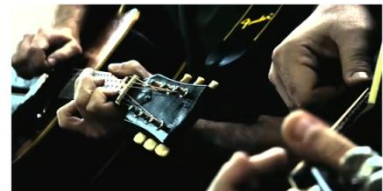


# Take-Away Shows & Indie

## *Autentisitetskonstruksjoner i et online musikkvideoprojekt*

Helle Karoline Korsbøen



Tverrestetisk masteroppgave, musikkvitenskap EST4593  
Institutt for musikkvitenskap  
UNIVERSITETET I OSLO

November 2010





© Helle Karoline Korsbøen

Unntak: Bildemateriale – hentet fra Take-Away Shows/La Blogotheque  <sup>1</sup>

2010

---

<sup>1</sup> This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.



# Sammendrag

Denne oppgaven tar for seg det nettdistribuerte videoprojektet *Take-Away Shows*, og dets forbindelser til indiesjangeren. *Take-Away Shows* er et pågående prosjekt der band og artister inviteres til å framføre musikken sin akustisk og “live” foran kamera, i andre settinger enn konsertscenen. Indie undersøkes langs debatter om uavhengighet, autentisitet, og *DIY* (“do-it-yourself”)-kultur, samt gjennom å diskutere indie som kontemporær musikkjanger med et omliggende kulturelt verdisett. *Take-Away Shows* beskrives, kontekstualiseres og teoretiseres gjennom diskusjoner omkring den særskilte produksjonen og distribusjonen som forfektes, aktørens agenda, videoenes audiovisuelle estetikk, og paralleller til andre audiovisuelle former. Et utvalg videoer nærleses og fortolkes for å eksemplifisere innholdsmessige og estetiske poenger. Gjennom en interdisiplinær tilnærming søker oppgaven å argumentere for at fenomenet *Take-Away Shows*’ kulturelle og produksjonsmessige forbindelser til en kontemporær indiesjanger manifesteres på forskjellige vis, og at videoprojektet er med på å revitalisere og reforhandle innholdet i indiesjangeren.



# Forord

Jeg vil rette en stor takk til min veileder, professor Stan Hawkins. Tusen takk for konstruktiv kritikk, spennende diskusjoner og ideer, god oppfølging og ikke minst en smittende entusiasme! Jeg vil også takke professor Sissel Redse Jørgensen, for praktiske råd og interessante kommentarer underveis i prosessen.

Til alle mine venner: Tusen takk for alle artige avbrekk og tålmodighet med en til tider asosial student. En spesiell takk til mine medstudenter Kristine, Therese, Mari og Sissel, for interessante faglige og ikke-faglige diskusjoner, og for tiltrenge pauser fra lesesal og skriving. En særskilt takk går også til Bente, for nyttige kommentarer på materialet.

Tusen takk til familien min, for uvurderlig støtte og stor forståelse hele veien.

Sist, men ikke minst, vil jeg rette en spesiell takk til min fabelaktige Jon, for inspirerende samtaler, tålmodighet, oppmuntring, og for gjennomlesninger og kommentarer gjennom hele prosessen. Tusen takk!

Oslo, november 2010

H.K.K.





# Innholdsfortegnelse

Sammendrag.....	V
Forord.....	VII
1 Innledning.....	1
1.1 Problemstilling.....	3
1.2 Teoretiske og metodiske strategier.....	4
1.2.1 Indie – begrepsdiskurs og sjangerstudium.....	7
1.2.2 Take-Away Shows – hvordan studere et nytt fenomen?.....	8
1.3 Nøkkelbegreper.....	11
1.4 Autentisitet.....	13
1.5 Oppgavens oppbygning.....	14
2 Indie – diskursen rundt en musikk sjanger.....	16
2.1 Indiebegrepet: Uavhengig kulturproduksjon.....	19
2.2 Tidligere forskning og etablerte posisjoner.....	20
2.3 Med historisk blick.....	24
2.4 Industri og økonomi: Indieselskapene.....	25
2.5 Indiesjangerens estetikk: Musikalske muligheter.....	27
2.6 Indiekluturens etos: DIY og uavhengighet.....	31
2.7 Autentisitetskonstruksjoner i indie.....	32
2.8 Hvor er indie i dag?.....	36
3 Take-Away Shows.....	39
3.1 Generell beskrivelse: Hva er Take-Away Shows?.....	40
3.2 Aktører og agenda.....	45
3.3 Visuell estetikk.....	48
3.3.1 Filmatiske paralleller og kontraster til musikkvideoen.....	51
3.4 Musikalske strategier.....	54
3.5 Et <i>online</i> videoprojekt.....	57
3.6 Audiovisuell kontekst.....	61
3.6.1 En ny musikkvideo?.....	62
3.6.2 “New punk cinema” og dogme 95.....	64
3.6.3 Konserten og dokumentasjon.....	67
4 Fortolkninger.....	70

4.1	Fortolkningsstrategier .....	73
4.2	Arcade Fire: “Neon Bible / Wake Up” (#41) .....	76
4.3	Sufjan Stevens – “Lakes Of Canada” (#50.2) .....	81
4.4	Beirut – “Nantes” (#64.1) .....	82
4.5	Fleet Foxes – “Sun Giant/Blue Ridge Mountain” .....	84
4.6	Yo La Tengo – “Part 1” .....	87
4.7	TAS: Et autentisk indie-videoprojekt? .....	90
5	Konklusjon .....	95
	Litteraturliste .....	98
	Nettsteder .....	103
	Take-Away Shows .....	103
	Moon og Chrydes øvrige prosjekter .....	103
	Videografi .....	105
	Hovedfortolkninger .....	105
	Andre eksempler .....	105
	 Figur 1: Take-Away Shows’ forside 21. oktober 2010 .....	 58
	Figur 2: Spørsmål som verktøy i fortolkningsprosessen .....	74
	Figur 3: Arcade Fire i heisen .....	76
	Figur 4: Sufjan Stevens på taket .....	81
	Figur 5: Zach Condon flankert av resten av Beirut .....	83
	Figur 6: Fleet Foxes – fra nærbilde til panorama .....	85
	Figur 7: Yo La Tengo – trommestikker og applaus .....	87

# 1 Innledning

Denne oppgaven startet med oppdagelsen av videoprojektet *The Take-Away Shows*. I en artikkel kalt “Internet killed the video star”<sup>2</sup> i *Dagbladets* nettutgave i august 2008 stod det å lese om den franske filmskaperen Mathieu Saura, bedre kjent under artistnavnet Vincent Moon, og hans nye måte å forevige musikalske øyeblikk på. Journalist Birgitte Mandelid beskrev hvordan disse videoene representerte en “internasjonal trend innen musikkvideoen” (Mandelid 2008), noe som umiddelbart gjorde meg nysgjerrig. Jeg oppsøkte den primære formidlingskanalen for *Take-Away Shows*, en internettside driftet av musikk- og kulturbloggen *La Blogotheque*. Der fant jeg en rekke videoer, alle tilgjengelig gratis, av det som for meg var både velkjente og ukjente band og artister. Etter å ha sett flere av videoene begynte jeg å lete etter mer informasjon om prosjektet, og fant en rekke omtaler på internett, både i større avisers nettutgaver og i mer frittstående blogger. Det ble også klart at flere andre aktører rundt omkring i verden hadde blitt inspirert til å gjøre lignende ting selv; *Take-Away Shows*' ideer lot til å ha spredt seg forholdsvis raskt.

*Take-Away Shows* er altså kort fortalt et musikkvideoprojekt startet av franskmennene Vincent Moon og Christophe Abric (med artistnavnet Chryde) i 2006. De inviterer forskjellige band og artister til å framføre “live” musikk rundt omkring i Paris i settinger utenfor det som tradisjonelt oppfattes som konsertscener (eksempelvis på metroen, hjemme hos en kamerat, vandrende rundt i byen og lignende), for så å forevige disse framføringene med et håndholdt kamera og en mikrofon. Videoene publiseres etter minimal redigering på internett via musikkbloggen *La Blogotheque*, der *Take-Away Shows* har sin egen hjemmeside. I tillegg distribueres de i andre lignende kanaler, utelukkende på nettet, for eksempel gjennom den svært velkjente videodelingstjenesten *YouTube.com*.

Et element som gikk igjen i flere av de nevnte omtalene<sup>3</sup> (inkludert *Dagbladets*) var at de deltagende band eller artister ofte ble plassert innenfor sjangeren “indie.” Denne observasjonen igangsatte ideen om å undersøke *Take-Away Shows* med utgangspunkt i indiebegrepet og -sjangeren. Indie er, i musikkens verden, en omdiskutert og vanskelig definerbar kategori. Ordet “indie” er opprinnelig en forkortelse av “independent,” på norsk uavhengig eller selvstendig. Den enkleste, og kanskje mest utbredte definisjonen av indie

---

<sup>2</sup> Artikkeltittelen spiller på The Buggles sin låt “Video killed the radio star,” hvis video var den første som ble vist på MTV i 1981.

<sup>3</sup> Se blant annet Black (2008), Hamel II (2008) og Mandelid (2008).

knytter seg til musikkindustrien; det dreier seg om musikk produsert og distribuert innenfor små, uavhengige plateselskaper (Fonarow 2006: 30), og denne musikken står dermed i en oppfattet kontrast til det de store, multinasjonale plateselskapene produserer. En slik bastant definisjon tar imidlertid ikke hensyn til at dette er et dynamisk og komplekst felt der aktørene (artister, publikum, skribenter, akademikere og andre) hele tiden er med på å endre og trekke begrepene i ulike retninger. I dag, omkring 30 år etter at indiebegrepet kom i bruk, har begrepets innhold blitt forandret på mange måter. Særlig viktig er det at indie kan referere til en mer generell uavhengighet, ikke utelukkende knyttet til økonomiske spørsmål.

På tross av mangelen på en enhetlig definisjon brukes termen i høyeste grad for å karakterisere musikk og musikere av svært forskjellig art. I tillegg til at mange av de filmede band og artister som medvirker i Take-Away Shows ofte plasseres innenfor en slik indiebetegnelse, er det også egenskaper ved selve videoene og det helhetlige prosjektet som gir rom for å knytte disse to temaene sammen. Blant annet vil jeg se på hvordan Take-Away Shows er tilsynelatende økonomisk selvstendig og uavhengig av kommersielle aktører (en lavbudsjettsproduksjon forfektes), hvordan videoene gir inntrykk av å være filmet på en nedstrippet, spontan og “teknologi-lett” måte, samt på hvilke måter en “gjør-det-selv-holdning” gjør seg gjeldende. Dette er eksempler på faktorer som også dukker opp i møtet med indie.

Det er først og fremst forbindelsene mellom, på den ene siden musikkjangeren og begrepet indie og på den andre siden fenomenet Take-Away Shows, jeg vil utforske i denne oppgaven. Som et ledd i utforskningen vil jeg benytte *autentisitetetsbegrepet*. Diskursen rundt autentisitet og spørsmål om hvordan det autentiske konstrueres er viktige debatter i populærmusikkvitenskapen, og har høy relevans både for indiesjangeren og Take-Away Shows. For indie er autentisitetsdebattene underliggende for de aller fleste punktene jeg vil ta opp, som spørsmål om kommersialitet, alternativitet, økonomiske rammer og så videre. Take-Away Shows bygger opp en rekke velkjente autentisitetskonstruksjoner, og bidrar med nye. Dermed vil denne oppgaven også kunne leses som et innlegg i disse debattene, i et populærkulturelt klima der det autentiske stadig utvikles og trekkes fram i dagen. Jeg kommer nærmere tilbake til autentisitetetsbegrepet mot slutten av dette innledningskapittelet.

Sammen med disse fokuspunktene kommer det faktum at Take-Away Shows eksisterer på internett. I en hverdag der mye av vår kommunikasjon, søken etter informasjon, og ikke minst etter underholdning foregår på internett, vil det være svært interessant å se på hva dette har å

si for visuelle uttrykk knyttet til musikk. Hvilke muligheter gir internett for dette gitte videoprojektet? Hva foregår i dag? Hva slags utvikling er det snakk om? Hovedtematikken er dermed et særskilt prosjekt og fenomen, Take-Away Shows, dets referanser og tilknytning til indiesjangeren, og Take-Away Shows' kontekst og tilværelse online. Et særskilt viktig element vil være å se på hvilke autentisitetsskonstruksjoner som opptrer i videoprojektet.

## 1.1 Problemstilling

Utgangspunktet for oppgaven er ønsket om å undersøke og kartlegge det kontemporære fenomenet Take-Away Shows. Koblingen til indiesjangeren er en måte å kontekstualisere og begrepsliggjøre videoprojektet på. Videre fungerer autentisitetsbegrepet som en bro mellom indie og Take-Away Shows, der autentisitetsskonstruksjonene både utfordrer og underbygger aspekter ved hovedundersøkelsene.

Et sosiokulturelt og interdisiplinært perspektiv som overordnet rettesnor vil etter min mening egne seg best for dette formålet. Take-Away Shows kan ses i lys av en historisk kontekst, både gjennom indieforbindelsen og som en nyvinning innenfor audiovisuell formidling av musikk, i kjølvannet av blant annet musikkvideoen.

Min problemstilling utgjøres dermed av følgende spørsmål:

- Hvordan henger fenomenet Take-Away Shows og indiesjangeren sammen? På hvilke måter åpner videoprojektet opp for videre diskusjoner, både omkring indie og audiovisuell formidling av populærmusikk?
- Blir vi overbevist av det autentiske og realistiske tilsnittet ved Take-Away Shows? Hvilke estetiske konstruksjoner og framstillinger møter vi?

For å utforske disse spørsmålene, blir det viktig å forklare og diskutere Take-Away Shows og indiesjangeren, i første omgang hver for seg. Intensjonen er å gi en grundig oversikt over hvert tema, både gjennom redegjørelser på detaljnivå og diskusjoner av bredere natur. Deretter vil forbindelsene mellom de to hovedtemaene kunne diskuteres. Denne strategien er en naturlig følge av min målsetning om å belyse en gjensidighet mellom indie og Take-Away Shows. Med det mener jeg at de spesifikke diskusjonene rundt det ene temaet har relevans for og kan trekke det andre i forskjellige retninger.

Min hypotese er dermed som følger: Take-Away Shows kan leses som et uttrykk for en rekke verdier og estetiske muligheter forbundet med en indiemusikkultur, samtidig som det er del av en pågående online tendens og en utvikling av musikkens visuelle formidlingsunivers. Således ønsker jeg å bidra til en utvidet diskurs, både rundt indiesjangeren og Take-Away Shows.

Oppgaven søker implisitt også å ta opp noen større spørsmål via det presenterte rammeverket. Spørsmål om hvordan vårt populærkulturelle klima utvikler seg, og hvilke eventuelle nye muligheter man har i forhold til produksjon, distribusjon og konsumpsjon av kulturelle artefakter kan belyses av diskusjonene omkring indie og Take-Away Shows.

## 1.2 Teoretiske og metodiske strategier

Spørsmålet man må stille seg i forhold til valg av teori og metoder er hvilke tradisjoner og framgangsmåter som er best egnet for å belyse og besvare problemstillingene man arbeider med. Problemstillinger, teori og metode eksisterer i en symbiose, der den ene er avhengig av den andre. I en tverrfaglig oppgave som denne må man vurdere de mange vinklinger og tilnærminger en har til rådighet. Jeg benytter meg av forskning og ideer fra flere akademiske disipliner; musikkvitenskap, sosiologi, kulturteori, medievitenskap og estetisk teori er viktige områdene. Populærmusikkvitenskapen, som er det akademiske feltet jeg tilhører, er interdisiplinær i sin natur, og tar opp i seg teori og metode fra alle disse disiplinene, for å kunne tolke populærmusikken og dens kontekst: “[...] the task of interpreting pop is an interdisciplinary task that deals with the relationship between music and social mediation” (Hawkins 2002: 3). Først vil jeg si noen ord om hvilke tilnærminger jeg har valgt som et generelt rammeverk for oppgaven, for så å kommentere de spesifikke strategiene relatert til indie på den ene siden og Take-Away Shows på den andre.

Aller først bør jeg påpeke at blikket mitt utgjøres av mine posisjoner, på den ene siden som akademiker, og på den andre siden som *fan*. Oppgaven omhandler temaer jeg har et personlig forhold til, og det bør reflekteres i teksten. Robert Walser skriver at gode analyser bør ta utgangspunkt i et slikt dobbelt perspektiv: “Analysis requires a bifocality of perspective: enough insider’s knowledge and empathy to understand a music’s power, and enough outsider’s critical stance and historical perspective to locate and explain that power within a larger context” (Walser 2003: 38). Dette utsagnet er først og fremst myntet på analysen av

selve musikken, men musikkens “kraft” ligger også i hvordan den formidles og vises fram. Derfor blir det dobbelte perspektivet med spillet mellom innsidekunnskap og tilstrekkelig kritisk distanse like sentralt i undersøkelser av audiovisuelle uttrykk og sjangerkonstruksjoner.

I forlengelsen av dette bruker jeg *hermeneutikken* som rettesnor for. Sissel Læg Reid og Torgeir Skorgen skriver at ordet “hermeneutikk” etymologisk sett har “den tredelte betydningen uttrykk, fortolkning og oversettelse” (Læg Reid og Skorgen 2006: 9). Fortolkningsbetydning er den mest utbredte innenfor populærmusikkvitenskapen og mer generelle kulturstudier. Det handler om å være klar over sin egen subjektivitet og posisjon i forhold til det fenomenet man undersøker:

Enhver betraktning av et fenomen eller en situasjon skjer ut fra en synsvinkel som er farget både av situasjonen man til enhver tid befinner seg i og av egen kulturell bakgrunn, kunnskap, forventning og fordom. Den som tror seg å være fordomsfri og objektiv i sin oppfatning og framstilling av en sak og derfor ikke reflekterer tilstrekkelig over sin egen forutforståelse, vil stå i fare for å bli fanget av denne (Læg Reid og Skorgen 2006: 23).

De forestillingene og fordommene man som forsker tar med seg inn i et prosjekt skal altså ikke underslås, men heller aksepteres og respekteres. Man kan aldri fjerne seg helt fra det subjektive utgangspunktet hver og én har i møtet med en tekst. En hermeneutisk tilnærming er også et uttrykk for at studieobjektet må plasseres i sin kontekst for å gi mening. Odd Arne Berkaak og Even Ruud skriver at hermeneutisk teori “har som sin sentrale tese at for å kunne tolke en tekst, må man kjenne til de omstendigheter teksten ble produsert og lest under i sitt opprinnelige historiske utgangspunkt” (Berkaak og Ruud 1990: 64).

Stan Hawkins skriver i *Settling the Pop Score* om sin bruk av begrepene “analyse” og “lesning”: “[...] my use of the word *analysis* is interchangeable with the term *reading*, which I deliberately employ to designate a move between focusing on the structures of music alone and the broader contexts within which the music is located” (Hawkins 2002: 1-2, kursiv i original). “Lesning” konnoterer noe mer åpent enn “analyse,” som kan oppleves som en mer formalistisk term. Lesning og fortolkning vil for denne oppgaven være mer passende begreper enn analysetermen, da det sosiokulturelle og kontekstuelle framstår som nyttigere veier å gå for å kunne besvare de spørsmålene jeg stiller. Når det er sagt skal ikke selve teksten, eller mer presist den musikalske delen av den, behandles som noe uviktig eller fullstendig tilsidesatt. Tvert i mot er poenget å se på hvordan forskjellige *koder* virker sammen, gjennom konteksten de opptrer i.

*Tekstuell analyse* framstår således som et nyttig utgangspunkt for tankeprosessene, og et omfangsrikt tekstbegrep er nødvendig i så henseende. En tekst forstås her ikke bare som skriftlige tekster men som kulturelle uttrykk i en videre forstand: “[...] as a cultural studies term, text refers to any media form that is self-contained” (Shuker 2005: 272). Slike tekster kan være alt fra en eller et dikt roman til en sang eller en film. Tekstuell analyse handler om å identifisere trekk og egenskaper ved de gitte tekstene: “Textual analysis is concerned with identifying and analysing the formal qualities of texts, their underpinning structures and constituent characteristics” (Shuker 2005: 272).

I forlengelsen av dette er *intertekstualitet* viktig, her handler det om forbindelsene mellom tekster: “Intertextuality is [...] the idea that a text communicates its meaning only when it is situated in relation to other texts” (Shuker 2008: 93). Intertekstualitet er *ikke* kun sitering av andre tekster, eller åpenbare referanser, men retter også fokuset mot det “rommet” teksten eksisterer i, og dens sameksistens med andre tekster. Hawkins påpeker hvorfor intertekstuelle koblinger bør trekkes fram i dagen: “Above all, processes of intertextuality circumvent the domination of one interpretation over another, or, to put it differently, the totalisation of any specific singularity (Hawkins 2002: 27).

Autentisitetetsbegrepet er det sentrale teoretiske omdreiningspunktet for mine undersøkelser. Debattene rundt det autentiske vil dreie rundt forskere knyttet til populærmusikkvitenskapen (blant andre Moore 2002, Keightley 2001, Frith 1986, Connell og Gibson 2003), supplert av medieforskere (Rombes 2005a og 2005b, Thompson 2005) i forbindelse med Take-Away Shows’ visuelle uttrykk. Jeg introduserer disse debattene nærmere mot slutten av denne innledningen.

Tekstene som spesifikt skal fortolkes i denne oppgaven er Take-Away Shows-videoene. Videoene, og videoprojektet som helhet, er det empiriske materialet som står i fokus. Med videoprojektet som helhet mener jeg å inkludere de faktorene som får de enkelte videoene til å danne et oppfattet hele, blant annet prosjektets hjemmeside, det overgripende visuelle språket og så videre.

En hermeneutisk innstilling overfor studieobjektene, tekstuell analyse og intertekstualitet, samt et fokus på det empiriske materialet er overgripende strategier for hele oppgaven. Med dette som bakgrunn vil jeg kommentere de spesifikke utfordringene og avgrensningene i forhold til indiesjangeren på den ene siden og Take-Away Shows på den andre.



### 1.2.1 Indie – begrepsdiskurs og sjangerstudium

Indiebegrepet lar seg som nevnt vanskelig definere enhetlig. Men det betyr ikke at det er mangel på forsøk: indiesjangeren er velstudert og en omfattende akademisk litteratur eksisterer om sjangeren. Jeg ønsker å utforske indiesjangeren både gjennom det vitenskaplige materialet som finnes, gjennom journalistiske kilder og gjennom å åpne for egne tanker og observasjoner. Samtidig søker jeg å borge for kritisk refleksjon rundt bruken av termen. Behandlingen av indie vil foregå delvis som et sjangerstudium og delvis som en diskurs omkring et begrep.

Man kan grovt sett skille mellom noen forskjellige typer bidrag til indieforskningen; sosialantropologisk og sosiologisk fundert forskning (Fonarow 2006), sjangerstudier av interdisiplinær natur (Hibbett 2005, Borthwick og Moy 2004), studier der indie undersøkes i spesifikk relasjon til en gitt vinkling (Bannister 2006a og 2006b, med maskulinitetsdiskurser som overordnet tråd) og musikkindustrielle undersøkelser (Frith 2001, Hesmondhalgh 1999, Negus 1996). Indie tas også opp i oversiktsverk (Shuker 2005, Shuker 2008), og i viktige monografier innenfor populærmusikkvitenskapen (Friths *Performing Rites* (1996) og Middletons *Studying Popular Music* (1990)).

Indieforskningen har i stor grad undersøkt strømninger på 80- og 90-tallet, mindre har blitt gjort med 2000-tallet som bakteppe. Dette har kanskje sammenheng med en oppfattelse av indie som en betegnelse som gradvis har blitt mer “innholdsløs” og utvannet gjennom årenes løp. Like fullt brukes og diskuteres sjangerbetegnelsen og begrepsapparatet som aldri før, og dette oppmuntrer til å undersøke nye perspektiver og til å oppdatere etablerte rammer for forskningen på indiesjangeren. Ryan Hibbett (2005) er en viktig bidragsyter i så henseende, med sitt studium av band og bevegelser som har vært virksomme det siste tiåret.

I tillegg til de akademiske bidragene vil jeg se på musikkjournalistiske debatter, dette også som et ledd i et oppdatert bilde av sjangeren. Indiebegrepet figurerer prominent i musikkanmeldelser, artikler og diskusjoner. Et eksempel på en kilde her er NRKs Lydverkets TV-sending som tok opp spørsmålet om hva indie var i 2008 (*NRK Lydverket* 2008). Slike kontemporære og levende diskusjoner vil være et viktig verktøy for å plassere indie i vår tid. Samtidig er det svært viktig å huske på at journalistiske kilder i seg selv er en del av den kulturen som beskrives, og derfor må behandles deretter.

Ofte vil populærmusikkvitenskapen ta for seg velkjente studieobjekter, i form av band eller artister som har nådd ut til et bredt publikum. Dermed vil det ikke være nødvendig å fortelle om helt banale egenskaper ved disse, for eksempel om det dreier seg om nettopp et band eller artist. I denne oppgaven er det derimot et poeng å undersøke musikere og musikalske uttrykk som befinner seg utenfor en gjengs musikkallmennhet, innenfor en mer alternativ sfære. Når jeg velger å ta for meg et band som eksempelvis Arcade Fire, blir det nødvendig å beskrive egenskaper som kan synes banale for at diskusjonene skal kunne gi mening for leseren.<sup>4</sup>

Indiesjangeren har som regel blitt studert ut i fra dens antatte marginale posisjon, som (lokal) *subkultur*. Jeg vil argumentere for at indie nå har tilbakelagt en reise fra utsiden, via ytterkanten, til å ha blitt et alternativ *innenfor* den allmenne kulturen, selv om mange aktører fortsatt ikke når ut til et bredt publikum. Denne tanken opplever jeg at ofte overses i den akademiske behandlingen av temaet, på den måten at indie essensielt formidles som en eksistens utenfor, både økonomisk, musikalsk og ideologisk. Med seg på veien tok betegnelsen et sett verdier og strategier som fortsatt har stor betydning for innholdet i kategorien.

### **1.2.2 Take-Away Shows – hvordan studere et nytt fenomen?**

Når det gjelder teoretiske muligheter i behandlingen av Take-Away Shows, er terrenget atskillig mer ulent. Fenomenet er så langt jeg kjenner til ubehandlet av academia, noe som er naturlig, all den tid det er forholdsvis nytt og ukjent for de fleste. Ved likevel å gi meg i kast med denne studien, tar jeg til orde for å utvide horisonten mot nye muligheter for innsikt inn i en del av populærmusikkens verden. Jeg vil forsøke å skape et akademisk rom der jeg er åpen for assosiasjoner og konnotasjoner som alle bidrar til av forståelsen og fortolkningen av Take-Away Shows. Internett som medium for musikkformidling bør i forlengelsen av dette løftes fram som et sentralt forskningsområde, etter mitt syn er medieringen et viktig aspekt ved Take-Away Shows.

Jeg møter i så henseende spesifikke vitenskaplige utfordringer; eksempelvis vil det være nødvendig å beskrive detaljer som ellers ville kunne vært oppfattet som overflødige. Først og fremst ser jeg det som nødvendig å bruke tid på å forklare hva Take-Away Shows er. Disse

---

<sup>4</sup> I norsk kontekst er Arcade Fire faktisk såpass populære at de har stod øverst på plakaten på den første Hovefestivalen sommeren 2007 (der de i år, 2010, igjen var “headliner”), samt at de i november samme år opptrådte for et utsolgt Oslo Spektrum. Det betyr imidlertid ikke at de er velkjente for alle og enhver.

beskrivelsene danner grunnlaget for å diskutere rundt og utover dette empiriske materialet. Utgangspunktet her er mine egne observasjoner av Take-Away Shows' hjemmesider og videoene i prosjektet, sammen med øvrig skriftlig materiale bestående av journalistiske og andre ikke-vitenskaplige kilder som kan være med på å gi innsikt i hva videoprojektet handler om. Mange av kildene er, i prosjektets ånd så å si, nettbaserte: blogger, nettaviser, nettmagasiner og så videre. I tillegg kan jeg benytte meg av det skriftlige materialet som befinner seg i Take-Away Shows, i form av verbale beskrivelser av de enkelte videoene, og kommentarer fra publikum.

Utfordringene består først og fremst i å finne mulige og passende teoretiske vinklinger for å forklare fenomenet Take-Away Shows. Estetiske referansepunkter utover prosjektet er nødvendig, derfor vil jeg se på musikkvideoteori og filmteori for å diskutere hvilke virkemidler som benyttes og hvordan videoene ser ut. Carol Vernallis er en sentral forsker når det gjelder musikkvideo, med *Experiencing Music Video* har hun knyttet sammen det visuelle og det musikalske på en dyptpløyende måte. Det tiltalende med Vernallis' posisjon er at hun i større grad enn de foran henne har forsøkt å gi plass til begge sider ved at hun fokuserer på møtet mellom lyd og bilde: “[...] what a video has to say is located in the relation of all of its parts as it plays out in time – in a play between both the visual and musical codes” (Vernallis 2004: 199).

Vernallis' arbeid bidrar både med en ”samtalepartner” for å diskutere musikkvideoen opp mot Take-Away Shows, og med et begrepsapparat for det visuelle som fremmer nettopp denne diskusjonen. Jeg tar videre for meg de visuelle og tekniske koblingene til det som av Nicolas Rombes omtales som “new punk cinema,” en bevegelse som også inkluderer dogmefilmen (Rombes 2005a og 2005b). Også forbindelsene mellom indie og Take-Away Shows kan diskuteres i relasjon til denne filmretningen. Andre assosiasjoner som vil bli tatt opp handler om ordinære konsertsituasjoner og dokumentasjon av performance. Til sammen danner disse vinklingene et bilde av Take-Away Shows sin audiovisuelle kontekst.

Denne oppgaven kunne hatt som utgangspunkt å sammenligne Take-Away Shows med musikkvideoen slik vi kjenner den fra fjernsynet, og i senere tid, internett. Formene har både interessante likheter og forskjeller. De sammensvarende trekkene består for eksempel i at begge formene handler om samvirket mellom lyd og bilde, og at deltakerne (både musikerne, musikken og videoregissørene) promoterer og viser seg fram. Ulikhetene dreier seg blant

annet om innspilt kontra live musikk, enkeltvideoer kontra et helhetlig prosjekt<sup>5</sup> bestående av en stor katalog bidrag, og måten promoteringen foregår på – ved hjelp av betydelige økonomiske midler eller ikke. Når jeg har valgt å ikke rette hovedfokuset denne veien, er det flere årsaker til det. For det første har jeg i arbeidet med denne oppgaven hatt som målsetning å undersøke Take-Away Shows på en så åpen måte som formatet tillater. En komparativ strategi kunne belyst en del trekk ved både musikkvideoen og Take-Away Shows, men en bredere vinkling mot indiebegrepet og –sjangeren framstår som en mer fruktbar strategi. For det andre betyr dette valget *ikke* at musikkvideoen forsvinner, men heller at de relevante diskusjonene kommer som en del av kontekstualiseringen og undersøkelsen av Take-Away Shows, slik jeg har skissert over. Således vil viktige likheter og forskjeller mellom de to formene diskuteres.

Mitt syn er at det eksisterer relasjoner mellom Take-Away Shows og indiesjangeren på flere nivåer, noe jeg vil argumentere for gjennom oppgaven. Diskursene omkring indie og autentisitetsdebattene blir i så måte sentrale for å begrepsliggjøre og undersøke videoprojektet på en åpen måte. Jeg mener også at dette gir rom for å artikulere det musikalske innholdet på en interessant måte.

Mine egne iakttagelser står i sentrum for analysene av videoene. Jeg etterstreber en form for intersubjektiv lesning, der mine observasjoner spiller sammen med materialet og diskursene jeg forholder meg til gjennom hele oppgaven. En form for *selvrefleksivitet* er én del av den metodiske strategien; utgangspunktet er mine egne erfaringer og opplevelser av det materialet jeg gir meg i kast med, og jeg må derfor poengtere nettopp denne faktoren tydelig. Når det er sagt er ikke dette min personlige historie om Take-Away Shows, vitenskapligheten utgjøres av et nettverk av kilder og innfallsvinkler. Hensynet til det empiriske materialet har vært utgangspunktet for de metodiske valgene. Behandlingen av Take-Away Shows, prosjektets helhet og enkeltvideoene, er stedet der teoriene møter realitetene, så å si.

I akademisk sammenheng har koblingen mellom internett og populærmusikk til nå stort sett framkommet i forbindelse med illegal fildeling og musikkindustriens problemer med å forholde seg til en gradvis mer digital hverdag. Det synes nærliggende å tro at de mange forskere som befatter seg med populærmusikk i dag benytter seg av tjenester som YouTube,

---

<sup>5</sup> Vel og merke kan også den tradisjonelle musikkvideoen forstås innenfor forskjellige enheter, som en regissørs særegne uttrykk (for eksempel når det produseres DVD-samlinger med videoer fra én regissør, men mange ulike band) eller sjangermessige fellestrekk.

for eksempel som kilde til musikkvideoer.<sup>6</sup> Hvorfor er dette da fortsatt et mangelfullt område?

Steve Jones skrev for ti år siden artikkelen “Music and the Internet”, der han tok for seg hvordan internett og nettverksteknologi virker inn på produksjon, konsumpsjon og distribusjon av musikk (Jones 2000: 217). Den gangen avsluttet Jones med et ønske for framtidige studier i skjæringspunktet mellom internett og musikk:

It is time for scholars to stretch their imagination, to ask questions about music, place and space in relation to diaspora, community, technology and business. What is at stake is an opportunity for popular music studies to add to our understanding of technology’s intersection with social life and social being, just as connection is at stake for the musician who desires an audience, or for the fan who seeks others (Jones 2000: 229).

Virkeligheten har blitt en annen; forskningen på koblingene mellom musikk og internett har vel og merke kommet et langt stykke når det gjelder distribusjonsaspektet, mens lite har blitt gjort i forhold til produksjon og konsumpsjon. Dette gir meg en utfordring i forhold til Take-Away Shows’ internett-kontekst, siden jeg ikke har noen spesifikke studier å lene meg på metodisk. Men det gir meg også mulighet til å være med på å bringe internett som formidlingskanal fram i lyset og under lupen.

