

U2 - i samfunnets tjeneste

Diskusjoner om samfunnsengasjement i konsertene *Zoo TV* og *Popmart*

HALVARD BJØRKÅS

*Hovedoppgave i musikkvitenskap
Institutt for musikkvitenskap, Universitetet i Oslo 2005*

Forord

Da jeg valgte U2 som utgangspunkt for min hovedoppgave, slo det meg at jeg som musikkstudent er privilegert siden jeg kan bruke to studieår på et band som har fulgt meg i mange år. Mot slutten av skriveprosessen, som tilfeldigvis falt sammen med *Tour de France*, kunne jeg se mange likhetstrekk mellom det å være profesjonell sykkelrytter, og det å være hovedfagsstudent: Du jobber og strever til tider i bratte stigninger, mens måseilet bare er en idé som man ikke er sikker på om man noengang får se, men så *VIPS* – så er du i mål.

Etter å ha vunnet OL-gull i kombinert, ble min landselsfrende Fred Børre Lundberg spurt om hvem han ville takke. Svaret kom ubeskjedent: “Nei, det e no æ som har trønt før det her, så det e no æ som skal takkes”. Selv om jeg følger hans eksempel, og takker meg selv for å ha gjennomført prosjektet, er det også andre som fortjener en takk. Først og fremst må jeg takke min gode veileder, Stan Hawkins, for alltid inspirerende og konstruktive veiledninger. Dernest må jeg takke min bror, Øyvind, som har bidratt til Telenors overskudd gjennom å diskutere oppgaven med meg over telefon. Min mor, far og søster skal også takkes for støtte og korrekturlesning. Eventuelle trykkfeil må jeg imidlertid ta på min kappe. Jeg har også hatt god hjelp av venner og medstudenter. Takk til Johanne Hugo for forsiden. Til sist vil jeg takke min Hanne, som trofast og tålmodig har støttet og forsørget en fattig student

Innhold:

1	INNLEDNING	7
	1.1 Hvorfor U2?	7
	1.2 Mot en problemstilling	9
	<i>The Edge sitt karakteristiske gitarspill</i>	10
	<i>Bonos stemme og image</i>	11
	<i>90-tallskonsertene</i>	12
	<i>Lek med teknologi</i>	13
	<i>Problemstilling og avgrensning</i>	13
	1.3 Samfunnsengasjement	18
	<i>Samfunnsengasjement i rocken</i>	19
2	TEORI	23
	2.1 Analyse eller lesning?	23
	2.2 Koder og kompetanse	27
	<i>Stil</i>	34
	2.3 To betydningsnivå	38
	2.4 Søken etter mening	42
	<i>Intersubjektiv forståelse</i>	42
	<i>Lyttesituasjon</i>	43
	2.5 Lesning av audiovisuelle uttrykk	44
3	BAKGRUNN	49
	3.1 Stadionkonserten	50
	3.2 New wave og ungdommelig pågangsmot	52
	3.3 Interesse for USA	55
	3.4 Teknologi for alle penga	58
	3.5 Forward to basic	60
	3.6 Mediekultur og konsumkultur	64
4	LESNINGER	67
	4.1 Agenda	68
	4.2 Produsert virkelighet	75
	4.3 Informasjonskaos	82

4.4 Konsumerisme - det kalde samfunn?	90
4.5 Virkemidler	93
<i>Selv-refleksjon og satire?</i>	93
<i>Parodi</i>	94
<i>Ironi</i>	99
<i>Samfunnskritikk eller samfunnsengasjement?</i>	99
<i>Parallellisme og kontrapunkt</i>	101
5 OPPSUMMERING - SÅ LANGT...	103

Litteraturliste

Vedlegg: "Sammendrag"

1 Innledning

1.1 Hvorfor U2?

Takket være min eldre bror, ble jeg introdusert for U2 for alvor rundt 1991, da *Achtung Baby* kom ut. U2 var også et populært band i det lokale KFUM-miljøet som jeg tilhørte. Videre gikk det flere program på TV om bandet. Deriblant konsertopptak fra *Zoo TV*-turnèen (Sydney). U2 er et band jeg raskt identifiserte meg med musikalsk, men interessen knyttet seg også til deres samfunnsengasjement¹.

Det er ikke gitt at jeg opplever en låt på samme måte som min sidemann. Chris Kennett illustrerer dette gjennom et noe åpenbart, men likevel klargjørende eksempel (Kennett, 2003, s. 211 ff.). For at andre lettere skal forstå hvorfor forskeren opplever det foreliggende analyseobjekt som slik han gjør, bør forfatteren forsøke å gi tilkjenne hvilket utgangspunkt eller bakgrunn han har. Med dette mener jeg ikke at forskeren skal utlevere seg selv, men snarere hjelpe leseren til å kalibrere sine begreper i forhold til forskerens. Når jeg sier at Bono har en “ru” stemme, så vil ikke alle være enige i det. Det er det samme som å si at det er tungt å løfte fem kilo. En vektløfter vil ikke være enig i at det er tungt, men hvis jeg som forsker sier at han synes at fem kilo er tungt, så kan vektløfteren/leseren justere sin forståelse av begrepet *tungt*. I lys av dette bruker jeg derfor noen sider på å presentere min interesse for U2. Min oppfatning av bandet vil også delvis komme til syne i kapittel 3, hvor jeg tegner et bilde av utvalgte deler ved U2s historie.

1. Jeg vil komme tilbake til en definisjon av *samfunnsengasjement* og andre begrep som jeg bruker senere.

Hva er det ved U2s musikk som fenger meg? Jeg har gjennom oppveksten hatt et sterkt forhold til noen få artister. Hele veien har mitt forhold vært grunnlagt på at jeg kan identifisere meg med artisten. Men det er forskjellige sider ved den enkelte artist som fenger. Før jeg tar for meg U2 spesielt, vil jeg relativt kortfattet presentere mitt forhold til disse artistene, for å forsøke å illustrere hvordan jeg nærmer meg musikk på et privat plan. En “utlevering” av egen historie finner man også hos Ruud, som sier at “innenfor den forskningstradisjonen jeg befinner meg, er det imidlertid blitt vanligere å ta utgangspunkt i egne minner og refleksjoner – ikke minst fordi eget liv inneholder kimen til den forforståelse (...) man bruker til å fange inn andre menneskers liv med” (Ruud, 1997, s. 13). Selv om Ruud i sitt studium fokuserer på andre menneskers opplevelse av musikk, finner jeg sitatet relevant også for mitt arbeide. Ens eget liv inneholder kimen til den forforståelse som også brukes til å forstå et musikalsk uttrykk, og denne forforståelsen er med på å fargelegge lesningene. I likhet med Hawkins bruker jeg begrepet *lesninger*, som betegner “a move between focusing on the structures of music alone and the broader contexts within which the music is located” (Hawkins, 2002, s. 2). Jeg kommer tilbake til diskusjonene om forforståelse og lesninger til i kapittel 2.

Min første musikalske kjærlighet var til the Beatles. Deres plater har blitt spilt for meg helt siden jeg ble født. Det som først og fremst fenger meg med the Beatles, er fine melodier og enkelte akkordprogresjoner. Samtidig er “lyden av the Beatles” viktig. Dette har sannsynligvis med barndomsminner å gjøre. Utenom det rent musikalske har historien om fire unge gutter som starter band og blir populære, vært sentral i min beundring.

Videre dukket Michael Jackson opp med albumet *BAD* i 1987. Her er det ikke akkordprogresjoner og melodier som står sterkest. Derimot er det låtenes groove og Michael Jacksons sangstemme, sammen med fengende synthbasslinjer og produksjon, som jeg identifiserer meg med. Mitt forhold til Michael Jackson dreier seg for det meste om det musikalske, selv om jeg også liker hans videoer. Da jeg tidligere i hovedfagsstudiet vurderte å skrive om Jackson, ble det klart for meg at det var nettopp det musikalske som fanget min interesse mest. Jeg har ikke det samme forhold til Jacksons biografi, som til de andre artistene jeg her omtaler.

Til tross for at jeg fikk min første deLillos-kassett i 1985, var det ikke før på begynnelsen av 90-tallet at min interesse for bandet virkelig blomstret. Som ved mitt forhold til the Beatles, står melodier og enkelte akkordprogresjoner også her sentralt. I tillegg synger de på norsk, og Lars Lillo-Stenbergs måte å synge på i et lyst register, passer godt også til min stemme. DeLillos’ tilværelse på Oslo vest ligger kanskje langt fra min oppvekts i

bygdenorge. Deres suksess på 90-tallet førte imidlertid til at mange av mine skolekamerater, spesielt i videregående, også likte bandet, og deLillos ble på den måten et felles referanse for min omgangskrets.

Jeg har forsøkt å vise at det er forskjellige elementer ved den enkelte artist som fanger min interesse. Når det gjelder mitt forhold til U2, er det atter en gang nye sider som fenger. Her står hverken melodier, akkordprogresjoner eller groove i sentrum. Imidlertid er det lydbildet eller produksjonen, Bonos karakteristiske stemme og the Edges karakteristiske gitarspill som klart stikker seg ut ved deres musikk. Men mitt forhold til U2 er minst like mye basert på utenommusikalske faktorer. Dette skal jeg komme tilbake til senere.

1.2 Mot en problemstilling

Ovenfor påpekte jeg at det er forskjellige elementer ved den enkelte artist som fanger min interesse. Hos noen artister ligger min interesse nesten utelukkende i det “musikalske”, mens hos andre er det like mye de “ekstramusikalske” faktorene som vekker interesse. Ekstramusikalske faktorer kan være image, musikkvideo, teknologiske produkter², dans, sosiokulturelle sammenhenger etc. Begrepet *ekstramusikalsk* understreker det uløselige mellom disse faktorene og *den klingende* musikken. I dette ligger det også en tanke om at det ikke finnes noe “musikken i seg selv”, og at image kan være et like viktig element i musikken som harmoniske elementer. *Ekstramusikalsk* er et begrep som er brukt av i en rekke populærmusikalske studier (Keil og Feld (1994), Brackett (2000), Tagg (2000), Moore (2001)), og som jeg bruker gjennom hele oppgaven.

Da U2 utkrystalliserte seg som gjenstand for min hovedoppgave, ble det viktig å klargjøre for meg selv hva det er ved U2 som gjør at de er interessante. Jeg vil i de påfølgende sider gjøre rede for hva det er ved U2 som interesserer meg. Videre vil denne gjennomgangen lede frem mot en problemstilling. Jeg bygger ikke min problemstilling direkte på ren lidenskap for U2, men for å kunne jobbe med et prosjekt over lang tid, er det positivt med en sterk interesse for feltet. Denne interessen trenger imidlertid ikke å være av lidenskapelig eller beundrende art.

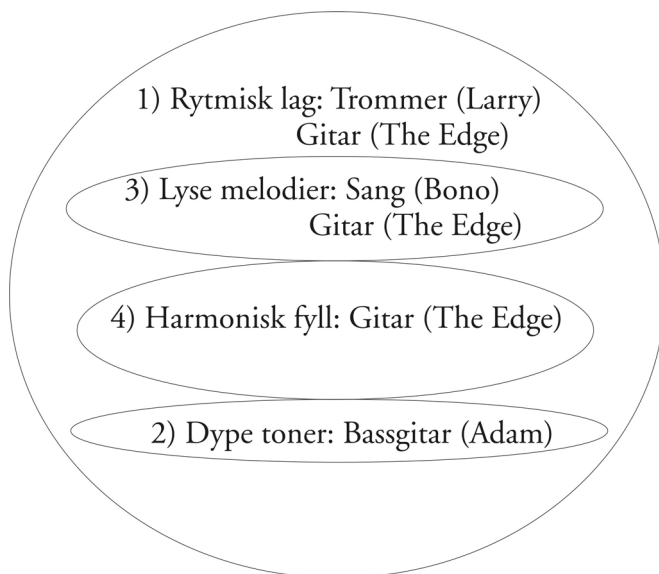
Hvis jeg tenker på hva som interesserer meg ved U2, dukker det umiddelbart opp en rekke faktorer. Deres lange karriere, med flere tydelige stilendringer, gjør også sitt til at det er forskjellige faktorer ved de forskjellige epokene som fanger min interesse. Likevel er det noen faktorer som stikker seg ut uavhengig av tid. I tilfeldig rekkefølge vil jeg gå gjennom disse.

2. Her tenker jeg på synther, gitareffekter, datamaskiner osv.

Underveis i denne gjennomgangen bruker jeg delvis et svært subjektivt språk. Dette kommer av at jeg ønsker å presentere for leseren *min* interesse for U2. I kapittel 3 kommer jeg tilbake til en biografisk gjennomgang, hvor jeg legger min lidenskap mer til side.

THE EDGE SITT KARAKTERISTISKE GITARSPILL

“Even his mother calls him – the Edge” (Bono fra *U2 Go Home*). For meg er The Edge først og fremst en fremragende gitarist for U2. Hans begavelse kommer ikke frem gjennom raske løp og slepen teknikk, men gjennom å hele tiden være sentral i U2s lydbilde. The Edge er kjent for sin karakteristiske måte å spille gitar på. Han har endret seg i takt med U2, men likevel aner jeg fellesnevnerne for måten han spiller på. Dette tror jeg bygger på hans rolle i bandet. Allan Moore bruker en modell hvor han deler de lydkilder en låt består av inni fire lag: Først har man et *rytmisk lag*, som består av rent rytmiske elementer i musikken uavhengig av tonehøyde. Det andre lag består av *dype toner*. Dette laget utfylles oftest av bassgitareren. Lag tre består av *lyse melodier*, ofte gjennomført av en stemme og/eller instrumenter. Det siste laget skal fylle ut gapet mellom lag to og lag tre. Moore kaller dette laget for *harmonisk fyll* (Moore, 2001, s. 33).



Figur 1: Klassisk rollefordeling i U2

The Edge har en vesentlig rolle i tre av disse fire lagene. Som eneste instrument med mulighet til å spille akkorder, er det naturlig at gitaren utfyller denne rollen. Videre har han

som eneste instrument i diskantregisteret en viktig rolle i å fylle ut de lyse melodiene sammen med Bonos stemme. Til sist har han, kanskje spesielt på 80-tallet, en viktig funksjon også som rytmisk instrument. På låter som i 'Where the streets have no name' (heretter kalt 'Streets') ligger det lag på lag med gitarspor, der enkelte har en rent rytmisk funksjon ved at the Edge skraper 16.-deler over dempede strenger. Disse lagene med gitarer veves inn i hverandre, og høres ut tilsammen ut som ett instrument. Denne fremstillingen av rollefordelingen i U2 er satt på spissen, og gjelder kanskje først og fremst 80-tallet. På 90-tallet bruker de i mye større grad synther, og the Edge legger gjerne flere gitarspor som ikke veves inn i hverandre på samme måte som på 'Streets'. På 90-tallskonsertene er det også i stor grad brukt clicktracks³, slik at the Edge ikke må utfylle alle rollene i like stor grad. Likevel synes jeg denne fremstillingen viser the Edges posisjon i bandet.

Et annet interessant og nærmest mytisk aspekt ved the Edges gitarspill er bruk av effekter. På 80-tallet var det delayeffekter som karakteriserte hans gitarspill. På 90-tallet brukte han store rack med forskjellige effekter, og hadde til og med et eget rom under scenen hvor en person styrte de effektene som til en hver tid skulle brukes. På U2s siste album brukte the Edge en distortionboks fra selskapet Line-6. Denne kan bare lagre fire brukerinnstillinger, slik at the Edge endte opp med å kjøpe 11 bokser, for å få lagret alle innstillingene han brukte. Til deres siste turne har Line-6 spesiallaget en rackmonterbar versjon av boksen, med innskriften "Custom built for the Edge". Dette sier noe om U2s størrelse som rockeband, men det sier også noe om the Edges fascinasjon for gitarlyden.

BONOS STEMME OG IMAGE

Paul Hewson, bedre kjent som Bono, kan sannsynligvis karakteriseres som en av de mest fremtredende figurer i rockehistorien. Kanskje ligger store deler av nøkkelen til U2s suksess nettopp hos Bono. Han har en svært karakteristisk stemme, uavhengig av hvilket leie han synger i. Men Bono fremstår som mye mer enn vokalist i et band. Han har en sterk utstråling, som kommer frem gjennom å posere på scenen. Dette har vært hans varemerke helt fra starten.

Under *Zoo TV* begynte Bono å ikle seg andre skikkelser. Mest kjent av disse er *The Fly*. En lær- og solbrillekledd skikkelse som i enda større grad enn Bono selv elsker å posere foran kamera. *The Fly* er på mange måter stereotypien på en økonomisk velstående og suksessfull

3. Et *clicktrack* sendes gjerne til trommisens (eller fleres)monitor, slik at bandet holder samme tempo som de forhåndsprogramerte bakgrunnssporene.

rockestjerne. En annen skikkelse er *Mr. MacPhisto*. Han er likblek i ansiktet, har svart øyenskygge, røde djvelhorn, glinsende guldress, og høye gullkleddede sko. En tredje skikkelse, som ikke er med i Sydneykonserten⁴, er *The Mirrorball Man*, som er en tv-evangelist, kledd i en glinsende sølvdress. *Zoo TV* er til nå den eneste turneen hvor Bono ikler seg andre skikkelser. Hans image har imidlertid endret seg i takt med musikken gjennom deres over 25 år lange karriere.

90-TALLSKONSERTENE

Det var på 90-tallet min interesse for U2 for alvor ble vekket. Først gjennom utgivelsen av *Achtung Baby*, som var noe nytt og spennende - Ulikt tidligere U2-utgivelser, og ulikt det meste annet jeg hadde hørt. I kjølvannet av albumet, ble konserten *Zoo TV* og tv-showet med samme navn vist på NRK. Nå har jeg, som sagt, hatt et sterkt forhold til noen få artister, og i så måte kanskje har gått glipp av andre store stadionkonserter. *Zoo TV*-konserten traff meg imidlertid på de fleste områder, både rent musikalsk, men ikke minst gjennom budskap, form og image.

Det er også gjennom 90-tallskonsertene at jeg opplever at U2 tydeligst uttrykker sitt samfunnsengasjement. Tidligere kom dette til uttrykk gjennom låter, enkle symboler og Bonos "alvorsprekener". I 90-tallskonsertene kan man kanskje si at samfunnsengasjementet kommer tydeligst frem gjennom tv-skjermene på scenen. *Zoo TV* og *Popmart* står for meg som noe av det mest spennende som er laget av stadionkonserter. Jeg har imidlertid eksempel på konserter som har gitt meg en større *musikalsk* opplevelse. Paul McCartneys konsert på Valle Hovin i 2004 er et slikt eksempel. Her opplevde jeg at han serverte 35 låter, hvor jeg har et hjerteforhold til 33 av disse. I tillegg hadde den aldrende rockeren med seg et ungt og virilt band, som fremførte låtene tilnærmet likt albumversjonene.⁵ Også i denne konserten var det brukt store videoskjermer, men disse fungerte kun som "kikkert" for publikum som stod langt unna scenen. Sett i lys av Paul McCartney-konserten tror jeg at det er helheten; lek med ny identitet, meldinger gjennom tv-skjermer og lek med ny teknologi gjennom musikken, som gjør at U2s 90-tallskonserter stikker seg ut.

4. The Mirrorball Man kan bl.a sees i tv-showet *Zoo TV*.

5. Hvis man hadde sammenlignet konsertversjonene med original-innspillingene, ville man hørt store forskjeller spesielt på grunn av *produksjonen*. Da man ga ut en remikset versjon av ABBA-låter til milleniumsskiftet, opplevde jeg det samme: Den nye versjonen hørtes ut som originalversjonen, men hvis man sammenlignet de to versjonene, hørte man klare forskjeller. Dette er et praktisk eksempel på at vårt bilde av historien, og "historien selv" ikke er totalt sammenfallende.

LEK MED TEKNOLOGI

90-tallet står for meg som U2s lek med ny teknologi og nye genre. Det første vi hørte av U2 på 90-tallet var 'Zoo Stations' industri-inspirerte intro, the Edges kraftig prosesserte gitar, og Bonos forvridde stemme. I forhold til dagens måte å produsere musikk, var *Achtung Baby* forholdsvis tradisjonell. Harddisk-recording hadde ikke gjort sitt inntog, og mikseprosessen ble gjennomført uten automatiserte mikser⁶ (Tingen, 1994). Det er først og fremst lyden av *Achtung Baby* som høres teknologisk ut.

Albumet *Zooropa* bærer også preg av lek med produksjonsteknikker. Flere av låtene er basert på opptak gjort under lydsjekker på *Zoo TV*-turneen. Før bandet jobbet videre med materialet, fikk tekniker Robbie Adams i oppgave å lage loops av interessant materiale. Her brukte Adams en Akai S1100-sampler og en Macintosh med *Vision*⁷-software (ibid.).

Et lekent forhold til teknologiske nyvinninger kommer også frem gjennom *Zoo TV* og *Popmart*. Teknologien er ikke bare med på å prege det klingende lydbilde, men også konsertenes visuelle uttrykk. På *Zoo TV* møtes tilskuerne av en mengde tv-skjermer, hvor teknologien gjør det mulig å hente inn live tv-sendinger fra hele verden. Når man har filmet rockekonsserter, har kameraene ofte vært brukt til å "dokumentere" konserten. Under *Zoo TV* bruker Bono tv-kameraene som en aktiv deltager i konserten, og danser, flørter og har sex med tv-kameraet.

PROBLEMSTILLING OG AVGRENSNING

Denne gjennomgangen av hva som interesserer meg, og hva som i mindre grad interesserer meg ved U2, er klargjørende for hvordan jeg ønsker å angripe en lesning av konsertene *Zoo TV* og *Popmart*. Med denne oppgaven ønsker jeg å sette fokus på U2s turnéer fra 1990-tallet, *Zoo TV* og *Popmart*. Som jeg har forsøkt å forklare ovenfor, er det en blanding av musikk, image/identitet, scenografiske virkemidler og tekster knyttet til begrepet *samfunnsengasjement* som interesserer meg ved disse konsertene. Min hypotese er at flere elementer i konsertene er med på å uttrykke U2s samfunnsengasjement. En hovedproblemstilling kan i lys av dette formuleres slik: Hvordan kan U2-turnéene *Zoo TV* og *Popmart* sees som et uttrykk for deres samfunnsengasjement? I den videre diskusjonen vil

6. Til forskjell fra dagens databaserte produksjonsteknologi, hvor alle parameterendringer blir lagret og avspilt på samme måte, må man ved en manuell miks endre alle ønskede parametre i sanntid.
7. *Vision* er en software som har gått ut av produksjon. I en debatt om produksjonsteknikker, er det interessant å trekke fram det faktum at softwarebaserte produksjoner sannsynligvis vil være umulig å spille av om relativt få år. Vi kan fortsatt ta fram multisporstaper av the Beatles og mikse dem på nytt. Ti år gamle *Vision*-produksjoner er imidlertid fortapte i så måte.

jeg forsøke å definere noen underproblemstillinger og delmål, som kan være med på å konkretisere hovedproblemstillingen.

Det synes åpenbart at man kan lese bruken av scenografiske virkemiddel og lek med image og identitet som et uttrykk for et samfunnsengasjement. Mine lesninger vil forsøke å innlemme både musikalske såvel som ekstramusikalske elementer knyttet til konsertene. Det vil imidlertid være et delmål å undersøke i hvilken grad *musikken* kan sies å være et uttrykk for det samme samfunnsengasjement som det man finner blant de ekstramusikalske elementene. Hvilket forhold er det mellom musikalske og ekstramusikalske elementer i *Zoo TV* og *Popmart*? Det er ikke uproblematisk å bruke begrepet *musikk* i en sammenheng der man ønsker å skille mellom det *musikalske* og det *ekstramusikalske*, fordi det er vanskelig å definere rammene for det *musikalske*. Flere studier på populærmusikk har diskutert denne problemstillingen (Middelton 1990, Keil og Feld 1994, Brackett 2000, Hawkins 2002). Hawkins bruker begrepet *tekst*, og understreker at “popteksten er mer enn bare låten” (Hawkins, 2002, s. 7) – popteksten rommer med andre ord låt, image, sangtekst, video, historiske sammenhenger osv. Jeg forstår *teksten* som summen av *musikalske* og *ekstramusikalske* faktorer. Min bruk av to begreper uttrykker imidlertid ikke noen gradering av faktorene. Det *musikalske* kan veldig forenklet sies å omhandle *det klingende* – det som øret oppfatter. En gitar kan være en musikalsk faktor ut fra lyden som gitaren produserer. Gitaren kan også være en ekstramusikalsk faktor, gjennom å være en del av gitaristens visuelle image. Dette gjelder like mye for gitarister som Vidar Busk, med sin tradisjonelle men veldig slitte Fender Stratocaster, som det gjelder for Prince som gjerne bruker spesialdesignede gitarer. Det er imidlertid viktig å understreke at jeg ikke ser *det musikalske* som noe viktigere eller på noen måte løsrevet fra *ekstramusikalske* elementer.

Selv om jeg ønsker å se på sammenhengen mellom musikalske og ekstramusikalske elementer, tror jeg ikke at *Zoo TV* og *Popmart* kan sammenlignes med rockoperaer og musikal hvor musikk, tekst, kostymer og skuespill er med på å fortelle én (gjern lineær) historie. Her er jeg på linje med Fast: “Although I have tried to argue for a strong music/context congruity in U2, I do not wish to suggest that it is completely static” (Fast, 2000, s. 50). Jeg har heller ikke som mål å lese hvert eneste musikalske uttrykk i lys av begrepet *samfunnsengasjement*. Finnes det en sammenheng mellom musikalske og ekstramusikalske elementer, eller er de scenografiske virkemidler, image etc. kun staffasje for musikken? Eller er musikken staffasje for de ekstramusikalske faktorene?

Det er allerede skrevet flere tekster om U2 innenfor musikkvitenskapen, og spesielt *Zoo TV* er berørt i flere av disse (Opsahl 1994, Fast 2000, Moore 2001 og Holm 2003). Dette

utgangspunktet er både interessant, men åpner også for mulige problemer. Interessant er det fordi jeg har mulighet til å diskutere med tidligere tekster, mens forhåpningen og målet om at mitt arbeid skal bringe noe nytt, gjør at jeg må distansere meg fra de tidligere tekster. Denne distanseringen vil ikke nødvendigvis gi seg uttrykk i meningsforskjeller, men snarere i innfallsvinkel til stoffet. Dette kan illustreres med følgende – åpenbare – bilde. Hvis man belyser et objekt fra en vinkel, vil objektet kaste skygge på motsatt side. Bare gjennom å belyse objektet fra flere sider kan man redusere, men ikke *fjerne*, skyggene. Således vil en belysning fra en ny vinkel alltid føre noe nytt med seg, selv om man etterhvert snakker om marginale forskjeller. Forskning på et ubeferdet område har den fordel at man ikke må ta hensyn til tidligere tekster, men man står samtidig i fare for å favne for bredt. Gjennom å måtte ta hensyn til tidligere teksters innfallsvinkel, er det kanskje lettere å avgrense seg. Blant de tidligere tekstene om U2, gjør et stort flertall i større eller mindre grad en kobling mellom bandet og deres samfunnsengasjement, men det er ingen av tekstene som har denne koblingen som hovedfokus. Fast (2000) diskuterer blant annet mening i forhold til låten ‘Zoo Station’, og trekker i den sammenheng frem *Zoo TV*-konserten. Selv om hennes lesninger av *Zoo TV* til tider samsvarer med mine, diskuterer Fast i mindre grad hvordan *Zoo TV* kan være et uttrykk for U2s samfunnsengasjement. Der *Zoo TV* er bredt beskrevet i tidligere tekster, er *Popmart* bare såvidt berørt. Jeg tror noe av årsaken til dette ligger i at man kanskje ser på *Popmart* som en oppfølger, eller kopi av *Zoo TV*, og derfor ikke så interessant som “originalen”. *Zoo TV* er gjerne belyst ut fra de foregående turnéer. Snart ti år etter *Popmart* har jeg mulighet til å se konsertene i lys av turnéen *Elevation* (2001), og deres siste album *How to dismantle an atomic bomb* (2004). Gjennom å jobbe med både *Zoo TV* og *Popmart*, har jeg også mulighet til å gjøre komparative lesninger mellom konsertene.

Som gjenstand for mine lesninger vil jeg bruke konsertopptak av *Zoo TV* gjort i Sydney, konsertopptak av *Popmart* fra Mexico City, samt det direkte sendte tv-programmet *Zoo TV*. Dette innebærer at jeg ikke leser *Zoo TV* og *Popmart* slik de fremstår for en publikumer som er tilstede på konserten. Jeg fokuserer heller ikke på hvordan konsertvideoene er produsert, til tross for at produksjonen har en åpenbar innvirkning på hvordan jeg opplever konserten gjennom valg av kameravinkler, klippehastighet osv. Lesningene jeg gjør forsøker heller å fokusere på hvordan jeg opplever det som skjer på scenen – som tv-seer – som et uttrykk for bandets samfunnsengasjement. Gjennom denne oppgaven jobber jeg med et populærmusikalsk materiale⁸. Mine lesninger skiller seg kanskje litt fra “mengden” av populærmusikalske studier, i det at lesningene tar utgangspunkt i opptak av konserter. Koblingen mellom det *auditive* og det *visuelle* er studert i en rekke tidligere studier, men

mesteparten av disse tar utgangspunkt i musikkvideoer og ikke konserter. I tillegg til selve lesningen av *Zoo TV* og *Popmart*, er det et delmål å diskutere begrep og metoder rundt lesninger, analyser og fortolkninger av populærmusikk generelt og audiovisuelle uttrykk spesielt. De metoder og den teoretiske forankring som ligger bak lesningene vil derfor bli gitt forholdsvis stor plass i oppgaven, og blir behandlet i kapittel 2. Her vil jeg også gjøre rede for begrepet *lesning*, som allerede er brukt flere ganger i denne teksten.

Konsertfilmene *Zoo TV* og *Popmart* utgjør tilsammen et omfattende materiale på omtrent fire timer, og dette materialet må avgrenses for å få plass innenfor de gitte rammer for oppgaven. Jeg ser to hensiktsmessige måter å avgrense materialet. Man kan velge et utvalg av låter i fra hver konsert, og gjøre en lesning av disse. Dette åpner for komparative lesninger, gjennom å velge låter som spilles i begge konsertene. Det åpner også for å gå i dybden på enkelte deler (f.eks. starten eller slutten) av konsertene. En annen måte å avgrense stoffet på, er å ta utgangspunkt i noen tema knyttet til konserten. Hvis man sier at *Zoo TV* er en kritikk eller kommentar til mediekulturen, kan slike tema være “informasjonskaos” og ”TV som produsert virkelighet”. Tilsvarende vil man finne lignende undertema for *Popmart*. Jeg har valgt sistnevnte måte. Denne kan kritiseres for at man gjennom utvalget av tema kan overse andre tema som er viktige i konserten. Dette er imidlertid også tilfelle hvis man velger å holde seg til et utvalg av låter. Ved å avgrense materialet i forhold til tema, kan jeg potensielt bruke alle låtene i begge konsertene i lesningene. Jeg ønsker å gjøre en *dekkende* lesning av de temaene jeg har valgt, heller enn en “uttømmende” lesning.⁹ Dette innebærer at jeg ikke vil si noe om *alle* elementer som for eksempel uttrykker en kommentar til “informasjonskaos”. I praksis vil dette si at jeg på langt nær bruker alle låtene i konserten i mine lesninger. De temaene jeg har valgt, er gjort på bakgrunn av en rekke gjennomsyn av konsertene forut for de “konsentrerte” lesningene. Selv om disse gjennomsynene er gjort mer eller mindre ubevisst, har de gitt meg en bakgrunn for å velge tema som jeg finner sentrale i konsertene.

Forskning på populærmusikk har foregått i grovt sagt 30 år, og dets historie er forsøkt oppsummert helt eller delvis i flere tekster, hvor enkelte gjør rede for forholdet mellom

8. I denne oppgaven brukes en rekke begrep som allerede er grundig diskutert i faglitteraturen. Begrepet *populærmusikk* kan ha flere betydninger (Middelton 1990, Blokhus og Molde 1996, Moore 2001, Hawkins 2002). Jeg vil gjennom oppgaven forsøke å klargjøre hvordan jeg tolker de begrep som er flertydige. Tidvis brukes imidlertid flertydige begrep hvor definisjonen har mindre å si for forståelsen av den pågående diskusjon. I slike tilfeller velger jeg å henvise til fagtekster som diskuterer begrepet, uten å gå inn i diskusjonen.

9. Man kan diskutere om det i det hele tatt er mulig å gjøre en uttømmende lesning av et gitt materiale. Dette vil bli diskutert senere i oppgaven

populærmusikalske studier og “tradisjonell” musikkvitenskap (Middelton (1990 og 2000) og Moore (2001)). Flere av tekstene som oppsummerer populærmusikk-forskningens historie, viser til at populærmusikalske studier etter hvert forsøkte å distansere seg fra tradisjonelle musikkvitenskapelige metoder, som blant annet har en tendens til å bruke en uhensiktsmessig og ladet terminologi og fokusere på parametre i musikken som lett lar seg notere. Dermed blir elementer som klangfarge, rytmiske detaljer og nyanser i tonehøyde oversett (Middelton, 2000, s. 4). Når disse metodene samtidig knyttes til forskning på kunstmusikk, dannes det lett et bilde av populærmusikkstudier i opposisjon til kunstmusikkstudier. Hvorvidt dette bildet stemmer eller ei, skal jeg ikke diskutere videre i denne omgang. Det er viktigere å påpeke at musikkvitenskapen har utviklet seg i løpet av de siste 30 årene. Tidsskriftet *Studia Musicologica Norvegica* representerer et relativt bredt spekter av musikkvitenskapelige retninger. Nåværende redaktør Stan Hawkins påpeker at “om forfatterne som er representert i denne utgaven har noe til felles, så er det bevisstheten om at uansett hva slags nytt analytisk verktøy eller historisk perspektiv som brukes, så finnes det ikke et endelig svar. Alle bidragsytere i dette nummeret beskjefter seg på en eller annen måte med meningsbegrepet innen musikkvitenskapen” (Hawkins, 2004, s. 3).

David Hesmondhalgh og Keith Negus tegner et bilde at populærmusikkforskningens historie, og mener at dagens forskning på populærmusikk kan deles inn i fire grupper, hvor fokuset ligger på *musikalsk mening*, *populærmusikkens publikum*, *musikkindustri/produksjon* og til sist viser de til en økende interesse for *tid og sted* knyttet til populærmusikk (Hesmondhalgh og Negus, 2002, s. 7 f.). Hvis jeg skal adoptere denne inndelingen av fagfeltet, fokuserer denne oppgaven på musikalsk mening og musikkindustri/produksjon. Disse temaene er allerede diskutert bredt i mange fagtekster, som jeg vil komme tilbake til i kapittel 2. Spørsmålet blir hvordan jeg kan bidra til de eksisterende diskusjonene. Det ligger i forskningens natur at man diskuterer med tidligere tekster. I min oppgave er ikke disse diskusjonene nødvendigvis et uttrykk for at jeg er sterkt uenig med de tekstene som diskuteres. I mange tilfeller er jeg relativt enig med tekstene. De diskusjoner som tas opp i kapittel 2 har flere funksjoner. For det første søker de å spisse det gitte tema spesielt med tanke på denne oppgaven. Dernest søker de å være klargjørende og/eller skape ny forståelse i forhold til det gitte tema. Etter å ha lest flere forfatteres bidrag til det samme tema, opplever jeg at tekstene i ulik grad virker oppklarende på meg. Dette kommer blant annet av individuell smak. Personlig liker jeg grafiske fremstillinger, som i samarbeid med den løpende tekst evner å forklare et tema på relativt liten plass. Jeg opplever at jeg lett klarer å “huske” hvordan en grafisk fremstilling ser ut, og på bakgrunn av denne gjengi en

diskusjon.¹⁰ Hvis en diskusjon kun er opplevd gjennom løpende tekst, finner jeg det vanskeligere å gjenngi større deler av diskusjonen. Mitt bidrag til de eksisterende diskusjoner søker derfor å klargjøre og/eller skape ny forståelse gjennom en kombinasjon av løpende tekst og grafiske fremstillinger.

