjallisuudessa. (Muikku 2001, 16)

Myöhemmin käyn läpi hieman yksityiskohtaisemmin frankfurtilaisen koulukunnan aloittamaa marxilaista kriittistä linjaa.

Frankfurtilaisen massakulttuurikritiikkiin liittyy läheisesti myös Yhdysvalloissa 1940-luvun jälkeen kehittynyt massakulttuurikritiikki, joka on jatkanut toimintaansa tähän päivään saakka. Samoin kuin frankfurtilaisessa kritiikissä amerikkalaisessa versiossa keskitytään kritisoimaan kapitalistisen massakulttuurin muodostumista teollisen tuottamisen kautta. Heidän mukaan massakulttuuri on modernien kapitalististen yhteiskuntien teollinen kulttuurin muoto, joka ilmenee erilaisissa joukkotiedotusvälineissä. Sinänsä amerikkalainen massakulttuurikritiikki ei muodosta yhtenäistä koulukuntaa, mutta sen keskeisimmät ajatukset massakulttuurin muodosta perustuvat samoille premisseille. Amerikkalaisten massakulttuurikritikoiden mukaan massakulttuuri on korvannut tätä aiemman kansakulttuurin ja sen keskeinen olemus syntyy joukkotiedotusvälineistä käsin. Tästä seuraa taas se, että massakulttuuri ottaa standartoidun muodon, koska joukkotiedotusvälineet kohdistavat sisältönsä suurille yleisöjoukoille. Laadultaan massakulttuuri on yhdysvaltalaisen massakulttuurikritikoiden mukaan keskinkertaista, luonteeltaan kansanomaista ja moraalitonta. (Hellman & Vahtokari 1979, 36.)

Massakulttuuria koskevien kritiikkien rinnalle alkoi 1900-luvun puolivälin kehittymään myös massakulttuuria puolustavia tahoja. Heidän kritiikkinsä kohdistui varsinkin frankfurtilaisen koulukunnan edustajiin. Keskeinen kritisoinnin kohde oli siinä, että frankfurtilaisen koulukunnan edustajat olivat ajautuneet pessimismiin toteutumattomien ihmisihanteidensa takia. Massakulttuurin puolesta puhujat alkoivat esittämään ajatuksia, että massoihin perustuva yhteiskunta oli siirtynyt jälkiteolliseen aikaan. Teknologian kehitys oli mahdollistanut sen, että kulttuurista oli tulossa yhä enemmän demokraattinen. Sen sijaan, että kapitalistinen teollisuus olisi muodostanut suuria yhteneviä massoja, kulttuurin kuluttaminen on pirstoutunut moniin eri osiin. Makutottumukset ja erilaiset yhteisöt ovat monipuolistuneet yksipuolistumisen sijaan. Yksi keskeisimpiä jälkiteollisuuden puolesta puhujia on David Bell, jonka mukaan yhteiskuntien siirtyessä teollisesta jälkiteolliseen kulttuuri irrottautuu sosiaalisista ja taloudellisista kytköksistä muodostaakseen oman kokonaisuuden. Muutokset yhteiskunnassa johtavat myös muutoksiin elintapoihin ja tulevaisuudessa on mahdollista, että taiteen ja arkielämän väliset rajat hälvenevät. Toisin sanoen taide tulee lähemmäksi ihmisten arkielämää ja samalla se demokratisoituu. Kaikilla on mahdollisuus nauttia taiteesta toisin kuin historian aikaisemmissa vaiheissa, jolloin taiteen keskeisin kuluttajaryhmä oli ylemmät yhteiskuntaluokat. (Hellman & Vahtokari 1979, 36-38.)

1950-luvun puolivälin jälkeen massakulttuuri keskustelu levisi voimakkaasti Yhdysvalloista Eurooppaan. Muun muassa englantilainen Raymond Williams kuvaili massakulttuurin taustoja vuonna 1958 julkaistussa kirjassaan *Culture and Society*. Hänen mukaansa massakulttuurista ei pitäisi puhua yhtenä laajana massana, vaan pikemmin erilaisten joukkojen muodostamana kulttuurina. Massa käsitteenä on hänen mukaansa sinänsä harhaanjohtava ja pinnallinen. Samoin Williams kieltää massakulttuurimuotojen alentamisen suoraan huonon taiteen piiriin. Samoin englantilaisen Alan Swingewoodin mukaan massakulttuuri keskustelun päädilemma piilee siinä, että sitä on leimannut moralisoiva ja ei-tieteellinen analyysi massakulttuurin luonteesta. Swengood kieltää koko massakulttuurin olemassaolon esittäen, että se on viime kädessä kapitalistisen yhteiskunnan muodostama myytti. Swengood katsoo kapitalismin muodostaman kulttuurin olevan kaksijakoinen: toisaalta se pyrkii demokratiaan mutta samalla se pyrkii olemaan sitä vastaan pitääkseen yllä taloudellisia ideologioitaan. Kapitalismiin perustuva yhteiskunta on tarjonnut kehittämälleen kulttuurilleen (massakulttuurille) mahdollisuudet levitä ja monipuolistua, mutta samalla se pyrkii säilyttämään sen kaupallisiin motiiveihin liittyvät pyrkimykset. (Hellman & Vahtokari 1979, 39-40.)

3.2 Levyteollisuus massakulttuurin tuottajana

Koska populaarimusiikkia tuottava ääniteteollisuus on luonteeltaan ylituotantoon perustuvaa toimintaa ja sen tuotteita pyritään levittämään mahdollisimman suurelle joukolle ihmisiä, sen katsotaan kuuluvan massakulttuuriin. Kriitikoiden mielestä massakulttuurin kaupallinen perusta määrittelee vahvasti sen, minkälaisen muodon ja sisällön siihen kuuluvat tuotteet voivat ottaa. Simon Frithin (1988, 45) mukaan Tin Pan Alleyn ja joukkotiedotusvälineiden nousu 1900-luvun alussa olivat omiaan vaikuttamaan siihen, miten keskittynyt tuotanto ja kaupallisuus tulivat keskeiseksi osaksi populaarimusiikkia. Ihmisten musiikinkuuntelu oli helpompi kontrolloida, kun ihmisten itsenäinen musiikin harrastus laski. Näin ollen populaarimusiikin kuluttamista pyrittiin manipuloimaan ja toisaalta hyödyntämään kaupallisesta näkökulmasta katsottuna. (Frith 1988, 44-45.)

Simon Frithin (1988, 46-47) mukaan massakulttuurin kriittistä analyysia hallitsevat kaksi eri koulukuntaa: leavisilainen kirjallisuuskritiikki ja marxilainen ideologinen kritiikki. Yhteisenä kritiikin kohteena näille kahdelle on se, että ääniteteollisuuden pohjautuessa kaupallisille intresseille ne määrittävät myös sen, minkälaisen muodon ja sisällön populaarimusiikki saa osakseen. Varsinkin

marxilaisten kriitikkojen mukaan populaarimusiikin äänitemarkkinat luodaan levyteollisuuden toimesta. Heidän mielestään levyteollisuuden makrotason toimijoilla eli levy-yhtiöillä on erittäin vahva tai jopa täysin hallitseva valta siihen, minkälaista populaarimusiikkia viime kädessä kuuntelemme. Kuuntelijolle luodaan erilaisia tarpeita tai jo olemassa olevia tarpeita käytetään levyteollisuuden toimesta hyväksi. Toisaalta marxilaista kritiikkiä on moitittu siitä, että se ei ota huomioon yleisöjen tai artistien merkitystä huomioon populaarimusiikin tuotannossa. (Fenster & Swiss 1999, 227.) Seuraavaksi pyrin tarkastelemaan lähemmin marxilaista kriittistä linjaa.