### 1.3 Nøkkeltbegreper

Som en ytterligere spissing av oppgavens tematikk framstår det som hensiktsmessig å presentere en kort oversikt over noen nøkkeltbegreper som vil benyttes gjennom oppgaven. Definisjonene her er forenklete, og fungerer som et utgangspunkt for bruken av termene:

*Autentisitet:* Betyr leksikalsk “ekthet,” (*Ordnett.no* – søkeord: “Autentisitet”). I populærmusikkperspektiv handler det om hvorvidt artister, musikk, sjangre og så videre oppfattes som ekte, troverdig, oppriktig, genuine, originale. Fokuset har i de senere årenes populærmusikkforskning dreid seg om konstruksjonene av autentisitet. Da dette er et svært sentralt omdreiningspunkt, introduseres det dypere under en egen overskrift (neste punkt).

---

<sup>6</sup> Åndsverklovgivningen og copyright er selvsagt problematisk i forhold til tjenester som YouTube, uten at jeg skal dykke dypere ned i den debatten her.

*Uavhengighet:* Betyr i dagligtale vanligvis selvstendighet, det at man ikke er avhengig en gitt faktor (for eksempel i betydningen uavhengige stater). Her viser uavhengighet til en selvstendighet i kulturell forstand, det være seg kommersielt/økonomisk eller kunstnerisk.

*Live:* “Live” viser i denne sammenhengen til en kunstneropptreden “som foregår direkte, som ikke er et opptak” (*Ordnett.no* – søkeord: “live”). Live brukes som fremmedord på norsk, da det nærmeste vi kommer et norsk begrep kanskje er levende framføring.

*Amatørisme:* Viser her til karakteristikk ved produkter, i dette tilfellet videoer, som gir inntrykk av å kunne være produsert av lekfolk uten spesiell kompetanse på feltet (amatører), uten at det nødvendigvis er tiffelle. Kan dermed brukes og oppfattes som et kunstnerisk virkemiddel.

*DIY:* Står for “do it yourself,” og viser til en form for amatørisk kulturproduksjon innenfor alle tilgjengelige medier.

*Lo-fi:* Forkortelse for “low fidelity.” Motsatt til “high fidelity” (“hi-fi”), som en betegnelse for “særlig høy kvalitet av lydgjengivelse” eller “stor naturtrohet” (*Ordnett.no* – søkeord: “high Fidelity”). Lo-fi relateres både til en “dårlig lydgjengivelse”, og til musikk “innspilt ved hjelp av enkelt utstyr” (*Ordnett.no* – søkeord: lo-fi).

*Intimitet:* Nærhet, privathet, fortrolighet eller nærgåenhet (*Ordnett.no* – søkeord: “Intimitet”), her forstått med alle betydningene. Særlig viktig som et uttrykk for spillet i forhold til grensene mellom det private og offentlige rom i Take-Away Shows, men også relevant når det gjelder indie.

Disse foreløpige definisjonene er ment å introdusere noen av perspektivene og begrepene som går gjennom oppgaven. Flere av begrepene er vanskelig å oversette til norsk på en tilfredstillende måte, jeg bruker i de tilfellene de aktuelle engelske termene. Som den viktigste debatten ønsker jeg å introdusere autentisitetsbegrepet noe nøyere. Dette er også et uttrykk for min faglige posisjon innenfor populærmusikkstudiene.

## 1.4 Autentisitet

*Autentisitet* er et av de mest sentrale omdreiningspunktene i populærmusikkvitenskapen. Begrepet figurerer også både eksplisitt og implisitt i musikkpressen og i mer hverdagslige samtaler om populærmusikk. Som Lindberg (et. al.) påpeker er autentisitetsbegrepet “a notoriously slippery term” (Lindberg et. al. 2005: 44). Den leksikalske definisjonen av “autentisitet” er “ekthet” (*Ordnnett.no* – søkeord: “Autentisitet”), dette er også den vanligste betydningen når det diskuteres i musikkammenheng, om enn i overført betydning, og ikke som noe som skal bevises som “ekte”: “in terms of the more fluid and ephemeral aspects of culture, such as music, it is impossible to measure authenticity against any given scientific criteria” (Connell og Gibson 2003: 28). Autentisitet kan heller tenkes langs en rekke forestillinger knyttet til ekthet: oppriktighet, troverdighet, ærlighet, integritet. Felles for disse er at de er blant de mest ladede verdibegrepene brukt i musikkdiskurs (Moore 2002: 209). Hvis vi føyer til forestillinger om originalitet, kreativitet og det “unike” (Shuker 2005: 17), direktehet og spontanitet får vi et enda mer omfattende bilde. Derek B. Scott definerer autentisk musikk som følger: “Many people feel a need to *believe* in some kind of music-making – for example, in the sincerity of rock – and authentic music may be defined as the music that has the effect of making you believe in its truthfulness” (Scott 2009: 4, kursiv i original). Poenget er egentlig ikke hvorvidt artister faktisk *er* troverdige eller virkelig mener det de uttrykker, men om publikum oppfatter artistene slik, langs linjene skissert opp via begrepene nevnt her.

Det autentiske og dets motsatser, det kunstige og konstruerte, stilles ofte opp som diametrale motsetninger, og disse forholdene ligger til grunn for mange lesninger. Kommersialitet blir sett på som én av de viktige motpolene (Moore 2002 og Shuker 2005: 18) som kan medvirke til “inautentisitet”, noe som understrekes av indiesjangerens “sell-out”-problematikk. Imidlertid tar slike essensialistiske distinksjoner og dualismer ikke hensyn til populærmusikkens kompleksitet. Ser man på teknologiens rolle i populærmusikken, identitets- og imagekonstruksjon hos artister og publikum, og det faktum at populærmusikken som sådan oppholder seg innenfor et kommersielt paradigme, blir det åpenbart at feltet har flere nyanser enn som så. Det kan også påpekes om produksjon av musikk i dag, via Allan Moores ord, at “in a postmodern world where appropriation (of material by producers of music) is everywhere evident, it no longer carries originary force” (Moore 2002: 210). På tross av dette spiller autentisitetsdiskursen en viktig, og ofte framtrædende rolle i møtet med

populærmusikken, og denne rollen bør studeres så lenge vi husker på at dette handler om *konstruksjoner*: “what is ‘authentic’ is socially constructed in various ways” (Connell og Gibson 2003: 28).

Autentisitetetskonstruksjoner foregår på forskjellige måter innenfor ulike sjangere, deres respektive publikum oppfatter autentisitet på forskjellig vis. Eksempelvis kan lange og virtuose gitarsoloer oppfattes som et autentisk innslag i progrocken, mens det kan forstås som “show off” og unødvendig staffasje for et indieband. Jeg tar tak i disse debattene underveis i oppgaven, både i diskursen rundt indiesjangeren og i behandlingen av Take-Away Shows. I begge tilfeller, og i møtet mellom de to, spilles det på konstruksjonene av det ekte, oppriktige og troverdige, men som samtidig må balanseres for ikke å falle over i det åpenbart konstruerte og inautentiske.

## 1.5 Oppgavens oppbygning

Oppgaven består av tre hovedmomenter: indie, Take-Away Shows og fortolkning. Disse vies hvert sitt kapittel. I kapittel to utforsker jeg indiesjangeren og –begrepets mulige innhold og egenskaper. Jeg tar utgangspunkt i uavhengighetselementene, og ser på hvordan indietermen er del av den kulturelle sfære på en generell måte. Etablerte forskningsposisjoner, historikk og nærlesning av viktige sjangerfaktorer (industrielle, verdimessige og estetiske), samt undersøkelse av autentisitetetskonstruksjoner er hovedpunkter, før det hele sammenfattes og oppdateres gjennom at spørsmålet om hva indie er i dag diskuteres.

Kapittel tre omhandler Take-Away Shows. Videoprojektet beskrives, på detaljnivå og som helhetlig prosjekt. Sentrale trekk identifiseres, gjennom undersøkelser av det visuelle og musikalske innholdet. Fenomenet kontekstualiseres gjennom vektlegging av dets tilværelse online, og via forbindelser til andre audiovisuelle former, da særlig musikkvideoen.

Kapittel fire inneholder fortolkninger av utvalgte videoer fra prosjektet. Som et ledd i nærlesningen tas teoretiseringer omkring autentiseringsprosesser og populærmusikalsk performance opp. Til slutt diskuteres forbindelsene mellom Take-Away Shows og indie, både på generelt og spesifikt. Formålet med kapittelet er i så måte å konkretisere poenger fra de foregående kapitlene, og trekke linjene gjennom hele oppgaven. Avslutningsvis presenterer jeg mine konkluderende kommentarer i kapittel fem.



Det bør for øvrig påpekes at jeg kommer til å bruke forskjellige “navn” på Take-Away Shows. Ofte skriver jeg betegnelsen helt ut, slik som over, andre ganger er det mer naturlig å forkorte til TAS. I tillegg henviser jeg Take-Away Shows som “videoprojektet” nå og da, både for ytterligere variasjon og fordi det er en passende betegnelse.

## 2 Indie – diskursen rundt en musikk sjanger

Indie is located ultimately in its discourse about its boundaries, in discussions about what it is and is not, because what it is constantly changes (Fonarow 2006: 77)

Hva betyr “indie”, og hvilken relevans har denne betegnelsen i dag? Hva slags musikk finner vi i indiesjangeren? Dette er spørsmål jeg søker svar på i dette kapittelet. Målet er ikke å komme fram til noen enhetlig definisjon, men heller å vise hvilken kompleksitet og fleksibilitet som ligger i indiebegrepet. Samtidig er det posisjoner som utkrystalliserer seg i møtet med denne termen, både gjennom akademiske behandlinger, musikkjournalistiske debatter, blant publikum og i selve musikken. Den mest åpenbare av disse ligger i den “bokstavelige” betydningen av indie som en forkortelse for “independent” – *uavhengig*. I utgangspunktet viser dette til det Ryan Hibbett omtaler som den enkleste definisjonen av indie: “[...] that which is not produced by a major record label [...] or one of its affiliates” (Hibbett 2001: 58). I denne forståelsen av begrepet er indie en term som beskriver produksjonsmekanismer man også kan finne innenfor andre deler av kulturen og i andre medier, som filmindustrien. Kontrastene mellom de store, dominerende selskapene og de mindre, uavhengige aktørene er sentrale i indiediskursen.

Det hersker imidlertid bred enighet om at slike industrielle perspektiver ikke er tilstrekkelig for å forstå indiebegrepet. Uavhengighet i mer overført betydning, autentisitetsforestillinger og opposisjonelle holdninger hører også med, sammen med konkrete musikalske strategier. Mitt utgangspunkt ligger nært Fonarows utsagn som innledet dette kapittelet, jeg vil undersøke hvilke diskurser som trer fram i møtet med indie. Gjennom å undersøke og sammenligne sentrale vitenskaplige arbeider vil indiebegrepets sammensatte natur belyses – økonomisk/industrielt, musikalsk/estetisk og ideologisk/verdimessig. Faglitteraturen vil suppleres med kilder av musikkjournalistisk karakter, hvor man kan finne de mer kontemporære debattene som til enhver tid utspiller seg. For å kunne konkludere omkring indiebegrepets og –musikkens innhold og betydning vil en kontekstualiserende tilnærming være nødvendig. Med det mener jeg å understreke at om man skal forstå dette fenomenet kreves det at populærmusikkvitenskapens interdisiplinære natur holdes i hevd. Punktene som

diskuteres i dette kapittelet vil til sammen tegne et bilde av hva indiebegrepet og –sjangeren handler om.

Musikalske sjangre, så vel som sjangre innenfor andre kunstarter og kulturelle uttrykk, handler om kategorisering av enkeltverk og stilarter gjennom å finne fellesstrekk. Det handler om kategorisering og det å opprette forbindelser: “Genres [...] consist of ways of categorizing popular music so as to create a connection between musical styles, producers, musicians and consumers” (Brackett 2002:66). Sjangere har relevans for alle aktører på populærmusikkfeltet; de er viktige referansepunkter når man skal beskrive og kontekstualisere musikk, og de fungerer som markedsføringsverktøy når musikken skal selges. I tillegg er vår musikalske erfaring og de sjangerkodene vi har lært oss å forstå essensielle når vi lytter til musikk og forsøker å gi den mening. Sjangere kan også oppfattes på en mer reduktiv måte, som “båser” man setter band og artister i. Samtidig er sjangere svært foranderlig: “[...] while musical genres continue to function as marketing categories and reference points for musicians, critics and fans, particular examples clearly demonstrate that genre divisions must be regarded as highly fluid” (Shuker 2008: 120). Den konstante utviklingen som i større eller mindre grad foregår i alle sjangere gjør det også utfordrende å undersøke dem. Særlig gjelder dette når det empiriske grunnlaget, som i denne oppgaven, er av kontemporær natur.

Roy Shuker argumenterer for at populærmusikksjangere kan identifiseres via fire karakteristiske dimensjoner (2008: 121). For det første må sjangere kontekstualiseres, både historisk og sosialt. For det andre er det stilistiske trekk ved selve musikken som kan gi en særskilt “sound” for en gitt sjanger. Disse musikalske aspektene kan variere, slik tilfellet er i indiesjangeren. For det tredje finnes det ikke-musikalske, stilistiske kjennetegn, som særlig har å gjøre med visuell stil (generell ikonografi, “image”, performance og utseende). De to siste virker sammen: “Musical and visual stylistic aspects combine in terms of how they operate to produce particular ideological effects, a set of associations which situate the genre within the broader musical constituency” (Shuker 2008: 121). For det fjerde viser Shuker til at det finnes et primært publikum for de bestemte sjangrene. Disse fire generelle kategoriene synes å være fruktbare å ha i bakhodet gjennom undersøkelsen av indiesjangeren.

En sentral problemstilling i forbindelse med å skulle undersøke sjanger handler om hvilket detaljnivå man skal legge seg på. Jason Toynbee påpeker at det å øke detaljnivået for å spesifiserer en sjanger bare gjør det vanskeligere å definere, for når antallet nødvendige trekk øker vil antallet tekster som faktisk oppfyller trekkene minke (Toynbee 2000: 105). Samtidig

lar det seg vanskelig gjøre å inkludere alle tekster man mener befinner seg innenfor sjangeren, det vil alltid være unntak for regelen. Dette synes treffende når det gjelder indie, særlig med tanke på enkelte av Shukers kategorier, som de musikalske aspektene. Som vi nå skal se er det en rekke utfordringer forbundet med å undersøke indiesjangeren.

Wendy Fonarow påpeker at det å skrive om indie ofte kjennes som å prøve å treffe en målskive i bevegelse (Fonarow 2006: 18). I den stadige jakten på ny og spennende musikk er det ikke lett å henge med i svingene. Definisjonsproblematikken gjør det også vanskelig å sette fingeren på akkurat hva dette handler om, særlig når det kommer til selve musikken. Simon Frith setter ord på dette:

[...] it may be difficult to say what different acts or records in a genre have in common *musically*. This is obvious, for example, in the case of “indie” music. Such a label refers both to a means of production (music produced on an independent rather than a major label) and to an attitude, supposedly embodied in the music, in its listeners, and, perhaps, most important, in the relationships between them (Frith 1996: 86)

Å undersøke indie, eller en hver musikkjanger for den saks skyld, ut i fra musikalske trekk alene framstår i så måte ikke gjennomførbart, og gir heller ikke rom for de interessante faktorene som ligger utenfor musikken. Det er videre et særskilt poeng at indiebegrepet både refererer til en type kulturell praksis (der musikkultur er én del) og en musikkjanger – disse henger nært sammen med hverandre, men har også ulike egenskaper. En siste hovedutfordring er det interessante motsetningsforholdet mellom en utbredt enighet når det gjelder hvilke utenommusikalske egenskaper som konstituerer indie, og en påfallende grad av variasjon når det gjelder hvilke band og artister som trekkes fram for å eksemplifisere indiesjangeren.

Jeg vil starte med å se på indiebegrepet og hvordan det refererer til en form for uavhengig kulturproduksjon. Dette er med på å legge grunnen for den musikalske indiesjangeren. Deretter vil jeg i generelle ordelag utrede hvilke posisjoner og hoveddefinisjoner som opptrer i den tilgjengelige faglitteraturen omkring indiesjangeren. Så følger en kort historikk omkring indiesjangeren. I forlengelsen av dette konsentrerer jeg meg om tre omfattende definisjonsmuligheter, langs linjene som har med økonomi/industri, verdier og holdninger og musikalske trekk å gjøre. Videre vil jeg gå dypere inn i autentisitetetsdiskursen, og se på hvordan indiesjangeren kan knyttes til disse debattene. Avslutningsvis oppsummerer jeg, og knytter an til en kontemporær forståelse av indiesjangeren.

## 2.1 Indiebegrepet: Uavhengig kulturproduksjon

Indiebegrepet brukes til å henvise til en bestemt diskurs knyttet til en type kulturproduksjon, i tillegg til at det representerer en musikk sjangerbetegnelse. Som en forkortelse for “independent” blir *det uavhengige* som verdi og idé konstituerende for indiebegrepet. Hva er det denne uavhengigheten går ut på? Hvem eller hva er uavhengig av hva eller hvem? Jeg ønsker her å tegne et bilde av indiebegrepet gjennom det uavhengiges funksjon i et kulturproduksjonsperspektiv. Via Theodore W. Adorno og Max Horkheimers tanker om “kulturindustrien” vil jeg se på muligheter for populærkulturell eksistens utenfor dette paradigmet.

I “The culture industry: Enlightenment as mass deception” skisserer Adorno og Horkheimer et bilde av populærkulturen som “kulturindustri” og underholdningsbusiness. Den berømte analogien til det industrielle samlebandet også i kulturproduksjonen framheves (Horkheimer og Adorno 2002: 132). Selv om teksten er skrevet på 40-tallet, er flere av poengene fortsatt oppe til diskusjon i dagens kontekst. Populærkulturen, sier de, infiserer alt med “sameness” (Horkheimer og Adorno 2002.: 94). Det handler om en manipulasjon av massene i form av rasjonaliserte og standardiserte produkter med varekarakter, produsert nettopp med det formål å oppfordre til og indoktrinere passiv konsumpsjon. Kulturell homogenitet og forutsigbarhet er viktige stikkord (Storey 2006: 49). Hele verden passerer gjennom kulturindustriens filter (Horkheimer og Adorno 2002: 99): “For the present the technology of the culture industry confines itself to standardization and mass production and sacrifices what once distinguished the logic of the work from that of society” (Horkheimer og Adorno 2002: 95). Det blir ikke mulig med forhandling og motstand: “[...] but the necessity, inherent in the system, of never releasing its grip on the consumes, of not for one moment allowing him or her to suspect that resistance is possible” (Horkheimer og Adorno 2002: 113).

Mot dette meget spissformulerte og problematiske, men ikke helt uforståelige bildet av populærkulturen står muligheten for å skape noe utenfor kulturindustrien. Uavhengige aktører finnes i de store “kulturbransjene”; produksjon og distribusjon av musikk, film, litteratur og teater kan foregå innenfor store, dominerende selskaper, forlag eller scener, men det kan også finne sted i mindre foretak med mindre økonomiske ressurser. I billedkunsten er kunstverkets natur en annen enn hos de fire andre. Både i musikk, film, litteratur og teater er reproduksjonen av et kunstverk det sentrale, og som ligger til grunn for bransjene rundt disse.

Dermed blir det et poeng hvordan denne produksjonen og reproduksjonen foregår. I billedkunsten er det derimot det unike verket (i betydningen: det finnes bare ett eksemplar) som definerer rammene for produksjonen. De tradisjonelle produksjons- og distribusjonsmåtene i musikk- og filmindustrien ligner hverandre: store engangsinvesteringer (til produksjon av henholdsvis et album eller en film) gir stor avkastning om man selger tilstrekkelige eksemplarer, masseproduksjon av mastertapen eller -rullen er langt billigere. Det er også i film- og musikkindustrien man oftest møter på bruken av indiebegrepet som et uttrykk for en produksjonsmåte helt eller (vanligvis) delvis utenfor den dominerende kommersielle sfære. Jeg ønsker her først og fremst å påpeke at det er rom for uavhengig produksjon også innenfor populærkulturen, selv om graden av uavhengighet, og hva denne uavhengigheten egentlig betyr, kan diskuteres, slik jeg vil gjøre i dette kapittelet.

Veien fra “independent” til “indie” er ikke så rett fram som det kan virke på overflaten. Hibbett peker på at forbindelsen mellom “indie” og “independent” ikke nødvendigvis oppfattes av de som ikke har kjennskap til begrepet (Hibbett 2005: 58). Begrepet oppretter et skille mellom inn- og utgrupper, mellom de som er fortrolige med indietermen og de som ikke er det<sup>7</sup>. Indiebegrepet fungerer ekskluderende eller inkluderende – det å bruke begrepet vitner om at man er på “innsiden”, at man er klar over hva det dreier seg om og kan delta i en diskusjon. Når man så først er inneforstått med konstruksjonen av indie fra independent, er det interessant å se på hvordan denne forkortelsen har blitt etablert, og hva det kan bety. Fonarow hevder at selve ordet “indie” viser til et fellesskap som knytter seg an til barndommen og “det lille”: “the word itself is a diminutive, and diminutives suggest smallness, childhood, affection, and, at times, derision” (Fonarow 2006: 45). Fonarows observasjon er interessant, og som vi etter hvert skal se rimer dette godt med flere faktorer assosiert med indie; de økonomiske forutsetningene, “sell out”-problematikken, gjør-det-selvholdningen, og enkelte av de musikalske strategiene sjangeren kan gjøre bruk av.

## 2.2 Tidligere forskning og etablerte posisjoner

I innledningskapittelet skisserte jeg kort hvordan indiebegrepet har blitt behandlet i academia. Målet med dette underkapittelet er å se nøyere på hvordan denne indieforskningen arter seg,

---

<sup>7</sup> I dagligdagse samtaler om temaet for denne oppgaven har jeg fått merke dette. Indiebegrepet er velkjent blant de fleste medstudenter og andre med selvoppfattet interesse for populærmusikk, mens det første spørsmålet som melder seg hos eldre familiemedlemmer er hvorvidt dette har noe med India eller indianere å gjøre. Slike eksempler illustrerer distinksjonene som skapes og opprettholdes rundt indiebegrepet.

og hvilke definisjoner og diskurser som kommer til syne. I første omgang vil jeg se på hva som artikuleres som de viktigste trekkene ved indie-sjangeren, for så å gå nærmere inn på dem i de etterfølgende punktene.

Et godt utgangspunkt er den amerikanske sosiologen Wendy Fonarow sin etnografiske studie i og av britiske indiemiljøer på 90-tallet. Arbeidet ledet fram til boka *Empires of Dirt: The Aesthetics and Rituals of British Indie Music* (2006). Fonarow ser problemene ved å definere indie, og påpeker at det er vanskelig både for forskere som prøver å forstå indiekulturen og for medlemmene av et indiefellesskap. Man kan gjenkjenne indie når man ser og hører det, men det er atskillig vanskeligere å sette ord på hva det er som gjør det til indie. Likevel kommer man langt med å se på problemstillingene man møter i indiediskursen: “Although indie has no exact definition, the discourse and practices around the multiple descriptions and definitions of indie detail a set of principles that reveal the values and issues at stake for the community” (Fonarow 2006: 25). Med dette som utgangspunkt presenteres fem definisjonskategorier (basert på hva aktører i “indiemiljøet” mener definerer indie) (Fonarow 2006: 26):

- En type musikalsk produksjon som er knyttet til små, uavhengige plateselskaper med uavhengige distribusjonsmåter
- En musikk sjanger med særskilt sound og stilistiske konvensjoner
- Musikk sjanger som kommuniserer et særskilt etos
- En kategori for kritisk vurdering
- Musikk som kan kontrasteres med andre sjangre, så som “mainstream” pop, dance, blues, country, eller klassisk musikk

Fonarows fem kategorier favner mange av temaene indieforskningen har vært konsentrert rundt. Retningene som pekes ut samsvarer også delvis med Shukers omtalte kategorier, særlig punktene om en spesiell “sound” og kommunikasjon av et etos. I det siste punktet framkommer begrepet *mainstream*,<sup>8</sup> et avgjørende referansepunkt for indie som sjanger. Jason

---

<sup>8</sup> Jeg vil fortsette å bruke det engelske *mainstream*, dels fordi vi på norsk ikke har noen god oversettelse, dels fordi *mainstream* er et etablert låneord. Om man likevel skal forsøke å oversette vil flere termer være nødvendig for å til sammen kunne fange begrepet: gjengs, konvensjonell, hovedstrømning (*Ordnett.no* - søkeord: “mainstream”). Dette er for øvrig i tråd med bruken av engelske termer skissert under punktet om ”Nøkkelbegreper” i innledningskapittelet.

Toynbee definerer en mainstream i populær-musikksammenheng som “a formation that brings together large numbers of people from diverse social groups and across large geographical areas in common affiliation to a musical style” (Toynbee 2002: 150). Fonarow forklarer det på en mer kvantitativ måte: “[Mainstream] designates the majority of music that appears in national charts and appeals to a broad cross-section of the public” (Fonarow 2006: 63). For indiesjangeren fungerer mainstreamen som “den andre,” en majoritetskultur hvis uttrykk og verdier er en definisjonsmessig motsats. Indie kan leses som et forsøk på både å posisjonere seg mot denne allmennheten, og i ytterste konsekvens være uavhengig av den. Motsetningene mellom indie og mainstream er et ekko av den antatte dikotomien indie/majorplateselskap, som jeg vil komme tilbake til.

Fonarows kategorier, alle fem eller enkelte av dem, later til å være akseptert av andre forskere (blant andre Bannister 2006a og 2006b, Hesmondhalgh 1999, Hibbett 2005, Shuker 2005 og 2008, Frith 2001). Jeg tar utgangspunkt i de tre første definisjonskategoriene: industrielle, musikalske og verdimeslige trekk. Men før jeg undersøker disse spesifikke bestanddelene nærmere, vil jeg kort vise til noen av de andre viktige akademiske behandlingene av indiesjangeren.

Matthew Bannister avgrensner sitt prosjekt til å ta for seg indierock på 1980-tallet. Han henviser til Larkin når han skal presentere sin overordnede forståelse av sjangeren.

Indie (independent) guitar rock is a post-punk subgenre of independent or alternative rock, featuring mainly white, male groups, playing mainly electric guitars, bass and drums “that sound a bit like The Byrds, The Velvet Underground” to primarily white, male audiences, recording mainly for independent labels, being disseminated at least initially through alternative media networks such as college radio stations and fanzines, and displaying a countercultural ethos of resistance to the market (Larkin parafrasert i Bannister 2006b: 57)

Bannisters innholdsrike beskrivelse viser hvor vanskelig det er å komme med bastante påstander, hvert element modereres for å klargjøre at det dreier seg om definisjonsforsøk heller enn fastsatte definisjoner. Et annen interessant poeng ved dette utsagnet er at “indie guitar rock” presenteres som en subsjanger av indierock. Distinksjonene mellom indie, indierock og indiepop kan være vanskelige å fange. Jeg bruker indiemusikk eller bare indie som samlende begrep for det som potensielt kan oppfattes som subsjangre. Dette er i tråd med Fonarows bruk av termen “indie music,” som inkluderer band og artister med både rock- og popelementer i sine musikalske stiler.



Ryan Hibbett forsøker å definere musikkategorien indierock ikke bare som en estetisk sjanger, men også som en metode for sosial differensiering og som markedsføringsverktøy (Hibbett 2005: 55). Pierre Bourdieus begrep om “kulturell kapital” benyttes for å posisjonere indie:

Indie rock demonstrates the principles and politics of a “superior” art and applies them within the immense and multifarious domain of popular culture. As an elite sect within a larger field, indie rock requires its own codes, i.e. cultural capital, and therefore can be used to generate and sustain myths of social and intellectual superiority (Hibbett 2005: 57)

Fra en estetisk-teoretisk synsvinkel er Hibbett her inne på noe interessant, nemlig at indie kan befinne seg i et skjæringspunkt mellom kunst og populærkultur. Han ser på to estetiske bevegelser (Lou Barlows “lo-fi,” og post-rock representert ved Sigur Rós og Godspeed You Black Emperor) assosiert med indie for å vise sjangerens dynamiske natur som samtidig bærer i seg en felles “logic of authenticity and otherness” (Hibbett 2005: 56).

For David Hesmondhalgh er indie en kontemporær sjanger som har sine røtter i punkens institusjonelle og estetiske utfordringer overfor populærmusikkindustrien, men som i løpet av 90-tallet ble en del av mainstreamen i britisk pop (Hesmondhalgh 1999: 34). I artikkelen “Indie: The institutional politics and aesthetics of a popular music genre” gjør han case-studier av to viktige uavhengige plateselskaper, *Creation* og *One Little Indian*, for å undersøke hvordan en økende profesjonalisering og samarbeid med de store selskapene (se punkt 3.4) kompliserer og endrer indiesjangerens innhold. Hesmondhalgh argumenterer for at indie etter hvert mistet sin opposisjonaltitet: “Indie was a term now generally used to describe a set of sounds and an attitude, rather than an aesthetic and institutional position” (Hesmondhalgh 1999: 51).

Arbeidene som er trukket fram her har viktige fellestrekk. De involverer alle forsøk på å definerer indiesjangeren gjennom diskursive tilnærminger. Samtidig inntar forskerne ulike posisjoner, og har sine utvalgte studieobjekter: Fonarow har britisk indiemusikk og “gigen,” Bannister ser på indie på 80-tallet i New Zealand, Hibbett ser på kontemporære uttrykk og Hesmondhalgh undersøker industrielle perspektiver. Dette illustrerer mangfoldet og kompleksiteten til indiebegrepet; det samme fenomenet kan studeres fra en rekke vinkler. Den historiske konteksten som indiesjangeren settes inn i er derimot forholdsvis veletablert, og gir et innblikk i hvordan bestanddelene i indiedefinisjonene har utviklet seg.

## 2.3 Med historisk blikk

Hvilken historie som skrives om indiemusikken har å gjøre med hvilket utgangspunkt man velger å ha. Her blir det naturlig å følge opp tankene fra de foregående overskrifter, både med hensyn til uavhengighetstanken og hvilke fortellinger som er etablerte i den akademiske historieskrivingen. Man må også være klar over at det er flere faktorer som her virker sammen – så som den uavhengige forretningsmodellen (som jeg vil komme nærmere tilbake til under neste punkt) og de musikalske påvirkningskildene til det som skulle bli kalt indiemusikk fra 1980-tallet av (Borthwick og Moy 2004: 181). I relasjon til det sistnevnte kan indiemusikkens kilder i følge flere spores tilbake til 60 og 70-tallets “undergrunnsmusikk,” der blant annet Velvet Undergrounds eksperimentelle rock ofte trekkes fram som en forløper (Hibbett 2005: 57 og Borthwick og Moy 2004: 181).

På midten av 70-tallet gjorde punken sitt inntog i populærmusikkverdenen, og selv om den på mange måter ble en kortlevende i sin opprinnelige form satte bevegelsen sitt merke på historien. Punken beskrives av Stacy Thompson som en kulturell kategori med enkelhet og antikapitalisme som sentrale trekk (Thompson 2005: 21-23). Amy Spencer på sin side forklarer det på følgende måte:

Punk carried a simple message, which has been played over by generation after generation: the rejection of existing rules, the assertion of the need for change and the desperate call to be yourself. It took many of its primary elements from the early days of rock music, celebrating youth rebellion and individuality above all else. [...] They wanted the boundary between musician and audience broken down (Spencer 2008: 195)

I kjølvannet av punken, eller i vakuemet som oppsto, lå grunnlaget for å bryte ned andre barrierer enn den mellom musiker og publikum. I følge Spencer kunne indiemusikken på 80-tallet leses som en forlengelse av punken, ved at indie åpnet opp for endringer i produksjons- og distribusjonsprosessen:

If punk had begun with the aim of demystifying the process of performance, inviting everyone to get up on stage and play music so that the distinction between artist and audience was not important, then the idea of releasing your own music demystified the process of production. (Spencer 2008: 286-287)

Mot slutten av 80-tallet og utover 90-tallet fikk sjangere som i utgangspunktet hadde bånd til indie og uavhengige plateselskaper enorm kommersiell suksess. I Storbritannia fikk britpopen, representert ved band som Oasis, Blur og Pulp sitt gjennombrudd, mens grungemusikken i USA nådde langt utover en alternativ sfære: “Grunge represented the

mainstreaming of the North American indie rock ethic and style of the 1980s” (Shuker 2005: 129).

Historisk er indiebegrepet altså nært knyttet til alternative produksjons- og distribusjonsmåter. I dag er det derimot ikke nødvendigvis slik at denne koblingen må være tilstede for at band skal inkluderes i indiesjangeren. Begrepets opprinnelige “independent”-betydning borger likevel for en nøyere undersøkelse av noen av de teoretiske vinklingene som finnes på det musikkindustrielle feltet.

## 2.4 Industri og økonomi: Indieselskapene

All den tid indie i utgangspunktet handlet om musikkindustrielle forbindelser er en utdypning av disse forholdene nødvendig. I det industrielle og økonomiske ligger også forestillinger om det uavhengige, det autentiske, og det antatte motsetningsforholdet mellom *kommersialitet* og *kreativitet*. Inndelingene jeg presenterer her er unektelig en forenkling av musikkindustriens mekanismer. Formålet med undersøkelsen som følger er derfor heller ikke å foreta en inngående studie av denne industrien, men snarere å vise til deler av den for å forklare indiemusikkens opphav knyttet til produksjon og distribusjon.

Musikkindustrien har gjennom populærmusikkens historie vært gjenstand for kritisk debatt og akademisk interesse. Det ligger ordet *industri* at det dreier seg om en økonomisk tilnærming, det å skulle gjøre musikk til en vare: “The music industry question is straightforward: how to make money out of music?” (Frith, 2001: 26). Samtidig handler det om en såkalt kreativ industri (Connell og Gibson, 2003: 252). Det tilsynelatende paradoksale ved musikkindustrien er nettopp det som ligger i brytningspunktene og spenningen mellom det kommersielle og det kreative: “The industry needs to be understood as both a commercial business driven by the pursuit of profit and a site of creative human activity from which some very great popular music has come and continues to merge” (Negus 1996: 36).

