

Laura Ahonen

PIILOSSA TÄHTEYDELTÄ – Daft Punk ja tekijäkuvan kasvottomuus

Mitä tapahtuu tähteydelle, jos esiintyjän persoonaan pohjaava tähtikultti hylätään? Entä miten musiikin markkinointi on mahdollista, kun artistin julkisen näkyvyyden suojana toimivat naamiot, peitetarinat ja kasvottomat identiteetit? Näihin kysymyksiin pyrin vastaamaan tarkastelemalla elektronista tanssimusiikkia tekevän ranskalaisduo Daft Punkin tekijyyttä, sen toimivuutta ja tarkoitusperiä tähteyden kyllästävässä musiikkiteollisuudessa. Pohdin myös, voidaanko tekijäkuvan kasvottomuus ylipäänsä ymmärtää vastalauseena musiikkiteollisuuden suosimalle visuaaliselle markkinoinnille vai onko kasvottomuuteen tukeutuminen ainoastaan yksi tapa lisää tulla huomatuksi.

Artistin visuaalinen imago vaikuttaa siihen, minkälaiseksi tekijäkuva milloinkin rakentuu. Populaarimusiikkiartistin työpanos ei näin ollen rajoitu musiikin tekemiseen ja esittämiseen, vaan artisti edustaa musiikkia myös omalla olemuksellaan, joka on esillä artistin valokuvissa, musiikkivideoissa, TV-mainoksissa, live-esiintymisissä, albumin kansissa ja internetin kotisivuilla. Joissain tapauksissa kuulija voi jopa tunnistaa artistin pelkästään julkisuusarvon perusteella osaamatta nimetä yhtäkään artistin esittämää kappaletta. Myös musiikkiteollisuudelle artistin visuaalinen imago on tärkeä musiikin markkinointiväline, joka kytkee musiikkiteoksen tekijäänsä. Samalla julkinen näkyvyys korostaa vaikutelmaa artistin korvaamattomuudesta, minkä myötä myös kysymykset musiikillisesta tekijyydestä päätyvät yleisen huomion kohteeksi.

¹ Frith & Horne 1987, 169.

² Buxton 1990, 437.

³ Ibid.

⁴ Goodwin 1992, 113;
Den Tandt 2004, 145.

⁵ Cooper 2002, 278.

Musiikintutkijat Simon Frith ja Howard Horne¹ yhdistävät populaarimusiikin kuluttamisen romantiikan aikaiseen uskomukseen artistin yksilöllisyydestä. Kirjoittajat toteavatkin tähteyden olevan musiikkiteollisuudelle elintärkeää, sillä esiintyvät artistit mahdollistavat romantiikan periaatteiden soveltamisen jokapäiväisiin markkinointisuhteisiin. Artistin läsnäolon ja teokseen sisällyttämän (mahdollisen) omaelämäkerrallisuuden ansiosta myös kuulijan on helppo samastua artistiin. Musiikkiteollisuuden toiminta on siis hyvin riippuvainen populaarikulttuurille tyyppillisestä tähtisysteemistä ja artistien julkisuusarvosta. Tähteyden avulla on edelleen mahdollista kiinnittää kuulijan huomio ajatuksiin artistin yksilöllisyydestä ja omaperäisyydestä – riippumatta siitä, kuinka subjektiivisia ja muuttuvia nämä käsitteet ovat.

Vaikka visuaalisella markkinoinnilla on keskeinen sija tähteyden rakentumisessa, ei kaikkien artistien tekijäkuva välttämättä perustu julkisen näkyvyyden ja tähteyden tavoitteluun. Musiikkimaailman tähteydestä kirjoittanut David Buxton² yhdistää tähtirakennelman heikkenemisen erityisesti musiikinteossa hyödynnettävään teknologiaan. Tekijyyden kasvottomuus onkin lähinnä liitettävissä musiikkityyleihin, joissa musiikkiteknologiasta on tullut tärkeä osa musiikintekoprosessia. Esimerkkinä Buxton mainitsee saksalaisen elektronisen musiikin pioneiryhtyeen Kraftwerkin, jonka musiikkia voidaan kuvata robottimaiseksi niin yhtyeen soundin kuin visuaalisen imagon puolesta.³ Vastaavina kasvottomuuden edelläkävijöinä pidetään esimerkiksi yhtyeitä New Order ja Pink Floyd, sillä nämä kyseenalaistivat artistin julkisen näkyvyyden suosimalla kasvotonta levykansitaidetta.⁴ Kasvottoman imagon tavoittelu ei yksin päde elektronisen tanssimusiikin genreen, vaan myös tietyt rockyhtyeet (mm. KISS, Slipknot, Lordi) ovat tunnettuja maskeistaan. Yhtyeen jäsenten minimaalinen näkyvyys ei niin ikään tarkoita, ettei artistilla olisi minkäänlaista tekijäkuva. Totutun kuvakielen kyseenalaistamisen avulla on mahdollista rakentaa vaihtoehtoisia tekijäkuvia ja tapoja markkinoida artisteja ja heidän musiikkiaan. Esimerkkinä tällaisesta artistista käsittelen ranskalaisduo Daft Punkia, jonka kasvoton imago poikkeaa artistin julkiseen näkyvyyteen perustuvista markkinointistrategioista. Daft Punkin tekijäkuvan tarkastelussa tukeudun yhtyeen antamiin artistihaastatteluihin sekä kahden musiikkivideon analysointiin. Haastattelut ja musiikkivideot ovat aineistoja, joiden sisältöön yhtyeen jäsenet ovat itse olleet vaikuttamassa. Valitun aineiston voidaan näin myös ajatella heijastavan julkisuuskuva, jota Daft Punk itse pyrkii edustamaan.

Daft Punk on ranskalainen duo, jonka Thomas Bangalter ja Guy-Manuel de Homem-Christo perustivat Pariisissa vuonna 1992. Ennen Daft Punkin kansainvälistä läpimurtoa Bangalter ja Homem-Christo soittivat bassoa ja kitaraa Darlin-yhtyeessä, mutta kokoonpanon hajoamisen jälkeen miehet vaihtoivat perinteiset instrumentit syntetisaattoreihin ja sämplereihin. Vuonna 1996 Daft Punk julkaisi *Homework*-debyyttialbuminsa.⁵ Pian julkaisun jälkeen *Homework*-levystä tuli yksi niistä elektronisen tanssimusiikin albumeista, jotka nostivat genren suuren yleisen tietoisuuteen. Yhtyeeltä on ilmestynyt kaksi muuta pitkäsoittoa, *Discovery* (2001) ja *Human After All* (2005), sekä vuonna 2006 julkaistu kokoelma-albumi *Musique Vol. 1 1993-2005*. Yhtyeen menestyksen myötä *Around The World* ja *One More Time* -kaltaiset kappaleet

ovat tulleet tutuiksi etenkin tanssiklubeissa viihtyvälle yleisölle.