Ääniteollisuuden marxilaisen ideologisen kritiikin katsotaan saaneen alkunsa 1930- ja 40-luvuilla, jolloin tutkijat alkoivat kiinnittämään siihen huomioita. Yksi systemaattisimpia esityksiä luotiin Theodor Adornon ja frankfurtalaisen koulukunnan toimesta. Vaikkakin nykyään monia hänen esittämiään ajatuksia pidetään joiltakin osin vanhentuneina ja kulttuurielitistisenä pessimisminä, ne elävät tutkimuskirjallisuudessa vahvana vielä tänäkin päivänä. Heidän toimestaan muotoiltiin kulttuuriteollisuuden käsite, jolla viitattiin sellaisiin taiteen muotoihin, jotka alistettiin kaupallisten motiivien ja teollisen liukuhihnatuotannon eli fordismen alaisuuteen. Siihen kuuluvat populaarimusiikin lisäksi muun muassa elokuvat sekä erilaiset kevyehköt kirjallisuuden muodot. Keskeistä Adornon ajattelussa on se, että kulttuuriteollisuus valmistaa tuotteitaan samojen periaatteiden mukaisesti kuin mikä tahansa muu teollinen ala. Tällä on taas suora vaikutus sen tuottamien tuotteiden sisältöön, minkä Adorno näki erityisesti tapahtuvan pyrkimyksessä tuottaa standardoituja musiikkikappaleita (Muikku 2001, 13-14). Toinen keskeinen väittämä Adornon kritiikissä on se, että sitoutuessaan kaupallisuuden ja teollisuuden muotoihin populaarimusiikki ei kykene olemaan autonomisessa suhteessa taiteellisiin motiiveihin. Adorno itse sitoutui vahvasti romantiikan ideologiseen perintöön ja katsoi sen vastakohtaksi kulttuuriteollisuuden eri muodot. (Muikku 2001, 15.)

Luopuessaan romantiikan taiteen ihanteista ja alistuessaan teollisten sekä kaupallisten motiivien alaiseksi populaarimusiikki oli Adornon mukaan antitaidetta. Hänen mukaansa kulttuuriteollisuus ei lähesty taidetta niin, että se pyrkisi tekemään siitä autonomista. Sen sijaan, että taide pyrkisi olemaan oma itsensä ja että sitä tarkastelevan ihmisen pitäisi unohtaa itsensä sen äärellä, kulttuuriteollisuus pyrkii luomaan päinvastaisen asetelman. Kulttuuriteollisuus pyrkii tekemään taiteesta nautinnon kohteen (Adorno 2006, 56). Se haluaa ihmisten lähestyvän taidetta kuin se olisi nautintoon johtava objekti, mikä taas johtaa hänen mukaansa omistushaluiseen fetisismiin. Adorno väittää, että kulttuuriteollisuus ei ole kuuliainen niille historiallisille kehityskuluille, joita

taiteen nimissä on tapahtunut. Taiteen kehitys kohti autonomisuutta murretaan muuttamalla taide ihmisten massamittaiseksi kulutustavaraksi. Adornon mukaan 1900-luvun alkupuolella nähty kulttuuriteollisuuden kehitys on johtanut taiteen taantumukseen nimenomaan historiallisessa mielessä. Ihmiskunnan varhaisimmat taideteokset ovat kuuluneet erilaisiin rituaaleihin, jolloin ne eivät edustaneet taiteen autonomista luonnetta. Levyteollisuus kulttuuriteollisuuden osana regressoi taidetta ja sitä kautta ihmisiä varhaisempien kehitystasojen tasolle (Green 1999, 8.)

Adorno taiteen estetiikassaan on keskeistä se, että taide on käytännön tasolla turha mutta sen perimmäinen tarkoitus on tarjota ihmisille eräänlainen pakoreitti todellisuudesta. Taide ja sen kauneus on hyökkäys todellisuuden raadollisuutta vastaan. Populaarimusiikki ja sitä tuottava ääniteteollisuus ei pyri tähän, vaan se suhtautuu todellisuuteen myönteisesti ja pyrkii hyötymään siitä (Frith 1988, 49.) Todellisen taiteen tulee tarjota elementtejä sosiaalisen muutoksen puolesta kohti parempaa. Standardoimisesta johtuen ihmisistä tulee sosiaalisesti passiivisia ja näin populaarimusiikkia käytetään kapitalistisen ideologian hyväksi. Ihmisiä ikään kuin johdatellaan ajattelemaan yhteiskunnassa vallitsevien yleisten käsitysten mukaan yksilöllisyyden ja kysymysten asettelujen sijaan. (Green 1999, 8.)

Adorno syytti levyteollisuutta myös sen pyrkimyksistä standarsoida tuottamansa musiikki. Hänen mukaansa teollisen luonteensa vuoksi yritykset pyrkivät standartoimaan musiikkiaan saadakseen mahdollisimman suuret tuotot. Esimerkiksi säveltäjiä kehoitettiin tekemään musiikkia tiettyjen kaavojen mukaiseksi, joita hän nimitti kategorisoiduiksi standardeiksi. Tästä johtuu pseudoindividualisuus –käsite, jolla hän viittasi kulttuuriteollisuuden pyrkimykseen luomaan taiteilijoidensa ympärille autenttisuuden harhan. Kyseinen harha oli kuitenkin syvemmän tason analyysissä todettavissa teollisuuden luomaksi harhakuvaksi autenttisuudesta. Esimerkiksi artistin omaperäinen musiikillinen ilmaisu eroaa muista vain pinnallisella tasolla ja tarkalla tutkimisella populaarimusiikin artistien samankaltaisuus voitaisiin todeta todeksi. Toisin sanoen kulttuuriteollisuus pyrkii luomaan kuluttajilleen harhan erilaisista artisteista, mutta on samalla pyrkinyt standartoimisen avulla varmistamaan tuotteidensa massamittaisen menekin. Erilaisuus tai autenttisuus ei sovi kuvaan, koska ne johtaisivat taloudelliseen riskinottoon ja markkinoiden hajaantumiseen. (Muikku 2001, 15.)

Adornon ja muiden marxistien kulttuuriteollisuuskriitikoiden kohteena oli myös ihmisten tarpeiden manipulointi. Joidenkin tutkijoiden mielestä levy-yhtiöiden päämääränä oli luoda ja manipuloida

ihmisten tarpeita. Esimerkiksi Fredric Jameson on esittänyt, että kuluttaminen on muodostunut omaksi ideologiakseen. Ihmiset kuluttavat populaarimusiikkia ainoastaan siksi, että se tyydyttää kuluttamisen tarpeen. Itse musiikillisella sisällöllä ei ole merkitystä, vaan pikemminkin kulutushyödykkeenä se tarjoaa kuluttajalla omistamiseen liittyvää nautintoa. Kuluttamisen tarve on kaupalliseen voitontavoitteluun pyrkivän levyteollisuuden muodostama tarve, jolla sinänsä ei ole yhteyttä todelliseen maailmaan. Se luodaan tyhjältä kulttuuriteollisuuden toimesta ja näin ollen kuluttajien tarpeita manipuloidaan. (Frith 1988, 50.)