Mine lesninger er presentert i kapittel 4. I samsvar med problemstillingen fokuserer jeg på noen elementer der jeg mener at samfunnsengasjementet kommer frem. Jeg har valgt å ikke lage et fysisk skille mellom lesningene av *Zoo TV* og *Popmart*, da jeg mener dette åpner for lettere å gjøre komparative lesninger. Noen av elementene jeg fokuserer på angår begge konsertene like mye, mens andre steder gjelder det mest den ene konserten. I intervjuer har det kommet frem at U2 ser på *Zoo TV* som en kritikk eller kommentar til *mediekultur*, mens *Popmart* er en kritikk eller kommentar til *konsumkultur* (Uncut volume 1, issue 5). Dette er omfattende tema, og min intensjon er ikke å opposisjonere mot disse “hovedtemaene”. Jeg har valgt å dele hovedtemaene konsumkultur og mediekultur inn i noen undertema, som kan hjelpe til å konkretisere *hva* jeg opplever at U2 sier med konsertene. Lesningene vil videre fokusere på hvordan disse undertemaene blir kommentert både gjennom konkrete virkemiddel som tv-skjermer, kostymer, musikalske hendelser etc, men også gjennom mindre håndfaste virkemiddel som ironi, parodi etc.

1.3 Samfunnsengasjement

Samfunnsengasjement er et begrep som kan forstås på flere måter, og siden det er gjennomgående brukt i denne oppgaven, vil jeg i det følgende forsøke å definere hvordan jeg tolker begrepet i forhold til U2, for så å sette det i en historisk sammenheng. Ifølge fremmedordboken er engasjement synonymt med *iver*, *opptatthet* og *sterk interesse* (ordnett.no¹¹). Hvis man definerer samfunnsengasjement som “en sterk interesse for samfunnet”, vil den favne de fleste på et eller annet område. U2 har vært omtalt som bandet som har svaret på alle store spørsmål. I dette ligger det at de har uttalt seg i saker av nasjonal og global karakter. Dette kan forstås som en motsetning til bluesens fokus på enkeltskjebner. U2 fokuserer også til tider på enkeltskjebner, men som oftest gjelder dette offentlige personer som Martin Luther King Jr. og Biskop Tutu, igjen til forskjell fra bluesen.

10. Dette avhenger selvsagt av at de grafiske fremstillingene bærer en viss grad av kvalitet. En grafisk fremstilling som virker uforståelig, skaper gjerne større forvirring enn hjelp. For teorier rundt grafiske fremstillinger viser jeg til Edward R. Tufes *The visual display of quantitative information* (1983) og *Envisioning information* (1990)

11. Alle mine henvisninger til ordbøker er hentet fra kunnskapsforlagets blå ordbøker på nett, www.ordnett.no.

Samfunnsengasjement kan lett forstås i sammenheng med politikk. Temaene i *Zoo TV* og *Popmart* kan også lett knyttes til partipolitikk og hvordan styresmaktene forholder seg til og regulerer mediekultur og konsumkultur. Disse kulturene knytter seg imidlertid også til den enkeltes hverdag. Undersøkelser viser også at man ikke nødvendigvis setter likhetstegn mellom samfunnsengasjement og politikk. “Flere av skoleelevene vi snakket med, la ulikt meningsinnhold i begrepene *politikk* og *samfunnsspørsmål*. Politikk assosierte de med diskusjoner og uenighet mellom politikere, mens samfunnsspørsmål handlet om offentlige saker de selv var opptatt av i eget hverdagsliv” (Ødegård, 2003, s. 90). Med sin deltagelse på konserter som *Live Aid* og *Live 8* uttrykker U2 et tydelig politisk standpunkt med fokus på globale spørsmål. *Zoo TV* og *Popmart* befatter seg imidlertid med spørsmål som i større grad kan sies å påvirke det vestlige menneskets hverdagsliv. Gjennom mine lesninger av disse konsertene ønsker jeg å vektlegge et samfunnsengasjement som er knyttet til ens hverdagsliv, fremfor et samfunnsengasjement som er knyttet til politikk. Man kan argumentere for at individets hverdagsliv også er politiske spørsmål, men i denne oppgaven tenker jeg meg et liknende skille som kommer til uttrykk i sitatet ovenfor.

SAMFUNNSENGASJEMENT I ROCKEN

U2 er verken alene eller først ute som samfunnsengasjerte rockemusikere. Vel vitende om at dette er et tema som omfatter svært mange musikere, vil jeg i det følgende tegne et bilde av hvordan samfunnskritikken kommer til uttrykk hos et utvalg artister. Med visebølgen på 60-tallet fikk vi en mengde artister som tok politisk standpunkt, og viste dette gjennom sine såkalte protestsanger. Peter Seeger var tidlig ute med ‘Where have all the flowers gone’. Fra vise- og folk-bølgen kom også Bob Dylan, som også har mange politisk ladete tekster. Til tross for hard kritikk fra vise-miljøet byttet Dylan ut kassegitaren med el-gitarer, og nærmet seg rocken i uttrykk. Det er imidlertid ikke gitt at en låt blir forstått slik artisten opprinnelig hadde tenkt. Bruce Springsteens ‘Born in the USA’ er et slikt eksempel.

‘Born in the USA’ is, lyrically, clearly a protest song. It is about growing up working class, being shipped off to fight in Vietnam and coming back to nothing. (...) Formally, though, the song is organized around a chorus line – “Born in the USA!”, a musical phrase which is, in rock convention (its texture, its rhythmic relentlessness, its lift), not bitter but triumphant.

Frith, 2002, s. 165

Friths eksempel viser hvordan teksten kan uttrykke én ting (en kommentar til den amerikanske arbeiderklassen), mens andre elementer (tekstlinje i refreng, klang, stødig rytme og løft) får lytteren til å forstå låten som en hyllest, snarere enn en kritikk, av USA. Frith

påpeker også at albumcoveret til *Born in the USA* kan forstås som en hyllest til USA, gjennom bruk av det amerikanske flagg (ibid. s. 166). I dette tilfellet førte nylesningen av låten til at republikanerne ville bruke 'Born in the USA' i sin valgkamp i 1984 (ibid.). Dette eksempelet illustrerer også hvordan andre elementer enn sangtekst er med på å påvirke forståelsen av en låt. Det sier kanskje også noe om fokuseringen på refreng fremfor vers i populærmusikalske låter.

Hip-Hopen har også vært en aktør som samfunnskritisk musikk. I likhet med bluesen er det ofte personlige opplevelser som omtales, men man finner også hip-hop med mer samfunnsorienterte tekster. I Norge har fremveksten av norsk rap ført til nytt fokus på samfunnskritiske tekster. Gatas Parlament er blant de tydeligste på dette området, og senest høsten 2004 gikk flere amerikanske artister sammen i kampanjen "Vote for change", hvor målet var at George W. Bush ikke skulle bli gjenvalgt som president.

U2 har gjennom hele sin karriere hatt et tydelig samfunnsengasjement. I platecoverne oppfordrer de kjøperen til å melde seg inn i, og støtte organisasjoner som Greenpeace, Amnesty International, War Child m.fl. (se coveret til *Achtung Baby* og *All that you can't leave behind*). I tillegg finner vi oppfordringer om å skrive til presidenten i Sierra Leone og spørre om at de som har gjort seg skyldige i voldtekter og krigsforbrytelser blir holdt ansvarlig (*All that you can't leave behind*). Etter denne oppfordringen er adressen til presidenten trykket. Deres samfunnsengasjement favner vidt, fra konflikter i hjemlandet Irland, hyllest til Martin Luther King, "slett u-landsgjelden", våpensalg, konflikter i andre land til kritikk av mediasamfunn og konsumerisme og mye mer. Bono har vært en frontfigur også i denne delen av U2, noe som har ført ham i kontakt med bl.a amerikanske presidenter og paven. 1990-tallet har på en måte en særstilling i forhold til U2s samfunnsengasjement, da *Zoo TV* og *Popmart* fokuserer på tema som kan sies å være av mer personlig art enn både foregående og påfølgende turnéer. Dette kommer jeg mer tilbake til i kapittel 4.

U2 er ikke blant de mest ekstreme samfunnskritiske artistene, men kanskje er det nettopp derfor de har suksess som "samfunnskritisk band". Dersom man ytrer ekstreme holdninger, vil gjerne motstanderne trekke seg unna, uten å vurdere budskapet man kommer med. Mindre ekstreme ytringer, vil imidlertid kritiseres for å være for generelle. Et eksempel på en slik type ytring er "Feed the world" fra Band Aids 'Do they know it's christmas'. Det er ikke vanskelig å være enig i en slik uttalelse.

Etter terrorangrepene i USA 11. september fikk man en liten bølge av veldedighetskonserter. Tsunami-katastrofen i desember 2004 førte til en rekke innspillinger av typen "forente artister". I Norge gikk artister sammen om låten 'Venn'. Sommeren 2005 ble det

satt opp en ny versjon av *Live aid*. *Live 8* er en samproduksjon mellom en rekke land. Fokuset er flyttet fra å samle inn penger gjennom veldedighet, til å påvirke lederne for G8-landene til å “gjøre fattigdom til historie” gjennom en underskriftskampanje på internett (www.live8live.com). Bob Geldof stod bak *Live 8* på samme måte som han stod bak *Live Aid*. I Norge samlet Nelson Mandela kjente artister til en konsert i Tromsø til støtte for kampen mot hiv/aids. Tyve år etter forrige bølge med veldedighetskonserter opplever man at artister på nytt samler seg rundt spørsmål av internasjonal karakter.

Med dette avrunder jeg gjennomgangen av *min* interesse for U2. I kapittel 2 vil det komme frem at min livserfaring, og her medregnet min interesse for U2, ligger som en bakgrunn og påvirker mine lesninger. Denne gjennomgangen er derfor tatt med, ut fra en tanke om at leseren skal kunne “kalibrere” sin forståelse av det jeg skriver.

2 Teori

I tilknytning til studier på populærmusikk har forskere diskutert begrep som beskriver eller forklarer prosessen rundt studiene. I denne delen av oppgaven vil jeg diskutere en del av disse begrepene, for å vise hvordan man kan tenke seg at studiet foregår på et teoretisk plan. Forskere har brukt forskjellige begrep der de omtaler omtrent samme sak. Jeg aner også nære bånd mellom forskjellige områder som f.eks. *stil*, *koder/kompetanse* og *konnotasjon/denotasjon*. Jeg vil i denne sammenheng forsøke å klargjøre hvordan forskere bruker begrep forskjellig, samt diskutere hvordan de såkalte områdene står i sammenheng med hverandre, og danner en teori rundt studier av populærmusikk. Disse områdene befatter seg mest med teoretiske tanker rundt studiet. De mer praktiske metodene knyttet til mitt studium av U2 vil også bli beskrevet i dette kapittelet. Denne gjennomgangen vil plassere mitt arbeid i en populærmusikkvitenskapelig tradisjon, og samtidig distansere meg fra andre retninger innen fagfeltet.

2.1 Analyse eller lesning?

I det følgende ønsker jeg å avklare et par begrep knyttet til studiet av populærmusikk. I flere populærmusikalske studier brukes begrepet *lesning* istedenfor *analyse*. Vi finner dette f.eks i tittelen på Middeltons *Reading Pop* (2000). Samtidig brukes også analyse som begrep. Stan Hawkins bruker lesning synonymt med analyse, men tar til orde for at *lesning* flytter fokuset fra musikkens strukturer til en bredere kontekst som omgir musikken (Hawkins, 2002, s. 2). Jeg vil snart komme tilbake til begrepet *lesning*, men ønsker først å diskutere prosessen rundt en analyse eller lesning.

Begrepet *analyse* betyr å oppløse en helhet i dens enkelte bestanddeler (ordnett.no). Ian Bent definerer analyse som “oppløsningen av en musikalsk struktur i relativt mindre elementer, og undersøkelsen av hvilken funksjon elementene har i strukturen” (Bent, 1980, s. 340). Bent sier videre at analyse også kan defineres som den delen av musikkstudiet som tar utgangspunkt i musikken selv istedenfor eksterne faktorer (Ibid. s. 431). Jeg har ikke valgt å trekke frem Bents definisjoner fordi jeg mener at disse er spesielt gode, men heller fordi de åpner for en diskusjon om studering av musikk. Særlig Bents siste definisjon reiser en rekke problemstillinger, som populærmusikkvitenskapen har diskutert grundig¹². Bent definerer ikke hva han mener med *musikken selv*, men man kan anta at han tenker på det rent klanglige eller partituret. Bent fremmer her en absolutistisk holdning. Ifølge Leonard B. Meyer er det to måter meninger kan bæres i musikken. *Absolutisten* mener at meningen ligger i det musikalske verk – det syntaktiske, mens *referensialisten* hevder at musikken også produserer mening på et ekstramusikalsk plan – det analoge (Moore, 2001, s. 29). Et populærmusikalsk analyseobjekt vil ofte ta form av innspilt lyd alene eller i sammenheng med video, og analysen innebærer dermed lytting. Allan Moore hevder at det i en lytteprosess er umulig å skille mellom det syntaktiske og det analoge. Populærmusikalske studier fokuserer ofte på musikken som meningsbærende objekt (Hawkins, 2002, s. xii). I det øyeblikk man setter spørsmål ved hvilke meninger musikken produserer, vil den som blir spurt rette sine tanker til faktorer utenfor det rent klanglige som musikkens sosiale kontekst, image, teknologi, musikkvideo etc. Slike forestillinger dukker ikke opp bare når man blir konfrontert med musikkens mening. Også når man mer eller mindre bevisst lytter til musikk dukker slike forestillinger opp. Disse faktorene er så nært knyttet til det rent klanglige at de heller enn å bli omtalt som eksterne faktorer kan kalles *ekstramusikalske faktorer*.

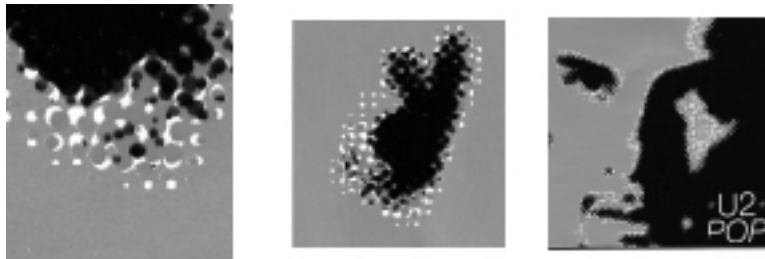
Bents definisjon av analyse er problematisk i forhold til en rekke av de populærmusikalske studiene som foreligger. Tanken om at man først skal dele musikken i dens enkelte bestanddeler lar seg vanskelig gjennomføre, fordi bestanddelenes størrelse sjelden er kjent på forhånd. Jeg vil argumentere for å bruke begrepet *perspektiv* i nær tilknytning til analyse eller lesning.

Perspektiv, (...) avbildning av en gjenstand på en plan flate slik som gjenstanden tar seg ut for tilskuerens øye sett fra et bestemt punkt, og slik at blidet får rom-, form-, og dybdevirkning.

(ordnett.no)

12.Se Middelton (1990), Moore (2001) og Hawkins (2002) mfl.

Jeg har allerede dannet meg et bilde av hvordan *Zoo TV* og *Popmart* ser ut fra et vidt perspektiv, gjennom utallige gjennomsyn. Dette bildet er med på å danne grunnlaget for min problemstilling. Senere er det tid for å studere bildet nærmere også fra dette vide perspektivet. Gjennom denne studeringen ønsker jeg å få øye på detaljer som krever et nærmere perspektiv for å kunne forklares. Jeg ser min lesning som en veksling mellom vidt og nært perspektiv. På samme måte som detaljer krever et nært perspektiv, vil man fort gå glipp av poeng ved kun å bruke dette nære perspektivet. “Man ser ikke skogen for bare trær”. Bents definisjon av analyse, bygger på metoder i den tradisjonelle musikkvitenskapen. Hvis man f.eks ønsker å gjøre en funksjonsharmonisk analyse av et verk, finner jeg definisjonen god. Her er parametrene kjente. Hver akkord analyseres, og kobles til begrep som Tonika, Dominant osv. I min lesning av *Zoo TV* og *Popmart* er det imidlertid mer diffust *hva* jeg finner, og *hvor* jeg finner dette. Det er derfor vanskelig å oppløse *Zoo TV* og *Popmart* for så å se på de enkelte delene. Det vil snarere vær snakk om å se på helheten, og gjennom denne oppdage interessante detaljer. De assosiasjoner som detaljene vekker, er imidlertid ikke viktigere enn assosiasjonene jeg får ved et videre perspektiv. Jeg vil derfor definere min måte å lese konsertene på som *studering av et landskap gjennom forskjellige hensiktsmessige perspektiv*. Dette vil jeg illustrere ved et eksempel.



Figur 2: Tre perspektiv

Figur 2 viser et bilde i tre forskjellige perspektiv. Hvis jeg skulle gjøre en lesning av bildet, ville det være lite hensiktsmessig å starte med bildet til venstre. Man får lite ut av dette perspektivet som utgangspunkt. Det viser bare grovkornet grått, svart og hvitt. Starter jeg imidlertid til høyre, er det tydelig at dette er et bilde av Larry Mullen Jr., fra albumet *Pop*. Måten lyset er satt på, kan gi meg assosiasjoner om at noe er tildekket. Det er ikke et “åpent” bilde. Ved en nærmere studering av bildet til høyre, ser jeg noe interessant ved Mullens høyre øye (til venstre på bildet). Jeg velger meg et annet perspektiv på denne delen av bildet, og snur det 90° med klokken. Da ser vi at øyet minner om hodet på “Playboy-kaninen”. Dette ser jeg som en link til albumets niende låt, ‘the Playboy Mansion’. Videre kan jeg

velge et enda nærmere perspektiv, og se på bildet til venstre. Jeg stiller meg spørsmålet om hvorfor bildet er grovkornet, og får assosiasjoner til “raster”-bilder man finner i trykksaker. Her kan man se sammenheng mellom trykksaken *Playboy* og raster-bildet. Videre kan man knytte raster-bildet til *mediekultur*, som U2 har vært opptatt av på konserter før *Pop*.

Dette korte, og noe åpenbare eksempel, viser hvordan jeg tenker meg at lesningen av *Zoo TV* og *Popmart* kan foregå. Samtidig illustrerer eksemplet hvordan en veksling mellom forskjellige perspektiv, kan sette igang forskjellige assosiasjoner. Min lesning kan også sees på som en veksling mellom flere *diskurser*. Begrepet *diskurs* er diskutert i flere populærmusikalske studier (Kaplan 1987, Walser 1993a, Middleton 2000 og Hawkins 2002. Ifølge bokmålsordboka kommer begrepet *diskurs* fra latin; “det å løpe hit og dit” (ordnett.no). Denne oversettelsen synes jeg beskriver godt prosessen i en populærmusikalsk lesning. Musikkens mening finnes i interaksjonen mellom flere diskurser, og i søken etter mening fokuserer forskeren på en diskurs, for å se hvordan denne påvirker og lar seg påvirke av andre diskurser.

I tilknytning til Bents definisjon av analyse aner jeg en strukturalistisk tankegang, og en “tiltro til vitenskapelighet og muligheten til å nå eksakte og systematisk oppbygde kunnskaper og forklaringer” (storenorskeleksikon.no). I opposisjon til det strukturalistiske ideal om en uttømmende analyse står *poststrukturalismen*, hvor begrepet *lesning* har sitt utspring. “*Poststructuralism* (...) may be understood as a group of methodologies which go beyond the seeking of solutions in the ways cultural products and practices are structured” (Moore, 2001, s. 5) Derrida hevder at strukturer kommer til kort, fordi at de gjennom sin eksistens må undertrykke noen elementer som ikke passer inn i systemet” (Dahlerup, 1990, s. 33). I et musikkvitenskapelig studium er det i denne sammenheng naturlig å trekke frem det tradisjonelle notesystemet, som er et kvantitativt system som sier noe om en notes lengde og tonehøyde. I tillegg har man mer eller mindre standardiserte symboler for å uttrykke andre ekspressiviteter ved musikken. Men som Derrida påpeker, er det noen elementer som undertrykkes i notessystemet. Dette er elementer som klangfarge, mikrotonalitet, mikroritmikk og produksjon generelt.¹³ I mange populærmusikalske studier er det nettopp slike elementer som står i fokus. Dette gjelder også i mitt studium av U2. Eksempelet ovenfor (fig. 2) illustrerer at det ikke er strukturer eller systemer som ligger til

13. Jeg går ikke inn i noen dypere diskusjon rundt transkripsjon av populærmusikk i denne omgang, men henviser til Mantle Hood (1982).

grunn for lesningen. Man ser at Larrys øye i et bildeutsnitt uttrykker et øye, mens det i neste uttrykker en playboy-kanin.

Det faktum at tegnenes uttrykk kan skifte både denotativt og konnotativt innhold, alt etter konteksten (...) undergraver forestillinger om tegnsystemer eller språk som stabile enheter. De er i konstant bevegelse, mening er aldri endelig fastlagt, verken i den enkelte tekst eller i verden for øvrig.

Gripsrud, 2002, s. 164

Gripsrud hevder videre at “analytikerens oppgave er å vise fram en *dekonstruksjon* av tekstens tilsynelatende stabile mening som allerede foreligger som tolkningsmulighet i teksten¹⁴” (ibid.). Målet med mine lesninger er ikke å vise frem en slik dekonstruksjon. Jeg søker forsåvidt å lese hvordan *Zoo TV* og *Popmart* er organisert, men som jeg har vist eksempler på bunner ikke organiseringen i et system som er kjent og stabilt. Mine lesninger innebærer en diskusjon av både musikalske og ekstramusikalske elementer, noe man også kan kalle *intertekstualitet*. “En kan her også tenke på hvordan et begrep som *intertekstualitet* (...) innebærer at tanken om den enkelte teksten som et klart avgrenset og autonomt verk blir dekonstruert” (ibid.).

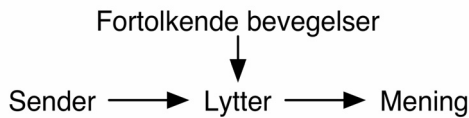
2.2 Koder og kompetanse

I det følgende vil jeg diskutere hvordan meninger oppstår. Moore tar opp vanskeligheter ved semiotiske fortolkninger av sanger. Han ser blant annet et problem ved at man antar at meningene er “fastlåste” i musikken av musikerne, og at det er lytterens oppgave å “låse opp” disse meningene (Moore, 1993, s. 157). Problemet Moore tar opp er interessant. Ligger meningene i musikken, eller finnes de egentlig i lytterens hode? Begrepet *lesning* antyder noe mindre objektivt enn *analyse*. En analyse blir gjerne oppfattet som mer endelig. Det står derfor åpent for flere å gjøre en lesning av samme materiale, uten å måtte komme med samme konklusjoner. Hvis meningene hadde ligget predeterminert i musikken, ville det ikke vært rom for forskjellige tolkninger. Når du og jeg likevel kan få forskjellige meninger ut av en låt, tyder det på at meningene ligger i lytterens hode og ikke i musikken. Jeg skal komme tilbake til denne diskusjonen litt senere.

Spørsmålet blir videre hvordan man oppfatter det klingende som noe meningsbærende. Steven Feld mener at som lytter “one works through the dialectics in a series of ‘interpretive moves,’ developing choices and juxtaposing background knowledge” (Feld, 1994, s.86). Feld kategoriserer de fortolkende bevegelser (interpretive moves) i et ikke-

14. Gripsrud anvender her *tekst*, i samme betydning som er diskutert i kapittel 1.

hierarkisk system. Han snakker om *lokaliserende, kategoriserende, assosierende, reflekterende og evaluerende bevegelser*. Dette er “bevegelser” som foregår på et mentalt plan, uavhengig av lytterens bevissthet. Hver enkelt bevegelse er ikke nødvendigvis virksomme i enhver situasjon, og det vil også variere i hvilken rekkefølge disse virker.



Figur 3 :Lytteprosess, fortolkende bevegelser

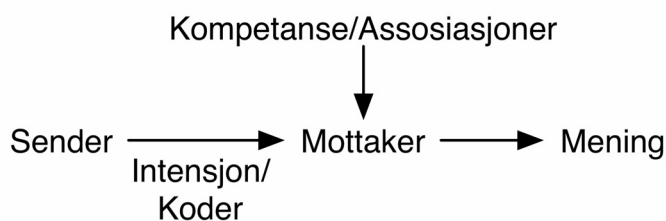
Jeg har forsøkt å illustrere dette (fig. 3). Lytteren hører en låt fra en sender. Dette setter i gang en eller flere fortolkende bevegelser hos lytteren, som på bakgrunn av disse trekker ut mening av musikken.

I det foregående har jeg påstått at meningene ligger i lytterens hode. Men av egen erfaring vet jeg at jeg som utøvende musiker ønsker å si noe med min musikk. Jeg har en intensjon med det jeg gjør, og tillegger musikken meninger eller *koder*, som jeg håper at mottakeren vil forstå. Ovenfor påstod jeg at hvis meningene var predeterminert i musikken, ville det ikke være rom for forskjellige lesninger. Dette minner om en litt absolutistisk tanke, om at det finnes *en* mening eller fortolkning som er den rette. Slike forestillinger har imidlertid stadig mindre gjennomslagskraft i studier på populærmusikk. Musikere er en del av det samme samfunnet som sine lyttere. Man tilhører ikke nødvendigvis samme subkultur, men man kan si at de som tilhører en vestlig kultur har en del til felles. Som medlem av et samfunn lærer man seg betydningen av en rekke koder. Enkelte av disse legger man merke til, mens andre er så innarbeidet, at man forstår meningen av disse uten å måtte tenke seg om. Hvis man f.eks. kommer til en kasse i en butikk hvor det står flere mennesker på en rekke, forstår man umiddelbart at man skal stille seg bakerst i rekka, slik at man får betalt når det er ens tur. Ved å gå i butikken sammen med et lite barn, som ikke har lært seg kodene, forstår man hvordan kodene er innarbeidet hos de fleste voksne menneskene i et samfunn. På samme måte har musikere lært seg betydningen av en rekke musikalske koder. Hawkins definerer den musikalske kode: “Det ligger i de musikalske koders natur, at de er identifiserbare som auditive hendelser i tid og rom” (Hawkins, 2002, s. 9). De musikalske kodene fungerer etter samme prinsipp som eksempelet ovenfor; Mange er innarbeidet og meningen disse skaper er ofte gitt på forhånd, mens andre koder krever at hjernen arbeider mer aktivt og bevisst. Siden man som lytter og musiker kjenner en rekke av de samme

kodene, kan musikeren bruke disse kodene i sin musikk, og regne med at lytteren oppfatter disse på en bestemt måte. Meningene i musikken kan dermed sies å ligge både i lytterens hode og plassert i musikken av musikeren. Denne felles forståelsen av koder bygger på konvensjoner. Ifølge Fiske er det “de konvensjonelle eller tradisjonelle aspekt ved kodene, som setter kodene i stand til å kommunisere og å uttrykke mening” (Fiske, 2003, s. 60).

For at en lytter skal forstå kodene, må han ha *kompetanse*. På samme måte som at jeg ikke forstår hva en kineser mener hvis han snakker kinesisk, vil jeg vanskelig kunne forstå hva en punker mener hvis jeg aldri har hørt på punk. Har man imidlertid hørt mye på punk, blir det lettere å låse opp kodene. I denne forbindelse kan man trekke frem Moore, som snakker om *den trenete lytter*. “This refers specifically to a listener who has acquired a high degree of cognitive competence, but with reference to (some) examples of the European ‘classical’ tradition” (Moore, 2001, s. 5). Moores poeng er at den trenete lytters kompetanse er knyttet til en *stil*, noe jeg skal komme tilbake til.

Hvis en musiker ønsker at musikken skal oppfattes på en bestemt måte, er man avhengig av mottakerens *kompetanse*. “If musical meaning is conveyed through a code that is sent or produced by somebody then it also must be received or consumed by somebody” (Brackett, 2000, s. 12). Musikeren er avhengig av en lytter for at de musikalske kodene skal gi noen mening. Brackett diskuterer her spørsmålet om *kompetanse*. Kompetanse kan sies å være kunnskap eller kjennskap til et område. Kompetansen bygges opp gjennom erfaringer. Hvis man, i butikkeksempelet fra litt tidligere, gikk forbi hele køen og betalte først, ville man sannsynligvis få kjeft av de andre kundene, og dermed lære av denne erfaringen at man skal stille seg bakerst i en kø.



Figur 4: Kode og kompetanse

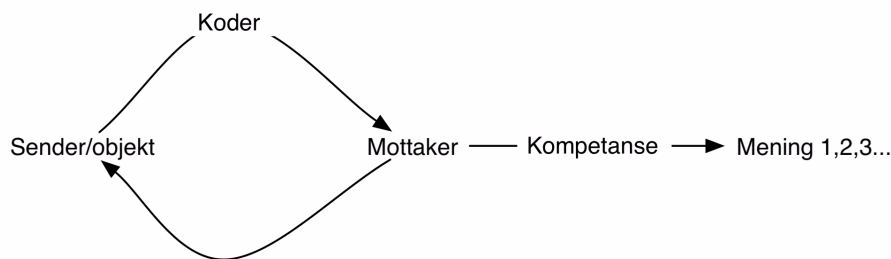
Figur 4 forsøker å illustrere en lyttesituasjon hvor en artist sender ut musikk som inneholder koder. Disse kan både være intensjonelle og tilfeldige. For at lytteren skal kunne dekode musikken, er han avhengig av kompetanse innen den gitte stilen. Gjennom denne

kompetansen får lytteren assosiasjoner, og kan trekke meninger ut av musikken. Det er mulig å se koblinger mellom ideen om *kompetanse*, og Felds *fortolkende bevegelser*. Kompetansen vil være en nyttig del av de fortolkende bevegelser, samtidig som at de fortolkende bevegelser kan sies å være aktive i enhver lyttesituasjon. På et felt synes det imidlertid å være en forskjell. De fortolkende bevegelser er ikke avhengig av kompetanse for å fungere eller være virksomme. Når jeg hører helt ukjent musikk, vil jeg likevel bruke de fortolkende bevegelser. Spørsmålet er imidlertid om svarene jeg trekker ut er “riktige”. For å gi et eksempel: En venn av meg flyttet nettopp til Etiopa. Han ventet seg at den lokale musikken skulle være slik vi i vesten tenker på som “typisk afrikansk”, med kompliserte rytmer og trommer. Isteden minnet musikken mer om arabisk musikk. Manglende kompetanse ville kanskje gjort at denne musikken ble lokalisert geografisk feil. De fortolkende bevegelser kan med andre ord nyttiggjøre seg av kompetanse, men er ikke avhengig av kompetansen for å være virksomme.

De modellene som er presentert i figur 3 og 4, gir uttrykk for en lineær kommunikasjonslinje mellom sender og lytter. Figurene fungerer i den forstand at de illustrerer hvordan kompetanse og fortolkende bevegelser er med i en prosess hvor lytteren oppfatter et objekt som meningsfullt. I flere tekster argumenteres det for at sender/objekt og mottager står i et dialogisk forhold til hverandre (Gripsrud, 2002, s. 109f). En slik dialog kan også anes i eksempelet rundt figur 2 (“tre perspektiv”), hvor jeg som mottager opplever at bildet gir en mening. Videre går jeg tilbake til bildet, kanskje fra et nytt perspektiv, og stiller spørsmålet om jeg opplever meninger i relasjon til den første, eller om bildet kanskje gir en annen mening. En lesning av *Zoo TV* og *Popmart* kan foregå på samme måte: Jeg opplever at introen til *Popmart* konnoterer¹⁵ *teknologi*. Deretter går jeg tilbake til konserten

15. Jeg kommer tilbake til en diskusjon om denotasjon og konnotasjon senere i kapitlet.

og spør om andre elementer konnotere det samme. Noen ganger opplever man at de gjør det, mens man andre ganger opplever at elementene konnoterer noe annet.



Figur 5: Kommunikasjon mellom sender/objekt og mottaker

Jeg har forsøkt å illustrere dialogen mellom en sender eller et objekt og mottaker i figur 5. Denne kan sees på som en utvidet versjon av figur 4, som ikke får frem *dialogen*. Et viktig poeng i denne diskusjonen, er at en mening som mottaker trekker ut av objektet legges i mottakers “minne”, og er i neste runde med på å påvirke “mening 2”. Dette samsvarer også med hermeneutiske teorier. “Fortolkeren bringer med seg sine erfaringer og disposisjoner inn i forståelsen, hun skaper selv den konteksten noe forstås innenfor” (www.hf.uio.no/iks/ariadne). “Mening 1” blir i så måte en del av ens livserfaringer når man møter objektet på nytt, og opplever “mening 2”.

Kompetansen er til hjelp både for å kode og for å dekode musikk. Gino Stefani har laget en modell på musikalsk kompetanse¹⁶. Modellen består av fem nivå. Det er de intramusikalske nivå, *Musikalske teknikker* (MT), *Stil* (ST), og *Opus* (OP). Disse er fundert på *Sosial Praksis* (SP) og *Generelle koder* (GK) (Middelton, 1990, s. 175). *Generelle koder* er basale konvensjoner, som vi bruker til å fortolke enhver opplevelse. Dette er det antropologiske nivå av musikalsk kompetanse, som enhver er i stand til å bruke. *Sosial praksis* består av kulturelle institusjoner som språk, religion, teknologi etc. *Musikalske teknikker* er teorier, metoder og utstyr som er mer eller mindre eksklusiv for den musikalske praksis. *Stil* består av historiske perioder, kulturelle bevegelser og grupper av verk. *Opus* er det enkelte musikalske verk eller låt som individuelt “vesen” (Brackett, 2000, s. 12)¹⁷.

16. Jeg har ikke hatt tilgang til originalteksten, men jeg refererer her fra Bracketts (2000) og Middeltons (1990) gjennomgang av emnet.

17. Hawkins viser i sine fotnoter til en diskusjon rundt Stefanis modell (Hawkins, 2002, s. 34). Jeg har ikke hatt tilgang til Frith (1996) og Scott (2000) under min diskusjon av temaet.

Musikken oppleves som mest meningsfull hvis den er kodet på alle nivå, og fortolket med full kompetanse (Middelton, 1990, s. 175).

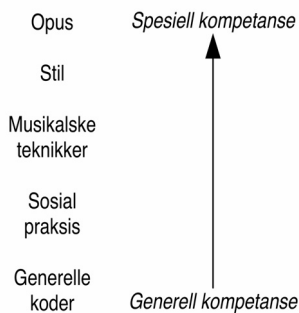
Denne modellen er ordnet i et hierarki, hvor *generelle koder* er nederst og *opus* øverst. Vi ser at en må ha mer og mer spesifikk kompetanse, jo høyere man kommer. Stefani deler kompetansen inn i *high competence*, som er Opusorientert, og *popular competence*, som er orientert rundt generelle koder og sosial praksis. Allan Moore kritiserer Stefanis begrep om high og popular competence. Moore hevder at kompetanse er knyttet til en *stil*. Kompetansen setter lytteren i stand til å gjenkjenne stiltypiske trekk, samt legge merke til stilfremmede elementer ved en låt. “Kompetanse innenfor en stil er lært. (...) Vi lærer stiler gjennom gjentatt eksponering, og det er dette jeg mener med kompetanse. Det er ikke nødvendig å kunne forklare en stil (å være trent i den, f.eks. som utøver) for å ha kognitiv kompetanse i stilen” (Moore, 1993, s. 25). Kompetanse innen én stil er ikke nødvendigvis til hjelp innenfor en annen stil, men det gjør det lettere å tilegne seg ny kompetanse. Språkopplæring i grunnskolen fungerer etter samme prinsipp: Man lærer seg først oppbygningen og teorien rundt det norske språk, for lettere å kunne tilegne seg et annet språk. Moore kritiserer Stefanis modell for ikke å ta hensyn til at kompetanse er knyttet til stil. Moore foreslår å skille mellom *gjenkjenning* av en stil, og en låt som eksemplifiserer denne og *forklaring* av stilen (Moore, 2001, s. 196). Gjenkjenning og forklaring av en stil er, som Moore påpeker, også et mål på kompetanse. For meg ser det ut som Moore bruker begrepene *gjenkjenning* og *forklaring* nesten synonymt med Stefanis *high* og *popular competence*. Hvis man legger *stil* til Stefanis kompetanse-begrep, blir forskjellene i mine øyne enda mindre. Slik sett blir Moores begrep en spesifisering av Stefanis begrep: Med *popular competence* er en i stand til å *gjenkjenne en stil*. Med *high competence* har man mulighet til å *forklare stilen*. En svakhet ved Moores begrep er at de ikke inneholder ordet “kompetanse”. Jeg vil foreslå å bruke begrepene *generell* og *spesiell kompetanse*. Disse begrepene inneholder distinksjonen mellom det brede og det smale. Samtidig aner man av ordet *spesiell* at dette omhandler ett område, eller sagt med Moore: en *stil*. Jeg finner også støtte for dette i Kunnskapsforlagets fremmedordbok.

Spesial, adj (...) særlig, særskilt, som gjelder noe bestemt, som hører til et begrenset område.