Daft Punkin tapauksen pohjalta analysoin visuaalisen tekijäkuvan roolia populaarimusiikin teossa ja markkinoinnissa. Visuaalisuuden keskeisyydestä huolimatta on syytä muistaa, että artistiin liitettävä visuaalinen kuvasto on musiikkiteosten, levyarvioiden ja artistihaastatteluiden ohella ainoastaan yksi elementti, josta tekijäkuva rakentuu. Vaikka artistin fyysinen ulkomuoto pysyisikin mysteerinä, artistin näkyvyyden ympärille rakentuva imago on korvattava muunlaisella kuvastolla. Yleensä kyseisten artistien visuaalinen imago saattaa vaikuttaa melko hajanaiselta, varsinkin jos esittäjän kasvot korvataan logoilla, symboleilla ja naamioilla. Kasvottomia artisteja näyttää edelleen yhdistävän ajatus tekijästä muuttuvana ja pirstoutuneena kategoriana. Elektronisen tanssimusiikin artisteille onkin usein tyypillistä omaksua useita tekijäidentiteettejä, sen sijaan että he keskittyisivät yhden tähti-identiteetin rakentamiseen. Imagon kasvottomuus ja moninaisuus kyseenalaistavat omalta osaltaan käsitystä artistin persoonasta yhtenäisenä kokonaisuutena. Artistien kasvottomuuden ja hajanaisen identiteetin välistä suhdetta pohdin lähemmin videoanalyysin yhteydessä. Ennen Daft Punkin tarkempaa käsittelyä tarkastelen toimintatapoja, joita vastaan yhtyeen kasvottomuus näyttää pitkälti rakentuvan.

⁶ Goodwin 1992, 105.

⁷ Ibid., 109–111.

Populaarimusiikki ja artistin visuaalinen markkinointi

Artistien tekijäkuvien avulla kyetään luomaan tunne pysyvyydestä, mikä puolestaan helpottaa musiikkiteollisuuden toiminnan säätelyä. Tähti-identiteettejä käytetään myös apuna yleisön makumieltymysten ennustamisessa. Populaarimusiikin tähteyteen ja visuaalisuuteen perehtyneen Andrew Goodwinin sanoin ”tähteys ja persoona ovat mekanismeja, joiden kautta levy-yhtiöt tavoittelevat pitkäikäistä uraa sijoituksilleen”.⁶ Artisteihin kohdistuvan mainonnan tarkoitus on näin ollen hankkia musiikkiteoksille julkisuutta. Usein populaarimusiikin markkinoinnissa hyödynnetäänkin esiintyvään artistin persoonaan liitettäviä käsitteitä, kuten tähteyttä ja tekijyyttä. Goodwin erottaa edelleen kaksi vastakkaista tapaa liittää artisti yhteen rakennetun tähtikuvan kanssa. Ensinnäkin on artisteja, jotka omaksuvat tähtipersonan siinä määrin, että artistista ”tulee” itse hahmo (esim. Bruce Springsteen). Toiseksi taas osa artisteista omaksuu jatkuvasti uusia persoonia (esim. David Bowie). Eroista huolimatta artistien julkisuuskuvia yhdistää se, että ne pohjautuvat jonkinlaiseen ideaan tähteydestä. Kuten Goodwin huomauttaa, nämä tähteydet eivät sijaitse yksittäisen musiikkiteoksen sisällä, vaan ovat pikemminkin musiikkiteollisuuden luomia.⁷

Populaarimusiikintutkija Tim Wallin mukaan musiikkiteollisuus ja levy-yhtiöt pitävät tiedotusvälineitä keinoina mainostaa musiikkia, jota he tuottavat ja edustavat. Ei myöskään ole sattumanvaraista, missä joukkoviestimissä ketäkin artistia markkinoidaan. Populaarimusiikin mainostamisessa on Wallin mielestä sen sijaan kyse markkinoiden segmentoinnista. Yleisö on jaettu ryhmiin, joiden uskotaan olevan tietyn musiikkityylin potentiaalisia ostajia: tanssimusiikin markki-

⁸ Wall 2003, 111.

⁹ Negus 1992, 42, 64–65.

¹⁰ Ibid., 65, 67.

¹¹ Fuchs 1999, 18.

¹² Negus 1992, 79.

¹³ Fuchs 1999, 181.

noinnista huolehtivat lähinnä tanssiklubien DJ:t, kun taas valtaviiran rockyhteen mainonta keskittyy tietyissä musiikkilehdissä julkaistuihin levyarvioihin ja artistihaastatteluihin.⁸ Populaarimusiikin tuotantoa paljon tutkinut Keith Negus puolestaan argumentoi musiikin markkinoinnin perustuvan artistin identiteetin ja kuluttajien kokemusten välisiin suhteisiin. Negusin mukaan artistin visuaalista imagoa pidetään pikemminkin tekaistuna tuotteena kuin erottamattomana osana artistin persoonallisuutta. Artistin ulkoiseen olemukseen, lausuntoihin ja käyttäytymiseen puuttuvia levy-yhtiöitä onkin usein syytetty artistien kohtelemisesta musiikkiteollisuuden sätkynukkeina. Sen sijaan artistien markkinoinnista vastaavat ihmiset ovat Negusin mukaan taipuvaisia ajattelemaan, että heidän työssään on kyse artistin luontaisen persoonallisuuden ja tyylin esiintuomisesta. Mikäli markkinointihenkilökunnan näkemyksiin on uskomista, artistin imagoa ei ole määrätty ylhäältä käsin, vaan artistin jo olemassa olevia piirteitä on ainoastaan korostettu. Negus painottaa imagon parantelemisen asteen olevan riippuvainen myös kustakin artistista – osalla tekijöistä on vahvempi käsitys omasta imagostaan, kun taas osalle artisteista julkisuuskuvalla ei ole niin suurta merkitystä.⁹ Joka tapauksessa esiintyjän visuaalinen imago täytyy tehdä julkiseksi viimeistään siinä vaiheessa, kun artisti esitellään medialle ja yleisölle, oli imago minkälainen tahansa.

