

Barna R. Emília

## Hálózatok és színterek: az online és offline zenei világok értelmezése

A zenei tevékenység bármely környezetben egyrészt bizonyos terek körül összpontosul – beleértve a termelés és fogyasztás tereit, a rögzítés és terjesztés, a próba, az előadás, a zenehallgatás tereit – másrészt kapcsolatok, azaz jelentéssel teli személyes és intézményesített viszonyok köré, amelyek valamilyen cserét – áruk, szolgáltatások, információ/tudás, értékek cseréjét – is magukba foglalnak. Az olyan online platformok, mint a MySpace.com, egyszerűen nyújtanak további tereket a felsorolt tevékenységekhez és funkciókhoz, valamint további lehetőségeket a kapcsolatok kialakítására és fenntartására. De hogyan is kell érteni e tereket és kapcsolatokat?

Maga a „MySpace” név a(z online) tér individualitásunk online megjelenítésére utal. Ezek a strukturálisan különálló profilok leggyakrabban valójában csoportos terek, amelyek számos egyént foglalnak magukba és képviselnek. A legnyilvánvalóbb példa a zenekari profiloldal, különösen abban az esetben, ha több zenekartag járul hozzá aktívan az oldal szerkesztéséhez, a tartalomhoz. A zenekari profilok értelmezhetőek egy kapcsolódó címen (URL) keresztül allokált virtuális térként, amelyben találkozik a zenekar, mint csoport, a zene és egyéb tartalom, mint pl. az albumborító design és a zenekarfotók, valamint a rajongók és a zenekarhoz kötődő barátok, ismerősök. Ugyanakkor e strukturálisan elkülönülő terek egymással összekapcsolódnak, hiszen egy anyaoldalról ágaznak le, valamint egy tágabb hiperlinkhálózatot alkotnak. Jelen írás azt vizsgálja, hogyan kapcsolódnak össze ezek a terek egymással, és hogyan ágyazódnak be tágabb, mind online, mind offline terekbe.

A vizsgálódás alapját egy Liverpoolban 2007 áprilisa és 2009 vége között indie rock zenekarok körében végzett etnográfiai kutatás képezi, amely doktori disszertációhoz szolgált alapul (Barna 2011).<sup>1</sup> A kutatásban szereplő zenekarok Liverpool városához kötődtek; országos vagy nemzetközi szinten egyikük sem ért el kimondottan jelentős sikert; mindannyian vagy független lemezkiadóknál, vagy saját maguk adták ki lemezeiket. Mindegyikük rendszeresen lépett fel liverpooli klubokban és vett részt olyan helyi zenei eseményeken, mint a

<sup>1</sup> Jelen írás a disszertáció hetedik, „Networks and scenes: understanding online-and-offline worlds” című fejezetének fordítása.

2003-tól évente megrendezett Liverpool Music Week, továbbá valamennyien aktívak voltak az internetes térben – ez általában is jellemző volt a helyi zenekarokra.

A következő kérdésekre keresem a választ: mit mond(hat) el a terek közötti kapcsolódások vizsgálata a zenekarokról és a zenei színtérről? Valamint hogyan írható le a hiperlinkhálózat viszonya a jelentéssel teli személyes, szervezeti, illetve szimbolikus, online és offline kapcsolatokhoz? Az online jelenlét térbeli és időbeli struktúrájának konceptualizálása és értelmezése előfeltétele e kérdések megválaszolásának, egyúttal a kapcsolatok hálózata dinamikájának megértéséhez is elvezet. A tanulmány első része a zenekarok által „elfoglalt” online terek strukturális elemzésével foglalkozik, eközben a technológiai környezet változásaira, valamint arra is kívánok reflektálni, hogy a szereplők miként észlelik e változásokat. Egyrészt a technológia használata – azaz jelen esetben a zenészek, zenerajongók, illetve egyéb zeneipari szereplők internetalapú tevékenysége – hatással van a technológia formájára.<sup>2</sup> Másrészt a technológiai kontextus bizonyos mértékig szintén meghatározza a használatot; például az interakció, önprezentáció, tartalommegosztás, és a kapcsolatok létrehozása és megjelenítése számára rendelkezésre álló platformok által.<sup>3</sup> Mi több, a technológiai kontextus időbeli dinamikája elválaszthatatlan egy internetes jelenléttel rendelkező zenekar karrierjének, egy (rendszeresen megrendezésre kerülő) zenei eseménynek (pl. fesztivál), a teljes zenei színtérnek, illetve helyi és virtuális hálózatnak a belső időbeli dinamikájától. Miután definiálásra kerül az időbeli és térbeli online jelenlét, a hálózat, mint analitikus fogalom segítségével elemzem az online kapcsolódások szerkezetét és jelentését. Itt feltárom a vizsgált zenekarokhoz és zenei eseményekhez kötődő online kapcsolathálóok jellemzőit, majd ezt az online és offline társas és kreatív környezet szélesebb kontextusában értelmezem. Ez elvezet a színtéresemény, mint a jelentéssel teli gazdasági, szimbolikus és alkotói kapcsolatok készletén alapuló kollektív esemény fogalmának konceptualizálásához is.

### **A zenekarok online tevékenységének térbeli és időbeli szerveződése**

Ahhoz, hogy az online és az offline viszonyát konceptualizálni tudjak, szükség van tér, idő és az online környezet kapcsolatának feltárására. A virtuális etnográfiairól szóló értekezésében Christine Hine (2000) kritikával viszonyul Manuel Castells (1996) „áramlások tere” (space of flows) és „időbeli kollázs” fogalmaihoz. Castells a helyek, helyszínek helyett előnyben részesíti az áramlásokban való gondolkodást a számítógépes kommunikáció és a globális hálózatok világában – legyen szó emberek, információ vagy pénz áramlásáról. A hálózat fogalmi keretén belül a hangsúly a kapcsolódásra esik, nem pedig a helyszínre. Castells elméletét felülvizsgálva Hine a következőt állítja:

az efféle vélekedés [a teret és időt túlhaladó interakciós formák társadalmi következményekre való kivetítése] jobbára az internet lehetőségeiről szóló feltételezéseken alapul, és nélkülözi az internetes interakció idővel és térrel való jelenlegi kapcsolatának megfigyelésen alapuló értelmezését (Hine 2000: 84).

<sup>2</sup> Ez az, amit a technológia társadalmi konstruálása elvének nevezhetünk (Baym 2010: 24).

<sup>3</sup> Vö. Azenha (2006: 3. bekezdés): „Az internet tudományos és népszerű elemzésében is fellelhető a lehetőségek és aktualitások összemosása [...] [az internetes technológiák hatásának utópisztikus] értelmezései figyelmen kívül hagyják a technológiák összetett társadalmiságát, és azokat a módokat, ahogyan a kulturális, gazdasági és politikai kontextusok befolyással vannak a technológiák használatára” (ez és a további idézetek saját fordítások – B. R. E.).

Bár jelen írás nem vitatja a Castells által a kapcsolódási pontokra, mint potenciálisan jelentésteli (virtuális) terekre helyezett hangsúly szükségességét, egyúttal újonnan megerősíti azt az elméletet is, amely szerint a tér, hely, valamint idő érzete a technológia és a felhasználók közötti valós társas interakciókon keresztül konstruálódik. Ennek megfelelően tesztek javaslatot az időbeliség és a térbeli struktúrák értelmezésére a zene online környezetben – különös tekintettel a közösségi oldalakra.