Toinen marxilaisen linjan versio tarpeiden manipuloinnista on se, että levyteollisuus muokkaa olemassa olevia tarpeita ja muuttaa ne sellaiseksi, että niitä voidaan käyttää hyväkseen. Levyteollisuus pyrkii luomaan kuluttajille kuvan siitä, että musiikki toimii hetkellisenä ja tunteellisenä pakoreittinä. Sisällöllisesti se ei tarjoa ratkaisuja esimerkiksi sosiaalisten olojen muuttamiseksi tai muihin vastaanvanlaisiin kysymyksiin. Populaarimusiikki on toisin sanoen hedonistinen nautinto, joka sinänsä ei pysty muuta tarjoamaan. (Frith 1988, 50.)

Frankfurtin koulukunnan kriitisiä äänensävyjä musiikkiteollisuutta kohtaan jatkoivat 1970-luvulla Steve Chapple ja Reebee Carofalo. Samoin kuin Adorno he olivat huolissaan levyteollisuuden pyrkimyksistä valmistaa populaarimusiikista kulttuurihyödykkeitä. Kritiikkiä he esittivät erityisesti suuria levy-yhtiöitä kohtaan, joiden toimet olivat voimakkaasti kaupallisten motiivien sanelemaa. Lähtökohtaisesti he eivät olleet populaarimusiikkia vastaan, vaan näkivät levyteollisuuden toiminnan haitallisena suhteessa populaarimusiikkiin. Chapplen ja Carofalon mukaan populaarimusiikissa oli potentiaalia siihen, että se kykenisi tarvittaessa olemaan mukana sosiaalisten muutosten dynamiikassa. Kun Adorno katsoi levyteollisuuden aiheuttavan ylituotannon myötä passiivisia kuluttajia, jotka eivät kykenisi sosiaaliseen aktiivisuuteen, Chapplen ja Carofalon mukaan kuluttajat pystyvät olemaan aktiivisia. Aktiivisuutta rajoittaa tai sen kumoaa täysin levyteollisuuden oligopolinen luonne. Suuret levy-yhtiöt pyrkivät hallitsemaan markkinoita siten, että se luo standartoituja tuotteita suurelle yleisölle ja tätä kautta pienentämään kaupallisia riskejä luovuuden kustannuksella. Populaarimusiikin kentällä toimivat yksilöt alistetaan suurten yritysten toimesta osaksi amerikkalaista suurteollisuutta, jossa taiteelliset kunnianhimoiset ja sosiaaliset pyrkimykset tukahdutetaan. (Muikku 2001, 18-19.)

Chapplen ja Carofalon näkemykset perustuvat marxilaiselta koulukunnalta omaksutun kulttuuriteollisuusteorian lisäksi poliittisen ekonomian näkökulmaan. Siinä pyritään

tarkastelemaan sitä, kuinka yritykset pyrkivät ylläpitämään valtaa suhteessa yleisöön ja muusikoihin. Levyteollisuuden suhteen poliittisen ekonomian näkökulmasta voidaan kysyä, miten kapitalistinen yritystoiminta vaikuttaa luovaan työhön ja sen tuotteisiin. Chapplen ja Carofalon mukaan oligopolinen asema johtaa väistämättäkin haitalliselliseen suhteeseen luovuuden kanssa. Muutamalla suurella yrityksellä on niin suuri valta suhteessa yleisöön ja muusikoihin, että ne pystyvät lähes kaikkivoipaisella tavalla määrittelemään kuulemamme populaarimusiikin sisällön. (Negus 1999, 15.) Vaikkakin historiassa on ollut tapauksia, joissa populaarimusiikki uudistuu ja muokkautuu uudelleen pienten levy-yhtiöiden edes auttamana, sen keskeinen funktio piilee sen taloudellisissa prosesseissa.

Yksi marxistisen kritiikin jatkajia on myös Dave Harker esittäen, että levyteollisuus pakottaa uutta luovat ja omaperäiset artistit liukuhihnamaiseen työskentelyyn. Ollessaan vuorovaikutuksessa levyteollisuuden kanssa artistin on välttämättäkin luovuttava omaperäisistä ajatuksista ja tuotettava sellaista musiikkia, joka on kaupallisesti potentiaalista. Tämä johtuu pääosin kapitalistisesta tuotantorakenteesta, jonka toiminta pakottaa kaikki uutta luovat artistit ja yhtyeet tekemään musiikkiaan standartoitujen menetelmien kautta. (Muikku 2001, 19.)

Marxilaisen linjan keskeinen kritiikki koskee populaarimusiikin kaupallista kontekstia ja sen vaikutuksesta populaarimusiikin luonteeseen. Populaarimusiikkia tuotetaan ja kulutetaan kaupallisessa kontekstissa, millä on perustavanlaatuiset vaikutukset sen luonteeseen. Populaarimusiikin sisäinen dynamiikka perustuu levyteollisuuden kaupallisiin motiiveihin ja tätä kautta sen koko luonne korruptoituu taloudellisten tekijöiden johdosta. Marxilainen linja nostaa populaarimusiikin kentällä keskeiseksi tekijäksi levyteollisuuden, jolla on sen mukaan keskeinen valta vaikuttaa populaarimusiikin luonteeseen ja kehitykseen. Jotta kaupalliset päämäärät toteutuisivat mahdollisimman hyvin, levyteollisuus pyrkii rakentamaan suurista massoista koostuvia markkinoita. Massojen populaarimusiikin kulutusta ne pyrkivät hallitsemaan standardoimalla populaarimusiikin sisältöä ja manipuloimalla ihmisten tarpeita. Näin ollen taiteelliset ja luovuuteen liittyvät tekijät joutuvat populaarimusiikin kentällä toimimaan kaupallisten motiivien alaisuudessa.

4. Kritiikki marxilaista linjaa kohtaan

Marxilaisen kriittisen linjan ajatuksia vastaan on esitetty eri tutkijoiden toimesta kritiikkiä, mutta sen asema on säilynyt suhteellisen keskeisenä. Frithin (1988, 50) mukaan Adornon kriittiset kirjoitukset massakulttuurista ovat tähän asti systemaattisimmat, mitä kenenkään tutkijan toimesta on kirjoitettu. Niihin pitää kuitenkin suhtautua varautuen, koska 1930-luvulla vanhan maailman tiedeyhteisö suhtautui joukkotiedotusvälineisiin hyvin kriittisesti. Frithin (1988, 51) mukaan Adorno ei kyseenalaistanut tai edes pyrkinyt perustelemaan lähtökohtaansa joukkoviestimien huonosta vaikutuksesta taiteeseen. Adorno ei sinänsä pyrkinyt kuvailemaan ääniteollisuuden ja muun populaarimusiikkiin liittyvien joukkoviestimien toimintaa. Ne olivat lähtökohtaisesti turmelemassa varsinkin eurooppalaista taidetta ja nimenomaan sen autonomista luonnetta. (Frith 1988, 51.)