Negusin¹⁰ mielestä suurin osa populaarimusiikissa käytetystä kuvastosta perustuu jo olemassa olevien genrekohtaisten tyylien jäljittelyyn. Artistin tekijäkuvan voidaankin ajatella koostuvan joukosta merkkejä ja konnotaatioita, jotka vahvistavat artistin musiikillista identiteettiä. Näin ollen artistiin ja hänen musiikkiinsa liitettävä kuvasto ei kerro yleisölle ainoastaan sitä, miltä yksittäinen artisti näyttää. Kuten populaarikulttuuriin ja elokuvatutkimukseen erikoistunut Cynthia Fuchs¹¹ huomauttaa, kuvat toimivat myös sosiaalisina, kaupallisina ja poliittisina mielenilmauksina, joiden avulla artisti voi viestittää omia arvojaan ja uskomuksiaan. Artistin imagoon liitettävän henkilökohtaisen kosketuspinnan omaksumisessa erityisen olennaista on käytetyn kuvaston suhde artistin edustaman musiikkityylin kanssa. Samoin Negus¹² korostaa artistin kykyä edustaa imagoaan uskottavasti eri tilanteissa. Riippumatta siitä, miten vahvasti artistin imago on markkinointikoneiston sanelema, käsitys artistin uskottavuudesta näyttää yhä vaikuttavan tapaan tehdä, markkinoida ja tulkita musiikkiteoksia.

Huolimatta musiikkiteollisuuden vallasta kontrolloida useiden artistien musiikillista uraa, on myös artisteja, jotka pyrkivät itse hallitsemaan omaa julkista imagoaan. Fuchs¹³ mainitsee Madonnan ja Princen esimerkkeinä tekijöistä, jotka ovat vastuussa omasta imagostaan ja sen muutoksista. Osa artisteista on perustanut myös omia levy-yhtiöitä, mikä mahdollistaa artistin itse vastaavan paitsi musiikkiteosta myös omasta julkisesta imagostaan ja sen markkinoinnista. Yksi tiukasti omaa uraansa ja julkisuuskuvansa kontrolloivista artisteista on juuri Daft Punk.

Daft Punkin naamioitu näkymättömyys

¹⁴ Osborne 2001.

¹⁵ Gill 2001.

Uransa alkuajoista lähtien Daft Punkin tekijyyteen on liitetty ajatus artistin ulkonäön ja julkisuusarvon ympärille rakentuvan tekijäkuvan vastustamisesta. Daft Punkin jäsenet tekivät päätöksensä jättäytyä julkisuuden ulkopuolelle jo ensimmäisen valokuvausession jälkeen, joka tapahtui yhtyeen debyyttisinglen julkaisun aikoihin vuonna 1994. Kyseistä tapausta lukuun ottamatta Daft Punkin jäsenet ovat esiintyneet valokuvissa ainoastaan piileskellen robottikypärien ja muiden naamioiden takana, tai miesten kasvot on vääristelty tunnistamattomiksi kuvankäsittelyohjelmien avulla.¹⁴ Vuonna 2001 ilmestyneen *Discovery*-albumin jälkeen futuristisista robottiasuista on muodostunut yhtyeen tärkein visuaalinen tavaramerkki. Duo itse selittää kasvotonta imagoaan tarinan muodossa. Näin useimmiten yhtyeen puhemiehenä toimiva Bangalter kertoo duon historiasta:

Emme päättäneet tulla roboteiksi. Studiossamme tapahtui onnettomuus. Työskentelimme parhaillaan sämplerimme kanssa, kun täsmälleen kello 9.09 se räjähti. Kun me palasimme tajuihimme, huomasimme, että meistä oli tullut robotteja.¹⁵

Vaikka tarina on selvästi fiktiivinen, siitä on tullut osa Daft Punkin tekijäkuvaa ja elämäkertaa. Näin ollen myös Daft Punkilla on oma historiansa ja visuaalinen imagonsa huolimatta siitä, että artistin julkinen tekijäkuva kätkeytyy naamioiden ja fiktion taakse. Jäsenten näkymättömyyttä voidaankin pitää yhtyeen tuotemerkkinä: robottinaamiot edustavat miesten kasvoja, kun taas keksitystä tarinasta on tullut osa yhtyeen biografiaa.

Mikäli Daft Punkin kasvottomuuteen suhtaudutaan vaihtoehtoisena tapana rakentaa tekijyyttä, voidaan pohtia, mitkä seikat erottavat artistin julkiseen näkyvyyteen tai poissaoloon perustuvat imagot toisistaan. Bangalterin mukaan ero perinteisen tähteyden rakentamisen ja Daft Punkin julkisen imagon välillä piilee Daft Punkin tavassa korostaa yhtyeen mainosmateriaalin kokonaisvaltaista käyttöä. Bangalter kuvailee duon pyrkimystä käyttää yhtyeen markkinointiprosessia laajemmin hyväkseen:



Robottikypä-
rät kätkevät
Daft Punkin
jäsenten kas-
vot. Kuvaaja:
Kai Jüne-
mann.

¹⁶ Osborne 2001.

¹⁷ Silcott 1997.

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Adcock 1997.

Kasvojemme esittäminen olisi vain informatiivisen tiedon esittämistä ja me haluamme työskennellä taiteellisen tiedon kanssa. Näin me pystymme muuttamaan mainonnan luovaksi toiminnaksi.¹⁶

Bangalter väittää, ettei artistin julkisuudella tulisi olla itseisarvoista asemaa, vaan artistin julkisen imagon sijaan päähuomio tulisi sijaita musiikissa. Näkemyksessään Bangalter painottaa musiikkia ja sen tekotapaa, kun taas musiikin tekijä ja esittäjä jäävät vähemmälle huomiolle. Kasvoton imago ei kuitenkaan merkitse, ettei tekijyyden käsitteellä olisi lainkaan merkitystä Daft Punkin julkisuuskuvasa. Sen sijaan yhtye näyttäisi mieltävän imagonsa kokonaisvaltaiseksi yksiköksi, mikä koskee myös albumin kansitaidetta ja musiikkivideoiden kuvastoa. Daft Punkin kiinnostusta visuaalisuuteen tukee lisäksi yhdessä japanilaisen elokuvaohjaaja Leiji Matsumoton kanssa tuotettu animaatiomusikaali *Interstella 5555: The Story of the 5ecret 5tar 5ystem* (2003), joka on luotu *Discovery*-albumille nauhoitettujen kappaleiden pohjalta. Daft Punk ei siis niinkään pyri kiinnittämään huomiota jäsenten henkilökohtaiseen olemukseen, vaan yhtyeen visuaaliseen imagoon yleensä. Näin Bangalter kommentoi asiaa:

Olemme hyvin kiinnostuneita visuaalisesta konseptista ylipäänsä – albumin kansista, videoista. Se miltä näytämme, on epäolennaista. Se on aina ollut epäolennaista house- ja teknomusiikissa.¹⁷

Sitaatti kuvastaa osuvasti elektroniseen tanssimusiikkiin liitettyä ajatusta genren kasvottomuudesta. Kaikkien kyseistä musiikinlajeja esittävien artistien kasvoja ei kuitenkaan ole korvattu logoilla ja merkeillä. Artistit Moby, Chemical Brothers ja Fatboy Slim ovat edustamastaan genrestä huolimatta omaksuneet perinteisempiä tähteyden rakentamistapoja, jotka perustuvat artistin julkiseen näkyvyyteen. Erilaisten tekijyyden muotojen väliset rajat näyttävätkin hämärtyneen sitä mukaa, kun eri musiikinlajeille tyypilliset elementit sekoittuvat keskenään. Myös Bangalter on kiinnittänyt huomiota tähteyden kasvavaan rooliin elektronisen tanssimusiikkiartistien markkinoinnissa. Tästä huolimatta Bangalter on valmis näkemään Daft Punkin logon varsinaisena tähtenä, kun taas yhtyeen jäsenet jättäytyvät median huomion ulkopuolelle.¹⁸

Musiikkiteollisuuden säännöt ja vastavirta

Daft Punkin pyrkimys kontrolloida tekemisiään alusta loppuun asti on lisännyt duon mahdollisuutta olla vastuussa omasta tekijäkuvastaan. Kuten Bangalter ilmaisee asian:

Me sävellämme kaiken, me teemme kaiken luovan työn, me olemme vastuussa äänitysprosessista. Ei ole kompromisseja.¹⁹

Duo on vastuussa jokaisesta tuotoksestaan ja tekemisestään. Näin se kapinoi musiikkiteollisuuden sääntöjä vastaan. Duo omistaa oman tuotantoyhtiö Daft Lifen, mikä mahdollistaa kappaleiden lisensoinnin

Virgin-levy-yhtiölle siten, että kaksikolla säilyy yhä päättävältä omasta musiikistaan. Daft Trax huolehtii yhtyeen musiikista ja johtamisesta, kun taas Daft Musicin vastuulla on musiikin julkaisu Ranskassa. Sen sijaan Daft Arts ja Daft Life hoitaa valokuvien ja logojen tekijänoikeudet sekä yhtyettä koskevan multimediainformaation.²⁰ Lisäksi molemmilla miehillä on omat levy-yhtiönsä Roulé ja Crydamour, joiden avulla yhtyeen jäsenten on mahdollista julkaista omia sooloteoksia tai tehdä yhteistyötä muiden artistien kanssa. Esimerkiksi vuonna 1998 Bangalter oli mukana Stardust-yhtyeessä, jonka *Music Sounds Better With You* -kappaleesta tuli suuri tanssihitti.

Harjoittamansa yritystoimintansa avulla Daft Punk pystyy olemaan laajasti vastuussa omasta urastaan ja musiikillisesta toiminnastaan. Bangalter kuvaa yhtyeen määräysvaltaa verrattuna vähemmän itenäisiin artisteihin:

Omien tekemisten kontrolloiminen merkitsee meille vapautta. Ihmisten tulisi lakata ajattelemasta, että omia tekemisiään kontrolloiva artisti on huono asia. Monet nykypäivän artistit ovat pelkkiä uhreja, heillä ei ole määräysvaltaa, eivätkä he ole vapaita.²¹

Bangalter väittää edelleen, että osa levy-yhtiöiden listoilla olevista artisteista ei kenties alun perinkään havittele määräysvaltaa, vaan kuuluisuutta.²² Daft Punkin jäsenet eivät sen sijaan tahdo alistua musiikkiteollisuuden kontrolloimiksi sätkynukeiksi. Yhtyeen kontrollin tavoittelu voidaan myös yhdistää punkrockin tee-se-itse-ideologiaan, jossa musiikkisosiologi Deena Weinsteinin²³ sanoin romanttinen taiteilija on korvattu itseriitteisellä harrastelijalla.

Daft Punkin tapauksessa huomattavin poikkeavuus muihin itseriittoisiin artisteihin verrattuna näyttää olevan yhtyeen jäsenten pyrkimys pitää omat yksityiselämänsä itsellään tähteyden tavoittelun sijaan. Kaksikko antaakin itsestään kuvan mieluummin kahtena artisti-teknikkona kuin kuuluisuuksina, joiden julkisuus perustuisi omakohtaisten kokemusten (ja niiden pohjalta tehdyn musiikin) varaan.²⁴ Samalla Daft Punkin tekijäkuvasta muodostuu etäisempi suhteessa artisteihin, joiden teokset nähdään romantiikan tekijäkäsitystä tukien omaelämäkerrallisina. Kertoivatpa tällaiset artistit kappaleidensa ja haastatteluidensa kautta omasta elämästään tai eivät, ainakin kuulijalla ja medialla on käytössään tarvittava materiaali, jotta he pystyisivät uskomaan tämän. Sen sijaan Daft Punkin tapauksessa yhtyeen alkuperää selvittävä fiktiivinen tarina tukee edelleen vaikutelmaa, ettei yhtyeen imago ole tehty omaelämäkerralliseksi, vaan ensisijaisesti kuvitteelliseksi.

Daft Punkin mukaan fiktiivinen imago ei kuitenkaan merkitse yhtyeen musiikin persoonattomuutta. Duo päinvastoin väittää, ettei persoonallisen musiikin tekeminen automaattisesti edellytä, että artistin tulisi näyttää kasvonsa julkisuudessa. Bangalter kommentoi aihetta:

Luulen, että musiikkimme antaminen ihmisten kuultavaksi on omakohtaista, mitä voimme antaa, koska se on todella meitä. Ja näyttämistä, jossa on kyse on paljon suuremmasta sitoumuksesta yleisöön verrattuna siihen, että

²⁰ Osborne 2001.

²¹ Moyaeri 2001.

²² Woholeski 2001.

²³ Weinstein 1999, 60.

²⁴ Collin 1997.

²⁵ Silcott 1997.

²⁶ Gill 2001.

²⁷ Collin 1997.

²⁸ Woholeski 2001.

²⁹ Collin 1997.

³⁰ Richert 2001.