(ordnett.no)

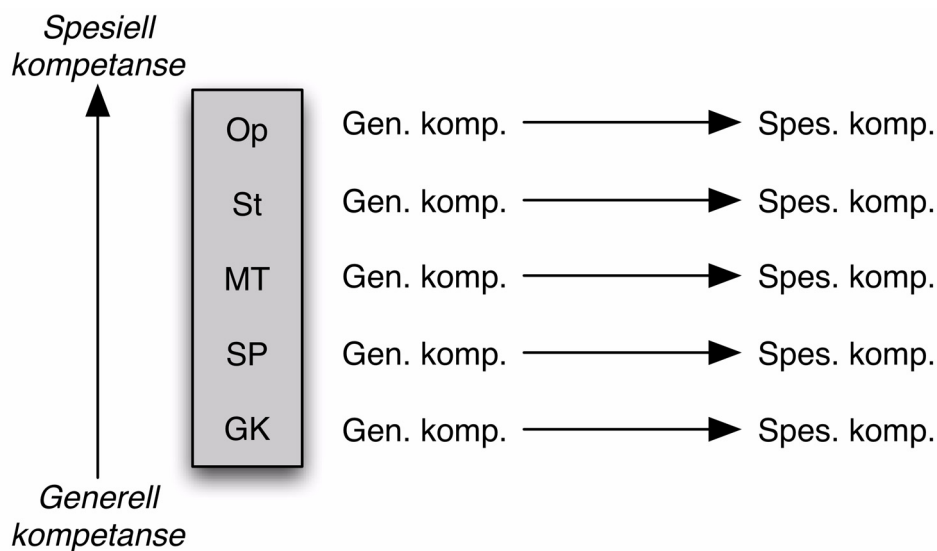
Det beslektede ordet *spesialist* forklares med en person som studerer en bestemt gren av et fag. Her får vi også inn fagbegrepet, som i vårt tilfelle er knyttet til *musikk* som fag. Den generelle kompetansen krever ingen innsikt i faget. Hvis jeg sidestiller med Stefanis modell,

virker den generelle kompetansen på GK og SP-nivå. Jo mer en nærmer seg OP, jo større behov er det for spesiell kompetanse (fig. 6)¹⁸.



Figur 6: Generell og spesiell kompetanse, vertikal

Hvis en f.eks. går inn på *musikalske teknikker*, vil de fleste musikkvitere ha noe kompetanse også uavhengig av stil¹⁹. Noen MT går igjen fra stil til stil, mens hver stil samtidig har sine særegne MT. Her aner vi at den vertikalt ordnete figur 6 mangler en dimensjon: Samtidig som vi kan ha mer eller mindre spesiell kompetanse innenfor modellen som helhet, kan vi ha mer eller mindre spesiell kompetanse innenfor hvert nivå (GK, SP, MT etc.). Jeg har forsøkt å illustrere dette i figur 7.



Figur 7: Generell og spesiell kompetanse, todimensjonalt

18. Denne figuren er omtrent tilsvarende Middeltons (Middelton, 1990, s. 176)

19. Stilbegrepet her referer ikke til ST i modellen, men til det gitte analyseobjekts stil.

STIL

Moore påpeker som sagt at kompetanse må knyttes til begrepet *stil*. “Competence is only gained in terms of a style” (Moore, 2001, s. 26). I det følgende vil jeg diskutere og forsøke å klargjøre begrepet. I dagligtalen brukes ofte *stil* synonymt med *genre*. Et søk på internett viser at begrepene ofte brukes om hverandre. Spørsmålet videre er om begrepene brukes synonymt i populærmusikalske studier. Moore viser til at musikkvitere distingverer mellom *stil* og *genre*, og ønsker selv å bruke førstnevnte (ibid. s. 2f.).

Genres (...) cut right across styles, such that there will be genres that intersect both rock and other styles of popular music. Any performance of an individual song will necessarily exemplify both. Thus, a list of genres relevant to rock styles might include the ‘uptempo dance number’, the ‘anthem’ and the ‘romantic ballad’. (...) The distinction approximates to that between the ‘what’ of the meaning of the song (genre) and the ‘how’ it is articulated (style).

Moore, 2001, s. 3

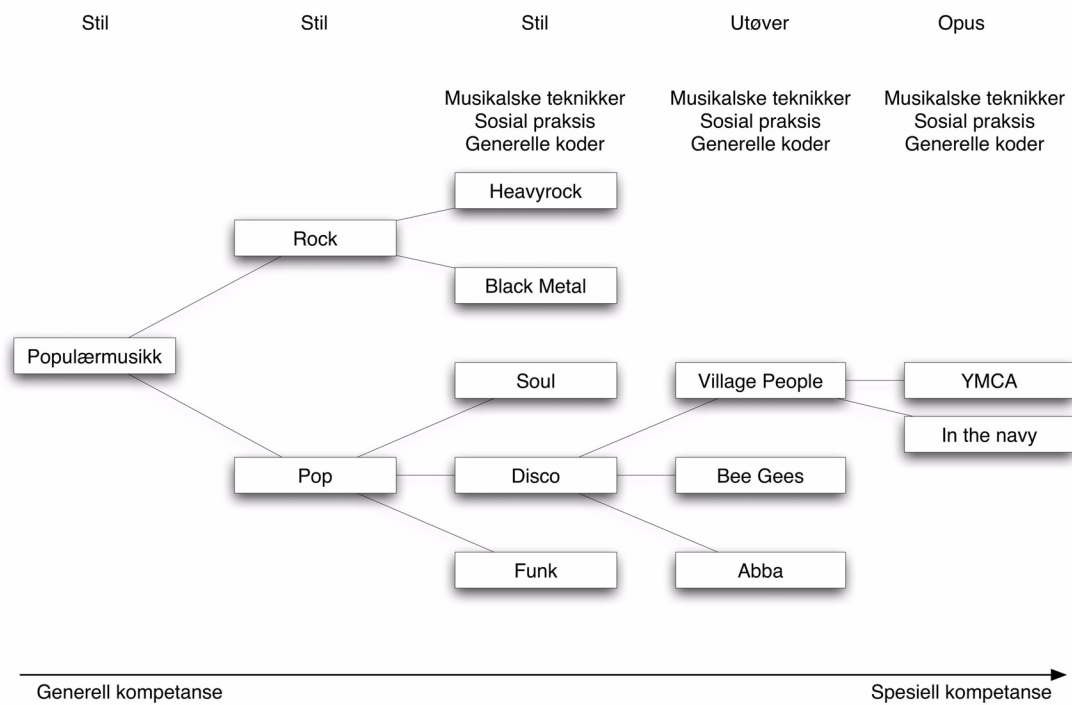
Det kan synes som om Moore ser genre og stil på to forskjellige nivå. På genre-nivå finner man f.eks. “raske danse-låter”, “anthem” og “romantiske ballader”. En genre kan imidlertid uttrykkes gjennom flere stiler: En “rask danse-låt” kan uttrykkes gjennom disco, heavy metal, soul osv. Dette forstår jeg som Moores “stil-nivå”. Eller sagt med Moore: “hva” (en rask danselåt) uttrykker genre, mens “hvordan” (disco, soul, rock etc.) uttrykker stil. Men der en genre kan uttrykkes gjennom flere stiler, er også det motsatte mulig. U2s *The Joshua Tree* (1987) kan sies å være representant for genren “rock”. Dette albumet har eksempler på flere stiler, som f.eks raske danse-låter (‘Where the streets have no name’) og romantiske ballader (‘With or without you’). Moore knytter altså kompetanse til en stil. Tradisjonelt sett har lyttere ofte hatt interesse for en *stil*, og latt seg eksponere ovenfor stilen gjennom artister som spiller denne. Gjennom å høre på et utvalg av artister innenfor en gitt stil, kan man anta at man møter et representativt utvalg for stilen. Selv om det vil finnes “hull” i dette utvalget, kan man si at man bygger kompetanse for stilen som helhet. Moore ønsker som sagt å skille mellom genre og stil. Spørsmålet blir videre om det er mulig å bygge kompetanse knyttet til en *genre* heller en til en *stil*. Tradisjonelt sett har ikke dette vært vanlig, men i en tid da lytteren like gjerne lytter til musikk på en harddisk, forsvinner noe av albumets funksjon, og lytteren kan enkelt plukke de låter han vil høre. Dette kommer også til uttrykk gjennom samle-album som *Absolute love songs*, hvor man kan si at majoriteten av sangene er knyttet til genre (romantiske ballader) heller enn til stil. Man kan konkludere med at selv om kompetanse som oftest bygges rundt en stil, er det teoretisk mulig og også realistisk å tenke seg at kompetanse kan bygges rundt en genre. Det blir dermed for snevert å

tolke Moores stilbegrep kun som en betegnelse på musikkstiler (rock, soul, dance, osv.). Kompetansen er knyttet til ens erfaringer om en situasjon eller et objekt. Kompetanse gjør at man kan trekke slutninger fra en situasjon til en *lignende* situasjon. De låtene som inngår i genren “romantiske ballader” har en rekke likhetstrekk, som f.eks. tempo og tekstlig tema. Kompetanse kan som sagt også knyttes til hverdagslige hendelser. Hvis man tar “butikk-eksempelet” fra ovenfor, fikk man der en erfaring med at man bør stille seg bakerst i en kø. Denne kompetansen kan overføres til et toalettbesøk, som ikke dreier seg om *innkjøp*, men likevel har med seg elementet av kø. Kompetansen gjør altså at man kan slutte fra *noe* til *noe lignende*. Jeg vil derfor foreslå å bruke *stil* om alle objekter eller situasjoner som kan oppfattes som *lignende*. Dette finner jeg også støtte for i leksikon: “Stil er (...) det typiske enhetspreg eller dominerende prinsipp som viser seg i valg av emne (...)” (storenorskeleksikon.no).

Man kan si at Moores skille mellom stil og genre handler om to måter å definere stilen på. Genre defineres av “hva” og stil av “hvordan”. Man kan argumentere for at begge disse nivåene kan kalles *stil*, men Moore evner imidlertid å få frem en distinksjon i musikalske størrelser (*hva* og *hvordan*). Stil-begrepets innhold er verken entydig eller konstant, og må defineres hver gang det brukes spesielt (dvs. ikke generelt). Charles Hamm (2000, s. 297) eksemplifiserer dette gjennom å vise til typiske trekk ved en rekke Tin Pan Alley-låter, som i dag kan hevdes å tilhøre samme stil. Disse ble imidlertid klassifisert under forskjellige rubrikker i samtiden. Innholdet i en stil defineres av den som bruker begrepet. Platebutikker, bibliotek og salgslistene legger ikke nødvendigvis det samme i stilen *pop*. En stil er ikke en statisk størrelse, noe som kommer frem i Friths (2002, s. 78) eksempel, hvor han viser hvordan priskategoriene ved Grammy utdelingen har endret seg ved behov. Dette viser at *innholdet* definerer en stil og ikke motsatt: Jeg har derfor ikke kompetanse om *R’n’B* men om *innholdet* som definerer *R’n’B*. Selv om man ofte i dagligtalen setter likhetstegn mellom en betegnelse og dens innhold, er dette et viktig poeng: Kompetansen er knyttet til *innhold* snarere enn *betegnelse*. Dette synet deles også av Moore. “Styles of music do not have an autonomous existence apart from the individual exemplars from which they are constituted. Styles are thus *formed through* those exemplars (...). Style is a virtual quality, which has no material existence in the minds of the listeners.” (Moore, 2001, s. 201).

Hvor vid kan man definere en stil? Vi kan si at Max Martins måte å produsere artister på slutten av 1990-tallet er en egen stil. Flere artister, som Britney Spears, Backstreet Boys og N’Sync, gikk gjennom den samme “kverna”, og produksjonene inneholdt så mange likhetstrekk, at stilbegrepet er legetimt i denne sammenheng. Her ser et eksempel på at flere artister utgjør en stil. Spørsmålet blir videre: Kan én artist alene utgjøre en stil? Moore siterer

Byrnsides definisjon av stil. “The term style refers to various levels, from very general to very particular.” (Byrnside 1975, sitert i Moore, 2001, s. 2). Byrnside snakker om stil på forskjellig nivå. Han eksemplifiserer dette ved å snakke om *vestlig musikk* som en stil, og også *et verk* som en stil.²⁰ Ut fra dette kan man tenke seg at de stilene som tilhører populærmusikken kan representeres som et slektstre, hvor man får mer og mer spesifiserte stiler, og forskjellene mellom en stil og en annen kan virke subtile. På et slikt nivå kan stiltrekkene mellom en stil og en annen være så like, at kompetanse innenfor én stil også gir kompetanse innen en annen stil. Et slektstre vil etterhvert komme ned på den enkelte artist og låtene til den enkelte artist, og man er dermed på opusnivå. Her kommer man tilbake til Stefanis kompetanse-hierarki, hvor de to øverste nivåene er *stil* og *opus*. Jeg vil argumentere for at hele Stefanis modell kan tenkes inn i en slektstre-modell, hvor begrepet *stil* gjennomsyrrer hele modellen.



Figur 8: Kompetanse i populærmusikk

Jeg mener at man innenfor hver enkelt stil også finner de fleste nivåene i Stefanis modell. Hver stil har sine generelle koder, sin sosiale praksis, sine musikalske teknikker og sine opus.

20.Hvis man definerer et isolert verk som en stil, må stilen defineres ut fra elementer kun i dette verket. I mine lesninger av U2 bruker jeg ikke stilbegrepet på enkelte verk eller låter.

Stefani bruker også *stil* i sin modell. Jeg vil som sagt argumentere for en modell hvor *stil* er et grunnleggende begrep (se fig. 8). Her har jeg definert de tre første nivåene som stiler²¹. Populærmusikk kan defineres som en annen stil en jazz; rock kan være en annen stil enn pop etc. Man kan også diskutere å definere den enkelte utøver som en egen stil. Hvor spesifisert man bruker stilbegrepet avhenger av sammenhengen det brukes i. Her kan man dra paralleller til diskusjonen om hensiktsmessig perspektiv ovenfor. I tillegg til Stefanis nivå har jeg foreslått et nivå som jeg kaller *utøver*. Det er her musikken kommer til uttrykk, og dette nivået skiller seg i så måte fra de overstående, som representerer teoretiske “båser”.

Jeg ser flere svakheter ved å representere populærmusikalske stiler i form av et slektstre. For det første er disse stilene som sagt teoretiske inndelinger, og det vil alltid være diskusjoner rundt hvilke stiler en utøver faller inn under. Dernest vil utøveren som oftest være representant for flere stiler samtidig, og et slektstre vil dermed bli svært rotete. Figur 8 har også tydelige likheter med måten rockehistorien blir fremstilt i mange bøker. Jeg vil derfor understreke at figuren ikke på noen måte representerer noen historisk eller kronologisk representasjon av populærmusikkens historie. Årsaken til at jeg organiserer figuren som jeg gjør, er at den kan knyttes til begrepene *generell* og *spesiell* kompetanse. Som det fremgår av tabellen mener jeg at de fleste i et vestlig samfunn kan si noe om populærmusikk på et generelt plan. Dette gjelder også til en viss grad de generelle koder (GK), sosiale praksis (SP) og musikalske teknikker (MT) som omfatter populærmusikken. Jo lenger til høyre man kommer i figuren, desto mer spesiell kompetanse kreves for å knekke kodene. Figuren kunne hatt en dimensjon til, hvor det kom frem at man kan ha generell og spesiell kompetanse også innenfor hver av nivåene GK, SP og MT.

Jeg har tatt opp en diskusjon rundt koder og kompetanse, som allerede er godt representert i populærmusikalske studier. I løpet av denne diskusjonen har jeg presentert flere grafiske modeller for hvordan man kan tenke seg forholdet mellom koder og kompetanse. Utgangspunktet har vært Stefanis modell, men denne har fått flere mulige modifiseringer i min diskusjon. Jeg er i utgangspunktet enig med Moores kritikk av Stefani, hvor det kommer frem at kompetanse må knyttes til en stil. Mine grafiske modeller står ikke i sterk kontrast til de diskusjoner som er ført i tidligere tekster, men fungerer stedvis som en presisering – kanskje spesielt i forhold til min lesning av U2. Jeg har påpekt flere steder at mine modeller kunne hatt flere dimensjoner, noe det imidlertid er vanskelig å få til på en ryddig måte på et todimensjonalt plan.

21. Betegnelse står her kun som eksempler. Jeg definerer derfor ikke innholdet i den enkelte stil.

På 90-tallet hadde vi en bølge av band bl.a. fra norske høgskolemiljø som Postgirobygget, DiDerre og Trang Fødsel. Felles for disse, var at de sang gitarbasert visepop på norsk. I kjølvannet av deLillos suksessplate *Neste Sommer* (1993), ble disse bandene plassert innenfor samme stil av musikkjournalister og publikum. På bakgrunn av lydbilde og språk (norsk) er dette lett å forsvare. Når det kommer til tekstene finner vi imidlertid forskjeller. På samme måte blir ofte U2 og Radiohead fra 90-tallet sammenlignet. Samtidig er det lett å finne forskjeller disse bandene imellom. Vi kan bruke stilbegrepet på både tekster, lydbilde, melodikk etc. I så fall vil en artist ha tilhørighet til forskjellige stiler. Hvis man derimot tenker stilbegrepet i forhold til artisten som helhet, vil man stort sett kunne si at hver artist har sin egen stil. Hvor bredt man ønsker å definere stilbegrepet, er avhengig av den forestående lesning.

2.3 To betydningsnivå

Much popular analysis, commentary and criticism is marked by a 'rush towards interpretation', centring usually on the area of *connotation*: the feelings, associations, evocations and ideas aroused in listeners by songs.

(Middelton, 1990, s. 220)

Middelton kritiserer populærmusikalske studier som fokuserer på fortolkning og assosiasjoner. Hvorvidt dette stemmer eller ei er ikke så interessant i denne sammenheng. Det er imidlertid mer interessant å diskutere hvordan dette "rushet" mot fortolkning fungerer. En mulig tolkning av Middelton er at populærmusikalske studier "hopper over" *musikken*, og kun interesserer seg for assosiasjonene. Ordet *assosiasjon* umuliggjør imidlertid en slik forståelse, da *assosiasjon* ifølge fremmedordboken betyr "det at et sanseinntrykk (...) opptrer i bevisstheten fremkaller forestillinger om noe lignende el. noe motsatt i tid el. rom" (ordnett.no). Assosiasjoner bygger altså på et sanseinntrykk, som f.eks. en musikalsk hendelse. En assosiasjon uten et sanseinntrykk er dermed en umulighet. Når Middelton likevel hevder at populærmusikalske studier "rusher" mot fortolkning og assosiasjoner, må dette forstås som at studiet ikke redegjør for de musikalske og ekstramusikalske elementene som ligger til grunn for de assosiasjonene som beskrives. Gitt denne forståelsen av Middelton, er hans kritikk betimelig. Innenfor et fag som ikke driver med eksakt vitenskap, er det kanskje ekstra viktig å gjøre rede for de elementer som ligger til grunn for assosiasjonene. Hvis ikke blir det nærmest umulig for leseren å kunne forstå og kritisere studiet.

Denne innledningen vekker enda en interessant diskusjon, som er behørig omtalt i tidligere populærmusikalske studier, men som jeg ønsker å gi mitt bidrag til. Middleton refererer til lingvistikken, som har tradisjon for begrepene *denotasjon* og *konnotasjon* (Middleton, 1990 s. 220). Disse begrepene omhandler hvordan et objekt eller *tegn*²² kan ha betydning på forskjellige nivå. John Fiske klargjør forskjellen på denotasjon og konnotasjon gjennom et eksempel: “Et fotografi av en gate denoterer akkurat den gaten: Ordet “gate” denoterer en veg i en by som omkranses av bygninger. Men jeg kan fotografere den samme gaten på mange måter. Jeg kunne bruke fargefilm. (...) Jeg kan bruke sort/hvitt-film. (...) Bildenes denotative betydning vil være den samme. Forskjellen ligger i deres konnotasjon” (Fiske, 1982, s. 111). Fiske skiller mellom *first order signs* (denotasjon) og *second order signs* (myter og konnotasjoner), og hevder at “når et tegn innehar kulturell mening heller enn en representativ betydning, har det beveget seg til *second order of signification*”. Middleton ser at lingvistikkens forståelse av denotasjon ikke er direkte overførbar til musikk. For å unngå misforståelser i forhold til begrepet *denotasjon* innfører han begrepet *primary signification* for det han kaller et grunnleggende plan (Middleton, 1990, s. 220). Samtidig innfører han *secondary signification* som kan forstås synonymt med *konnotasjon*. Begrepene Middleton innfører for å unngå vanskeligheter med lingvistikken leder imidlertid til nye vanskeligheter. *Primær* og *sekundær* antyder at det ene nivået er forut for, og mer betydningsfullt enn det andre. *Primary signification* er først i den forstand at *secondary signification* ikke eksisterer uten førstnevnte. Lytteren kan imidlertid oppleve å få en bevisst forhold til *sec. signification* først. Med dette mener jeg at en lytter kan lytte ubevisst til en låt, og oppleve at låten konnoterer, uten at lytteren på forhånd har reflektert over *hva* det er i låten som gir konnotasjonene. David Brackett ser også at *secondary signification* er uløselig knyttet til *primary signification*. Som jeg påpekte ovenfor er assosiasjoner/konnotasjoner en umulighet uten et sanseintrykk. Brackett hevder at “spørsmålet om hvilket at nivåene som er det grunnleggende er omstridt” (Brackett, 2000, s. 11). Diskusjonen om denotasjon og konnotasjon er som sagt representert i en rekke populærmusikalske studier, men hvilke begrep som brukes varierer imidlertid. Dette kommer gjerne av at forskere ser svakheter med andres definisjoner, og ønsker å bruke begrep som i deres øyne er mer treffende. Til tross for

22.På engelsk brukes begrepet *sign*, som av Saussure defineres som summen av *signifier* og *signified*.

Fiske påpeker at et skille mellom disse tre faktorene, kun kan skje på et skjematisk plan. “There can be no signifier distinct from a signified and neither of these can exist outside the construct we call a sign” (Fiske, 2003, s. 38). Disse begrepene er diskutert i en rekke tekster, og for en grundigere gjennomgang viser jeg til Fiske (2003), Middleton (1990) m.fl. Jeg veksler mellom å bruke begrepene *objekt* og *element* synonymt med *tegn*.

uenigheter mellom forskere, vil jeg våge å sette opp følgende tabell, som viser hvilke betegnelser forskere har satt på dette temaet.

	Denotasjon	Konnotasjon
<i>Middelton</i>	Primary signification	Secondary signification
<i>Moore/Hawkins</i>	Primary text	Secondary text
<i>Meyer</i>	Absolutist	Referensialist
<i>Fiske (om TV)</i>	First order sign	Second order sign (myths & connotation)
<i>Brackett</i>	To nivå av koder	

Tabell 1: To betydningsnivå – forskjellige forskeres betegnelser

Ovenfor brukte jeg *assosiasjon* omtrent synonymt med *konnotasjon*. Medieviter Jostein Gripsrud hevder at assosiasjoner må skilles fra konnotasjoner. Han mener at “konnotasjoner er kulturelt etablerte, kodifiserte, felles-assosiasjoner (...), mens assosiasjoner er individuelle, personlige” (Gripsrud, 2002, s. 114). Forskjellen på konnotasjon og assosiasjon eksemplifiseres ved at “riksløven” konnoterer kongelig makt, men hvis man synes riksløven minner om naboen, så er det en assosiasjon. Tidligere siterte jeg Middelton, hvor man kan forstå en annen holdning: “ (...) *connotations*: the feelings, associations, evocations and ideas aroused in listeners by songs” (Middelton, 1990s. 220). Middelton uttrykker ikke et skille mellom assosiasjoner og konnotasjoner. Assosiasjonene er derimot en del av konnotasjonene. Jeg stiller meg bak Gripsruds poeng, om at en del assosiasjoner er høyst individuelle, og som oftest ikke har noen hensiktsmessig funksjon i en faglig lesning.²³ Gripsrud har videre et poeng i at mange av konnotasjonene er kulturelt etablerte “felles-assosiasjoner”, men heller ikke her vil jeg si at *alle* konnotasjoner er av denne typen. Dette ville i såfall redusere antall mulige lesninger av et uttrykk. Man kan også diskutere om ikke *alle* konnotasjoner er assosiasjoner, noe som tilsynelatende ville være et brudd med Middeltons forståelse. Denne påstanden bygger imidlertid på en litt annen forståelse av *assosiasjon*, der man fokuserer på *prosessen* som en assosiasjon innebærer, mer enn resultatet av assosiasjonen. En slik forståelse bygger på at assosiasjon beskriver *prosessen* ved at man kobler et sanseintrykk til en tanke.

23.Man kan imidlertid tenke seg eksempel på studier, hvor nettopp de individuelle assosiasjoene er interessante.

Dette er også beskrivende for prosessen bak en konnotasjon. Følgelig kan man bruke begrepet *assosiasjon* om prosessen bak *alle* konnotasjoner.

Spørsmålet blir så hvordan man nærmer seg forholdet mellom denotasjon og konnotasjon når man leser musikk. Brackett bruker begrepet *musical code*, som er “det aspekt ved musikalsk kommunikasjon, som beskriver forholdet mellom et semantisk system og et syntaktisk system, forholdet mellom “innhold” og “uttrykk” (Brackett, 2000, s. 9). Dette er å forstå analogt med Middeltons *primary* og *secondary* signification. Brackett kaller disse for to nivå av koding. Her aner man at modellene rundt “koder og kompetanse” og “denotasjon og konnotasjon”²⁴ står i nært slektskap til hverandre. *Tegnene* eller *objektene* som antar mening gjennom to nivåer, kan ifølge Fiske organiseres som *koder*. Fiske hevder videre at “bringing the concept of code to that of the sign is bringing another dimension to our analysis of how signs work, for it focuses on the social function of the sign rather than on its structure” (Fiske, 2003, s. 59).

Som det fremgår av tabell 1 skiller disse forskerne mellom to nivå av betydning, som man noe forenklet kan oppsummere som *denotasjon* og *konnotasjon*. Fiske bringer på bane en ny dimensjon i forhold til sistnevnte nivå. Han snakker om konnotasjon, men argumenterer i tillegg for *myter* som også hører inn under det han kaller *secondary order of signification*. Fiskes tekst omhandler tv-mediet spesielt. Jeg forstår *myter* som et større sett av konnotasjoner knyttet til et tegn eller et objekt. Disse er intersubjektive, og forståelsen baseres på konvensjoner i samfunnet. Her aner man også nær sammenheng med koder. Verken myter eller koder er statiske, og de er avhengige av å eksistere i et samfunn.

Ovenfor argumenterte jeg for at én måte å nærme seg populærmusikk kan beskrives som “en pendling mellom flere hensiktsmessige perspektiv”. Jeg beskrev også dialogen mellom sender/objekt og mottaker som en pendelbevegelse. Denne pendelbevegelsen kan også beskrive forholdet mellom denotasjon og konnotasjon i et populærmusikalsk studium: Man hører på musikalske elementer, og lytteren kan oppleve at elementene konnoterer. Det er ikke på forhånd gitt *når* man opplever at musikken konnoterer noe. En lesning vil derfor være en uregelmessig veksling mellom denotasjon og konnotasjon. En lytter kan med andre ord ikke forvente at han skal høre en hel låt, før konnotasjonene i sin tur skal “strømme på”.

24. Jeg bruker betegnelsene *denotasjon* og *konnotasjon* i denne diskusjonen, vel inneforstått med at noen teoretikere, som f.eks. Middelton (1990), bruker begrep som differensierer noe fra den lingvistiske forståelsen av begrepene. Relasjonene mellom denotasjon/konnotasjon og de begrepene som er skissert i tabell 1 er imidlertid så nære at denotasjon/konnotasjon kan stå som representant for disse i en generell diskusjon.

2.4 Søken etter mening

Mye av populærmusikkforskningen undersøker hvordan populærmusikken gir *mening* for lytteren. Men hvordan oppfattes musikken som meningsfylt? Nattiez foreslår en definisjon av *mening*:

An object of any kind takes on meaning for an individual apprehending that object, as soon as that individual places the object in relation to areas of his lived experience - that is, in relation to a collection of other objects that belong to his or her experience of the world.

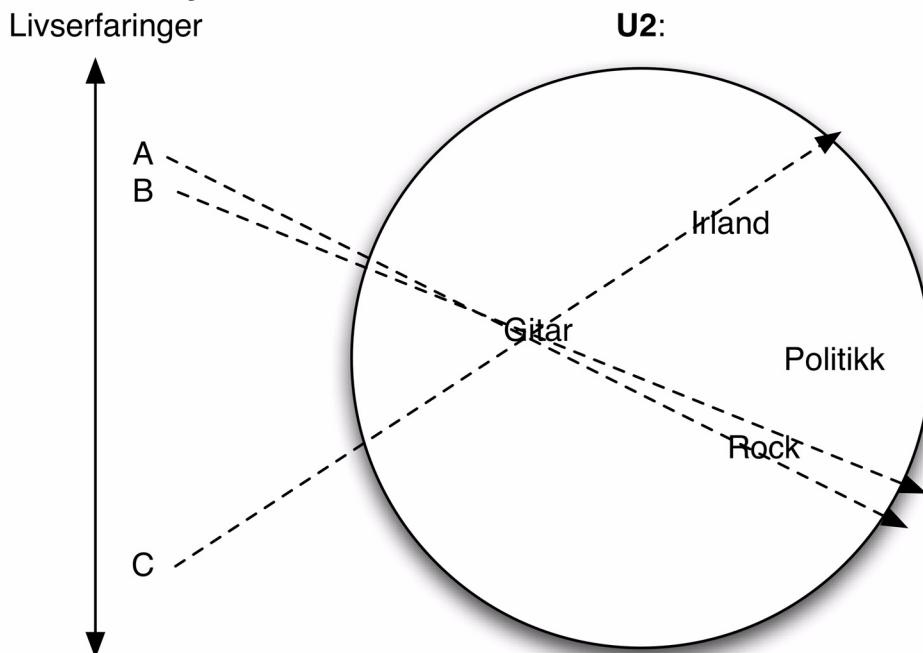
Nattiez, 1990, s.9

Her kobler Nattiez *mening* til begreper ofte brukt i hermeneutikken. Mening dannes ved at man setter et objekt i forhold til deler av vår livserfaring. "Disse individuelle erfaringene og tilbøyelighetene bestemmer også hvilke forventninger eller for-dommer fortolkeren har til det hun fortolker" (www.hf.uio.no/iks/ariadne). Når man for første gang møter en poplåt har vi allerede en forventning til denne. Denne forventningen dannes ut fra våre livserfaringer, og kan kalles *forforståelse*. Også når man går nærmere inn og studerer et objekt forstår vi dette i lys av våre livserfaringer. Her finner man noe av årsaken til at populærmusikkforskningen har et åpent forhold til at flere forskere kan studere samme låt og komme til forskjellige slutninger; et gitt objekt gir ikke nødvendigvis samme mening for deg og meg. Chris Kennet eksemplifiserer dette i artikkelen "Is anybody listening" (Kennet, 2003, s.211 ff.), hvor han viser til at en gitt låt ('Shadowboxing') spilt i et gitt rom (en landlig vinbutikk) oppfattes helt forskjellig av tre personer.

INTERSUBJEKTIV FORSTÅELSE

Et fagfelt der det er åpent for forskjellige tolkninger av et objekt, blir fort konfrontert med spørsmålet om man kun driver med subjektiv synsing. Enhver vil kunne si seg uenig i konklusjonene i en populærmusikalsk artikkel, som omtaler musikken som meningsfylt materiale. Dette er imidlertid en pessimistisk holdning til populærmusikkvitenskapen som vitenskapelig fagfelt. Hvis man snur situasjonen kan man si at, til tross for at enhver vil kunne si seg uenig, så vil sannsynligvis mange kunne være helt eller delvis enige i konklusjonene. Robert Walser påpeker at enhver person er formet i en kultur, og alle forståelser er dermed intersubjektive (Walser, 2003, s.23). Jeg har mine livserfaringer, som jeg bygger min analyse av populærmusikk på. Disse livserfaringene er blitt til i interaksjon med andre både hva tid og sted angår. Hvis jeg forsøker å liste opp mine livserfaringer, vil

listen bli unik for meg. Likevel vil mange kjenne seg mer eller mindre igjen, og ha felles referanser med meg.



Figur 9: Intersubjektiv forståelse

Til venstre i figur 9 har vi tre personer (A, B og C) med sine livserfaringer. A og B har mange felles referansepunkt, mens C har få felles referanser med A og B. I sin fortolkning av bandet U2 ser vi at A og B opplever bandet ganske likt. A er litt opptatt av at dette er gitarbasert musikk, og veldig opptatt av at dette er rock, mens B er veldig opptatt av the Edges gitarspill, og litt opptatt av at musikken kan kategoriseres som rock. C er imidlertid veldig opptatt av at dette er irsk musikk. Han oppfatter tildels også at det er gitarbasert, men er ikke fokusert på at det er snakk om rock. Gjennom denne illustrasjonen forsøker jeg å illustrere hvordan en intersubjektiv forståelse virker i praksis. A og B vil kunne enes om store deler av hverandres fortolkning av U2, mens C vil hevde at U2 handler om andre ting.

LYTTESITUASJON

Jeg undersøker hvilke meninger jeg får ut av konsertversjoner av gitte U2-låter slik de foreligger på video og DVD. Det er viktig å påpeke at det er konsertversjonene slik de fremstår for meg fra stolen foran tv-en jeg undersøker. Det er ikke sikkert at låtene ville bety det samme om jeg gjorde mine fortolkninger som tilstedeværende på de samme konsertene.

Sannsynligvis ville det da være andre ting som fanget min oppmerksomhet. Ovenfor påpekte jeg at du og jeg kan oppfatte et stykke forskjellig. Men også én person vil oppfatte et stykke forskjellig fra gang til gang. “Listening to the same music in different situations, with different purposes and with different intensity, will affect the analytical meanings which may arise from the experience” (Kennet, 2003, s. 197). Mozarts “Eine kleine nachtmusik” kan være beroligende om man hører den på stereoanlegget en mørk vinterkveld. Samme stykke kan passere uten å vekke oppmerksomhet, som bakgrunnsmusikk på et kjøpesenter. Til sist kan stykket vekke stor forargelse om det høres som ringetone fra en mobil midt under en begravelse.

Mine lesninger av *Zoo TV* og *Popmart* tar utgangspunkt i en lyttesituasjon²⁵ hvor jeg befinner meg i en sofa hjemme i min stue. Fra sitatet ovenfor følger det som en selvfølge at meningene som oppstår når jeg ser konsertene ikke er de samme som om jeg var tilstede på den enkelte konsert. Lesningene tar derfor ikke mål av seg å si noe om hvordan en tilstedeværende kunne forstå konsertene som et uttrykk for U2s samfunnsengasjement. Jeg var selv tilstede på *Popmart*-konserten i Norge. Her opplevde jeg at en rekke faktorer spilte inn på min konsertopplevelse. Jeg stod ca. 40 meter fra scenen, med flere høye personer foran meg, slik at jeg så lite av det som skjedde på scenen. Dette førte til at jeg gikk helt bakerst på stadion, og så store deler av konserten fra en tribune 150 meter fra scenen. I mine lesninger vil det raskt komme frem elementer fra konsertene, som en tilskuer umulig kan ta stilling til på 150 meters avstand. Som tilskuer på en konsert, lar man seg gjerne også rive med og hopper og danser til musikken. Gjennom dette kan man selvsagt oppleve at konserten uttrykker et samfunnsengasjement, men opplevelsen skiller seg likevel fra lyttesituasjonen hjemme, hvor man sjelden lar seg rive med i samme grad. Diskusjonen om lyttesituasjon kunne vært tatt mye lengre, og det gjør den også i Kennets (2003) studium. Mitt poeng er å understreke forskjellen mellom min lyttesituasjon fra stua hjemme, og den man opplever som tilstedeværende på en konsert.

2.5 Lesning av audiovisuelle uttrykk

Til grunn for mine lesninger ligger et *audiovisuelt* uttrykk. Jeg har i foregående avsnitt diskutert teorier som stort sett kan knyttes til populærmusikalske studier generelt. I denne delen vil jeg diskutere hva som er spesielt med et audiovisuelt uttrykk, og hvordan man kan

25.Lesningene bygger selvsagt også på bruk av synssansen, men for enkelhets skyld kaller jeg dette for *lyttesituasjon*.

nærme seg dette. De teoriene jeg diskuterer i dette avsnittet, knytter seg opprinnelig til filmmusikk eller musikkvideoer. Disse formatene skiller seg noe fra konsertformatet, som jeg studerer, men kan likevel være med på å legge et teoretisk grunnlag for min lesning.