Den globale musikkindustrien domineres per i dag av fire store selskaper: EMI, Sony, Universal og Time Warner (Scott 2009: 13)<sup>9</sup>. Disse selskapene omtales som “majors” – de kontrollerer majoriteten (hele 80% i følge Bortwick og Moy (2004: 193)) av musikkbransjens

---

<sup>9</sup> Disse fire transnasjonale plateselskapene er også deler av internasjonale mediakonglomerater som deltar i “a battle for global dominance of media markets, reflecting attempts by companies to control both hardware and software markets, and distribute their efforts across a range of media products – a process labeled ‘synergy’” (Shuker 2005: 158-159).

produksjon, distribusjon og salg av musikk. Videre eier “de fire store” en rekke underselskaper, som Warners Reprise og EMIs Capitol (*Warnerrecords.com* og *Emimusic.com*). Resten av markedet utgjøres av de såkalte *uavhengige selskapene* – “indiene” – som i større eller mindre grad opererer utenfor majorselskapene:

While the “majors” dominate the recorded music market, the “independents, or indies” play an important role. These are generally small record labels that are independent of the majors (at least in terms of the artist acquisition, recording, and promotion), though still reliant on a major for distribution and more extensive marketing. These labels are frequently considered to be more flexible and innovative in their roster of artist. They have been associated with the emergence of new genre (Shuker 2008: 21).

Shukers beskrivelse av indieselskapene bærer i seg forestillingen eller myten om det uavhengige som premiss for nyskapende kulturell produksjon. Ideen om at små uavhengige selskaper er mer oppmerksomme på og mottakelige for nye musikktyper ligger latent i mange studier av musikkindustrien, påpeker Keith Negus (1996: 42). En annen hovedforestilling nevnes også, nemlig at indieselskapene potensielt kan være mer fleksible, og dermed kan gi artisten større rom for å gjøre akkurat som han eller hun ønsker. Spencer beskriver hvordan dette kan arte seg: “Often these labels are run by artists themselves, who release their own music and distribute it via networks where they do not have to compromise their ideals” (Spencer 2008: 285-286). Den såkalte “sell-out”-problematikken er en konsekvens av et slikt bilde: forestillingen om at et band som starter sin karriere i et indieselskap, for så å få kontrakt med en “major,” mister noe essensielt på veien, nemlig sin kreative kontroll, sin egenart, og sin kredibilitet.

Flere aspekter har blitt problematisert ved disse utbredte forestillingene. Negus viser til at det kan være misvisende å romantisere indieselskapenes situasjon: “[...] vast numbers of independent companies are making recordings not because of a commitment to an alternative cultural or political agenda, but [...] due to their commitment to the system and their own financial success within in” (Negus 1996: 43). Negus har også pekt på at musikkindustrien er mer kompleks enn at to modeller kan settes opp som fullstendige motpoler, men kanskje heller ses som et slags nettverk av store og små selskaper (Negus 1996: 43). Graden av samarbeid, utveksling og oppkjøp (større selskaper kjøper mindre) er relevante poenger. For eksempel kan de uavhengige selskapene ha funksjoner “de store” kan benytte seg av: “independent producers and record labels have become, in effect, the major labels’ research and development departments” (Frith 2001: 49). Det er også vanskelig å forestille seg at ethvert band som går fra et lite til et stort selskap skal gi fra seg sin kreative kontroll over

natta for å produsere det de store aktørene ønsker seg, i mange tilfeller vil jo disse ha signert bandet fordi det kan være noe spesielt, eller salgbart, ved dem.

Forestillingen om indiemusikk som musikk produsert og distribuert av uavhengige selskaper spiller fortsatt en viktig rolle i konstruksjonen av sjangeren. Hovedpoenget mitt er at det i større grad er et sett holdninger og verdier som knyttes til denne uavhengigheten som er viktigst når musikk klassifiseres i indiesjangeren, ikke hvorvidt et band faktisk holder til hos et stort eller lite plateselskap. Indiesjangerens utgangspunkt som uavhengig kulturproduksjon får med seg noe mer utover den enkle definisjonen via “indieselskapet”: “But even such aesthetically neutral definitions carry the assumption that this politico-economic freedom, this ‘independence,’ exists in a positive correlation with artistic integrity and aesthetic quality” (Hibbett 2005: 58).

Fonarow artikulere tilknytningen mellom indieselskapet og den uavhengige kulturen i hennes britiske kontekst på følgende måte:

Many of the themes of independent culture were associated with the independent label: a lack of concern for popularity, an interest in autonomy and local character, the rejection of the large corporations based in London, and an emphasis on direct artistic expression above all else. (Fonarow 2006: 35)

Disse temaene henger fortsatt igjen, et eller flere av dem *kan* være viktige for et gitt indieband, de er i alle tilfeller med på å legge grunnlaget for en mer ideologisk forståelse av indiebegrepet. Før jeg ser nærmere på slike verdimeslige forståelser av indie, vil jeg se på hvilke musikalske muligheter som kan finnes i sjangeren.

## **2.5 Indiesjangerens estetikk: Musikalske muligheter**

Hva er det som kjennetegner indie musikalsk? Finnes det parametere som forener de mange uttrykkene, for eksempel med tanke på harmoni, rytmikk, instrumentasjon, måten stemmen brukes på? Det enkle svaret på dette siste spørsmålet er, ikke overraskende, nei. Det er svært vanskelig å liste opp bestemte musikalske fellestrekk for all indiemusikk, slik man lettere kan gjøre for eksempel med sjangere som svartmetall eller disco. Like fullt er det både nyttig og nødvendig å se på hva de ulike forskerne mener er sjangerens musikalske stil, for å få et visst

bilde av indiemusikken og samtidig dokumentere en del av kompleksiteten og motsigelsene som er til stede.

Musikalsk kjennetegnes indie først og fremst av bredde og variasjon: “The term indie music is used for a broad musical style, primarily equated with alternative music” (Shuker 2005: 145). Dette illustreres i indieforskningen, der man velger forskjellige vinklinger, for eksempel gjennom å begrense seg til musikken produsert i spesifikke geografiske områder (Bannister fokuserer på New Zealand (2006a, 2006b), mens Fonarow først og fremst har Storbritannia som sitt felt (2006)).

Fonarow trekker fram en rekke egenskaper hun mener utgjør indie musikalsk sett. Først presenterer hun en enkel beskrivelse av indiemusikkens sound: “Indie music is primarily guitar rock or pop combined with an art-school sensibility” (Fonarow 2006: 40). Enkelhet settes opp som et gjennomgående element i de musikalske praksisene. Dette kommer til uttrykk på flere måter, jeg vil nevne noen av dem her. Produksjonsmessig vil ofte en “rå” og underprodusert kvalitet verdsettes (Fonarow 2006: 41). Enkelheten gjelder også for strukturen til en typisk indielåt, sier Forarow; det tradisjonelle treminutters popsang-formatet med vers-refreng-basis favoriseres (Fonarow 2006: 42). Selv om gitaren er det viktigste instrumentet for indieband, unngås gitarsoloer (Fonarow 2006: 42). Dette har sammenheng med at også live performance skal også være enkel og rett fram: “Showmanship is thought to reside in the aesthetics of the music and the attitude projected by performers, rather than in theatrics” (Fonarow 2006: 43). Tilsammen utgjør disse faktorene, med flere, et musikalsk program: “Indie advances a program for music that is basically simple, in structure, in production, in accoutrements, and in style, in order to foster a pure, unmediated experience of music” (Fonaorw 2006: 50).

Men allerede når Fonarow lister opp eksemplariske band og eksempler på deres særtrekk blir kompleksiteten åpenbar: hun trekker blant annet fram My Bloody Valentine og Sonic Youth (band som bruker feedback og effektpedaler for å oppnå en spesiell gitar-sound), the Smiths og Stone Roses (“melodic and intricate”), Pavement (“stripped-down and intelligent”), Radiohead, Muse og Coldplay (band som bruker falsett vokal), White Stripes og the Strokes (“garage artists”), Franz Ferdinand og Arctic Monkeys (“dancable art pop bands”) (Fonarow 2006: 41).<sup>10</sup> Hos disse bandene oppfylles enkelhetsprinsippene til en viss grad, men

---

<sup>10</sup> De korte beskrivelsene i parenteser i dette avsnittet er Fonarows egne.

unntakene er også påfallende. Fonarow nevner selv My Bloody Valentines innspilling av platen "Loveless" som et unntak fra enkelhet i produksjon.<sup>11</sup> Videre går et band som for eksempel Muse ofte langt utover treminutter-låten, og er heller ikke fremmed for en viss teatralitet i sin performance.

Bannister har i utgangspunktet en noe mer avgrenset tilnærming enn Fonarow, gjennom at han fokuserer på "indie gitar rock" på 1980-tallet. Like fullt peker også Bannister på en form for enkelhet, men bruker isteden termen "minimalisme" (Bannister 2006a: 70). Eksempler på trekk som kan nevnes, utover de som sammenfaller med Fonarows poenger, er at indielåter ofte er enkle og repetitive harmonisk sett (Bannister 2006a: 72), og at rytme tillegges liten vekt i forhold til gitaren (Bannister 2006a: 73). Når det gjelder forholdet mellom indiesjangeren og produksjonsmekanismene, har Bannister et noen viktige poenger:

We should be suspicious of any account that makes a casual linkage between mode of production and genre conventions, for example the idea that indie sounds cheap and raw only because of the economic circumstances of the bands. More important is the ideological justification of such amateurism in the light of an overall indie aesthetic (Bannister 2006a: 69)

Dette årsak/virkning-forholdet er en utbredt (mis)oppfatning, som har vært med på å romantisere indiesjangeren. Endringer i økonomisk tilgjengelighet på innspillings- og produksjonsutstyr, særlig gjennom mulighetene for mindre kostbare studiofasiliteter (i ytterste konsekvens et hjemmestudio), kompliserer disse forholdene ytterligere.

Hibbett fokuserer særlig på to estetiske "bevegelser" i sin behandling av indierock. Den første, "lo-fi" indiemusikk (representert ved artisten Lou Barlow<sup>12</sup>), handler om den omtalte minimalismen, både estetisk og etisk. Den andre bevegelsen er det Hibbett kaller "post-rock" (representert ved band som Sigur Rós, Mogwai og Godspeed You Black Emperor), en slags antitese til enkelhetsidealet:

Rather than downplaying its artistic value, or immersing itself in irony, post-rock assumes a loftiness associated with high art: through a complex of signifiers, it dissociates itself from the mundane and trivial, securing instead a cultural value predicated on exoticism and grandeur (Hibbett 2005: 65)

---

<sup>11</sup> Innspillingen varte i flere år og kostet over £ 100.000, noe som nesten tok knekken på Creation økonomisk, som den den gang var et uavhengig eid plateselskap (Fonarow 2006: 41).

<sup>12</sup> Tidligere medlem av bandet Dinosaur Jr. Han tok navnet Sebadoh som soloartist.

Kort sagt nevner Hibbett at post-rocken har en fyldigere, rikere nedfelt sound enn “lo-fi”-etoset skulle tilsi, noe som blant annet oppnås gjennom at man har større bandbesetninger,<sup>13</sup> utvidet instrumentasjon og bruk av effekter, samt en utbredt bruk av flersporsinnspilling (Hibbett 2005: 65). Kompleksiteten på feltet illustreres dermed gjennom to motsetningsfylte strategier.

Hibbett skriver at forestillinger om hva indie er kan knyttes til personlig erfaring, alder og klasse, noe som bidrar til en viss grad av subjektivitet i eksemplifiseringene og definisjonene: “Depending on which bands one comes to associate with the genre – through which portal one enters the indie ‘scene’ – specific conventions are likely to be recognized and anticipated” (Hibbett 2005: 59) Dette virker som en plausibel vinkling, og kan være én av forklaringene på hvorfor så mange forskjellige band og artister inkluderes i sjangeren.

For min egen del har mange band og artister jeg lyttet til i tenårene på 90-tallet lagt grunnlaget for de subjektive holdningene og definisjonsmekanismene jeg knytter til indiemusikk: eksemplifisert via Belle & Sebastian, P. J. Harvey, Ani DiFranco, Bonnie Prince Billy og Radiohead. Musikalsk tilhører disse eksemplene forskjellige fløyer, de to med mest til felles i så henseende er de kvinnelige soloartistene P. J. Harvey og Ani DiFranco, som stort sett har oppholdt seg innenfor en singer/songwriter-tradisjon kombinert med gitarbasert (ofte elektrisk) rock. Belle & Sebastian hører hjemme i en slags indiepop/folk-betegnelse, og er også et eksempel på store bandkollektiver med mange medlemmer og tilsvarende rik instrumentasjon. Radiohead er det bandet av disse som har hatt størst kommersiell suksess, og har lagd musikk i et bredt spekter fra rock (“The Bends” (1995)) til sugerende elektronika (“Kid A” (2000)). Bonnie Prince Billy<sup>14</sup> representerer også Hibbetts personlige forståelse av indiemusikk som en slags “revisionary folk movement – something in the ‘bad voice’ tradition of Bob Dylan and Neil Young, though less politically charged and more self-deprecating, attaining through lyrical depth and minimal production a sound that is conscientiously ‘backwoods’ or ‘bedroom’ ” (Hibbett 2005: 59).

Musikalsk framstår dermed indiesjangeren som noe av en ”smeltedigel” av ulike uttrykk. Vanskeligheten med å inkludere alle stilene under én fane understreker sjangerens investering i forestillinger om unikhet og egenart som ikke kan reduseres til generiske trekk. Bannister

---

<sup>13</sup> Gjerne med strykeseksjoner, som Sigur Rós ofte har.

<sup>14</sup> Hans egentlige navn er Will Oldham, han har også kalt seg Palace, og lagd musikk i bandet Palace Brothers. Han har sitt eget plateselskap, Palace Records, og assosieres i følge Hibbett med en egen indiescene i Louisville (Hibbett 2005: 59).



påpeker i så henseende at dette har en sammenheng med mer tradisjonelle estetiske tilærminger: “A classical aesthetic approach (such as high modernism), which assumes aesthetic values as autonomous and uniquely expressive, would regard the extent to which a text could be constructed as generic as proof of its lack of aesthetic value” (Bannister 2006a: 65). Mange indieband opererer i et musikalsk rom der man henter inspirasjon og tilnærminger fra begge Hibbetts ytterpunkter for å skape sin egne musikalske stil.

## 2.6 Indiekulturens etos: DIY og uavhengighet

Det er tydelig at hverken industrielle perspektiver eller musikalske generiske trekk kan fange indie fullstendig, og forklare hvordan enkelte artister inkluderes selv om de ikke passer inn i disse bildene. Verdimessige spørsmål ligger ofte under overflaten når indie teoretiseres og diskuteres. Indie handler om holdninger og livsanskuelse: “[...] there is more involved in the constitution of indie as a genre than a distinctive sound, fashion, mode of production, and performance style. Indie is an ethos, an attitude. Indie, much like hip-hop, is a way of life” (Fonarow 2006: 51). Jeg vil argumentere for at disse holdningene først og fremst består av verdsettelse av uavhengighet i vid forstand, særlig gjennom praksisene manifestert i DIY-begrepet.

Amy Spencer skriver i boka *DIY: The Rise of Lo-Fi Culture* (2008) om forskjellige typer DIY-bevegelser, fra fanzineproduksjon og former for mikroforlagsvirksomhet til uavhengig og alternativ musikkproduksjon, radiovirksomhet og de nye mulighetene og bruksområdene assosiert med internett. DIY står for “do it yourself,” og henviser generelt til en forestilling om at alle kan produsere egne kulturelle uttrykk og artefakter, uten å nødvendigvis ha et stort budsjett eller benytte seg av kommersielle nettverk for å distribuere sitt materiale. Gjennomgående trekk, uansett medium, kan blant annet være verdsettelse av amatørisme og det “hjemmelagde,”<sup>15</sup> uavhengighet og antikommersialitet. DIY-termen kan konnotere en form for hverdagslighet, gjennom at fokus fjernes fra hindringer og begrensninger, mens muligheten for at alle kan involvere seg i egen kulturproduksjon promoterer (Spencer 2008: 11).

---

<sup>15</sup> Coverdesignet til Spencers bok er i seg selv et eksempel på en slik tilsynelatende hjemmelagd estetikk: forsiden og deler av baksiden domineres av håndskrift, og en enkel, nesten barnslig, tegning av en platespiller er hovedillustrasjon.

Spencer beskriver i denne sammenhengen også indiekonseptets mulige utvikling: “The [indie] concept now more commonly comes to mean the independent ethic and access aesthetic rather than complete financial independence from the mainstream music industry. The important things are the motivation and the content” (Spencer 2008: 303). Utsagnet fanger bevegelsen fra en uavhengighet i musikkindustriell forstand til en mer abstrakt forestilling om det uavhengige, basert på publikums oppfatning av motivasjonen og innholdet som forfektes hos aktørene.

“Lo-fi” er én stilistisk strategi assosiert med DIY-ideologi: “Subverting the term ‘hi-fi’, ‘lo-fi’ music refers to a musical style in opposition to high production values” (Spencer 2008: 14). Samtidig kan motsatsen, eksemplifisert gjennom Hibbetts post-rock, også være et uttrykk for en uavhengighet forstått via DIY. Med det mener jeg at man ikke er nødt til å ha en lo-fi-tilnærming til det musikalske innholdet for å ivareta en gjør-det-selv-strategi.

Fonarow peker også på som uavhengighetsånden et grunnleggende trekk; særlig forfektes frihet fra kontroll, avhengighet og innblanding; selvstendighet og kunstnerens autonomi som veiledende verdier (Fonarow 2006: 51). Hun skriver videre at “independence, the notion of self-expression and self-control pervades all aspects of the indie community.” Slik løftes det uavhengige, ofte oppådd gjennom at musikerne selv innehar kontroll, fram som det kanskje viktigste fellestrekket.

Jeg har i de foregående punktene undersøkt forskjellige vinklinger inn mot indiesjangeren, og dermed dens mulige definisjoner. I lys av musikkindustrielle perspektiver har vi sett at indie/major-dikotomien er problematisk, men at den likevel symboliserer en form for kulturell stilling for indiemusikken. Det musikalske innholdet kan framkomme ved hjelp av en rekke strategier, med en amatørisk ”lo-fi”-retning på den ene siden, og en grandios, velprodusert post-rock på den andre. Felles for indieartister generelt synes likevel å være en forfekting av uavhengighet som verdi, blant annet gjennom gjør-det-selv ånden.

## **2.7 Autentisitetsskonstruksjoner i indie**

Indiesjangerens autentisitetsskonstruksjoner er, som sjangeren generelt, preget av variasjon og ulike muligheter. For å artikulere noen av de viktigste trekkene har jeg valgt å bruke Keir Keightleys dualistiske forståelse av autentisitetsbegrepet, som poengeterer begrepets dynamiske natur; han viser til en romantisk autentisitet på den ene siden, og en modernistisk

autentisitet på den andre. Keightleys redegjørelse framkommer som en del av artikkelen “Reconsidering rock,” hentet fra *Cambridge companion to pop and rock* (2001). Selv om det eksplisitt er snakk om “rocken” i Keightleys tekst, kan hovedtrekkene belyse indiesjangerens autentisitet på en interessant måte. Blant annet kan jeg forsvare dette ved at Keightley presenterer rocken som en term med en viss motstand overfor en mainstreamkultur, slik indie også kan teoretiseres. I tillegg er bruken av romantikk/modernisme-termene av en mer universell art, og kan anvendes på de fleste sjangere. Jeg vil først undersøke Keightleys teoretisering, for deretter å peke på hvilken relevans dette har for indiemusikkens autentisitetskonstruksjoner.

Autentisitet kan forstås som et kompass rockekulturen navigerer etter i forhold til “mainstreamen,” aktørene er helt tiden på vakt overfor det de oppfatter som fremmedgjørende og *inautentisk* (Keightley 2001:131). Noe autentisk, sier Keightley, viser til den musikken, de musikere og musikalske erfaringer/opplevelser som ses på som direkte og ærlige, ukorrumpert av kommersialitet, trender og så videre. Autentisk musikk byr således på oppriktige uttrykk for genuine følelser, original kreativitet eller en organisk følelse av fellesskap (Keightley 2001: 131). Det påpekes at autentisiteten ikke er noe “inni” musikken, men heller en verdi og kvalitet vi tilskriver oppfattede relasjoner mellom musikk, sosioindustrielle praksiser og lyttere/publikum (Keightley 2001: 131). Moore har en lignende hovedantagelse: “‘Authenticity’ is a matter of interpretation, which is made and fought for from within a cultural and, thus, historicised position. It is ascribed, not inscribed” (Moore 2002: 210). Keightley trekker som nevnt fram to særskilte historiske bevegelser, romantikken og modernismen, som kan ses på som grunnlaget for forskjellige, men overlappende autentisitetstendenser. Trekkene viser ikke til absolutte motpoler, men skal heller illustrere en spenning og utveksling på feltet gjennom idealene knyttet til de to kunstbevegelsene.

Innenfor en *romantisk autentisitet* kan det blant annet dreie seg om tradisjon og kontinuitet med eldre røtter, fellesskapsfølelser, populisme, tro på en “kjernesound”<sup>16</sup>, fokus på live-framførelser, “naturlig” lyd og et ønske om å skjule teknologien (Keightley 2001: 137). Disse trekkene har sin rot i romantikkens lokalisering av det autentiske i (en ønskelig) direkte og organisk kommunikasjon mellom artist og publikum (Keightley 2001: 136). Tradisjonelle bygdesamfunn hvor man kunne leve nært naturen ble verdsatt, og den romantiske kunstneren

---

<sup>16</sup> Inspirert av stiler/sjangre nært knyttet til rocken, som “folk, blues country, rock ’n’ roll” (Keightley 2001: 137)

ble sett på som involvert i “a personal journey of self-discovery and fulfillment, through the direct expression of his or hers innermost thoughts and emotions” (Keightley 2001: 135).

Den *modernistiske autentisiteten* finner man derimot i eksperimentering og utvikling, radikale stilistiske forandringer, åpenhet i forhold til “sound”, ironi og skjevhet, fokus på innspilt musikk, og framheving av teknologien (Keightley 2001: 135). Modernismen omfavnet byen og maskinenes estetiske muligheter, samtidig som den romantiske forestillingen om kunstneren som samfunnets samvittighet ble utvidet (Keightley 2001: 135-136). En sann kunstner i modernistisk forstand må hele tiden bevege seg framover og konstant gjenoppfinne seg selv, i tillegg til at han/hun må være tro mot modernistiske overbevisninger som eksperimentering, innovasjon, utvikling og forandring (Keightley 2001: 136). Romantikken og modernismen deler også visse syn: “Both Romantics and Modernists are anxious to avoid corruption through involvement with commerce and oppose the alienation they see as rooted in industrial capitalism” (Keightley 2001: 136).

Fonarows diskuterer hvordan indies autentisitet konstrueres, og hun underbygger på mange måter en forestilling om spenning mellom en form for romantisk og modernistisk tilnærming. Fonarow oppsummerer det hun anser for å være indiemusikkens konstruksjon av autentisitet: “For indie, ‘authentic’ music is personal, live, youthful, organic, self-made, original, and motivated by concerns of artistic expression rather than commercial acquisition” (Fonarow 2006: 188). I dette sammenfattede utsagnet er det en viss tendens til å framheve de romantiske trekkene ved indie. Fonarow utdyper punktene, blant annet gjennom å understreke indiesjangerens tilbakeskuende strategi: “Indie promotes a return to the past: the simple, the ordinary, and the untrained” (Fonarow 2006: 50). Viktigheten av live-framføring framheves: “The performance of music in a live setting is a measure of a band’s authenticity within the genre” (Fonarow 2006: 49). Musikalsk knitter indie ofte an til autentisitet gjennom en “lo-fi”-produksjon: “For indie, a raw, simple, underproduced quality to sound suggests closeness to the wellspring of musical authenticity” (Fonarow 2006: 42).

Samtidig som hovedvekten i Fonarows argumentasjon vekker romantiske assosiasjoner, pekes det også på at innovasjon og originalitet verdsettes: “Although traditionalist and nostalgic, the indie community nevertheless emphatically believes that it is a domain of artistic innovation and originality while still calling upon the values and tools of the past” (Fonarow 2006: 50). Dermed foregår det et visst samspill mellom det romantiske og det modernistiske i konstruksjonen av indieautentisitet.

Fonarow er ikke alene om å fokusere på romantiske trekk. Bannister mener at arven fra punken er sentralt: “The punk discourse of authenticity sets indie against the sugariness or polish of mainstream sounds – a modernist dichotomy” (Bannister 2006a: 70). Han peker videre på relevansen av en type folkautentisitet, delvis fanges av romantisk autentisitet: “Clearly there is a close association here between the folk authenticity of the music, and the minimal technological intervention or resources involved in playing and recording it – a DIY ethos” (Bannister 2006a: 70).

Shuker viser, i likhet med Bannister, til en forståelse der indiesjangeren kontrasteres med sin antatte motpol:

Indie ideology views the music as raw and immediate, while mainstream music is processed and mediated by ‘overproduction’; indie bands can reproduce their music in concert and even improve upon it, while mainstream bands use too many electronic effects to reproduce their music live (Shuker 2005: 145).

Igjen er det indie versus mainstream som er den sentrale dikotomien. Lo-fi-verdiene, og live-aspektet settes opp mot “overproduksjon,” som kan leses på samme måte som dette polerte Bannister referer til.

Det later til at de romantiske autentisitetsidealene står sterkt i diskursen omkring indie. Samtidig er det en åpenhet å spore for at også de modernistiske tankene har relevans for sjangeren. Igjen med post-rock som eksempel, kan man tenke seg en autentisitet basert på blant annet innovasjon og framheving av sound og teknologi. Samtidig er live performance av det musikalske materialet også viktig for disse bandene. Dermed handler det om å sjonglere romantiske og modernistiske autentisitetskonstruksjoner, og å spille på spenninger mellom dem.

For indie er også et annet begrep, nært knyttet til autentisitet, sentralt: kredibilitet: “Credibility, or ‘cred,’ is the cultural capital of the music world. Credibility is not how much money one has or how many records one has sold but the respect and honorific status one is accorded in the community” (Fonarow 2006: 189). Kredibilitet handler om troverdighet, og hvordan denne sikres av forskjellige aktører på feltet:

For musicians, credibility is something one possesses based on one’s music, one’s lifestyle, one’s social class, one’s persona, and one’s performance. For indie audience members, credibility is manifested in liking credible bands [...] Yet fans must express some unique

personal taste or they are seen to be followers who cannot determine the difference between merit and dross, the real and the phony, the true artists and the poseurs (Fonarow 2006: 190)

Spenningen mellom en unik smak og felles konstruksjon av favoritter er med på å kunne situere indie som en sjanger med en viss eklektisme, både med tanke på uttrykk og verdsett.

## 2.8 Hvor er indie i dag?

NRKs *Lydverket* drøftet i TV-sendingen kalt “Hva er ‘indie’ i 2008?” hvordan indie kan defineres og hva som er sjangerens mulige kontemporære innhold. Med i programmet er blant andre Wendy Fonarow Michael Azerrad (journalist som har skrevet bok om amerikansk indie), samt musiker Stephen Malkmus (tidligere frontfigur i et av bandene som med størst enighet plasseres i indiesjangeren – Pavement) og musikkprodusent Mark Kramer (tidligere medlem av bandet Butthole Surfers). Intervjuene fant sted i forbindelse med seminardelen til den årlige bransjefestivalen i Norge, by:Larm (2008). TV-programmet illustrerer en del av debattene som til enhver tid utspiller seg, og som jeg har tatt opp i dette kapittelet.

Særlig interessant blir det når de musikalske eksemplene kommer på bordet. Det er for eksempel *ikke* enighet om hvorvidt Radiohead kan kalles indie eller ikke. Fonarow påpeker, som i sitt øvre arbeid, at mange vil tenke at “litenhet” vil være en regel, og at Radiohead dermed ikke er et indieband.<sup>17</sup> Malkmus hevder på sin side at Radiohead lager for velprodusert, velspilt og intelligent musikk til at det kan kalles indie: “They’re not trashy enough, or youthful enough somehow”. Kramer mener derimot at Radiohead er et godt eksempel på indiesjangeren: “They’re doing exactly what they want to do, and if, in five years, they sell much, much less, they’re not going to change the music that they make” (egne transkripsjoner av intervjuer presentert i *Lydverket* 2008). Disse kommentarene viser hvordan de involverte, i dette tilfellet framsatt som “ekspertene” på feltet, kommer opp med til forskjellige svar på samme spørsmål gjennom å fokusere på ulike konnotasjoner ved indie – industrielle, musikalske og verdimesseige.

Flere interessante diskusjoner har ikke fått plass her, og enkelte dimensjoner ved smeltedigelen indie har bare flyktig blitt nevnt. Likevel mener jeg å ha belyst de mest

---

<sup>17</sup> Fonarow påpeker riktignok, i sitt akademiske arbeid, at Radiohead er et eksempel på et suksessfullt indieband som har vokst ut av indiesjangerens format: “Radiohead is one of the best examples of a band that exemplified many of the conventions of indie and then expanded upon them in production and in song length while maintaining ties to the indie community” (Fonarow 2006: 266 – sluttnote 36).

framtreddende diskursene på feltet. Indiesjangeren har gått fra å være en betegnelse på en type industriell politikk, til å bli en sjangerbetegnelse der produksjonsmåtene i praksis ikke lenger er det essensielle elementet. Fra de uavhengige plateselskaperes virke finnes imidlertid fortsatt verdier og holdninger: gjør-det-selv-ånden, ønsket om autonomi og kreativ kontroll, motstanden mot den kommersielle mainstreamens oppfattede press og ideologi, og forestillinger om noe “autentisk” i musikken og det omkringliggende. Samtidig kom indie etter hvert til å henvise til en musikalsk sjanger, hvis musikalske trekk er så varierte at man kanskje heller bør se på indie som en *metasjanger*, som inkorporerer en rekke stilarter. Poenget er at de tankene og holdningene som verdsettes av musikere, publikum og andre i tilknytning til dette feltet kan komme til uttrykk gjennom en rekke typer musikk, ikke bare bråkete garagerock eller hjemmelagd, “lo-fi” visepop. Til syvende og sist er det kanskje den personlige *opplevelsen* og den estetiske erfaringen som avgjør hva indie er, slik Hibbett påpeker.

To sitater kan være med på å plassere indie som kontemporær kategori med fortsatt relevans. Det første er Hibbets konkluderende kommentarer, der det pekes på hvordan indiemusikken har blitt en naturlig del av et allment kulturlandskap, i form av at annerledeshet har blitt en ettertraktet egenskap:

Volkswagen’s use of songs by Jay Farrar and Nick Drake; its small group of friends who conscientiously turn away from the party, preferring instead the select company and superior space of their car; the unanticipated sounds of Mogwai on both a Levi’s commercial and Sex and the City episode—all these suggest that the desire to be different is little more than commonplace, that the indie elite are more numerous than they would perhaps care to think (Hibbett 2005: 76)

Det andre utsagnet er hentet fra artikkelen “The Decade in Indie” (2010) publisert i internettmagasinet Pitchfork,<sup>18</sup> der Nitsuh Abebe skriver om utviklingen av indie det siste tiåret:

More and more, we define ourselves – or pride ourselves, or at least “express” ourselves – via our skills in picking interesting things out of that cloud of options. We probably shouldn’t be surprised that somewhere in this process, “indie” completed its trip from being the province of

---

<sup>18</sup> Pitchfork (<http://pitchfork.com/>) har vokst fram som en av de viktigste nettsidene for indie- og alternativ musikk i dag. Magasinet tar for seg de fleste typer populærmusikk, men fokuset ligger i det noe smalere segmentet. Pitchfork arrangerer en egen festival, og blant årets headlinere var et gjenforent Pavement. Gjenforeningstrenden blant tidligere oppløste band som man har sett de seneste årene er for øvrig svært interessant, men på siden av denne oppgaven. Jeg nøyer meg med å poengtere at trenden tydeligvis ikke bare gjelder for de største kommersielle suksessbandene, men også for de som opprinnelig befant seg i mer alternativt territorium, som nevnte Pavement og the Pixies.

freaks and geeks to something with cachet – something that appeals to people’s sense of themselves as *discerning* (Abebe 2010).

I følge Abebe handler indiesjangeren med andre ord om vår egen posisjonering, vårt ønske om å smykke oss med det som til enhver tid framstår som mest interessant. Og ettersom dette er noe stadig flere ser på som viktig, kan indie gli inn i en større allmennhet. Indie konnoterer ikke lenger noe utelukkende forbeholdt en spesiell gruppe med en gitt bakgrunn. Det finnes mange veier inn til en forståelse av indiebegrepet og en verdsettelse av indiekulturens verdier.

I det følgende kapitlet vil Take-Away Shows beskrives og diskuteres i detalj, jeg vil se på hvordan en form for uavhengig og alternativ tilnærming til populærmusikken kan forekomme i dag, og hvordan dette videoprojektet er med på å skape et formidlingsrom som konstrueres som autentisk og jordnært samtidig som det kan oppfattes som nyskapende og eksperimentelt av deltakere, skapere og publikum.



### 3 Take-Away Shows

Every week, we invite an artist or a band to play in the streets, in a bar, a park, or even in a flat or in an elevator, and we film the whole session. Of course, what makes the beauty of it is all the little incidents, hesitations, and crazy stuff happening unexpectedly. Besides, we do not edit the videos so they look perfectly flawless, instead we keep the raw sound of the surroundings. Our goal is to try and capture instants, film the music just like it happens, without preparation, without tricks. Spontaneity is the keyword. (*La Blogotheque: About the Take-Away Shows*)

I april 2006 gikk Vincent Moon sammen med Chryde i gang med prosjektet *Take-Away Shows*. De ville filme, dokumentere og dele musikk på en annerledes måte (*La Blogotheque: About the Take-Away Shows*).<sup>19</sup> Moon med sin bakgrunn fra fotografi og eksperimentell film tok rollen som regissør, mens journalist og musikkblogger Chryde står som produsent. Sitatet innledningsvis er deres egen beskrivelse av prosjektet. Utsagnene gir en god beskrivelse av hva som foregår i videoene; det dreier seg om noe tilsynelatende spontant og unikt som utføres og dokumenteres med enkle midler. Hvor kommer dette prosjektet fra, og hva forsøker det å gjøre? Hvordan blir det gjort? Hvem deltar, foran og bak kameraet? Dette er spørsmål jeg vil diskuteres for å få et bilde av dette kontemporære og pågående videoprojektet som på tross av en viss internasjonal oppmerksomhet er ukjent for de aller fleste.