### *Az online jelenlét időbeli dinamikája*

Egy zenekar vagy esemény online jelenlétének kritikus aspektusa az időbeli dinamikája, azaz az elfoglalt terek (webhelyek), a kapcsolódó tartalom és a diskurzusban való részvétel stabilitásának vagy időbeli változásának mértéke. Ennek ellenére Hine fent említett elemzésén kívül az időbeliség inkább implicit módon van csak jelen az online kommunikációs technológiák és az online-offline közösségek kapcsolatának vizsgálataiban, így a probléma nem jelenik meg elméleti síkon. Marjorie Kibby például nem jut el odáig, hogy közvetlenül problematizálja az időbeliség kérdését, ugyanakkor a John Prine nevű előadó fórumának változó dinamikájára mutat rá, amikor azonosítja az első negatív kicsengésű párbeszédet, amely később a fórum jellemzőit érintő észlelhető eltolódáshoz vezetett (Kibby 2000: 98). Ebben az esetben a változás diszkurzív és a közösséget tekintve belső. Emellett a valós idejű és a késleltetett interakció jelentősége kapcsán megjegyzi, hogy „az adott szoftver természetű saját dinamikáját erőlteti a kommunikációs folyamatra” (i. m. 98). Ezen túlmenően megmutatja, hogyan befolyásolják az előadó karrierjéhez kapcsolódó offline események vagy helyzetek (Prine turnéjának lemondása, hogy további új albumot nem tervez kiadni, valamint betegsége) a diszkusszió dinamikáját, és ezen keresztül az online alapú közösség életciklusát (i. m. 96–97).

Marion Leonard Ladyfestről szóló esettanulmánya a DIY (Do It Yourself, azaz csináld magad) promóció online és offline hálózatának kölcsönösen összefonódó kapcsolatát tárja fel (Leonard 2007: 163–180). Mégis, amellett, hogy Leonard megmutatja, hogyan „alakítják ki és segítik elő az online kommunikációs eszközök az offline Ladyfest hálózatot” (i. m. 197), célirányosan nem vizsgálja a Ladyfest közösségen belüli változásokat. Nem problematizálja továbbá a közösség online aktivitása és (ön)reprezentációja, valamint az internetes technológia fejlődése közötti összefüggést sem. Wilson és Atkinson (2005) a rave és straightedge szubkultúrákról szóló esettanulmányaikat történeti perspektívába helyezik, amikor bemutatják a folyamatot, melynek során a két szubkultúra és sajátos helyi formáik kifejlődtek. Atkinson straightedge-ről szóló elemzésében longitudinális perspektívából közelítve mutat rá, hogyan alakította át a szubkultúra földrajzi szerkezetét annak online jelenléte és reprezentációja: az internet hozzájárult a szubkultúra újabb városi központjainak kialakulásához, emellett a független lemezterjesztés számára is új utakat nyitott. Ez pedig a szubkultúra tagjai számára magasabb fokú hatóerőt biztosított (Wilson és Atkinson 2005: 297–298). Ennek ellenére ezen esettanulmányok sem foglalkoznak a számítógépes kommunikációs technológia fejlődésével és az online médiahasználatban bekövetkezett változásokkal, ami némileg gyengíti a szubkultúra és a média viszonyára irányuló elemzésüket.

Az időbeliséggel kapcsolatos problematikát két fő terület körül lehet megfogalmazni: az első a változó technológiai kontextus és a használat változó mintázatainak dinamikája; a második a használat azon online és offline kontextusa, amely nem kötődik közvetlenül a tech-

nológiához, azaz az online média sajátosságaihoz. Az utóbbihoz tartozik a zenekar karrierjének alakulása, a (kereskedelmi) siker, a földrajzi mozgás, a helyi események és ezek online reprezentációja, a rajongók hozzáállásának és on- és offline részvételének alakulása, a menedzsmenthez és a lemezkiadóval való együttműködéshez kötődő változások, és így tovább. Ezek közül itt az első területre összpontosítok: azt vizsgálom, hogyan töltenek be különböző számítógépes kommunikációs felületek egymáshoz hasonló funkciókat, valamint hogyan használják különböző felhasználók eltérő módokon és eltérő célokra ugyanazt a felületet. Arra is rámutatok, időben hogyan változott a felhasználás, és mi ennek a jelentősége a zeneszerekre és a zenei tevékenységre nézve.

## Felületeken átívelő online jelenlét

A kutatásomban szereplő egyik liverpooli zenekar, a 2007 tavaszán alakult háromtagú Elle s'appelle MySpace-profilját használta a zenekar elsődleges online tereként, míg a Facebook később kialakított profiljuknak adott otthont. A kezdeti éveket követően a MySpace tervezői gyorsan reagáltak a zeneszerek és zenekarok felől érkező hatalmas érdeklődésre, akik zenéjük terjesztésére és a rajongókkal való interakcióra kezdték el használni az oldalt.<sup>4</sup> Ily módon mire az Elle s'appelle (megalakulásakor) elkezdte használni, az oldal a kezdetekhez képest már számos kimondottan zenekari profilra specializálódott elemmel gazdagodott. Hasonló tendencia figyelhető meg olyan közösségi oldalak esetében is, amelyek kezdetben egyáltalán nem zenei profilokra szakosodtak, beleértve a Facebookot és a(z) Egyesült Királyságban különösen népszerű) Bebot.<sup>5</sup> E jelenség tekinthető a technológia olyan célokra történő felhasználó-alapú adaptációjának, mely célok nem feltétlenül felelnek meg teljesen a strukturális tervezés mögött megbúvó eredeti szándékoknak. E felismerés módszertani hozadéka, hogy az online terek kielégítő elemzése érdekében a tartalom és lehetőségek vizsgálatának társulnia kell azon módok megértésével, amelyek révén a felhasználók a gyakorlatban hasznosítják e rendelkezésre álló lehetőségeket.

A különböző felületek használata közötti különbségek és hasonlóságok arról is tájékoztatnak bennünket, hogy milyen mértékben szabják saját szükségleteiknek megfelelőre a felhasználók az online tereket. Az Elle s'appelle első Facebook-oldala egy ún. „group” (csoport) profil volt, amely a név, a rövid biográfia, elérhetőségek, helyszín, hírek, fotók, megosztott tartalmak, a tagok listája, valamint a „hasonló csoportokhoz” vezető linkek mellett egy fórumot is tartalmazott néhány topikkal („threadel”). A threadek témái nem kötődtek szorosan a zenekarhoz, inkább rajongóorientáltak (pl.: „Kötelező kedvenc dal thread”) vagy színtérorientáltak voltak (pl.: „Új Meshugggy Facebook csoport” – a Meshugggy néven tevékenykedő koncertszervező volt a liverpooli indie szcéna egyik kulcsszereplője). A fórum funkciói hasonlóak a MySpace-komment szekciójához, ám formája – a tematikus threadek –

---

<sup>4</sup> Egyéb további kommunikációs gyakorlatok mellett, amelyek közül némelyik szinte esetlegesen, az eredeti céloktól függetlenül alakult ki. Ilyen, az eredeti céloktól független tényező lehet például a zenerajongók váratlan mértékű érdeklődése a – sokszor rendkívül népszerű, sztártátuszú – előadókkal való közvetlen interakció lehetősége iránt, valamint az előadók részéről is e lehetőség kihasználása; a rajongók egymás közötti interakciója, valamint zenei ízlésük és rajongói identitásuk hangsúlyos kifejezése a profiloldalakon keresztül.

<sup>5</sup> Érdeemes itt megjegyezni, hogy az online médiatechnológia fejlődésének, terjedésének és használatának dinamikája specifikus földrajzi mintát követ. Például az előnyben részesített közösségi oldalak is országról országra változnak (vö. Boyd és Ellison 2007). Az e helyütt tett általános megfigyelések az Egyesült Királyságra értendők, ám ez nem jelenti azt, hogy más területekre nem lehetnek érvényesek.

„hagyományosabb” megoldásnak tekinthető a számítógépes kommunikáció történetében. A MySpace-kommenteknek funkciót és elrendezést tekintve közelebbi Facebookos megfelelője az üzenőfal („Wall”).