Jari Muikun (2001, 15) mukaan Adornon ajatuksia pidetään usein kulttuurielitismien pessimisminä, jonka juuret ovat massayleisöjen musiikkimaun homogeenisyydessä. Hän painottaa frankfurtilaisen koulukunnan ajatusten sijoittamista niiden historialliseen kontekstiin. 1900-luvun ensimmäisinä vuosikymmeninä tekniset innovaatiot johtivat musiikin massatuotantoon ja tätä kautta varsinkin populaarimusiikista tuli massakulttuurin yksi muoto. Viitaten Krister Malmin ja Roger Wallisin esittämiin väitteisiin Muikku huomauttaa, että frankfurtilaisen koulukunnan ajatukset eivät avaa levyteollisuuden rakennetta ja dynamiikkaa. (Muikku 2001, 16.) Samoin Jon Stratton (1983, 143) esittää, että marxilaisen kritiikin edustamat tutkijat eivät ota huomioon, että populaarimusiikkia ei edes olisi olemassa ilman nykyisen kaltaista yritystoimintaa. Toisin sanoen frankfurtilainen koulukunta ei ollut kiinnostunut tarkastelmaan levyteollisuuden toimintaa sellaisenaan, vaan kritisoi sitä voimakkaasti omista ennako-olettamuksista käsin. Frith (1988, 51) mainitseekin, että frankfurtilaisen koulukunnan ajatukset ovat malliesimerkki siitä, kuinka 1930-luvun eurooppalainen akateeminen maailma suhtautui massakulttuuriin ja joukkotiedotusvälineisiin.

Yksi kritiikin kohde on ollut varsinkin marxilaisten väitteiden totuus pohja populaarimusiikin tuottamisesta standardoitujen liukuhihnamaisten menetelmien mukaan. Levyteollisuudessa tapahtuneet muutokset varsinkin 1980-luvun jälkeen ovat aiheuttaneet sen, että jotkut tutkijat puhuvat levyteollisuuden muuttuneen fordismista postfordismiin. (Brusila 2007, 57-58.). Tällä viitataan siihen kehityskulkuun, jossa teollisuuden rakennemuutos sekä digitaalitekniikka ovat

muokanneet levyteollisuuden tuotantoa sirpaleisemmaksi. Negusin (1999, 17) mukaan väite siitä, että levyteollisuus toimii pitkälti suurten levy-yhtiöiden muodostamien hittitehtaiden vetämänä, on väärä. Levyteollisuudessa on sen alkuaajoista lähtien toiminnut pieniä yrityksiä, jotka ovat pyrkineet tuottamaan musiikkia pienille markkinaryhmille. Suurin osa 1900-luvulla julkaistusta populaarimusiikista ei ollut luonteeltaan sellaista, että sillä olisi pyritty saavuttamaan massayleisöjä. Pikemminkin levyteollisuudessa toimineet yrittäjät ovat olleet suuremmilta osin pienehköjä muutaman ihmisen muodostamia yrityksiä, jotka ovat julkaisseet musiikkia paikallisille markkinoille. Negusin mukaan levyteollisuus ei ole itse asiassa kokenut suurta murrosta fordismista postfordismiin, vaan luotu kuva fordistisesta levyteollisuudesta on lähtökohtaisesti epätosi. (Negus 1999, 17.)

Negus jatkaa kritiikkiään levyteollisuuden liukuhihnamaisesta luonteesta väittäen, että populaarimusiikin tuottaminen on pikemminkin kollektiivinen ja luova tapahtuma, johon osallistuvat artistin lisäksi useat muut eri ihmiset. Esimerkkinä Negus mainitsee Antoine Hennionin tekemät tutkimukset ranskalaisesta musiikkiteollisuudesta. Hennionin mukaan populaarimusiikkia tuotetaan kollektiivisen kulttuurituotannon kautta ja levyteollisuudessa toimivat ihmiset ovat kulttuurin välittäjiä. (Negus 1999, 17.) Tämä asettuu sitä kritiikkiä vastaan, jossa levyteollisuus nähdään ainoastaan passiivisena tuotantokoneistona. Hennion korostaa, että äänitetuotanto on samalla sekä luomis- että kulutusprosessia, jossa pyritään olemaan tietoisia yleisön sen hetkisestä makutottumuksesta. Artistit ja musiikintuottajat eivät pyri manipuloimaan yleisön makutottumuksia, vaan pikemminkin olemaan mahdollisimman hyvin perillä sen luonteesta. (Muikku 2001, 28.)

Negus onkin luonut teorian ”kulttuurituotannon tuotantokulttuuri”, jonka perusta on ranskalaisen sosiologian Pierre Bourdieun kulttuuriset välittäjät –termissä. Bourdieun mukaan symbolisia hyödykkeitä ja palveluja tarjoavissa työnkuviissa toimivia ihmisiä voidaan kuvata kulttuurisina välittäjinä, Kulttuuriset välittäjät eroavat materiaalsen teollisuuden työntekijöistä siinä mielessä, että ne ensinnäkin tarjoavat symbolista arvoa omaavia tuotteita ja palveluja. Toinen merkittävä ero on siinä, että kulttuurisilla aloilla työnkuva ei ole niin tiukkaan rajattu ja selkeä kuin vanhemmilla jo vakiintuneilla teollisuuden aloilla. Toisin sanoen kulttuuriset välittäjät työskentelevät sellaisissa oloissa, joissa vakiintuneita ammattinimikkeitä tai työnkuvia ei ole olemassa. Tämä johtaa osiltaan luovaan päätöksentekoon joka päiväisessä työnteossa. Yksi keskeinen tekijä on myös se, että kulttuuriset välittäjät sitoutuvat työhönsä eri tavoin kuin

byrokraattisemmissa ammateissa toimivat ihmiset. Esimerkiksi levyteollisuudessa toimivien työntekijöiden työ- ja vapaa-aika sekoittuvat monin tavoin. Negusin mukaan levyteollisuudessa toimivien ihmisten ammatti on enemmänkin elämäntapa kuin vapaa-ajasta selkeästi erottuvat ammatti. Näillä kaikilla edellä mainituilla tekijöillä on oma vaikutuksensa siihen, että työntekeminen levyteollisuuden alaisuudessa ei perustu standardoituihin tapoihin tai passiiviseen musiikillisen materiaalin suodattamiseen. (Muikku 2001, 31- 33.)

Muikun (2001, 31) mukaan Negusin teoria ei sinänsä pyri korvaamaan jo olemassa olevia levyteollisuutta kuvaavia malleja, vaan tarjoamaan toisenlaisen näkökulman. Perinteinen levyteollisuutta tarkasteleva malli on ollut Paul Hirschin kehittämä portinvartija –malli, jota on käytetty esimerkiksi suomalaisten tutkijoiden osalta laajasti. Sen keskeinen ajatus on se, että levyteollisuudessa toimivat ihmiset ovat passiivisia populaarimusiikin suodattajia, jotka valitsevat kaupallista potentiaalia omaavat artistit ja työntävät niitä eteenpäin tuotantoprosessin seuraaviin vaiheisiin. Muikun mukaan Hirschin malli on joiltakin osiltaan vanhentunut, sillä se luonteeltaan liian yksisuuntainen ja -ulotteinen. Siinä ei oteta huomioon levyteollisuudessa toimivien ihmisten luovaa panosta levyn tekemisessä ja toisaalta se ei kiinnitä huomiota niin sanottuihin takaisinkytkentäprosesseihin. Tällä Muikku (2001, 26) viittaa siihen, miten taiteilijoiden, levyteollisuuden ja yleisön välillä toimiva vuorovaikutussuhde vaikuttaa itse valmistusprosessiin. Levyteollisuutta koskevissa malleissa ja kritiikeissä levy-yhtiöt nähdään usein liian kaikkivoipina suhteessa yleisöön ja taiteilijoihin. Musiikkiteollisuus ja sen tuottama musiikki tulisi nähdä laajemmassa kontekstissa kuin pelkästään yhtiöiden tuottamina tuotteina. (Muikku 2001, 31.)