I dette kapitlet ønsker jeg hovedsakelig å fokusere på tre elementer for å svare på disse spørsmålene: beskrivelse, kontekstualisering og forbindelsene mellom videoprojektet og indiesjangeren. Først presenteres og beskrives *Take-Away Shows* generelt, med fokus på det innholdsmessige i prosjektet. Her vil jeg benytte meg av ulike typer kilder, hvorav primærkilden utgjøres av hjemmesiden til *Take-Away Shows* med selve videoene og skriftlig materiale. En nærmere introduksjon av skaperne, og da særlig Vincent Moon, vil finne sted under overskriften "Aktører og agenda." Intervjuer med skaperne og omtaler av prosjektet hentes fra journalistikken og nettmagasiner. Så vidt jeg kjenner til er det ikke blitt foretatt noen spesifikk akademisk undersøkelse av videoprojektet tidligere, derfor blir en deskriptiv tilnærming viktig.

---

<sup>19</sup> La Blogotheque er det franske musikknettstedet (grunnlagt av Chryde) som produserer og publiserer *Take-Away Shows*.

Videre vil jeg identifisere og diskutere prosjektets spesifikke visuelle og musikalske kjennetegn. Deretter vil jeg kontekstualisere Take-Away Shows, først gjennom å undersøke videoprojektets kontekst online, fra detaljnivå til prosjekter sydd på samme lest. Deretter undersøkes TAS som en del av en større visuell kultur innenfor populærmusikken, med musikkvideoen i sentrum. Under dette punktet diskuteres også mulige estetiske og ideologiske paralleller fra spillefilmens verden, gjennom betegnelsen “new punk cinema” og deri dogmefilmen. Underveis vil jeg eksemplifisere enkelte poenger ved hjelp av videoene, mens mer inngående fortolkninger av utvalgte videoer, og de spesifikke diskusjonene omkring forbindelsene mellom indie og Take-Away Shows vil følge i kapittel fire.

### 3.1 Generell beskrivelse: Hva er Take-Away Shows?

*Take-Away Shows*, eller *Les concerts à emporter*<sup>20</sup> som er prosjektets franske navn, er en samling videoer der live framføring av musikk dokumenteres, *utenfor* konsertscenes kontekst. Disse bestanddelene er de viktigste definerende elementene ved prosjektet, og de vikes det aldri fra. Som beskrivelsen innledningsvis viste settes spontanitet opp som et kjernepunkt; det handler om musikalske øyeblikk som fanges av kameraet. Andre assosiasjoner som melder seg i møtet med videoene går i retning av diskurser omkring autentisitet, mobilitet, uavhengighet og intimitet, disse vil jeg komme tilbake til. Take-Away Shows kan i utgangspunktet tenkes todelt; det er ett stort prosjekt med mange bestanddeler i form av små videoer, samtidig som det betegner de enkelte videoene – ett *Take-Away Show*. Dette kan framstå noe forvirrende, all den tid de samme navnene benyttes. Jeg vil starte med å forklare hva man møter i en typisk video, og viser til eksempler underveis.<sup>21</sup> Deretter vil jeg vise hvordan disse er satt sammen til en større samling via organiserende sesjoner. De viktigste poengene herfra vil utdypes under spesifikke punkter som følger etter denne introduserende delen.

---

<sup>20</sup> Den franskspråklige varianten har sin egen hjemmeside som for alle praktiske formål er identisk med den engelskspråklige, bortsett fra på to punkt; kommentarene til de enkelte videosesjonene er ulike, og videoene later ikke til å publiseres likt på de to nettstedene. Like fullt er videoene de samme begge steder. Jeg vil her understreke at alt materialet jeg bruker er hentet fra det engelskspråklige nettstedet.

<sup>21</sup> Alle eksempler står oppført i en egen *Videografi*, som befinner seg etter litteraturlisten og oversikten over sentrale nettsteder. Som jeg kommer tilbake til er brorparten av videoene nummerert, og da er det naturlig å referere til dette nummeret samt artist/bandnavn og låttittel. Hvis det dreier seg om en unummerert video vil det refereres til band/artist og låttittel.

Hver video viser et band eller en artist som framfører egne eller andres låter på ukonvensjonelle, men ofte dagligdagse steder. I så måte er det en uvant form for performance for populærmusikken, der idiomet er scenen. Disse stedene kan eksempelvis være:

- inne i en heis (#41.1: *Arcade Fire: "Neon Bible & Wake Up"*)
- i en trappeoppgang, og på et tebesøk (#78.1: *Scout Niblett: "Wolfie & Emma Baby"*)
- inne i en kjørende metrovogn og utenfor et hotell (#91.2: *Noah and the Whale: "Episode 2"*)
- på en lekeplass (*Yo La Tengo: "Part 1"*)
- på en fest i en leilighet (#93.4: *Bon Iver: "Flume (second take)"*)
- vandrende ute på gata (#95.5 *Man Man: "A Day at the Races and a Night at the Opera - Epilogue"*)
- i en restaurant (*Sigur Rós: "Vid spilum endalaust"*)
- på plassen foran Eiffeltårnet (*Phoenix: "1901"*)

Det er altså snakk om alt fra hverdagslige, urbane miljøer og private boliger til turistattraksjoner og offentlig kommunikasjon. En typisk TAS-video foregår i "realtime," og som seer får man innblikk en rekke hendelser presentert i kronologisk rekkefølge. Vi får se og høre musikere utfolde seg musikalsk i upolerte miljøer, der publikum utgjøres av flyktig forbipasserende mennesker, de som tilfeldigvis befinner seg der på det bestemte tidspunktet eller enkelte inviterte personer. Dette publikummet er det som avbildes i videoene, de som er deltakere eller nærmest statister, ved siden av "hovedrolleinnehaverne" som er musikerne. Innspillingene av Take-Away Shows annonseres ikke på forhånd, med mulig unntak for de som inviteres med av filmteamet. Det er to ulike publikum: publikummet *i* videoene, som er tilstede under innspilling, og publikummet *til* videoene – vi som ser opptakene i ettertid.

Teamet under innspilling består av Vincent Moon som filmer, og Chryde som tar opp lyd. I tillegg hender det at enkelte andre er involvert, særlig i prosessen med å bearbeide videoene, men gruppen holdes alltid liten. Alt fanges inn av ett håndholdt (eller snarere "skulderholdt")

kamera og en eller flere mikrofoner.<sup>22</sup> Idiomet er én tagging, videoen utgjøres av dette ene opptaket, noe både musikerne og filmskaperne må forholde seg til. Opptakene redigeres vanligvis minimalt; det settes inn en lett gjenkjennelig vignett og ettertekst, samt at det klippes noe innledningsvis, men selve framførelsen stykkes ikke opp hverken visuelt eller auditivt. Imidlertid inkluderes det som regel en introduksjon som viser forberedelser til opptaket, og disse redigeres i større grad.<sup>23</sup> Til slutt publiseres videoene gratis på internett. Dette er det viktig å understreke: det er altså *ikke* snakk om noe direkte overføring, men om *opptak* av musikalske øyeblikk som blir gjort tilgjengelig for oss etterpå. Hovedsakelig er det Take-Away Shows hjemmeside som er vert for videoene, men de er også tilgjengelige via La Blogotheques YouTube-kanal, på Dailymotion.com og Vimeo.com. Såkalt “streaming”-teknologi benyttes, det vil si at videoene kan ses direkte på nettsiden mens filene midlertidig lastes ned. I tillegg publiseres det nedlastningslenker som gir tilskueren muligheten til å laste ned videoene og ta dem med seg på mobile mediespillere.

Take-Away Shows er således et eksempel på ekstrem lavbudsjettsproduksjon; de eneste midlene til disposisjon er videoskopernes egne, noe som later til å dekke utstyrs kostnader og lignende. Musikerne bidrar uten godtgjørelse, men får selvsagt potensielt verdifull reklame. Videre er *mobilitet* et sentralt stikkord for prosjektet. Opptaksutstyr og instrumenter bør være mobile nok til at de kan transporteres rundt av deltakerne. Hvis dette ikke er tilfelle oppsøkes steder som kan tilby det som trengs, for eksempel gir det islandske bandet Sigur Rós sitt bidrag innendørs i restauranten La Closerie, hvor det finnes et flygel (*Sigur Rós – “Við spilum endalaust”*). Musikken bygges dermed oftest opp av akustiske instrumenter, særlig gitarer, forskjellige blåse- og strykeinstrumenter, enkel perkusjon (ofte basert på det man finner i omgivelsene), og stemmen. Dette innebærer en vesentlig nedskjæring av musikalske virkemidler for de aller fleste artister, noe som kan gi uvante utfordringer for enkelte, mens det for andre er mer som en ordinær konsertsituasjon.

---

<sup>22</sup> Det later til at forskjellige typer kameraer har blitt anvendt i prosjektet. Moon sa i 2008 at han brukte kameraet HVR-Z1E (Sony) for å filme (Moon intervjuet i MarBelle 2008). I en kommentar fra brukeren “La Blogotheque” under kommentarfeltet til det franske bandet Phoenix sitt “show” (se alternativ URL i “Videografi”) ble det opplyst om at kameraet som brukes er et Panasonic P2 HDV 200. Moon skriver i bloggen sin at han vanligvis bruker Panasonic 171 (Moon 2009). Felles for alle disse kameraene er at de er profesjonelle kameraer, de er ikke veldig små, men mobile nok til å kunne bæres og brukes av én person. I samme blogg forteller Moon at han, i tillegg til å ta opp lyden via en “shotgun”-mikrofon på kameraet, bruker en 4-spors opptaker (Edirol R4) der han kobler til en til fire trådløse Sennheiser-mikrofoner (Moon 2009).

<sup>23</sup> Eksempelvis klippes det inn montasjeaktige sekvenser av at det gitte bandet rusler av gårde til stedet der filmingen skal foregå (som i #93.4: Bon Iver (Part II): “Flume (second take)” og #91.2: Noah and the Whale: “Part 2”).

For kort å oppsummere essensen av Take-Away Shows viser videoene band eller artister som filmes mens de framfører musikk live. Filmingen foregår utenfor konsertscenens kontekst, dette er det eneste formelle kriteriet for stedsbestemmelse. Utover dette kan videoene spilles inn nær sagt hvor som helst der det er praktisk mulig. Idiomet er én tagging med ett håndholdt kamera som foreviger et gitt øyeblikk. Noe, men begrenset, redigering gjøres før videoene publiseres gratis på internett.

De enkelte videoene organiseres på forskjellig vis, på bakgrunn av hva de inneholder. Varigheten til de enkelte videoene varierer, basert på hvor mange låter som framføres, og hvor mye som inkluderes før, mellom, og etter ett eller flere musikalske bidrag fra samme artist. Dette beror også på hvorvidt man har valgt å klippe de enkelte låtene fra hverandre eller sammen, noe som later til og avgjøres av omstendighetene rundt innspillingene: hvis et band for eksempel går rett over fra en låt til den neste, eller det er et poeng å vise fram hva som skjer mellom en låt og en annen (som i #41: *Arcade Fire – “Neon Bible and Wake Up”*), vil låtene presenteres i én video. Hvis artistene derimot kun spiller én låt vil hele videoen naturligvis dreie seg om denne. I enkelte tilfeller har Moon fått tid med musikere både før og etter at de holder en ordinær konsert, disse tidsmessige forskjellene resulterer i atskilte videoer.

På hjemmesiden til Take-Away Shows inngår hver video i en “session.” En slik sesjon kan bestå av én eller flere videoer. Vanligvis er dette organisert etter bandene som deltar (én sesjon for ett band), men det er også eksempler på sesjoner der flere artister inkluderes på bakgrunn av en eller annen forbindelse (eksempelvis #50 *Sufjan Stevens and friends* på MusicNOW-festivalen). Imidlertid er sesjonene alltid bundet til tid og sted, det vil si at hvis én artist deltar flere ganger (til forskjellige tidspunkter og/eller på ulike geografiske steder) vil dette gi egne sesjoner for hver gang. I sesjonene ledsages videoen(e) av en tekst som i poetiske ordelag forteller en liten historie om det som skjer.<sup>24</sup> Det bør påpekes at dette episodiske elementet bare kommer tydelig fram på hjemmesiden; for eksempel er YouTube-kanalen organisert rundt de enkelte videoene.

Per oktober 2010 består Take-Away Shows av 111 nummererte videosesjoner, eller episoder, med nye under utvikling kontinuerlig. Disse nummererte videoene er uten unntak regissert av

---

<sup>24</sup> Tekstene har ikke noen gitt formel, de kan beskrive band/artist, bakgrunnen for videoen, hendelser som skjedde da kameraet ikke gikk (forut for og etter framførelsen) og så videre.

Vincent Moon, og innspillingsstedet er som regel Paris.<sup>25</sup> I tillegg har Moon regi på en rekke flere “show” som ikke er nummerert, noe som gjør det vanskelig å bestemme akkurat hvorfor enkelte er blitt satt nummer på. Formålet her er å identifisere de videoene som er en del av det originale Take-Away Shows-prosjektet, og i denne omgang velger jeg å definere de videoene Vincent Moon står bak som kjernen av Take-Away Shows. Likevel bør det påpekes at det publiseres videoer av andre regissører<sup>26</sup> som følger de samme prinsippene side om side med Moons bidrag, eksempelvis Nate Chan (basert i San Francisco) og OneTakeNewYork ved Ben Cramer. Disse inkluderes i Take-Away Shows og presenteres på samme måte, men blir ikke satt nummer på. Til sammen ligger det over 200 videosesjoner ute på Take-Away Shows’ hjemmesider.

Artistene og bandene som deltar kommer med svært varierte musikalske stiler. Selv om denne oppgaven tar utgangspunkt i forbindelsene til indiesjangeren, er det ikke slik at alle som deltar lett puttes i indie-“sekken.” Dette betyr imidlertid ikke at prosjektet som sådan ikke forfekter en form for indieholning, som jeg vil komme tilbake til mot slutten av dette kapittelet. Her vil gi noen eksempler (i tillegg til de allerede nevnt i listen over innspillingssteder): blant de aller mest kjente artistene finner vi R.E.M. og Tom Jones, mens Yeasayer, The Wombats og Vampire Weekend representerer “unge” band som har fått mye oppmerksomhet de siste årene. Selv om hovedvekten i høyeste grad ligger på artister fra en angloamerikansk, vestlig populærkulturell sfære, finnes også det man kanskje kan kalle verdensmusikalske<sup>27</sup> innslag, så som videoen av chapei-spillende Kong Nay fra Kambodsja. Av norske artister finner vi Thomas Dybdahl og Ane Brun, som bidrar med en video hver. Imidlertid er det store flertallet av bidragterne mindre kjente band uten noen betydelig internasjonal kommersiell suksess.

Det kan for øvrig hevdes at “take-away”-begrepet er valgt med omhu, for å beskrive prosjektet både innholdsmessig og bruksmessig. Det franske verbet “emporter” betyr “å ta med seg” (*Ordnnett.no* – søkeord: “emporter”), “take-away” er en direkte oversettelse. Take-away brukes, både på norsk og engelsk, vanligvis i forbindelse med mat, gjerne “fast food” eller gatekjøkkenmat. I likhet med take-away-mat er showene kjappe og enkle å ta med seg der man ferdes, det er meningen at videoene skal kunne nytes der man til enhver tid befinner

---

<sup>25</sup> Av de 111 nummererte sesjonene er 24 stykker spilt inn andre steder enn i Paris.

<sup>26</sup> Chryde presiserer dette i en kommentar til en bloggpost om Take-Away Shows (Lewin 2008)

<sup>27</sup> Jeg ønsker ikke ta opp debatten om det problematiske ved konstruksjonen av kategorien “verdensmusikk” da dette er debatter som går langt utover denne oppgaven. Her er begrepet kun bruk for å poengtere at ikke alle deltakerne kommer fra Europa eller USA.

seg.<sup>28</sup> Navnet bidrar til å understreke prosjektets mobile natur; mobilitet er viktig både i gjennomføringsfasen der videoene spilles inn, og bruksmessig gjennom utstrakt tilgjengelighet. Konnotasjonene til take-away-terminen kan i så måte også trekkes videre til det innholdsmessige; musikerne trekkes ned på gateplan, bort fra den, både i faktisk og overført betydning, opphøyde scenen. Det er ikke nødvendigvis det “rene” eller feilfrie som står i sentrum, snarere er det en tilsynelatende usminket virkelighet som skal vises fram.

I kontrast til dette bildet står andre del av prosjektets engelske navn, “shows.” Dette konnoterer noe mer glamorøst og eksklusivt, samtidig som det viser til slags allmenn underholdning. Dermed kan prosjektets navn tolkes på en måte som handler om spenningen mellom det nedstrippede og det spektakulære. En undersøkelse av ideene bak prosjektet vil kunne belyse disse tankene, derfor vil jeg nå ta for meg menneskene bak kameraet.

## 3.2 Aktører og agenda

Vincent Moon (hvis egentlige navn er Mathieu Saura) og Chryde (Christophe Abric) er opphavsmennene til Take-Away Shows. De to krediteres både som grunnleggere, og for konseptet som Take-Away Shows bygger på – ønsket å dokumentere musikk på en ny måte og lage annerledes musikkvideoer. Moon fungerer som prosjektets frontfigur og talsmann, han er den som oftest nevnes og intervjues. Moon har bakgrunn fra fotografi og eksperimentell film og har vært en ivrig konsertgjenger i Paris (Parkins 2010). Han filmer selv sine Take-Away Shows, står oppført som regissør, og gjør ofte klippejobben. Chryde er grunnleggeren av det franske musikknettstedet *La Blogothegue*, videoprojektets “hjem” på internett.

Chryde står oppført som produsent for Take-Away Shows, men er ikke på langt nær like profilert som Moon, og det er betraktelig vanskeligere å finne relevant informasjon om ham. I TAS-videoene derimot, er det som regel Chryde som er synlig. Han er som regel ansvarlig for lydopptaket til de videoene han er involvert i, og kan ofte gjenkjennes midt blant musikerne. På grunn av skjevheten i informasjonsmengde og -tilgjengelighet, og fordi Vincent Moon presenteres som hovedaktør, vil jeg i det følgende først og fremst ta for meg hans ideer og utsagn.

---

<sup>28</sup> Videoene er også tilgjengelige som podcaster, som kan benyttes på mobile mediespillere. Jeg kommer nærmere tilbake til dette under punktet kalt “Et *online* videoprojekt.”

Moon og Chryde var begge til stede under Arcade Fire sin første konsert i Paris, og fikk en spesiell opplevelse:

“By the end of the show they did something the every music fan dreams about,” enthuses Moon. “They left the stage and took the show out onto the street. Then we realized that’s what we want from music, that’s how it should be. From that moment on, we knew it would be a waste to use the time the blog has with musicians for interviews. There are enough of them already” (Moon i Traynor 2007).

Som det framgår av sitatet ble denne hendelsen en direkte påvirkningskilde da de to utviklet ideen om Take-Away Shows. Arcade Fires påfunn ble også foreviget i prosjektet, denne videoen vil jeg ta nøye for meg i neste kapittel.

Vincent Moon har en klar idé om hva film bør være, hvordan filmskaping bør foregå, og hvordan musikkformidling kan relateres til dette:

With the Take Away Shows, people have been telling me that I am doing something new, but I always insist what I do it just the basics – that’s what I think real cinema is. [...] The most simple, beautiful idea of cinema is just one camera filming what’s happening around. Not blockbusters. I mean it’s the same for music: the fundamental idea is just one person with an instrument, playing (Moon intervjuet i Traynor 2008: 57).

En slik nedstripping og “tilbake-til-utgangspunktet”-tanke har Moon forsøkt å materialisere i Take-Away Shows. Gjennom å overtale musikere til å trekke ned fra scenes pidestall og trygghet, og få dem til å skjære det musikalske uttrykket ned til noe som er gjennomførbart med enkle midler, blir resultatet at det framstår både “gammeldags” og “nytt” på samme tid. Både visuelt og musikalsk foregår det et spill mellom velkjente trekk og genuine nyvinninger, noe jeg kommer tilbake til.

Ved siden av Take-Away Shows, som har blitt Moons gjennombrudd, har han en rekke relaterte prosjekter gående. Det mest omfattende er *Temporary Areas* – en plattform for flere av Moons filmprosjekter – som foreløpig foreligger i en prøveversjon. Det er i praksis et nettsted der man får se et verdenskart med små lysprikker som viser til de spesifikke geografiske stedene videoene er spilt inn, og man bringes videre til videoene ved å trykke på kartet. Enkelte videoer fra Take-Away Shows ligger også her, de kan blant annet ses om man leter fram Paris på kartet. Et utkast til et manifest presenteres, og skisserer opp tanker om bruk av ny teknologi for å skape “a cinema platform of a new kind” (Moon 2008). Målet er at flere aktører skal bidra etter hvert, slik at det blir et nettverk både for utveksling og opplevelser. Moon har også laget eksperimentelle musikkdokumentarer, blant annet *Six Days and Ninety*



*Nights* i forbindelse med R.E.M.s innspilling av deres siste plate *Accelerate* fra 2008. For R.E.M. lagde han også en “vanlig” musikkvideo på oppdrag fra Michael Stipe, samt at bandet deltok i Take-Away Shows. Et annet eksempel er *A Skin, A Night* - en dokumentar om bandet The National. I tillegg kan det nevnes at Moon på sin egen blogg (*Fiume Nights*) har publisert videoer av Take-Away Shows-aktig karakter fra South by Southwest (SXSW).<sup>29</sup> Alle disse arbeidene, sammen med resten av Moon portefølje, danner et slags nettverk av videoproduksjoner der musikk og film møtes. Moon posisjonerer seg generelt med det ene beinet i en nysgjerrighet på filmens rammer og eksperimentell film, og med det andre i en rekke ulike musikalske verdener.

En grunntanke hos Moon synes å være tilgjengelighet; produksjonene hans finnes i gratis og lovlig publisert form på nettet. Per i dag publiserer Moon alle sine arbeider under *Creative Commons-lisensen*. Creative Commons er en ideell organisasjon som arbeider med å utvikle nye måter å håndheve og forstå opphavsrettigheter på:

We work to increase the amount of creativity (cultural, educational and scientific content) in “the commons” – the body of work that is available to the public for free and legal sharing, use, repurposing, and remixing. [...] The Creative Commons licenses enable people to easily change their copyright terms from the default of “all right reserved” to “some rights reserved” (*Creative Commons.com: What is CC?*)

Lisensieringen foregår på forskjellige måter, og opphavspersonen velger selv hvilke rettigheter som skal håndheves og på hvilken måte. Moon har valgt varianten “CC Attribution-Noncommercial-Share Alike license” (Parkins 2010), noe som betyr at man har lov til å dele, bruke og “remikse” materialet under følgende vilkår: man må referere til opphavsmann/lisensgiver (men vedkommende må ikke bifalle bruken), arbeidet kan ikke brukes til kommersielle formål, samt at eventuelle nye arbeider basert på det opprinnelige må lisensieres på samme måte (*Creative Commons.com: Licenses 2010*). Dette markerer Moons ønske om å fremme lovlig delingskultur som ikke styres av kommersielle hensyn. Grunnen til at dette er et viktig poeng er nettopp problemene kulturindustriene har hatt, og fortsatt har, med digitalisering, salg og deling av sine produkter på internett.

Tilgjengelighetselementet henger sammen med de økonomiske forutsetningene til Moons prosjekter, Take-Away Shows inkludert. Moderne teknologi, og utviklingen på prisnivået på

---

<sup>29</sup> SXSW arrangeres i Austin i Texas hvert år og er en stor amerikansk festival med fokus på musikk og musikkbransjen, men også med innslag av “film and interactive” (<http://sxsw.com>) og en konferansedel med foredrag og debatter. I den angloamerikanske populærmusikkbransjen og -tradisjonen er SXSW et sentralt møtested, og det anses som veldig gunstig for både nye og etablerte artister å delta.

utstyr, har muliggjort Moons arbeider; det han trenger er et kamera, mikrofoner og en datamaskin, alt dette er tilgjengelig på en entusiast sitt personlige budsjett. I tillegg trenger Moon arbeidskraft, i første rekke sin egen, men han er også avhengig av frivillighet fra andre, både de som deltar bak kameraet og de som filmes. Alt dette handler tilsynelatende om et ønske om ikke å måtte forholde seg til penger og kommersialitet:

I really try basically to make movies for no money and I don't want to have money involved – I tend to refuse working with someone when they come in with a large budget. I like to keep it on that simple level. I don't want people to make money off these projects as no one is paid. It's all for free so I like to keep it that way (Moon intervjuet i Parkins 2010)

Motstanden mot store aktører med tilsvarende budsjetter gjenspeiler Moons tilknytning til en uavhengig kulturproduksjon og distribusjon. “Penger korrumpere”-tankegangen har vært en problemstilling for den vestlige kunsten helt fra kapitalismen gjorde seg gjeldende som økonomisk form. Imidlertid markerer Moons utsagn også en romantisk holdning som muligens er vanskelig å opprettholde i vårt samfunn, og som indiesjangeren også strever med.

I det følgende vil jeg peke på de visuelle og musikalske egenskapene ved prosjektet som bidrar til Take-Away Shows' egenart. Trekkene vil til sammen gi et tydeligere bilde av hva det er som foregår i videoene, og hvilke konstruksjoner som utgjør TAS' estetikk. Take-Away Shows kan leses som et innblikk inn i to verdener på samme tid: vi får se inn i bandene og artistenes musikalske og performative verden, en verden som for oss vanligvis kun er tilgjengelig på avstand, samtidig som vi ser inn i en urban virkelighet som kan opptre både som offentlige og private rom.

### **3.3 Visuell estetikk**

Den visuelle estetikken man møter i Take-Away Shows er egenartet og stabil gjennom hele prosjektet. Særpreget forener alle de musikalske uttrykkene og de ulike settingene. Hva består dette uttrykket av? Hvilke filmatiske virkemidler brukes? Jeg vil starte med å beskrive de utseendemessige trekkene til prosjektet. Deretter vil jeg se på hvilke filmatiske virkemidler som brukes. Her knytter jeg an til Carol Vernallis sine undersøkelser av redigeringsteknikker og bildeutsnitt i musikkvideoen, med begrepsapparat og sammenligningsgrunnlag fra filmen.

Hvordan ser så Take-Away Shows ut, og hvilke faktorer bidrar til prosjektets visuelle estetikk? Kort sagt kjennetegnes videoene av kontraster (både mellom skarpe, fokuserte bilder

og utydelige, uskarpe bilder og gjennom spesielle effekter som oppnås gjennom visse grep), glidende overganger mellom fokuspunktene, spesielle typer bevegelser i bildet, flittig bruk av nærbildet, og naturalistiske fargepaletter. Trekkene bør ikke forstås som atskilte enheter, de henger sammen med hverandre.

Kontraster, særlig i form av skarpe konturer, er et sentralt trekk som kommer fram både i filmbildene og i for- og ettertekstene. Fortekster og ettertekster etablerer videoenes begynnelse og avslutning, og rammer således inn videoene. De består som regel av en svart/hvitt-kontrast: hvit skrift på svart bakgrunn (slik som ”A Take Away Show” avbildet på oppgavens forside), skriften tar opp hele bildeflaten og er svært tydelig. I enkelte tilfeller legges den hvite teksten over de introduserende filmbildene isteden. Fortekstene består av forskjellige ”tittelblad” som opptrer i ulike varianter, men vanligvis inkluderes det følgende: ”La Blogotheque presents” – ”Un concert de emporter” – ”A Take Away Show” – ”#X.X(hvis nummerert) Band/Artistnavn”. Ettertekstene inneholder tilleggsinformasjon: ”Produced by La Blogotheque” – ”Images, editing: Vincent Moon” – ”Sound: X (som regel Chryde)” – ”Takksigelser” – ”Lenker til nettsider”. Grepet med å bruke slike tekster rammer inn videoene på en måte som ligner filmens; noen ”presenterer” noe, og man vet at det nærmer seg enden når takksigelser og andre ”rulletekster” kommer. På den ene siden kan tekstene slik sett bidra til at prosjektet oppfattes som noe mer profesjonelt. På den andre siden er det gjort såpass enkelt designmessig at det neppe framstår som noe krevende eller spesielt imponerende filmfaglig arbeid. For- og ettertekstene er i så måte med på å gi TAS et tilsnitt som kan oppfattes som ”gjennomførbart,” det spilles på viss en amatørisme.

I filmbildene skapes kontrastene på flere måter. Lyssettingen i Take-Away Shows er viktig i så henseende: det filmes under naturlig belysning. Det vil si at det ikke bringes inn kunstig belysning, lyskildene utgjøres av vanlige lamper som allerede befinner seg ”on location,” solskinn eller dagslys. For eksempel oppstår det en helt spesiell effekt når sollys treffer kameralinsen direkte, omtrent som når våre øyne blir blendet av sterkt lys og må vende seg til det nye nivået. Kontrastene mellom lys og skygge blir dermed store. En slik ”naturlig” effekt bidrar å situere prosjektet i en realistisk tradisjon. Videre bidrar sterkt lys, i de situasjonene det finnes, til skarpe kontraster mellom konturer rundt personen eller objektet nært kameralinsen, mot en utydeligere, mer konturløs bakgrunn.

Kontrastene og bevegelsene mellom det klare, fokuserte og det utydelige, ”blurry” er i høyeste grad med på å gi videoene sitt uttrykk. Ofte er disse resultater av Moons, og dermed

kameraets, bevegelser. Når det skiftes fra et objekt til et annet trengs det tid for å få linsen til å fokusere på det nye fokuspunktet. I sekundene det tar for Moon å fokusere er det bildet utydelig, for så å bli klart med skarpe konturer. Ofte holdes fokuset lenge på objektet som først var skarpt og tydelig, selv om kamerabevegelsen gjør at dette elementet ikke lenger er i sentrum av bildet. Dermed får man en kontrast mellom det sentrerte, som man forventer at skal komme i fokus men som er utydelig, og det mer perifere som isteden blir beholdt klart.

Bildene i Take-Away Shows, og bevegelsene i dem, bærer generelt preg av at mobilitet er et sentralt prinsipp i prosjektet som sådan. Bevegelsene vi ser i filmbildene er uløselig knyttet til den som holder kameraet. Vincent Moons kroppslige bevegelser, og hans oppmerksomhet i det gitte øyeblikket avgjør hva som fanges inn. Dette resulterer i at tempoet i bevegelsene raskt kan skifte fra det tilnærmet statiske til hurtig panorering og utforsking av det visuelle rundt musikerne i sentrum. Flere av videoene tematiserer på sett og vis mobilitet innholdsmessig, for eksempel gjennom at musikerne spiller mens de går rundt i byen (eksempelvis #95.5: *Man Man: "A Day at the Races and a Night at the Opera – Epilogue"*). Bildene blir da gyngende, der Moon følger musikerne gjennom gatene. For øvrig er introduksjonssekvensene av videoene ofte basert på at musikerne går dit performansen deres skal finne sted, sammen med Moon som allerede har begynt å filme.

I tillegg til de filmatiske bevegelsene som er et resultat av kameraføringer, er det filmatiske bevegelser inne i bildeutsnittene. Spesielt tydelig kommer dette til uttrykk i forhold til skifter i fokus, som også har med de nevnte kontrastene å gjøre. Bevegelser fra forgrunn til bakgrunn eller omvendt, eller fram og tilbake, forekommer. Gjennom slike grep kan Moon trekke seerens oppmerksomhet dit han ønsker, til tider på bekostning av det som skjer ellers, både musikalsk og hendelsesmessig. Seerne kan følge fokusskiftene og "zooming" inn og ut hele veien.

Nærbildet og bruken av et slikt bildeutsnitt er nok et framtrekkende trekk ved videoene. Moon retter ofte fokuset mot ansikter, hender og føtter, samt instrumentene som brukes. I Take-Away Shows kan nærbildet konnotere intimitet og nærhet, samt rette oppmerksomheten mot visse elementer i videoenes univers. Dette poenget tas spesifikt opp under neste punkt, så her nøyer jeg meg med å påpeke at også dette virkemidlet henger sammen med bevegelsene i bildene og hvor Moon til en hver tid velger å plassere kameraets oppmerksomhet for å framheve mennesker eller objekter.

Fargespekteret i Take-Away Shows har et slags naturalistisk tilsnitt. Fraværet av ekstra eller kunstig belysning spiller en rolle også her. “Hardt” og sterkt lys fra hvite lyspærer innendørs kan gi kjølige farger, gulere lyspærer eller kveldssol kan gi varme fargetoner. Spørsmål om eventuell bruk av fargefiltere og øvrige muligheter i redigeringsprosessen er selvsagt relevant her, men dessverre har jeg ikke lyktes i å finne noe definitivt svar på dette. Fargene formidler samtidig noe om hvor og når videoen er spilt inn. I direkte sollys kommer klare farger fram, mens det i overskyet vær kan framstå som grått og fargeløst. Videoene som er spilt inn i settinger uten noe særlig lys (om natten, inne i mørke rom) vil ha et fargemessig uttrykk der det er vanskelig å skjelne fargene fra hverandre.

Alt i alt er de nevnte visuelle elementene med på å underbygge Take-Away Shows’ uredigerte uttrykk. Alle bevegelser blir gjort synlige for seeren, og den håndholdte teknologien framheves. Videoene ser på mange måter lett gjennomførbare ut, DIY-mentaliteten skinner gjennom, slik Moon ønsker: “I try to make my process as transparent as possible so that people will feel that filmmaking is accessible and feel inspired to do their own projects” (Moon sitert i Hamel II 2008).

Trekkene vil konkretiseres i neste kapittel, samtidig som noen av videoene jeg der tar opp til diskusjon vil kunne utfordre disse overbyggende trekkene. Som sagt er dette visuelle markører jeg oppfatter som gjennomgående, men det betyr ikke at alle må være tilstede samtidig. For ytterligere å konkretisere Take-Away Shows visuelle univers vil jeg nå se på hvilke mulige paralleller og kontraster videoprojektet kan ha i forhold til musikkvideoen.

### **3.3.1 Filmatiske paralleller og kontraster til musikkvideoen**

Musikkvideoen knyttes først og fremst til MTV – Music Television – TV-kanalen som siden oppstarten i 1981 nærmest har vært synonymt med musikkvideo (Shuker 2005: 169). På 80- og 90-tallet ble musikkvideoen undersøkt fra forskjellige akademiske hold, fokuset lå hovedsakelig på musikkvideoenes visuelle aspekter og deres rolle som en sentral postmoderne form (Shuker 2005: 178). Shuker definerer musikkvideo som en hybridform med elementer fra TV og radio (Shuker 2005: 178). Vernallis betrakter musikkvideo som en distinkt sjanger ulik sine forgjengere, og som et medium med egne måter å organisere materialet på (Vernallis 2004: X). Vernallis er forøvrig en av forholdsvis få akademikere som setter musikken i fokus (i motsetning til den mer utbredte strategien der visuelle aspekter ses på som mest interessant). Musikkvideoen er et medium som, i følge Vernallis, er fullt av stereotyper

samtidig som det åpner for avvik fra disse normene (Vernallis 2004: 74). Jeg må påpeke at min behandling av musikkvideoen er generaliserende, jeg er fullt klar over at det finnes en rekke musikkvideoer som utfordrer konvensjonene i mediet, og at feltet hele tiden er i utvikling. Når det er sagt definerer jeg i denne omgang musikkvideo som en audiovisuell uttrykksform for populærmusikken, primært kringkastet på TV, der lydsporet er en ferdig låt og bildene legges på i ettertid. Under punktet kalt “audiovisuell kontekst” vil jeg gå nærmere inn på hvor mer sosiokulturelle forskjeller mellom musikkvideo og Take-Away Shows kan ligge, her konsentrerer jeg meg om det filmatiske.