³¹ Mäkelä 2002, 41.

näyttäisimme itsemme fyysisesti. Me näytämme sen sijaan makumme.²⁵

Korostaakseen asemaansa itsenäisinä artisteina Daft Punkin jäsenet ovat myös luopuneet toisille artisteille työstämiensä tanssiklubiym-päristöön sopivien remix-versioiden tekemisestä sekä DJ:n työstä.²⁶ Sen sijaan duo haluaa keskittyä itse tehtyjen kappaleiden nauhoittamiseen, mikä jälleen vahvistaa yhtyeen imagon itseriittoisuutta. Miesten mielestä artistin ei myöskään ole välttämätöntä esiintyä lehtien kansissa voidakseen tehdä hyvää musiikkia, vaan musiikki saa puhua puolestaan. Duo myöntää kuitenkin olevansa tyytyväinen, että Daft Punkin nimestä itsessään on tullut kuuluisa, sillä ilman median ja yleisön huomiota yhtyeen olisi mahdotonta myydä levyjään ja tehdä ihmiset tietoisiksi Daft Punkin olemassaolosta.²⁷ Yhtye vastustaakin ennen kaikkea artistin ulkomuotoon ja tähtikulttiin pohjaavaa musiikin markkinointia, koska tällöin itse musiikki jätetään syrjään. Sen sijaan Daft Punkin jäsenet mieltävät itsensä paitsi artisteiksi ja musiikintekijöiksi myös yleisöksi niille artisteille, joiden musiikkia he kuuntelevat.²⁸ Homem-Christo kertoo duon toiveesta pysyä tuntemattomana:

Ranskassa miljoonat ihmiset ovat kuulleet Daft Punkista, mutta alle muutama tuhat tunnistaa kasvomme – tähän olemme pyrkineet. Me kontrolloimme sitä, mutta kyse ei ole meistä fyysisesti, meidän persoonistamme. Emme halua törmätä samanikäisiin ihmisiin, jotka kättelevät sanoen 'Voinko saada nimikirjoituksenne?', sillä mielestämme olemme aivan samanlaisia kuin he.²⁹

Yhtyeen persoonatonta imagoa ei kuitenkaan aina nähdä keinona kapinoida musiikkiteollisuutta vastaan, vaan osa yleisöstä pitää Daft Punkin naamioitua näkymättömyyttä vaihtoehtoisena markkinointistrategiana. Bangalter vastaa kasvottoman imagon laskelmallista käyttöä koskeviin väitöksiin:

Ihmiset hämmästyttävät minua. Me taistelimme kynsin ja hampain pystyäksemme julkaisemaan *One More Time* -singlen ilman minkäänlaista mainontaa tai musiikkivideota, ja sitten ihmiset kääntyvät ympäri ja sanovat 'Heillä on todella ovela markkinointistrategia!'³⁰

Bangalterin mielestä osa ihmisistä siis näkee Daft Punkin kasvottoman imagon ainoastaan keinona herättää huomiota. Oli miten tahansa, myös Daft Punk on näkymättömyydestään huolimatta riippuvainen omasta visuaalisesta imagostaan ja musiikkinsa markkinoinnista. Yhtyeellä on oma tunnistettava kuvasto logoineen ja maskeineen, vaikka kuvat eivät rakennukaan yhtyeen jäsenten ja heidän fyysisen ulkomuotonsa varaan.

Huolimatta toiveestaan pysyä näkymättömänä, duo ei kuitenkaan halua pysyä mykkänä. Haastatteluiden avulla yhtyeen jäsenet pystyvät selkeämmin ilmaisemaan kapinansa musiikkiteollisuuden vakiintuneita sääntöjä vastaan. On myös muistettava, ettei kaikkein itseriittoisinkaan artisti pysty täysin kontrolloimaan, minkälaisen tekijäkuvan kuulija lopulta muodostaa artistista ja hänen musiikistaan. Kuten populaarimusiikin tähteyttä tutkinut Janne Mäkelä³¹ toteaa,

yleisön musiikillisia mieltymyksiä ja kiinnostusta tähtiin on vaikea ennustaa, sillä usein musiikkikokemukset ovat pikemminkin tunteilla kuin järjellä perusteltuja. Myös Daft Punk voi haastatteluiden ja visuaalisen kuvaston avulla pyrkiä ohjaamaan kuulijan tulkintoja. Loppujen lopuksi kuulija kuitenkin päättää, pitääkö hän Daft Punkin kasvotonta imagoa musiikkiteollisuutta vastaan kohdistettuna kannanottona vai pelkästään valtavirrasta erottuvana markkinointikeinona. Uusimman *Human After All* (2005) albuminsa myötä yhtyeen omaa toimintaa koskevat kommentit ovat kuitenkin huomattavasti vähentyneet. Myös Daft Punkin virallisilla kotisivuilla (www.daftpunk.com) on nähtävissä ainoastaan yhtyeen uusin musiikkivideo, kun taas duon aikaisempiin tuotoksiin ei viitata sanallakaan. Voitaneenkin vain arvailla, pitävätkö yhtyeen jäsenet Daft Punkin kasvotonta imagoa nykyisin niin tunnettuna, ettei heidän enää uransa tässä vaiheessa tarvitse lausuntojensa kautta yrittää muokata imagoaan toivotunlaiseksi.

³² Strinati 1995, 238–239.

³³ Kellner 1995, 233.

Roolileikkejä ja hajanaisia identiteettejä

Vaikka Daft Punkin imagoa pidetään yleisesti kasvottomana, on yhtyeen itseriittoisuuden ja yksilöllisyyden tavoittelu toisaalta yhdistettävissä romantiikan tekijäkäsitykseen. Daft Punkin tekijäkuva näyttää silti erottautuvan ajatuksesta, jonka mukaan artistin tulisi ilmaista musiikin kautta omia kokemuksiaan. Yhtyeen jäsenet ovat sen sijaan keksineet fiktiivisen elämäkerran tehdäkseen eron yksityisyyden ja oman julkisen imagonsa välille. Vaikka duo tuo omia mielipiteitään esille haastatteluissa, naamiointi saa yhtyeen tekijäkuvan vaikuttamaan rakennetulta. Tällä tavoin naamiot tulevat artistin ja kuulijan väliin, samalla kun Daft Punkin jäsenet piilottavat kasvonsa (ja henkilöllisyytensä) naamioiden taakse. Näin yhtyeen visuaalista kuvastoa ei yhdistetä jäsenten fyysiseen ulkomuotoon, vaan luotua imagoa voidaan pikemmin pitää fiktiivisten hahmojen käyttäminä valepukuina. Duon tekijäkuva on lisäksi muuttunut Daft Punkin uran eri vaiheissa, kun yhtyeen jäsenet ovat vaihdelleet käyttämiään naamioita.