Fenster ja Swiss (1999, 226-227) kritisoivat varsinkin Adornon käsitystä siitä, että levyteollisuus olisi keskeisessä asemassa populaarimusiikin tuotannossa. Viitaten populaarimusiikin nopeasti vaihtuviin trendeihin he esittävät, että vaikkakin suuret levy-yhtiöt panostaisivat paljon yksittäiseen artistiin, se ei takaa heille taloudellista voittoa. Fenster ja Swiss (1999, 227-228) esittävätkin, että populaarimusiikkia kuunteleva yleisö on itse asiassa aktiivinen yleisö ja varsinkin uusia musiikintyytlejä etsivät ihmiset saattavat olla kovinkin kriittisiä uudenlaisille artisteille. Jon Stratton (Popular Music 3., 143) on heidän kanssaan samoilla linjoilla ja toteaa, että vastaanotto analyysissa (reception analysis) yleisön passiivisuus ja kyettömyys itsenäiseen ajatteluun ollaan todettu vääräksi. Toisaalta Fenster ja Swiss eivät kiellä sitä, etteikö levy-yhtiöillä olisi merkittävää roolia populaarimusiikin tuotannossa, mutta näkevät sen roolin pienempänä kuin kaikkivoipana. Erilaisista markkinoiden ja yleisön manipulatioyrytyksistä huolimatta levy-yhtiöt eivät voi

olla koskaan varmoja tuotteidensa menekistä. (Fenster & Swiss 1999, 228.) Tämä yleisesti hyväksytty näkemys näyttäisi olevan ristiriidassa levyteollisuuden valtaa ylikorostavien ajatusten kanssa. Levyteollisuudella on keskeinen rooli populaarimusiikin tuotannossa, mutta sen asemaa on pyritty tarkastelmaan lähemmin eri tutkijoiden toimesta.

4.1 Taiderock ja kaupallisuus

Simon Frith ja Howard Horne käsittelevät kaupallisuuden ja luovuuden välistä suhdetta kirjassaan *Art Into Pop*. Frith pyrkii kirjassaan tarkastelemaan sitä, miten Englannissa toimivien taidekoulujen vaikutus on näkynyt brittiläisten rockmuusikoiden musiikissa toisen maailmansodan jälkeisenä aikana. Tutkimusta tehdessään he huomasivat, että heidän on kyseenalaistettava muutamia fundamentaalisen tason käsityksiä kulttuurianalyysin kentällä. Ensimmäinen on se, että lähes kaikki sosiologiset näkökulmat katsovat, että taidekulttuurin kenttä on jaettavissa selkeästi kahteen eri kenttään: korkea- ja massakulttuuriin. Korkealla viitataan porvarilliseen fine arts -käsitteeseen ja massakulttuurilla massamedioiden välittämään populaarikulttuuriin. Toinen keskeinen kyseenalaistettava käsitys on se, että korkean ja massakulttuurin eroa voidaan selittää niiden funktiosta käsin. Perinteisen käsityksen mukaan korkean taiteen tekijät tekevät taidetta ilmaistaakseen itseään ja kokemuksiaan. Populaaritaiteella on taas lähtökohtansa kaupallisuudessa: sitä pyritään tekemään ensisijaisesti kaupallisista motiiveista käsin. (Frith & Horne 1997, 1-2.) Simon Frithin (1987, 2) mukaan englantilaiset taidekoulut ja niiden oppilaat ylittivät nämä rajat ja sekoittivat ne niin, että korkeakulttuuriin liittyviä metodeja ja ideologioita käytettiin massakulttuurin kontekstissa.

Frith ja Horne (1987, 29-30) tarkastelevat brittiläisten taidekoulujen historiaa ja esittävät, että niissä on pyritty alkuajoista lähtien yhdistämään taiteellinen käytäntö ja kaupallisuus toisiinsa. Yritykset ovat kuitenkin kohdanneet voimakasta vastarintaa, sillä taidekoulut sekä niissä opiskelevat oppilaat ovat perinteisesti sitoutuneet romantiikan ajan ideologiaan taiteen tekemisen luonteesta. Taidekoulut ovat pyrkineet itsenäisyyteen ja tekemään taidetta itsenäisistä lähtökohdista käsin. Ulkoiset vaatimukset kaupan ja teollisuuden toimesta ovat kohdanneet vastarintaa autonomisen artisti-ideologian muodossa. (Frith & Horne 1987, 29-30.)

Sodan jälkeisessä maailmassa populaarimusiikin kentälle alkoi tulemaan muusikoita, jotka sitoutuivat voimakkaasti romantiikan ajan ideologiaan. Vielä ennen toista maailmansotaa ajateltiin, että populaarimusiikin tarkoitus piili hauskanpidossa ja sitä luonnehdittiin

sentimentaaliseksi. 1960-luvun kuluessa brittiläisen populaarimusiikin kentällä alkoi kuitenkin ilmestyä artisteja, jotka painottivat musiikkinsa syvällisyyttä. Tämän linjan voi katsoa alkaneen brittiläisistä hippimusikoista ja jatkuneen muun muassa sellaisten artistien kuin amerikkalaisen Jimi Hendrixin ja Pink Floydin toimesta. Tämä uusi rockin muoto, johon viitataan art ja progressive rock –termillä, määritteli itsensä samankaltaisina taiteilijoina kuin korkean taiteen kaanoniin kuuluvat Vincent Van Gogh tai muut vastaavat. Heidän pyrkimyksensä oli luoda vakavaa populaarimusiikkia, joka vaikuttaisi yhteiskunnan luonteeseen. (Frith & Horne 1987, 56-57.) Aivan kuten romantiikan ajan filosofi Friedrich Schiller ajatteli, että ainoastaan taide kykenee parantamaan sosiaaliset paheet ja tuottamaan moraalista sekä esteettistä hyvettä. Frith ja Horne (1987, 60) katsovat, että romantiikan ideologian omaksuminen oli peräisin nimenomaan taidekouluista, joissa monet keskeiset brittiläiset rockmuusikot opiskelivat tai olivat opiskelleet. Näin ollen 1960- ja 70-lukujen populaarimusiikki tekevät ihmiset siirsivät romantiikan ideologian populaarimusiikkiin ja määrittelivät itsensä vakaviksi taiteilijoiksi.

1960-luvulla Britanniassa alkoi kehittyä laajahko liike, jossa musiikin autenttisuus oli keskeisessä asemassa ja sen kannattajat asettuivat voimakkaasti populaarimusiikin kaupallisuutta vastaan. Frithin ja Hornen (1987, 88,89) mukaan taidekoulujen oppilaat olivat tässä liikkeessä keskeisessä asemassa ja he pyrkivätkin tarkastelemaan sitä, miten nuo uuden aallon muusikot toteuttivat romantiikan ajan ihanteet kaupallisuuden kanssa. Taidekoulujen vaikutus näkyi erityisesti siinä, että niiden oppilaat eivät halunneet soittaa vakiintunutta hittimusiikkia, vaan pyrkivät ilmaisemaan musiikin avulla itseään. Esimerkiksi Eric Claptonille tai Jimmy Pagelle hyvä kitaristi ei tarkoittanut autenttisten blueskitaristien imitoimista, vaan sellaisen piti pystyä ilmaisemaan itseään ja olla itsenäinen artisti. Vaikka he olivat luonteeltaan kaupallisuutta vastaan, heistä tuli siitä huolimatta populaarimusiikin tähtiä. Frithin ja Hornen (1987, 90) mukaan tämä johtui siitä, että heidän persoonallisuutensa ja individuaalinen näkökulma musiikin tekemiseen itse asiassa auttoi levyteollisuutta markkinoimaan heitä. Yleisö oli omaksunut uuden rockin symboliikan ja sille löytyi laajat markkinat maailmanlaajuisesti. Artistit saattoivat ilmaista omia luovuuteen liittyviä kunnianhimoja ilman, että niitä rajoitettiin musiikkiteollisuuden toimesta. Frithin ja Hornen (1987, 90) mukaan art rockin artistit eivät välittäneet levyteollisuuden toimista niin kauan, kun se ei vastustellut heidän taiteellisia pyrkimyksiään.