Vernallis gjør rede for de filmatiske teknikkene som primært brukes i musikkvideoer, gjennom det hun kaller “a grammar of shots and edits” (Vernallis 2004: 28). De filmatiske bildeutsnittene og redigeringsmetodene i musikkvideoen sammenlignes med tradisjonelle narrative praksiser, og da særlig den klassiske Hollywood-filmens kontinuitetssystem, der sømløshet er fremste mål for redigeringen. Slik arter det seg ikke i musikkvideoen, sier Vernallis:

Perhaps music videos avoid continuity editing because such techniques would give the visual track too strong a forward trajectory: the image might overtake the song. A music video’s aim is to spark a listener’s interest in the song, to teach her enough about it that she is moved first to remember the song and second to purchase it. Music video’s disjunctive editing keeps us within the ever-changing surface of the song (Vernallis 2004: 28).

I Take-Away Shows redigeres ikke videoene i stor grad, slik sett skiller videoene seg dramatisk fra både filmens sømløshet og fra musikkvideoens høyfrekvente klipping. Faktiske klipp illustrerer ofte en større bevegelse, særlig når filmteam og band forflytter seg fra ett sted til et annet, som for å markere to forskjellige “scener.” Det er også nevnt at det normalt klippes mer innledningsvis, når artistene og miljøene introduseres. Klipping utover dette tilhører imidlertid sjeldenhetene, normalt vil idiomet være én scene og én tagging uten klipp. I startsekvensene og avrundingsbildene redigeres det derimot mer omfangsrikt. Men i det låten er i gang vises kun framføringen mer eller mindre uredigert. Jeg oppfatter imidlertid ikke at dette fører til at bildene tar all oppmerksomheten bort fra musikken, men heller at oppmerksomheten i større grad veksler mellom fullstendig fokus på musikken og fokus på noe i det visuelle landskapet rundt. Den visuelle oppmerksomheten er ikke alltid sammenfallende med de musikalske hendelsene, men fordi dette foregår på en tilsynelatende tilfeldig måte, får det hele et noe mer eksperimentelt uttrykk, der uventede hendelser kan finne sted innenfor bilderammen.

Det er ikke bare redigeringen som gjøres annerledes i musikkvideoen kontra filmen. Selv om begge former deler de tre viktigste bildeutsnittene – totalt, halvtotalt eller halvnært og nærbilde – er funksjonene forskjellige (Vernallis 2004: 32). I forhold til nærbildet har Vernallis en interessant observasjon: “The close-up, in classic Hollywood film, will disclose something intimate about a character. In music video, the close-up can work similarly to showcase the star, but just as often it serves to underscore a lyric, a musical hook, or the peak of a phrase” (Vernallis 2004: 33). I *Take-Away Shows* viser nærbildet ansikter, men det er også merkbart fokus på føtter, hender og instrumenter. Det spesielle med alle disse nærbildene er at de er i konstant bevegelse, og at de ikke nødvendigvis sentrerer det som kan oppfattes som det viktigste fokuspunktet, for eksempel vokalistene eller frontfiguren i bandet. Samtidig foregår det åpenbart en viss “showcasing” av artistene, gjennom den oppfattede intimiteten i at kameraet kommer så nært aktørene. Understreking av musikalske fraser finnes også, blant annet i Sigur Rós-videoen, der åpningsriffet spilt på et medbrakt miniorgel fanges (*Sigur Rós: “Við spilum endalaust”*). Denne videoen eksemplifiserer også et annet poeng; Moons kamerafokus er som regel innoom alle instrumentene som benyttes. Samtidig korresponderer ikke disse fokuspunktene nødvendigvis med det som skjer i musikken. Plutselig kan Moon flytte kameraet over på en kelner som bærer et brett med glass forbi, også dette et eksempel fra Sigur Rós’ video spilt inn i en restaurant. Elementene Vernallis nevner later altså til å ha visse likheter med nærbildebruken i TAS, men den virker mer tilfeldig hos det sistnevnte.

Også TAS-videoene veksler mellom de ulike bildeutsnittene, slik film og musikkvideo gjør. Forskjellen er at videotilskueren hele tiden kan følge bevegelsene fra det ene til det andre, fordi det ikke klippes fra ett utsnitt til et annet. Nærbildet brukes som nevnt aktivt, men er et resultat av synlig “zooming” med kameraet eller reell bevegelse fra Moons side. Det samme gjelder de andre utsnittene, kamerabevegelsene og størrelsen på utsnittet i bilderammen henger sammen. Moon kan velge å plassere seg svært nær de han filmer, eller holde seg litt på avstand for å fange større utsnitt. Inntrykket kan beskrives som en form for sømløshet, men altså på en annen måte enn i klassisk Hollywood-film. Oppstykkingen som kan være et sentralt virkemiddel i musikkvideoen blir ikke viktig i TAS, der hurtige og tallrike skifter må skapes av kameraet der og da, ikke klippes til i ettertid.

Kameravinkelen i *Take-Away Shows* er til en hver tid Moons; i motsetning til i film og musikkvideo er det få variasjonsmuligheter, utenom de som knytter seg til håndbevegelser

med det mobile kameraet eller Moons forflytning av seg selv. Alle typer spesielle og kompliserte kameraføringer som kan være tilgjengelig for musikkvideoer med et visst budsjett til rådighet, som for eksempel “tracking shot” (der kameraet settes på hjul og kjøres på skinner), glimrer med sitt fravær i TAS. På mange måter underbygger de filmatiske virkemidlene den generelle “lo-fi” tilnærmingen til film hos Moon; det skal foregå på en enkel, gjennomiktig måte med begrensede midler. Hvordan arter så prosjektets musikalske uttrykk seg?

### **3.4 Musikalske strategier**

Mens den visuelle estetikken er forholdsvis konsis, er det musikalske i videoene naturlig nok langt mer variert, tatt i betraktning alle de forskjellige bandene og artistene som bidrar. Likevel gjør prinsippene ved prosjektet sitt til at det musikalske også ofte forenes i på en del områder, særlig gjennom at alle deltakerne er nødt til å forholde seg til prosjektets begrensninger. Her vil jeg se på hvordan musikken formidles i Take-Away Shows, og hvordan det musikalske påvirkes av de gitte forutsetningene. Kort sagt handler det om live framføringer, hovedsakelig mobile og akustiske instrumenter med spesielt kreative løsninger når det gjelder perkusjon, generelt nedstrippede uttrykk, og reallyder som spiller en vesentlig rolle. Jeg vil også trekke inn autenticitetsbegrepet, for å undersøke hvordan Take-Away Shows’ prinsipper spiller på

Det aller viktigste musikalske fellestrekket ved alle videoene i Take-Away Shows, det konstituerende trekket ved prosjektet som sådan, er poengtert flere ganger: det at all musikken framføres live der og da opptaket skjer. Liveaspektet bidrar til en form for umediert formidling som underbygges prosjektets investering i autenticitetskonstruksjonene omkring direkte kommunikasjon. Små feil og “urenheter” bevares og blir formidlet til seerne, hvilket medvirker til at umiddelbarheten man kan oppfatte i disse performancene.

Instrumentasjonen i Take-Away Shows bærer preg av prosjektets bevegelse bort fra konsertscenen og behovet for mobilitet. Vanligvis vil musikerne hverken ha tilgang til strøm eller mulighet til å bære med seg forsterkere til elektriske instrumenter. Akustiske varianter blir alternativet, og den akustiske gitaren blir det mest brukte instrumentet, ved siden av stemmen. De fleste bandene og artistene bytter ut eventuelle elektriske gitarer, bassgitarer og andre el-instrumenter med akustiske versjoner, mens andre velger å benytte andre bærbare



instrumenter. Britiske Scout Niblett løser utfordringen ved at hun kobler el-gitaren sin til en liten bærbar forsterker (#78.1 *“Wolfie & Emma Baby”*).<sup>30</sup> Dermed finnes det en viss bruk av elektrisk-baserte instrumenter, men disse er i et klart mindretall. Mulighetene for å anvende forskjellige effekter faller også i stor grad bort. Jeg tenker her for eksempel på computerbaserte, digitale effekter og effektpedaler til diverse instrumenter. De teknologiske begrensningene medvirker i det hele tatt til at de musikalske møtene seerne får gjennom Take-Away Shows ofte presenterer musikken i en mer nedstrippet drakt, særlig sammenlignet med plateversjoner, men også i forhold til ordinære konserter.

Enkelte band må endre sitt uttrykk betraktelig når teknologien og instrumentene de normalt benytter ikke er tilgjengelige. Et interessant eksempel er videoen der Yeasayer spiller to låter (#87.2: *Yeasayer: “2080/Tightrope”*). Yeasayer er et band bestående av vokalist/keyboardist, gitarist, bassist og trommeslager som, trass et på mange måter minimalistisk uttrykk, bruker en hel del elektroniske effekter og digitale instrumenter både i studio og under konserter. I videoen, som foregår i en leilighet, har de kun et piano og en feststemt publikumsgjeng til rådighet. Lydbildet blir dermed distinkt annerledes, de parameterne som beholdes er låtenes opprinnelige struktur<sup>31</sup> og vokalistens stemme, samt de øvrige bandmedlemmenes koring. For øvrig er denne videoen et eksempel på vellykket håndtering av begrensningene, der festdeltakerne brukes som kor for å skape dynamisk trykk på refrenget i “2080”. I “Tightrope” blir de med som perkusjonister, gjennom at alle slår hendene i gulvet etter låtenes rytme.

Dette bringer oss over til rytmeinstrumentasjon. Klapping på gulv er én av diverse løsninger på hva som kan brukes som perkusjon i forskjellige settinger. Hele trommesett er så godt som aldri tilgjengelig, mens det i enkelte videoer gjøres bruk av en enslig tam eller skarptromme (som i #91.2: *Noah and the Whale: “Episode 2”*). I de fleste tilfeller benyttes elementer i miljøet for å lage rytme. Eksempelvis går store deler av Man Mans siste video (#95.5: *Man Man: “A Day at the Races and a Night at the Opera – Epilogue”*) ut på at vokalisten går rundt og slår på det han kan finne med trommestikker; lyktestolper, gjerder, søppelbøtter og så videre. I neste kapittel vil perkusjonsløsningene eksemplifiseres ytterligere.

---

<sup>30</sup> Den første låten i denne videoen spilles for øvrig mens Niblett går opp trappene i en Paris-bygård, delvis tramper hun takten med skrittene sine, men bommer på noen av slagene, antageligvis fordi det hele er en forholdsvis slitsom øvelse.

<sup>31</sup> Låten “Tightrope” avbrytes av at en nabo ringer på for å klage på lydnivået, men fortsetter tilsynelatende der den slapp etterpå.

Lydrommet og klangen i innspillingene har svært forskjellige uttrykk ettersom innspillingsstedene er så ulike. Eksempelvis brukes et kuppel-rom i Fleet Foxes' "Blue Ridge Mountain" (*Fleet Foxes: "Sun Giant / Blue Ridge Mountain"*), noe som gir en helt annerledes akustikk enn den man opplever i Yo La Tengos videoer spilt inn utendørs (*Yo La Tengo – "Part 1"*). Jeg kommer tilbake til disse respektive videoene i neste kapittel.

Musikken representerer ikke all lyd i Take-Away Shows. Reallyder av forskjellig art er ofte framtrepende i det helhetlige lydbildet, også mens det musikalske innslaget er i fokus. Eksempelvis kan man høre folk som samtaler, trafikk, barn som leker, glass som klirrer, latter og lignende. Disse "umusikalske" hverdagslydene, og ikke minst inkluderingen av dem, er med på å gi videoene et realistisk tilsnitt. Imidlertid virker det som om skaperne gjør enkelte grep for å "styre" disse lydene, selv om de aldri kan fjernes helt. Den ene muligheten ligger i opptakssituasjonen, der mikrofonens plassering er avgjørende. Den andre ligger i etterbehandling og redigering av opptakets lydside, der enkelte elementer kan gis forrang på bekostning av andre. Ikke-musikalske lyder spiller i alle tilfeller en viktig rolle i TAS, i og med at de bidrar til å situere musikken i det miljøet den utspiller seg i. De auditive komponentene *bekrefter* de visuelle bildene; for eksempel både ser og hører vi barn som leker i Yo La Tengo sin video (*Yo La Tengo – "Part 1"*).

Autentisitetdiskursene har relevans for det musikalske i Take-Away Shows. Frith trekker fram idealer som spontanitet, energi og anstrengelse som viktige konnotasjoner for rockens autentisitet (Frith 1986: 272). Spontanitet kan leses sammensatt. Med Keightleys begrepsapparat omkring autentisitet fra forrige kapittel kan vi tenke oss at det finnes en romantisk "live" og "teknologifri" tilnærming, pluss en modernistisk forankring gjennom plutselighet, nyskaping og "sjokk." Frihet fra teknologi er selvsagt en illusjon, all den tid man trenger avanserte teknologiske hjelpemidler for å ta opp både musikk og film. Likevel handler det ofte om å strippe ned den synlige og hørbare teknologien for å muliggjøre en mer direkte, om enn paradoksalt nok både gammeldags og utopisk, kommunikasjonsmodell (Frith 1986 267). Dette gir seg utslag i musikken: "The continuing core of rock ideology is that raw sounds are more authentic than cooked sounds" (Frith 1986: 266). Disse poengene var også oppe til diskusjon når det var snakk om indies autentisitet.

Take-Away Shows er selvfølgelig avhengig av en viss teknologi, men den er begrenset om man sammenligner med plateinnspillingen, eller musikkvideoen, som baserer seg på innspilt musikalsk materiale. Ordinære livesituasjoner gjør også bruk av langt mer avansert teknologi.

Med enkle teknologiske midler forfecker Take-Away Shows en tilhørighet til den typen autentisitetstforståelse nettopp referert. Ett unntak fra denne teknologiske nedstrippingen er mikrofonbruken. Trådløse mikrofoner plasseres rundt på musikerne slik at lyden fanges på flere spor. Nå kan dette framstå som sparsommelig, og i forhold til moderne innspillingsteknologi gir det TAS et mer amatørisk lydopptak. Men i forhold til det visuelle – med kun det ene kameraet – gir flersporsinnspillingen et mer polert og komplekst lydspor enn kameraet gir bilder, om man kan sammenligne slik på tvers av mediene. Like fullt blir gir lyd kvaliteten klart inntrykk av å være innspilt live, som allerede skissert.

Kjennetegnene som her har blitt tatt opp, først de visuelle og så de musikalske, bidrar til det som etter min mening er Take-Away Shows' estetikk, ett eget kunstnerisk uttrykk. Videoene kan leses som en slags signatur fra Moons side. Videoenes estetikk forsterker inntrykket av det hverdagslige som også gjenspeiles i det innholdsmessige. Det er ikke gjort noe for å skjule at dette dreier seg om håndholdt teknologi, snarere framheves disse aspektene. Enkelhet kan slik sett fungere som en sammenfatning av de viktigste visuelle og musikalske trekkene ved prosjektet – konseptet Take-Away Shows handler om å fange de musikalske øyeblikkene på en rett-ram måte, med premisser som legger til rette for en DIY-tilnærming. I det følgende vil jeg se på hvordan internett har vært med på å muliggjøre publiseringen og formidlingen av Take-Away Shows, på en måte som ivaretar prosjektets verdigrunnlag, på samme måte som prosjektets estetikk synes å bygge opp under visse holdninger.

### **3.5 Et *online* videoprojekt**

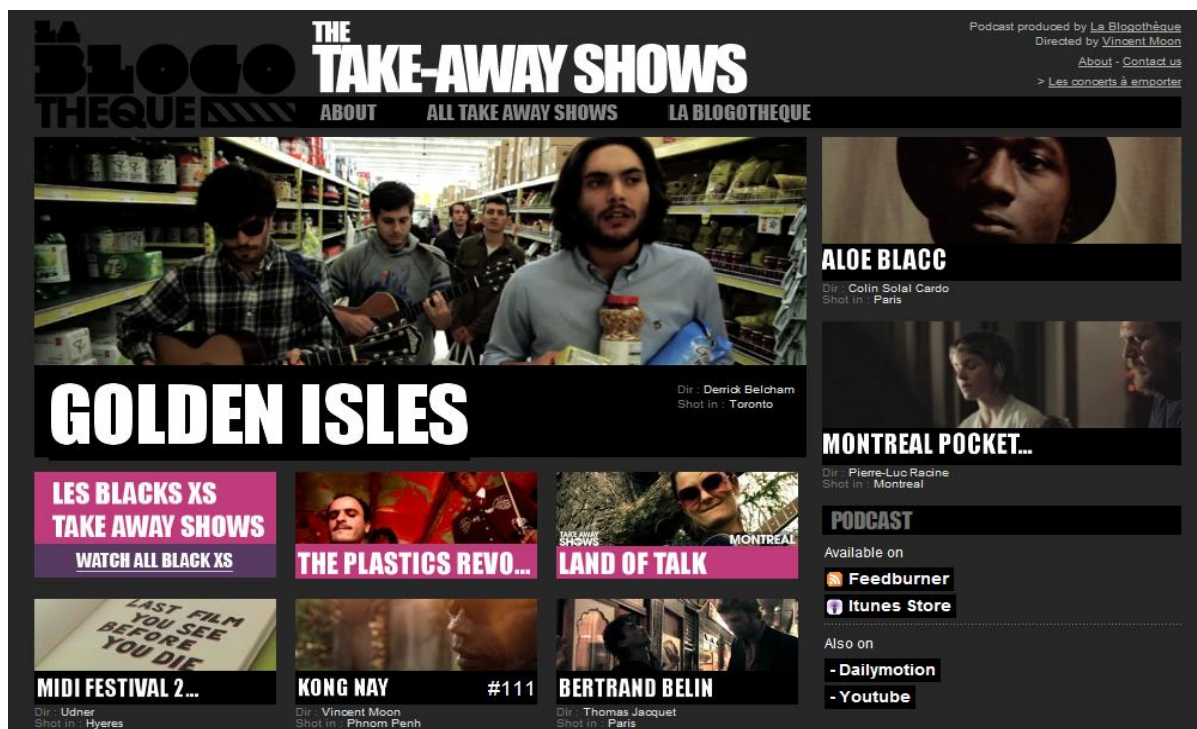
I vår samtid har internett blitt en svært sentral arena for en rekke ting, deriblant videokonsumpsjon. TV, kino og film er selvsagt fortsatt viktig, men nettet opptar større og større andeler av vårt audiovisuelle “forbruk.” Videodelingstjenester, i første rekke YouTube,<sup>32</sup> har oppnådd en enorm popularitet, og oppdages og brukes av stadig flere. Formidlingen og konsumpsjonen av populærmusikken påvirkes også i høyeste grad av denne utviklingen. Overskriften for denne bolken er ment som en åpning for å diskutere Take-Away Shows tilstedeværelse og kontekst på internett. Dette henger sammen med Moons filosofi om

---

<sup>32</sup> Historien om YouTube er i følge Burgess og Green et eksempel på “the Silicon Valley myth of garage entrepreneur, where technological and business innovation comes from youthful visionaries working outside established enterprises” (Burgess og Green 2009: 1). Dette kan delvis tenkes som en parallell til indiekulturens verdsettelse av grasrota og dens virke utenfor mainstreamen. Nå skal det selvsagt understrekes at YouTube raskt ble en svært innbringende gjøremål for grunnleggerne.

egen produksjon og det viktige tilgjengelighetsaspektet. TAS er i sin natur virkelig et online videoprojekt, og kunne vanskelig eksistert på samme måte på noe særlig tidligere tidspunkt i historien. Nettkonteksten vil diskuteres fra forskjellige vinkler og på ulike “nivåer.” Først har vi selve nettsiden der TAS har sitt “hjem,” jeg vil gi et lite innblikk i hvordan denne siden er bygd opp og hvilke bestanddeler som til sammen former det helhetlige bildet som serne møter. Videre har Take-Away Shows forbindelser til en rekke andre prosjekter, samt at TAS og de involverte i stor grad har blitt promotert og omtalt i nettaviser, blogger og lignende.

Det første som møter tilskueren på Take-Away Shows’ hjemmeside er forsiden, som avbildet under (figur 1). Foruten logoene til *La Blogothèque* og *Take-Away Shows* finner man “knapper” som tar deg videre inn i nettsiden. “About” tar deg til beskrivelsen av prosjektet, som referert til innledningsvis i dette kapittelet, og en oversikt over noen av bidragsyterne på produksjonssiden. “All Take Away Shows” viser en oversikt over alle videosesjonene publisert, i kronologisk rekkefølge. De nyeste videoene ligger for øvrig til enhver tid på forsiden. Ellers finnes lenker til nedlasting av videoene som podcast og andre nettsteder der videoene publiseres, mulighet til å melde seg på nyhetsbrev, lenker til artister og kontaktinformasjon.



Figur 1: Take-Away Shows’ forside 21. oktober 2010

Som bildet over viser har nettsiden et forholdsvis stramt og minimalistisk design. Fraværet av iøynefallende reklame, utover for prosjektet og *La Blogotheque*, er påtakelig, og etter all sannsynlighet er effekten tilsiktet. Som nettbruker blir man så vant til “spotter” med reklame at det kan oppfattes som underlig når man kommer borti sider uten animerte beskjedder om å kjøpe et produkt eller trykke seg videre til et firmas hjemmeside. Ønsket fra Moon og Chryde om å holde kommersielle aktører utenfor prosjektet kommer slik sett fram både her og i videoene, som heller ikke reklamerer for noen aktører utover musikerne, skaperne og prosjektet som sådan.

Noen synlige unntak fra reklamefraværet som bør kommenteres er lenkene til iTunes Store (under “Podcast – Available on”), YouTube og Dailymotion (under “Also on”). Førstnevnte er i høyeste grad en stor kommersiell aktør for salg av digitale artefakter (hovedsakelig musikk og film), men fungerer også som podcast-tjeneste, og det er funksjonen som er aktuell her. At det lenkes til YouTube og Dailymotion må forstås fra en slags nettets “skikk og bruk”; sidene er blant de som er vertskap (“host”) for videoene, det vil si at videoene også er direkte tilgjengelige gjennom deres plattformer.

Et typisk sideoppsett for de enkelte sesjonene har samme design som forsiden, og inneholder tre hovedmomenter: selve videoen(e), en tekst av fortellende natur om den gitte sesjonen, og kommentarfelter. Videoene presenteres som nevnt i streaming-format, slik man kjenner fra blant annet YouTube og andre “video on demand”<sup>33</sup>-sider. Take-Away Shows kan slik sett plasseres i en kontemporær kulturell kontekst der viktigheten av å ha tilgang til innhold hvor som helst, og når som helst er alfa og omega. For nettstedet som samler en rekke videoer, slik Take-Away Shows-siden gjør, er det vanlig å benytte andre vertstjenester (“videohosting”). Her er det *Dailymotion.com* og *Vimeo.com* som brukes til dette formålet. Jeg kommer nærmere tilbake til Vimeo nedenfor.

Hver videosesjon har et kommentarfelt nederst på siden, der tilskuerne kan gi uttrykk for det de måtte ønske. Muligheten til å kommentere er et av de definerende trekkene ved bloggen. Ofte vil kommentarer på blogger ta form av meningsutveksling på bakgrunn av det som skrives i posten som kommenteres. Dette arter seg annerledes hos Take-Away Shows,

---

<sup>33</sup> Eksempelvis er NRK Nett-TV en velkjent “on demand”- og streaming-basert tjeneste i norsk sammenheng. Mange offentlige kringkastere verden over tilbyr sitt innhold til sin egen befolkning på denne måten, som BBC med sin iPlayer. Som regel er disse offisielle tjenestene imidlertid geografisk begrenset, slik at kun de som fysisk befinner seg i det gitte landet med sin PC eller de som har en virtuell forbindelse til landet, kan bruke tjenesten. Man ser også en oppblomstring av betalingstjenester, der man kan leie innhold tidsbegrenset over internett.

majoriteten av kommentarene er ytringer av svært positiv karakter i forhold til videoene, og det foregår sjelden reell debatt. Årsaken til dette har etter min mening å gjøre med at Take-Away Shows ikke er noen ordinær blogg, det er ikke verbale meningsytringer som presenteres. Dessuten er det et poeng at publikummet består av mennesker som har oppsøkt disse videoene av eget ønske, sannsynligvis på bakgrunn av en interesse, enten for prosjektet som sådan eller for musikerne involvert. Denne typen kommentering finnes også på YouTube og de andre alternative kanalene som formidler TAS-videoene.

Kommentarfeltene formidler først og fremst følelsene og reaksjonene som TAS-videoene kan vekke hos publikum. Rene hyllester av den gitte videoen, bandet som spiller eller Take-Away Shows som prosjekt er den vanligste typen kommentar. Det er også mange som sier seg inspirerte av prosjektet. Videre stilles det tidvis direkte spørsmål, for eksempel om låtene som framføres, bandene som spiller, tekniske detaljer ved videoene eller lignende. Et poeng som framkommer mer implisitt er drømmen til videotilskuerne om å oppleve dette selv, i virkeligheten. Med det mener jeg at det i TAS generelt spilles på muligheten for at man, når som helst, kan møte på favorittbandet vandrende gatelangs mens de framfører musikken sin.

Skaperne bruker betegnelsen “video podcast” (*La Blogotheque: About The Take-Away Shows* 2010) om prosjektet. I forhold til det førstnevnte er intensjonen at man som “bruker” skal kunne laste ned videoer og legge dem på sine mobile mediespillere<sup>34</sup> for å oppleve dem i lignende settinger som de videoene ble spilt inn i. I tillegg til å publisere videoene som “streamer” legges det altså ut lenker til filer for nedlasting, gjerne i forskjellige formater<sup>35</sup> slik at flest mulig skal kunne benytte seg av disse. Disse lenkene er imidlertid bare tilgjengelig i en viss periode (gjerne omkring tre uker), før de fjernes igjen. Dermed er den streamingsbaserte publiseringsformen den mest framtrædende,<sup>36</sup> noe som understrekes av Take-Away Shows’ popularitet på blant annet YouTube, der videoene presenteres med antall visninger.

Take-Away Shows må sies å ha blitt en suksess, om man måler etter skapernes ønsker. Ett av ønskene Moon og Chryde hadde da de startet var at andre skulle ta opp trådene fra deres prosjekt og lage sine egne versjoner (*La Blogotheque: About the Take-Away Shows* 2010). En

---

<sup>34</sup> iPod, mobiltelefon eller andre mediespillere med støtte for videovisning

<sup>35</sup> Eksempelvis kan dette være filer i mp4-formatet, som blant annet kan lese av Apples iPod og iPhone.

<sup>36</sup> De siste årene har det blitt utviklet en rekke programmer, programtillegg og til og med egne nettjenester som gjør at man kan hente og lagre disse videofilene lokalt, selv om man ikke har en direkte nedlastningsmulighet. For eksempel gir TAS sin Vimeo-gruppe registrerte brukere muligheten til å laste ned filene i høy oppløsning. For TAS er ikke dette noe problem, på grunn av den lisensieringen det opereres med, den dikterer som tidligere nevnt bruksvilkårene slik at nedlastning og bruk av filene er lovlig.

minitrend, først og fremst i den vestlige verden, kan spores gjennom at forskjellige aktører i flere land har tatt konseptet i bruk. I noen tilfeller, som i amerikanske *One Take New York* og *One Shot Seattle*, er tankene og praksisene overført i temmelig direkte forstand. Andre har satt sitt eget preg på ideen, for eksempel *Black Cab Sessions* som inviterer artister til å spille i en klassisk London-drosje, på vei fra et sted til et annet. I norsk kontekst var *Handheld Shows* en tidlig utgave, mens varianten som har vært lengstlevende her til lands er NRK Lydverkets *Lydverket spanderer*, som nå kan skilte med innslag fra over hundre artister. Lenker til disse “spin-off”-prosjektene finnes i listen kalt “nettsteder” til slutt i oppgaven.

I forlengelsen av dette finnes en ytterligere videreutvikling av Take-Away Shows som La Blogotheque har lansert på videodelingsnettsiden Vimeo: *Everyone’s Take-Away Show*. Denne gruppen har som mål å samle alle TAS-relaterte videoer på ett sted, og det følgende proklameres: “No live shows, please!” (*Everyone’s Take-Away Show*). Utsagnet understreker at poenget med Take-Away Shows *ikke* er å filme vanlige konserter, men heller å bidra med nye kontekster for live musikk eller å fange performance i andre settinger. Samlingsgruppen er også et uttrykk for nettverkselementet, der alle videoer bindes sammen under én fane. Måten TAS har spredt seg på og gitt næring til filmskapere og musikkentusiaster rundt i verden kommer også til uttrykk her.

Take-Away Shows’ bruk av internett er i tråd med prosjektets fundament, spesielt på tre områder. For det første gjør publisering på nettet det mulig å holde kommersielle aktører utenfor, og opprettholde kontroll og uavhengighet. For det andre bidrar videodistribusjon via internett til at materialet gjøres tilgjengelig på en enkel måte, når seeren selv måtte ønske det. For det tredje, og til slutt, kan videoene potensielt få en utrolig spredning, gjennom at de kan nå ut til svært mange. Ettersom flere andre filmskapere allerede har tatt opp stafettpinen er det ingen grunn til å tro at tendensen som Take-Away Shows representerer skal forsvinne med det første.

### **3.6 Audiovisuell kontekst**

Populærmusikkfeltets audiovisuelle uttrykksformer har blitt teoretisert fra forskjellige vinkler. Musikkvideoen har vært det mest prominente objektet, men spørsmål omkring populærmusikkens rolle i forbindelse med film- og TV-musikk har også vært viktige. Her vil jeg ta utgangspunkt i musikkvideoen, da den er formen som ligger nærmest Take-Away

Shows. Jeg har allerede vært inne på de teknisk-filmatiske likhetene og forskjellene mellom Take-Away Shows og musikkvideoen. Her vil jeg konsentrere meg mer om de sosiokulturelle og filosofiske aspektene. Videre vil bevegelsen ”new punk cinema”, deri dogmefilmen, undersøkes i relasjon til videoprojektet. Til slutt vil jeg kort diskutere TAS sin kobling til konserten og dokumentasjon av performance.

### **3.6.1 En ny musikkvideo?**

Take-Away Shows blir, ikke overraskende, ofte omtalt i forbindelse med musikkvideoen. Jeg minner om min generelle definisjon av musikkvideoen som en audiovisuell formidling av populærmusikk, i utgangspunktet kringkastet på TV (med MTV som forhenværende ”høyborg”), der lydmaterialer er innspilt musikk, og bildene legges til i etterkant. I dag er musikkvideoens stilling en helt annen enn den var på 80- og 90-tallet, da fjernsynet var den primære formidlingskanalen. Senere fikk vi videosamlinger, ofte enten av én artist sin videokatalog eller én regissørs arbeider, utgitt på VHS eller DVD. I dag har internett i økende grad gjort sitt inntog på feltet, som en ny og hurtig voksende arena for musikkvideokonsumpsjon, der publikums behov for tilgang til innhold ”on demand” blir møtt. Det er i dette bildet Take-Away Shows som fenomen vokser fram.

Flere kommentatorer forteller om Take-Away Shows som ”den nye musikkvideoen” (Coyle 2008, Mandelid 2008). Gjennom Moons uttalelser kan det virke som om han ønsker å ta en viss avstand fra sammenligningen. Han forteller i et intervju at han forsøkte seg på å lage vanlige musikkvideoer før TAS, men selv om det var snakk om eksperimentelle videoer, manglet de den energien han var på utkikk etter i skjæringspunktet mellom film og musikk (Moon i MarBelle 2008). I et annet intervju forklarer Moon motviljen mot musikkvideo-produksjonen med at formen i hans øyne handler om å promotere musikk, selge album og sanger; “[...] it’s just marketing” (Moon i Thompson 2008). I sammenheng med dette må også Moons forkjærlighet for live kontra innspilt musikk betones (MarBelle 2008).

Dermed finnes det en viss spenning mellom Moons intensjoner og oppfattelsen av videoprojektet. Musikkvideoen oppfattes ikke som en verdinøytral form, snarere tvert i mot. Det at Moon aktivt tar avstand fra begrepet fortelles oss noe om hans ønskede posisjon i det populærkulturelle landskapet, han knytter seg med dette delvis an til ytterkanten og undergrunnen. Moon proklamerer likevel at i forhold til andre deler av hans portofølje er Take-Away Shows ikke spesielt sært eller utilgjengelig: ”it’s a pop project” (Moon i Traynor



2008: 59). Nettopp dette utsagnet er interessant og viktig, det illustrerer kompleksiteten i forholdene mellom det alternative og hovedstrømningene: Moon knytter Take-Away Shows til en slags mainstream, men vil samtidig ikke at TAS skal oppfattes som musikkvideoer i rette forstand. Likvel er det, som jeg ved flere anledninger har vært inne på, både åpenbare paralleller og ulikheter mellom de to formene for audiovisuell musikkformidling.

Aller først: parallellen til musikkvideo er først og fremst uunngåelig på grunn av Take-Away Shows sitt format slik det vanligvis framtrer – én video er lik én låt. Begge er audiovisuelle, populærmusikalske former som gir både visuelle og auditive opplevelser. Dette er kanskje en banal kommentar, men det er tross alt en viktig årsak til at TAS kan oppfattes som en form for musikkvideo.