Käsitys liikkuvasta ja epäyhtenäisestä identiteetistä on liitettävissä ajatteluun, jossa identiteetti ymmärretään yhtenäisen kokonaisuuden sijaan pirstaleisena kategoriana. Selittääkseen subjektin käsitteen hajanaisuutta populaarikulttuurintutkija Dominic Strinati viittaa kehitykseen, jonka seurauksena yhteiskunnan perinteiset viitekehykset ovat vähitellen kadonneet. Kollektiivisten identiteettien häviämisen myötä myös henkilökohtaisen identiteetin käsite on muodostunut hajanaisemmaksi. Lisäksi sosiaalinen luokka, perhe ja paikalliset yhteisöt sekä muut perinteiset identiteetin lähteet ovat menettäneet merkitystään, eikä uusia instituutioita tai uskomuksia, jotka auttaisivat ihmisiä yhtenäisten identiteettien muodostamisessa, ole syntynyt vanhojen tilalle.³² Mediatutkija Douglas Kellner esittääkin, että epäyhtenäiseen identiteettiin kytkeytyy edelleen ajatus hajanaisesta toimijasta, jolla ei nähdä olevan modernille subjektille tyypillistä syvyyttä ja yhtenäisyyttä. Ajatuksen epävakaa subjektista nähdään ajoittain jopa johtaneen subjektin kokonaisvaltaiseen katoamiseen.³³

³⁴ Ibid., 259.

³⁵ Collin 1997.

³⁶ Strinati 1995, 238; Björnberg 2000, 348.

³⁷ Taylor 2001, 140; Negus 1992, 16–17.

³⁸ Ks. esim. Cubitt 1991, 57.

Kuitenkin subjektin täydellinen katoaminen nykylukulttuurissa vaikuttaa Kellnerin mukaan liioitellulta ajatukselta, sillä mediakulttuuri tarjoaa yhä kuvia ja ajatusmalleja, jotka tuottavat ihmisten omaksumia identiteettejä ja subjektipositioita. Subjektin häviämisen sijaan uudet identiteetin muodot tarjoavat pikemminkin vaihtoehtoja vanhoille subjektikäsitteille.³⁴ Mikäli pidämme elektronisen tanssimusiikkiartistien kasvotonta tekijäkuvaa vastareaktionä perinteiselle tähteydelle, voimme olettaa myös Daft Punkin kasvottoman imagon perustuvan aikaisempien tekijäkuvien vastustamiseen. Ajatusta tukee myös Bangalterin lausunto, jossa hän kutsuu rocktähtien poseerauksia ja asennetta ”nykyään täysin typeriksi ja naurettaviksi”.³⁵ Kun duo katkee kasvonsa naamioiden taakse, se samanaikaisesti korostaa populaarikulttuurin tähtisysteemin ja Daft Punkin anonyymin visuaalisen kuvaston välistä kuilua.

Ajatus Daft Punkin tekijäkuvan fiktiivisyydestä yhdistää yhteen imagon myös postmodernille subjektille tyypilliseen irrallisuuteen.³⁶ Ajatukset subjektin litteydestä ja pinnallisuudesta näyttävät kuvaavan myös Daft Punkin imagoa, joka on jätetty leijumaan pintaan ilman kytköksiä yhteen jäsenten yksityiselämään. Toisaalta raja kasvottomuuden ja yhteen jäsenten yksityisyyden välillä hämärtyy muun julkisuudessa esitetyn tiedon pohjalta: esimerkiksi artistihaastatteluiden perusteella on mahdollista selvittää, että yhtye koostuu kahdesta ranskalaismiehestä. Vaikka Daft Punkin imago pohjaa ajatukseen yhteen kasvottomuudesta, ei ole mahdotonta puhua yhteen omasta identiteetistä – oli se miten liikkuva tahansa. Daft Punkin tekijyydessä näyttää pikemmin yhdistyvän elementtejä, joiden uskotaan olevan sekoitus faktaa ja fiktiota, omakohtaista ja keksittyä tai syntyperäistä ja rakennettua. Piiloutuminen naamioiden ja outojen nimien taakse voidaan myös liittää Daft Punkin pyrkimykseen pysyä populaarimusiikin valtavirran ulkopuolella.³⁷ Kasvottomien imagojen vuoksi myös median on vaikeampi muodostaa selkeitä (ja yleisöä kiinnostavia) henkilökuvia artisteista, joilla ei ole selkeää ja yhtenäistä imagoa. Yhtenäisen tähtikuvan rakentamisen sijaan useat elektronisen tanssimusiikin artistit paljastavatkin ainoastaan välähdyksiä itsestään tai itse luomistaan fiktiivisistä identiteeteistä.

Valepukujen ja epälineaarisuuden täyteinen videokuvasto

Kaupallisen menestyksen takaamiseksi artistin on tärkeää tulla tunnistetuksi ja saada huomiota eri tiedotusvälineissä. Aluksi saattaakin vaikuttaa siltä, että kasvottomien artistien musiikkia olisi vaikea markkinoida. Daft Punk on ratkaissut ongelman naamioiden ja kuvamanipulaation avulla. Myös yhteen musiikkivideot näyttävät tukevan ajatusta artistin persoonattomuudesta: jäsenet esiintyvät videoissa ainoastaan maskit yllään tai eivät näyttäydy ollenkaan. Artistin näkymättömyys kyseenalaistaa edelleen ajatuksen artistista kappaleen alkuperänä.³⁸ Mutta mitä kahdessa Daft Punkin videossa on lopulta nähtävissä yhteen tähteyden korostamisen sijaan, ja millä tavoin videoiden kuvasto esittäytyy Daft Punkin yleiseen tekijäkuvaa nähden? Ensimmäinen video *Robot Rock* (albumilta *Human After All*) on kaksikon

itsensä ohjaama, kun taas *Burnin'*-videon (albumilta *Homework*) on ohjannut ranskalainen valokuvaaja-ohjaaja Seb Janiak.

Ensisilmäyksellä Daft Punkin videoiden ja yhtyeen julkisuuskuvan väliltä saattaa olla työlästä löytää selkeitä yhtymäkohtia. Tunnistamatta kappaletta tai yhtyeen musiikkia leimaavaa robottimaista vokooderi-soundia katsojan on vaikea kertoa, kenen artistin video on kyseessä. Tarkastelluissa videoissa on kuitenkin muutamia piirteitä, joiden perusteella katsoja saattaa päätellä kuvamateriaalin kuuluvan Daft Punkille. Nämä tunnistettavat elementit liittyvät pitkälti Daft Punkin tapaan piilottaa kasvonsa futurististen naamioiden taakse.