A MySpace és Facebook közötti nyilvánvaló strukturális különbség a zenekarok és egyének reprezentációjának kérdését érinti: a Facebookon az adatgyűjtés kezdeti fázisában a zenekarok tipikusan csoportokként regisztráltak. Amellett, hogy a zenekarok és előadók számára rendelkezésre áll, e kategória magában foglal másféle csoportokat is, pl. a tévésorozatokhoz, celebekhez, márkákhoz vagy társadalmi és politikai célokhoz kötődőket. Az Elle s'appelle azonban az általánosabb csoportprofilról 2008 márciusában „zenész” (musician) profilra váltott, ami a portál egyre növekvő zenei irányultságát is jelzi.<sup>6</sup> Facebookon az egyéni felhasználók csatlakozhatnak csoportokhoz vagy zenei oldalakhoz. Amíg azonban a csoportnak „tagjai” vannak, a zenészoldalnak „rajongói,” azaz a Facebook zenére vonatkozó specifikus struktúrája a művész-rajongó dichotómiát reprodukálja.

Amikor a felhasználók csatlakoznak egy oldalhoz, egyrésztől az oldal láthatóvá válik az egyén profilján (ennek egyértelmű promóciós értéke van), másrészt az egyén is megjelenik nevével és profilképével az oldalon – azaz láthatóvá válik a rajongói tábor, amely viszont a zenekar népszerűségét is jelzi. Az Elle s'appelle eredeti Facebook-oldalán a csoport egyéni tagjai közé beletartoztak a zenekartagok, a zenekarhoz szorosan kötődő egyének (pl. a menedzsment) és rajongók egyaránt. A Facebook felépítése továbbá a MySpace-től némileg különböző kommunikációs struktúrát is eredményezett, például az előbbi felületen a zenekarok tudtak (promóciós) üzeneteket küldeni a csoportok tagjainak, ám a küldő egyénként jelent meg, míg a MySpace-en a zenekar önálló entitásként is tudott kommunikálni.<sup>7</sup> Ez a két oldal különböző jellegű általános használatának felel meg: a Facebook inkább egyénalapú – a csoportoknak és szervezeteknek általában oldaluk, és nem profiljuk van –, míg a MySpace egyéneket, csoportokat és szervezeteket egyaránt egységes profilokon keresztül foglal magában.

Bizonyos esetekben a különböző formátumokat azonos célokra használják. A MySpace baráti terének a Facebookon nagyjából megfelelt a „hasonló csoportok” funkció és a tagok listája együtt. Az Elle s'appelle esetében például a MySpace-barát GoFaster>> zenekar szerepelt a Facebook „hasonló csoportok” listájában is. Ugyanakkor eltérések is voltak, mivel a Facebook-profiljukhoz Liverpool városához kötődő csoportokhoz is linkeltek („Petition to Facebook to Create a Liverpool Network,” azaz Liverpool-hálózat létrehozására irányuló petíció, majd később az ennek hatására létrejövő „Liverpool Network”), ami nyilvánvaló földrajzi környezetbe helyezte őket. Az intézményeken, majd később földrajzi helyen alapuló hálózatok eredetileg központi szervező elvei voltak a Facebooknak, ami azt jelenti, hogy az ehhez hasonló, földrajzi helyet jelző specifikációk a weboldal belső karakterével vannak összefüggésben. A zenekar MySpace-oldaláról a helyszín jelzésén túl hiányoztak a földrajzi helyre és földrajzi alapú kapcsolatépítésre közvetlenül utaló jelzések – ami persze nem jelenti azt, hogy a közvetett jelzéseknek ne lett volna jelentőségük.

---

6 A vonatkozó bejegyzés, amelyet a zenekar az eredeti csoportprofilon tett közzé: „E csoport el fog tűnni [...] a kibertér végtelen szakadékjában, ahonnan soha többé nem kerül már elő. Kezdet zavaróvá válni, hogy van egy csoportoldal ÉS egy hivatalos oldal, így innentől kezdve az Elle s'appelle Facebook-történelmei mind a hivatalos oldalon lesznek nyomon követhetőek” (Elle s'appelle csoport e-mail, 2008. március 21.). Érdekes, hogy bár mindkét profiloldalt a zenekar tagjai tartották fenn, az első inkább tekinthető rajongói oldalnak, a másodikra pedig az e-mail „hivatalos oldalként” utal.

7 Jelenleg ez már a Facebookon is lehetséges.

Amikor az internethasználat került szóba, a meginterjúvott zenészek elsősorban a MySpace-re, kisebb gyakorisággal a Facebookra hivatkoztak. A MySpace és Facebook egymáshoz viszonyított jelentősége és népszerűsége, mint a zenéhez kötődő kommunikáció terei, különös tekintettel a kapcsolattartásra, promócióra és visszajelzésekre, nem maradt állandó a kutatás időtartama alatt. A változások az online részvétel szerkezeti elmozdulásaira és a zenészek szubjektív tapasztalataira egyaránt érvényesek. Ennek megfelelően a kutatásban szereplő zenekarok is megfogalmazták gondolataikat a számítógépes kommunikációs technológia és a közösségi weboldalak időbeli dinamikáját illetően. A Puzzle tagjai, bár elismerték, hogy ők saját maguk promotálását tekintve nem egy kimondottan „ambiciózus” zenekar, és nem is fordítanak túlságosan sok figyelmet saját maguk online népszerűsítésére, egyetértettek az Elle s'appelle meginterjúvott tagjával abban, hogy az első hely, ahol az ismeretlen zenekaroknak utána szokás nézni, a MySpace.<sup>8</sup> Ugyanakkor úgy gondolták, a Facebook „jó választás”, ha koncertek meghirdetéséről van szó; a zenekar énekes és gitárosa, Lucy Johnson szerint az interjú idejére már gyakoribbá vált a használata [a zenészek körében], mint a MySpace-é. Érdeemes megjegyezni, hogy a Puzzle nem rendelkezett Facebook-profillal, de ettől még zenekarként sem hiányoztak a közösségi oldalról, mivel bizonyos eseményeket, amelyeken felléptek, más zenekarok itt hirdettek. Emellett a zenészeknek megvoltak az egyéni profiljaik az oldalon, amelyeket gyakran használtak zenével kapcsolatos kommunikációra is, illetve zenei eseményeken való részvételük jelzésére. Lucy a következő észrevételt tette: „Azt hiszem, amikor elkezdtük [a zenekart], a MySpace sokkal népszerűbb volt, és az emberek gyakrabban használták arra, hogy kapcsolatba lépjenek zenekarokkal, nem hiszem, hogy ma már annyira sokat használnák [...]”. Ugyanezt a gondolatot fejezte ki a dobos, James Mounsey is: „[a MySpace] annyira 2007 [...] szép volt, jó volt, elmúlt”<sup>9</sup>

A Puzzle-tagok ugyanakkor a saját használat mellett legalább akkora hangsúllyal említettek egy különböző zeneipari szervezetekre jellemző gyakorlatot: számtalan szervezet, cég kereste meg őket a MySpace-en terjesztésre és népszerűsítésre vonatkozó ajánlatokkal. James úgy gondolta, az ilyen típusú gyakori megkeresések leginkább egy adott zenekar karrierjének kezdeti szakaszára voltak jellemzőek. Az időbeliség fent meghatározott mindkét különálló aspektusáról szó van itt: először is, a rendelkezésre álló technológia változó használatáról, ahogyan egy zenekar karrierje előrehalad – a Puzzle MySpace-oldala egyértelműen mutatta, hogy online aktivitásuk nem egyenletesen oszlott meg időben. Másodszor pedig a technológiában bekövetkezett változásáról és a használat mintázatának általános elmozdulásáról – a MySpace-től a Facebook felé, vagy pedig a két online tér szelektív használata irányába. David Johnson, a zenekar másik gitárosa úgy vélte, a saját magukat népszerűsítő zenészek mindig is ügyeltek arra, hogy a legfrissebb technológiát hasznosítsák. Ezen túlmenően James hangsúlyozta az online promóció által igényelt elkötelezettséget: annak érdekében, hogy a zenekar „tartsa a lépést”, folyamatosan kell (például koncerteket hirdető) üzeneteket küldenie a közösségi weboldalon, és ez komoly munkabefektetést igényel.