Den viktigste forskjellen mellom de to formene handler etter min mening om Take-Away Shows' livemusikk kontra musikkvideoens innspilte musikk. Innspilt musikk er alltid den auditive komponenten i musikkvideoen. På overflaten er det her Take-Away Shows skiller seg ut; disse videoene inneholder både nye bilder og nye versjoner av musikken. Selv om mange av framførelsene legger seg nært opp til den innspilte varianten, er de faktisk performative elementene svært viktig. Prinsippet om ett "take" gjør TAS-videoene annerledes. Nå skal det imidlertid igjen påpekes at jeg først og fremst forholder meg til kommersiell produksjon av musikkvideo med budsjetter av en viss størrelse. Det finnes selvsagt en rekke nyvinninger innenfor musikkvideoene, der eksempelvis en DIY-ånd kan gjøre seg gjeldene for produsenter uten betydelige økonomiske midler. Like fullt gjelder fortsatt forskjellen mellom live og innspilt musikkmateriale som utgangspunkt, og umiddelbarheten Take-Away Shows søker å formidle kan oppnås gjennom at det auditive og visuelle eksisterer simultant, de skilles ikke fra hverandre.

Samtidig er etterligning av ordinær performance en utbredt strategi i musikkvideo, særlig i forskjellige former for rock. Performance, og en form for reproduksjon av faktiske live framførelse, brukes i høyeste grad i musikkvideoen, og er også i ytterste konsekvens det som er Take-Away Shows' innhold. Vernallis identifiserer fem grunnleggende typer "steder" som fungerer som settinger i musikkvideoen, i denne forbindelse er den første mest relevant: "an extension of performance space" (Vernallis 2004: 83). Det store flertallet av musikkvideoer benytter nettopp denne strategien, sier Vernallis, om enn avbildningen kan være mer flatterende enn i virkeligheten (Vernallis 2004: 83). I Take-Away Shows foregår det en slik utvidelse, men også som en forandring, en distinkt endring i muligheter for faktiske

“performance space.” Videre forfekter TAS en avbildning som nettopp *ikke* skal legge vekt på at virkeligheten “sminkes” – det finnes en søken etter å vise fram realitet i videoprojektet.

I forhold til skjæringspunktene mellom indie og Take-Away Shows, har indiesjangeren en viss motstand mot musikkvideoen, i følge Bannister:

Many indie bands disliked videos – for them, MTV was a betrayal of the basic principles of rock and roll, not only because it was clearly industry-driven, but also because videos required a ‘fake’ performance (lip-synching was especially abhorred) and emphasized personal appearance, as opposed to sound (Bannister 2006a: 81)

Både argumentet om MTVs industriforbindelser og en potensielle inautentisiteten i musikkvideoperformance, resonnerer med Take-Away Shows. Slik sett kan TAS sees på som en retningsforandring når det gjelder å etterkomme indiekulturens delvis anstrengte forhold til den kommersialiserte musikkvideoen.

Promoteringselementet, som ofte trekkes fram som en av musikkvideoens fremste funksjoner, skal ikke overses når det kommer til Take-Away Shows. For artistene og videoskaperne gir prosjektet verdifull oppmerksomhet, om enn innenfor et smalere marked. Videoprojektet gir også deltakerne muligheten til å konstruere eget image og kringkaste verdier, slik musikkvideoen også kan gjøre. Like fullt er det, som vi har sett, vesensforskjeller i både uttrykk og innhold. Take-Away Shows søker å være, i minste fall, et alternativ til musikkvideoen. Kanskje er det andre former som kan bidra vel så mye som musikkvideoen til å sette TAS inn i en kontekst av omliggende former og uttrykk? Jeg vil nå ta for meg “new punk cinema” med dogmefilmen som en slik mulighet.

### **3.6.2 “New punk cinema” og dogme 95**

Nicholas Rombes skriver i introduksjonskapittelet til antologien *New Punk Cinema* om det han mener er en filmatisk tendens som har gjort seg gjeldende fra midten av 90-tallet av. Filmene som sammenstilles under termen har det til felles at de forfekter en form for tilnærming og ideologi knyttet til punken som kulturell enhet. Blant eksemplene Rombes nevner er *The Blair Witch Project* (1999), *Fight Club* (1999), *Amores perros* (2000) og dogmefilmen *Festen* (1998) (Rombes 2005a: 2). Det er snakk om en teoretisk enhet, ikke en bevegelse der aktørene faktisk er knyttet sammen. Som eksemplene over viser, er det også snakk om filmatiske uttrykk som er svært forskjellige fra hverandre. Fra den åpenbart håndholdte og amatøristiske tilnærmingen i *Blair Which*, til et langt mer påkostet, men likevel

“rått” og “skittent” uttrykk i *Fight Club*, mener Rombes at det finnes fellestrekk. Han beskriver essensen av “new punk cinema”:

What links new punk films and directors together is a do-it-yourself sensibility, an almost romantic notion that anyone can create something that matters, a troubled desire for and yet a suspicion of authenticity and the Real, an approach to film-making that foregrounds the medium of film itself, and an interest in simplicity which, ironically, allows for great freedom and experimentation (Rombes 2005a: 12)

Slik “new punk cinema” kommer til uttrykk her gir tendensen gjenklang, både i Take Away Shows-universet og i konstruksjonen av indie som sjanger og kultur: DIY-tilnærmingen, interesse for enkelhet og et slags ambivalent begjær for å uttrykke noe autentisk.

Videre stiller “new punk cinema” seg også i et motstandsforhold til storproduksjon og mainstream, men med en grad selvrefleksjon: “If at the heart of new punk cinema is the attempt to create something more ‘authentic’ than standard blockbuster material, it is an attempt shot through with a deep awareness that authenticity is itself a construct” (Rombes 2005a: 16). Dette selvreflektive ligger også bak Take-Away Shows og indie, og sammenstillingen av de to “enhetene.”

Dogmefilmen er én av de filmatiske tendensene som inkluderes under fanen “new punk cinema.” Dogme 95 ble oppfattet som en reaksjon mot Hollywood-filmens overdådighet (både tematisk og økonomisk) og illusjonspreg, og ble frontet av en gruppe danske filmskapere, med Lars von Trier og Thomas Vinterberg i spissen (Braaten, Kulset og Solum 2000: 190-191). Vinterberg og von Trier skrev et manifest som inneholdt en “kyskheterklæring.” Hvorvidt dette var ment ironisk eller ikke har vært gjenstand for mye diskusjon: “Dogma’s Vow of Chasity has been variously praised on the one hand as revolutionary and, on the other as a cynical publicity stunt. In truth, it is both” (Rombes 2005b: 81). Steven Rubio, som behandler new punk cinema-forbindelsen til dogmefilmen, hevder på sin side at Dogme 95 står i en ambivalent stilling i forhold til punkideologien:

The Dogma 95 movement two decades later echoed many of the concerns of the punks, and offered a similarly low-fi attack on the vapid nature of much technologically advanced art, but the very existence of a Manifesto, whether or not the intentions were ironic, was antithetical to punk (Rubio 2005: 148)

Dogmemanifestet består blant annet av 10 punkter, hvorav punktene 1 til 5 er særskilt relevante i forhold til Take-Away Shows (von Trier og Vinterberg 2005: 88):

1. Shooting must be done on location. Props and sets must not be brought in (if a particular prop is necessary for the story, a location must be chosen where this prop is to be found).
2. The sound must never be produced apart from the images, or vice versa. (Music must not be used unless it occurs where the scene is being shot.)
3. The camera must be hand-held. Any movement or immobility attainable in the hand is permitted. (The film must not take place where the camera is standing, shooting must take place where the film takes place.)
4. The film must be in color. Special lighting is not acceptable. (If there is too little light for exposure the scene must be cut of a single lamp attached to the camera.)
5. Optical works and filters are forbidden.

Punktene kan nesten leses som en beskrivelse av Take-Away Shows prinsipper: filming “on location, diegetisk lyd, håndholdt kamera, fravær av kunstig lyssetting. Det mulige unntaket er punkt 5, om filterbruk. Som nevnt har jeg ikke lyktes i å finne noe avkreftende eller bekreftende informasjon i forhold til dette.

Det er likevel viktig å påpeke at det som er strenge, om enn muligens ironiske, regler for dogmefilmen i større grad framstår som pragmatiske valg i Take-Away Shows. Et eksempel som illustrerer løsninger i forhold til fraværet av kunstig belysning er en av R.E.M.s videoer (*#89.1: R.E.M.: "Until The Day Is Gone"*), der bandet gjør en akustisk performance på en bro etter mørkets frambrudd. Lyskildene er lysene til to biler, én ved hver av broens ender. Dogmepunktene nevnt her er nærmest nødvendig for å kunne gjennomføre videoprojektet med enkle midler. Dermed oppnår TAS og dogmefilmen en lignende estetikk gjennom motsatte bevegelser mot resultatet; der dogmefilmen får sin estetiske særegenhet fra et utgangspunkt i manifestet, oppnår TAS sin estetikk gjennom praktiske og gjennomførbare valg. Det skal selvsagt ikke underslås det også i TAS ligger klare tanker og ideer bak, men det nærmeste man kommer et manifest er beskrivelsen som startet dette kapittelet. I og med at det ikke presenteres som en manifest, men som en forklaring av hvilke tanker som ligger til grunn, kan man kanskje forstå Take-Away Shows som enda nærmere en “ny punk”-tanke. Relasjonene til punken, og i forlengelsen av den, indie, kommer også til overflaten i forhold til Take-Away Shows’ framvisning av live musikk. I det følgende vil jeg kort ta for meg hvordan TAS forholder seg overfor den ordinære konserten, og dokumentasjonen av den.

### 3.6.3 Konserten og dokumentasjon

Konserten er et viktig domene for populærmusikalsk formidling, og har stor betydning for kulturøkonomien. Will Straw skrev for om lag ti år siden at konsertklimaet hadde blitt betraktelig endret, fra et system som tok utgangspunkt i at turnévirksomhet promoterte nye plater, til et voksende fokus på musikk som er kjent for publikum: “While live performance long served as the context for experimentation and the trying-out of new material, they are increasingly among the most conservative of musical events, occasions to revisit music which is familiar and tested” (Straw 2001: 57). Konsertenes dreining fra det eksperimentelle til det mer konservative hva gjelder det musikalske, får en utfordring i det spektakulære visuelle sceneshowet som tidvis framvises av populærmusikkens største stjerner.

Videre har *dokumentasjon* av live performance har spilt en viktig rolle for populærmusikken og den omliggende visuelle kulturen. Konsert-videoer og -DVDer har blitt en del av musikkonsumpsjonen. Det er gjerne forholdsvis kommersielt suksessfulle band og artister som får mulighet til å utgi slike produksjoner, som ofte dokumenterer spektakulære sceneshow. Teknologisk utvikling har også her endret mulighetene for å gi folk tilgang til musikk og bilder: med en mobiltelefon med videoinnspillingsmuligheter kan man forevige et hvert sceneshow og i ettertid publisere det på internett. Det skal selvsagt ikke underslås at slike “bootleg”-videoer oftest bryter med opphavsrettslige bestemmelser, men dette er svært vanskelig for aktørene på musikkfeltet å kontrollere og begrense, det ligger i internettets struktur.

Dokumentasjonselementet, og ønsket fra skapernes side om nettopp å dokumentere live musikk, er meget sentralt i Take-Away Shows. Men både formen for konsert og formen for dokumentasjon er som allerede beskrevet annerledes. TAS-videoene viser generelt det man på sett og vis kan omtale som forskjellige typer *intimkonserter*. Intimkonserter viser som regel til det som skjer når artister med et visst publikum gjør opptredener for et lite publikum i en mindre setting enn det disse artistene normalt gjør. Slike konserter kan også ofte være akustiske, hvis musikken “tillater” det. Intimkonsertene står høyt i det man kan oppfatte som et hierarki av live performance som domene for underbygging av autentisitet:

For many critics, fans, and musicians there is a perceived hierarchy of live performances, with a marked tendency to equate the audiences’ physical proximity to the actual ‘performance’ and intimacy with the performer(s) with a more authentic and satisfying musical experience (Shuker 2005: 153)

En fysisk nærhet mellom videopublikummet for artistene i TAS er selvfølgelig ikke tilstede i direkte forstand, men videoene viser like fullt fram en intimitet som kan oppleves av seerne, og fortolkes deretter. Forskjellen fra ordinære intimkonserter oppstår videre i det uannonserte og uplanlagte ved TAS, i motsetning til intimkonserteres vanlige billettsalg eller invitasjoner som regel er gjeldende strategier.

Take-Away Shows kan i tillegg sees i lys av “un-plugged”-bølgen på 90-tallet, med MTVs intimkonserter i sentrum. Keightley peker at dette ikke er en faktisk frigjøring fra elektrisk teknologi: “[...] these must be understood as *symbolic* ‘unpluggings’ and *virtual* intimacies, since without microphones, video cameras and massive electronic networks these acts of ‘direct’ communication would not occur” (Keightley 2001: 135). Igjen gjør Take-Away Shows også bruk av teknologi, men videoprojektet er likevel nærmere en DIY-versjon av “un-plugged”-videoer gjennom at den teknologien som anvendes, både i produksjonen og distribusjonen ikke er avhengig av store økonomiske ressurser eller formatert kringkasting i fjernsynsnettverk.

Skribent Cian Traynor, som ved flere anledninger har intervjuet Vincent Moon, beskriver Take-Away Shows som “guerilla filmmaking” (Traynor 2008: 56). I relasjon til et slikt begrep står det Spencer omtaler som “guerilla gigging” - spontane konserter som gjerne annonseres via internett eller SMS (Spencer 2008: 328-331). En slik form for organisering av performance har en del til felles med Take-Away Shows: “Guerilla gigs break the traditional formula of the live experience [...]. They are accessible, free events with the thrill of the illegal” (Spencer 2008: 330). Dette henspiller også på Moons uttalelser om at det aldri er snakk om å be om lov for at bandene skal få spille et gitt sted (MarBelle 2008).

I vår digitaliserte hverdag kan Take-Away Shows og andre lignende prosjekter bli viktige som nye muligheter for formidling av “live” musikk. TAS bidrar samtidig bidrar til å utvide vår forestilling om hvor, når, på hvilke grunnlag, og med hvilke resultater en populærmusikalsk opptreden kan finne sted. I tråd med diskusjonene under fanen “audiovisuell kontekst” kan Take-Away Shows muligens best forstås som en hybrid form bestående av én del musikkvideo, én del intimkonsert, og én del “new punk cinema”-som har gitt inspirasjon både på det visuelle og musikalske planet.

I dette kapittelet har jeg undersøkt Take-Away Shows fra forskjellige vinkler, med fokus på beskrivelser, kontekstualiseringer og diskusjoner i ulike retninger. Jeg startet med å fortelle

hva videoprojektet er, hvem som står bak og hvilke tanker disse aktørene har. Videre beskrev jeg hvordan det visuelle og musikalske arter seg, på et generelt plan. Deretter så jeg på TAS sin tilstedeværelse på internett, for nå til sist å undersøke det jeg kalte for prosjektets audiovisuelle kontekst. Gjennom hele kapitlet har assosiasjonene til indie både blitt spesifikt omtalt og ligget under debattene, gjennom diskusjoner om uavhengighet, DIY og autentisitet. Tiden er dermed inne for å gå i dybden på enkelte bidrag til den store og stadig voksende Take-Away Shows-“katalogen”, for å se på hvorvidt Take-Away Shows lykkes i å formidle den spontaniteten og spenningen i live musikk som idealiseres i prosjektet generelt.

## 4 Fortolkninger

I think it's more interesting with an element of danger [...] You don't know what's going to happen in the next five minute or how people in the street will react. What unfolds from that moment on is a mystery: you know there'll be a band, a camera and some form of alluring chaos. All those little moments are the bits that make the videos. It's something you just can't predict" (Moon intervjuet i Traynor 2008: 56)

I dette kapittelet vil jeg gjøre lesninger av et utvalg videoer fra Take-Away Shows. Fortolkningene vil eksemplifisere trekk, både ved videoprojektet og indiesjangeren, samtidig som enkelte trekk også kan utfordres. Målet er, i henhold til problemstillingen, å se på hvordan TAS og indie henger sammen på flere nivåer. Avslutningsvis vil jeg undersøke nettopp disse forbindelsene, både i generell og spesifikk forstand, ved å trekke tråder gjennom hele oppgaven, i punktet stilt som et spørsmål: "TAS: Et autentisk indie-videoprojekt?"

For å konkretisere hva som skjer i TAS, og hvordan forbindelsene mellom indiesjangeren og videoprojektet arter seg, vil jeg trekke autentisitetsdebattene fra de tidligere kapitlene ett skritt videre, langs Allan Moores tese i artikkelen "Authenticity as authentication." Moore argumenterer for at akademiske betraktninger på autentisitet bør gå bort fra å se utelukkende på skapernes/avsenderens intensjoner, og heller bevege seg mot overveielser av aktivitetene til de ulike mottakerne, med fokus på årsakene de kan ha for å finne, eller ikke finne, en gitt performance autentisk (Moore 2002: 221). Moore spør seg hvem, heller enn hva, som blir *autentisert* i en gitt performance. Tre svar er mulig, avhengig av om det er artisten selv, dens publikum, eller en (fraværende) annen som blir autentisert (Moore 2002: 220). Han presenterer en tredelt autentisitet som han kommer fram til gjennom å syntetisere visse betraktninger fra andre teoretikere.<sup>37</sup> Som utgangspunkt og viktigste prinsipp hos Moore står oppfatningen om at autentisitet er konstruert.

Den første typen, førstepersonsautentisitet eller "uttrykksautentisitet"(Moore 2002: 214) relateres til en fortolkning av det oppfattede uttrykket til et individ på vegne av et publikum:

---

<sup>37</sup> Jeg vil ikke gå inn på hver enkelt av disse her, da Moores egen behandling er den sentrale i denne omgang.



[...] ‘first person authenticity’, arises when an originator (composer, performer) succeeds in conveying the impression that his/hers utterance is one of integrity, that it represents an attempt to communicate in an unmediated form with an audience (Moore 2002: 214)

Den neste kategorien kalles tredjepersonsautentisitet eller “utføringsautentisitet”: “This arises when a performer succeeds in conveying the impression of accurately representing the ideas of another, embedded within a tradition of performance” (Moore 2002: 218). Denne typen er knyttet til den første, ettersom delt eller i minste fall analog erfaring kreves av eksempelvis en autentisk rockesanger (Moore 2002: 216). Kollektiv erfaring er et stikkord her. Andrepersonersautentisitet eller “erfaringsautentisitet” forekommer når “a performance succeeds in conveying the impression to a listener that the listener’s experience of life is being validated, that the music is ‘telling it like it is’ for them” (Moore 2002: 220). Disse inndelingene er ikke rigide, som vi kan se ved at de samme faktorene kan knyttes til flere samtidig.

Hvordan møter vi disse konstruksjonene i Take-Away Shows? De forskjellige typene kan knyttes både til de spesifikke utøverne, og til videoprojektets rom for performance, som de får utfolde seg i. Uttrykksautentisiteten er åpenbart tilstede, hele prosjektet bærer preg av en tilsynelatende søken etter direkte kommunikasjon mellom artist og tilskuer, på tross av de fysiske avstandene og graden av mediering nettvideoer rent reelt innehar. Musikerne autentifiseres gjennom at mange av de teknologiske rammene de vanligvis har rundt seg skrelles av, og gjennom å vise seg “som de er.” Utføringsautentisiteten, knyttet til performancetradisjoner, er spesiell i Take-Away Shows, ettersom de fleste deltakerne tar del i en akustisk tradisjon de ikke nødvendigvis forfekter ellers. I alle tilfeller kan den akustiske tilnærmingen gjenkjennes som en viss validering av det enkle og nedstrippede, og muligens også som en tilbakeskuende bevegelse.

I forhold til erfaringsautentisitet har Moore et poeng i argumentasjonen sin som bør trekkes fram:

Dispassionately speaking, of course, this commercial/authentic polarity is illusory, since all mass-mediated music is subject to commercial imperatives, but what matters to listeners is whether such subjection appears to be accepted, resisted, or negotiated with, by those to whom they are listening (Moore 2002: 218)

Nettopp en slik motstand mot eller forhandling med kommersialitet finner man i indie-sjangeren generelt, noe som kommer til uttrykk i møtet med flere av bandene jeg vil ta for meg i dette kapittelet. Erfaringsautentisiteten handler som forklart over om en autentisering av publikum, og deres følelse av å bli autentisert gjennom performance. Tilhørighet og felles

verdier har relevans her, hvorvidt lytteren eller seeren opplever at deres syn på verden artikuleres gjennom populærmusikken.

Performance som åsted for autentisitetsskonstruksjoner er et omdreiningspunkt for Moore. Simon Friths diskurser omkring performance og liveaspektene ved populærmusikken, hentet fra *Performing Rites*, framstår derfor som nyttige tanker å ha med seg i forhold til disse diskusjonene. Performance handler om prosess, sier Frith:

First, the term “performance” defines a social – or communicative – process. It requires an audience and is dependent, in this sense, on interpretation; it is about meanings [...] My second general point follows from this: the performance artist depends on an audience which can interpret her work *through its own experience of performance*, its own understanding of seduction and pose, gesture and body language (Frith 1996: 206, kursiv i original)

Videre spesifiserer Frith live performance, med simultane prosesser som en viktig karakter: “First, in describing something as a ‘live’ performance we are drawing attention to a situation in which thinking and doing are simultaneous. [...] *all* live performance involves both spontaneous action and the playing of a role” (Frith 1996: 207).

Frith poengterer et særlig viktig element ved live performance – nemlig gleden og fornøyelsen som ligger hos tilskueren: “[...] one of the recurring pleasures of popular culture is the difficult or spectacular act, the drama which lies precisely in its liveness, in the resulting sense of risk, danger, triumph, virtuosity: we need to see things we know must be live” (Frith 1996: 207). Tidvis tas dette noe dramatiske til det en slags ekstrem situasjon i Take-Away Shows, gjennom at bandene flyttes ut blant mennesker som slett ikke har oppsøkt musikken deres, slik publikummet deres normalt gjør gjennom å gå på konsert. For videopublikummet kan dette resultere i en usikkerhet omkring hvorvidt musikerne virkelig kan “få det til.” Sitatet som innledet dette kapitlet er et uttrykk for denne spenningen; de små hendelsene og tilfeldighetene er med på å gi videoene en følelse av at alt kan skje, innenfor sannsynlighetens grenser.

Frith snakker videre om “framing”: “Performance may only make sense through the everyday, but “public performance” also describes something marked off from the everyday, something in which when the everyday does appear it is as a joke, and intruder” (Frith 1996: 207). Her står Take-Away Shows i en spesiell stilling; gjennom det hverdagslige inntog i performancene vi blir vitne til, eller motsatt – at performance presses inn i folks hverdagsliv. Performancene står ut i det hverdagslige, men jeg er ikke sikker på at det dagligdage alltid

oppfattes som en inntrenger; snarere kan dette trekket være med på å gi videoprojektet en virkelighetstilknytning innholdsmessig.

Musikkvideoen er i følge Frith sentrert rundt velkjente konvensjoner når det gjelder *hvor* den situerer artistene: “While most videos do, in fact, set their stars front stage and in the recording studio or back stage and in the rehearsal room, they also move them out of a musical context – into the everyday (the street, the home); into the fantastic (the dream, the wilderness)” (Frith 1996: 225). Take-Away Shows er et eksempel på denne bevegelsen ut fra den musikalske konteksten og inn i hverdagen, i bokstavlig og reell forstand. Nå kan det argumenteres for at både gata og hjemmet kan framstå som musikalske kontekster. Utstrakt bruk av mobile musikkspillere som vi har sett de siste årene, kan bety at hverdagslige og urbane settinger oppfattes som musikalske “rom” av den som har musikk på øret. I tillegg kan de hverdagslige miljøene “musikaliseres” gjennom Take-Away Shows, ved at gatehjørner og leiligheter blir nye scener, i en viss forstand.

Moore og Friths teoretiseringer gir, sammen med behandlingene i de foregående kapitlene, et utgangspunkt for å undersøke spesifikke videoer som eksempler på og deler av det helhetlige Take-Away Shows-prosjektet. Før jeg tar fatt på videoene vil jeg si noe om hvilke konkrete informasjonskilder som utgjør grunnlaget for lesningene, og hvordan jeg har gått fram i mine fortolkninger.

## 4.1 Fortolkningsstrategier

I dette kapitlet ønsker jeg å belyse og eksemplifisere framtrepende egenskaper både ved indiesjangeren og Take-Away Shows, gjennom fortolkninger av spesifikke videoer. De sentrale omdreiningspunktene – autentisitet og uavhengighet – er allerede undersøkt i Take-Away Shows som overordnet prosjekt. Her vil jeg identifisere og fortolke egenskaper ved de spesifikke videoene, samt å se på hvordan det gitte bandet/artisten kan knyttes til indiesjangeren, også utenfor videoprojektets kontekst.

Hovedsakelig bygger lesningene jeg her presenterer på to fokuspunkter; de audiovisuelle komponentene, samt bandenes og videoens bakgrunn. Selve videoene med sine audiovisuelle komponenter er hovedempirien, og dermed det viktigste “åstedet” for undersøkelse. Spørreordene brukes som retningslinjer for å svare på spørsmålene om hva det er som egentlig skjer i disse videoene:

Hvem?	Hvor?	Hva?	Hvordan?
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Hvilke aktører deltar? Musikere, filmteam, publikum</li> <li>•Hva slags interaksjon er det som foregår?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Betydningen av miljø og setting?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Musikalske trekk?</li> <li>•Visuelle elementer?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Konstruksjon av videoen?</li> <li>•Den audiovisuelle helheten?</li> </ul>

**Figur 2: Spørsmål som verktøy i fortolkningsprosessen**

Enkelte av spørsmålene er konkrete, mens andre er mer åpne og delvis hypotetiske. Til sammen fungerer de som verktøy for å konkretisere viktige punkter fra de foregående kapitler.

I tråd med tilnæringsmåtene jeg skisserte i innledningskapittelet er tekstuell analyse og utforskningen av eventuelle intertekstuelle forbindelser sentrale for mine fortolkninger. Fokuset ligger på det audiovisuelle, jeg vil se på hvordan lyd og bilde virker sammen. Når det gjelder den musikalske delen av tekstene vil jeg se på hvordan forskjellige koder virker sammen. Hawkins presenterer slike grunnleggende musikalske koder, og han kategoriserer dem som henholdsvis stilistiske og tekniske koder:

Grounded in a socio-cultural location, *stylistic* codes are relatively discernible through performance, genre and musical trend. In this way, they also relate to categories of idiolects, sub-codes, dialects and norms. On the other hand, *technical* codes are more specific and identifiable through established music-theoretical parameters that denote musical units and structures, such as, for example, pitch, melody, rhythm, chord progressions and texture. In addition, these technical codes can be extended to accommodate components of production: the mix, studio effects, the configurations of recording, and the polyphony of multi-tracking. Most importantly, it is through their arrangement within the recorded audio space [...], that stylistic and technical codes are blended into the compositional design (Hawkins 2002: 10, kursiv i original)

De stilistiske kodene er de mest relevante for min problemstilling, men jeg vil også kommentere enkelte av de tekniske kodene som står ut i den spesielle produksjonen Take-Away Shows forfekter. Eksempelvis kan rytme, toneleie (“pitch”) og tekstur være musikalske enheter som har relevans for hvordan det musikalske arter seg. Begge typer koder har generelt betydning for hvordan bandene takler utfordringene videoprojektet pålegger dem, blant annet gjennom mobilitet og et akustisk fundament. I forlengelsen av dette er det også et poeng å vise til hvilken instrumentasjon som brukes, da disse valgene legger føringer på det musikalske uttrykket.

Under *bakgrunn* vil jeg introdusere bandet/artisten, samt undersøke deres respektive forbindelser til indiesjangeren utenfor Take-Away Shows. Her vil jeg også kort beskrive deres generelle musikalske stil, da dette har relevans for performancene. I tillegg vil jeg se på informasjonen på Take-Away Shows' hjemmeside; hver video har en skriftlig beskrivelse der videoenes historier kommer til uttrykk. Chryde er forfatter av tekstene som ledsager videoene jeg tar for meg her, med unntak av Sufjan Stevens-videoen.<sup>38</sup> Når jeg refererer til dem i mine fortolkninger oppgir jeg det etter følgende “mal”: “Chryde om *Fleet Foxes*.”

Bakgrunnen for utvelgelsen av videoer til å representere Take-Away Shows bør kommenteres. Med et så innholdsrikt og variert prosjekt har det vært viktig å velge ut passende videoer for en dypere utforskning, særlig med tanke på oppgavens mål om å kunne belyse og forklare *fenomenet* Take-Away Shows. Utvalget er gjort på bakgrunn av noen særskilte kriterier jeg mener vil bidra til å nå dette målet. For det første er det hensiktsmessig å kunne vise bredden i Take-Away Shows, samtidig som helheten i prosjektet kommer fram. Dette vil si at hverken de mest spesielle videoene eller de videoene som har aller mest til felles med hverandre tas med i denne omgang. Jeg har for øvrig valgt å begrense meg til det materialet som er å finne på Take-Away Shows sine hjemmesider, og derfor oppgitt lenkene dit som referanser i videografien. Det finnes interessante kommentarer på YouTube- og Vimeo-kanalen, men for avgrensningens skyld velger jeg bort disse kildene her.

Fem videoer er valgt ut i denne omgang. Bandene/artistene hvis videoer jeg tar for meg er Arcade Fire, Sufjan Stevens, Beirut, Fleet Foxes og Yo La Tengo. Arcade Fire-videoen vil bli viet mest oppmerksomhet, av tre særskilte årsaker. For det første var Vincent Moon og Chryde som nevnt inspirert av Arcade Fires publikumsstunt under ordinære konserter da de startet Take-Away Shows, bandet har dermed en helt spesiell tilknytning til prosjektet. For det andre er Arcade Fire et band som eksemplifiserer problematikken rundt indiebegrepet på en forbilledlig måte. For det tredje viser denne videoen framføring av to låter som på flere måter er svært forskjellige i to ulike kontekster, dermed fanger den flere momenter av videoprojektet enn de fleste andre videoer. Samtidig utfordrer videoen en grunnleggende idé bak TAS, da dette er en av få videoer som foregår i en setting som har mye til felles med den vanlige konserten.

---

<sup>38</sup> Navn på forfatter av teksten oppgis ikke til denne videoen.

De fire andre videoene vil også fortolkes med oppgavens problemstillinger i sentrum, om enn ikke like inngående. Grunnen til dette handler både om kvantitativ avgrensning og hvordan TAS samt forbindelsen til indiesjangeren best kan belyses og eksemplifiseres. Fordelen med å ikke gå fullt så dypt tilverks i møtet med hver video er at flere kan inkluderes, og dermed kan flere trekk undersøkes. Videoene utredes for øvrig i kronologisk rekkefølge, etter når de ble publisert på TAS' hjemmeside, og bildematerialet består av "snapshots" fra videoene.

## 4.2 Arcade Fire: "Neon Bible / Wake Up" (#41)



**Figur 3: Arcade Fire i heisen**

Det kanadiske bandet Arcade Fire ble dannet i Montreal i 2003. De har oppnådd kommersiell suksess med de to studioalbumene de har utgitt til nå, *Funeral* (2004<sup>39</sup>) og *Neon Bible* (2007). Det tredje albumet, *The Suburbs*, ble sluppet i august 2010. Bandet består av sju faste medlemmer<sup>40</sup>, samt at et varierende antall ekstra musikere er med både på enkeltspor på albumene og på turné, det er et slags musikalsk kollektiv. Win Butler er bandets leder, vokalist og gitarist, sammen med kona Régine Chassagne og bassist og gitarist Tim Kingsbury er han frontfigur for orkesteret.

Arcade Fires musikalske uttrykk og stil kjennetegnes av den rike, orkestrerte instrumentasjonen. På den ene siden er det noe pompøst og polert over musikken deres,

<sup>39</sup> *Funeral* ble først utgitt i Canada i 2004, men ikke distribuert i Storbritannia og resten av Europa før i 2005.

<sup>40</sup> Win Butler, Régine Chassagne, Tim Kingsbury, Will Butler, Richard Reed Parry, Sarah Neufeld og Jeremy Gara.

samtidig som produksjonsteknikken de bruker vanligvis er en form for “live” innspilling, der brorparten spilles inn av hele bandet samtidig og tas opp på analog tape (Frey 2007), med det resultatet at lydbildet framstår organisk og komplekst. Den utvidede pop-instrumentasjonen bidrar også til kompleksiteten, med strykere som hovedmoment, samt blåsere og akkordeon. Journalist Darcy Frey beskriver musikken deres på følgende måte: “a kind of surging, post-punk rock with dense orchestration cut through with painful and, at times, quite beautiful noise collages” (Frey 2007). Musikken preges av grunnleggernes forskjellige utgangspunkter og musikalsk bakgrunn, den gitarspillende Win Butler med sine indiereferanser<sup>41</sup> og Régine Chassagne med sin jazzskolering. Chassagne spilte for øvrig mandolin i et middelalderensemble og drev med komposisjonelle eksperimenter med 1600-tallsmusikk (Frey 2007). Verbaltekstlig handler Arcade Fires plater ofte om en liv/død-tematikk med et tidvis religiøst inspirert begrepsapparat. Dette kommer ukamouflert til uttrykk allerede i titlene på de to første albumene. Bandet eier også sitt eget studio – der *Neon Bible* og *The Suburbs* er spilt inn – en gammel kirke<sup>42</sup> utenfor Montreal.

Arcade Fire holder til i stallen til plateselskapet Merge Records, et uavhengig selskap med band og artister som Camera Obscura, M. Ward, Teenage Fanclub og The Magnetic Fields i stallen. I forkant av utgivelsen av andreplata *Neon Bible* ble bandet kontaktet av flere store plateselskaper, men valgte likevel å bli værende hos Merge. Win og Régine forteller hvordan de ser på forskjellene mellom mindre og større plateselskaper:

“Merge is like the labels used to be, based on someone’s tastes and interests in music” – [sier Win Butler, red.anm.] “– instead of statistics and marketing,” Régine says. “If you look at the Web sites of a lot of majors,” Win goes on, “they’re selling everything – hip-hop, country, Disney soundtracks. It’s the throw-a-lot-of-garbage-at-the-wall –” “– and-see-what-sticks-strategy,” Régine says (Frey 2007)

Tilhørigheten til de mer uavhengige sfærer av populærmusikken kommer også til uttrykk gjennom måten bandet opprettholder kontroll over eget materiale. Darcy Frey skriver om hvilke faktorer det dreier seg om, ved siden av det å være i stallen til et uavhengig selskap: “[...] Arcade Fire has shrewdly kept control of its affairs – paying for both albums itself, buying its own studio to record the second album and retaining the rights to all the master recordings; the band distributes its music by setting up licensing deals” (Frey 2007). Ved

---

<sup>41</sup> I følge Frey (2007) vokste Butler opp med å høre på band som Radiohead, The Pixies, The Smiths og The Cure.