Ensimmäisessä *Robot Rock*-videossa kuvataan kahta lavalla esiintyvää hahmoa, joista toinen soittaa kitaraa ja toinen rumpuja. Soittajien liikkeet ovat joustavia ja luonnollisia, kun taas hahmojen yllä olevat asut ja robottikypärät erottavat soittajat tavallisista rockartisteista. Pukujen metallinen pinta heijastaa erisävyisiä valoja, mikä edelleen yhdistää videon tanssimusiikkiin ja klubikulttuuriin. Soittajien käyttämät robottipuvut ovat tuttuja Daft Punkin julkisuuskuvaan yleensä yhdistetystä visuaalisesta kuvastosta, kuten haastatteluiden, artikkeleiden ja levyarvioiden yhteydessä julkaistuista valokuvista. Tunnistamalla soittajien asut katsojan on mahdollista päätellä videon kuuluvan Daft Punkille, vaikka yhtyeen jäsenet eivät paljasta kasvojaan. Videon voidaan myös tulkita parodioivan rockkulttuuria ja sen tähtisysteemiä, sillä siinä jäljittellään rockmusiikin esittämiskäytäntöjä. Videon voi myös nähdä purkavan stereotyyppistä kuvaa tietokoneen takana paikallaan seisovasta elektronisen musiikin esittäjästä. Rock- ja tanssimusiikkikulttuurille tyypillisestä yhdistelystä huolimatta Daft Punk ei niinkään pyri sulauttamaan kyseisiä genrejä yhteen, vaan muodostamaan perinteiden pohjalta uudenlaisen estetiikan.

Burnin'-video puolestaan kertoo tarinan palomiehen urasta unelmoivasta pojasta. Vaikka yhtyeen jäsenet pysyvät piilossa myös kyseisessä videossa, selkein side yhtyeen edustamaan musiikkiin lienee pilvenpiirtäjässä kuvattu tanssikohtaus, joka keskeytyy kun palomiehet saapuvat sammuttamaan rakennuksessa riehuvaan tulipaloo. Videon keskivaiheille sijoittuva kohtaus on olennainen myös siksi, että tanssikohtauksen ajan Daft Punkin musiikki on nostettu ääniraidan etualalle. Myös tanssijoiden rytmiä mukailevat liikkeet kiinnostavat katsojan huomion itse musiikkiin. Niin ikään videon leikkaus jäljittelee musiikin rytmiä, mistä seuraten videon tapahtumat kiihtyvät kappaleen tempon nopeutuessa.

Video alkaa tapahtumasarjalla, jossa poika leikkii lelupaloautolla ja unelmoi palomiehen urasta. Seuraavan kohtauksen paikkana on oikea paloasema, jossa palomiehet nousevat oikean paloauton kyytiin. Kuvat unelmoivasta pojasta ja sankarillisesta palomiehestä vuorottelevat läpi videon. Videon loppuosassa palomiehet onnistuvat sammuttamaan liekehtivän pilvenpiirtäjän, samalla kun pikkupoika heittää sangollisen vettä savuavaan grilliin. Videolla seurattujen kahden tapahtumaketjun välisten siirtymien voidaan nähdä murtavan käsityksiä lineaarisesta kerronnasta, tapahtumien kausaalisuudesta sekä ajallisesta ja tilallisesta yhtenäisyydestä. Nämä kaikki ovat piirteitä, jotka mediatutkija Alf Björnberg listaa analysoidessaan musiikkivideolle tyypillisen ilmaisan ja postmodernismin suhdetta.³⁹ Tarinallisen

³⁹ Björnberg 2000, 348. Ks. myös Strinati 1995, 227; Kaplan 1987, 55.

⁴⁰ Straw 1999, 205.

⁴¹ Herman 2006, 24.

⁴² Ks. esim. McLeod 2003, 352.

sulkeuman esittämisen sijaan Daft Punkin videon siirtymät saavat katsojan kysymään, ovatko palomieskohtaukset todellisia, unelmointia vai näkeekö poika kenties tulevaisuuteensa.

Videon tanssikohtaus liittää videokuvaston myös ajatuksiin subjektin katoamisesta. Tanssimusiikkikulttuuriin erikoistunut populaarimusiikintutkija Will Straw⁴⁰ selittää perinteisen tekijäkäsityksen hylkäämistä tanssimusiikin tyypillisellä esittämiskäytännöllä, jossa klubeissa soitetut kappaleet muodostavat katkeamattoman musiikkivirran. Samalla musiikin esittäjiin yhdistetty käsitys tunnistettavasta tekijähahmosta murentuu kappaleiden yksilöllisyyden kadotessa musiikkivirtaan.⁴¹ Elektronisen tanssimusiikin tekijöiden ohella ajatus yksilöllisyyden katoamisesta pätee myös tanssiyleisöön, jonka musiikki kokoa tanssilattialle yhdeksi massaksi.⁴² Myös *Burnin'*-videon tanssivat ihmiset näytetään liikkuvana massana sen sijaan, että huomio kiinnitettäisiin yksilöihin.

Kapinoinnin ja erottautumisen rajanvetoa

Usein samaa musiikinlajia edustavat artistit muistuttavat toisiaan myös visuaalisen imagonsa osalta. Elektronisessa tanssimusiikissa artistin julkisella näkyvyydellä ei ole perinteisesti ollut niin suurta merkitystä verrattuna suurimpaan osaan muista musiikinlajeista. Daft Punkin lailla monet näistä artisteista vastustavat näkymättömyydellään populaarikulttuurille tyypillistä tähtisysteemiä. Vaikka yhtyeen kasvottomuus eroaa artistin fyysisen ulkonäön ja julkisuusarvon ympärille rakennetusta tähteydestä, myös Daft Punk on riippuvainen tietynlaisesta visuaalisesta kuvastosta, perustuipa se sitten artistin julkiseen näkyvyyteen tai poissaoloon.

Daft Punkin tapauksessa yhtyeen kasvottomuus yhdistyy duon pyrkimykseen kontrolloida omaa musiikintekoaan, visuaalisuuttaan ja markkinointiaan. Peittämällä kasvonsa pääasiassa futurististen naamioiden taakse kaksikko pystyy pitämään omat yksityiselämänsä julkisuuden ulkopuolella. Daft Punkin tekijyydessä näyttääkin pikemmin olevan kyse kuvitteellisten hahmojen ja fiktiivisen menneisyyden luomisesta kuin visuaalisuuden kokonaisvaltaisesta hylkäämisestä; vaikka yhtyeen kasvoton imago eroaa julkisuusarvon varaan rakentuvasta tähteydestä, on duo luonut oman tapansa markkinoida musiikkiaan. Valokuvien, musiikkivideoiden ja muun visuaalisen aineiston ohella yhtyeen jäsenten on mahdollista saada äänensä kuuluviin mediassa julkaistujen kommenttien välityksellä. Yhtye pystyy näin tarkentamaan julkista imagoaan, joka monista ilmentymistään huolimatta palautuu myös omaperäisyyden ja itseriittoisuuden ihanteisiin.