En stor del av populærmusikalske studier knytter lesningen av et populærmusikalsk materiale til ekstramusikalske faktorer som f.eks. image. Man kunne vurdere å si at slike lesninger omhandler det *audiovisuelle*, siden jeg i denne omgang ser image som et visuelt uttrykk.²⁶ Enkelte har hevdet at en “populærmusikalsk opptreden alltid har vært et audiovisuelt fenomen, som kombinerer musikalsk lyd og det visuelle (Björnberg 2000, s. 349). En lesning av image kan knyttes til bilder og plakater, som ikke nødvendigvis står i direkte sammenheng til musikken man leser. Slike lesninger er opptatt av både det *auditive* og det *visuelle*. Begrepet *audiovisuelt* antyder at det *auditive* og det *visuelle* er knyttet sammen til ett uttrykk, og det er denne forståelsen av begrepet jeg bruker i denne oppgaven. Dette krever ikke at man har levende bilder, men det krever at det *auditive* og det *visuelle* er satt sammen med hensikt slik man finner det i filmer, tv-serier og musikkvideoer. Det er gjort flere studier på audiovisuelle uttrykk hvor populærmusikk har en rolle, men musikken har ofte kommet i bakgrunnen i forhold til det visuelle. Dette gjelder i lesninger av filmer (se: Goodwin, 1993, s. 4 og Larsen, 2005, s. 13), men også i lesninger av musikkvideoer og MTV hvor man skulle anta at musikken var omtrent umulig å komme forbi. Walser påpeker at Kaplan, i sitt studium av MTV, nesten ikke har med analyser som fokuserer på musikken i musikkvideoer (Walser, 1993b, s. 157). Når det gjelder tekster som omtaler *Zoo TV* og *Popmart* i forhold til samfunnsengasjement, ligger igjen fokuset på det visuelle. Dette gjelder kanskje spesielt i populærlitterære tekster.

Michel Chion påpeker det åpenbare at “filmer, TV og andre audiovisuelle media ikke bare retter seg mot synssansen” (Chion, 1994, s. xxv). Chions utgangspunkt er på en måte motsatt fra mitt. Han viser til at teorier rundt film har ignorert lyd og musikk, og ønsker å adressere dette spørsmålet. Som musikkviter har mitt utgangspunkt vært lyden, mens jeg i denne oppgaven konsentrere meg om lyd som kommer med bilder. Dette er en skjematisk fremstilling som ikke søker å vektlegge det ene mediet foran det andre. I et audiovisuelt uttrykk er en slik vektlegging meningsløs, da det er det sammensmeltede uttrykket som er interessant – noe Chion også argumenterer for:

26. Image konstrueres også av ikke-visuelle virkemidler som f.eks. tekster, lydbilde og musikalske teknikker. I denne oppgaven bruker jeg begrepet kun i forhold til visuelle elementer ved en artist eller et band.

“We never see the same thing when we also hear; we don’t hear the same thing when we see as well. We must therefore get beyond preoccupations such as identifying so-called redundancy between the two domains and debating inter-relations between forces.”

(Ibid., xxvi)

Når det kommer til analyse av et audiovisuelt uttrykk, foreslår Chion en metode han kaller “masking”. Masking går ut på at man spiller av en sekvens flere ganger, hvor man veksler mellom å fokusere på lyd, bilde og lyd/bilde. Utgangspunktet for at en slik metode skal fungere ligger i at forholdet mellom det auditive og det visuelle ikke skaper en total fusjon (ibid., s. 187 f). Til tross for dette, er det viktig å understreke at en analyse eller lesning av et audiovisuelt uttrykk må ta i betraktning både det auditive og det visuelle, samt interaksjonen mellom disse.

MTV har hatt en sentral plass i utviklingen av det *audiovisuelle* uttrykk innenfor populærmusikken. Goodwin tar opp diskusjonen om hvorvidt musikkvideoen har påvirket konsertene. Han siterer Frith, som hevder at live-konsertene forsøker å etterligne musikkvideoene. “A concert feels real only to the extent that it matches its TV reproduction” (Frith sitert i Goodwin, 1993, s. 18). Eksempelene på konserter som ligner på sin tilhørende musikkvideo er mange. Goodwin trekker frem Madonna, men argumenterer for at likheten mellom konsert og video skyldes at videoen bygger på artistens live opptredener. Hans “poeng er at visuelle uttrykk (...) alltid har virket i tospann med musikken²⁷” (Ibid.). Det visuelle uttrykk blir altså til som et resultat av et samarbeid med musikken. Goodwin nærmer seg “music television” gjennom tekstuelle analyser:

My purpose is to show how the conditions of production of music television are written into the text, and then to establish some possible reading formations that elaborate (...) the aesthetic and political implications of music television.

Goodwin, 1993, s. 20

Temaene som tas opp i *Zoo TV* og *Popmart* ville vært vanskeligere å oppfatte uten følge av tv-bildene som vises på scenen. Bildene er definitivt med på å klargjøre og å understreke temaene, men jeg vil si meg enig med Goodwins poeng: Det er ikke bildene alene som understreker temaene i *Zoo TV* og *Popmart*, men bildene i tospann med musikken. Man kan dermed si at temaene ligger latent i musikken, mens de fremheves av bildene. Dette understrekes av følgende eksempel: Selv om det hadde vært teknisk mulig, ville ikke U2s

27. Goodwin bruker her begrepet *the music itself*, som jeg har diskutert i et tidligere kapittel. Her forstår jeg begrepet som *det klingende* ved musikken, og ikke et uttrykk for at musikken har et eget vesen, som er fristilt sin kontekst. Goodwin påpeker nettopp denne sammenhengen mellom musikk (det klingende) og det visuelle uttrykk knyttet til musikken.

konsert fra Red Rocks (1983) blitt ledsaget av det visuelle uttrykket som vi finner i *Zoo TV*, fordi *Zoo TV*s visuelle uttrykk konsentrerer seg om mediekultur, som er et totalt fraværende tema i Red Rocks-konserten. Som det vil fremkomme i neste kapittel, ser jeg tydelige paralleller mellom det auditive og det visuelle i *Zoo TV* og *Popmart* når det gjelder tema, men like mye i bruk av språk.

Jeg har tidligere i dette kapitlet argumentert for at man oppfatter populærmusikk som meningsfull gjennom å låse opp koder. Fiske har i sin bok, *Reading television* (2003), hevdet at også TV kan forstås gjennom koder. Fiske legger vekt på det visuelle ved TV, men påpeker også musikkens rolle i forhold til å skape mening (Fiske, 2003, s. 45). I lys av dette vil jeg argumentere for at også *audiovisuelle* uttrykk kan forstås og leses som meningsfulle gjennom en dekodning.

3 Bakgrunn

I dette kapitlet ønsker jeg å tegne en bakgrunn for konsertene jeg diskuterer i kapittel 4. Dette gjelder U2s historie, utvikling av stadionkonsert-formatet samt en diskusjon rundt begrepene mediekultur og konsumkultur. Det er skrevet mange biografier om U2. Ikke alle sider ved deres historie er av like vesentlig betydning for mitt arbeid. Jeg vil relativt kortfattet tegne et bilde av deres samfunnsengasjement, musikalske produksjon (album) og turneer, bygd på biografier og intervju med bandet. Antallet biografiske tekster om bandet er svært stort, og jeg har på langt nær forsøkt å lese alle. Det vil derfor finnes bøker om samme tema som ikke er henviset til i dette kapitlet. Jeg har imidlertid forsøkt å henviser til de faglige tekstene om U2.

Da jeg først begynte på dette kapitlet, var tanken å skille mellom samfunnsengasjement, musikk og turneer gjennom forskjellige avsnitt. Det ble imidlertid raskt klart at disse faktorene henger så tett sammen, at en slik deling ville medføre mange gjentakelser. Dette ble for meg en praktisk bekreftelse på at forskning på populærmusikk må ta i betraktning både musikalske og ekstramusikalske elementer, og at disse er uløselig knyttet til hverandre. Hovedfokuset i min hovedoppgave ligger på stadionkonsertene *Zoo TV* og *Popmart*. Jeg finner det i denne sammenheng interessant å redegjøre for stadionkonsertens utvikling.

U2 har gjennom sin omlag 25 år lange karriere gjennomgått flere tydelige stilendringer. Dette er omtalt tidligere i litteraturen (Fast 2000, Opsahl 1994, Holm 2003). Jeg er stort sett enig i måten disse har delt inn U2s forskjellige perioder. Bortsett fra Holms tekst, er disse tekstene skrevet forut for bandets siste stilendring.²⁸ Følgelig er ikke denne stilendringen omtalt i disse tekstene, og den gis også liten plass hos Holm. Jeg ønsker derfor

å gi en litt mer inngående kommentar til denne perioden. U2s produksjoner på 90-tallet vil få en kortere gjennomgang her, da disse vil være gjenstand for min lesning senere. Denne biografiske gjennomgangen av U2s karriere er delt inn i fire deler jf. de stilendringer jeg mener at bandet har gjennomgått. Først forsøker jeg imidlertid å gi et overblikk over stadionkonsertens utvikling.

3.1 Stadionkonserten

Helt siden før the Beatles' berømte konsert fra *Shea Stadium* i 1966, har man holdt rockekonsserter på stadioner²⁹. TV-opptaket fra denne konserten bærer imidlertid preg av at PA-anlegget ikke var stort nok til å overdøve hyl og skrik fra publikum. Disse første stadionkonsertene var i form ikke annet enn en større utgave av f.eks de pubkonsertene the Beatles tidligere hadde holdt. Enkelte pop/rockemusikere som the Beatles, Rolling Stones og Elvis hadde imidlertid en så stor fanskare at stadionkonsert ble en nødvendighet for at publikum skulle få oppleve konsert med disse.

Med progrock-bølgen rundt 1970 fikk stadionkonserten en ny form. Grupper som Emerson, Lake and Palmer, Genesis, Yes og Pink Floyd var med på å trekke inn visuelle virkemiddel i konsertene. Konsertene ble også større i format, og bandene begynte å frakte transportable scener fra by til by (Blokhus og Molde 1996, s 273). "Stort og spektakulært" ble et ideal. Artister hadde et lekent forhold til sin egen identitet, som kom til uttrykk gjennom bruk av kostymer, masker og lys- og røykeeffekter. Pink Floyd var også tidlig ute og eksperimenterte med surround-lyd på konsertene. "Bildet av progrockeren var en reflektert, innadvendt og velutdannet kunstner, fylt av eksistensiell uro" (ibid. s. 275). Et eksempel på Pink Floyds lek med det gigantiske, er konseptet *the Wall*. Pink Floyd presenterte *the Wall* både som LP, i konsertformat og som film. I denne sammenhengen er det konsertversjonen som er mest interessant. Roger Waters følte i tiden før *the Wall* en stor avstand til sitt konsertpublikum. Den opprinnelige ideen var å illustrere denne avstanden gjennom å bygge en stor mur mellom bandet og publikum. Konseptet ble imidlertid utviklet etterhvert, og den gigantiske muren ble bygget underveis i konserten, for så å bli brukt som lerret for tre synkroniserte filmfremvisere. *The Wall* fremstår i likhet med andre progrock-konsert som en blanding av konsert og teater.

28. Det kommer frem senere i min gjennomgang at denne stilendringen finner sted mellom albumene *Pop* og *All that you can't leave behind*.

29. Når jeg snakker om *stadionkonsert*, er det medregnet innendørs konsert. Det er med andre ord snakk om "storformat-konsert".

Punken var en motkultur til disse idealene. Ironisk nok var Bob Geldof, som kan sies å være et barn av punken, hovedrolleinnehaver i Pink Floyds filmversjon av *the Wall*. Konseptet bak *the Wall*, med sin “gigantomani” kan sies å være i kraftig opposisjon til punkens idealer. U2 var i likhet med Geldof inspirert av punken, og deres konserter på 80-tallet var, bevisst eller ubevisst, en motpol til progrockens konserter. I denne sammenheng er det imidlertid interessant å observere at på 90-tallet ble noen av progrockens konsertidealer også idealer for hvordan U2 formet sine konserter. 90-tallet var også tiden for andre artister å sette opp gigantiske konserter. Michael Jackson brukte blant annet en stridsvogn som scenografisk virkemiddel. The Rolling Stones *B2B*-tour i 1997-98 fremstod med gigantiske scenerigger, store tv-skjermer og annen ekstravaganse som hørte 90-tallet til.

Parallelt med gigantkonsertene har artister som Bruce Springsteen hele tiden vært tro mot rockekonsertens “opprinnelige form” – tradisjonelle rockeinstrumenter, i liten grad bruk av prangende scenografiske virkemiddel og dertilhørende fokus på låtene. I motsetning til progrockere, som bruker masker og leker med identitet, har Springsteen alltid fremstått som en musiker fra den amerikanske arbeiderklassen, og i dette bildet passer den opprinnelige rockekonserten inn. Men også dagens popidoler som Britney Spears, Justin Timberlake og Madonna fremfører storformat-konserter. Felles for mange av disse konsertene er at det legges stor vekt på showaspektet ved konserten, og det er derfor mange dansere involvert på scenen.

Stadionkonsertens utvikling kan, med tanke på bruk av virkemidler, forstås som en veksling mellom få dimensjoner og mange dimensjoner. I bruk av virkemidler var The Beatles’ konserter på 1960-tallet *få-dimensjonale*, mens man rundt 1970 fikk konserter hvor artistene ikledde seg andre identiteter gjennom bruk av masker, kostymer og sminke. Samtidig fikk man også eksempler på konserter med store video-skjermer på scenen og mer “gjennomkomponerte” show. I denne gjennomgangen av stadionkonsertens utvikling, har jeg forsøkt å trekke frem de trekk som er sentrale for *Zoo TV* og *Popmart*. Denne gjennomgangen kan ha gitt inntrykk av at jeg forstår utviklingen som en “slalomløype”, der en konsertform overtar for en annen osv. Til tross for 1990-tallets mange-dimensjonale konserter, var det forstatt mange som holdt få-dimensjonale konserter. Hvis jeg skulle gi en grundigere gjennomgang av stadionkonsertens historie, ville jeg adoptert Carl Petter Opsahls fremstilling av jazzhistorien, hvor han får frem at “grensene mellom de ulike stilartene er åpne, at musikere innenfor de ulike stilartene hele tiden har mottatt impulser fra andre stilarter” (Opsahl, 2001, s. 17). Opsahl viser også et historiesyn, hvor en stil ikke overtar for en annen, men at begge lever videre – riktignok i stadig utvikling. For å gi et

konkret eksempel: Man sluttet ikke å spille punk da New Wave kom, men begge stilene levde videre. Dette historiesynet kan overføres til de fleste kunstformer. Når det gjelder en enkelt artists utvikling, kan man imidlertid diskutere om det er mer på sin plass å si at en stil overtar for en annen. Når jeg i de følgende avsnitt presenterer U2s utvikling som fire stilendringer, vil en slik oppfatning komme til syne. Dette innebærer ikke at jeg ikke ser likhetstrekk mellom de forskjellige stilene U2 har gjennomgått, men da bandet har gitt ut et og et album i gangen, er en slik historieforståelse mer på sin plass.

3.2 New wave og ungdommelig pågangsmot

Punken, som hadde sin storhetstid siste halvdel av 70-tallet, var en reaksjon på det man så på som ambisiøs rock, glatt pop og markedskreftenes og moteindustriens innflytelse på musikkbransjen. “Punken artikulerte samtidig ungdommens protest mot et samfunn de ikke følte seg helt hjemme i” (Blokhus og Molde, 1995, s. 333). Det vokste frem en kultur hvor *pent* var et skjellsord, og *stygt* idealet. Man måtte mao. ikke være flink til å spille for å starte et punkband. Punkebevegelsen brukte både musikk, tekster og image til å distansere seg fra de etablerte normene. Album- og låttitler som *Anarchy in the UK* (1976) og ‘God save the Queen’ (1977) fra bandet Sex Pistols er tydelig politisk ladet. Punkten ble brukt til å formidle ekstreme politiske holdninger i begge ender av den politiske skalaen; fra høyreekstremisme til antirasisme (ibid, s. 337). Det er med dette som bakgrunn at U2 startes. En annen faktor som kan ha bidratt til deres samfunnsengasjement, er U2s irske bakgrunn. Dette kommer frem i følgende sitat av Adam Clayton:

In the rest of the world, the two things that you can't talk about are religion and politics.
In Ireland the only things we talk about are... religion and politics.

(McLaughlin, 2001)

Irlands historie er alt for intrikat til å få en rettferdig skildring her. Jeg vil likevel forsøke helt kort å forklare hvordan U2s irske bakgrunn kan være en årsak til deres tydelige samfunnsengasjement. Irlands historie er preget av konflikter, kamp om land og kamp mellom religiøse retninger. På begynnelsen av 1970-tallet ble konfliktene tydeliggjort bl.a. gjennom protestmarsjer som ikke foregikk uten vold mellom partene. Britiske styrker ble derfor plassert i Nord-Irland for å kontrollere partene³⁰. Under en protestmarsj i 1972 ble 13 personer drept av britiske styrker, og denne dagen er senere kalt *Bloody Sunday*. Bono gir uttrykk for sitt forhold til Irland:

30. Partene vil nok ha forskjellige syn på de britiske styrkers nærvær i Nord-Irland.

“People were going, ‘Yeah! You’re Irish!’ But these people were seeing everything in the black and white about Ireland and they didn’t realise it was all grey. I would like to see a united Ireland, I believe it is an island. People then say do you believe in a cause enough to die for it? I believe in a cause enough to live for it. Having had a Protestant father and a Catholic mother I know how grey it is. There are no sides.”

Bono sitert i Uncut, volum 1 issue 5 s. 52

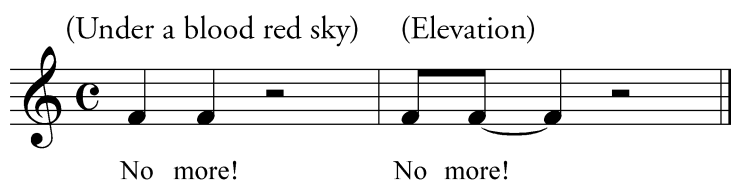
U2-medlemmenes oppvekst i en tid da konfliktene kom tydelig til uttrykk, kan være en medvirkende årsak til at bandet har et sterkt samfunnsengasjert. Mellommenneskelige konflikter både på nasjonalt og internasjonalt nivå har vært utgangspunkt for mange av U2s låter og konserter, noe jeg kommer nærmere inn på i de påfølgende avsnitt.

U2 startet på slutten av 70-tallet i kjølvannet av punken. Tydelig inspirert av punken omtales deres tre første plater *Boy* (1980), *October* (1981) og *War* (1983) stedvis som post-punk og stedvis som new-wave. Ungdommelig pågangsmot kan kanskje karakterisere disse platene. Kanskje kan deres irske bakgrunn også være en faktor for deres friskhet. U2-biograf Bill Graham hevder at “in time-warped Ireland, rock was still a dream. The first generational battles for rock culture (...) were still being fought in Ireland. (...) U2 could still count themselves among the pathfinders of the first” (Graham, 1995, s. 3). Allan Moore påpeker fire karakteristika for hele U2s produksjon på 80-tallet. Første karakteristikon er “åpne harmoniske sekvenser ofte bestående av bare to akkorder som alternerer” (Moore, 2001, s. 162). Disse fører videre til at man ikke har tydelige skiller mellom vers og refreng. Det andre karakteristikon kommer til uttrykk gjennom at bassen holder seg til akkordens grunntoner. Dette er ifølge Moore typisk for punken, selv om U2s låter stort sett går i et saktere tempo. Spesielt frem til og med *Under a blood red sky* er gitarene spilt inn uten overdubbing. Man har altså ikke en rytme- og en lead-gitar, slik man f.eks finner det i 60-tallets Shadowsband. The Edge utfyller disse to rollene ved å legge akkordene i et høyt register, gjerne ved bruk av arpeggio. Dette er Moores tredje karakteristikon. Til sist er det Bonos måte å synge på, som i hvertfall på de første albumene har tydelige referanser til punken (ibid. s 162-3).

U2 oppsummerer deres første periode med livealbumet *Under a blood red sky* (1983). Denne konserten fra “Red Rocks” i Colorado er en del av *War*-turneen, og ble også utgitt som konsertfilm. I form og scenografi er disse konsertene³¹ svært enkle sammenlignet med 90-tallets konserter. Låtene spilles fortløpende, av og til med en liten intro av Bono. De scenografiske virkemidlene består hovedsaklig av lys og bildet fra albumcoveret til *War* i stort format. Bono er ikledd en singlet påtegnet “U2-War tour” og et hvitt flagg. Det hvite flagget

31. Jeg lar opptaket fra Red Rocks stå som representant for U2s konserter på første halvdel av 80-tallet.

står som et symbol for turneen. Under ‘Sunday bloody Sunday’ marsjerer Bono over scenen med et stort hvitt flagg. U2 har spilt ‘Sunday bloody Sunday’ på alle turneene utenom *Zoo TV*, og denne kan derfor stå som sammenligningsgrunnlag mellom de forskjellige turneene. Låten er en kommentar til den tidligere omtalte *Bloody sunday*. Det virker som om U2s tanke bak fremføringen på Red Rocks er at “en alvorlig låt krever en alvorlig fremføring.” Bono holder seg ganske slavisk til låtens marsjpreg.³² Med alvor i blikket får han publikum til å taktfast rope “No more!”. Dette gjør han også på Dublinkonserten i 2001. Her er imidlertid fokuset på det taktfaste borte (se fig. 10).



Figur 10: Sunday bloody Sunday, to versjoner

Dette reduserte fokus på det taktfaste og militante går igjen i hele Bonos fremføring anno 2001. Red Rocks-versjonen av ‘Sunday bloody Sunday’ ligger nærmere originalen enn senere fremføringer. Dette er naturlig følge av at det var første turneen de spilte låten. Likevel synes jeg fremføringen på *Under a blood red sky* er representativ for dens tilhørende konsert med tanke på hvordan Bono opptrer på scenen.

U2-biograf Bill Graham mener at bandet hadde mistet noe av sin originale ungdommelige uskyld på *War*-konserten. Tidligere fant Graham det spennende å følge Bonos gambling, feiltrinn og i siste sekund reddende snuoperasjon på scenen (Graham, 1995, s. 30). U2 fremstår riktignok som et band med erfaring, men sett i forhold til dagens U2-konserter fremstår *Red Rocks*-konserten som fylt med ungdommelig pågangsmot.³³ Ikke minst kommer dette frem gjennom Bonos måte å bevege seg på scenen. Hans bevegelser er hoppende og raske der de i dag er mer langtrukne og slepende. Også fremføringen av låtene vitner om ungdommelig pågangsmot. De låtene som også brukes live i dag ble på *Under a blood red sky* spilt både i et raskere tempo og i en høyere toneart.

32.For en grundigere lesning av *Sunday bloody Sunday*, se Susan Fast (2000)

33.Låten *Seconds* er andre låt på konsertvideoen. Her synger the Edge solo. Dette kan av seeren tolkes som at bandmedlemmene ikke hadde funnet sine posisjoner enda. I selve konserten ble imidlertid låten spilt midt i konserten, noe som slår ihjel en slik tolkning.

3.3 Interesse for USA

Siste halvdel av 80-tallet blir av mange karakterisert som U2s fokus mot Amerika. Denne perioden innledes av albumet *The unforgettable fire* (1984). Med dette albumet begynner U2s forhold til produsentene Brian Eno og Daniel Lanois. Eno er en av guruene innenfor ambient musikk, hvor bl.a. hans *Ambient 1: Music for airports PVC* (1978) karakteriseres av små repetative synth-motiver med nærmest uendelige klanger. I tillegg hadde han før tidligere produsert artister som Talking heads og David Bowie. Enos innflytelse på U2s lydbilde er tydelig allerede fra første låt. The Edge bruker stort sett clean-lyder på *The unforgettable fire*, også på rene rockelåter som 'Pride' og 'Wire'. Frem til og med *War*-albumet ble det som sagt i liten grad brukt overdubbing. Dette endres med *The unforgettable fire*, hvor flere gitarspor smelter sammen. Et godt eksempel på dette er 'Where the streets have' no name fra *The Joshua Tree*. Her spiller the Edge sekstendeler over en lys treklang. Dette sporet blandes sammen med et rent perkusivt spor, hvor the Edge slår sekstendeler over dempede strenger (Classic albums, 2000). Det ble brukt relativt mye klang på U2 tidligere album, men på *The unforgettable fire* er klangene mer homogene. Dette kan kanskje tilskrives ambientmusikeren Eno. Graham hevder at Eno og Lanois ble hentet inn for å gi U2s musikk et mer europeisk preg (Graham, 1995, s.37). Dette står i kontrast til at andre hevder at U2 i denne perioden orienterte seg mot Amerika (Opsahl, 1994, s. 27). Jeg skal ikke ta noen lang diskusjon om musikken er amerikansk eller europeisk inspirert. I pop og rock har inspirasjonen krysset Atlanterhavet så mange ganger at det er vanskelig å si hva som er genuint amerikansk og hva som er genuint europeisk. Tematikken på *The unforgettable fire* er imidlertid klart amerikansk inspirert: Albumtittelen er hentet fra en utstilling med barnetegninger av bombingene av Hiroshima. Låten 'Pride' er en hyllest til Martin Luther King. Det samme er låten 'MLK', som bærer hans initialer. Ellers bærer sangtitler som '4th of July' og 'Elvis Presley and America' preg av et fokus på Amerika.

Rundt midten av 80-tallet var en tid da artister samlet seg til inntekt for veldedige formål. I England samlet man seg rundt Band Aids 'Do they know it's christmas?' til inntekt for Etiopia. I USA hadde man "USA for Africa", som spilte inn superhiten 'We are the world'. Også i Norge ville man være med på veldedighetsbølgen, og "Forente artister" samlet seg og spilte inn 'Sammen for livet'. Også den norske låten var til inntekt for Etiopia³⁴, som

34. Tyve år etter samler igjen Bob Geldof kjente artister for å gjøre en ny innspilling av *Do they know it's christmas?* Morgenbladet presenterer i en artikkel et interessant innspill til virkningene av disse veldedighetslåtene under tittelen *Da Band Aid ødela Etiopias image* (Morgenbladet, 5.-11. November 2004)

opplevde hungersnød pga. seks år med tørke. I 1985 deltok U2 på Bob Geldofs *Live Aid*-konsert i London. Han organiserte en seksten timer lang konsert, som delvis foregikk i London og delvis i Philadelphia. Sammen med U2 deltok meritterte artister som Queen, Phil Collins, Paul McCartney, Elton John og David Bowie i London. U2 hadde sammenlignet med disse en beskjeden karriere, men leverte en bemerkelsesverdig opptreden. De hadde 15 minutter til rådighet, og planla å spille 'Sunday bloody Sunday', 'Bad' og 'Pride'. Under 'Bad' fant imidlertid Bono ut at han ville danse med en jente blant publikum. Bono hoppet ned fra scenen, løp til jenta han hadde sett og omfavnet henne. Imens stod tre fortvilte bandmedlemmer og måtte spille Bad i nesten tretten minutter. De fikk aldri tid til å spille 'Pride'. Etter konserten følte Bono at han hadde ødelagt alt, og "skutt U2 i hodet foran hele verden" (Taylor, 1993, s. 58). Det var imidlertid denne hendelsen folk husket best fra konserten. Bono omfavnet jenta, som om han skulle omfavne hele verden. "Dette øyeblikket summerte opp essensen i Live Aid" (Ibid. s. 58). Etter konserten jobbet Bono og hans kone Ali som frivillige i det sultrammede Etiopia. Midten av 80-tallet var også tiden for fokus på apartheid i Sør-Afrika. Steven Van Zandt, bedre kjent som gitaristen Little Steven i E-Street Band, organiserte en innspilling kalt *Artist against Apartheid LP*. Bono deltok på denne innspillingen, hvor han også skrev låten 'Silver and Gold'. I tillegg deltok U2 på flere såkalte veldedighetskonserter og -turnéer i denne tiden, og brukte disse til å gi uttrykk for sitt samfunnsengasjement. Under en nasjonal *Self Aid*-konsert kommenterte bandet Irlands høye arbeidsledighet gjennom en coverversjon av John Lennons 'Cold Turkey'. I utgangspunktet handler ikke låten om arbeidsledighet, men om narkotika. Jeg ser likevel noen mulige lesninger som knytter låten til arbeidsledighet. Først kan man lese 'Cold Turkey' som en metafor på arbeidsledighet. Dernest kan man anta at arbeidsledighet medfører at man lettere tyr til narkotika. Til slutt kan låten knyttes til arbeidsledighet gjennom John Lennon, som hadde et "working class hero"-image. U2 har ved flere anledninger fremført coverlåter.³⁵ Enkelte ganger brukes disse for å hylle deres musikalske forbilder, mens de andre ganger, som ved *Self Aid*-konserten, brukes for å sette fokus på spesielle tema.

U2s dragning mot det amerikanske kommer kanskje enda tydeligere til syne på *The Joshua tree* (1987) og livealbumet og konsertfilmen *Rattle and Hum* (1988). Også på disse platene er temaene delvis amerikanske: Det kjente albumcoveret fra *The Joshua tree* er tatt i

35.F.eks 'Unchained melody' (Righteous brothers), 'Helter skelter' (Lennon/McCartney), 'Dancing queen' (ABBA)

en amerikansk ørken. Dette spillet med Amerika og amerikanske symboler gikk ikke ukritisk forbi. “Were these Irishmen in their cowboy clobber Mexican emigrants or lost gringos? (...) Had the Irish the right to plunder and play with American images and music” (Graham, 1995, s. 52). Denne type kritikk kom enda sterkere frem i forbindelse med konsertfilmen *Rattle and Hum*, som stort sett bygger på opptak fra Amerika. Her finner vi bilder fra Graceland, B.B.King spiller med U2 på låten ‘When love comes to town’, ‘I still haven’t found what I’m looking for’ fra *The Joshua tree* har fått en tydelig gospeldrakt, og U2 fremfører denne sammen med et gospelkor fra Harlem. Opptak fra Jimi Hendrix’ ‘The star spangled banner’ åpner låten ‘Bullet the blue sky’. U2 fremfører en coverversjon av Bob Dylans ‘All along the watchtower’. Til sist kan det nevnes at U2 spilte inn ‘Angel of Harlem’ i Sun studios hvor bla.a Elvis og Jerry Lee Lewis spilte inn sine første låter.

War-turneen og *Joshua Tree*-turneen minner om hverandre hva format angår. Den største forskjellen i tekniske virkemiddel er at lyssettingen på sistnevnte er mer avansert. Det brukes i større grad bevegelige lyseffekter, men man finner også større bruk av spotlights på det enkelte bandmedlem. *Joshua Tree*-turneen er også den første turneen hvor U2 bruker ferdiginnspilte bakgrunnspor eller såkalte clicktracks. Dette gjelder for eksempel synthintroen og outro på ‘Where the streets have no name’. Bruken av clicktracks på *Joshua Tree*-turneen er imidlertid veldig sparsom i forhold til bandets senere turneer. U2 kunne valgt å bruke innleide musikere på scenen for å lage det ønskede lydbilde, slik f.eks Pink Floyd gjør. Det virker imidlertid som et bevisst valg fra U2 at de ønsker å fremstå som en tydelig enhet på fire personer. På filmen *Rattle and Hum* hvor konsertopptakene er hentet fra *Joshua Tree*-turneen, finner man flere steder at Bono proklamerer sine meninger enten som introduksjon til en låt, eller midt i en låt. Et eksempel på dette er ‘Sunday bloody Sunday’, hvor Bono holder følgende “tale” før låten begynner:

Well here we are, the Irish in America. The Irish have been coming to America for years. Going back to the great famine, when the Irish were on the run from starvation and a British government that couldn't care less. Right up to today you know, there are more Irish immigrants here in America today than ever. Some illegal, some legal. A lot of them are just running from, high unemployment. Some run from the troubles in Northern Ireland from the hatred of the h-blocks, and torture. Others from wild acts of terrorism like we had today in a town called Enniskillin where 11 people lie dead, many more injured - on a sunday bloody sunday...

(Fra *Rattle and Hum*)

Her ser man at Bono bruker nye uttrykksformer for å holde låten aktuell. Borte er det hvite flagget fra *War*-turneen. Fremføringen på *Rattle and Hum* er imidlertid spesiell, da 13 mennesker ble drept av en IRA-bombe samme dag som konserten fant sted. Tilfeldighetene

ville ha det slik at denne bombingene også fant sted på en søndag. Man kan nesten merke hvor sterkt bombingene påvirket U2 idet de spiller 'Sunday bloody Sunday' raskere og med en større intensitet enn noen gang. Midt i låten gir Bono irsk-amerikanerne det glatte lag og sier: "I've had enough of Irish Americans who haven't been back to their country in 20 or 30 years come up to me (...), and talk about glory of the revolution. Fuck the revolution!" Denne kvelden er siste gang på rundt ti år at U2 spiller 'Sunday bloody Sunday'.³⁶

3.4 Teknologi for alle penga

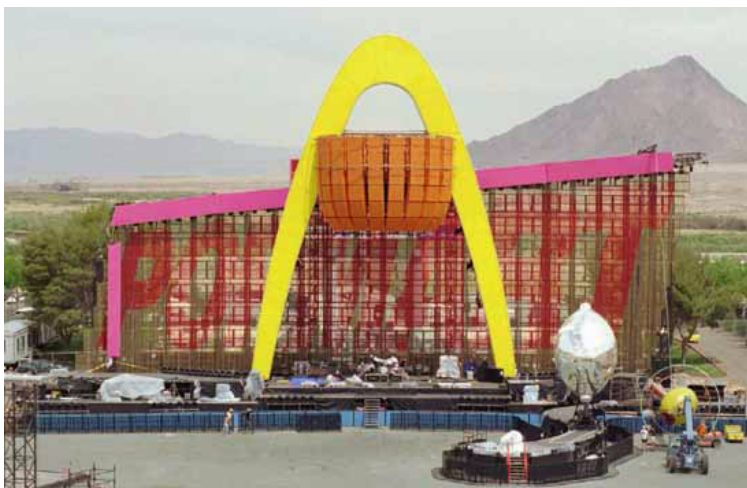
Etter *Rattle and Hum* (1988) kom ikke U2 med noen utgivelser av noe slag før *Achtung Baby* (1991). På nytt fikk lytteren umiddelbart oppleve at U2 hadde tatt en ny retning. Eno og Lanois var fortsatt med som produsenter. Moores beskriver noen karakteristiske trekk ved U2s lydbilder på 1980-tallet. "U2 frequently make use of registral emptiness between guitar and bass, which the voice is free to fill, and which contribute to the spaciousness" (Moore, 2001, s. 162). Denne beskrivelsen er ikke like dekkende for majoriteten av U2s låter på 1990-tallet. The Edge, som tidligere hadde vært kjent for å holde seg høyt i registeret, flyttet nå sitt spill ned både en og to oktaver. På denne måten ligger gitarspillet nærmere bassen, og lydbildet på *Achtung Baby* er dermed tettere enn tidligere. Åpningssporet 'Zoo Station' er et totalt brudd med 80-tallet. Gitaren ligger som sagt i et mørkere register, og er kraftig forvrengt og prosessert. På introen høres trommene ut som industristøy, gjennom at de er kraftig forvrengt og komprimert. Adam, som tidligere stort sett lå på akkordenes grunntone, spiller nå bassganger. Også Bonos stemme er forvrengt og prosessert mot det ugjenkjennelige. Et annet brudd med det typiske fra 80-tallet er at det på mange av låtene på *Achtung Baby* er tydeligere skiller mellom vers og refreng. Det er viktig å påpeke at jeg her snakker om tendensene. Det vil i alle U2s perioder finnes flere unntak som stilmessig hører hjemme i en annen periode.

Underveis på *Zoo TV*-turneen spilte U2 inn *Zooropa*. Albumet, som opprinnelig skulle være en EP, bygger bl.a. på opptak fra turneens lydprøver. *Zooropa* er fortsettelsen på U2s lek med ny teknologi. På 'Numb' synger the Edge monotont på en tone en strøm av ord: "Don't move, don't talk out of time, don't think, don't worry, everything's just fine..." Gitaren er kraftig prosessert av en slags flangereffekt. Trommene danner nærmest en hip-hop groove, og underveis i låten brukes det synther og orgel i mye større grad enn på *Achtung Baby*. En annen karakteristisk låt fra *Zooropa* er 'Lemon'. Igjen er det brukt mange synther. Bono

36. www.u2wanderer.org

synger i falsett stort sett hele låten. Både *Achtung Baby* og *Zooropa* bærer preg av at “teknologien har jobbet med de originale lydene”. Dette går igjen også på platecoverene. På 80-tallet var det veldig konkrete platecovere, med bilde enten av en gutt eller bandet. På 90-tallet har “teknologien også jobbet med platecoverene”. På *Zooropa* er det f.eks ikke et eneste bilde som ikke er kraftig prosessert. Mange av bildene forestiller ugjenkjennelige figurer. U2 fjerner seg på denne måten både musikalsk og gjennom image fra det konkrete og “ekte”.