<sup>42</sup> Kirken inneholder et pipeorgel som bandet har renoverert, det brukes blant annet i låten ”Intervention” fra *Neon Bible*.

utgivelsen av deres siste album har de opprettholdt denne kreative og økonomiske kontrollen (Brynhildsvold 2010).

Arcade Fire utviser med dette en tydelig gjør-det-selv-holdning, som er med på å understreke tilknytningen til indiesjangeren. Den kreative kontrollen de oppnår ved å gjøre en så stor del av arbeidet selv bør ikke overses. Måten de har holdt de større plateselskapene på en armlengdes avstand på, vitner om en gjennomtenkt holdning til sitt eget virke. Slik konstrueres også en form for autentisitet knyttet til troverdighet hos deres publikum. Samtidig utfordres enkelte indiekonvensjoner: Arcade Fire opptre nå ofte på store arenaer og har betydelige fanskarer i USA og Europa. Bandet er en slags motsats til “smallness”-trekket på flere måter: gjennom musikkens storslåtte og velproduserte karakter, og Butlers hang til å skrive om store og tunge temaer. Arcade Fire er i så måte med på å utvide og reforhandle indiesjangeren.

I Take-Away Shows framfører Arcade Fire spiller to låter: “Neon Bible” fra albumet med samme navn, og “Wake Up” fra *Funeral*. Bidraget finnes i forskjellige videoversjoner; en lang der begge låter framføres, og to mindre – én for hver låt. Den versjonen jeg vil se på er den førstnevnte, da det er denne som er tilgjengelig gjennom TAS’ hjemmeside. Det uvanlige er at videoen er nummerert som #41.1, noe som normalt tilsier at det finnes en #41.2, men dette er ikke tilfellet her. Videoen er omfattende, både tidsmessig<sup>43</sup> og innholdsmessig, og følger hele seansen.

Videoen viser bandet mens de forflytter seg fra backstage-området til konsertstedet Olympia i Paris før deres egen konsert der (19. mars 2007), via en heis ned til bakkenivå, og videre inn blant publikum på gulvet inne i konsertsalen. “Neon Bible” framføres en vareheis (!), mens “Wake Up” spilles midt i Arcade Fire-publikummet som venter på at bandet skal gå på scenen. Det hører med til historien at Arcade Fire er kjent for å gjøre nettopp slike “stunt”; bandet har ved flere anledninger innledet eller avsluttet konserter med en akustisk opptreden blant sitt eget publikum. Dette var som nevnt tidligere den opprinnelige inspirasjonen for Take-Away Shows, Chryde skriver det i klartekst i videoens beskrivende tekst: “The creation of Take-Away Shows is linked to Arcade Fire” (Chryde om #41.1: *Arcade Fire*).

Som introduksjon til de to performancene har Moon inkludert bilder fra Arcade Fires garderobe, der bandet varmer opp og gjør seg i stand. Vi følger musikerne derfra gjennom en

---

<sup>43</sup> Videoen varer i 15 minutter og 27 sekunder



rekke smale ganger til vareheisen. Belysningen på denne turen skifter fra kalde blåtoner til varmt gulaktig inne i heisen, et resultat av mangelen på ekstra lyssetting utover de lamper som allerede er der. Litt lirking må til for at alle musikerne skal få plass inne i det lille heisrommet (se figur 3). Når “Neon Bible” er overstått, åpnes heisdørene på baksiden av bandet. Det er for øvrig plausibelt å anta at heisen ikke kjørte underveis, den har tilsynelatende hverken lagd forstyrrende lyder eller bevegelser. Bandet, Moon og en (ukjent) mann med mikrofon trer ut i et stort lagerrom med tilgang til salen. Her hentes det fram en roppert, som Butler skal synges i. De entrer gulvet inne i konsertsalen til voldsom jubel, og setter kjapt i gang med “Wake Up.” Lyset her er svært dempet, slik det ofte er i konsertsaler før konserten begynner. Konsekvensen er at bildene blir utydeligere, kontrastene utvaskes.

Kontrastene mellom “Neon Bible” og “Wake Up” er tydelig både visuelt og musikalsk, og de speiler ytterpunktene i Arcade Fires repertoar. Bandet får dermed mulighet til å vise fram de forskjellige strengene de har å spille på, bokstavlig talt. Låtene forteller oss en hel del om bandets stil og sound. “Neon Bible” er lavmælt og nedstrippet, både på plate og i videoen. Dynamisk sett åpnes det med gitar og perkusjon, fulgt av vokal, deretter bygges låtens grunn ut med stryke- og blåseinstrumenter. Den avsluttes på samme dynamiske nivå som den startet med. Et av de mest iøynefallende elementene i videoen er det perkusive; i og med at en tromme ikke ville kunne få plass inne i heisen har et av bandmedlemmene tatt med seg magasiner som han i takt river ut én og én side på. I tillegg slår Régine Chassagne håndflaten opp i taket. Til sammen blir dette en intelligent løsning på en typisk utfordring som følger med Take-Away Shows – ting er ikke helt slik man er vant til, og da blir man nødt til å finne på noe som er gjennomførbart.

“Wake Up” er et slags “anthem” for Arcade Fire, en pompøs og grandios låt. Dette kommer imidlertid til uttrykk på forskjellige måter i innspilt versjon og i videoen. Studioversjonen er storslagen, blant annet på grunn av instrumentasjonen – elektrisk bandbesetning samt blåserække og strykere. I videoen er instrumentasjonen “spinklere,” denne versjonen oppholder seg i et høyere toneregister, der mandolinen er det fremste instrumentet i lydbilde, sammen med Butlers vokal som synges gjennom en roppert for å nå ut i den store salen. Likevel blir resultatet kraftfullt med et stort publikum som synger med fra første stund. “Wake Up” er i utgangspunktet den mest allsangvennlige sangen til Arcade Fire, og refrenget består av en enkel melodilinje uten tekst (det synges “ååå”/ “aaa”).

Låten har en mer spesiell form enn “Neon Bible.” Den starter med et rytmisk tema, som bandet nærmest har problemer med å holde “seigt” nok, tempoet endrer seg litt underveis. Sangens andre rytmiske figur er svært likt trommemotivet i Iggy Pop sin “Lust For Life.” Skiftet mellom disse to figurene markeres også i det visuelle, up-tempo-delen fører med seg en frenetisk kameraføring der fokuset flyttes fra bandet til den store folkemengden som utgjør publikummet. Hvorvidt dette er tilsiktet eller oppstår som et resultat av at både band og publikum “tar av” (både at de er enda mer aktive, og at Moon får større problemer med å stå eller bevege seg rolig rundt) er vanskelig å svare på. Effekten det får er i hvert fall påtakelig, den markerer det samme bruddet som musikken.

Interaksjonen mellom bandet og publikum på gulvet vises fram i videoen. Arcade Fire introduseres ikke for sitt eget publikum. Som videotilskuere hører vi at publikum er forberedt, men sannsynligvis har dette med å gjøre at folk venter at Arcade Fire skal gå på scenen.<sup>44</sup> Det tilsynelatende stuntet bryter ned en viktig og opprettholdt konsertkonvensjon: scenene er bandets domene, salen er publikums. Videoen er et av de ytterst få Take-Away Shows som foregår nær en ordinær konsertsetting: backstage og inne i en konsertsal med et tilstedeværende konsertpublikum. Gjennom den deltakelsen (klapping, synging og jubling) publikum viser er det tydelig at de setter stor pris på det som foregår, noe som selvfølgelig ikke er noen overraskelse, all den tid de har oppsøkt konserten som finner sted senere. Like fullt bidrar framføringen til å autentisere Arcade Fire overfor deres fanskare gjennom at bandet gir dem noe som oppfattes som unikt og spesielt.

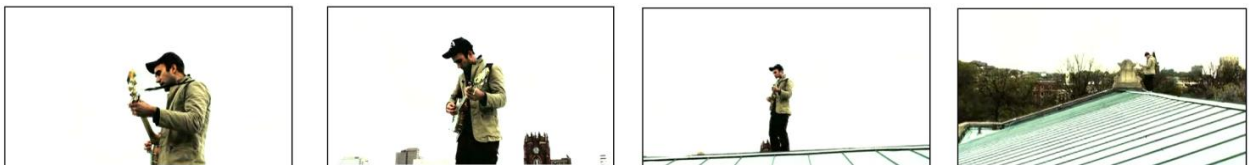
Filming av føtter er et gjennomgående trekk i Moons Take-Away Shows. Også i Arcade Fire-videoen vises det ved flere anledninger føtter og sko. Her later dette til å være bilder av praktisk natur, for eksempel som åpningsbildet der kameraet er plassert lavt, sannsynligvis nede ved Vincent Moons egne føtter. Det som da naturlig fanges av kameraets vinkel er bandmedlemmenes bein. Senere, når Arcade Fire har spilt “Neon Bible” og er på vei mot konsertsalen, holder Moon kameraet noen øyeblikk ned mot bakken, som om han like godt kunne skrudd det av. Men nettopp det at kameraet ikke skrur av illustrerer et viktig moment i TAS’ estetikk: det meste fanges opp, selv de små, praktiske valgene filmskaperen tar underveis.

---

<sup>44</sup> I følge den ledsagende teksten til videoen ble det vurdert om Arcade Fire skulle opptre i lokalene utenfor konsertsalen, mens oppvarmingsbandet fortsatt holdt på på scenen. Isteden bestemte de seg for å åpne sin egen konsert inne på publikumsnivå (Chryde om *Arcade Fire*).

Arcade Fires video viser tilsynelatende fram noe av den spontaniteten Take-Away Shows i utgangspunktet er på jakt etter. Selv om publikumsfrieriet deres også kan tolkes på en mer kynisk måte, er det liten tvil om at den tilstedeværende fansen ikke ser det slik; det vitner den hoppende gleden deres om. I så måte bevarer og utvikler bandet sin kredibilitet overfor kjernepublikummet, men for eventuelle andre, som ikke allerede oppfatter Arcade Fire som et band med integriteten i behold, kan det kanskje virke noe påklistret. Alt i alt formidles det like full en spesiell stemning og et fellesskap i videoen. Gjennom en svært konkret bevegelse ned fra scenen, la Arcade Fires performance-stunt grunnlaget for Take-Away Shows som sådan – og Moon må sies å lykkes i å forevige bandet på en måte som er rotfestet både i deres egne prinsipper og i videoprojektets premisser.

### 4.3 Sufjan Stevens – “Lakes Of Canada” (#50.2)



Figur 4: Sufjan Stevens på taket

Sufjan Stevens er den amerikanske artisten som har satt seg fore å gi ut ett album per stat i USA, til nå har han kun tilbakelagt to, hjemstaten *Michigan* (2003) og *Illinois* (2005). Han hører til under Asthmatic Kitty Records, et lite plateselskap han har stiftet sammen med sin stefar. Musikken til Stevens kan beskrives som et spenn fra eklektisk popmusikk med rik instrumentering og stort band til et lavmælt folkinspirert singer/ songwriter-uttrykk. I denne videoen er han alene uten band, og presenterer seg dermed innenfor den siste stilarten.

Stevens' bidrag til TAS ble spilt inn i forbindelse med MusicNow-festivalen i Cincinnati i 2007. Anledningen var Take-Away Shows 50-sesjoners jubileum, og resultatet ble en til sammen halvtimes lang video med flere bidragsytere. Stevens' video er skilt ut her. Videoen foregår oppe på taket av Memorial Hall i Cincinnati, og kan med den settingen gi assosiasjoner og intertekstuelle forbindelser til Beatles' berømte “roof-top concert.” I motsetning til Beatles sin tak-konsert er denne fullstendig utilgjengelig for potensielle tilskuere nede på gatene; det er altfor høyt oppe, det blåser, og det musikalske har svært lavmælt karakter, bokstavelig talt. Valget av innspillingssted gir også et interessant visuelt resultat: fordi det er overskyet framstår himmelen på videoen som en fullstendig hvit flate

(illustrert i figur 4). Både visuelt og musikalsk eksemplifiserer videoen en enkelhet og fullstendig nedstripping, det er svært få elementer involvert i de estetiske konstruksjonene vi blir vitne til.

Sufjan Stevens framfører en coverversjon av “Lakes Of Canada,” skrevet og utgitt av det amerikanske bandet The Innocence Mission. Det mest interessante med denne coverversjonen rent musikalsk er hvordan Stevens får den til å bli “hans egen”. En slik noe banal påstand må selvfølgelig underbygges. For det første bruker han sitt primære instrument, banjoen. Der de aller fleste andre sverger til den akustiske gitaren, bruker Stevens som regel banjoen som akkompagnement. Selv om banjoen de siste årene har blitt et mye mer vanlig innslag også utenfor country- og bluegrasstradisjonene, er det fortsatt en sjeldenhet med artister som opptrer alene med kombinasjonen banjo og vokal. For det andre legger han inn noen egne musikalske “varemerker”, som for eksempel en karakteristisk nynning i falsett. For det tredje er det verbaltekstlige innholdet noe Stevens selv kunne skrevet; den har et geografisk fundament på overflaten, med en underliggende symbolikk. Til sammen gjør disse faktorene at “Lakes Of Canada” kan framstå som en Sufjan Stevens-sang.<sup>45</sup>

Stevens’ video illustrerer en praktisk problematikk og utfordring; ikke alle deltakere er like begeistret for å faktisk gjennomføre Take-Away Shows. Stevens må først overtales til å forsøke å spille oppe på det forblåste taket (lyden av vind er beholdt på lydsporet). Han syns i utgangspunktet det er for kaldt, men får hentet en jakke og går med på å prøve en gang til. På tross av en viss mangel på velvillighet fra Stevens side, lykkes Moon og artisten sammen i å skape en eksemplarisk TAS-video, kjennetegnet av en enkelhet i det audiovisuelle, en uvanlig setting og utfordringer som overkommes.

## 4.4 Beirut – “Nantes” (#64.1)

Beirut er et amerikansk band som vokste ut av soloprojektet til frontfigur, vokalist og multiinstrumentalist Zach Condon. Bandet har gitt ut to album, *Gulag Orchestra* (2006) og *Flying Club Cup* (2007). Musikalsk kan Beirut beskrives som en slags hybrid mellom østeuropeisk og balkansk folkemusikk, fransk chanson og en amerikansk popsensibilitet. Condon skal etter sigende ha droppet ut av skolen, og reist rundt i Europa fra 16-årsalderen

---

<sup>45</sup> Første gang jeg så denne videoen, før videre undersøkelser, trodde jeg at “Lakes of Canada” var blant Stevens uutgitte materiale, men jeg ble raskt oppmerksom på at Innocence Mission sto bak gjennom kommentarene til videoen.

der han ble eksponert for europeisk musikk (Mason 2010). Generelt har blåsere ofte en prominent plass i produksjonen, sammen med Condons ukulele, vokalharmonier, perkusjon og akkordeon, samt flere andre instrumenter. På det første albumet spilte Condon inn de fleste instrumentene selv, mens på andreplaten tok han med seg flere musikere i innspillingsprosessen. Under liveopptredener består Beirut av et varierende antall musikere. I Take-Away Shows har Condon med seg seks av sine egne, samt to medlemmer av Okkervil River.



**Figur 5: Zach Condon flankert av resten av Beirut**

Videoen er spilt inn i Rue Oberkampf i Paris, i juli 2007. Vi får i starten se Zach Condon nynne det som best kan beskrives som hovedriffet i låten “Nantes”, som etter hvert framføres i sin helhet. Fortekstene klippes sammen med klipp av bandet som forbereder seg, og ender opp i opptakten til sangen. Condon setter i gang “Nantes” gjennom å klappe takthastigheten han vil ha, og akkordeonisten spiller akkordene som fortsetter å ligge under gjennom hele sangen. De to går sammen nedover gata, Condon synger, og snart kommer de fram til resten av orkesteret, som står oppstilt foran en dekorert betongvegg<sup>46</sup> der det også står flere søppelkasser (se figur 5). I det andre vers begynner viser Condon tegn til resten av musikerne, de kommer dermed inn. Bandet står i halvsirkel rundt vokalisten, man legger merke til at trommeslageren spiller på søppelkassene, et etter hvert velkjent TAS-“triks.” Trommis Nick Petree har også plassert en liten tromme mellom søppelkassene.

<sup>46</sup> Jeg har ikke lyktes med å finne ut hvem som står bak veggmaleriet.

Vincent Moon fokuserer en stund på dette utsnittet der alle bandmedlemmene vises. Deretter går han inn blant dem med kameraet, filmer nærmere musikerne, og drar kameraet rundt slik at man også får se hva som foregår foran og på hver side av bandet – man får et inntrykk av hele miljøet. En ekstra gitarist er med, frontfigur i Okkervil River, Will Sheff. I tillegg er forhenværende trommeslager i samme band, Travis Nelsen, til stede, uten at han ser ut til å bidra til det musikalske. Okkervil River har for øvrig sitt eget *Take-Away Show (#6 Okkervil River)*. Til venstre for bandet ligger en kafé med fortausservering, til høyre går en bilvei.

Beirut framstår i mye større grad som et orkester enn de andre bandene som diskuteres her. Måten Condon leder musikerne på og gir signaler i forhold til låtens gang gjenspeiler tilknytningen til europeisk folkemusikktradisjon. Denne orkesterlederrollen vitner om en annerledes performancestrategi enn de fleste andre bandene involvert i TAS. Der eksempelvis Arcade Fire også har en utvidet bandsammensetning, benytter de mer subtile signaler seg i mellom.

“Nantes” eksemplifiserer gatemusikkelementet i TAS, det er performance og underholdning for tilfeldig forbipasserende. Ikke alle er begeistret, vel og merke, noe som kommer fram av ansiktsuttrykkene til enkelte av de forbipasserende. Man ser folk haste forbi uten å ta særlig notis (slik man ofte gjør i møtet med gatemusikere), andre går mer demonstrativt videre. Andre igjen stopper opp, og det befinner seg etter hvert en liten folkemengde på fortauet foran bandet. Kafégjestene kan ikke gjøre stort med at et storband opptrer midt i det som for alt vi vet kan være lunsjen deres, men de aller fleste ser avslappet eller interesserte ut, og klapper entusiastisk etterpå.

Beiruts video viser altså fram sin musikalske stil og performance med inspirasjon utover vestlig populærmusikk, i en gatesetting med tilhørende utfordringer. Alt i alt formidles det en spille glede hos musikerne og en fornøyelse ved å underholde som later til å smitte over på de fleste rundt dem, selv om ikke alle tar del.

## **4.5 Fleet Foxes – “Sun Giant/Blue Ridge Mountain”**

Amerikanske Fleet Foxes er et forholdsvis “ungt” band, de seks medlemmene har holdt sammen siden 2006. I 2008 ga de ut sitt selvtitulerte debutalbum, det eneste albumet de til nå har sluppet, og fikk mye oppmerksomhet for sitt rendyrkede og luftige folksound, med en

Beach Boys-inspirert koring med distinkte harmonier. Musikkskribent Paul Lester beskriver Fleet Foxes på følgende måte:

[Fleet Foxes] are like The Beach Boys if they were a folk band or if they'd continued down the path they were travelling on their 1968 album of idiosyncratic hymnal non-religious church music, *Friends*. [...] They sometimes put two songs together as one, and they avoid choruses and verses in favour of long vocal rounds and alternating instrumental sections. They are rock but not rock, semi-acoustic but not alt country, using the electric rock band set-up to perform a new kind of folk music that is sepulchral yet secular, full of poignant observations about family, history, nature and the band's environment in the Pacific Northwest. (Lester 2008)

Disse trekkene formidles i Fleet Foxes' akustiske live performance, der hovedlåten også eksemplifiserer den spesielle låtstrukturen Lester beskriver.



**Figur 6: Fleet Foxes – fra nærbilde til panorama**

Fleet Foxes' video starter med en firestemt a capella-framføring av "Sun Giant" i parkområdet rundt *des Invalides*<sup>47</sup> i Paris. Mens dette foregår klippes det fram og tilbake mellom det syngende bandet og utsnitt av bandet som beveger seg til en annen "location," *Grand Palais*.<sup>48</sup> Chryde skriver at de ble sluppet inn i en avstengt fløy i komplekset av en venn (Chryde om *Fleet Foxes*). I virkeligheten er rekkefølgen på framføringene omvendt, bandet sang i parken *etter* at de hadde spilt innendørs (Chryde om *Fleet Foxes*). Etter hvert ender de opp i et kuppelformet, rundt rom, sammen med et lite publikum som står i ring med et par meters avstand seg i mellom langs veggen. De dekker hele veggen bortsett fra bak der bandet står, slik at man som videotilskuer ikke legger merke til disse andre før kameraet begynner å panorere rommet. Låten som framføres her heter "Blue Ridge Mountain," begge sangene er

<sup>47</sup> *L'Hôtel national des Invalides*, er et bygningskompleks bestående blant annet av domkirken (Eglise du Dôme) der Napoleon er gravlagt. Kirken er lett gjenkjennelig med sin forgylte kuppel.

<sup>48</sup> Grand Palais, som ble bygget til verdensutstillingen i Paris i år 1900, er et museumskompleks bestående av flere deler. Hovedbygningen er kjent for sitt karakteristiske glasstaket.

hentet fra deres eneste album til nå, selvtitulerte “Fleet Foxes.” Jeg vil først og fremst konsentrere meg om hoveddelen av videoen, som er opptaket av den sistnevnte låten.

Instrumenteringen for denne versjonen av “Blue Ridge Mountain” består av gitar, vokal og harmonisering, mandolin, melodika, xylofon, og en gulvtromme samt tamburin som perkusjon. Toneleiet som skapes er generelt diskantpreget, både fordi gitarist og vokalist Robin Pecknold bruker capo på 6. bånd, og på grunn av de øvrige instrumentenes høye leie. Imidlertid skifter både låten og pitchens karakter når perkusjonisten gjør sin entré. Trommen kommer inn i låtens andre del, og tilføyer et bass-skikte som ikke var der i låtens første del. Låtens struktur illustrerer Lesters poeng om en strategi der det kan høres ut som om to sanger settes sammen. Bruddet mellom de to delene av “Blue Ridge Mountain” signaliseres med perkusjonens inntreden, men markeres også i vokalmelodi og harmonisering, mens tonaliteten og tempoet forblir likt. I tillegg avrundes låten med en retur til introduksjonsakkordene, noe som rammer performansen inn som én låt.

Akustikken i rommet gir en spesiell klang som delvis samsvarer med Fleet Foxes’ lydbilde på plate. Live-versjonen her simulerer plateinnspillingens klang på en måte som vanskelig kan gjenskapes på en konsertscene, med de lydmessige karakteristikkene og muligheter man har der. Men i et kuppelformet, tomt rom med bare noen få mennesker til stede er det mulig å få til en ekkoeffekt. Ekkoet gjør imidlertid sitt til at timingen musikerne i mellom tidvis er litt skjev; antagelig treffer de bedre enn det høres ut som, men akustikken gjør at mikrofonene fanger opp instrumentene fra forskjellige hold. Særlig blir dette tydelig når perkusjonen kommer inn.

Måten det lille publikummet står på er interessant. De ti personene, som inkluderer Chryde, står langs den buede veggen med tilnærmet lik avstand seg i mellom. Dette ser svært organisert og iscenesatt ut, det stikk motsatte av det tilfeldige og naturlige, som preger mange av TAS-videoene. Slike noe påtatte estetiske konstruksjoner finnes i flere av showene, men her blir det ekstra tydelig at den spontaniteten som forfektes av Moon og Chryde slett ikke alltid kommer til uttrykk. Samtidig bidrar oppstillingen av tilskuerne til en sannsynligvis tilsiktet effekt som oppnås gjennom at Moon filmer i en slags sirkelbevegelse. Dette kan best beskrives gjennom bevegelsene til Moon og kameraet; bandet står i midten av rommet, mens tilskuerne altså står langs veggen, Moon forflytter seg i en ring rundt bandet og fanger dermed også resten av rommet, med nærbilder av bandmedlemmene i forgrunnen, og veggene samt publikum i bakgrunnen. Teknikken gir en sakte, spinnende følelse. Som variasjon på



spinningen rundt, panorerer Moon ut og fanger større deler av rommet og menneskene i det, i ett og samme utsnitt. Slik sett understrekes rommets runde og buede form, både gjennom Moons posisjonering, bandets plassering i midten, og publikums innramming av rommet.

Fleet Foxes' bidrag er et eksempel på heldige omstendigheter som ofte har stor betydning for hvordan Take-Away Shows kan understreke et bands opprinnelige uttrykk, ikke bare strippe det ned. Gjennom kuppelrommet som setting framheves Fleet Foxes' klang. I tillegg gir denne videoen inntrykk av en grad av planlegging som ikke alltid er tilstede; både i form av et gjennomtenkt innspillingssted og gjennom den konstruerte oppstillingen av publikum.

## 4.6 Yo La Tengo – “Part 1”



**Figur 7: Yo La Tengo – trommestikker og applaus**

Det amerikanske bandet Yo La Tengo<sup>49</sup> har eksistert siden 1984, og ble dannet av vokalist og gitarist Ira Kaplan og hans kone, trommeslager og vokalist Georgie Hubley. I dag består bandet av bassist James McNew sammen med Kaplan og Hubley. Yo La Tengo er et slags arketypisk indieband, gjennom at det oppfyller og eksemplifiserer en rekke av indiekriteriene: DIY-holdningen, “smallness” og tilhørighet hos et uavhengig plateselskap, Matador Records. Jason Ankeny beskriver bandet som noe av en indie-institusjon:

Yo La Tengo are in many respects the quintessential critics' band: in addition to their adventurous eclecticism, defiant independence, and restless creative ambition – three qualities that virtually guarantee music press acclaim – the groups frontman, Ira Kaplan, even tenured as a rock scribe prior to finding success as a performer [...] Prolific and mercurial, Yo La Tengo have ultimately transcended their myriad influences to ensconce themselves as a beloved institution of the indie community (Ankeny 2010)

Med en over 25 år lang karriere bak seg er det ikke overraskende at Yo La Tengos musikalske stil har utviklet seg betraktelig gjennom årenes løp. Opprinnelig forfektet bandet et “lo-fi,”

<sup>49</sup> Spansk for “jeg har det/den” (Ankeny 2010).

“skranglete” og punkinspirert lydbilde, ganske typisk for et indieband på slutten av 80- og starten av 90-tallet. Bandet har et nært referansepunkt i 60-tallets garagerock, deriblant Velvet Underground. Etter hvert har de som Ankeny beskriver framvist en rekke påvirkninger, og kan kanskje beskrives som et eksperimentelt popband i dag. Yo La Tengos medlemmer er for øvrig kjent for å være mediesky, de gjør sjelden intervjuer, og avslo Moon og Chrydes første forsøk på å få bandet med på Take-Away Shows (Chryde om *Yo La Tengo*).

Videoen er tatt opp i juni 2009, i bydelen Montmartre i Paris. To låter framføres i denne “Part 1” av Yo La Tengos deltakelse i Take-Away Shows. Den første er en coverversjon av The Troggs’ “With A Girl Like You”, en klassisk, litt ruskete 60-talls kjærlighetslåt.<sup>50</sup> Låtvalget illustrerer en utbredt indiestrategi, i følge Bannister:

Indie use of covers suggests a fairly strong debt to the past. Musically we might say that the harmonic and melodic basis of much indie music is pretty traditional – indeed ‘the good song’ was sometimes represented within indie as a paradigm of authenticity, as in the indie ‘pure pop’ model, which drew in turn on the idea of the three-minute pop classic (Bannister 2006a: 78)

Yo La Tengo har gitt ut en studioversjon av sangen, under bandpseudonymet Condo Fucks (på albumet *Fuckbook*, utgitt i 2009). Produksjonen er det som står mest fram i den innspilte versjonen: vokalen forsvinner fullstendig bak en vegg av gitarlyd (med en vrengeffekt skapt enten av “overdrive” eller “distortion”), som er skrudd svært høyt volummessig. Man må nesten kjenne melodien og teksten på forhånd for å høre den i bakgrunnen. Denne ekstremvarianten av garagerock blir helt snudd på hodet i TAS-versjonen. Den andre låten er “Our Way To Fall,” hentet fra albumet “And Then Nothing Turned Itself Inside-Out” (2000). I begge framføringer er instrumentasjonen to akustiske gitarer, perkusjon ved Hubley, og vokal/koring av alle tre.

Videoen introduseres til bilder, først av grønt løvverk, så av to små jenter som snakker til kameraet. Samtidig er et ekstra lydspor lagt til, vi hører riffet til “Our Way To Fall” i bakgrunnen. Deretter setter “With A Girl Like You” i gang, den framføres på en avsats til en utendørs trapp, slike som det er mange av på Montmartre-høyden. Publikum består av det som ser ut til å være en familie, barna (de samme som under introduksjonen) er i fokus i de filmatiske bildene. Hubley, som har hovedvokal på denne låten, står et par skritt foran Kaplan

---

<sup>50</sup> The Troggs er kanskje best kjent for balladen “Love Is All Around” (skrevet av vokalistene i bandet, Reg Presley) og en coverversjon av den klassiske rockelåten “Wild Thing” (skrevet av Chip Taylor). “With A Girl Like You” befinner seg et sted mellom disse låtene i uttrykk.

og McNew, og konstrueres som frontfiguren under denne performansen. Filmbildene under framføringen starter med at vi får se Hubleys spille med trommestikker på rekkverket til trappen, og lyden ligner på den man får når man slår på kanten av eksempelvis en skarptromme. Moon løfter kameraet og fanger Hubleys ansikt, for deretter å snu mot venstre slik at de to andre bandmedlemmene også introduseres i bildet. Videre forlenges bevegelsen mot venstre, og publikum fanges inn. Bevegelsene forholder seg generelt til trapperekkeret, og kamerahøyden er forholdsvis konsistent gjennom opptaket. Underveis fokuserer Moon på en slags rytmikk i det visuelle, gjennom å filme en av de små jentenes føtter; hun sitter på en avsats slik at føttene dingler under henne – nesten i takt med musikken, men ikke helt. Musialsk er framføringen gjennomført akustisk, med to gitarer som dobler hverandre. Låten går rett fram, med vers-refreng-basis, uten noen soloer. Hubleys vokal er stillferdig, men tydelig. McNew legger på vokaldobling på frasen i verset der det synges “ba-ba-ba-ba-ba – ba-ba-ba-ba-ba” (det rytmiske trykket ligger på siste “ba” i hver av de to taktene). Generelt ligger versjonen framført her, i sin mer nedstrippede drakt, nærmere the Troggs’ original enn Condo Fucks-versjonen.

For å markere overgangen til neste låt, og den faktiske forflytningen bandet har gjort i mellomtiden, klipper Moon inn bilder av de tre bandmedlemmenes sko, en for en, mens de går nedover trappetrinn. Igjen bruker åpningen av “Our Way To Fall” som lydspor, denne gangen som opptakt til resten av låten. Innspillingen finner sted på en benk ved en lekeplass (vi får etter hvert se lekestativer, barn og foreldre). Settingen gir et rikt innslag av ikke-musikalske lyder, særlig i starten tar disse lydene stor plass i produksjonen. Låten er i seg selv svært stillferdig, og er en forholdsvis innspillingstro performance. Kaplan har hovedvokal, han spiller igjen gitar sammen med McNew. I denne låten legger Kaplan på en del “fills,” men McNew tar seg av grunnprogresjonen. Hubleys bruker et rytme-egg, og legger på nynnende, subtil vokalharmoni på refranget. Fra andre refrang oktavdobler McNew Kaplans hovedstemme. Dermed oppnår de små dynamiske endringer med låtens utvikling.

Generelt har Yo La Tengos video har en slags helhetlig sommerlig karakter. Vi forstår at det er en solrik dag gjennom sollysets spill i ansiktene på musikerne og tilhørerne. Fargemessig er det et gjennomgående grønnskjær, særlig i den første delen, noe som kan komme av at sollyset treffer “scenen” gjennom løvverket i trærne nedenfor, og de grønne graffittibokstavene på veggen bak bandet.

Yo La Tengos bidrag til Take-Away Shows er et eksempel på hvordan en performance for et tilfeldig publikum kan fungere. Den framviser også reallydens sentrale rolle i form av en understreking av miljøet man trer inn i. Lydene bidrar i så måte til å inkludere performansen i en hverdagslighet, gjennom framheving av det som foregår bortenfor og ved siden av musikken.

Lesningene gjort i dette kapittelet er som nevnt ment å gå i dybden på enkelte kjennetegn ved det helhetlige videoprojektet. Gjennom undersøkelsene av hvordan de enkelte videoene framstår, søker jeg også å illustrere variasjonen som finnes. Nå vil jeg ta bruke disse spesifikke poengene, sammen med de generelle punktene fra de foregående kapitlene, til å undersøke oppgavens essens: forbindelsene mellom Take-Away Shows og indie.

## 4.7 TAS: Et autentisk indie-videoprojekt?

I innledningskapittelet skisserte jeg kort hvorfor jeg mener det finnes en forbindelse mellom indiesjangeren og Take-Away Shows. Jeg baserte meg i utgangspunktet på egne observasjoner i møtet med videoene og prosjektet, disse ble tidvis både utløst og styrket av andres omtaler og kommentarer. I starten handlet det om sammenhenger som var raskt ble synlige på (den umiddelbare) overflaten, så som videoprojektets estetiske nedstripping og det at artistene som deltok i Take-Away Shows ofte ble plassert i indiesjangeren. Man kan sånn sett skille mellom to nivåer av forbindelser. På den ene siden handler det om *resepsjonen* av Take-Away Shows. Kommentarer og omtaler påpeker at mange av de medvirkende artistene knyttes sammen gjennom at de tilhører ulike indiesjangere. De samme omtalene begrepsliggjør ofte TAS som et indieprosjekt gjennom anknytning til videoprojektets *produksjon*.

Etter hvert som undersøkelsene skred fram, ble disse forholdsvis umiddelbare observasjonene styrket og utvidet, gjennom diskusjonene og fortolkningene jeg har foretatt til nå. For å konkretisere forbindelsene mellom indie og Take-Away Shows, vil jeg trekke fram følgende hovedpunkter der det finnes grader av kulturell og verdimelessig relasjon: produksjonen, estetikken, distribusjonen, økonomien, agendaen, deltakerbandenes ståsted og uttrykk, samt autentisitetets-konstruksjonene.