<sup>8</sup> Interjú a Puzzle három tagjával (2009. március 25.); online interjú az Elle s'appelle egy tagjával (2007. december 16.).

<sup>9</sup> Feltételezhető, hogy az interjúk óta eltelt idő alatt a MySpace még inkább veszített jelentőségéből, a Facebook és egyéb közösségi oldalak népszerűsége pedig ezzel párhuzamosan, az interjúk idején talán előreláthatatlan gyorsasággal nőtt.

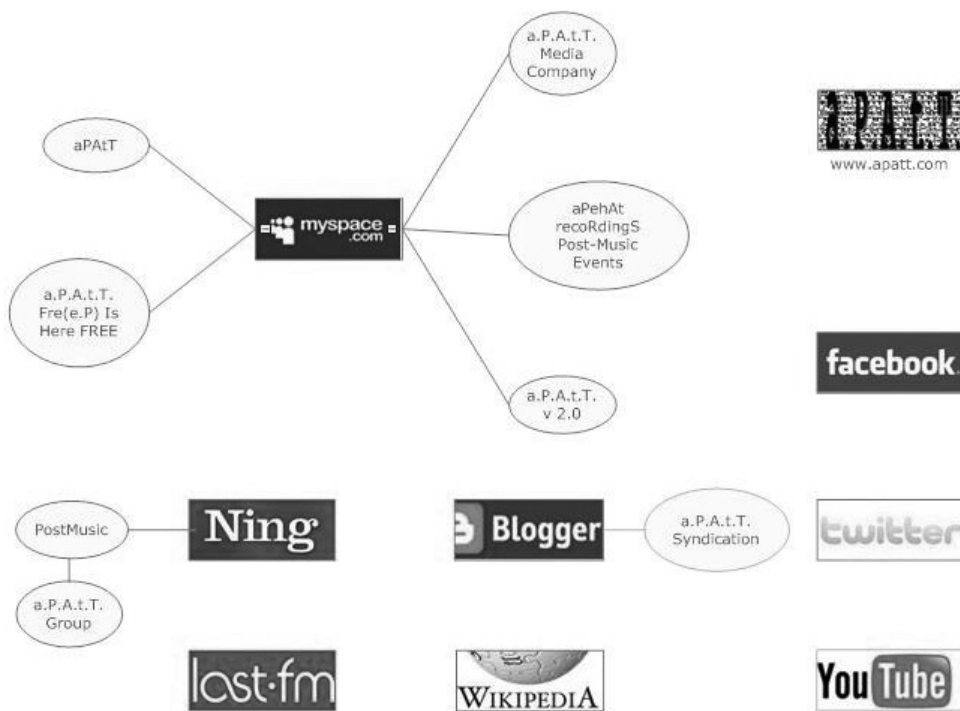
Az online tereknek megvan a saját életciklusuk, ám ahelyett, hogy egymást lineárisan váltanák fel, dinamikus, rétegzett struktúrában léteznek együtt. A MySpace és a Facebook mellett számos egyéb közösségi weboldalt használtak egyidejűleg a liverpooli indie zenekarok, mint például a Bebót, a LastFM-et, a Twittert vagy a Ninget. Az online terek dinamikája tehát bonyolultabb, mint azt a fent idézett észrevételek sugallják. Ettől függetlenül az észlelt trendek beazonosítása rávilágít a zenekarok technológiával kapcsolatos attitűdjeire – azokra az attitűdökre, amelyek a használatot befolyásolják. Legalábbis feltételesen a liverpooli indie rock diskurzusának egy általános feltételezéseként a következőt határozhatjuk meg: ha 2007 a MySpace éve volt, akkor 2008 a Facebooké – 2009 pedig talán a Twitteré. A legutóbbival kapcsolatban az a.P.A.t.T. zenekar (lásd lentebb) saját kapcsolatépítő oldalán egy menedzsmenttel foglalkozó szervezet, a Sentric Music blogjáról idézett: „Ha nem ismered a Twittert, akkor hadd tájékoztassalak, hogy a 2009-es év a twittelés és mindenféle twitterisztikus dolog éve lesz” (az állítás a Sentric indie zenészeknek szóló, 2009-re vonatkozó tanácsai között szerepel).<sup>10</sup>

### *Az a.P.A.t.T. és az online jelenlét térbeli struktúrája*

Ahogy fent utaltam rá, az Elle s'appelle és a Puzzle által észlelt tendenciák más esetekben bonyolultabbak lehetnek. Az a.P.A.t.T. zenekar által elfoglalt online terek eloszlása egy bonyolultabb mintázatú használatról árulkodik. Az 1. ábra mutatja a zenekar által használt központi jelentőségű online tereket.

A többi, a kutatásomban szereplő zenekarral ellentétben és a MySpace-re jellemző gyakorlatot tekintve is atipikus módon az a.P.A.t.T. számos különböző profilt tartott fenn a MySpace-en: két külön zenekari profilt, egy oldalt az egyik EP-jükhöz (amelyen maguk a felvételek is szerepelnek), egyet az a.P.A.t.T. Media Company számára, egyet pedig Post Music nevű saját lemezkiadójuk és networking szervezetük számára (lásd lentebb). Bár szokatlan, ez az elrendezés jól mutatja a zenekar széles körű tevékenységét, amelybe beletartozik saját filmjeik gyártása, a más zenekarokkal, zenészekkel, művészekkel való együttműködés elősegítése, a zenei tevékenységgel kapcsolatos gyakorlati, illetve technikai jellegű információk gyűjtése és a zenészeknek szóló tanácsok megosztása, valamint a zenekarok és a színtér egyéb szereplői közötti (online) kapcsolatépítés aktív támogatása. Ugyanakkor egyértelművé teszi a promóciós tevékenység melletti erőteljes elköteleződést is, még ha az e mögött meghúzódó stratégia nem is egyértelműen meghatározott vagy meghatározható. A zenekarnak különböző profiloldalai voltak a Facebookon és a Twitteren is, továbbá volt egy Last.FM oldaluk és biográfiájuk a Wikipedián. Blogot is vezettek a Blogger.com-on „a.P.A.t.T. Syndication” címmel (a zenekar teljes neve), és rendelkeztek saját YouTube-csatornával, ahol a videoklipjeiket, élő felvételeket és egyéb promóciós anyagokat tették közzé. Talán a leginkább egyedi megoldás mindezek közül a „Post Music” címen működtetett online tér a kapcsolatháló kiépítésére szolgáló Ning.com portálon, amelyet a zenekarok, zenészek közötti networking elősegítése céljából hoztak létre. A Ning szlogenje szerint olyan oldal, amely „lehetőséget ad, hogy új, érdeklődésednek és szenvedélyednek megfelelő kapcsolathálókat hozz létre, illetve ilyenekhez csatlakozz” – más szóval olyan tér, amely az érdeklődési körön alapu-

<sup>10</sup> 'If I was an unsigned/independent artist in 2009, I would (in no particular order)...' *Sentric Music*. 2009. január 7. Elérhető: <http://www.sentric.wordpress.com>.