U2s tredje album på 90-tallet *Pop* kan kanskje sees på som slutten i en teknologi-trilogi. For første gang siden albumet *War* er ikke Brian Eno og Daniel Lanois med som produsenter. I stedet er teknikere fra tidligere plater Flood og DJ Howie B produsenter. Som på *Achtung Baby* er kanskje det første sporet det mest ekstreme i forhold til tidligere plater. ‘Discotheque’ er en lek med dance generen hvor det i stor grad brukes filter og flangereffekter på gitarene. Rytmeseksjonen er også utvidet med perkusjonsinstrumenter man ikke finner på tidligere U2 låter. De nye produsentenes innflytelse på plata er for såvidt tydelig, men man finner også eksempel på mer tradisjonelle rockelåter på *Pop*. Albumet ble etterfulgt av turneen *Popmart* hvor *gigantisk* var et enda større mål enn tidligere. Scenen bestod blant annet av verdens største tv-skjerm (45*15 meter), en tolv meter høy sitron med et diskokule-lignende skall. Midt på scenen fant man en 30 meter høy gul halv McDonalds “M”. Høytalerne var malt oransje og formet en stor appelsin.



Figur 11: Scenen fra *Popmart*-turneen

U2 brukte *Zoo TV* og *Popmart* til å uttrykke sitt samfunnsengasjement på en annen måte enn tidligere, gjennom video på scenen og andre omtalte symboler (se fig.11). Fokuset,

som tidligere gjerne lå på mellommenneskelige konflikter på nasjonalt og internasjonalt nivå, ble nå delvis flyttet mot mediasamfunnet og konsumerisme. Bono begynte også å ikle seg andre skikkelser på *Zoo TV*. Dette, i tillegg til gigantiske scenerigger, minner om progrockens konsertidealer, hvor man gjerne ikledde seg masker.

3.5 Forward to basic

1990-tallet stod for U2 i teknologiens tegn. *All that you can't leave behind* (2000) ble et brudd med denne trenden. Her har U2 skapt et mer tradisjonelt rockelydbilde: Trommene virker spilt, der de på 90-tallet bar preg av å være loopet. Bonos sang er i liten grad prosessert av effekter som forvrenger stemmen. The Edge har på ingen måte kuttet ut effektbruken, men disse er ikke like ekstreme som på 90-tallet. Det er også i stor grad brukt klassisk vrenge og clean-gitarer uten flere effekter. I tillegg er det brukt piano, strykere og andre instrumenter som gir platen et mer akustisk og autentisk preg³⁷. 'Elevation', som ble tittelspor til den tilhørende turne, er den låten som bærer preg av tettest slektskap til 90-tallets U2. Her finner vi igjen elementer som kraftig prosessert gitar, prosessert stemme. På bridgen er Bonos stemme prosessert med en pitch-effekt, slik at han synger flerstemte harmonier med seg selv. Uten å gå nærmere inn på analyser av platene, virker det som at *All that you can't leave behind* består av mer tradisjonelle låter i den forstand at de lar seg spille på en kassegitar³⁸. De er i så måte ikke like avhengige av sin produksjon.

På samme måte som det tilhørende album *All that you can't leave behind* ble turneen *Elevation* på mange måter en dreining mot den tradisjonelle rocken. Borte var the Fly, gigantiske tv-skjermer, meloner, trabanter og annen ekstravaganse. Men *Elevation* er mer enn en "Back to basic"-turne. Konsertene ble stort sett spilt på innendørs arenaer, hvor deler av publikum befant seg på tribunen bak scenen. Dette gjorde også sitt til at man ikke kunne ha like mange sceneeffekter som på *Zoo TV* og *Popmart*. Likevel ble det plass til tv-skjermer som kunne heises opp og ned i scenegulvet. I taket over scenen hang fire skjermer som hele tiden fulgte hvert sitt medlem i bandet. Også på *Zoo TV* og *Popmart* kunne publikum få "nærkontakt" med bandet gjennom tv-skjermer, men her var bildene mer produserte. For

37. Jeg skal ikke gå nærmere inn på diskusjonen rundt autentisitet i rock, men henviser i denne sammenheng til Moore (2001) og Walser (2003)

38. Dette hører også med i autentisitetsdebatten. Ifølge Moore er begrepet *autentisk* brukt om låtskriving i singer-songwriter-tradisjonen, hvor intimitet og umiddelbarhet konnoterer autentisitet (Moore, 2001, s. 199). Det er i denne sammenheng jeg ser låtene på *All that you can't leave behind*.

skaperne av *Elevation*-turneen var det et poeng å gjøre avstanden mellom band og publikum minst mulig. Hver av de fire skjermene er derfor koblet direkte til hvert sitt kamera, og fungerer dermed mer som en kikkert enn som et tv-show. Dette er også et element i en slags autentisitetsetetikk som gjennomsyrrer både albumet *All that you can't leave behind* og turneen *Elevation*. *Elevation*-turneen ble av bladet *Rolling stone* kalt for “U2’s forward to basic tour” (DeCurtis, 2001). Denne tittelen er dekkende, da den tradisjonelle rockekonsertens rammer brukes i møte med multimediateknologi.

Også samfunnskritikken får en ny form etter 90-tallets mammutkonserter. På *Elevation* uttrykkes kritikken fortsatt i stor grad gjennom tv-skjermer på scenen, men “språket” er mye enklere. Der man på 90-tallet ble bombardert med meldinger så raskt at man ikke fikk med seg sammenhengen, kommer meldingene nå i et roligere og mer ettertenksomt tempo. Før ‘Bullet the blue sky’ vises to tekster på tv-skjermene:

“The five permanent members of the UN security council are: USA, UK, France, China and Russia”

“The five biggest arms traders in the world are: USA, UK, France, China and Russia.”
(Fra U2 Go Home)

Der *Zoo TV* og *Popmart* konsentrerte seg henholdsvis om mediasamfunn og konsumerisme, er det vanskeligere å finne ett liknende hovedfokus i *Elevation*. *Elevation* kan derfor sees på som en tradisjonell rockekonsert, mer enn et show. Bonos måte å fremføre sin samfunnskritikk fra scenen er også mer subtil. Han proklamerer ikke sine meninger slik han gjorde på 80-tallet. På *Elevation* kan man ane hans samfunnskritikk gjennom at han forandrer på gamle tekster for å sette de i en ny kontekst. Den tidligere omtalte ‘Bullet the blue sky’ (heretter kalt ‘Bullet’) er et godt eksempel på dette. Her synger han de to første versene omtrent som originalt, før resten av låten er en omtale om og samtale med John Lennon. Her bruker Bono sitater og parafraaser fra Lennontekster. “Live in love and peace” er en omskrivning av ‘Imagines’ “Living life in peace”. “Feel like an old shoe” henspeler på the Beatles’ låt ‘Old brown shoe’³⁹. Mark Chapman, som er John Lennons morder, står i ‘Bullet’ som personifiseringen av drapsmenn i USA.

Bono bruker ofte slike linker til personene han omtaler i låter. I ‘Pride (in the name of love)’ og ‘MLK’, som begge omhandler Martin Luther King Jr. finner vi tekstlinjene: “Early morning, April four, a shot rings out in the Memphis sky, Free at last, they took your life.” Disse linjene viser til drapet på Martin Luther King den fjerde april i Memphis. “Free at

39. Denne ble imidlertid sunget av George Harrison.

last” ser jeg på som en form for “kjenning⁴⁰”. Man kan også tenke seg at Bono ønsker å forhøye Martin Luther King Jr. ved å sette ham i en en posisjon tilsvarende andre hvis navn ikke kunne nevnes.⁴¹ Luther King refererte til “Free at last”, som er en negro spirituals, i hans berømte tale hvor han også uttaler “I have a dream (...)”. I ‘MLK’ henviser Bono til denne delen av talen: “Sleep, sleep tonight, and may your *dreams* be realized.” I andre låter tar Bono for seg bibelske tekster, og bruker disse enten direkte eller i omskrevet form.⁴²

Tematikken i ‘Bullet’ fra Boston-konserten omhandler spesielt våpensalg i USA. Før låten vises en video av lederen i *the National rifle association*, Charlton Heston, som uttaler:

Well here's my credo: There are no good guns, there are no bad guns. A gun in the hands of a bad man is a bad thing. Any gun in the hands of a good man is no threat to anyone... except bad people

Bruken av statistikk og prognoser, “Six hundred and seventy six thousand will go down in the streets of America with a bullet in the next 20 years”, minner om retorikken slik vi finner den i Michael Moores *Bowling for Columbine* (2002). I denne filmen blir også Charlton Heston konfrontert med amerikans holdning til håndvåpen. Denne typen retorikk er ikke ulik den Bono brukte på 80-tallet. Den tydeligste forskjellen ligger kanskje i at Bono anno 2001 proklamerer sine meninger i rytmisk form, som en del av den tilhørende låt⁴³.

De siste årene har Bono fått utløp for sitt samfunnsengasjement i nye fora. På 80-tallet deltok U2 på Bob Geldofs *Live Aid*-prosjekt. Gjennom dette klarte kjente artister å samle inn 200 millioner dollar (ca. 1,5 milliarder kroner) til Afrika. Direktøren i DATA (Debt, AIDS, Trade Afrika) gjorde Bono oppmerksom på at de afrikanske landene betalte denne summen i “u-landsgjeld” hver femte dag. Drummond ønsket Bono med i sin daværende organisasjon *jubilee 2000*, og tenkte at Bono kunne bidra til arbeidet med å slette u-landsgjelda med konserter og plateinnspillinger (Leland, 2000). Bono ønsket imidlertid en annen rolle i arbeidet, og har de siste årene brukt sin posisjon som rockestjerne til å diskutere Afrika-saken med kjente personer som Bill Clinton, Georg W. Bush, Pave Johannes Paul II, Bill Gates og Kofi Annan m.fl. Bono sier i et intervju med Time at han har gitt opp musikken som en politisk kraft. Han mener at han får utrettet mer ved å lobbyere i politiske

40.*Kjenning* er et virkemiddel brukt i norrøn verskunst, og er en lyrisk omskrivning på to eller flere ord. Man kunne f.eks. erstatte *blod* med *sverdets svette*. (se: www.gmsys.net).

41.Feks det forbudte gudsnamnet Jahve, men også djevelen som også kalles “mannen med ljåen”

42.For en gjennomgang av bibelske sitater og omskrivninger, se Opsahl, 1994

43.Et annet eksempel er låten *One* hvor tillegg til originalteksten fremføres som sang, også med ny melodi.

bakrom enn å synge på utsolgte stadionkonserter. “U2 is about the impossible. Politics is the art of the possible. They’re very different, and I’m resigned to that now” (Tyrangiel, 2002). I dette utsagnet kan man forstå sammenhengen mellom Elevationturneens reduserte fokus på politiske kampsaker og Bonos politiske engasjement.

Høsten 2004 kom U2 med sitt hittil siste album, *How to dismantle an atomic bomb*. Albumet har stort sett fått positiv omtale i media, og U2 mener (selvfølgelig?) at det er et av deres beste album. Med tanke på lydbilde er ligger *How to dismantle an atomic bomb* nært deres foregående album, *All that you can't leave behind*. Det er for tidlig å si noe om hvordan platen vil bli vurdert i sammenheng med deres tidligere album, og det blir også interessant å se hvordan den nye turnéen utformes, men umiddelbart ser jeg platen som nummer to under perioden “forward to basics”. U2 åpnet *Live 8*-konserten i London sommeren 2005.⁴⁴ I samsvar med Bonos engasjement for Afrika og kampanjer som “slett u-landsgjelda”, virker det som at U2 også fokuserer på tema av internasjonal karakter. Der musikken har endret seg med deres to siste album, kan man også ane at temaene de er opptatt av også har endret seg; vekker fra personlige spørsmål om mediekultur og konsumkultur, tilbake til nasjonale og internasjonale spørsmål som stod i fokus på 1980-tallet. Dette er en skjematisk forenkling, da man i alle “periodene” av U2s karriere kan se en blanding av de temaene som tas opp.

Det er interessant å se at de produktene U2 leverte forut for de to siste stilendringene (*Rattle and Hum*, album og film, og albumet *Pop* med turnéen *Popmart*) i ettertid blir kritisert av både presse og av bandet selv. Jeg har allerede kommentert hvordan *Rattle and Hum* fikk en dårlig mottagelse. I forbindelse med U2s siste turné uttaler Larry i et intervju at “sometimes you can get caught up in a certain madness, where you believe you can do anything. (...) But because we didn’t have our act together the production swallowed us up” (MOJO, #140, 2005, s. 85). U2 har fått gode kritikker for at de har klart å holde seg populære uten å kopiere seg selv. Kanskje kan *Rattle and Hum* og *Pop* tolkes som resultatet av at U2 drar sine tendenser for langt, og at de dermed må ta en pause før de kommer med en mottendens.

44. Personlig var det et høydepunkt, da åpningslåten *Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band* var et samarbeid mellom U2 og Paul McCartney.

3.6 Mediekultur og konsumkultur

Mediekultur og konsumkultur er begreper som er gjennomgående brukt i oppgaven. I det følgende ønsker jeg å diskutere hvordan jeg anvender disse begrepene. Store deler av den vestlige verden har de siste 60 årene gått fra å være et samfunn som produserer det man trenger for å leve til å bli et samfunn som kjøper eller konsumerer det man trenger. Slik sett kan man si at man har gått fra en *produksjonskultur* til en *konsumkultur*. Hvis man ser på Norge, kan man trolig snakke om en *konsumkultur* i større byer også før 1950, men i dag omfattes de aller fleste av begrepet, enten man bor i by eller på landet. Grunnlaget for *konsumkulturen*⁴⁵ kan forklares ved at man arbeider for å få penger til å kjøpe/konsumere, istedenfor å arbeide for å produsere varer. En slik forklaring evner imidlertid bare å skille konsumkultur fra produksjonskultur, og sier ikke noe videre om innholdet i konsumkulturen. Konsumkultur kan også forklares blant annet ved at mennesker bruker artikler og varer til å skape sosiale forbindelser eller distinksjoner. Begrepet kan også forklares ved at konsumering kan skape følelsesmessig nytelse hos konsumenten (Featherstone, 1991, s. 13).⁴⁶

Mediekultur står på mange måter i et gjensidig avhengighetsforhold til *konsumkultur*. Konsumkulturen bruker media for å reklamere for sine produkter, mens deler av mediekulturen er avhengig av konsumkulturen for å eksistere. Dette gjelder ikke bare gjennom inntekter knyttet til annonser og reklame, men de medier som krever tilstedeværelse (dvs. TV, internett og aviser – til forskjell fra radio) er avhengig av at konsumenten har *tid* til å bruke mediet. I en konsumkultur har medlemmene mye mer tid til å konsumere medier, enn det som er tilfellet i mange produksjonskulturer. Her aner man enda en forbindelse; mediene er et produkt som *konsumeres*⁴⁷ på linje med andre produkter. Når man hevder at *Zoo TV* handler om mediekultur og *Popmart* handler om konsumkultur, er det følgelig sannsynlig at konsertene har mange felles møtepunkt. Dette gjør at jeg ønsker å lese konsertene sammen der det er naturlig. Disse begrepene er også diskutert sammen i flere tekster. Koblingen mellom konsumkultur og mediekultur kommer blant annet til uttrykk i MTV. Thomassen mener at “MTV kan fortolkes som en dramatisert realisering av

45. Jeg bruker begrepet også i bestemt form, under forståelsen av at man vanskelig kan snakke om en ensartet kultur. Det er ikke min intensjon å diskutere alle falsetter knyttet til *konsumkultur*, og bruken av begrepet i bestemt form skaper et mer lettlest språk i oppgaven.

46. For en grundigere diskusjon av forskjellige syn på begrepet *konsumkultur*, henviser jeg til Featherstone (1991).

47. Her brukes *konsum* i en overført betydning, i det at det ikke er en konkret vare (f.eks. et brød) som forbrukes. Likevel finner jeg det hensiktsmessig å snakke om *konsum* av mediekultur.

samrøret underholdning og forbruk” (Thomassen, 1996, s. 221). Thomassen hevder videre at MTV kjennetegnes av at det er umulig å skille reklame og det egentlige programmet, fordi disse oppleves som “en samling medietekster om forbruksstiler og livsstiler som tematiserer det viktigste elementet i livet: fritid og fritidspraksiser hvor en skal ha det gøy” (ibid.). Her kommer man igjen tilbake til *tid* og spesielt *fritid* som et av prinsippene for mediekulturen.

Thomassen påpeker at mediekulturen sprer seg gjennom radio, film, reklame, trykte medier, og kanskje viktigst – TV (ibid., 218). Omtrent ti år etter at Thomassens artikkel ble skrevet, er det også naturlig å trekke frem internett som en av de viktigste kanalene for mediekulturen.

4 Lesninger

I dette kapittelet presenterer en lesning som søker å belyse problemstillingen: Hvordan kan U2-turnéene *Zoo TV* og *Popmart* sees som et uttrykk for deres samfunnsengasjement? Jeg har valgt å legge vekt på noen undertema, knyttet til det som kan kalles hovedtemaene i konsertene *Zoo TV* og *Popmart*. Disse undertemaene er noen steder felles for konsertene, mens de andre steder knyttes mest til en enkelt konsert. Jeg har derfor valgt å ikke skille lesningen av konsertene fra hverandre. I lesningen legger jeg vekt på *hva* jeg opplever at U2 vil si og *hvordan* dette kommer frem gjennom musikalske og ekstramusikalske elementer i konserten. Jeg ønsker altså å diskutere hvilket budskap jeg opplever at U2 komme med i *Zoo TV* og *Popmart*. Slik sett skiller mitt fokus seg fra Holms, som “ikke legger vekt på musikkens budskap, men hvordan musikk og fremførelse skaper relasjoner til lytteren” (Holm, 2003, s. 1). Knyttet til *hvordan*, er det viktig å påpeke at jeg ikke tar meg mål av å presentere *alle* elementene som kan knyttes til deres samfunnsengasjement. Det finnes mange eksempler på at flere elementer i konsertene kan leses som et uttrykk for det samme, og i slike tilfeller ønsker jeg heller å gi en dekkende lesning av konsertene enn en “uttømmende” lesning. Lesningens veksling mellom *hva* og *hvordan* blir en eksemplifisering og praktisk utprøving av teoriene om *to betydningsnivå*, som er diskutert i kapittel 2. Teoriene i kapittel 2 ligger som et bakteppe for lesningene uten at jeg i særlig grad trekker frem teori-begrepene på nytt i lesningene. I tillegg til musikalske og ekstramusikalske elementer, diskuterer jeg noen virkemidler som ligger som bakgrunn for mye av innholdet i *Zoo TV* og *Popmart*. Et delmål for lesningene er som sagt å diskutere hvilket forhold det er mellom musikalske og ekstramusikalske elementer i konsertene. Dette spørsmålet vil bli behandlet sammen med diskusjonene av virkemidler.

4.1 Agenda

Både *Zoo TV* og *Popmart* åpner med en coverlåt ledsaget av bilder på tv-skjermen. Disse spilles uten at U2 er på scenen og mens salen/stadion er fullt opplyst, og fungerer derfor som et preludium til konserten. I *Zoo TV* er det låten ‘Television the drug of the nation’ av Disposable Heroes of Hiphoprisy, mens *Popmart* åpner med ‘Pop Muzik’ (1979), som var en hit med artisten “M”. Jeg vil i det følgende diskutere hvordan disse låtene er med på å sette dagsorden for konsertene.

Basslinja i ‘Pop Muzik’ ligner til forveksling på Huey Lewis’ ‘I want a new drug’ (1983) og Ray Parkers ‘Ghost busters’ (1984). Alle basslinjene starter med to åttendeler på grunntonen, og avslutter med et sprang fra en liten septim til kvarten. Dette spranget er karakteristisk, og fungerer som en lett gjenkjennelig signatur. Til tross for at ‘Pop Muzik’ springer opp fra septimen mens de andre springer ned, er likheten tydelig.



Figur 12: Basslinjer i *Pop Muzik*, *I want a new drug* og *Ghost busters*⁴⁸

Parker ble med ‘Ghost busters’ saksøkt for å ha plagiert låten ‘I want a new drug’ av Huey Lewis, som igjen ble saksøkt av M for å ha plagiert ‘Pop Muzik’. Hvis man kjenner denne historien, kan bruken av låten ‘Pop Muzik’ i *Popmart* tolkes som en kommentar på plagiering. Dette poenget kunne vært gjort tydeligere ved å mikse sammen de tre nevnte låtene, men teksten til ‘Pop Muzik’ har også en viktig funksjon i innledningen av *Popmart*, og en miks av flere låter ville flyttet fokuset vekk fra teksten. Kopiering av kjente merkevarer er en måte å tjene penger på andres idéer, og eksemplene er mange. Da Apple lanserte sin

48. Transkripsjonene er transponert til samme toneart for enklere sammenligning

iPod shuffle, kom det taiwanske firmaet CeBit med en kopi. Ikke bare hadde man kopiert selve produktet, men også selve reklamen var en kopi av Apples original.



Figur 13: iPod shuffle-reklame og Super shuffle-reklame, hentet fra dagbladet.no

Kopiering av kjente merkevarer kan være et bevisst valg i forhold til markedsføringen av et produkt. Super shuffle fra CeBit hadde neppe fått samme publisitet hvis den ikke var så lik Apples versjon. I musikkbransjen finner vi eksempler på det samme. Det norske hiphopbandet Paperboys ga ut en låt kalt 'Barcelona', hvor gitarriffet var samplet fra Lisa Ekdahls 'Gjennom deg ser jeg ljuset'. Gjennom dette oppnådde Paperboys mye publisitet i riksdekkende medier. Gitarriffet var et såkalt uavklart sample, og man kan spørre seg om dette var et bevisst valg fra Paperboys, for å oppnå fokus fra media. Også U2 er beskyldt for plagiat ved flere anledninger. I norske medier gikk det en debatt om hvorvidt 'Beautiful day' var en kopi av a-ha's 'Sun always shine on TV', uten at det ble rettet noen søksmål.

Det er flere elementer i 'Pop Muzik' som gjør at låten fungerer som en fastsetter av dagsorden. 'Pop Muzik' starter med en intro som bygger på dancerytmer. Denne er en remiks av originalversjonen. Elementer fra originalinnspillingen er med, men man har fremmedgjort originalelementene ved å bruke kraftig filtrering. Et samlet publikum klapper taktfast med hendene hevet, mot scenen hvor McDonald's-buen står sentralt. Det er som sagt kun en halv *M*, men farge og form gir klare assosiasjoner til McDonald's-logoen. Der bilder av Jesus gjerne står sentralt på altertavler i kirker, står et av de mest kjente varemerkene på *Popmart*-scenen. Som tv-seer får jeg inntrykk av at publikum hyller eller tilber dette varemerket spesielt eller konsumkulturen generelt. Scenen står dermed som et alter for konsumkulturen. I teksten er koblingen til konsertens tittel tydelig, da ordet *pop* gjentas gjennom hele refrenget. Ellers inneholder teksten andre tekstlige koder som gir assosiasjoner til popmusikk fra 1950- og 1960-tallet gjennom linjer som "Shooby dooby doo whop, Pop

dop shoo whoop”. Slike tekstlinjer var populære i en tid da teknologien ikke tillot større eksperimentering i studio. Der syntetiser og effekter er med på å gi populærmusikken en ny klangpalett i dag, kan slike linjer være representant for datidens modernitet. Til tross for at teksten gir assosiasjoner til 40 år gammel musikk, assosierer jeg likevel dette med det *moderne*. Noe av årsaken til dette ligger kanskje i at teksten ledsages av et moderne lydbilde fra 1990-tallet. Både tekstlinjene ovenfor og låtens dance-preg gir meg også assosiasjoner til listepop, som igjen ofte settes i samband med kommersialitet og salgstill. Måten *Muzik* er stavet på er en mellomting mellom “music” og “muzak”. Muzak brukes som en betegnelse på musikk, hvis primære funksjon er å sørge for at det ikke er stille i et rom. Dette kjenner man fra heiser, kjøpesenter og lugarer. Komponisten Robin Scott, som opprinnelig hadde ‘Pop Muzik’ har også en låt som heter ‘Moonlight & Muzak’. Muzak-begrepet er med andre ord ikke ukjent for Scott, og en mulig lesning av tittelen ‘Pop Muzik’ er at den ligger mellom musikk og muzak. U2 inviterer tilskuerne til et marked – et Popmarked, og som i markedet flest er også muzak et element. Mens ‘Pop Muzik’ spilles, slukkes lysene i salen, og det kommer bilder på tv-skjermen. Her står det POP med store bokstaver, hvor “O”-en skifter mellom å uttrykke forskjellige symboler. Blant disse finner vi en fotball, symbolene for “mann” og “dame” samt en handlevogn. Handlevogna går igjen på produktene som selges i forbindelse med konserten, som t-skjorter og liknende. Sammen med McDonald’s-buen, andre symboler og låten ‘Pop Muzik’ fungerer handlevogna som en understreker av temaet – konsumerisme.

‘Pop Muzik’ har mange funksjoner i *Popmart*. Gjennom teksten presenterer den “kveldens tema”; konsumerisme og populærkultur. Bruken av ‘Pop Muzik’ kan leses som en kommentar på plagiering. ‘Pop Muzik’ presenterer også kveldens “musikalske tema”. Det dance-pregete lydbildet er et frampek på at låtene U2 spiller selv er mer inspirert av dance-musikk enn tidligere. Dette gjelder låtene fra *Pop*, som er dance-preget i utgangspunktet, men også låter fra tidligere album fremføres med dance-rytmer. Dette reiser en debatt rundt autentisitet i rocken. Dance-musikken er grunnet på teknologi som sampling, lyd-syntese og sequencing. Denne og beslektede generer har blitt omtalt som “boksmusikk”, da man er avhengig av “bokser” eller lydmoduler. En slik beskrivelse av dance-musikken evner ikke å se at boksene er avhengig av menneskets kreativitet for å fungere, og begrepet tar også standpunkt i forhold til musikkens verdi. Begrepet “boksmusikk” er også med på å verdisetten det som ikke er boksmusikk – den “opprinnelige” rocken. Her er man inne i en diskusjon rundt autentisitet. I denne sammenheng er det interessant å trekke frem at “boksmusikk” i tillegg til å referere til teknologi samtidig gir uttrykk for det umenneskelige og kalde. Den

autentiske rocken fremstår på sin side med et tydelig menneskelig aspekt. U2 var på 1980-tallet et band som på mange områder holdt seg nært idealene om en autentisk rock, slik det hevdes i Holm (2003) og Moore (2001, s. 200). *Popmart* kan i lys av dette leses som en kommentar på forbrukersamfunnets fokus på omsetning og manglende fokus på medmenneskelighet. En slik lesning står imidlertid i fare for å redusere U2s dance-inspirerte låter til kun å være et uttrykk for deres samfunnsengasjement. Gjennom intervjuer gir bandet uttrykk for en interesse for dance-generen som musikalsk og estetisk uttrykksform. Denne dance-inspirasjonen kan dermed inneha flere dimensjoner: Både en musikalsk interesse fra U2 og samtidig en kommentar knyttet til deres samfunnsengasjement.

Ved å ta utgangspunkt i noen eksempel, ønsker jeg å fortsette diskusjonen rundt autentisitet i rocken. “The authentic is what we trust because it issues from integrity, sincerity, honesty. Intertextuality, however, foregrounds borrowing, the use of material from other sources” (Moore, 2001, s. 199). Jeg vil også knytte *opprinnelig* og *ekte* til autentisitet. Gjennom mange samtaler har jeg opplevd at folk opplever at the Beatles er et mer *ekte* band enn f.eks. Backstreet Boys. Argumentene for dette er blant annet at the Beatles skrev sine egne låter, og spilte instrumentene selv. Videre hadde jeg en samtale med en person som hevdet at Brian Wilsons *musikalitet* var “større” enn the Beatles. Her snakker man om en musikalsk autentisitet. Argumentet hans var at Brian Wilson komponerte låtene alene, mens Lennon/McCartney komponerte sammen. Samtalen kom ikke inn på hvorvidt Wilson samarbeidet med sine partnere i the Beach Boys, eller i hvor stor grad John Lennon og Paul McCartney samarbeidet. Min samtalepartner ga uttrykk for at det er større musikalsk prestasjon å skrive en “god” låt alene, enn å samarbeide med noen. På internettsidene til Michael Jacksons fanklubb i Norge, gikk det en diskusjon om Justin Timberlake og Michael Jackson, hvor følgende sitat er hentet fra: “Jeg tror både Justin og Usher prøver etterligne MJ.. man ser jo det veldig klart på måten dem danser på o.l. samme "stil" på en måte.. men de er jo ikke i nærheten av kongen sjøl da.”⁴⁹ Til sist hadde jeg en diskusjon med en kamerat som hadde vært på en rockekonsert hvor bandet brukte Pod-er⁵⁰ rett i miksebordet istedenfor gitarforsterkere. Dette var for ham et frafall fra rockens idealer, til tross for at lydbildet sannsynligvis var det samme. Disse tre eksemplene handler tydelig om *verdispørsmål* knyttet til musikken. Sammen med en slike verdispørsmål, hører diskusjonen

49.Se www.mjfn.no/forum/justin_timberlake_wannabe_mj

50.En Pod er et produkt fra Line-6 som simulerer forskjellige gitarforsterkere og effekter. Ved bruk av slike kan gitaristen, ved å plugge en slik rett i miksebordet, oppnå tilnærmet samme lyd som ved å bruke de originale forsterkerne.

om autentisitet. Moore mener at i forhold til verdi er begrepet *autentisk* blant de mest ladete i musikk diskursen (Moore, 2001, s. 199). Moore hevder videre at i forhold til pop og rock ble *autentisitet* opprinnelig brukt om elementer knyttet til singer-songwriter-tradisjonen som blant annet Joni Mitchell er en representant for. Eksempelet med Justin Timberlake og Michael Jackson hører også tydelig hjemme i en autentisitetsdiskusjon. Dette viser at autentisitet ikke knyttes til én stil, men er i stadig utvikling. Eksempelene ovenfor illustrerer Moores poeng med at autentisitet knyttes til forskjellige sider ved musikken, som artistens sosiale tilhørighet, fremføring, motivasjon for musikken (artisten selv, kunsten, publikum, bankkonto) (Ibid.). Et av eksemplene viser også at det ikke er nok at musikken *høres* autentisk ut – teknologien som skaper musikken (rørforsterkere istedenfor en pod) spiller også en rolle. Det synes som om autentisitetsbegrepets innhold er situasjonsavhengig. Sistnevnte eksempel ville kanskje kvalifisert til autentisk rock hvis man hører den på cd. Det er imidlertid i konsertsituasjonen, hvor de digitale podene kommer til syne, at musikken eller bandet blir diskvalifisert. Eksempelene med Brian Wilson og the Beatles, viser at the Beatles i ene øyeblikk er representant for det autentiske, mens de i neste omgang blir forbigått av Wilson i “autentisitetkampen”. Denne diskusjonen viser at autentisitetsbegrepet kan knyttes til forskjellige sider ved musikken, samtidig som det er situasjonsavhengig. Autentisitetsbegrepets innhold konstrueres derfor hver gang man bruker det, og forståelsen av begrepet er ikke universell. Holm hevder at autentisitet tradisjonelt har knyttet seg til en romantisk estetikk i rocken, og at det autentiske “er en kulturell konstruksjon” (Holm, 2003, s. 22). Jeg vil argumentere for at det enkelte individs oppfatning av *det autentiske* bygger på individets smak. Smaken er selvsagt påvirket av de kulturelle sammenhenger som individet lever i. Autentisitetsbegrepets innhold må derfor defineres av den som bruker det. Holm siterer Lawrence Grossberg, som sier at: “Authentic inauthenticity says that authenticity is itself a construction, an image, which is no better and no worse than other” (Grossberg sitert i Holm, 2003, s. 37). Holm kritiserer at Grossbergs begrep *autentisk inautentisitet* fordi begrepet

nekker å favorisere en identitet, retning, verdi eller mening, (...) fordi det fortsatt i dag er tilfelle at publikum velger noe fremfor noe annet (...) [og] fordi artister i dag mer enn noen gang er klar over deres rolle som artist. Jeg mener av den grunn at artister og publikum viser større forståelse for de mekanismene som styrer musikkindustrien, og har derfor et mer avslappet forhold til myten om superstjernen.

Holm, 2003, s. 37

Jeg er enig i at man ikke kan se bort fra verdimomentet ved *det autentiske*, og at en lytter selvsagt favoriserer noe fremfor noe annet. Hvis man forstår “myten om superstjernen” som

en del av innholdet i *det autentiske*, er jeg imidlertid uenig i at artister og publikum har et mer avslappet forhold til dette enn tidligere. De eksemplene jeg viste til ovenfor viser ikke et avslappet forhold til myten om superstjernen. Brian Wilson blir f.eks. favorisert foran Lennon/McCartney, fordi han var alene om låtskrivingen. Idol-konseptets jakt på en “superstjerne” gir heller ikke uttrykk for at publikum viser større forståelse for musikkindustriens mekanismer. Derimot opplever jeg i samtaler med andre, at man uttrykker en overdreven tro på at Idol-konseptet kan hjelpe frem deltagerne til å bli superstjerner. En optelling av hvor mange idol-deltagere som har “klart seg” som artister viser at dette ikke er tilfellet. I sitatet fra Holm aner jeg også en (nærmest romantisk) tanke om at artister og publikum tidligere hadde et mer naivt forhold til musikkindustriens mekanismer og rollen som artist. Jeg vil ikke diskutere i hvor stor grad man tidligere hadde et slikt forhold til musikkbransjen, men ønsker imidlertid å vise til ett eksempel på at musikkindustriens mekanismer også ble utnyttet på 1960-tallet. Da the Pussycats skulle varme opp for Rolling Stones i 1965 kjørte manager Sten Ekroth inn busslaster med jenter fra the Pussycats’ fanklubb som hadde en oppgave – å støtte the Pussycats mest mulig, for så å forlate salen før Rolling Stones kom på scenen (Norsk rocks historie, program 3). Dette førte selvsagt til store medieoppslag, og var dermed et bevisst element i markedsføringen av the Pussycats.

I dag er det interessant å diskutere autenticitet i forhold til the Pussycats. Mange av sidene ved bandet “kvalifiserer” til autentisk rock: De var et fast sammensatt band, som spilte sine egne instrumenter og skrev sine egne låter. Historien ovenfor, hvor kommersielle hensyn lå til grunn for at, er imidlertid “diskvalifiserende” i forhold til et romantisk autenticitetsideal. Hvordan the Pussycats ble oppfattet i samtiden er vanskelig å si noe om i dag. I dag opplever jeg personlig at bandet stod for en autentisk rock. Jeg velger med andre ord ikke å legge så stor vekt på deres fokus på det kommersielle. Gjennom første halvdel av 1980-tallet kan man si at det autentiske ved U2 representeres av en ikke-kommersiell rock, som kommer til uttrykk gjennom et hverdagslig image og jordnære tekster. Man kan imidlertid argumentere for at *Zoo TV* og *Popmart* også representerer en autentisk rock, hvis man velger å legge vekt på at U2 spiller sine egne instrumenter og skriver låtene selv. Jeg mener at de eksemplene jeg har trukket frem har et felles trekk: Autenticitetsaspektet brukes ofte til å forsvare den enkeltes musikksmak, enten det gjelder rock, r’n’b, hip hop eller andre musikkretninger. Man kunne selvsagt sette opp et sett med kriterier i forhold til autentisk rock, men i den daglige diskusjonen om musikk, finnes det ikke noe slikt sett med kriterier.

Autentisitetetsbegrepet er heller ingen gitt størrelse innenfor musikkvitenskapen. Autentisitetetsbegrepets innhold eller kriterier må derfor defineres hver gang det diskuteres.