Som jeg har vist forfekter Take-Away Shows en produksjon som preges av enkelhet, teknologisk nedstripping og umiddelbarhet. På det praktiske planet handler det om at TAS har

visse premisser som følges av alle som deltar: de er nødt til å framføre sin musikk der og da, ofte uten at det er tid eller mulighet for å gjøre flere forsøk på å få det “perfekt,” det er heller ikke snakk om noen “forskjønnning” i etterarbeidet – feil og avsporinger beholdes ofte, og enkle og tilgjengelige midler tas i bruk på begge sider av kameraet. TAS kan framstå som et forsøk på å fjerne elementer som kan oppfattes som hindringer i virkelighetsnær musikkformidling og musikalsk kommunikasjon. Alt i alt forfekter TAS en form for “lo-fi” og amatørisk tilnærming til det audiovisuelle og det innholdsmessige.

Slik fortolkningen av de fem utvalgte videoene viser er en videre fellesnevner den visuelle estetikken som utgjør Take-Away Shows. Settingene er svært forskjellige, men kameraets nærhet til hendelsene og filmbildenes håndholdte preg er gjennomgående. Hver video viser bevegelser fra små detaljer til større bilder som gir seeren innstrykk av en helhet. Det upolerte og uredigerte filmatiske materialet viser fram prosjektets hverdagslige og nedstrippede estetikk. Miljøene og settingene de nærleste videoene foregår i illustrerer videre noen sentrale ytterpunkter i Take-Away Shows. For det første møter vi to svært ulike manifestasjoner av det spektakulære i live performance. Arcade Fires versjon av “Wake Up” med et enormt kor av fans gir et nesten bombastisk inntrykk. Sufjan Stevens’ framføring befinner seg i andre enden av volumskalaen, men kan likevel oppfattes som spektakulær på den måten at videoen formidler en hårfin balanse mellom å mislykkes og det å frambringe et unikt opptak. For det andre viser eksemplene fram videoprojektets ulike publikumskonstruksjoner. Der Beirut er overlatt til tilfeldighetene hva angår reaksjoner fra publikum i sin gateperformance, er Fleet Foxes “trygt” plassert innendørs, med et utvalgt publikum.

Den utelukkende nettbaserte distribusjonen understreker prosjektets tilgjengelighetsaspekt. DIY-ånden kan på mange måter revitaliseres gjennom mulighetene internett gir for alle med en PC og en nettilkobling til å skape og presentere kulturelle produksjoner. Latent ligger også potensialet for å nå ut til mange uten å være avhengig av tradisjonell reklame. Man er imidlertid alltid avhengig av at noen snapper opp det man holder på med, finner det interessant, og omtaler det til andre, for at det skal kunne bli noen spredning av innholdet. Take-Away Shows har lyktes i få en viss “buzz” – prosjektet har blitt skrevet om i blogger, nettmagasiner og aviser. Samtidig oppnår TAS en uavhengighet basert på kontroll over konseptet innenfor de rammene aktørene ønsker.

Både produksjonen og distribusjonen gir inntrykk av å være gjort uten økonomiske ressurser i stor skala, snarere tvert imot. Den faktiske uavhengigheten dette kan gi er med på å knytte

prosjektet an til en indiemusikkultur, der reell økonomisk selvstendighet fortsatt verdsettes, selv om uavhengighetsetoset står sterkt også på en mer ideell måte. Prosjektet er på mange måter et forsøk på en ikke-kommersiell formidling av musikk. Vincent Moons agenda har lagt føringer for hvilke prinsipper Take-Away Shows bygger på, og hvordan det er tenkt spredt ut til interesserte seere. Tilgjengelighet og uavhengighet synes å være Moons fremste poenger i hans uttalelser rundt sitt eget virke. I tillegg utviser han en søken etter å formidle musikk på nye måter. Selv om Moon synes svært opptatt av å iverta kontrollen på sine egne prosjekter, legger han til rette for at andre kan inkluderes og bygge videre på hans arbeid, gjennom lisensiering som åpner for lovlig deling og bruk, samt direkte oppmuntring til interesserte om å ta kameraet i egne hender, så å si.

Bandene representert i fortolkningene illustrerer det musikalske mangfoldet indiesjangeren har i dag. Mens Arcade Fire eksemplifiserer en miks av post-rock- og lo-fi-forståelse av indies musikalske innhold, representerer Yo La Tengo en mer rendyrket lo-fi-tilnærming. Sufjan Stevens oppholder seg innenfor forskjellige konvensjoner, i TAS-tilfellet representerer han en nedstrippet akustisk variant av seg selv som artist. Beirut befinner seg i et gjennomført akustisk landskap, med referanser utover populærmusikken. Fleet Foxes forfekter på sin side et oppdatert folkinspirert lydbilde med påvirkning fra pop-pionerer som Beach Boys. Felles for de fem er en kompromissløs innstilling til egen produksjon, samtidig som alle har en vilje til å prøve ut nye formidlingsmåter gjennom deltakelsen i Take-Away Shows. Hva angår disse bandenes industrielle tilknytning gir alle i skrivende stund ut plater på svært små eller mindre plateselskaper, noe som vel å merke ikke har forhindret dem i å oppnå en viss kommersiell suksess, i ulik grad fra band til band.

Musikerne som generelt deltar i Take-Away Shows er en broket forsamling av artister og band fra hele verden, med en stor hovedvekt på angloamerikansk populærmusikk. Mens de fem nevnte band kan knyttes til indiesjangeren på ulikt vis, er det også enkelte artister, utfordrer åpenbart indieforbindelsen deltakerne i mellom, eksempelvis Tom Jones. Men selv om Jones' musikalske uttrykk i utgangspunktet befinner seg langt unna en indiekulturell tilhørighet, bidrar framføringene hans i Take-Away Shows til å vise ham fra en intim og nedstrippet side man sjelden ser (*Tom Jones: "Green, Green Grass Of Home"*). Mitt argument er heller ikke at *alle* musikerne i TAS passer perfekt inn i en indiesjanger som i seg selv er problematisk å definere, men at de aller fleste videoene bygger opp under assosiasjoner til en indiekultur. Dette kan føre til at band hvis bånd til indiesjangeren allerede

er sterke kan understreke disse. Samtidig kan band som i utgangspunktet befinner seg innenfor andre musikalske kategorier gjennom deltakelse i TAS forhandle sin stilling overfor det publikummet de får via videoene, som ikke nødvendigvis består av den vante fanskaren.

I forlengelsen av dette kan Take-Away Shows potensielt ha en interessant funksjon knyttet til musikkonsumpsjon og -resepsjon; videoprojektet gir seerne/publikum nye musikalske impulser og kan fungere som en arena for oppdagelse av nye band og artister. Slike arenaer er svært viktige kanaler for artister som ikke (enda) har blitt oppdaget av musikkpressen eller andre aktører som promoterer musikk. Som et helhetlig prosjekt binder TAS de ulike artistene sammen under én fane, noe som kan bidra til at om man først finner fram til videoene vil man kunne oppleve nye musikere side om side med dem man allerede kjenner til. Større suksessfulle band som R.E.M. kan tiltrekke seg et annet publikum enn de som oppsøker videoene av bandet the Hidden Cameras. Men potensialet er til stede for at seerne kan bli eksponert for eller bli nysgjerrig på musikk og musikere de ikke har vært borti tidligere.

Autentisitetdiskurser synes å gi relasjonen mellom indiesjangeren og Take-Away Shows ytterligere tyngde. Indieforskerne peker blant annet på enkelhet, live performanceidiomer og DIY-holdninger som sentrale elementer i indiesjangeren og kulturen rundt. TAS manifesterer slike verdier, både innholdsmessig, visuelt og musikalsk. Musikerne må skjære det musikalske uttrykket ned til beinet, de tvinges til å forholde seg til begrensningene, men får også anledning til å gripe mulighetene rammeverket gir. Gjennom en konkret “ned-fra-pidestallen”-bevegelse trekkes performansen inn i en uvanlig setting, vekk fra scenens teknologi og opphøyde status. Slik sett kan TAS delvis leses som en bevegelse bakover i historien, som noe litt gammeldags og “uteknologisk” – der en romantisk autentisitet framsettes.

På samme tid kan Take-Away Shows framstå som noe nytt og interessant. Dette understrekes av at konseptet har blitt tatt opp og videreført av flere aktører. Jeg tror det innovative potensialet først og fremst beror på måten vi er blitt vant til å oppleve og konsumere musikk på, der musikkinnspillingen, musikkvideoen og konsertscenen er de sentrale arenaene. Vi er rett og slett ikke vant til å se og høre musikere i andre settinger, det kan virke unikt og uvanlig. Hverdagsligheten og nærheten til aktørene kan bidra til en følelse av at man er vitne til noe spesielt som like fullt finner sted i virkelige miljøer. Sikkerhetsnettene som konsertens organisering (musikerne på scenen, publikum i salen) bygger på fjernes, og da oppstår nye forordninger og erfaringer på begge sider, både hos musikerne og publikum. Gleden og

spenningen, som både publikum, artistene og filmskaperne later til å oppleve, kommer til uttrykk i videoene. Dette er etter min mening blant de fremste og mest interessante trekkene ved videoprojektet som sådan.

Det bør understrekes at Take-Away Shows ikke er et privat prosjekt, selv om det utfordrer grensene mellom det private og det offentlige på flere måter, både for skaperne, publikum og artistene. Dette handler særlig om to viktige egenskaper ved videoene. For det første varieres det mellom intime, "hjemme-hos"-settinger og innspillinger i det offentlige rom, de sistnevnte er i teorien tilgjengelig for hvem som helst, om de tilfeldigvis er til stede der og da opptaket foregår. For det andre gir videoene et nært møte med artistene og musikken deres, de søker å være en form for realistiske og autentiske portretter. Kontrastene mellom Take-Away Shows og et polert og glamorøst univers av pop- og rockestjerner man ofte ser i vanlige musikkvideoer og andre offisielle opptredener blir viktige. Samtidig må vi huske på at aktørene er profesjonelle og bedriver performance og underholdning, selv om det intime, amatøristiske og spontane tilsnittet kan kommunisere noe annet.

Med dette har jeg argumentert for at videoprojektet Take-Away Shows kan knyttes til indiesjangeren og dens omliggende verdisett og kultur langs en rekke linjer. Det sentrale spørsmålet er ikke egentlig hvorvidt Take-Away Shows som prosjekt virkelig *er* et autentisk uttrykk for en moderne indiemusikkultur, men heller hvorvidt det kan oppfattes og forstås slik av publikum. Denne eventuelle oppfattelsen beror på hvilke estetiske og verdimeslige konstruksjonene man er mottakelig for og blir gjort oppmerksom på som tilskuer. Jeg mener at opplevelsene og erfaringene man får i møtet med TAS-videoene kan være med på å utvide og reforhandle innholde i et kontemporært indiebegrep, samtidig som prosjektet manifesterer sentrale verdier som står sterkt i indiekulturen.



## 5 Konklusjon

Denne oppgaven har tatt for seg det nettdistribuerte videoprojektet Take-Away Shows og dets kulturelle forbindelser til indiesjangeren. Med et gjennomgående interdisiplinært perspektiv har jeg diskutert indiesjangerens utvikling fra å først og fremst være en industriell term, til å bli en verdimesig kategori som sammenfatter en rekke musikalske uttrykk gjennom investeringer i det uavhengige og autentiske på forskjellige måter. Gjennom undersøkelse og kontekstualisering av Take-Away Shows som helhet, samt nærlesing av utvalgte enkeltvideoer, har jeg tegnet et bilde av et videoprojekt som både kan framstå innovativt (langs en modernistisk autenticitet) og tradisjonelt (med romantiske autenticitetskonstruksjoner) i sin formidling av live musikk.

Take-Away Shows kan ha flere funksjoner og betydninger for populærmusikkfeltet generelt, og indiesjangeren spesielt. Fra en posisjonering mellom musikkfortolkning og en videre estetisk tilnærming mener jeg at fire perspektiver utmerker seg i særdeleshet. For det første formidler TAS live musikk på en ny måte som skiller seg fra andre lignende formers formidling; gjennom videoprojektets til dels begrensede premisser kringkastes live, akustisk og organisk musikk innenfor en rekke stilarter gjennom internettvideoer.

For det andre viser videoene fram musikere og deres performance i andre settinger enn man vanligvis ser dem; artistene tas ned og bort fra konsertscenen, og ut i en urban hverdagslighet. Dette handler også om en utvidelse av vår visuelle tilgang til musikken og bandene representert. Den audiovisuelle formidlingen kan i så måte representere nye muligheter for populærmusikken, utover ordinære konsertsituasjoner og musikkvideoer.

For det tredje konstrueres videoprojektet som et alternativ eller nyvinning i forhold til den kommersielle og velproduserte musikkvideoen med sine konvensjoner. Take-Away Shows kan forstås som en kontrast til den glamorøse og polerte delen av popkultur, slik indiesjangeren søker å være et alternativ til den kommersielt orienterte rock- og popmusikken. I begge tilfeller handler det i høyeste grad om å opprettholde en ideologisk uavhengighet overfor kommersielt press.

For det fjerde er Take-Away Shows et eksempel på hvordan ny teknologi kan legge grunnlaget for nye rom for musikkformidling og distribusjon av audiovisuelle uttrykk. Det dreier seg for øvrig ikke bare om nyskapende tanker, men også om reell tilgjengelighet.

Utstyret man trenger for å produsere egne videoer er tilgjengelig for enkeltpersoner uten store budsjett, noe som kan bidra til at DIY-ånden kan få en oppblomstring i vår tid. I tillegg handler det om tilgjengeligheten den enkelte publikummer har, gjennom TAS gratis nettdistribusjon.

Det kan være fristende å trekke fram igjen analogien til fastfood som ble kommentert i forhold til take-away-betegnelsen. Satt på spissen kan man spørre om videoprojektet generelt kanskje kan forstås som en mer “økologisk” fastfoodvariant? Kan det framstå som et kjapt, enkelt og sunt alternativ til det mer overlessede og gjennomproduserte?

Gjennom oppgaven har jeg beskrevet, eksemplifisert og teoretisert disse mulige funksjonene. Videre har jeg eksplisitt diskutert hvordan Take-Away Shows og indiesjangeren har forbindelser mellom seg på flere måter, ikke bare gjennom motstanden mot det kommersielle og “polerte.” TAS revitaliserer og problematiserer indiesjangeren via diskusjonene i forhold til uavhengighet, tilgjengelighet, økonomiske forutsetninger, musikalske og visuelle muligheter. Slik sett mener jeg, som konkludert i det foregående kapittelet, at TAS kan forstås som en manifestasjon av en kontemporær indiesjanger, som samtidig er med på å videreutvikle sjangerens koder og rammeverk.

Dernest blir spørsmålet: tror vi som tilskuere på Take-Away Shows? Videoprojektets autentisitetsskonstruksjoner kan sees på fra forskjellige vinkler. På den ene siden er det snakk om en investering i en tradisjonell, “romantisk” autentisitet der direkte kommunikasjon forfektes; TAS kan oppfattes som et intimt portrett av musikerne, med en følelse av at det “bare” er et lite kamera mellom oss og dem. På den andre siden gjør en mer nyskapende, “modernistisk” autentisitet seg gjeldene gjennom at dette faktisk kan framstå som noe nytt, gjennom overraskelsesmomentene man møter, både visuelt og musikalsk.

Hvorfor appellerer Take-Away Shows til oss? Utover de allerede nevnte funksjonene til projektet, tror jeg det handler om tre særskilte faktorer. For det første kan man drømme om å havne midt oppi dette i virkeligheten, at man tilfeldigvis treffer et av favorittbandene sine på gata mens de holder en provisorisk konsert. For det andre gir videoprojektet nye impulser, både i forhold til musikk man allerede kjenner godt men gjøres “ny,” og gjennom potensialet for oppdagelse av nye musikalske favoritter. Begge deler handler dypest sett om gleden man kan oppleve i møtet med musikk. Mitt siste, og tredje poeng, handler nettopp om glede. Jeg tror en helt sentral årsak til at Take-Away Shows appellerer til tilskuerne sine handler om at

videoene kommuniserer lekenhet og moro gjennom en estetikk basert på glede. Spillet med koder og intertekstuelle forbindelser som kommer til uttrykk i videoene, bandenes musikalske leker, og publikums entusiasme bidrar til at TAS' også bør forstås som en prosjekt som vil formidle underholdning.

Helt avslutningsvis ønsker jeg å reise noen spørsmål som peker framover, og som forhåpentligvis kan åpne opp feltet jeg har konstruert i denne oppgaven i enda større grad. Hva er implikasjonene ved Take-Away Shows? Hvilke konsekvenser kan det tenkes å få på sikt? Vernallis savner en annerledeshet i musikkvideoe, særlig med tanke på hvordan *stjernen* avbildes og kodifiseres, og peker på behovet for uavhengig produksjon av musikkvideo:

In the last twenty years, the role of the star has become more limited and codified rather than more varied. Our culture would benefit if there were support for independent music video-making, but considering how little support there is for independent filmmaking, a second stream of music-video practice seems unlikely (Vernallis 2004: 63)

Take-Away Shows kan kanskje være begynnelsen på en slik strøm som for Vernallis syntes usannsynlig noen år tilbake. Muligens har konseptet allerede blitt et alternativ til den etablerte musikkvideoen, og de kodene man finner der. Samtidig er ikke disse kodene diametralt forskjellige fra de i TAS, noe jeg har søkt å vise i denne oppgaven. Gjennom at konseptet allerede blir tatt i bruk og videreutviklet av en rekke amatører og filmskapere, vil den videre Take-Away Shows-produksjonen antagelig holde fram så lenge det er nye settinger å prøve ut, nye band som søker oppmerksomhet, og nye tilskuere som fatter interesse for videoene.

Til syvende og sist handler Take-Away Shows og indie, samt forbindelsene mellom de to, på mange måter om formidlinger og forhandlinger av verdier og holdninger. Gjennom en kontinuerlig og hurtig utvikling når det gjelder mulighetene man har til å kommunisere sine estetiske uttrykk og verdier, vil ingen verdikulturer forbli statiske, men reforhandles og utforskes fra nye vinkler og av nye – og stadig flere – stemmer. Hvorvidt og hvordan de nye stemmene vil bli hørt, gjenstår å se. Som denne studien har vist kan nye fenomener, slik som Take-Away Shows, lykkes med å både utfordre og underbygge eksisterende kulturelle verdier og konstruksjoner.

# Litteraturliste

Abebe, Nitsuh (2010): "The Decade in Indie" i *Pitchfork*, 25.02.10. URL: <http://pitchfork.com/features/articles/7704-the-decade-in-indie/> [Lesedato:20.03.10]

Ankeny, Jason (2010): "Yo La Tengo: Biography" i *Allmusic.com*. URL: <http://allmusic.com/artist/yo-la-tengo-p5892/biography> [Lesedato: 03.08.10]

Bannister, Matthew (2006a): *White Boys, White Noise: Masculinities and 1980s Indie Guitar Rock*. Aldershot: Ashgate

Bannister, Matthew (2006b): "'Loaded': indie guitar rock, canonism, white masculinities" i *Popular Music*, vol. 25 nr. 1. URL: [http://journals.cambridge.org/download.php?file=%2FPM%2FPMU25\\_01%2FS026114300500070Xa.pdf&code=4d7c23d0af382c0828e851f47f408cbf](http://journals.cambridge.org/download.php?file=%2FPM%2FPMU25_01%2FS026114300500070Xa.pdf&code=4d7c23d0af382c0828e851f47f408cbf) [Lesedato: 27.10.08]

Berkaak, Odd Arne og Even Ruud (1990): "Kunstideologier og sosiale relasjoner i et rock and roll band" i *Kompendium MUS1500 – Jazz, pop og rock, del 1 av 2* (2004). Oslo: Unipub

Black, Christina (2008): "French video site stakes claim to indie cool" i *Reuters*, 14.03.08. URL: <http://www.reuters.com/article/idUSN1443935320080315> [Lesedato: 08.04.10]

Borthwick, Stuart og Ron Moy (2004): "Chapter 10. Indie: the politics of production and distribution" i S. Borthwick og R. Moy (2004) *Popular Music Genres: An Introduction*. Edinburgh: Edinburgh University Press

Braaten, Lars Thomas, Stig Kulset & Ove Solum (2000): *Introduksjon til film. Historie, teori og analyse*. Oslo: Gyldendal Akademisk

Brackett, David (2002): "(In search of) musical meaning: genres, categories and crossover" i Hesmondhalgh, D. (red.) *Popular Music Studies*. London: Arnold

Brynhildsvoll, Jørgen (2010): " – Håper vi er relevante om 60 år" i *Dagbladet* 30.07.10. URL: [http://www.dagbladet.no/2010/07/30/kultur/musikk/fredag/arcade\\_fire/12774326/](http://www.dagbladet.no/2010/07/30/kultur/musikk/fredag/arcade_fire/12774326/) [Lesedato: 01.08.10]

Burgess, Jean & Joshua Green (2009): *YouTube. Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity

Connell, John & Chris Gibson (2003): *Sound Tracks. Popular Music, Identity and Place*. Abingdon, New York: Routledge

Coyle, Jake (2008): "Music video is reinvented on the Web" i *Athens Banner-Herald*, 31.08.08. URL: [http://dawgguide.onlineathens.com/stories/090108/mar\\_325961067.shtml](http://dawgguide.onlineathens.com/stories/090108/mar_325961067.shtml) [Lesedato: 07.09.10]

*Creative Commons.com: What is CC?* (2010). URL: <http://creativecommons.org/about/what-is-cc> [Lesedato: 04.04.10]

*Creative Commons.com: Licenses* (2010). URL: <http://creativecommons.org/about/licenses/> [Lesedato: 04.04.10]

Fonarow, Wendy (2006): *Empire of Dirt: The Aesthetics and Rituals of British Indie Music*. Middleton: Wesleyan University Press

Frey, Darcy (2007): "One Very, Very Indie Band" i *The New York Times Magazine*, 4. mars 2007. URL: <http://www.nytimes.com/2007/03/04/magazine/04arcade.t.html> [Lesedato: 08.05.10]

Frith, Simon (1986): "Art versus technology: the strange case of popular music" i *Kompendium MEVIT4530/MUS4530: Musikk og medier, del 1 av 2* (2008) (originale sidetall) Oslo: Unipub/UiO

Frith, Simon (1996): *Performing Rites. Evaluating Popular Music*. Oxford: Oxford University Press

Frith, Simon (2001): "The Popular Music Industry" i S. Frith, W. Straw og J. Street (red.): *The Cambridge companion to pop and rock*. Cambridge: Cambridge University Press

Hamel II, John B. (2008): "Parisian filmmaker Vincent Moon talks inspiration, shows" i *The Badger Herald*. URL: [http://badgerherald.com/artsetc/2008/02/07/parisian\\_filmmaker\\_v.php](http://badgerherald.com/artsetc/2008/02/07/parisian_filmmaker_v.php) [Lesedato: 29.03.10]

Hawkins, Stan (2002): *Settling the Pop Score*. Hants: Ashgate

Hesmondhalgh, David (1999): "Indie: The Institutional Politics and Aesthetics of a Popular Music Genre," i *Cultural Studies*, vol. 13, nr. 1. URL: <http://www.informaworld.com/smpp/content~content=a738569515~db=all> [Lesedato: 09.10.08]

Hibbett, Ryan (2005): "What is Indie Rock?" i *Popular Music and Society*, vol. 28, nr. 1. URL: <http://www.informaworld.com/smpp/content~db=all?content=10.1080/0300776042000300972> [Lesedato: 25.10.08]

Horkheimer, Max og Theodor W. Adorno (2002): "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception" i G. S. Noerr (red.) *Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments*. Stanford: Stanford University Press

Jones, Steve (2000): "Music and the Internet" i *Popular Music Studies*, vol. 19, nr. 2. URL: <http://www.jstor.org/stable/853669> [Lesedato: 21.08.09]

Keightley, Keir (2001): "Reconsidering rock" i S. Frith, W. Straw og J. Street (red.): *The Cambridge companion to pop and rock*. Cambridge: Cambridge University Press

*La Blogotheque: About the Take-Away Shows* (2010). URL: [http://www.blogotheque.net/spip.php?page=cae\\_about&lang=en](http://www.blogotheque.net/spip.php?page=cae_about&lang=en) [Lesedato: 14.10.10]

Lester, Paul (2008): "No. 272: Fleet Foxes" i *New band of the day (The Guardian)*, 11.02.08. URL: <http://www.guardian.co.uk/music/2008/feb/11/popandrock1> [Lesedato: 13.10.10]

Lewin, James (2008): "Video Podcast Making Music Videos Relevant Again" i *Podcasting News: New Media Update*, 26.08.08. URL: <http://www.podcastingnews.com/2008/08/26/video-podcast-making-music-videos-relevant-again/> [Lesedato: 08.09.10]

Lindberg, U., G. Gudmundsson, M. Michelsen og H. Weisethaunet (2005): *Rock criticism from the beginning: amuser, bruisers, and cool-headed cruisers*. New York: Peter Lang Publishing

Lægreid, Sissel og Torgeir Skorgen (2006): *Hermeneutikk – en innføring*. Oslo: Spartacus Forlag

Mandelid, Birgitte (2008): "Internet killed the video star" i *Dagbladet*, 27.08.08 URL: <http://www.dagbladet.no/kultur/2008/08/27/544941.html> [Lesedato: 23.09.08]

MarBelle<sup>51</sup> (2008): “DN EP077: The Take-Away Shows – Vincent Moon”, i *Director’s Notes – The What, How and Why of Independent Filmmaking*. Audiofil<sup>52</sup> (podcast – egen transkripsjon). URL: <http://www.directorsnotes.com/2008/02/28/dn-ep-077-the-take-away-shows-vincent-moon/> [Lesedato: 30.07.10]

Mason, Stewart (2010): “Beirut: Biography” i *Allmusic.com*. URL: <http://allmusic.com/artist/beirut-p781382/biography> [Lesedato: 30.07.10]

Middleton, Richard (1990): *Studying popular music*. Milton Keynes, Philadelphia: OpenUniversity Press

Moon, Vincent (2008): “Introduction”<sup>53</sup> i *Temporary Areas* (2008). URL: <http://temporaryareas.com/> [Lesedato: 14.10.10]

Moon, Vincent (2009): “About” i *Fiume Nights* (blogg – oversikten “Nettsteder”). URL: <http://fiumenights.com/about.html> [Lesedato: 10.09.10]

Moore, Allan (2002): “Authenticity as authentication” i *Popular Music*, vol. 21, nr. 2. URL: <http://www.jstor.org/pss/853683> [Lesedato: 24.01.10]

Negus, Keith (1996): *Popular Music in Theory: An Introduction*. Cambridge: Polity Press

Ordnnett.no (2010): *Ordnnett – Kunnskapsforlagets blå språk- og ordbokstjeneste*. URL: <http://ordnett.no/ordbok.html> [Lesedato: 14.10.10]<sup>54</sup>

Rombes, Nicholas (2005a): “Introduction” i N. Rombes (red.): *New Punk Cinema*. Edinburgh: Edinburgh University Press

Rombes, Nicholas (2005b): “Sincerity and Irony” i N. Rombes (red.): *New Punk Cinema*. Edinburgh: Edinburgh University Press

Scott, Derek B. (2009): “Introduction” i D. B. Scott (red.): *The Ashgate Research Companion to Popular Musicology*. Farnham og Burlington: Ashgate

---

<sup>51</sup> Pseudonym (egentlig navn ukjent)

<sup>52</sup> Filen som lå til nedlastning er nå fjernet fra nettsiden, men den er lagret lokalt av undertegnede og kan deles på forespørsel.

<sup>53</sup> For å få opp introduksjonen må man trykke på ”klaffen” kalt ”data” til høyre i skjermbildet.

<sup>54</sup> Alle søkene i Ordnnett er gjort på bakgrunn av Universitet i Oslos studenttilgang, der man kan søke i alle digitaliserte ordbøker. Søk i andre ordbøker enn de norske vil ellers ikke være tilgjengelig uten et abonnement.

- Shuker, Roy (2005): *Popular Music: The Key Concepts*. New York: Routledge
- Shuker, Roy (2008): *Understanding Popular Music Culture*. 3. utg. New York: Routledge
- Spencer, Amy (2008): *DIY: The Rise of Lo-Fi Culture*. London og New York: Marion Boyars
- Storey, John (2006): *Cultural Theory and Popular Culture. An Introduction* (4. utg.). Essex: Pearson Education Limited
- Straw, Will (2001): "Consumption" i S. Frith, W. Straw og J. Street (red.): *The Cambridge companion to pop and rock*. Cambridge: Cambridge University Press
- Thompson, Mark (2008): "Lo-fi filmmaker takes stars to street level" i *CNN.com*, 19.02.08.  
URL: <http://edition.cnn.com/2008/SHOWBIZ/Music/02/19/takeaway.shows/index.html>  
[Lesedato: 03.03.10]
- Thompson, Stacy (2005): "Punk Cinema" i N. Rombes (Red.): *New Punk Cinema*. Edinburgh: Edinburgh University Press
- Toynbee, Jason (2000): *Making Popular Music: Musicians, Creativity and Institutions*. London: Arnold
- Toynbee, Jason (2002): "Chapter 9: Mainstreaming, from hegemonic centre to global networks" i D. Hesmondhalgh og K. Negus (red.): *Popular Music Studies*. London: Arnold
- Traynor, Cian (2008): "Looking for life: Cian Traynor interviews Vincent Moon" i *Film International*, vol. 6, nr.3.
- Vernallis, Carol (2004): *Experiencing Music Video. Aesthetics and Cultural Context*. New York: Columbia University Press
- von Trier, Lars og Thomas Vinterberg (2005): "Dogme 95: The Vow of Chastity" i A. Utterson (red.): *Technology and Culture. The Film Reader*. Abingdon: Routledge
- Walser, Robert (2003): "Popular music analysis: ten apothegms and four instances" i A. Moore (red.): *Analyzing Popular Music*. Cambridge: Cambridge University Press



# Nettsteder<sup>55</sup>

## Take-Away Shows

*Take-Away Shows*. Videoprojektets nettsted. URL: <http://www.blogotheque.net/-Concerts-a-empporter-?lang=en> (engelskspråklig versjon). Alternativ URL: <http://www.takeawayshows.com>

*Vimeo: Blogotheque's Take-Away Shows*. Vimeo-kanal for Take-Away Shows.. URL: <http://www.vimeo.com/takeawayshows>

*YouTube: La Blogotheque*. Take-Away Shows' YouTube-kanal. URL: <http://www.youtube.com/user/LaBlogotheque>

## Relaterte videoprosjekter

*Black Cab Sessions*. England. URL: <http://www.blackcabsessions.com/>

*Handheld Shows*. Norge. URL: <http://vimeo.com/user347221/videos>

*Lydverket spanderer*. Norge. URL: <http://www.nrk.no/lydverket/spanderer/>

*One Take New York*. USA. URL: <http://onetakenewyork.tumblr.com/>

*One Shot Seattle*. USA. URL: <http://vimeo.com/oneshotseattle>

*Everyone's Take Away Show*. Internasjonalt. URL: <http://vimeo.com/groups/takeaway>

## Moon og Chrydes øvrige prosjekter

*La Blogotheque*. Fransk musikkblogg grunnlagt av Chryde, produsent av og vert for *Take-Away Shows*. URL: <http://www.blogotheque.net/>

*Fiume Nights*. Vincent Moons blogg, der nye arbeider og tanker presenteres. URL: <http://fiumenights.com/>

---

<sup>55</sup> Alle lenker er testet 20.oktober 2010

*Temporary Areas.* Moons prøveprosjekt der flere av hans egne og andres arbeider skal knyttes sammen i et stort nettverk. URL: <http://temporaryareas.com/>

*Vincent Moon.* Informasjonsnettsted der Moons portefølje presenteres. URL: <http://www.vincentmoon.com/>

# Videografi

Lenkene leder til Take-Away Shows egne sider,<sup>56</sup> der man i tillegg til selve videoene finner en fortellende tekst samt kommentarfeltene for publikum. Videoene listes i kronologisk rekkefølge innenfor hver kategori. Lenkene er sist testet 20.oktober 2010.

## Hovedfortolkninger

#41.1: *Arcade Fire: "Neon Bible & Wake Up"* (2007). URL: <http://www.blogotheque.net/Arcade-Fire,2868>

#50.2: *Sufjan Stevens: "Lakes Of Canada"* (2007). URL: <http://www.blogotheque.net/Sufjan-Stevens-and-friends,3128>

#64.1: *Beirut: "Nantes"* (2007). URL: <http://www.blogotheque.net/Beirut,3455>

*Fleet Foxes: "Sun Giant / Blue Ridge Mountain"* (2008). URL: <http://www.blogotheque.net/Fleet-Foxes,4532>

*Yo La Tengo: "Part 1"* (2009). URL: <http://www.blogotheque.net/Yo-La-Tengo,5051>

## Andre eksempler

#6: *Okkervil River* (2006). URL: <http://www.blogotheque.net/Okkervil-River,2572>

#22.1: *The Hidden Cameras: "Boys Of Melody"* (2006). URL: <http://www.blogotheque.net/The-Hidden-Cameras,2589> (Fortellende tekst kun på fransk)

#78.1: *Scout Niblett: "Wolfie & Baby Emma"* (2007). URL: <http://www.blogotheque.net/Scout-Niblett,3794>

#87.2: *Yeastayer: "2080 / Tightrope"* (2008). URL: <http://www.blogotheque.net/Yeastayer,3966>

#89.1: *R.E.M.: "Until The Day Is Gone"* (2008). URL: <http://www.blogotheque.net/R-E-M,4019>

---

<sup>56</sup> Med unntak av alternative lenker i tillegg der det er særskilte grunner til det.

#91.2: *Noah and the Whale: "Episode 2"* (2008). URL: <http://www.blogotheque.net/Noah-and-the-Whale,4150>

#93.4: *Bon Iver (Part II): "Flume (second take)"* (2009). URL: <http://www.blogotheque.net/Bon-Iver-Part-II,4267>

#95.5: *Man Man: "A Day At The Races And A Night At The Opera – Epilogue"* (2008). URL: <http://www.blogotheque.net/Man-Man,4324>

*Tom Jones: "Green, Green Grass Of Home"* (2009). URL: <http://www.blogotheque.net/Tom-Jones>

*Sigur Rós: "Við spilum endalaust"* (2009). URL: <http://www.blogotheque.net/Sigur-Ros,4783>

*Phoenix: "1901"* (2009). URL: <http://www.blogotheque.net/Phoenix,5179> (Alternativ URL: <http://vimeo.com/7942520>)