Frithin ja Hornen (1987, 98) mukaan Pink Floyd on selkeä esimerkki siitä, miten populaarin ja taiteen maailmat sekoittuivat 1960- ja 70-lukujen aikana. He pyrkivät hallitsemaan kaupallisia

prosesseja niin, että levyteollisuus ei pääsisi hallitsemaan heitä. Pink Floyd -yhtye pyrki itsenäiseen taiteelliseen ilmaisuun siitä huolimatta, että heidän musiikkiaan julkaistiin erilaisten massamediodien kautta. Yhtyeen päätavoitteena oli olla itsenäinen artisti, jonka tuli olla persoonallinen ja mahdollisimman riippumaton levyteollisuuden kaupallisista tavoitteista. Näin ollen Pink Floydissa on nähtävissä ne arvot ja pyrkimykset, jotka olivat syntyneet 1960-luvun taidekoulujen kontekstissa: taiteen ja populaarimusiikin yhdistäminen siten, että artistin autonomia säilyisi massatuotetusta musiikista huolimatta. (Frith & Horne 1987, 98.)

Tässä kohdin on myös syytä huomauttaa, että taiderockin muodostuminen myötä 1960-luvulla se eroitettiin laadullisesti populaarimusiikin kentällä omaan lokeroonsa. Taiderock asetettiin popmusiikkia vastaan, koska se nähtiin autenttisempänä sekä kaupallisista pyrkimyksistä vapaampana. Taiderockin ideologiaan kuului olla vakavaa, progressiivista ja individuaalisesti voimakkaasti väritynyttä. Popmusiikki oli sen sijaan kaupallisesti vääristynyttä musiikkia, jonka keskeinen tehtävä oli tarjota passiivisille massoille hittimusiikkia. Niiden välinen ero muodostettiin romantiikan ideologian kautta: taiderock pyrki itsenäiseen ja vakavaan ilmaisuun, kun taas popmusiikin funktio piili puhtaasti sen kaupallisessa luonteessa. (Frith & Horne 1987, 98.)

5. Yhteenveto

Massakulttuuriteorioiden, populaarimusiikin ja levyteollisuuden ympärillä pyörivä keskustelu on liittynyt voimakkaasti yhteiskunnan laajempaan kehittymiseen. 1900-luvun alkupuolella teollisuuden kasvava merkitys länsimaisessa yhteiskunnassa johti monet ajattelijat tarkastelmaan sen huonoja puolia. Tutkijoiden keskuudessa heräsi huoli siitä, että suurille massoille tehdyt kulttuurituotteet olivat haitallisia ihmiskunnan kehitykselle ja asettivat taiteen kaupallisten motiivien alaisuuteen. Vuosisadan loppupuolelle tultaessa länsimaisten yhteiskuntien kehitys teollisuuskeskeisyydestä palvelukeskeisyyteen toi mukanaan uudenlaisia lähestymistapoja siihen, miten tutkijat suhtautuivat massakulttuurin toimintaan ja sen suhteeseen populaarikulttuuriin.

Marxilaisen kritiikin keskeisimmät väitteet pohjautuvat massakulttuuriteorioista johdettuihin päätelmiin levyteollisuuden luonteesta. Levyteollisuudelle annetaan keskeinen rooli populaarimusiikin tuotannossa, koska populaarimusiikin keskeisimpänä levityskanavana toimii levyteollisuus. Populaarimusiikkia tehdään kasvavassa määrin myös levyteollisuuden ulkopuolella, kuten omakustanteita, mutta sen keskeisimmät edustajat ovat julkaisseet poikkeuksetta materiaalinsa levyteollisuuden kautta. Näin ollen marxilainen linja nostaa levyteollisuuden roolin populaarimusiikin tuotannossa keskeiseksi, koska sillä on viime kädessä valta valita, mitkä yhtyeet ja artistit pääsevät levyttämään ja mahdollisesti laajempaan tietoisuuteen. Tätä kautta se määrittelee populaarimusiikin luonteen ja laadun levyteollisuuden näkökulmasta. Koska levyteollisuus on kaupallista yritystoimintaa, marxilainen näkökulma katsoo populaarimusiikin joutuvan taloudellisen korruption alaiseksi. Populaarimusiikki asetetaan tiukan taloudellisen determinismin alaisuuteen: levy-yhtiöt ovat kaikkivoipaisia portinvartijoita, jotka taloudellisten motiivien johdattamana pyrkivät hallitsemaan populaarimusiikin sisältöä standardoinnin ja yleisön manipuloinnin keinoin. Taloudelliset motiivit johtavat standartoimiseen, koska levyteollisuus pyrkii rakentamaan kuluttajista mahdollisimman suuria massoja, jotta levyt tuottaisivat mahdollisimman paljon voittoa. Näin ollen omaperäiset ja luovat artistit joutuvat huonoon asemaan populaarimusiikin kentällä, koska niiden yleisöt koostuvat pienistä joukoista ja eivät täten ole julkaisemisen arvoisia. Taloudellisen determinismin johdosta populaarimusiikista tulee osa massakulttuuria, koska levy-yhtiöiden tarve tehdä mahdollisimman suuret voitot pakottavat ne julkaisemaan musiikkia mahdollisimman suurille massoille. Massakulttuuri tulee

taas nähdä osana kapitalistisen yhteiskunnan muodostumista: se on kapitalistisen yhteiskunnan kulttuuria.

Frankfurtilaisen koulukunnan jatkajina Garofalo ja Chapple kohdistivat kritiikkinsä enemmänkin suuria levy-yhtiöitä kohtaan. Koska levyteollisuuden markkinoilla vallitsee oligopolistinen tilanne, Garofalo ja Chapple katsoivat suurten levy-yhtiöiden hallitsevan populaarimusiikin markkinoita. He kohdistivat samanlaista kritiikkiä niitä kohtaan kuin frankfurtilainen koulukunta aiemmin koko levyteollisuutta kohtaan. Näin ollen Chapple ja Garofalo tarkastelivat levyteollisuuden rakennetta hieman tarkemmin kuin esimerkiksi Adorno aiemmin. Vaikka heidän mukaansa populaarimusiikilla on mahdollisuus taiteellisuuteen ja sosiaalisiin kannanottoihin, ne viime kädessä katoavat tai niitä hyväksikäytetään levyteollisuuden ja laajemminkin katsottuna musiikkiteollisuuden kentällä. Tähän syylistyvät nimenomaan suuret levy-yhtiöt, jotka toimillaan pyrkivät hallitsemaan ja yhdenmukaistamaan julkaistavan populaarimusiikin.