‘Television, the drug of the nation’ (heretter kalt ‘Television’), som er åpningslåten i *Zoo TV*, har et tydeligere politisk budskap enn ‘Pop Muzik’. Jeg omtalte i kapittel 3 hvordan U2 brukte retorikk og statistikk under *Elevation*-turnéen, og hvordan retorikken minner om den man finner i filmene til Michael Moore. ‘Television’, som kom omtrent ti år før *Elevation*-turnéen, er i enda større grad representant for en slik retorikk. Teksten rappes akkompagnert av en hip hop-beat. Rappen skiller seg fra store deler av den rappen man hører i media, da den minner mer om en rytmisk opplesning av nyheter. Følelsen av at man hører på nyheter blir forsterket av språket som brukes:

T.V. is the reason why less than ten percent of our nation reads books daily
Why most people think Central America means Kansas,
Socialism means unamerican and Apartheid is a new headache remedy

Dette utdraget er hentet fra første vers i låten ‘Television’. Teksten er full av sterkt ladete utsagn, hvor de færreste lar seg påvise. Konklusjonen kommer i refrenget, hvor man får høre at “*television, the drug of the Nation – breeding ignorance and feeding radiation*”. TV kan altså være med på å fostre uvitenhet. Jeg påpekte at ‘Pop Muzik’ setter dagsorden gjennom en rekke musikalske og ekstramusikalske faktorer, og at låten også setter den “musikalske” dagsorden. Under ‘Television’ vises det ingen bilder på tv-skjermene, og man ser at publikum bare delvis følger med og ser mot scenen. ‘Television’ fader ut samtidig som lysene slukkes i salen, før tv-skjermene begynner å vise bilder. Hiphop-låten ‘Television’ er ikke med på å sette den musikalske dagsorden, siden *Zoo TV* ikke er preget av hiphop. Denne låten setter dermed dagsorden fortrinnsvis gjennom sangteksten, og er i så måte mer endimensjonal enn ‘Pop Muzik’, hvor de fleste elementene setter agendaen. På *Popmart* varer Pop Muzik frem til U2 begynner på sin første låt. På *Zoo TV* inneholder introduksjonen en sekvens med tv-bilder i tillegg til låten ‘Television’. Hele denne åpningssekvensen må tas i betraktning i forhold til fastsetting av agenda.

I aviser og bøker bruker man overskrifter for å fortelle leseren hva som er temaet for den følgende tekst. Leseren innstiller seg da på dette temaet, og forstår gjerne teksten i forhold til overskriften. U2s bruk av coverlåter i begynnelsen av konsertene har omtrent samme funksjon som avisoverskriftene. Ved å bruke låter med et tydelig budskap helt i starten av en konsert, oppnår U2 at publikum lettere opplever at resten av konserten har en kobling til samme tema. Ved å remikse cover-låter har man også mulighet til å legge større vekt på

budskapet, da låten blir omskrevet for å passe i konserten. I 'Pop Muzik' har man ikke skrevet om teksten, men man har valgt de utdragene fra originalteksten som er med på å støtte dagsorden.

4.2 Produsert virkelighet

Under den første Gulf-krigen i 1991 opplevde medlemmene i U2 at de i det ene øyeblikket så direktesendinger fra krigen, mens de i neste øyeblikk byttet til en kanal hvor det ble vist reklame for joggesko (kilde: tv-programmet *Zoo TV*). I det følgende vil jeg diskutere *tv-mediet* og *virkelighet*. Gjennom TV har vi mulighet til å følge begivenheter på nært hold, og tv-kanalene kjemper om å være *først* ute med de mest *spektakulære* bildene. Etter angrepet på World Trade Senter i 2001 og flodbølgen i Sørøst-Asia i 2004 opplevde man at tv-kanalene hadde ekstra nyhetssendinger hele dagen. Det er stort sett de samme reportasjene som sendes om og om igjen, kun ispedd en ny opplysning av og til. TV-kanalene bruker på denne måten ekstra nyhetssendinger, som har vært en arena for ekstraordinære meddelelser til hele folket, på en ny måte, der sendingene er en slags underholdning i nyhetsdrakt. Dette er et resultat av en tabloidisering av nyhetene de siste årene. Tidligere nyhetsredaktør i TV 2, Bjarne Berg, uttalte i 1994: "TV 2-nyhetene tenker kommersielt. Nyheter er en form for underholdning, og jeg vil ikke ta på vei om jeg skulle bli kalt underholdningssjef" (Berg sitert i Waldahl, Andersen og Rønning, 2002, s. 18). Norske tv-nyheter har tradisjonelt sett konsentrert seg om å være en informasjonskanal for folket. De senere årene har det foregått en debatt rundt det man kan kalle en *amerikanisering* av nyhetene, med fokus på kriminalstoff, ulykker, "human interest"-historier, kjendisnyheter og underholdningsnyheter (ibid. s. 19). De norske nyhetenes dekning av ulykker og katastrofer er inspirert av CNN. Jaget etter å være oppdatert med de siste nyhetene, og kanskje aller helst de kommende, kommer til syne i CNNs sendinger fra ulykker og krig. "CNNs reportere på stedet ytrer deg ikke om hva som har skjedd. De rapporterer det som skjer i det øyeblikk de er i bildet, og de spør om hva som kan komme til å skje i den nære fremtid" (Ibid., s. 25)

Man kan tenke seg flere årsaker til en slik enorm dekning av katastrofer. For det første er den nevne konkurransen mellom kanalene om å være først ute med nye opplysninger. Dernest vet man at slike sendinger har høye seertall. Gjennom tv-skjermen kan vi som seere oppleve nærhet til disse hendelsene. Her tror jeg U2s kritikk kommer inn: Det er ikke virkeligheten vi får gjennom TV. For den første får vi kun det utsnitt av virkeligheten som kameraet klarer å fange inn. Dernest velger fotografen ut hvilket utsnitt han vil formidle videre. Videre blir bildene valgt ut og redigert, før det blir satt kommentarer til bildene. Av

og til er det lagt på musikk på reportasjene. Den virkeligheten vi opplever foran tv-skjermen er dermed påvirket av flere personer. Fra sportsendinger har vi flere eksempler på hvordan TV både kommer til kort i å formidle virkeligheten, men også kan skape en produsert virkelighet. Strengt tatt er all nyhetsdekning en produsert versjon av virkeligheten. Ideelt sett kan man likevel tenke seg en nyhetsformidling som søker å beskrive en nyhetssak, i motsetning til TV 2, som uttaler at nyhetene er en form for underholdning. Så selv om et skille mellom "objektiv" nyhetsformidling og "underholdningsnyheter" er kunstig, vil jeg i denne diskusjonen anta at et slikt skille er mulig. Midt under et direktesendt OL-skirenn på Lillehammer i 1994, hvor solen skinte og det var fullt av folk rundt løypa, fikk vi som tv-seere se idylliske bilder av en rødrev og elger i skogen. Senere ble det kjent at dyrebildene var arkivmateriale fra Sverige - men virkningsfullt var det. Men TV kan også komme til kort. Under fotballkampen mellom Norge og Brasil i VM i 1998 ble Tore André Flo revet ned og fikk straffespark. I ettertid ble han beskyldt for å ha filmet. Ingen tv-bilder viste at Flo ble holdt i trøya - og dette var på en stadion som var dekket med tv-kamera. Redningen for Flo, og dommerens ære ble et kamera fra svensk TV, som hadde fanget opp at brasilianeren tydelig rev Flo i trøya.

Man finner eksempel på at tv-kanalene skaper en virkelighet, også i nyhetene. På TV 2-nyhetene 06.01.2005 var det en reportasje om at norske myndigheter tillater jakt på ulv i Hedmark. I tilknytning til de talte saksopplysningene fulgte en filmsnutt basert på arkivbilder fra tidligere jakt. Mot slutten av reportasjen ser vi en ulv som blir skutt fra et helikopter. Oppå opptakets reallyd har klipperen her lagt på ekstern skuddlyd. Virkningen av skuddlyden dras ut i tid, og forsterkes dermed, av klanglegging. Et argumentet for å legge på skuddlyd er at det er vanskelig å bruke reallyden, da det ekte skuddet var forvrengt. I *Zoo TV* finner vi et eksempel av tilsvarende art. Under åpningssekvensen, før bandet kommer på scenen, annonseres "the President of the United States", og daværende president George Bush dukker opp på scenen. Oppå en taktfast rytme fremfører han et utdrag fra Queens 'We will rock you'. Rytmen som ligger til grunn for åpningen av 'We will rock you' er ikke laget av trommer, men av trampe- og klappelyder. Det gis inntrykk av at det er en stor folkemengde som lager denne rytmen, som har en massesuggerende kraft. Dette gir assosiasjoner til nazismen, hvor et helt folk "klappet i takt" med en stor leder. Queen ble i sin tid også kritisert for at låten hadde nazistiske tendenser (The rhythm of life, episode 1). Hvorvidt U2 ønsker å sidestille George Bush med nazismen vil jeg ikke spekulere i her. Jeg ser imidlertid filmsekvensen som en kommentar på propaganda-virkemidler som var utbredt under nazismen, og som også forekommer i dag. Etter å ha gjentatt "we will, we will rock

you”, sier Bush blant annet “I instructed my military commanders to totally rock Bagdad”. Dette virker lett absurd, og det er tydelig at dette er et manipulert opptak, noe som også gis til kjenne med teksten “digitally enhanced” på skjermen. Forskjellen mellom TV 2-reportasjen og U2s eksempel er stor. I TV 2-reportasjen har man lagt på en lyd som var tilstede da opptaket ble gjort, mens U2 har manipulert og totalt endret presidentens budskap. Likevel reises det her en interessant debatt. Hvor går grensen mellom å forsterke inntrykk og å endre på reportasjens mening? Filmindustrien har de siste årene brukt datateknologi til å fange en skuespillers mimikk og bevegelser, gjennom såkalt *motion capture*⁵¹, og bruker disse dataene til å lage animasjoner. Mest kjent for denne teknikken er Ringenes Herre-filmene og Polarekspressen. Denne teknikken kan skape et etisk dilemma for nyhetskanalene, som ønsker å presentere nyheter på en best mulig måte. Hvis man i fremtiden kan fange bevegelsene til et menneske gjennom å ha tilgang til noen filmsnutter, og videre bruke disse til å animere det samme menneske, kan man f.eks lage animerte bilder til et lydband av Osama bin Laden, der man i dag ofte bruker et stillbilde.⁵² På samme måte kan man diskutere skuddpålegget i TV 2-reportasjen. Hvis man ikke fikk med ulvens “dødshyl”⁵³ på grunn av støy fra helikopteret, ville man da synes det var forsvarlig å legge på et slikt “dødshyl” om det fantes. Eller videre (komisk, men likevel reelt): Hvis man hadde et menneske som var i stand til å etterligne ulvens dødshyl - ville man finne det forsvarlig å bruke et slikt opptak?

U2 har alltid fremstått som en enhet på fire personer. Det virker som om det er viktig for bandet å ikke rokke ved denne enheten. På 80-tallet kunne lydbildene fra U2s album stort sett reproduseres på scenen med gitar, trommer, bass og sang. Bare ved enkelte tilfeller, som for eksempel ‘Where the streets have no name’, brukte U2 ferdig innspilte bakgrunnspor⁵⁴, og i disse tilfellene er sporene bare introer med synth-strings. *Zoo TV* representerer i så måte en endring også på dette området. Lydbildet fra *Achtung Baby* og *Zooropa* er mye mer kompleks enn tidligere, og for å kunne gjenskape dette på scenen er U2 avhengige av å bruke clicktrack. I denne sammenheng er det interessant å diskutere

51. For en nærmere innføring i *Motion capture*-teknikken, se www.ntnu.no/gemini/2004-05/digitale_eventyr.htm

52. Et liknende tema tas opp i sci-fi-dramaet *Simone* (2002), hvor en filmprodusent (Al Pacino) får tilgang til et dataprogram, som lager den perfekte kvinnelige skuespiller. Hele verden lar seg lure, og tror at Simone er en ekte skuespiller.

53. Dette er et tenkt tilfelle, da jeg ikke er sikker på om ulven kommer med noen slags lyder etter å ha bli skutt.

54. På et clicktrack er bakgrunnsporet, som publikum hører, koblet til en metronom i trommisens moni-tor, slik at bakgrunnsporet og bandets live-spilling er synkronisert.

autentisitetetsbegrepet i rocke-musikken. Autentisitet har tradisjonelt vært et kvalitetskriterium på rock. Helst skal man være et fast band, som skriver låtene selv og fremfører disse live på gitarer, trommer, bass og sang (ikke ulikt U2 av 80-tallet). Det bør ikke være for mye som distanserer artisten fra sitt publikum. U2s bruk av clicktrack på *Zoo TV* er med på å fjerne bandet fra autentisitetsidealet. Dette kan også være en bevisst handling fra bandets side. Gjennom TV er som sagt vår oppfatning av den egentlige handlingen påvirket og manipulert av flere personer. U2s bruk av clicktrack kan være et bilde på denne prosessen. Det publikum hører er ikke nødvendigvis det som blir spilt live på scenen. Samtidig er publikum tilfreds med å få presentert versjoner som ligger nært opp til albumversjonene. I tv-programmet *Zoo TV* blir bandet introdusert i et talkshow, og spiller en låt fra *Achtung Baby*. Underveis blir det avslørt at det ikke er U2, men dobbeltgjengere som mimer til platen. Dette er et mer ekstremt bilde på det samme; Bildet på tv-skjermen kan være en forvrent versjon av virkeligheten. I denne sammenheng er det nærliggende å trekke frem to tekstlinjer fra låten 'Acrobat' (*Achtung Baby*), som imidlertid ikke er med i *Zoo TV*: *Don't believe what you hear, Don't believe what you see.*

Mange av låtene fra *Achtung Baby* har et lydbilde som er råere og mer forvrent enn tidligere. The Edge har også forvrent lyd på mange låter fra 1980-tallet, men disse har en mer "tradisjonell" vreg. På låter som 'Zoo station' og 'the Fly' virker det som om man har brukt flere distortionbokser i serie, for å skape en enda mer forvrent lyd. Til tider virker det også som om man har brukt digitale effekter, hvor man får en slags vreg ved å redusere antall bits som effekten jobber med. Dette kalles enkelte steder for bit-crushing. 'Bullet the blue sky' fra *The Joshua Tree* er en 1980-talls låt hvor lydbildet minner om *Achtung Baby*. På konsertversjonen som fremføres i *Zoo TV*, har man imidlertid gjort denne enda råere enn originalen, ved at Bonos vokal er forvrent. Slik sett gjør U2 en versjon som "passer bedre" enn originalen i *Zoo TV*. U2 gjør også oppdaterte versjoner av gamle låter i *Popmart*, hvor f.eks. 'Where the streets have no name' har fått en mye tydeligere dance-rytme. Dette er ikke uvanlig, siden man dermed skaper en mer helhetlig konsert musikalsk sett. De nye versjonene av gamle⁵⁵ låter, åpner imidlertid for nye lesninger av disse. 'Bullet the blue sky' kan på mange måter leses som en kommentar til internasjonale spørsmål, mer enn en kommentar til mediekulturen. Dette kommer frem gjennom teksten, som bygger på en opplevelse Bono hadde i San Salvador, hvor bønder ble angrepet av militære kamfly

55. Med *de gamle låtene* mener jeg låter som ble utgitt på album forut for det album som konserten bygger på.

(Graham, 1995, s. 56). En slik lesning støttes i stor grad også av visuelle virkemidler i *Zoo TV*-versjonen, hvor Bono ikler seg militærklær og pilotbriller. På tv-skjermene ser man et brennende kors. Her ser man at *Zoo TV* kan leses som mer enn en kommentar til mediekulturen. U2 synes fortsatt å være opptatt av menneskerettighetsspørsmål i *Zoo TV*, noe som kommer frem i Bonos utsagn: "I think we're still saying the same thing, using different symbols – a different language" (tv-programmet *Zoo TV*). 'Bullet the blue sky' kan imidlertid også leses som en kommentar på mediekulturen. Militær- og krigstematikken i låten var som sagt et av utgangspunktene for *Zoo TV*, hvor medlemmene i U2 opplevde gjennom TV at mange fikk sine liv ødelagt i Gulf-krigen, mens de i neste øyeblikk kunne skifte kanal og se en reklame. *Zoo TV* kan også leses som et tv-show, hvor man i det ene øyeblikket er inne i en rocke-konsert, i det neste ser man publikum som snakker på tv-skjermene, før man i 'Bullet the blue sky' opplever en reportasje fra en mer eller mindre udefinert krig. Låten kan også leses som en kommentar på produsert virkelighet. Det er en forvrengt versjon av Bonos stemme man hører – og dermed ikke hans "virkelige" stemme. På samme måte er det ikke den "virkelige" Gulf-krigen man opplever på TV, men en produsert Gulf-krig.

Man finner flere bilder på at TV ikke er likt med virkeligheten. Bonos alterego *the Fly* kan være et eksempel på et slikt bilde. Det er Bono som opptrer på scenen, men samtidig er det ikke Bono men *the Fly* som opptrer. Man kan diskutere hvorvidt Bono har spilt på sin identitet gjennom hele karrieren til U2. Bono heter som kjent Paul Hewsons, og hans image og måte å opptre på scenen har endret seg stadig gjennom hele karrieren. Satt på spissen kan man argumentere for at enhver forandring i image er en lek med artistens identitet, siden image ofte blir sett på som et uttrykk for hvem og hvordan en person er. I denne diskusjonen ønsker jeg imidlertid å skille mellom et image, hvor artisten likevel fremstår som "seg selv", og lek med identitet, hvor artisten fremstår som en annen figur. Denne figuren er ofte navngitt, men dette er ikke en nødvendighet. Rap-artisen Eminem er kjent for å leke med sin identitet. Artistnavnet Eminem er ekstrahert fra hans fødenavn, Marshall Mathers. Etter å ha blitt kjent som Eminem brukte han sitt fødenavn som tittel på et album. I flere videoer opptrer han som figuren Slim Shady, mens rollefiguren han spiller i filmen *8 mile* kalles Rabbit. Sistnevnte kunne vært holdt utenfor Eminems "identitetsverden", men siden filmen gir uttrykk for å være delvis biografisk i forhold til Eminems oppvekst, kan Rabbit også sees som et alterego for Eminem. Hvis man skal si at Bono leker med sin identitet på 1980-tallet, er det et sentralt punkt som skiller ham fra Eminem. Bono har hele tiden frem til *Zoo TV* kalt seg for Bono, mens Eminem opptrer under forskjellige navn. Jeg vil derfor argumentere

for at *Zoo TV* med *the Fly* og *MacPhisto* står i en særstilling i U2s historie. Gjennom tv-serier og filmer opplever man den samme dobbeltheten som i *Zoo TV*; skuespilleren spiller en rollefigur, men ofte opplever seeren en nær kobling mellom rollefiguren og skuespilleren som privatperson. Som vi har sett, og skal se flere eksempler på, bruker U2 forskjellige virkemidler fra tv-mediet til å kritisere eller kommentere tv-mediet. Rollefiguren *the Fly* er også et slikt eksempel.

Under fremføringen av 'Mysterious ways' inntar Bono en ny rolle i konserten. Frem til nå har han vært *the Fly*, som gjennom å posere for kamera og publikum og selvdigging har vært den som har blitt iaktatt⁵⁶. Før 'Mysterious ways' tar Bono av seg brillene, og blir på en måte "seg selv". Etter dette opptrer ikke Bono som *the Fly* med solbriller, selv om han bruker samme dress i noen av de påfølgende sangene. Under 'Mysterious ways' danser en magedanserinne på en utstikker fra scenen. Magedanserinnen blir også vist på tv-skjermene, og Bono kneler foran en av storskjermene. Her går han fra å være den som blir iaktatt til å selv å iakttas. Han kneler foran TV, som er "the drug of the nation" (fra åpningslåten 'Television, the drug of a nation'). Bono forsøker også flere ganger å strekke seg ut for å ta på magedanserinnen på utstikkeren, men han når henne bare nesten, og det er danseren som bestemmer hvor nært hun kommer Bono. Det virker som om scenekanten er en grense som Bono ikke kan overskride. Denne fremførelsen tolker jeg også som et bilde på TV. En skuespiller i den norske såpeoperaen *Hotell Casar* uttalte til et ukeblad at han hadde overhørt folk på bussen diskutere hendelser fra serien som om det skulle være ekte personer og ekte hendelser. Gjennom TV kan man føle at man har et godt kjennskap til personene i tv-serien, men hvis man forsøker å komme i kontakt med disse, vil man, som Bono, ikke nå helt fram. Det er hele tiden TV som leverer premissene for kontakten. En slik avstand kan virke frustrerende på en seer som ønsker nærmere kontakt. I tilfellet med Gulf-krigen, som er omtalt tidligere, kan imidlertid en slik avstand virke befriende. Det er fortsatt tv-mediet som setter premissene for hva seeren skal få se, men seeren setter premissene for hvor lenge man ønsker å følge med. Det siste poenget kan imidlertid diskuteres. Åpningslåten 'Television the drug of the nation' setter gjennom ordet "drug" fokus på avhengighetsaspektet knyttet til tv-mediet. I lys av dette kan man tenke seg situasjoner hvor seeren står i et avhengighetsforhold til tv-mediet, slik at det er TV som i realiteten bestemmer hvor lenge seeren skal følge med.

56. Under *Even better than the real thing* fra *Zoo TV* i Washington synger Bono "Give me one more chance, and I'll be satisfied", mens the Edge synger den egentlige "You'll be satisfied". Det er mulig at Bono bommer på teksten. Likevel er det påfallende at han som *the Fly* kun har fokus på seg selv.

‘Mysterious ways’ fungerer som et vendepunkt i konserten. Dette skjer ikke bare gjennom at *the Fly* tar av seg brillene og blir Bono, men etter ‘Mysterious ways’ går konserten inn i en fase hvor fokuset på mediekulturen ikke er like tydelig. *Zoo TV* tar her form av en mer tradisjonell rockekonsert.

Mot slutten av *Zoo TV* introduseres publikum for et nytt alter ego. Bono ikler seg rollen som *MacPhisto*, som har likblek sminke, djvelhorn og dress i gull-lamé. MacPhisto dukker opp på tv-skjermene på scenen, mens han sitter og sminker seg. Under starten av den påfølgende låt, sitter MacPhisto fortsatt bak scenen og synger. Han filmes ikke direkte, men via et speil. Publikum opplever dermed en dobbelt distanse til MacPhisto; de ser ham via TV, men i tillegg via et speil. Der ‘Mysterious ways’ antydte tv-mediets distanse til publikum, blir dette understreket av scenen med MacPhisto.

På *Popmart* kan man også diskutere om U2 utfordrer publikums forståelse av deres identitet. Når de entrer scenen, er Adam iført et futuristisk antrekk med støvmaske og en glinsende rund hjelm. På figur 14 ser man også at Adam har byttet ut sin Fender Jazzbass, som han tradisjonelt bruker, med en spesialformet bass som har hentet sin kroppsfasong fra McDonald’s-buen.



Figur 14: Adams kostyme til *Popmart*

Støvmasken og hjelmen uttrykker at han vil beskytte seg mot noe. Umiddelbart kan man tenke seg at en støvmaske er en kommentar til økende forurensning av klimaet, men i overført betydning kan den, sammen med hjelmen, uttrykke frykt for en annen type “forurensning” – konsumerisme. Adam tar senere av seg maske og hjelm, og bruker sin faste jazzbass. Bono leker også med sin identitet, men på *Popmart* er ikke scene-figuren personifisert ved navn. I starten av konserten opptrer Bono som bokser, både gjennom klær og måten han agerer på. Man kan diskutere hvorvidt kostymene til Adam og Bono er et

uttrykk for image, lignende U2 på 1980-tallet, eller om de driver et tydeligere rollespill på *Popmart*. Adams futuristiske kostyme og Bonos glinsende bokse-slåbrokk skaper en helhet sammen med andre musikalske og ekstramusikalske uttrykk knyttet til *Popmart*.

4.3 Informasjonskaos

Som dirigent i et kor bestående av tenåringer er det en ting som har slått meg det siste året; De prater utrolig fort!⁵⁷ Selv styreleder, som skal gi praktisk og viktig informasjon, snakker i et tempo hvor man knapt får med seg essensen i meldingene. De, som jeg, er et barn av MTV-generasjonen. Jeg vet ikke hvor begrepet kommer fra, men det kan defineres som en generasjon som er vant til en hurtig strøm av oppstykket informasjon. Hvis man plasserer korte filmklipp etter hverandre, vil seeren oppleve at bildene har innholdsmessig sammenheng (Larsen, 1988, s. 19). Musikkvideoregissører utnytter dette. Gjennom å sette sammen korte klipp, som i seg selv ikke har noen betydning, skaper man en sammenheng.

I tillegg til at informasjonen kommer i et høyt tempo, har også mengden info vi utsettes for økt de siste årene. For 30 år siden hadde vi én tv-kanal med begrenset sendetid. Vi hadde én radiokanal, og ellers var det aviser og ukeblad som var vår informasjonskanal. Tilbudet til barn og ungdom begrenset seg til barne-tv, barnetimen, og etterhvert et ungdomsprogram på lørdager. Hvis man tenker på kanaler som MTV, NRK P3 og the Voice, så er det åpenbart at bare gjennom TV og Radio mottar ungdom i dag mer info i løpet av en dag enn de tidligere fikk i løpet av en uke. Når det gjelder å bombardere oss med informasjon har CNN vært en foregangsfigur. Hvis man tar CNNs dekning av flodbølgekatastrofen i Sørøst-Asia som eksempel, ser man at temaet (*Tsunami*) er angitt med en stor overskrift til venstre for nyhetsverten. Under overskriften, finner man en underoverskrift (undertema) som presiserer hva den pågående reportasje handler om (f.eks. *Young tsunami victims*). Nyhetsverten eller en reporter på stedet snakker om dette undertemaet. Til høyre på skjermen finner man stadig oppdaterte børsnyheter, og i bunnen av skjermen ruller nyheter i tekstformat på en såkalt *newsbar*. Det er ikke mulig å få med seg all informasjonen som

57. Jeg har ingen skriftlige opplysninger som underbygger påstanden, men gjennom samtaler med ansatte i Norsk Språkråd kom det frem at også de hadde inntrykk av at ungdom snakker fortere enn tidligere.

kommer gjennom CNNs sendinger. Hvis man leser nyhetene på newsbaren er det umulig å følge med på børsnyhetene, og nyhetsvertens opplesning blir bare bakgrunnslyd.



Figur 15: Bilde fra CNNs dekning av Tsunami-katastrofen 2004

U2 parodierer denne formen for nyhetssendinger i tv-programmet *Zoo TV*. Nyhetsverten leser setninger som ikke gir noen sammenheng, mens det på *newsbaren* strømmer tilsvarende intetsigende informasjon i tekstlig form. Som seer sitter man tilbake uten å ha fått med seg noe som helst. Denne formen for overdrivelse er et gjennomgående virkemiddel i både konserten og tv-programmet *Zoo TV*, og brukes gjerne i tospann med ironi.

Jeg har til nå diskutert *informasjonskaos* i forhold til *mengden* av informasjon som konsumenten må forholde seg til. *Informasjonskaos* kan også forstås på et annet nivå, hvor kaos-elementet knyttes til forståelsen av informasjonen⁵⁸. I kapittel 3 viste jeg til Thomassen, som ser MTV som en samrøring av underholdning og forbruk, hvor det er umulig å skille mellom det egentlige programmet og reklame. Her mener jeg at Thomassen setter dette forholdet på spissen. Som konsument av MTV gjennom flere år lærer man seg å se forskjell på program og reklame. Thomassen har likevel et poeng gjennom at program og reklame låner virkemidler hos hverandre. Hvis man kun hører lydsporet til mange tv-reklamer, er det umulig å skille disse fra en sending med musikkvideoer av den grunn at reklamen ofte bruker populærmusikk. Et firma som H&M har også gjort et poeng av å bruke originalinnspillinger av kjente soul-låter. Andre veien kan man se at program og musikkvideoer på MTV har et fellestrekk med reklamens raske klipperytme.⁵⁹ Kaplan

58. *Informasjon* forstås ofte som *opplysning* rundt et emne, f.eks. knyttet til værmeldinger. Her forstår jeg *informasjon* i en mye videre sammenheng, hvor begrepet dekker alle sansenstrykk.

59. Om det er MTV eller reklameindustrien som står bak en slik rask klipperytme, skal imidlertid være usagt. Poenget her er at dette er et felles trekk mellom MTV-program og reklame.

forklarer hvorfor: “The rock video idea was originally an advertising idea; in fact, a better name for rock videos is really ‘rock promos,’ since they are widely seen as promotional tools for the record companies” (Kaplan, 1987, s. 13). Selv om man kan forstå musikkvideoen som en “reklamefilm” for artist og plateselskap, er det påfallende at en blanding mellom reklamespråk og tv-program stadig oftere finner sted i fora hvor man før holdt reklame og program mer adskilt. Flere tv-program (uavhengig av kanal) låner også reklamens fokus på fengende overskrifter. I Norge mener jeg å finne et slikt fokus i TV2-sportens fotballsendinger, hvor det virker som om kommentatorene konkurrerer om å komme med det mest oppsiktsvekkende utsagnet. Et slikt reklame/sensasjons-preget språk ser man også i *idol*-serien, hvor dommere og programledere forsøker å hause opp deltakerne. Dette er altså noen eksempler, hvor program og reklame har latt seg inspirere av hverandre til en nivå der det kan være vanskelig å holde disse adskilt.

MTV refuses any clear recognition of previously sacred aesthetic boundaries: images from German Expressionism, French Surrealism and Dadaism (...) are mixed together with those pillaged from the noir, gangster, and horror films in such a way as to obliterate differences.

Kaplan, 1987, s. 46

Det samme forholdet finner man på flere nivå i *Zoo TV*. Hele konseptet kan sies å være et samrøre av rockekonsert og TV, hvor det er vanskelig å fastsette hva som er TV og hva som er rockekonsert. Dette samrøret kommer også frem i utsagnet til Larry Mullen Jr. i tv-programmet *Zoo TV*: “They’re coming to a rock’n’roll gig and watching television. What more can you ask for?” Der MTV kan virke forvirrende i forholdet mellom reklame og program, kan man også se Bonos lek med identiteter i *Zoo TV*. Man kan ikke med sikkerhet si når Bono er *the Fly*, når han er seg selv, og når han er MacPhisto. Disse overgangene skjer gradvis, og kan i så måte leses som et bilde på informasjonskaos knyttet til *forståelsen* av informasjonen. Jeg har argumentert for at MTVs samrøre av reklame og program/musikkvideo kan forstås parallellt med U2s samrøre av rockekonsert og TV. Når jeg leser samrøret i *Zoo TV* som et uttrykk for U2s samfunnsengasjement, og ikke bare et nytt samrøre i MTV-stil, er det fordi U2 blander sammen to elementer (rockekonsert og TV) på en ny måte. *Zoo TV* har dermed et overraskende element, som gjør at jeg reflekterer over samrøret i større grad enn når jeg ser en ny musikkvideo på MTV.

Teknologien er en direkte årsak til at man i dag blir overøst av informasjon gjennom TV. I dag ser vi som sagt direkte bilder fra de fleste store hendelser i verden, og klipperytmen er mye raskere enn tidligere. TV-kanalene kan velge mellom bilder fra et mye større antall

kamera enn tidligere, og digital teknologi har gjort klippe- og redigeringsprosessen vesentlig raskere. For 20-25 år siden var det med andre ord ikke mulig å sende ut så mye informasjon gjennom TV som man ser i dag. Teknologien har også i stor grad preget utviklingen av pop og rock⁶⁰, og også her er det slik at ny teknologi har ført til at man kan lage musikk som ikke tidligere var mulig. Låten 'Zoo Station' åpner både albumet *Achtung Baby* og konserten *Zoo TV*. Denne låten står nærmest som et bilde på 90-tallets U2. *Achtung Baby* er, som jeg påpekte tidligere, tatt opp forut for HardDisk-recordingens definitive gjennombrudd i studiosammenheng. Derimot hadde digitale effektprosessorer gjort sitt inntog, og disse ga mulighet til å produsere nye klanger lettere enn ved å bruke analoge effekter. Fast påpeker at "most of the (...) songs on this album also have introductions that seem to be 'about' the technology itself" (Fast, 2000, s. 45). Dette gjelder f.eks. åpningene på 'Zoo Station', 'Until the end of the world' og 'Who's gonna ride your wild horses', og videreføres på albumet *Zooropa* med 'Numb' og 'Daddy's gonna pay for your crashed car'. Hvis man trekker frem 'Until the end of the world' som eksempel, bruker U2 opptaket fra albumet *Achtung Baby* også i konserten. Låten starter med et sample, hvor det er vanskelig å definere om det egentlig er gitar, sang eller synth, siden lyden er kraftig forvrengt og prosessert med filtre. Også platecoverene fra *Achtung Baby* til *Pop* følger med i den teknologiske utviklingen.



Figur 16: *Achtung Baby*, *Zooropa* og *Pop* – albumcover

Coveret til *Achtung Baby* skiller seg fra 80-tallscoverene, som ofte hadde konkret motiv. Bildene på *Achtung Baby* er fortsatt konkrete, men her ser man at utsnittene er mer eksperimentelle. På *Zooropa* har den digitale tidsalder tatt helt over for det konkrete bildet. I hele coveret er det ikke ett bilde som ikke er kraftig digitalt forvrengt. Dette kan sees analogt

60. Her kunne man tegnet historien fra etspors mono-opptak på 50- og starten av 60-tallet, til stereo og flersporsopptak og videre til synther og digital teknologi. Jeg konsentrerer meg imidlertid her om siste halvdel av 80-tallet og 90-tallet.

med fokuset på media i *Zoo TV*; Ikke bare gir TV oss en produsert virkelighet. Den kan også til tider være kraftig forvrengt. Coveret til Pop, som for øvrig minner mye om coveret til *Let it be* (The Beatles), er også tydelig digitalt behandlet. Fargeleggingen av disse høykontrastbildene på grå bakgrunn ligner Andy Warhols kjente bilder av Marilyn Monroe. Andy Warhols bilder blir også brukt på tv-skjermen i *Popmart*, men dette kommer jeg tilbake til senere.

Teknologien gjør seg gjeldende også i utformingen av *Zoo TV*-scenen. Denne er beskrevet i utallige tekster av både vitenskapelig og populær art (Opsahl (1994), Fast (2000), Holm (2003)⁶¹). Jeg vil her konsentrere meg om noen elementer som tidligere ikke er vektlagt i like stor grad. Hovedsaklig består scenen av en rekke tv-skjermer av forskjellig størrelse. Disse er ikke plassert symmetrisk på scenen, og sammen med flere trabanter og annet gir scenen et ganske kaotisk inntrykk. Fast har en interessant lesning av begrepet *zoo*, som for henne som engelskspråklig konnoterer “craziness or chaos” (Fast, 2000, s. 41). Årene før og etter *Zoo TV* var også de rack-monterbare digitale gitareffekters gullalder. Tidligere var “Marshall-veggen”, en vegg av Marshall-høytalere tegnet på gigantomani i rocken. The Edge har aldri brukt slike vegger, men på *Zoo TV* har han plassert to store effekt-rack på scenen. Det er ingen praktisk årsak til at effekt-rackene står på scenen, da alle effekter er ferdig programmerte, og tildels også styres av en gitartekniker under scenen. Effekt-rackene leder imidlertid til flere tolkninger. De kan sees på som the Edges substitutt for Marshall-veggen. Der Marshall-veggen står som stort og mektig fallossymbol i hardrocken, står effekt-rackene i *Zoo TV* som en parodisk batteridrevet dildovariant. Dette kan sees på som et element i Holms diskusjon om autentisitet i postmoderne rock. Holm ser på “utviklingen av postmoderne rock som en kritisk revurdering av vår egen kultur og historie” (Holm, 2003, s. 37). Effekt-rackene kan om man sier det med Holm leses som en kritisk revurdering av rockens altertavle – Marshall-veggen.

Effekt-rackene, med alle sine blinkende lys, er enda et teknologisk element i en allerede kaotisk oppbygd *Zoo TV*-scene, men rackene har selvsagt en tilleggsfunksjon – eller kanskje hovedfunksjon – ut over å være et scenografisk virkemiddel; De har også en innvirkning på lyden. The Edge er kjent for sitt karakteristiske gitarspill. Fra 80-tallets U2 produksjoner er det vanlig å trekke frem bruken av delay-effekter. Bortsett fra disse spiller the Edge stort sett med clean lyd eller mer eller mindre tradisjonell vreng. Gitarspillet på *Zoo TV* karakteriseres

61. Mengden av populære artikler som beskriver *Zoo tv*-scenen er så stor at en opplisting ikke er hensiktsmessig.

som tidligere av delay-effekter, men effekter som the Edge tidligere ikke har brukt spiller også en stor rolle. På introen til 'Even better than the real thing' bruker the Edge en Whammy-pedal. Dette er en trinnløs pitch-shifter, som gjør at gitartonen kan gli fra sitt utgangspunkt til en annen valgt innstilling, f.eks. en oktav opp, og tilbake. Whammy-pedalen har en enda større rolle i låten 'Hold me, thrill me, kiss me, kill me', som fremføres på *Popmart*-turnéen. Denne effekten kan ikke gjenskapes uten digital teknologi. Rent musikalsk kan man skape en lignende effekt ved å bruke en slide og gli opp og ned en oktav, men Whammy-pedalen klarer ikke å gjenskape oktaven "perfekt", og tonen høres dermed mer syntetisert ut. Disse effektene er med på å lage et mer kompleks lydbilde. Dette kommer konkret til uttrykk gjennom at det er flere musikalske hendelser å ta stilling til. Lydbildet blir imidlertid mer kompleks gjennom at lytteren mer eller mindre bevisst tar stilling til lydkilden. På 1980-tallet var U2s gitarlyd grovt sett konstruert av en elektrisk gitar, en delay-pedal, og en forsterker som kanskje var overstyrt. På 1990-tallet var gitarlyden oftere konstruert av modulasjonseffekter, filtre, delayer og kraftigere overstyring, som for eksempel i låten 'Numb' fra *Zooropa*. Effektprosesseringen er av helt avgjørende betydning for 'Numb's karakter, noe som igjen understreker et poeng: På 1990-tallet gjorde U2 seg avhengige av effektprosessering, i den forstand at låtene hadde mistet hele sin karakter om man tok bort effektprosesseringen.