1. ábra. Az a.P.A.t.T. zenekar online jelenléte (2009 április). A téglalap alakú címkék a főoldalt vagy portált jelentik (logók feltüntetésével), az ovális címkék pedig az a.P.A.t.T. profilját vagy saját oldalát e főoldalakon. Ahol külön nem jeleztem, ott nincs kimondott címe az a.P.A.t.T. profilnak. Az ábra 2009 áprilisából származik, néhány hónappal korábban vagy később ettől valamelyest eltért volna.

ló csoportok kialakítását célozza a baráti, ismerősségi viszonyokon alapuló kapcsolatok helyett vagy amellel. Végül az a.P.A.t.T. saját weboldallal is rendelkezik az apatt.com címen, amely az összes említett profiloldalhoz és még egyéb helyekhez is vezető linkeket tartalmaz.

A weboldalak e csoportja tulajdonképpen csak a magját alkotja a zenekar online jelenlétének, erről az a.P.A.t.T. névre az interneten rákeresve könnyen meggyőződhetünk. Bőséges, a zenekarhoz kötődő olyan tartalom is található, amely külső forrásból származik – például zenei blogokon (kritikák), más zenekarok által szerkesztett oldalakon (különösen, ha valamilyen együttműködés áll fenn közöttük), zenei magazinokon és híroldalakon (pl. Drowned in Sound, NME vagy BBC Music), illetve lemezkiadók weboldalain (pl. a Pickled Egg Records vagy a Chinchilla oldalán). Az a.P.A.t.T. által előállított tartalom egyértelművé teszi, hogy sok energiát fektetnek az online jelenlétükbe. Az egyik zenekartag (az alapító tagok egyike) különösen aktív e tekintetben, de mindannyian, az a.P.A.t.T. tagjaként és egyéni zenészként is aktívan és látható módon vesznek részt a liverpooli zenei tevékenység online tereiben. Ráadásul nemcsak saját online jelenlétükre fordítanak figyelmet, ahogyan azt a Post Music kezdeményezés tanúsítja. A zenekar köré épülő kapcsolatháló feltárása lehetővé teszi számunkra, hogy e kezdeti megfigyeléseket tovább finomítsuk.



## Az online jelenlét és az offline aktivitás közötti kapocs: a zenei hálózat

Miután definiáltuk a zenekarok online jelenlétének időbeli és térbeli vonatkozásait, a következő logikus lépés a weboldalak közötti kapcsolódások – azaz linkek – feltárása. Újból hangsúlyozandó, hogy az oldalak közötti kapcsolatok az online térbeliségnek egy inherens aspektusát jelentik. A zenei oldalak online összefonódottságának egyik fő szegmense egy adott zenekar különböző online terei közötti *intra*konnektivitás. Például az a.P.A.t.T. fő weboldalán, az apatt.com-on feltünteteti a további legfontosabb oldalához, profiljához vezető linkeket, annak érdekében, hogy könnyű elérést biztosítson az összes általa létrehozott tartalomhoz. Tulajdonképpen térképet adnak saját online jelenlétükhöz. A további kereszthivatkozások között található még a MySpace-profilok kölcsönös egymásra hivatkozása. A második fő szegmens az *inter*konnektivitás a zenekar és egyéb olyan zenei tevékenységben részt vevő szereplők között, mint a koncertszervezők, lemezkiadók, lemezboltok, webzineek stb. online felületei.<sup>11</sup> E linkek egy készletét térképeztem fel: a zenekarok MySpace-profiljának „top” barátait („Top Friends”), azaz a profil főoldalán feltüntetett MySpace-kapcsolatokat (kivéve az Elle s'appelle zenekar hálója, ahol ezek mellett figyelembe vettem a zenekari blogban<sup>12</sup> szereplő linkeket is). Nem önkényesen választottam ezt a készletet, hiszen a zenészekkel készített interjúk és a koncertek során – a „nézzétek meg a MySpace-profilunkat” mintájára – tett, közönségnek címzett felhívások is azt sugallták, hogy Liverpool indie zenekarainak többsége számára még mindig a MySpace volt a legfontosabb tér és az első számú hivatkozási pont. Míg linkekkel a posztolt hírekben és a blogbejegyzésekben is találkozhattunk, a MySpace-profilon a Top Friends szekció ezek közül a leginkább szembetűnő.

### *Zenekarok kapcsolathálói*

Előzetes elméleti megfontolásként különbséget kell tennünk a hálózatok reprezentációja és a társas, alkotó és ipari kapcsolatok azon tényleges, bizonyos mértékig rejtett kapcsolathálója között, amelybe egy zenekar beágyazódik. A top barátok csak egy módját jelentik egy ilyen hálózat reprezentációjának – további példa lehet a zenei hatásokat felsoroló lista („Influences”) a MySpace-oldalon, vagy éppen a baráti zenekarokat, koncerteket megörökítő fotók online gyűjteményei (ilyen fellelhető volt néhány vizsgált zenekar profilján). A reprezentáció ilyenéten gyakorlata részét képezi a zenekarok önprezentációjának és identifikációjának, függetlenül attól, hogy mennyire szándékos.<sup>13</sup> A kapcsolatháló reprezentációjának szimbolikus jelentősége egyértelművé válik az ehhez hasonló megnyilatkozásokból: „Állati jól nyomjátok. Már nem sok kell, és szupersztárok lesztek – fel is raktalak benneteket a top barátaim közé!” (egy zenész bejegyzése az Elle s'appelle MySpace oldalán, 2007. május 18.). A következőkben megvizsgálom az Elle s'appelle által megjelenített interperszonális és zenekarok közötti kapcsolathálót, majd ezt egyrészről a földrajzi helyszínek, másrészről a reprezentált kapcsolatok típusai szerint elemzem.

<sup>11</sup> Az intra- és interkonnektivitás elkülönítése elsősorban az elemzés megkönnyítését szolgálja, és nem a résztvevők tapasztalatain alapszik.

<sup>12</sup> A blog szintén a MySpace-profil egy része.

<sup>13</sup> Donath és Boyd (2007) elemzi az egyéni felhasználók által a közösségi weboldalakon láthatóvá tett interperszonális kapcsolatháló társas jelentőségét.

Az első elemzés az Elle s'appelle MySpace-barátaiból álló kapcsolathálójának egy szegmense, a MySpace top barátok, valamint a blogban szereplő linkek alapján. Az adatok 2007. október 6-ról származnak, amely a zenekar karrierjében az első kislemez és a dalhoz kapcsolódó videoklip megjelenésével esik egybe. Ehhez egy lemezbemutató koncert is kapcsolódott, valamint a zenekar a Liverpool Music Week fesztiválon való bemutatkozására is készült. A kapcsolatháló-elemzés megmutatta, hogy a 24 kapcsolattal – linkkel – rendelkező Elle s'appelle mellett (amelyek közül 11 volt a top barát) a Hot Club de Paris (11 kapcsolattal<sup>14</sup>) és a goFASTER>> (9 kapcsolattal) zenekarok adatlapjai is fontos csomópontot képeznek a hálózaton belül. Az utóbbi az a zenekar, amellyel az Elle s'appelle a következő év, 2008 elején turnéra indult.

Míg az ily módon megrajzolt kapcsolatháló-térkép csak egy azok közül a lehetséges hálóik közül, amelyeknek az Elle s'appelle része, jól jelzi azon szereplők típusait, amelyek online reprezentációval rendelkeznek és kapcsolatokat alakítanak ki: zenekarok és előadók; lemezboltok (beleértve a liverpooli Probe-ot); rádióműsorok (a BBC-n és az XFM-en); független lemezkiadók (a londoni Rough Trade és Moshi Moshi); koncertszervező (a már említett Meshuggy), webzin (online magazin), valamint egy fesztivál. A zenekarok profiljai dominálnak, mint legtöbbit és leginkább feltűnően megjelenített linkek. Az Elle s'appelle top barátai nagyrészt további zenekarokból állnak, kivétel a lemezkiadójuk (Moshi Moshi), Meshuggy és egy egyéni felhasználó – a többi szereplő a blogbejegyzésekben található linkeken keresztül van jelen.