Frankfurtilaisen koulukunnan kritiikki on joiltakin osin aikaansa kohdistuvaa ja täten osin vanhentunutta tietoa. On kuitenkin tärkeää huomata, että vaikka levyteollisuus on muuttunut frankfurtilaisen kritiikin ajoista, monet sen olennaiset puolet ovat pysyneet samana. Näitä ovat muun muassa suurten levy-yhtiöiden valta-asema markkinoilla, globaali yritystoiminta sekä luonnollisesti alan kaupallinen toiminta. Tästä syystä Adornon kritiikki on kestänyt joltain osin hyvin aikaa, sillä se käsittelee piirteitä, jotka ovat osa modernin levyteollisuuden toimintaa. Jokaisella julkaistulla populaarimusiikin äänitteellä on oma odotusarvonsa suhteessa siihen, kuinka paljon sen oletetaan muodostavan voittoa. Viime kädessä levyille julkaistu populaarimusiikki on aina kaupallista musiikkia, mutta kuinka voimakkaasti tämä lopulta vaikuttaa itse musiikin luonteeseen. Kaupallisuuden ja luovuuden sekä niiden välisen suhteen mittaaminen objektiivisin mittarein vaikuttaa haasteelliselta tehtävältä.

Adornon kehittämä termi pseudoindividuaalisuus pätee populaarimusiikin tuottamisessa vielä tänäkin päivänä. Pseudoindividuaalisuudella Adorno viittasi populaarimusiikin artistien pintapuoliseen autenttisuuden ja omaperäisyyden harhaan, jonka musiikkiteollisuus luo tuotteidensa myynnin parantamiseksi. Mielestäni läpinäkyvimmät tapaukset tästä ovat erilaiset Idols- ja X-factor -tyyppiset kilpailut, joissa etsitään uusia artisteja populaarimusiikin kentälle. Ohjelmissa pyritään etsimään omaperäisiä ja autenttisia esiintyjä, mutta viime kädessä kilpailussa pärjänneet yksilöt ovat olleet valtavirtaan kuuluvien populaarimusiikin alalajien edustajia. Laajaa

julkisuutta nauttien ohjelmien kautta levyttämään päässeet artistit ovat markkinoituja jo valmiiksi, mikä onkin todennäköisesti auttanut niiden levynmyyntiä merkittävästi. Usein näiden artistien kohtalona on ollut väistyä joitakin poikkeuksia lukuunottamatta uusien artistien tieltä parin levyn jälkeen. Tämä lienee siitä syystä, että ohjelmat tuottavat uusia artisteja vuosittain ja näin ollen markkinoille muodostuu kova kilpailutilanne. Toinen vaikuttava tekijä lienee se, että uuden tuotantokauden alkaessa yleisön kiinnostus siirtyy uusiin kilpailijoihin ja tätä kautta vanhat saavat väistyä. Osiltaan tämä muistuttaa paljon marxilaisen kriittisen linjan kuvailemaa levyteollisuuden toimintaa: tiettyjen standardien täyttämiä 'tuotteita' valmistetaan liukuhihnatekniikalla ja vanha tuote korvataan uutuudenviehätyksen hävittyä uuden, mutta olennaisilta osin samankaltaisen 'tuotteen' tieltä.

Marxistisen kritiikin keskeisimmät ongelmat varsinkin sen varhaisimmissa vaiheissa liittyvät sen ideologisiin lähtökohtiin. Sen sijaan, että marxilaiset massakulttuuri- ja levyteollisuus kriitikot olisivat pyrkineet ymmärtämään levyteollisuuden toimintaa, he ovat tuominneet sen omista lähtökohdista käsin. Mielestäni populaarimusiikin kaupallisesta luonteesta tehdyt päätelmät sen mahdottomuudesta tehdä luovaa taidetta on hyvin keinotekoinen ja ideologisesti sävyttynyt. Ajatus siitä, että populaarimusiikin tuottaminen kaupallisessa kontekstissa johtaa suoraan sen taiteelliseen korrupioon, on joiltakin osin kyseenalainen. Tiukan deterministisen suhteen vetäminen kaupallisuuden ja luovuuden välille on ongelmallista siinä mielessä, että siinä ei oteta huomioon artistien, yleisön ja esimerkiksi tuottajien asemaa. Keskeiseksi tekijäksi nostetaan levy-yhtiöt, joiden katsotaan hallitsevan koko populaarimusiikin tuottamista taloudellisten motiivien ajamana. Tämä on mielestäni yksi keskeinen ongelma marxilaisessa linjan kritiikissä, sillä se on keskittynyt tarkastelemaan makrotason toimijoita, eikä ota huomioon populaarimusiikin ja levyteollisuuden toimijoita mikrotasolla huomioon.

Levyteollisuuden nostaminen keskeiseen asemaan populaarimusiikin kentällä on täten hieman mustavalkoinen näkökulma. Niissä levy-yhtiöille annetaan liian suuri kontrolli suhteessa artisteihin ja yleisöön. Kuten Simon Frithin esimerkki progressiivisen rockin noususta 1960-luvulla osoitti, artistit ja yleisö saattavat joissakin tilanteissa esittää merkittävää roolia populaarimusiikin uusien tyylien esiintulossa. Hendrixin ja Claptonin kaltaiset artistit olivat valmiita "tuotteita" tulevaan menestymiseen, eikä levyteollisuuden tarvinnut erikseen pyrkiä manipuloimaan yleisön makua. Toisin sanoen yleisö ja artistit olivat valmiina ja levyteollisuuden tarvitsi vain kerätä siitä seuranneet hedelmät talteen. On kuitenkin tärkeää huomata, että Frithin ajatuksia seurailleen

rockmusiikki ei ollut vapaa levyteollisuuden kaupallisesta luonteesta. Taiderockin kohdalla kaupallisuus ja taiteellisuus kokivat pikemminkin synteessin, jossa molemmat tekijät toimivat mahdollisimman pitkälle omien ehtojensa mukaisesti.

Vaikka massakulttuurikriitikoiden ajatuksia levyteollisuuden kaikkivoipaisesta asemasta voidaan aiheellisesti kritisoida, niin tämä ei tarkoita sitä, etteikö levyteollisuus pyrkisi manipuloimaan yleisöjä tai toimimaan keskeisesti kaupallisista motiiveista käsin. Jokaiseen levyn tekemiseen liittyvät kaupalliset tekijät ja viime kädessä julkaistun albumin odotetaan tuottavan tietty määrä rahaa. Aivan kuten John Storey (1994, xix) mainitsee, populaarikulttuuria voi puolustaa ja samalla myöntää, että sen tuottamiseen liittyvät oleellisesti kaupallisia ja manipulointiin liittyviä motiiveja teollisuuden puolelta. Yleisöä ei pitäisi kuitenkaan pitää passiivisena massana, jonka makutottumuksia määritellään pitkälti yritysten toimesta. Hänen mukaansa populaarikulttuuria tehdään samalla kun sitä käytetään ja siitä tehtävät tulkinnat ja merkitykset ovat jatkuvassa muutostilassa. Sen sijaan, että yleisö on passiivista ja ylempien tahojen manipuloinnin kohteena, se onkin aktiivinen uusia merkityksiä luova ihmisten joukko. (Shorey 1994, xix.).