U2s bruk av clicktrack kan som sagt sees som et bilde på tv-mediets distanse til virkeligheten. Bruken av clicktrack, åpner imidlertid også for andre løsninger. Produksjonene på *Achtung Baby*, *Zooropa* og *Pop* er av en slik art at de ikke lar seg gjenskape gjennom U2s originalbesetning. Til det brukes det for mange synther og flerspors gitarer som er med på lydbildets signatur. The Edge la flere spor med gitarer også på tidligere låter som 'Where the streets have no name', men her har kun ett av sporene en sentral plass i lydbildet, mens resten fungerer mer som fyll. Låten 'One' kan stå som eksempel på 1990-tallets produksjoner⁶². Den er langt fra så hiphop- og dance-orientert som mange av de andre 90-tallslåtene, men representerer likevel noen karakteristiske trekk for perioden.

62.Når jeg snakker om "1990-tallets produksjoner" og lignende, er det U2s produksjoner jeg omtaler og ikke pop og rock generelt.

	Where the streets have no name	One
<i>Rytmask lag</i>	Trommesett Gitarspor (skrapegitar)	Tamburin og Trommesett
<i>Lyse melodier</i>	Hovedriff - gitar (lys) Melodi - Bono	Hovedriff - gitar (mørkere) Motstemmer - gitar/keyboard Melodi - Bono
<i>Harmonisk fyll</i>	Strings på intro/outro Gitar	Ak. gitar/strings
<i>Dype toner</i>	Bassgitar - grunntoner	Bassgitar - melodios

Tabell 2: Rollefordeling i 'Where the streets have no name' og 'One'

I tabell 2 har jeg beskrevet rollefordelingen i låtene 'Where the streets have no name' (heretter kalt 'Streets') og 'One', utfra Moores terminologi om rollefordeling (Moore, 2001, s. 33). 'Streets' fra *The Joshua Tree* (1987) minner med sin dance-aktige rytme om noen av 90-tallets låter, mens 'One' har melodiose linjer som kan sammenlignes med f.eks. 'With or without you'. Låtene har dermed relativt tydelige referanser til henholdsvis påfølgende og foregående periode i U2s karriere. Til tross for dette er låtene produsert slik at de er representative for den tid de ble laget. Det er ikke vanskelig å finne store forskjeller mellom U2s låter fra 1980- og 1990-tallet, men gjennom å velge de to nevnte låtene, tror jeg forskjellene kommer tydeligere fram. 'One' er en rolig låt hva tempo angår, men produksjonen er forholdsvis travel. Det er mange elementer som slås om oppmerksomheten. På 'Streets' står gitarens hovedriff og Bonos vokal i fokus, mens trommer, strings, gitarer og bassgitar er mer passive støttespillere. På 'One' ser man at flere riff og motstemmer sammen med Bonos vokal er tydelige i produksjonen. I tillegg spiller bassgitaren melodiose linjer, der den på 'Streets' utelukkende spiller grunntoner. U2 er avhengige av å bruke clicktrack for å gjenskape lydbildet til 'One'. Uten clicktrack ville man gått glipp av mange av de melodiske elementene jeg har kalt *motstemmer* i tabell 2, og dermed mistet noe av låtens signatur. U2 har dermed gjort seg avhengig av clicktrack-teknologien. Ved bruk av clicktrack gjenskaper også U2 lydbilder som er mer kompliserte enn på 'One'. Clicktrackene er med på å gi musikken noe av det samme hektiske preg av informasjonskaos, som det man opplever gjennom tv-skjermene i *Zoo TV*.

Selv om *Popmart* tilsynelatende handler mer om konsum-kultur enn om medie-kultur, er det en stor likhet i bruk av virkemiddel og språk. Der *Zoo TV* sendte ut store mengder

informasjon i nyhetsdrakt, pøser også *Popmart* på med visuelle uttrykk fra tv-skjermen. På *Popmart* tar de visuelle uttrykkene tilsynelatende mer form av ren underholdning. Da U2 skulle åpne *Popmart*-turnéen i Las Vegas, fikk de ikke den responsen fra publikum som de hadde håpet på. Til tross for verdens største tv-skjerm og andre gigantiske scenografiske effekter, ble ikke publikum slått av gigantomani. Bono hadde selv svaret på hvorfor: "Las Vegas er den eneste byen i verden, hvor ingen stiller spørsmål ved en tolv meter høy sitron" (www.discover.de). Sammen med Las Vegas' blinkende skilt og casino blir *Popmart* på en måte som å skulle bære sand til Sahara. I dette kaoset av inntrykk får låten 'Sunday bloody Sunday' en sentral rolle i konserten. Tidligere ble låten brukt til å rope ut bandets oppgittethet og fortvilelse, med Bono nærmest ropende i et høyt register og resten av bandet med fullt trøkk hele vegen. På *Popmart* fremføres 'Sunday bloody Sunday' av the Edge alene på scenens utstikker. Tempoet er mye roligere enn tidligere, og med kun gitar og sang holdes fremførelsen på et dynamisk lavt nivå gjennom hele låten. 'Sunday bloody Sunday' blir dermed en sterk kontrast til resten av *Popmart*-sirkuset. Dette kan være en måte å understreke viktigheten av låten. På 1980-tallet la man merke til 'Sunday bloody Sunday' gjennom den intense måten den ble fremført på. På *Popmart* legger man fortsatt merke til låten, siden den har en slik kontrast til resten. Også gjennom lyssettingen, som gjennom *Popmart* stort sett er hektisk og pulserende, er 'Sunday bloody Sunday' kontrasterende til resten av showet. The Edge lyses kun opp av noen få stillestående lyskastere med hvitt lys. U2 spilte nesten ikke 'Sunday bloody Sunday' mellom *Rattle and Hum* (1988) og *Popmart* (1997), ettersom de mente at publikum ikke forstod låtens viktighet. The Edge introduserer låten med at de ikke var sikre på om de noen gang kom til å spille låten igjen, men at de nå hadde gjenoppdaget låten. Når U2 likevel velger å ta frem 'Sunday bloody Sunday' igjen, lar de den ikke drukne i resten av showet, men viser gjennom fremførelsen hvilken betydning den har for bandet.

I *Zoo TV* har man også en lengre sekvens, hvor hele bandet spiller flere låter på en utstikker fra scenen. I likhet med fremføringen av 'Sunday bloody Sunday' fremføres disse låtene svært lavmelt, og til tider med akustiske instrumenter, og effekten er igjen en kontrast til det oppjagede tempoet i resten av konserten. Denne effekten brukes også i enkelte reklamefilmer på TV. I de fleste reklamefilmer er lyden kraftig komprimert. Dette fører til at det meste av dynamikken i musikken forsvinner. Fordelen med dette er at tv-kanalen kan levere et jevnt høyt volum til seeren. Det er nærmest en konkurranse om å få sin egen film til å høres høyest mulig ut, slik at den stikker seg ut i forhold til konkurrentene. I kontrast til dette er det noen reklamefilmer som ikke bruker lyd i det hele tatt. Effekten blir det man kan

kalle for en øredøvende stillhet, som seeren legger merke til. De låtene som fremføres på scenens utstikker har en funksjon ut over å være en kontrast i intensitet og volum. Under denne sekvensen slås alle tv-skjermene av, og publikum fokuserer direkte på bandmedlemmene. Bandet nærmer seg dermed sitt publikum, både gjennom at de fysisk står midt blandt publikum, med også gjennom at publikum ser bandet uten tv-mediets distanse. Sekvensene med 'Mysterious ways', *MacPhisto* og til sistnevnte med U2 på scenens utstikker kan forstås som forskjellige kommentarer og eksempler på hvordan tv-mediet skaper en distanse til virkeligheten.

4.4 Konsumerisme - det kalde samfunn?

Popmart kan som sagt leses som en kommentar til konsum-kulturen. Dette temaet kan angripes fra en rekke vinkler. I forhold til en lesning av *Popmart* ønsker jeg å diskutere konsum-kultur i spenningsfeltet mellom *fokus på penger og materielle ting* og *medmenneskelighet*. Det er ikke noe gitt motsetningsforhold mellom disse punktene, men jeg opplever at *Popmart* problematiserer dette forholdet, som vil være gjenstand for de påfølgende avsnitt.

Jeg har allerede diskutert hvordan U2 leker seg med identitet under åpningen av *Popmart*. Her er som sagt Bono ikledd en morgenkåpe med hette, lik de som bokserer bruker. Under morgenkåpen har han en t-skjorte med påtegnede muskler. Når bandet kommer opp på scenens utstikker, driver Bono skyggeboksing og hytter mot publikum. Flere ganger under konserten gjør Bono truende bevegelser mot publikum, og han opptrer til tider arrogant. Denne måten å agere på har man ikke tidligere sett fra Bono. På 80-tallet var han opptatt av å ha publikum med seg, og strakte seg ofte ut mot publikum. I tillegg fikk han ofte med seg publikum på "call and respons"-rop som "No more!" på 'Sunday bloody Sunday'. Bono prøver seg med slike rop på låten 'MOFO' i *Popmart*. Han roper "NO!" til publikum, og ønsker samme svar tilbake. Alt man hører er imidlertid ekkoet av Bono selv, fordi rytmen blir for vanskelig for den store publikumsmassen å henge med på. Der han tidligere fikk svar fra hele publikum, hører han nå bare ekkoet av seg selv. Kanskje er dette på grunn av at han som konsument hele tiden har vært opptatt av å konsumere, og mindre opptatt av av sosiale ferdigheter. Her blir det tydelig at Bono leker med sin identitet, fordi hans evne til å få med seg publikum på ulike rop har vært et av hans varemerker fra 1980-tallet. Dette er et eksempel på at *Popmart* kan sies å uttrykke et problematisk forhold mellom konsum-kultur og medmenneskelighet. Før 'Last night on earth' hører man Bono snakke. På stemmen er det lagt et ekko som høres godt. Ekko kan konnotere tomhet, siden et stort og

tomt rom gir mye gjenklang, men hvis man fyller rommet med mennesker, blir ekkoet redusert. U2 har tidligere i konserten fokusert på konsum-kultur, gjennom måte å agere på og visuelle uttrykk på tv-skjermen. Når Bono nå forsøker å henvende seg til publikum, opplever han bare å høre sitt eget ekko. Igjen kan dette leses som en kommentar til spenningsforholdet mellom konsum-kultur og medmenneskelighet.

U2 fremfører en del av låtene under *Popmart* på en slik måte at de kan kritiseres for å ikke “gi alt”. ‘Even better than the real thing’ er et eksempel, hvor Bono ikke holder “yttertonene” i melodilinjene. Transkripsjonene i figur 17 viser hvordan Bono i *Popmart* bare så vidt svinger innom tonen g, som er “ytterpunktet” i melodilinja. I praksis ligger han på samme tone under hele ordet *satisfied*. Det virker som om han finner det mer behagelig å ligge på en tone.



Figur 17: Utdrag av *Even better than the real thing* fra *Zoo TV* og *Popmart*

Bono uttaler også ordene mer utydelig i *Popmart*-versjonen av ‘Even better...’, sammenlignet med tidligere versjoner. Jeg leser dette og eksempelet rundt figur 17 dit at Bono kommenterer hvordan konsum-kulturen gjør at man gjerne vil ha det makelig; “vi kjøper det vi trenger, slik at vi kan sitte i godstolen uten å anstrenge oss”. Låtens tekst tolkes lettest som en kjærlighetslåt, med sterke erotiske tendenser. Flere har også påpekt forbindelsen til Coca Colas slagord med ulike varianter av “the real thing”. I denne forbindelse vil jeg fokusere på tekstlinja “we’ll slide down the surface of things”. Det er nettopp dette Bono gjør i måten han fremfører låten på – han sklir på overflaten, uten å ville gå i dybden. I måten Bono agerer på scenen finner man lite av låtens kjærlighets-budskap, som kommer tydeligere frem i *Zoo TV*. Det er riktignok en ganske rå kjærlighet som uttrykkes i *Zoo TV*. I *Popmart* er fokuset flyttet til konsum-kultur og materialisme. Her kommer koblingen til Coca Cola tydelig frem, gjennom at man på tekstlinja “You’re the real thing” viser en animert brus-boks som åpnes og tømmes ut. På boksen står det “POP”, men koblingen til Coca Cola er likevel tydelig. Under tv-showet *Zoo TV* viste U2 reklame for en rekke produkter. Alle disse produktene hadde merkenavnet “Zoo” i en eller annen form. U2 bruker dermed tydelige substitutter til kjente merkevarer, uten å drive direkte reklame.⁶³ Underveis i låten svever det

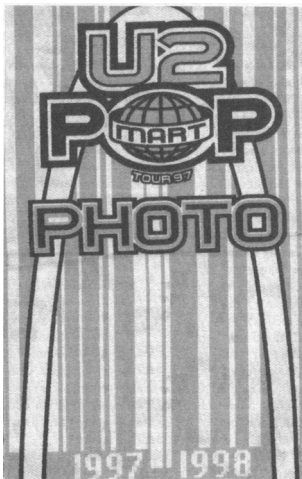
også en rekke produkter som parfyme, sjokolade og hamburgere over skjemen, før man mot slutten får presentert en animasjon som viser menneskets utvikling – fra ape til konsument:



Figur 18: Evolusjon - fra ape til konsument

På 1980-tallet hadde U2 flere låter hvor Bono uten problemer sang med en rå stemme i et høyt register, som for eksempel 'Pride'. I dag spilles denne låten flere halvtoner lavere enn tidligere. Låten 'Last night on earth' fra *Pop* ligger også i et høyt register på refrenget. Her må Bono ta en pause, som for å samle krefter, for å komme opp på ordet *away*. Det virker som om Bono er sliten av konsumkulturen og mediekulturens høye tempo og jag.

Der *Zoo TV* i stor grad uttrykker seg verbalt, er *Popmart* full av symboler. Symboler, tv-snutter og andre visuelle uttrykk er med på å skape et helhetlig inntrykk rundt *Popmart*. Her har jeg lyst til å trekke frem et bilde, som ikke er med i konsertvideoen, men som absolutt hører med til *Popmart*-turneen.



Figur 19: Plakat fra *Popmart*-turnéen

63. Til tross for dette var det ifølge U2s manager Paul McGuinness mange som trodde at turnéen var sponset av K-Mart og McDonald's (Mojo. july 2005, s. 85)

Bildet viser en plakat i forbindelse med turnéen, hvor man har integrert visuelle virkemidler fra scenen, som McDonald's-buen. O-en i "POP" representerer "appelsinen" med høyttalere fra *Popmart*-scenen. I bakgrunnen har man tegnet *strekkode*, som er enda et element man kjenner fra en konsum-kultur⁶⁴. *Zoo TV*s kommentar av mediekulturen ble gjennomført ved bruk av et sterkt element i mediekulturens språk – ord. På samme måte kan man forstå bruken av symboler i *Popmart*. Konsumkulturen er riktignok med på å overøse konsumentene med ord gjennom f.eks. reklame, men *produktet* står sterkt i konsumkulturen på samme måte som *ordet* står i mediekulturen. Gjennom å vise bilder av produkter på *Popmart*, inviteres publikum med på en blanding av en rockekonsert og en tur på et kjøpesenter. Dette er igjen parallelt til den tidligere diskusjonen om blanding av rockekonsert og TV i *Zoo TV*.

4.5 Virkemidler

Til nå har mine lesninger befattet seg med hvordan jeg opplever *Zoo TV* og *Popmart* som et uttrykk for U2s samfunnsengasjement. Dette har jeg gjort gjennom å knytte forholdsvis konkrete musikalske og ekstramusikalske elementer til de meninger jeg opplever når jeg ser konsertene. Jeg har flere steder kalt slike elementer for virkemidler i konsertene. TV-skjermer, lyseffekter, kostymer etc. er konkrete virkemidler hvor meningene kommer til uttrykk. Jeg vil argumentere for å snakke om virkemidler også på et annet nivå. Jeg har f.eks. nevnt at U2 bruker *parodi*. Parodi kan også kalles et virkemiddel. Forskjellen mellom disse nivåene, er at virkemidler som *parodi* er abstrakte og kommer til uttrykk gjennom virkemidler som *tv-skjermer* og *kostymer*. Dermed kan man dele virkemidlene inn i *konkrete* og *abstrakte* virkemidler. I denne delen av oppgaven, som avslutter mine lesninger, ønsker jeg å diskutere noen abstrakte virkemidler knyttet til konsertene.

SELV-REFLEKSJON OG SATIRE?

Zoo TV er som sagt en stort sett kritikerrost turné. De som har uttalt seg kritisk, konsentrerer seg hovedsakelig om at U2 kritiserer det de selv er en del av. Når Bono driver satire med superstjerne-rollen, er han samtidig superstjerne selv. Dette gjelder flere aspekt ved *Zoo TV* og *Popmart*. Det er til tider vanskelig å skille mellom hva som er U2, og hva som er U2s kritikk av omverdenen. U2 er en av Irlands største eksportartikler. De håver inn

⁶⁴.Konsertannonsene i norske aviser brukte denne plakaten, bortsett fra ordet "photo". Hele poenget med at det er strekkoder i bakgrunnen, ble imidlertid borte fordi man hadde kuttet bort tallene i bunnen av plakaten.

penger gjennom konserter, platesalg og salg av andre effekter. Samtidig er konsumkultur et hovedtema i *Popmart*. Bonos rolle som *the Fly* i *Zoo TV* er heller ikke lett å få tak på. Når uttaler han seg som Bono, og når er det *the Fly* som snakker? Denne dobbeltheten er diskutert også i tidligere tekster på hovedfagsnivå. Opsahl hevder i sin tekst at man aldri trenger bakenfor overflaten på *Zoo TV*, men til gjengjeld ligger det mye i overflaten som ansporer til kritisk deltagelse (Opsahl, 1994, s. 37).

PARODI

E. Ann Kaplan (1987) diskuterer forskjellige former for musikkvideoer på MTV. Kaplan argumenterer for fem hovedtyper, hvor det i denne sammenheng er interessant å trekke frem “sosialt bevisste” og “post-modernistiske” videoer (Kaplan, 1987, s. 55). Kaplan tar utgangspunkt i videoer fram til midten av 1980-tallet, og sier følgelig ikke noe direkte om U2s 90-tallsproduksjoner. U2 er heller ikke nevnt i Kaplans gjennomgang av videoer. U2 bruker kanskje ikke først og fremst musikkvideoen som arena for å uttrykke sitt samfunnsengasjement. Dette kommer frem gjennom andre kanaler, som konserter, plater og intervju. Den “sosialt bevisste” 1980-tallsvideoen er, noe forenklet sagt, opptatt av spørsmål rundt arbeidspolitikk og staten som autoritet, sosial urettferdighet på et internasjonalt nivå samt kvinneundertrykkelse og likestilling (ibid.). Kaplan trekker frem eventer som Live Aid og musikkvideoen til ‘We are the world’. “The video and the Live Aid live transmission gave spectators a sense of being part of a community brought together around a moral cause unrelated to direct self-interest” (Kaplan, 1987, s. 84) Den postmoderne video “kommuniserer ingen klar betydning”, og den kan virke forvirrende da de ikke manifesterer et ståsted for sine “uttalelser” (Ibid., s. 63). Kaplan ser at inndelingen i fem typer videoer ikke må betraktes som absolutt. Likevel gis det uttrykk for et skille mellom den sosialt bevisste og den postmoderne video. Jeg vil argumentere for at *Zoo TV* og *Popmart* er en blanding av disse: Konsertene er et uttrykk for sosial bevissthet fremført i et postmoderne språk. Den sosiale bevisstheten i disse konsertene fokuserer riktignok på andre tema enn musikkvideoene fra 1980-tallet. U2s konserter på 90-tallet kan, på samme måte som den postmoderne musikkvideo, virke forvirrende med hensyn til betydning og ståsted. Det virker som om de kritiserer medie- og konsumkulturen som de er en del av. Samtidig er deres eksistens som verdenskjent rockeband avhengig av medie- og konsumkulturen. Kaplans beskrivelse av at den postmodernistiske video ikke manifesterer et ståsted for sine uttalelser, står sentral i denne diskusjonen rundt U2s motivasjon med *Zoo TV* og *Popmart*. Hvis man utelukkende har kjennskap til U2 gjennom *Zoo TV* og *Popmart* ser jeg at man lett kan bli

forvirret om man ønsker å fange U2s motivasjon. Når jeg likevel leser *Zoo TV* og *Popmart* som jeg gjør, kommer kanskje dette av deres ståsted på 1980-tallet. Siden jeg oppfatter U2 som et samfunnsengasjert band på 80-tallet, drar jeg dette med meg i lesningen av 90-tallskonsertene.

I det følgende vil jeg diskutere bruken av imitasjon som ofte knyttes til begrepet *parodi*. Jeg vil, i diskusjon med andre studier, utvikle en teori rundt bruken av imitasjon, som er et gjennomgående virkemiddel i *Zoo TV* og *Popmart*. Da begrepet *parodi* inngår som en subkategori i teorien jeg diskuterer, velger jeg å kalle “bruken av elementer fra andre uttrykk” for *parafrase*. Sentralt i diskusjonen står tanken om at det er en hensikt bak parafrasene som brukes i *Zoo TV* og *Popmart*. Kaplan sier at *pastisj* og *ikke-lineære bilder* beskriver den postmodernistiske musikkvideo (Kaplan, 1987, s. 55). Dette er et tema som tas opp i flere studier. Moore skiller mellom *pastisj* og *parodi*, idet parodien kan inneha en kynisme og ironi, som førstnevnte ikke har (Moore, 2001, s. 201). Andrew Goodwin (1993) utvikler konseptet rundt den postmodernistiske video, ved at han argumenterer for at langt fra alle videoer, som har sitater fra andre uttrykk, kan kalle pastisj (Goodwin, 1993, s. 160). Han argumenterer for seks kategorier innenfor parafrasering. *Sosial kritikk, selv-reflekterende parodi, parodi, pastisj, promotering og hyllest*. Denne kategoriseringen kan sees som en beskrivelse av motivasjonen bak parafrasen, og er en konkretisering som Moore ikke får frem ved kun å skille mellom parodi og pastisj. Goodwin tar frem et eksempel, ‘This is radio clash’ (the Clash), som kan leses som både sosial kritikk og pastisj. Det er ikke snakk om seks avgrensede kategorier, men snarere et kontinuum som Goodwin også påpeker: “I am not (...) seeking to establish a definitive categorization: all of the six categories described must inevitably allow for “slippage” among them, depending on viewer interpretation. Goodwin ser U2s video av ‘Where the streets have no name’, som en pastisj av the Beatles konsertopptak fra taket på Apple-studioet. Jeg tolker U2s video også som en hyllest til the Beatles, noe som eksemplifiserer at det ikke er avgrensede kategorier.

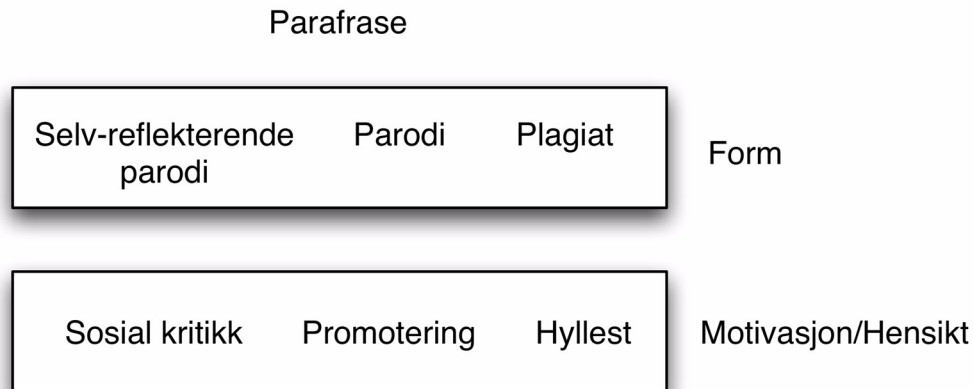
Zoo TV og *Popmart* kan også leses i forhold til Goodwins kategorier, til tross for at disse ikke er musikkvideoer. Den selv-reflekterende parodi tar utgangspunkt i musikkvideoen selv; f.eks Aphex Twins ‘Windowlicker’, som er en parodi på den stereotype hip hop-video. Bonos alterego *the Fly* er et eksempel på *selv-reflekterende parodi*. Teksten til ‘Television’ er preget av at man bruker parodi for å fremme sitt budskap, gjennom at man bruker tv-mediets eget språk for å kritisere TV. Videre kan man spørre seg om teksten i ‘Television’ er en *selvreflekterende parodi*. I motsetning til figuren *the Fly*, som kan leses som en parodi på Bono selv, er ikke ‘Television’ en parodi på artisten bak – nemlig *Disposable Heroes of Hiphoprisy*.

Teksten kan imidlertid tolkes som en selv-reflekterende parodi, idet det er tv-språket som kritiserer TV selv. U2s inntreden på *Popmart* kan leses som en *parodi* på et boksestevne. Motivet bak *Popmarts* bruk av Warhol-inspirerte bilder kan tolkes som en form for *hyllest*, men disse bildene kan også leses som et uttrykk for deres samfunnsengasjement. Warhol tilhører en kunstretning som knyttet sammen kunst og popkulturen til *popkunst* eller *popart* (Compton, 1970). I tillegg til den nære forbindelsen mellom navnene *Popmart* og *popart*, kan popkunsten tolkes som en kommentar til at dagligvarer gjennomsyrrer hele den vestlige kulturen – også kunsten. I kategorien *promotering* trekker Goodwin frem eksempler på musikkvideoer som inneholder elementer fra filmer. Et eksempel på dette kan være Bryan Adams '(Everything I do) I do it for you', som er filmmusikk til *Robin Hood – Prince of Thieves*. Musikkvideoen inneholder scener fra filmen, og brukes dermed til å promotere filmen. Jeg vil argumentere for å utvide denne kategorien til også å omfatte eksempler som 'Ghost busters' plagiat av 'I want a new drug'⁶⁵. Slike plagiat kan, som sagt, tolkes som et ledd i markedsføringen av en låt, et album og/eller en artist.

Jeg har dratt frem eksempler på selv-reflekterende parodi, parodi og hyllest i *Zoo TV* og *Popmart*. Goodwin bruker betegnelsen sosial kritikk på en av sine kategorier. Eksemplene fra *Zoo TV* og *Popmart* kan alle leses som et uttrykk for sosial kritikk. I Goodwins modell er *sosial kritikk* en form for parafrasering på lik linje med de andre fem kategoriene. Jeg aner en forskjell mellom *selv-reflekterende parodi* og *parodi* på den ene siden og *sosial kritikk*, *promotering* og *hyllest* på den andre siden. Jeg forstår de førstnevnte kategoriene som *handlinger* mens de tre sistnevnte kan forstås som *motivasjonen* eller *hensikten* bak parodien. Jameson snakker også om at det ligger en underliggende motivasjon bak parodien

65.Dette eksempelet er omtalt ovenfor.

(Jameson, 1991, s. 17). Figur 20 er et forsøk på å illustrere en modifisert versjon av Goodwins kategorisering.



Figur 20: Kategorier av parafrasering – utviklet etter Goodwin (1993)

Utgangspunktet for figuren er en parafrase, dvs. at man bruker elementer fra et annet uttrykk. Denne parafrazen tar form av *selv-reflekterende parodi*, *parodi* eller *plagiat*. Videre finner man en motivasjon eller hensikt med parafrazen. Jeg har lagt til *plagiat* i forhold til Goodwins modell, siden jeg diskuterer dette konkret. Ellers kan man tenke seg både andre *former* og andre *hensikter* enn de jeg har presentert i figuren ovenfor. Jeg mener at alle formene for parafrasering som er nevnt i figur 20 må inneholde en eller annen form for kommentar eller betydning til det uttrykk som parafraseres. I tilfellet med *Zoo TV* og *Popmart* kommer denne kommentaren gjerne i form av samfunnskritikk eller samfunnsengasjement. Det ligger altså en motivasjon bak bruken av parafrase. I forhold til *Zoo TV* og *Popmart* passer det å kalle denne “utenforliggende” kategorien for *sosial kritikk*. I en mer generell modell rundt parafrasering, kunne *sosial kritikk* vært byttet ut med et mer nøytralt *motivasjon*.

Postmodern analyses often present this idea via one-dimensional account of changing notions of history in pop music, tending to use all instances of quoting from pop’s past as though they were simple examples of “pastiche.”

Goodwin, 1993, s. 159

Goodwin sikter her blant annet til Jameson, som hevder at pastisj “is blank parody” (Jameson, 1991, s. 17). Goodwins poeng er som sagt at ikke all sitatbruk er pastisj. Likevel har denne kategorien en plass i Goodwins modell. Hvis U2 parafraserer eller parodierer et uttrykk kun for å bruke uttrykket, kan det kalles pastisj. Holm (2003) kritiserer Jameson

direkte i forhold til *Zoo TV*, og hevder at “*Zoo TV* er preget av parodi og satire” (Holm, 2003, s. 92). Holm trekker frem eksempelet med at Bono, gjennom *the Fly*, parodierer rollen som rockestjerne, men argumenterer for at dette ikke er pastisj, da Bono uttrykker “sympati for originalen – nemlig artisten Bono” (Ibid.). Jameson sier at pastisjen er “uten parodiens underliggende motiv, uten en satirisk impuls (og) uten latter” (Jameson, 1991, s. 17). Hvis man legger dette til grunn for forskjellen på parodi og pastisj, så er jeg enig med Holms kritikk av Jameson. Jeg vil argumentere for at flere elementer i *Zoo TV* og *Popmart* er en form for parodi. Disse kan, i større grad enn hva Holm gjør, nyanseres og utvikles i forhold til figur 20. Bruken av parodi eller parafrase er så gjennomgående i *Zoo TV* og *Popmart* at jeg finner det hensiktsmessig å kunne differensiere mellom forskjellige former for parodi, fordi det aner meg at *motivasjonen* bak parodien kan forandre seg i forhold til de forskjellige kategoriene. *The Fly* kan i denne sammenheng sees som en *selvreflekterende parodi*, da det er “rockestjernen”, som Bono selv er en representant for, som parodieres. Dette har noe å si for betydningen av parafrasen. En *parodi*, slik begrepet brukes i figur 20, kan ofte leses som *kritikk* av den eller det som parodieres. Når man får et *selvreflekterende* element inn i parodien, oppstår gjerne følgende dilemma: Man kan oppleve at den eventuelle kritikken som ligger i parodien blir mer troverdig, idet artisten selv er en del av det som kritiseres og dermed kritiserer “innenfra”. Man kan også oppleve at kritikken ikke har noen brodd. *Zoo TV* og *Popmart* har som sagt vært kritisert for sistnevnte, da U2 f.eks. kritiserer en konsumkultur som de selv er en representant for.

Pastisj holdes utenfor figuren, da denne kategorien ifølge Goodwin mangler parodiens kritiske distanse, og derfor ikke evner å kommentere det som parafraseres. *Pastisjen* har dermed ingen annen motivasjon enn å være en parafrase av et annet uttrykk. Her er det naturlig å trekke frem diskusjonen rundt koder og kompetanse. Uten mottagerens kompetanse, vil parodien i beste fall oppleves som pastisj. Hvis ikke mottageren kjenner til det som parodieres, har ikke denne noen forutsetning for å forstå situasjonen slik den er tenkt fra avsender. Parodi og andre former for parafrase kan derfor forstås som en form for kode. Man kan diskutere om *pastisj*, forstått som “blank parodi” er en umulighet. Er det mulig for en artist å parodierte, uten at dette er en eller annen form for kommentar til det som parodieres? Gitt at artisten oppfatter det objektet som parodieres som meningsbærende, mener jeg at det er umulig for artisten å ikke legge noe i parodien. Videre vil jeg hevde at de aller fleste objekter oppfattes som meningsbærende i en eller annen form. *Pastisj* i betydningen av “blank parodi”, kan dermed synes som en umulighet fra artisten eller avsenderens ståsted. På mottakernivå vil jeg imidlertid anta at man kan oppfatte noe som pastisj.

IRONI

Zoo TV er for det meste en kritikerrost turne. Det er ikke enkelt å finne artikler som kritiserer konseptet, men NME-artikkelen *Welcome to Empty-V* er et unntak (Uncut, vol. 1 issue. 5). Her får U2 kritikk både for bruk av virkemidler og fokus. Artikkelen ønsker å stille spørsmål ved *Zoo TV*s legitimitet som rockekonsert - med andre ord et nytt innspill i autentisitetsdebatten rundt rockemusikk. Artikkelen hevder, med rette, at bruken av slagord ikke er en ytringsform som tilhører U2 (ibid., s. 122). Et av de mest siterte slagordene fra *Zoo TV* er "Everything you know is wrong". Denne typen utsagn er typisk for *situasjonistene*. På slutten av 1950-tallet dannet en gruppe kunstnere, som var inspirert av dadaisme og surrealisme, "The Situationist International". "Deres insistering på kulturell kreativitet, ironi og stimulering til deltakelse fremfor politisk kontroll kunne tydelig spores i slagord, plakater og grafitti" (Solvang, 1995). Slagordene var ofte absurde: "Vær realistisk, krev det umulige". Situasjonismen gikk mot sin slutt i 1972. Denne retningen ble imidlertid koblet til punken gjennom Sex Pistols' manager Malcom McLaren. McLaren inkluderte idealene fra situasjonismen i Sex Pistols' image, platecover etc. (ibid.). Også i tekstene finner man situasjonistiske utsagn: "I don't know what I want, but I know how to get it!" (Fra: *Anarchy in the UK*). Man ser tydelige "absurdiske" likheter mellom de tre sitatene ovenfor. Bruken av slagord er ikke ukjent for U2. Under *Rattle and Hum*-filmen ser vi at Bono sprayer "Rock'n'roll stops the traffic" på en bro. Under *Zoo TV* tar U2 i bruk slagord for første gang i konserter. Jeg har tidligere diskutert hvordan samrøret av rockekonsert og TV er en ny sammensmelting som fører til mer refleksjon enn det mer vante samrøret mellom reklame og musikkvideo i MTV. Slagordene som brukes i *Zoo TV* er et liknende samrøre. Slike slagord er riktignok kjent fra punken på 1970-tallet, men *Zoo TV* med ligger, med sin ekstravaganse, langt fra punkens idealer. Det er dermed et nyhets-aspekt også ved dette samrøret – slagord fra punken og overdådig scenografi.

SAMFUNNSKRITIKK ELLER SAMFUNNSENGASJEMENT?

Både *Zoo TV* og *Popmart* er kritisert fordi man opplever motsetninger mellom det U2 sier og det U2 gjør. I tittelen på denne oppgaven bruker jeg begrepet *samfunnsengasjement* framfor *samfunnskritikk*. Kanskje finner man her noe av forklaringen til at motsetningene i *Zoo TV* og *Popmart* fungerer, i det minste for min del. Man står selvsagt fritt til å kritisere sine egne handlinger og sin egen væremåte, men om man ikke samtidig tar kritikken inn over seg og forsøker å forandre seg, virker det som dobbeltmoral. Jeg opplever ikke *Zoo TV* som

samfunnskritikk i fordømmende forstand; “Vi ser alt for mye på TV. Det må vi slutte med”. Heller ikke tror jeg at *Zoo TV* og *Popmart* presenterer en løsningsorientert kritikk. Disse konsertene omhandler, som tidligere sagt vårt forhold til media og forbruk. Slike tema inngår i vår livsstil. En fordømmende og løsningsorientert kritikk mot livsstil, må forvente eller ønske en *livsstilsendring* som resultat.

Jeg tror at det er mulig å skille mellom *samfunnskritikk* og *samfunnsengasjement*. U2 tar, både gjennom *Zoo TV* og *Popmart*, opp ting i samfunnet de selv ikke er i stand til forandre på. Det er umulig å være et stort rockeband, og ikke samtidig tjene masse penger. Dersom man finner det umoralsk å bruke mange penger på en turné, ville følgelig konserter som *Zoo TV* være en umulighet. *Zoo TV* og *Popmart* fungerer dermed mer som en kommentar enn som kritikk. Mer enn å si “Du må ikke se så mye på TV”, opplever jeg at U2 sier “Se gjerne på TV, men her er en oppvekker om hva tv-titting fører med seg.” Opsahl foreslår en lignende lesning:

U2 trer ingen “sannheter” over hodene på oss, men planter et frø av ubehag i våre maver. Vi står fritt til å døyve det med mer underholdning. Eller ubehaget kan vokse til vi ikke lenger kan overse det: Vi må ta stilling.