Az Elle s'appelle, a goFASTER>> és a Hot Club de Paris körül zenekarok egy szoros (kölcsonös, oda-vissza linkekből álló) kapcsolathálója rajzolódik ki, amely lazábban és esetlegesebben kötődik a többi szereplőhöz. Fontos, hogy a zenekarok – az Elle s'appelle, a My Amiga, az Arms At Last, a 28 Costumes és a Hot Club de Paris – közötti online linkek offline baráti, támogató és kooperatív kapcsolatoknak felelnek meg, azaz egy olyan viszonyrendszernek, amelyre közösségként utalhatunk abban az értelemben, ahogy többek között Wellman és Gulia (1997) használják a fogalmat. Például ezek a zenekarok gyakran léptek fel egyazon koncert alkalmával; a zenészek emellett akkor is látogatták egymás koncertjeit, amikor ők maguk éppen nem léptek fel; jellemző volt, hogy beszélgetés vagy az interjúk során egymást említették, mint fontos hatást vagy mint kedvenc liverpooli zenekart; továbbá jellemző volt a közöttük fennálló rendszeres szakmai együttműködés is: az Elle s'appelle énekese/basszusgitárosa például producerként működött közre az Arms At Last és a Puzzle felvételein.

Ezzel ellentétben a hálóban lazábban kapcsolódó profilok vagy weboldalak csak az Elle s'appelle-hez kötődnek, a többi zenekarhoz nem, és a kapcsolat majdnem minden esetben egyirányú, az Elle s'appelle-től kifelé mutató. Ezek a linkek általában valamilyen, az Elle s'appelle-hez kötődő tartalomhoz vezetnek – mint a webzin és a rádióműsorok esetében –, vagy pedig valamiféle szakmai és/vagy zeneipari kapcsolatra utalnak – mint a top barát lemezkiadó esetében. Összefoglalva, amellett, hogy képviselik a szereplők sokszínűségét, e linkek kapcsolatok különféle típusait is jelölik, amelyek alapjai a következők lehetnek:

---

<sup>14</sup> Mivel az Elle s'appelle linkjeit vettem alapul, természetesen ezek a kapcsolatok csak az Elle s'appelle hálóján belüli, tehát a velük közös kapcsolatokat jelentik.

- a zenei tevékenység (kölcsonös) elismerése, élvezete (tehát affektív jellegű viszony);
- zenekarok közötti szakmai együttműködés (koncertek, felvételek);
- kereskedelmi és zeneipari viszony;
- tartalomközpontú viszony (pl. link egy webzinben megjelenő kritikához).

Bizonyos esetekben átfedés van ezen aspektusok között. Például egy zenekar és a kritikát közlő webzin közötti viszony nagy valószínűséggel alapul a kritika szerzőjének a zenekar munkássága iránti szimpátiáján – független kritikusokra ez kiemelten érvényes.

A szereplők típusán kívül vizsgáltam földrajzi elhelyezkedésüket is. A zenekarok esetében ez a MySpace-profiljuk névjegykártya („Nametag”) szekciójában feltüntetett helyet jelentette. A rádióműsorok esetében a stúdió helyszínét vizsgáltam, mivel a zenekarnak utaznia kellett (Liverpoolból Londonba), hogy szerepelhessen, ugyanakkor a közönség – potenciálisan – országos. Egyértelműen Liverpool városa dominált, London pedig a rádiócsatornák és a lemezkiadó révén szerepelt. A harmadik domináns hely Manchester volt, amely földrajzilag közel van Liverpoolhoz. Ez az eloszlás azt sugallja, hogy karrierjüknek ezen a szintjén a kapcsolatok, amelyeket a zenekar megjeleníteni kíván, földrajzi értelemben elsősorban helyi jellegűek, más szóval létezik bizonyos szintű korreláció az online és az offline proximitások között.

Némely helyszín egyúttal útvonalat is jelez, mint a zenekar által az említett BBC rádiós szereplésekért bejárt útvonal. További példa a Liverpoolon kívül, turnék alkalmával megismert zenekarok – bár az Elle s'appelle nem működött ahhoz elég sokáig, hogy kiterjedten turnézhasson, a 28 Costumes zenekar esetében például a távolabbi helyszínekhez (Írország és Németország) tartozó top barátok ilyen kapcsolatok eredményei. Az efféle linkek megjelenítését értelmezhetjük a blogon szereplő szórakoztató turnébeszámolók, valamint a galériában szereplő kapcsolódó fotóalbumok kontextusában – az Elle s'appelle-re, a 28 Costumesra és a Voo zenekarra ezek egyaránt jellemzőek. E tartalom együttlévé hozzájárul, hogy nemcsak az utazás ténye, de a specifikus útvonalak és helyszínek – mint például bizonyos német városok a 28 Costumes és a Voo számára – is fontos elemévé válnak a zenekar önprezentációjának, hasonlóan például a hagyományosabb turnéfilmekhez.

A hiperlinkek online terek egy hálózatának kialakításához járulnak hozzá, amely zenekarok és további, a zenei termelés és terjesztésben részt vevő szereplők közötti kapcsolatot jelöl, beleértve a (független) lemezkiadókat, helyi és nemzeti rádiócsatornákat, magazinokat és blogokat. Ugyanazon szereplők közötti kapcsolatok gyakran online és offline is léteznek, hiszen bizonyos eredetileg offline entitások, mint például a koncerthelyszínek, a lemezkiadók és a lemezboltok, online jelenléttel is rendelkeznek – a felvételek árusítása például offline és online is történik.

A zenekarok perspektívájából a top barátok feltérképezése helyszínek egy csoportját mutatja, Liverpool központtal. Más szóval a zenekarok központi csoportja – a mag – csupán a barátok online reprezentációjára hagyatkozva meghatározható egy Liverpoolhoz kötődő alhálózatként. Ugyanakkor az online résztvevő közönség térképe, amelybe beletartoznának a főoldalon nem megjelenített barátok is, jóval szélesebb, nemzetközi, és jóval esetlegesebb eloszlást eredményezne. A közönség szintjén érvényes lehet a számítógépes kommunikáció potenciálisan globális eloszlása. Ezzel ellentétben a zenekarok közössége egy olyan szegmens, amely online is megmaradt elsősorban lokálisnak.

Második lépésként további liverpooli zenekarok – a Voo, a 28 Costumes, a Puzzle, a Hot Club de Paris, a Married to the Sea és az Arms At Last – és top barátaik kapcsolathálóit hasonlítottam össze. Azonnal szembetűnő különbség a láthatóvá tett hálók között a top barátok száma, azaz a háló mérete. Ennek azonban nem kell jelentőséget tulajdonítanunk, hiszen csak a zenekar döntésén múlik, hogy hány top barátot jelenít meg a főoldalán. A zenekarok valós kapcsolathálójának jó indikátora lehet viszont a MySpace-barátok teljes száma. A Hot Club de Paris rendelkezik egyértelműen a legkiterjedtebb baráti hálóval a hat zenekar közül (2009. március 18-án ez a szám 20047 volt, ami a másik öt zenekar átlagának hétszerese), ami nagyobb méretű rajongói bázisra utal. A Hot Club de Paris valóban a karrierjüket, elért sikereiket tekintve leginkább előrehaladott zenekar.