Levyteollisuuden kaksijakoisen rakenteen tarkastelu tuo lisää syvyyttä siihen, miten kaupallisuuden ja luovuuden välistä suhdetta tulee populaarimusiikin kohdalla pohtia. Vaikkakin useissa tutkimuksissa pienten levy-yhtiöiden asemaa uusien musiikkityylien esiin tuojina on ylikorostettu, niiden merkitys populaarimusiikille on monipuolistava. Varsinkin 1980-luvulta lähtenyt kehitys levyteollisuuden kentällä on luonnehdittu siten, että suuret levy-yhtiöt eivät pyri hallitsemaan äänitemarkkinoita. Suurten ja pienten levy-yhtiöiden välistä suhdetta onkin luonnehdittu pikemminkin symbioottiseksi. Ne ovat jakaneet äänitemarkkinat siten, että suuret levy-yhtiöt keskittyvät taloudellisesti katsottuna keskeisiin musiikintyyliin ja artisteihin, kun taas pienet ovat keskittyneet populaarimusiikin marginaaleihin. Tämä luo omanlaisensa dynamiikan populaarimusiikin kentälle, jossa pienten levy-yhtiöiden on katsottu olevan taiteellisessa mielessä kunnianhimoisempia ja innovatiivisempia kuin suuret. Näin ollen myös uutta luovalle ja marginaalisemmalle populaarimusiikille on olemassa julkaisukanavat.

Rakenteelliseen kaksijakoisuuteen tuo lisämausteensa myös 1900-luvun aikana tapahtunut yhteiskunnallinen muutos teollisuusyhteiskunnasta palveluyhteiskuntaan. Tämä saattaa luoda levyteollisuuteen kasvavan kysynnän erilaisille populaarimusiikin lajeille ja tätä kautta rikastuttaa populaarimusiikin tarjontaa. Ihmiset pyrkivät ilmaisemaan itseään kuluttamalla ja tämä on

aiheuttanut sen, että populaarimusiikin kenttä on pirstoutunut yhä enemmän. Suurten levy-yhtiöiden on yhä vaikeampi muodostaa suuria yhtenäisiä massoja, joille äänitteitä myydä. Tämän kehityksen voisi katsoa olevan suopea varsinkin pienille levy-yhtiöille, jotka ovat historian saatossa erikoistuneet populaarimusiikin marginaaleihin. On tärkeää kuitenkin huomata, että kehitys saattaa olla myös päinvastainen: tiukentuneen kilpailun ja varsinkin piratismiin aiheuttamat vaikutukset tulovirtoihin voivat aiheuttaa julkaisupolitiikan tiukentumisen ja yksipuolistumisen.

Levyteollisuuden tutkimusta ovat leimanneet voimakkaasti ideologiset lähtökohdat, vähäinen tutkimus sekä tutkijoiden käytännöntason puutteellinen kokemus. Mielestäni tulevaisuuden kannalta on tärkeää, että levyteollisuuden ja populaarimusiikin rakenteita tarkasteltaisiin entistä syvällisemmin. Musiikkitieteen piirissä esiintynyt vähäinen mielenkiinto populaarimusiikkia kohtaan lienee johtanut siihen, että akateemisessa ympäristössä käsitteet populaarimusiikki tai levyteollisuus on luonteeltaan laajoja sekä epätarkkoja. Tämä pitää paikkaansa varsinkin levyteollisuuteen liittyvässä kirjallisuudessa. Hienovaraisempi tutkimus esimerkiksi populaarimusiikin eri tyylilajeista voisi antaa syvällisempää tietoa koko musiikintyylistä. Varsinkin levyteollisuutta käsittelevässä kirjallisuudessa populaarimusiikilla viitataan epämääräisesti musiikkiin, joka ei kuulu klassiseen, kansan- tai jazzmusiikkiin. Kuitenkin populaarimusiikki pitää sisällään valtavan määrän erilaisia tyylilajeja, jotka saattavat erota suuresti toisistaan sekä musiikillisesti että tavalla, jolla niihin kuuluvat artistit suhtautuvat tekemäänsä musiikkiin. Samoin niiden suhde kaupallisuuteen vaihtelee suuresti: esimerkiksi progressiivisen rockin kohdalla useat artistit ovat antikapitalistisia, kun taas joidenkin muiden alatyyliden edustajat asennoituvat kaupallisuuteen myönteisesti, jos tällaisia yleistyksiä voi varovasti tarjota. Yleinen tapa on myös viitata populaarimusiikin käsitteellä nimenomaan sen valtavirrassa toimivaan listahittimusiikkiin, kevyeen pop/rock-musiikkiin tai vastaavasti marginaaleissa eläviin persoonalliseen ilmaisuun pyrkiviin artisteihin. Progressiivinen rockmusiikki on joiltakin osin eroitettu populaarimusiikin käsitteestä, koska sen katsotaan olevan taiteellisesti kunnianhimoisempaa kuin esimerkiksi popmusiikki. Tämäkin on mielestäni todellisuutta vääristävä käytäntö ja se kertoo enemmän siitä, että progressiivinen rock pyritään nostamaan laadullisesti populaarimusiikin muita alatyylejä korkeammalle.

Mielenkiintoisen lisän populaarimusiikille ja sen tutkimuksen tulevaisuudelle tarjoaa digitaalisen tekniikan voimakas kasvu 1990-luvulta eteenpäin. Tuotannon halpeneminen ja sitä kautta yksittäisten ihmisten mahdollisuus hankkia studiolaitteita luo tietynlaisen muutospaineen

marxilaisen linjan korostamaa levy-yhtiöiden keskeistä asemaa kohtaan. Jos populaarimusiikkia kyetään äänittämään laadukkaasti levyteollisuuden ulkopuolella, niin minkälaisia mahdollisuuksia tämä tarjoaa tehdä populaarimusiikkia sen perinteisen kaupallisen kontekstin ulkopuolella. Millä tavalla tämä kehitys tulee muuttamaan populaarimusiikin monipuolisuutta ja luovuuteen liittyviä tekijöitä. Toisaalta tämä muutos saattaa olla näennäinen, koska levyteollisuus kykenee toisaalta hallitsemaan jakelu- ja markkinointikanavia pääomansa ja sopimuksiensa turvin. Tilanne on sinänsä mielenkiintoinen ja jää tulevaisuuden kannalta mielenkiintoiseksi tutkimuskohteeksi.

Lähteet

Adorno, T. 2006. Esteettinen teoria. Tampere: Vastapaino.

Aho, M & Kärjä, A. 2007. Populaarimusiikin tutkimus. Tampere: Vastapaino.

Frith, S. 1988. Rockin potku. Jyväskylä: Gummerus.

Frith, S. 1987. Pop Into Art. London: Methuen and Co. Ltd.

Hellman, H & Vahtokari, R. 1979. Kapitalismin kulttuuri ja kulttuuriteollisuuden toimintaedellytykset. Tampere: Tampereen yliopiston keskusmonistamo.

Horner, B & Swiss, Thomas. 1999. Key Terms in Popular Music and Culture. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.

Kusek, D & Leonhard, G. 2005. The Future of Music. Boston: Berkelee Press.

Middleton, R & Horn, D. 1983. Popular Music 3: Producers and Markets. Cambridge: Cambridge University Press.

Muikku, J. 2001. Musiikkia kaikkiruokaisille: Suomalaisen populaarimusiikin äänitetuotanto 1945-1990. Helsinki: Gaudeamus Kirja.

Negus, K. 1992. Producing Pop: Culture and Conflict in the Popular Music Industry. Lontoo: Edward Arnold.

Negus, K. 1999. Music Genres and Corporate Cultures. London: Routledge.