(Opsahl, 1994, s. 39)

Jeg er enig med Opsahls innledning, men når det gjelder konklusjonen – “vi må ta stilling – ser jeg større problemer. Hver nyttårsaften presenterer mange forsett som innebærer at man må endre sin livsstil, og man trenger ikke statistikk for å vite hvordan det går med de fleste av nyttårsforsettene. Jeg tror dermed at det er for optimistisk å tro at ubehaget etter å ha sett *Zoo TV* kan vokse til en slik størrelse at vi må ta stilling. Om man imidlertid skulle komme til det punkt at man tar stilling, tror jeg oftest at konklusjonen blir at man ikke er i stand til å endre måten man forholder seg til konsumkultur og mediekultur. Gjennom oppgaven har jeg flere steder sagt at gitte elementer i *Zoo TV* og *Popmart* kan leses som en *kommentar* til noe. Dette er gjort bevisst, siden *kritikk* ofte har et vedheng av å være fordømmende og opptatt av løsninger og endring.

På 1980-tallet var U2s samfunnsengasjement stort sett rettet mot tema av nasjonal eller global karakter; f.eks apartheid, bloody sunday og Martin Luther King Jr. *Zoo TV* og *Popmart* befatter seg også med tema av global karakter. Vårt forhold til TV og forbruk/ shopping er udiskutabelt påvirket av sterke globale markedskrefter. Det er omtrent umulig å leve i Vesten i dag uten å ha et visst forbruk av penger. Disse temaene angår oss imidlertid også som enkeltpersoner. Sterkt forenklet kan vi si at til tross for at vårt forbruk er styrt av globale markedskrefter, så er det opp til den enkelte om man vil kjøpe f.eks en ny DVD-

spiller, og man kan skru av tv-en om man vil. U2s 90-tallskonserter har dermed en personlig dimensjon, som ikke var like sterkt uttalt tidligere.

PARALLELLISME OG KONTRAPUNKT

I innledningen var en av underproblemstillingene formulert slik: Hvilket forhold er det mellom musikalske og ekstramusikalske elementer i *Zoo TV* og *Popmart*? Når man befatter seg med objekter som uttrykker seg gjennom flere dimensjoner, som i mitt tilfelle omhandler musikalske og ekstramusikalske elementer, er det interessant å diskutere hvordan de forskjellige elementene sammen er med på å skape meninger. Dette er diskutert i forskningen av filmmusikk, hvor man ser på forholdet mellom bilder og musikk. Peter Larsen trekker frem et eksempel fra stumfilmens historie, hvor en beruset pianist spilte muntre melodier til en ekteskapelig krangel, mens han i den påfølgende forsoningen spilte en begravellesmarsj (Larsen, 2005, s. 204). I motsetning til dette, finner man utallige eksempler på at musikk og bilde uttrykker “det samme”. Et eksempel er den romantiske scenen mellom Lady og Landstrykeren i Disneys’ tegnefilm, som akkompagneres av en like romantisk sang – ‘Bella Notte’. Mange vil hevde at musikken i det siste eksempelet “passer” bedre til bildene. Seeren vil imidlertid også oppleve det første eksempelet som meningsfullt. Riktignok opplever man kanskje ikke samme mening som hvis musikken var byttet om mellom krangelen og forsoningen. Musikken “passer” også her – bare på en annen måte. Man kan si at bilde og musikk i *Lady og landstrykeren* står i et *parallelt* forhold, mens bilde og musikk i førstnevnte eksempel står i et *kontrapunktisk* forhold (Ibid. s. 84).

I *Zoo TV* og *Popmart* opplever jeg at musikalske og ekstramusikalske elementer stort sett står i et parallelt forhold. Uten å bruke begrepet *parallelt*, har jeg gjennom min lesning vist til flere steder hvor ulike elementer i konserten uttrykker “det samme”. For å rekapitulere, kan jeg trekke frem låten ‘Zoo Station’, hvor lydbildet i introen retter tankene mot “teknologi”. De samme tankene opplever jeg når jeg ser *Zoo TV*-scenen – altså et parallelt forhold mellom musikalske og ekstramusikalske faktorer. I Larsens diskusjon om kontrapunkt eller parallellisme knyttet til bilde og musikk i filmer, tar eksemplene oftest utgangspunkt i lyden og bildet ved et gitt tidsforløp.⁶⁶ Det er med andre ord synkronisert lyd og bilde som diskuteres. I forhold til *Zoo TV* og *Popmart* vil jeg argumentere for at man kan bruke

66. Se Larsen, 2005, s. 84: Når Larsen her snakker om “kontrapunktisk musikk” må dette forstås som forholdet mellom lyd og bildet, og ikke forholdet mellom stemmer i musikken, slik man tradisjonelt bruker begrepet i musikkvitenskapen. Jeg adopterer Larsens bruk av *kontrapunktisk*, og bruker dette om forholdet mellom musikalske og ekstramusikalske elementer.

kontrapunkt og parallellisme også uavhengig av tid. Musikalske og ekstramusikalske elementer kan altså stå i et parallelt forhold, hva meninger angår, uten at elementene opptrer samtidig. Denne forståelsen av *parallellisme* går noe utenfor Larsens bruk av begrepet. I *Zoo TV* og *Popmart* ser jeg som sagt *parallellisme* som et gjennomgående virkemiddel. Hvis man tar med tv-programmet *Zoo TV*, blir parallellismen enda tydeligere: Det er mange elementer i *Zoo TV*-konseptet som uttrykker den samme kommentaren til mediekultur.

Videre er det interessant å diskutere hvilken effekt bruken av parallelle uttrykk har på min forståelse av konsertene. Jeg opplever definitivt at kontrapunktiske uttrykk, som f.eks. stumfilmen hvor pianisten spilte “motsatt musikk” er meningsfulle. Slike uttrykk skaper imidlertid større “motstand” i lesningen. Hjernen må med andre ord ofte jobbe mer med uttrykket før jeg opplever meningen med det. I parallelle uttrykk, som den romantiske scenen fra *Lady og Landsstrykeren*, opplever jeg at jeg “forstår” meningen mer umiddelbart. Dette kommer av at jeg forventer å høre romantisk musikk når jeg ser romantiske bilder. Hjernen er på en måte forberedt på musikken som ledsager bildene, og dermed også forberedt på meningsdannelsen. Her kan man trekke sammenligninger med mainstream-filmer, hvor bruken av klisjeer er utbredt. Dette innebærer imidlertid at man som individ har erfart gjentatte ganger at “til romantiske bilder, passer det med romantisk musikk”. Man kan dermed se på parallelle uttrykk som en form for koder, hvor individet tidligere har erfart hvilke meninger som knyttes til uttrykket. Kontrapunktiske uttrykk kan også være en form for koder, men her er ikke resultatet av fortolkningsprosessen på forhånd gitt i samme grad. Med denne diskusjonen mener jeg ikke at man leser parallelle uttrykk på samme måte hver gang man møter det, men meningene ligger lettere tilgjengelig i slike uttrykk. Ved å bruke parallelle uttrykk i *Zoo TV* og *Popmart* kan U2 håpe på en effekt, hvor publikum lettere forstår deres tanker bak konsertene.

Man kan imidlertid også snakke om et kontrapunktisk forhold knyttet til konsertene. Et slikt finner man mellom det samfunnsengasjementet som kommer frem i *Zoo TV* og *Popmart* og U2s eksistens som verdenskjent rockeband. Jeg har tidligere vist til studier som er gjort av *Zoo TV* hvor dette kontrapunktiske forhold skaper “hodebry” for forskeren. Spørsmålet om hvordan U2 står i forhold til budskapet i *Zoo TV* og *Popmart*, er imidlertid ikke det jeg som tilskuer opplever som det primære, med mindre man inntar en distansert og analytisk stilling. Når jeg for “opplevelsens” skyld ser konsertene på video, er det budskapet eller meningene i musikk og ekstramusikalske elementer som er det primære. Forholdet mellom U2s liv og budskapet opplever jeg som mer sekundært. Effekten av dette er at man som tilskuer opplever et forholdsvis entydig budskap når man ser konsertene. Når man i ettertid får konsertene mer på avstand, kan man bruke mye tid på å diskutere hvor U2 selv står i forhold til budskapet.

5 Oppsummering - så langt...

I dette avsluttende kapittelet ønsker jeg å nøste opp trådene fra de diskusjonene jeg har ført gjennom de foregående kapitlene.⁶⁷ Slik sett kan dette kapittelet fungere som en gjenoppfriskning og en understreking. Jeg ser også for meg at oppsummeringen, gjerne i samband med innledningen, kan fungere som en fortettet versjon av oppgaven, for de som ønsker å sette seg kort inn i mine problemstillinger, uten å måtte gå i dybden på hvert tema. Dette er også årsaken til at jeg oppsummerer hele oppgaven til slutt, fremfor å fortløpende oppsummere hvert enkelt kapittel. Selv om dette er et avsluttende kapittel i min oppgave, er ikke dette en avslutning av diskusjonene som tar for seg teorier knyttet til populærmusikalske uttrykk. Kapittelet uttrykker heller ikke en avslutning av diskusjonen rundt *Zoo TV* og *Popmart*. Kapitteloverskriften mer enn antyder dette poenget. Min oppgave er et bidrag til pågående diskusjoner innenfor musikkvitenskapen, og forhåpentligvis har mine diskusjoner bragt med seg ny forståelse både av de teorier som dras frem, og av konsertene *Zoo TV* og *Popmart*.

Utgangspunktet for oppgaven har vært at jeg ville diskutere hvordan konsertene *Zoo TV* og *Popmart* kan leses som et uttrykk for U2s samfunnsengasjement. Dette innebærer at jeg opplever disse konsertene som meningsfulle. Som jeg har påpekt flere ganger i løpet av oppgaven, fokuserer lesningene både på *musikalske* og *ekstramusikalske* elementer ved konsertene. Populærmusikalske studier spenner seg i dag over et vidt område, men spørsmålet om *meninger* knyttet til populærmusikk, kan sies å være blant de retninger som

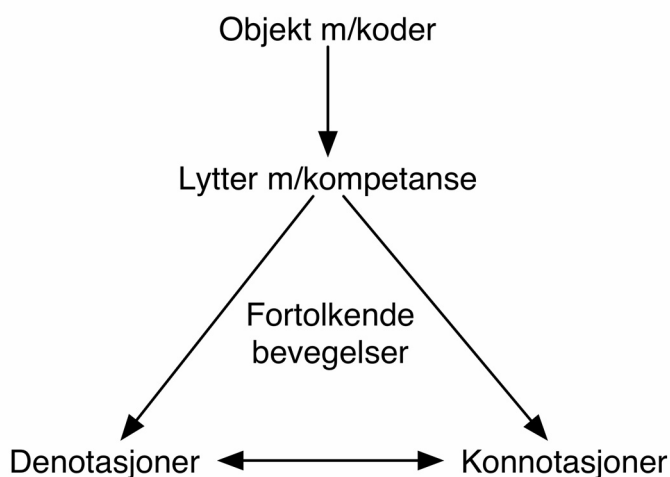
⁶⁷.Siden denne oppsummeringen bygger på diskusjoner som er ført tidligere i oppgaven, har jeg valgt å ikke henvise til kilder, som jeg har henvist til før. Der hvor jeg bringer inn nye elementer, vil jeg imidlertid henvise til kildene.

har lengst tradisjoner innenfor fagfeltet. Det finnes derfor en stor mengde tekster som diskuterer hvordan man opplever musikk som meningsfull. Jeg har forsøkt å trekke ut noen begreper som knytter seg til teorier om populærmusikk som *meningsfullt* materiale. Utgangspunktet for diskusjonene i kapittel 2, var at jeg ante et nært forhold mellom de begrepene som ble trukket frem. Jeg vil forholdsvis kort forsøke å oppsummere hvordan disse begrepene kan flettes sammen til en helhetlig teori om hvordan man opplever populærmusikk som meningsfull. I denne oppsummeringen presenterer jeg fortløpende en grafisk modell som til slutt søker å illustrere sammenhengen mellom begrepene som diskuteres. Dette er én modell, som jeg finner hensiktsmessig i forhold til min lesning av U2, men som ikke tar mål av seg å være universell for populærmusikalske studier. For å si det med Moore: “This book lays no claim to the provision of a single mechanism whereby musical meaning is enabled” (Moore, 2003, s. 8)

Man skiller gjerne mellom *to nivå av betydning*. Disse nivåene er diskutert i en rekke tekster, hvor man bruker forskjellige betegnelser. Jeg velger derfor noe forenklet å bruke de tradisjonelle betegnelse *denotasjon* og *konnotasjon*. En tone *g* denoterer *tonen g*, mens konnotasjonene vil variere ut fra hva som produserer tonen. Populærmusikalske lesninger kan sees som en veksling mellom disse nivåene. Denne vekslingen er ikke nødvendigvis strukturert slik at man går fra denotasjon til konnotasjon før man gjentar bevegelsen, siden det ikke er gitt når og hva man opplever at et objekt gir en konnotasjon. I teorien er en konnotasjon umulig uten et sanseintrykk, og nært knyttet til dette sanseintrykket (f.eks. tonen *g*) er denotasjoner. Enkelte forskere setter betegnelsen *primary* sammen med denotasjon og *secondary* med konnotasjon. Dette må ikke forstås slik at en lesning nødvendigvis starter med å reflektere over denotasjon. Man kan like gjerne oppleve en konnotasjon, før man spør seg hvilken denotasjon som ligger til grunn for konnotasjonen.

Nært knyttet til diskusjonen rundt to betydningsnivå ser jeg diskusjonen om *koder* og *kompetanse*. Jeg gir uttrykk for en forholdsvis konkret og håndfast forståelse av begrepet *koder*, som ifølge Hawkins kan defineres som identifiserbare hendelser i tid og rom (Hawkins, 2002, s.9). Hawkins snakker her om *musikalske* koder, som knyttes til det *auditive*. Definisjonen kan også overføres til ekstramusikalske uttrykk som f.eks. video, image og sangtekster. Jeg forstår *opplevelsen* av populærmusikk som meningsfull, som en forholdsvis konkret prosess hvor man sanser *koder* i musikken, og der man gjennom en dekodning eller “opplåsning” kan oppleve at musikken er meningsfull. Denne dekodningen er imidlertid avhengig av at mottakeren har kompetanse. Kompetansen bygges gjennom erfaringer, og gjør at man kan trekke slutninger fra en situasjon til en lignende situasjon.

Man kan dermed si at kompetansen knyttes til en *stil*. Begrepet *stil* brukes litt forskjellig i forhold til musikk. Noen steder brukes det synonymt med *genre*, mens man andre steder skiller mellom *stil* og *genre*. Jeg har foreslått en forholdsvis generell definisjon av *stil*, hvor *stil* omfatter alle objekter eller situasjoner som kan oppfattes som lignende.



Figur 21: Forholdet mellom koder og denotasjon/konnotasjon

Figur 21 illustrerer forholdet mellom *koder* og *denotasjon/konnotasjon*. Her har man et objekt som er tilknyttet et sett med koder. Dette objektet møter en mottaker som har kompetanse i forhold til kodene. Når mottakeren dekode kodene, kan dette resultere i denotasjoner eller konnotasjoner. Figuren illustrerer for enkelhets skyld en lineær og enveis kommunikasjonsprosess mellom objekt og denotasjon/konnotasjon. I praksis gjentar denne prosessen seg, slik at en denotasjon fører til at mottakeren går tilbake til objektet, og stiller spørsmål ved andre koder. Pilen mellom *denotasjoner* og *konnotasjoner* illustrerer hvordan en populærmusikalsk lesning kan veksle mellom disse nivåene, slik jeg har beskrevet ovenfor.

Hvis man møter et objekt eller en situasjon hvor *ingen* av aspektene ved situasjonen er kjente, har man heller ingen kompetanse til å dekode situasjonen. Likevel vil man forsøke å bruke sin kompetanse eller sine livserfaringer til å forstå situasjonen. Jeg vil hevde at *dekoding* kan være synonymt med *fortolkende bevegelser*. Disse bevegelsene forstår jeg som tankeprosesser, som virker mer eller mindre ubevisst når man nærmer seg et objekt. De fortolkende bevegelser kan deles inn i *lokaliserende*, *kategoriserende*, *assosierende*, *reflekterende* og *evaluerende* bevegelser. Gjennom å diskutere begrepene *to betydningsnivå*, *koder og kompetanse* og *fortolkende bevegelser* har jeg forsøkt å illustrere prosessen fra et objekt til

hvordan man som mottaker oppfatter objektet som meningsfull. Selv om jeg ikke henviser konkret til denne prosessen i mine lesninger, ligger den som et bakteppe eller teoretisk grunnlag for lesningene.

Zoo TV og *Popmart* kan sies å henholdsvis være en kommentar til mediekultur og konsumkultur. Gjennom mine lesninger har jeg forsøkt å gi et bilde av hvordan forskjellige elementer ved konsertene er med på å kommentere mediekultur og konsumkultur. Disse “kulturene” er forholdsvis omfattende størrelser, og jeg har derfor funnet det hensiktsmessig å knytte lesningen til noen mer konkrete undertema. Selv om oppgaven tar for seg to konserter fra forskjellige turnéer, har jeg valgt å ikke gjøre et strukturelt skille mellom disse i lesningene. Dette har jeg gjort blant annet for å understreke hvordan konsertene henger sammen tematisk. Dette er også med på å illustrere hvordan begrepene *mediekultur* og *konsumkultur* står nært hverandre.

Både *Zoo TV* og *Popmart* har en åpningssekvens før bandet står på scenen og spiller sin første låt. I begge konsertene inneholder denne åpningen en remikset coverlåt. Disse er med på å sette agendaen for konserten gjennom tekst, men også gjennom lydbilde og bilder som vises på tv-skjermene. I *Popmart* er dance-låten ‘Pop Muzik’ dessuten med på å sette den “musikalske” dagsorden, og står som et slags varsel om at også U2s egne låter er preget av dance-stilen. ‘Television, the drug of a nation’ som åpner *Zoo TV* er ikke på samme måte et musikalsk frampek, men tekstens propaganda-stil finner man igjen i andre elementer senere i konserten. I *Zoo TV* inneholder åpningssekvensen også en lengre video-montasje, som også er med på å sette dagsorden. Disse åpningssekvensene fungerer som en overskrift for resten av konserten. Jeg har sammenlignet dette med de overskrifter man finner i f.eks. aviser. Overskriftene er med på å forberede leseren på hva som kommer. Den fungerer også slik at man leser elementer, som kanskje i utgangspunktet ikke har noen klar sammenheng til det gjeldende tema, i forhold til overskriften. Åpningssekvensene i *Zoo TV* og *Popmart* er i lys av dette med på at mottakeren lettere leser forskjellige elementer i konsertene i forhold til kveldens tema.

Deler av konsertene kan leses som en kommentar på et *informasjonskaos* knyttet til mediekulturen. Dette kommer til uttrykk gjennom at man som tilskuer blir overøst med inntrykk, både musikalsk og ekstramusikalsk. Musikalsk kommer informasjonskaoset frem gjennom et lydbilde som er mer “travelt” og kompleks enn tidligere. Dette kommer blant annet av at U2 i mye større grad enn tidligere bruker bakgrunnspor og clicktrack, noe som innebærer at det ikke kun er lyden fra en gitarist, trommis, bassist og vokalist som høres. Informasjonskaoset kommer også til uttrykk gjennom en rekke ekstramusikalske elementer i

konsertene. Tydeligst er dette under låten 'the Fly', hvor tusenvis av ord flimrer over skjermen, i et tempo som gjør det umulig å oppfatte hvert enkelt ord. Også scenen i *Zoo TV* kan leses i forhold til informasjonskaos: Scenens bakvegg er fylt av tv-skjermer i forskjellig størrelse. Kaoset skapes også gjennom at disse ikke henger symmetrisk. Over scenene henger flere biler, hvor frontlyktene brukes som lyskastere. The Edge er lydmessig med på å bygge opp under kaoset gjennom utstrakt bruk av gitar-effekter. Disse effektene er preprogramerte, men står likevel fremme på scenen. Med alle sine blinkende lys er de med på å skape et kaotisk scenebilde. *Informasjonskaos* kan forstås i forhold til mengden av informasjon som man mottar. Jeg har også diskutert en annen forståelse av *informasjonskaos*, hvor kaos-elementet er knyttet til *forståelsen* av informasjonen. Her viste jeg til andre forskere som hevder at det i f.eks. MTV er vanskelig å skille mellom reklame og det egentlige programmet. Publikum opplever dermed en form for kaos, idet rollene ikke er tydelig adskilte. På MTV har reklame og program lånt elementer fra hverandre. Kort oppsummert kan man si at reklamen har lånt musikk fra populærmusikken. Dette gjelder både bruk av coverlåter, men man finner også eksempel på originalkomponert "popmusikk" til reklamefilmer. Andre veien har programmene på MTV lånt f.eks. fokuset på slagkraftige overskrifter fra reklamen. *Zoo TV* spiller på dette samrøret mellom uttrykk som tradisjonelt sett har vært holdt adskilt. Hele konseptet kan tolkes som en blanding av tv-show og rockekonsert, men også innad i konserten finner man et slikt samrøre. Bonos bruk av forskjellige identiteter kan leses i denne sammenheng. Selv om jeg har antydnet en overgang fra figuren *the Fly* til Bono selv, er ikke disse overgangene absolutte. Som tilskuer opplever man dermed en form for informasjonskaos fordi man ikke er sikker på hvem man har å forholde seg til på scenen.

U2-medlemmenes opplevelse av Gulf-krigen er av bandet selv omtalt som en av årsakene til at *Zoo TV*-konseptet ble utviklet. De opplevde at de i ett øyeblikk så direkte krigsbilder fra Irak, mens de i neste skiftet til en kanal som viste forskjellig reklame. Tv-mediet gir tilsynelatende inntrykk av å formidle virkeligheten i mange situasjoner. Kanalene sloss om å være først ute og nærmest situasjonene. Jeg har vist til flere eksempler fra TV, hvor formidlingen av "virkelighet" settes på prøve. Dette temaet har sine paralleller i både musikalske og ekstramusikalske elementer i *Zoo TV*. Musikalsk sett kommer dette blant annet til uttrykk gjennom bruk av clicktrack. Det publikum hører stemmer ikke overens med det som blir spilt på scenen. På det ekstramusikalske plan kommer dette forholdet til uttrykk f.eks. i åpningssekvensen, hvor det vises et manipulert opptak av president George Bush, som fremfører Queens 'We will rock you'.

Jeg har også diskutert tv-mediet i forhold til publikums opplevelse av nærhet til mediet. Dette kommer frem igjennom beretninger fra folk som følger med på såpeserier. De opplever at de “kjenner” personene på TV. Det er imidlertid hele tiden tv-mediet som leverer premissene for hvor nært publikum skal få komme. Under ‘Mysterious ways’ opplever jeg at dette forholdet blir kommentert, gjennom at Bono forsøker å nå magedanserinnen på scenens utstikker. Bono får ikke lov til å entre utstikkeren, han får billedlig talt ikke lov å bli en del av TV, og det er danserinnen som bestemmer hvor nært han får komme.

Et av undertemaene, som i større grad kan knyttes til *Popmart* enn til *Zoo TV*, har fokusert på forholdet mellom *konsumkultur* og *mellommenneskelige relasjoner*. Påstanden om at konsumkultur fører til et samfunn som ikke er opptatt av mellommenneskelige relasjoner, er satt på spissen, men gir likevel en interessant inngang til å diskutere *Popmart* og konsumkultur. Igjen er dette et tema som kommer til uttrykk gjennom flere elementer i konserten. På et ekstramusikalsk nivå opplever jeg at Bono opptre “kaldere” i forhold til sitt publikum enn det man finner på konserter før *Popmart*. Han entrer scenen som en bokser, og uttrykker en aggressiv holdning ovenfor publikum. Tidligere har et av varemerkene til Bono vært evnen til å få med seg publikum på enkle rop. Han forsøker dette også i *Popmart*, men ropene han presenterer er rytmisk for avanserte for en hel folkemasse. Alt han hører er derfor ekkot av seg selv. Dette ser jeg som et bilde på at fokus på konsum fremfor fokus på medmenneskelighet har ført til at Bono har mistet evnen til å kommunisere med andre.

I siste del av kapittel 4 har jeg diskutert noen abstrakte virkemidler som brukes i konsertene, og hvilken effekt disse har. Jeg har argumentert for et skille mellom *konkrete virkemidler* (f.eks. tv-skjermer, lys, kostymer, forsterkere) og *abstrakte virkemidler* (f.eks. parodi, ironi, parallellisme). Jeg har diskutert bruken av parodi i *Zoo TV* og *Popmart*. *Parodi* er diskutert i flere populærmusikalske studier, både knyttet til popmusikken generelt og til *Zoo TV* spesielt. Jeg opplever at forskere som skriver om emnet bruker *parodi* og tilhørende begrep forskjellig, og har derfor ønsket en diskusjon som kan være klargjørende for de konsertene jeg studerer. Her har jeg adoptert Goodwins (1993) kategorisering av emnet, hvor han skiller mellom forskjellige former for parodi. Siden *parodi* selv er en del av disse formene, har jeg valgt å kalle modellen for en kategorisering av *parafrasering*. Med *parafrasering* mener jeg at man bruker elementer fra et annet uttrykk. Kategoriene kan betegnes med *selv-reflekterende parodi*, *parodi*, og *plagiat*. I tillegg har Goodwin med kategorien *sosial kritikk*, *hyllest* og *promotering*. Disse sistnevnte forstår jeg som motivasjonen eller hensikten bak parodien. Jeg skiller dermed mellom hvilken *form* parafrasen tar og *motivasjonen* som ligger bak. Jeg har dessuten valgt å holde kategorien *pastisj* helt utenfor

min modell. Dette begrunner jeg ut fra at *pastisj* kan defineres som “blank parodi”. En blank parodi evner ikke å være en kommentar til noe som helst. Årsaken til at jeg ønsker å dele forskjellige eksempler på parafrasering inn i flere kategorier, er at jeg aner en forskjell i *motivasjonen* mellom f.eks. en *selv-reflekterende parodi* og en *parodi*. Man aner at forskere som tidligere har skrevet om *parodi* og *Zoo TV* også ser forskjellen mellom flere former for parafrasering, men gjennom å adoptere Goodwins kategorier, mener jeg at forskjellene kommer tydeligere frem.

Med *parallelisme* forstår jeg at flere elementer uttrykker “det samme”, i motsetning til et uttrykk hvor elementene uttrykker forskjellig, og dermed står i et *kontrapunktisk* forhold. Jeg opplever at musikalske og ekstramusikalske elementer stort sett står i et *parallelt* forhold i *Zoo TV* og *Popmart*. En effekt av dette er at elementene er med på å forsterke hverandre. I parallelle uttrykk blir en forventet sammenheng oppfylt. Til romantiske bilder i en film, har man en forventning om at det skal følge musikk som oppleves romantisk. Denne forventningen er bygd opp gjennom å ha erfart et slik forhold en rekke ganger. Til et slikt forhold (romantiske bilder/musikk), har man gjennom tidligere erfaringer opplevd hvilke meninger uttrykket gir. Når man opplever at forventningen til et parallelt uttrykk blir oppfylt, ligger dermed meningene klare. Mottaker slipper dermed å reflektere noe videre rundt hvilke meninger uttrykket gir, og elementene som utgjør det parallelle uttrykket er dermed med på å forsterke meningen.

Jeg har også diskutert *kontrapunktiske* forhold i *Zoo TV* og *Popmart*. Igjen påpeker jeg at *kontrapunktisk* her ikke henviser til stemmer i et musikkstykke, men forholdet mellom gitte elementer. Til tross for at musikalske og ekstramusikalske elementer ofte står i et parallelt forhold, opplever jeg at U2 som verdenskjent rockeband, med en medfølgende tilknytning til mediekultur og konsumkultur, står i et *kontrapunktisk* forhold til temaene i *Zoo TV* og *Popmart*. Dette forholdet er omtalt i flere vitenskapelige tekster, og er også et område hvor U2 har fått kritikk fra media. Hvorvidt man opplever dette *kontrapunktiske* forholdet som problematisk, avhenger imidlertid av hvordan man ser på samfunnsengasjementet i konsertene. Begrepet *samfunnsengasjement* oppleves ofte synonymt med *samfunnskritikk*. En kritikk oppleves tradisjonelt sett som fordømmende, til tross for at man i dag gjerne snakker om *konstruktiv kritikk*. Dersom man opplever at U2 med *Zoo TV* og *Popmart* sier, “man må ikke se på TV, og ikke shoppe”, er det åpenbart at de står i et dobbeltmoralistisk forhold til konsertene. Jeg har diskutert hvorvidt man kan skille mellom et samfunnsengasjement og en samfunnskritikk. Et slikt skille kan i mange sammenhenger synes søkt, men det tror jeg avhenger av definisjonen på *samfunnskritikk*. Dersom man ikke tillegger begrepet et

fordømmende og moraliserende element, men fokuserer på at kritikken har et *kommenterende* aspekt heller enn et *konkluderende*, mener jeg at begrepene kan brukes om hverandre. Det er slik jeg forstår *Zoo TV* og *Popmart*: Som et kommenterende samfunnsengasjement.

Litteratur:

- Björnberg, Alf (2000): "Music an images in music video", i *Reading Pop*, Richard Middleton red. Oxford: Oxford University Press
- Blokhus, Yngve og Audun Molde (1996): *WOW! Populærmusikkens historie*. Oslo: Universitetsforlaget
- Brackett, David (2000): *Interpreting popular music*. California: University of California press
- Brackett, David (2002): "Musical meaning: genres, categories and crossover", i *Popular music studies*, David Hesmondhalgh & Keith Negus (red.). London: Arnold
- Chihon, Michel (1994): *Audio-vision sound on screen*. Red. og oversatt av Claudio Gorbman. New York: Columbia University press
- Compton, Michael (1970): *Pop art, movements of modern art*. Trewin Copplestone red. London: Hamlyn publishing group
- Dahlerup, Pil (1990): *Dekonstruksjon - 90'ernes litteraturteori*. København: Nordisk Forlag
- DeCurtis, Anthony (2001): U2's forward to basic tour, i *Rolling Stone Magazine* (issue 865)
- Featherstone, Mike (1991): *Consumer culture and postmodernism*. London: SAGE Publications
- Fast, Susan (2000): "Music, Context, and Meaning in U2". i *Expression in Pop-Rock Music*, Walter Evrett red. New York: Garland publishing
- Fiske, John (1982): *Kommunikasjonsteorier*. Lennart Olofsson (oversetter). Stockholm: Wahlström & Widstrand
- Fiske, John (2003): *Reading television*. London og New York: Routledge
- Frith, Simon (2002): *Performing rites*. Oxford: Oxford University Press
- Goodwin, Andrew (1993): *Dancing in the distraction factory*. London: Routledge
- Graham, Bill (1995): *The complete guide to the music of U2*. London: Omnibus press
- Gripsrud, Jostein (2002): *Mediekultur, mediesamfunn*. Oslo: Universitetsforlaget
- Hamm, Charles (2000): "Genre, performance, and ideology in the early songs of Irving Berlin." i *Reading Pop*. Richard Middleton (red.). Oxford: Oxford university press
- Hawkins, Stan (2002): *Settling the pop score*. Aldershot: Asgate
- Hawkins, Stan (2004): "Leder". i *Studia Musicologica Norvegica*, 30/2004, s.3
- Hesmondhalgh, David og Keith Negus (2002): *Popular music studies*. London: Oxford university press
- Holm, Vidar Bergethon (2003): *Søtt, salg og syrlig: Det postmoderne U2*, hovedoppg. i musikkvitenskap
- Hood, Mantle (1982): *The Ethnomusicologist*. Kent: Kent State university press
- Jameson, Fredric (1991): *Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism*. Durham: Duke universtiy press

- Kaplan, E. Ann (1987): *Rocking around the clock*. New York og London: Methuen
- Keil, Charles og Steven Feld (1994): *Music Grooves*. Chicago og London: The University of Chicago press
- Kennet, Chris (2003): "Is anybody listening?" i *Analyzing popular music*. Allan Moore red. Cambridge: Cambridge university press
- Larsen, Peter (1988): "Betydningsstrømme. Musikk og moderne billedfiksjoner", i *Studia Musicologica Norvegica*: (nr. 14), Oslo: Universitetsforlaget
- Larsen, Peter (2005): *Filmmusikk : Historie, analyse, teori*. Oslo: Universitetsforlaget
- Leland, John (2000): Can Bono save the third world? i *Newsweek*, vol. 135 issue 4
- McLaughlin, Lisa (2001): "Can rock 'n' roll save the world?" i *Time*; Fall2001 Special Issue, Vol. 158 Issue 14
- Middelton, Richard (1990): *Studying popular music*, Milton Keynes: Open university press
- Middelton, Richard (2000): *Reading Pop*, Richard Middleton red. Oxford: Oxford university press
- Moore, Allan (1993): *Rock the primary text*. Aldershot: Ashgate publishing
- Moore, Allan (2001): *Rock the primary text*. Aldershot: Ashgate publishing
- Moore, Allan (2003): *Analyzing popular music*. Allan Moore red. Cambridge: Cambridge university press
- MOJO, #140 s. 85: Cover story; U2
- Morgenbladet, 5.-11. november 2004 s. 11: Da Band Aid ødela Etiopias image
- Opsahl, Carl Petter (1994): *I still haven't found what I'm looking for - Teologisk blick på den irske rockegruppen U2*, Det teologiske fakultet, UiO
- Opsahl, Carl Petter (2001): *En fortelling om jazz*. Oslo: Unipub Forlag
- Ruud, Even (1997): *Musikk og identitet*. Oslo: Universitetsforlaget
- Solvang, Per (1995): "No future", i *Samtiden* nr. 4
- Tagg, Phillip (2000): "Analysing popular music". i *Reading Pop*, Richard Middleton red. Oxford: Oxford university press
- Taylor, Mark (1993): *U2*, London: Carlton books
- Thomassen, Arild (1996): "Postmodernitet, mediekultur og konsumkultur", i *Sosiologisk Årbok 1996*. Per Otnes (red.). Tilgjengelig på web: folk.uio.no/potnes/Thomassen.pdf
- Tingen, Paul (1994): "U2 & Robbie Adams; recording in mysterious ways" i *Sound on Sound*, mars 1994

- Tufte, Edward R. (1983): *The visual display of quantitative information*. Cheshire: Graphics press
- Tufte, Edward R. (1990): *Envisioning information*. Cheshire: Graphics press
- Tyrangiel, Josh og Benjamin Nugent (2002): Bono's mission, i *Time magazine* vol. 159 Issue 9
- Uncut, volume 1 issue 5: s. 51 "Call us unforgettable"; s. 112 "Rock and roll should be this big" og s. 122: "Welcome to Empty-V"
- Waldahl, Ragnar, Michael Bruun Andersen og Helge Rønning (2002): *Nyheter først og fremst, Norske tv-nyheter: myter og realiteter*, Oslo: Universitetsforlaget
- Walser, Robert (1993a): *Running with the devil*. London: Wesleyan university press
- Walser, Robert (1993b): "Heavy-metal sounds and images of gender." i *Sound and vision*. Simon Frith (red.). London and New York: Routledge
- Walser, Robert (2003): "Popular music analysis: ten apothegms and four instances" i *Analyzing popular music*. Allan Moore red. Cambridge: Cambridge university press
- Ødegård, Guro (2003): "Samfunnsengasjement blant dagens unge". i *Tidsskrift for ungdomsforskning* nr 2/2003

Video/DVD:

U2, *Zoo TV live from Sydney*. PolyGram Video/Island Video, 1994

U2, *Zoo TV* - tv programmet

U2, *Popmart live from Mexico City*. PolyGram Video, 1998

U2 *Go Home - Live at Slane castle Ireland*. Island 2003

Classic Albums - U2: *The Joshua Tree* (2000)

Norsk rocks historie, program 3. NRK

Sir George Martin: *The Rhythm of life*, episode 1: Rhythm

Simone (2002) - Spillefilm

Web:

www.dagbladet.no/dinside/2005/03/15/426253.html (ipod shuffle)

www.discover.de/interstory2.php?wer=interviews&id=307

www.hf.uio.no/iks/ariadne/Idehistorie/framesettogm.htm?metode/metode_hermeneutikk.htm

www.ink19.com/issues/february2003/features/thingsTheyDidntTell.html (Ghost busters, Pop Muzik)

www.mjfn.no/forum/justin_timberlake_wannabe_mj

www.ordnett.no

www.storenorskeleksikon.no

Vedlegg 1:

Sammendrag