A hálók struktúráját tekintve a legtöbb esetben azonosítható egy egymáshoz szorosan, sok szállal kapcsolódó csomópontból álló alhálózat, amit központi csoportnak, magnak fogok nevezni. A központi csoport látható a Voo, a 28 Costumes, a Puzzle, a Married to the Sea és az Arms At Last kapcsolatháló-térképein egyaránt. Az Arms At Lastnak gyakorlatilag nincs is kapcsolata e központi csoporton kívül, kivéve két további zenekart (SSS és Hooray for Humans). Fontos, hogy a központi csoport a megfigyelő által választott középponttól függetlenül létezik. Ez azt jelenti, hogy egyezés van az egyes hálótérképek között a szorosan összekapcsolódó zenekarokat illetően (az egyetlen nem zenekar szereplője a központi csoportnak a koncertszervező Meshuggy). Emellett figyelemre méltó, ha az eltérő időpontokban készített hálótérképeket összehasonlítjuk, hogy nem történt jelentős változás a központi hálózat struktúrájában azon időszakasz során, amikor figyelemmel kísértem a zenekarok MySpace-es aktivitását – a mag mindig egyértelműen beazonosítható. Ez az eredmény egybecseng azon korábbi megállapítással, hogy az interneten szorosan összekapcsolódó zenekarok egyúttal:

- rendszeresen léptek fel ugyanazon este alkalmával, vagy még együtt is turnéztak (pl. a Voo és a 28 Costumes, a goFASTER>> és az Elle s'appelle);
- gyakran játszottak bizonyos liverpooli koncerthelyszíneken (pl. Barfly, Korova, Everyman Bistro, Bumper, Magnet);
- mindannyian Liverpoolból származtak és ott is éltek, tevékenykedtek;
- gyakran utaltak egymásra párbeszéd során és az interneten is, pl. hír- és blogbejegyzésekben, valamint kommunikáltak online kommentek formájában; az interjúk során egymást nevezték meg, mint kreatív hatást, mint izgalmas liverpooli produkciót és/vagy mint barátokat.

Ez a szorosan összefonódó hálózat tehát egy térben és diszkurzív módon körülhatárolható zenei színtérként azonosítható.

A központi MySpace-háló határai azonban nem egyértelműen meghúzóttak. Olyan zenekarok szerepelnek a maghoz képest periferikusan, ám mégis ahhoz kapcsolódva, amelyek a központi háló egy-két szereplőjével együttműködtek valamilyen formában. Ilyen példa a Barbieshop a Voo kapcsolathálójában – az a capella trió egyik énekese közreműködött a Voo egyik felvételén. Ily módon a Barbieshop tagja a Voo központi hálójának, ám nem szerepel a központban a többi zenekar esetében. Az online kapcsolat akár az együttműködést megelő-

zően létezett, akár annak eredménye, a virtuális és valós kapcsolódások kölcsönösen megerősítik egymást.

A központ-periféria strukturális minta alól egyedül a Hot Club de Paris hálótérképe jelent kivételt. Ennek szerkezete pókhálóra hasonlít, azaz a zenekar legtöbb top barátja csak magához a zenekarhoz kapcsolódik, egymásnak nem top barátai. A Hot Club de Paris továbbá a fent említett központi indie csoportnak sem tagja. Azt persze ismételten nem feltételezhetjük, hogy nincs létező online kapcsolat e szereplők között – a térképek elsősorban arra szolgálnak, hogy irányt adjanak a kapcsolatok további feltárásához. A Hot Club de Paris hálótérképe például egy olyan alhálózat létezésére is utal, amelynek az Ice King California nevű zenekar a centrális csomópontja. Egy integrált kapcsolatháló lehetővé teszi, hogy tovább pontosítsuk ezeket az észrevételeket.

### A központi háló és az online stabilitás

Annak érdekében, hogy tovább teszteljem a függetlenül létező központi csoport hipotézisét, megrajoltam a legszorosabban összekapcsolódó zenekarok – azaz az Elle s'appelle, az Arms At Last, a 28 Costumes, a Voo, a House that Jack Built, a goFASTER>>, a Hot Club de Paris, a Married to the Sea és a Puzzle – MySpace top barátainak integrált térképét (2. ábra). Az integrált térkép időben megelőzi az egyéni térképeket, mivel 2009. szeptember 5-én gyűjtött adatokon alapul. Az egyéni hálótérképekkel való összevetés megerősíti azt az észrevételt, hogy a kapcsolatok és a kapcsolatok csoportosulása, azaz a háló szerkezete nem változott jelentősen az adatgyűjtés időszaka alatt, annak ellenére, hogy időközben bizonyos zenekarok feloszlottak (Elle s'appelle), új bandák alakultak (House that Jack Built, Hallo ... I Love You!) és új együttműködések születtek, például produceri munka keretében. Ez a viszonylagos stabilitás egy időben szinte megfagyott struktúrát implikál, amely ellentétben áll a zenekarok megszűnéséből, alapításából, újraalakulásából, új ismeretségek és barátságok kötéséből eredő offline időbeli dinamikával. Más szóval két párhuzamos időbeliségről beszélhetünk. Egyrésről barátságok ugyanolyan könnyen és gyorsan – kattintással – köthetők az online térben, mint például egy rockkoncert alkalmával. Másrésről az elsődleges, legkönynyebben elérhető profilfunkciók segítségével a profilok gazdái egy majdnem atemporális tereget tudnak fenntartani – csak majdnem, mivel vannak időjelzők, amelyek eligazítják a látogatókat. (A webre legalább annyira tekinthetünk archív anyagok forrásaként, mint az azonnali, közvetlen interakció és a naprakész információszerezés eszközeiként.)

Ezek alapján megfogalmazhatjuk a hipotézist, miszerint a kapcsolati készletek e stabil képzetének fenntartása révén az online tér némileg „hamis” stabilitása akár megerősítheti az állandó zenei közösség, azaz egy kijelölhető határokkal rendelkező szintér gondolatát. Will Straw a konzervatív, megtartó jellegű a szinterek egyik meghatározó jellemzőjeként írja le:

A [szintereken] belül állandósulnak a marginális ízlések és szokások, amelyeket kisebb intézmények, mint például a lemezboltok vagy külön szakosodott bárók hálózata támogat. Ezen a szinten a szintereket tekinthetjük konzervatívnak, amely a sokszínűség értékeinek térben való szétosztását részesíti előnyben az időben szabályozott elavulás és megújulás helyett (Straw 2001: 16).

A zenekarok és a koncerthelyszínek, illetve egyéb offline terek közötti kapcsolatok látható és elérhető hálózatának folyamatossága, az „offline időhöz” viszonyított lassúsága nyomán e konzervatív, tartósító jellegzetesség még hangsúlyosabbá válik.



bi helyi produkció számára, ily módon egy szimbolikus helyi hierarchiában magasabb pozíciót foglalnak el. Ez a helyi hierarchia leírható az egymásra hatás szimbolikus struktúrájaként, ami a fellépések vonatkozásában konkrétan is megnyilvánult: a Hot Club de Paris például gyakran szerepelt „headlinerként”, azaz főzenekaroként liverpooli koncertek alkalmával. A zenekar ugyanakkor egy második, lazább szerkezetű alcsoporthoz is kapcsolódik, de jelentősen több kifelé mutató és kölcsönös kapcsolattal. Ily módon valójában a második hálóba jobban beágyazott, még akkor is, ha szimbolikus jelen van hivatkozási pontként a központi csoport szereplői számára is. Úgy tűnik, hogy a második hálóban kevésbé prominens hierarchikus pozíciót foglal el.

### *Hálózat, műfaj és stílus*

Az a.P.A.t.T. a vizsgált zenekarok közül bármelyiknél több top barátot tüntet fel MySpace oldalán – pontosan 32-t. Ennek egyik lehetséges magyarázata a zenekar saját online jelenlétének szentelt figyelem, amelyre bizonyíték e jelenlét kiterjedtsége, online aktivitásuk mértéke, azaz a napi rendszerességgel megnyilvánulások, valamint proaktív kapcsolatépítési tevékenységük. Az a.P.A.t.T. továbbá rendkívül nyitott az együttműködések irányába, tehát biztonssággal feltételezhetjük, hogy e nyitottságot láthatóvá akarják tenni. Ezt úgy is meg lehet fogalmazni, hogy e kapcsolatok feltüntetése öndefiníciójuk és önprezentációjuk részét képezi – egy olyan zenekarként, amelynek célja a – stílusbeli, formai, műfajbeli – határok meghaladása, és ennek érdekében projektek, események és kezdeményezések széles skálájában vesz részt.