Useilla fiktiivisillä hahmoilla leikkiminen liittää Daft Punkin tekijäkuvan edelleen ideaan liikkuvasta ja hajanaisesta identiteetistä. Ajatus identiteetin epäyhtenäisyydestä heijastuu erityisesti musiikkivideoiden fiktiivisissä hahmoissa ja avoimissa sulkeumissa. Omalta osaltaan naamioidut hahmot vastaavat musiikin markkinoinnista ja edustustyöstä, jotka perinteisesti ovat olleet esiintyvän artistin vastuulla. Daft Punkin pitäessä tiukasti tekijyyden lankoja omissa käsissään näyttää yhtyeen visuaalinen imago elävän omaa muuntautumisky-

kyistä elämäänsä. Varsinaiset musiikin tekijät sen sijaan piiloutuvat tähteydeltä vetäytyen musiikin, maskien ja monitulkintaisen videokuvaston taakse.

Aineistolähteet

Kirjallisuus

Cooper, Sean (2002), Daft Punk. Biography. Teoksessa Vladimir Bogdanov, Chris Woodstra and Stephan Thomas (eds.), *All Music Guide to Rock. The Definitive Guide to Rock, Pop, and Soul*. Erlewine. San Francisco: Backbeat Books, 278.

Www-sivut

Adcock, Donna (1997), Turns In Their Homework. *Yahoo! Music*. <http://music.yahoo.com/read/interview/12052857>. Linkki tarkistettu 25.7.2006.

Collin, Matthew (1997), Do you think you can hide from stardom? *Mixmag*. <http://www.techno.de/mixmag/97.08/DaftPunk.a.html>. Linkki tarkistettu 25.7.2006.

Gill, Chris (2001), Robopop. *Remix*. http://remixmag.com/mag/remix_robopop. Linkki tarkistettu 25.7.2006.

Moayeri, Lily (2001), Punk As They Wanna Be. *Yahoo! Music*. <http://uk.music.yahoo.com/read/interview/12053561>. Linkki tarkistettu 25.7.2006.

Osborne, Ben (2001), We are not control freaks. We are freedom freaks. *Guardian Unlimited*. <http://www.guardian.co.uk/Archive/Article/0,4273,4150972,00.html>. Linkki tarkistettu 25.7.2006.

Richert, Willy (2001), A Personal Voyage to Discovery. *RFI Musique*. http://www.rfimusique.com/musi-queen/articles/060/article_6541.asp. Linkki tarkistettu 25.7.2006.

Silcott, Mireille (1997), Personality punks. French house producers Daft Punk hide their faces to show their worth. *Montreal Mirror*. <http://www.montrealmirror.com/ARCHIVES/1997/040397/cover.html>. Linkki tarkistettu 25.7.2006.

Woholeski, Peter (2001), Interview with Daft Punk. *DJ Times Magazine*. <http://www.djtimes.com/original/djmag/may01/daft.htm>. Linkki tarkistettu 25.7.2006.

Videomateriaali

Daft Punk (1999), *D.A.F.T. A Story About Dogs, Androids, Firemen and Tomatoes*. Daft Life / Daft Trax. 7243 4 92276 9 9.

Robot Rock -video nähtävissä www-osoitteessa <http://www.emi-artistes.com/human/robotrock/inter/>. Linkki tarkistettu 25.7.2006.

Tutkimuskirjallisuus

Björnberg, Alf (2000), Structural Relationships of Music and Images in Music Videos. Teoksessa Richard Middleton (ed.), *Reading Pop. Approaches to Textual Analysis in Popular Music*. Oxford: Oxford University Press, 347–378.

Buxton, David (1990), Music, the Star System, and the Rise of Consumerism. Teoksessa Simon Frith and Andrew Goodwin (eds.), *On Record: Rock, Pop, and The Written Word*. New York: Pantheon Books, 427–440.

Cubitt, Sean (1991), *Timeshift. On video culture*. London and New York: Routledge.

Den Tandt, Christophe (2004), From Craft to Corporate Interfacing: Rock Musicianship in the Age of Music Television and Computer-Programmed Music. *Popular Music and Society* 27:2, 139–160.

Frith, Simon and Horne, Howard (1987), *Art into Pop*. London and New York: Methuen & Co.

Fuchs, Cynthia (1999), Images. Teoksessa Bruce Horner and Thomas Swiss (eds.), *Key Terms in Popular Music and Culture*. Malden and Oxford: Blackwell Publishers Inc., 178–187.

- Goodwin, Andrew (1992), *Dancing in the Distraction Factory. Music Television and Popular Culture*. Minneapolis: University of Minneapolis Press.
- Herman, Bill D. (2006), Scratching Out Authorship: Representations of the Electronic Music DJ at the Turn of the 21st Century. *Popular Communication*, 4(1), 21–38.
- Kaplan, E. Ann (1987), *Rocking Around the Clock. Music Television, Postmodernism, and Consumer Society*. London and New York: Routledge.
- Kellner, Douglas (1995), *Media Culture. Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern*. London and New York: Routledge.
- McLeod, Ken (2003), Space oddities: aliens, futurism and meaning in popular music. *Popular Music* 22:3, 337–355.
- Mäkelä, Janne (2002), *Images in the Works. A Cultural History of John Lennon's Rock Stardom*. Cultural History. University of Turku.
- Negus, Keith (1992), *Producing Pop. Culture and Conflict in the Popular Music Industry*. London, New York, Sydney and Auckland: Arnold.
- Straw, Will (1999), Authorship. Teoksessa Bruce Horner and Thomas Swiss (eds.), *Key Terms in Popular Music and Culture*. Malden, Oxford: Blackwell Publishers Inc., 199–208.
- Strinati, Dominic (1995), *An introduction to theories of popular culture*. London and New York: Routledge.
- Taylor, Timothy D. (2001), *Strange Sounds. Music, Technology & Culture*. New York, London: Routledge.
- Wall, Tim (2003), *Studying Popular Music Culture*. London and New York: Arnold.
- Weinstein, Deena (1999), Art Versus Commerce: Deconstructing a (Useful) Romantic Illusion. Teoksessa Karen Kelly and Evelyn Marcus (eds.), *Stars Don't Stand Still in the Sky. Music and Myth*. London: Routledge, 57–69.