Az a.P.A.t.T. kapcsolathálója földrajzilag szétszórtabb, mint a korábbiakban tárgyalt hálók (a feltüntetett helyek ábécésorrendben: Kalifornia; Leeds; Leicester; Liverpool; London; Philadelphia; Worcester). A szereplők típusa pedig még ennél is sokszínűbb. E sokszínűséget részben magyarázza, hogy a zenekar számos különböző független kiadónál jelentetett már meg lemezt – innen származik a kapcsolat a Class A Audio, Chinchilla-Tone Records, Pickled Egg Records, valamint Buzz Buzz? Bang! kiadókkal, valamint olyan zenekarokkal, akik szintén e kiadóknál jelentettek meg lemezt, és/vagy e kiadók támogatták a promóciós tevékenységüket.<sup>15</sup> Sokan e zenekarok közül szerepelnek együtt válogatáslemezekon (pl. az a.P.A.t.T. és a Stig Noise egy Buzz Buzz? Bang! kiadványon<sup>16</sup>), és lépnek fel egyazon esemény alkalmával. Másodsorban a szereplők sokfélesége is jól mutatja a tevékenységek diverzitását, amelyekben az a.P.A.t.T. részt vesz, beleértve a videoanyagok gyártását, ami a zene mellett szerves része művészetüknek – ezt a Token Filmshez vezető link képviseli. A top barátok között szerepelnek indie orientáltságú webzinek, amelyek nemcsak hogy felhívják a figyelmet, de általában aktívan promotálják a zenekart és az eseményeket, ahol fellép. Például a 2007. áprilisi a.P.A.t.T./Stig Noise turnét a *Plan B* magazin online fórumán hirdették.<sup>17</sup> A Probe Records lemezbolthoz vezető linkek szintén a zenekar kiadott lemezeihez kapcsolódnak.

---

15 Gyakran jellemző ezekre a független kiadókra, a Buzz Buzz? Bang!-et is ideértve, hogy nem csupán kiadóként funkcionálnak, hanem kollektívaként, amelyek a lemezkiadást egyéb tevékenységekkel integrálják, mint pl. az események promóciója és a zenekarok közötti kapcsolatépítés elősegítése. Az a.P.A.t.T. saját kezdeményezése, a Post Music is hasonló célokkal alakult, valamint a Married to the Sea zenekar is alapított egy hasonló szellemiségű saját, gyakorlatilag „közösségi” kiadót.

16 jARG? (2006) UK: Buzz Buzz? Bang!

17 A magazin 2009 májusában megszűnt, az oldal nem elérhető.

A kapcsolatháló-térképek mutatnak egy második, a leeds-i Chinchilla-Tone Records és a liverpooli Class-A Audio körül összpontosuló alhálót. Az a.P.A.t.T. mindkét kiadónál jelentett meg lemezt, és gyakran működött együtt a kiadónál lévő további zenekarokkal – például a Chinchillához kötődő Chops zenekarral együtt turnéztak 2008 áprilisában–májusában, a Stig Noise-zal pedig egy megosztott 12-inch lemezt adtak ki. Ezen alháló zenekarai között az aktív és kölcsönös online (nem hivatalos) promóció közös gyakorlata figyelhető meg. Ily módon az online csoportosulás ismét egy zenekarok és lemezkiadók közötti offline is létező kapcsolathálóra utal.

Ugyanakkor bizonyos típusú szereplők, amelyek fontos részei a zenei tevékenység offline hálózatának, hiányoznak az online hálóból. A koncerthelyszínek, próbatermek és stúdiók, azaz a konkrét értelemben vett zenélés elsődleges helyszínei, bár az interneten jelen vannak (a legtöbb releváns koncerthelyszínek pl. szintén van MySpace-oldala vagy önálló weboldala), nem kapcsolódnak össze láthatóan a kérdéses zenekarokkal, legalábbis nem a főoldalakon.

Az a.P.A.t.T. kapcsolatháló-térképét a fent elemzett integrált hálóval összevetve arra következtethetünk, hogy a műfaji specifikumok meghatározó tényezők egy zenekar online kapcsolathálójának struktúráját és jellemzőit illetően. A magukat indie-ként vagy indie rockként meghatározó zenekarok között egyértelmű hasonlóságok azonosíthatók, egyrészt a helyszínt – elsősorban Liverpool –, másrészt a kötődés jellegét tekintve – a zenekarok egymással többnyire szorosan, kölcsönösen összekapcsolódtak, míg az egyéb szereplők lazábban, periferikusabban kapcsolódtak. Az önmeghatározás (mint indie zenekar), az indie stílusjegyekkel rendelkező zenei szöveg és előadásmód, valamint az offline kapcsolatok alapján, amelyekbe beletartoznak a – rendszerint egyidejűleg meglévő – baráti és szakmai kapcsolatok, a zenekarok e csoportját nem csupán valós, aktív, folyamatosan kapcsolatokat építő, támogató közösségként írhatjuk le, hanem egy liverpooli zenei színtér alapjaként is. Helyénvalónak tűnik a csoportot indie-ként meghatározni bizonyos zenei jellemzők alapján, beleértve a dalszerkezetet (verze, refrén és – gyakran hosszúra nyúló – instrumentális kiállítás, a bridge általában hiányzik); a hangszerelést (sok esetben gitár és ének a domináns, más esetben a fődallamot a billentyűs hangszer és az ének adja); a ritmust (lendületes tempó, a ritmus struktúráról szerepe, a változó tempó); a dalszöveg tartalmát (befelé forduló témák, a mindennapi élet, sok irónia és szójáték); az előadási stílust és megjelenést (a látványosság mellőzése – néhány kivétellel, ahol épp a feltűnő stílus volt jellemző, de csak egy vagy két zenekartagra); az etikát és kommunikált hozzáállást (a fősodorbéli karrierrel kapcsolatban megfogalmazott érdektelenség, ehelyett a dalszerző és zenészi készségek tökéletesítésére való összpontosítás hangsúlyozása, a helyi zenei közösséggel való törődés, a zenekarok közötti együttműködésre való törekvés).<sup>18</sup> A meghatározás a címke pontatlanságától vagy a zenekarok közötti egyértelmű különbségektől függetlenül is érvényes – néhányuk, mint például a Puzzle vagy a Married to the Sea, inkább az indie „klasszikus”, kilencvenes évekbeli hagyományát követi, míg mások – az Elle s'appelle, a House that Jack Built – az ennél újabb, a kétezres évekre jellemző szintetizátoros „powerpop” vonalat képviselik.

Az a.P.A.t.T. zenei és művészi irányvonala azonban e csoportétől lényegesen eltér több szempontból is: a dalok a zenei stílust tekintve szándékoltan eklektikusak; gyakran lényegesen hosszabbak a hagyományos rock/pop dalhoz viszonyítva, és jobban illik rájuk a line-

18 Az indie jellemző stílusjegyei kapcsán l. Bannister (2006: 65–90) és Fonarow (2006: 39–50) leírásait.



árisan kibontakozó zenei darab leírás; a hangszerelés sokszínű, és élő koncertek alkalmával is változik dalról dalra (a zenekartagok mind multiinstrumentalisták); a zenekar megjelenése extravagáns (az indie egyszerűségi követelményével ellentétben), a tagok fellépésekor „egyenruhát” viselnek. Ennek megfelelően kapcsolathálójuk is különbözik a fő kapcsolataik kilétét és jellemzői szerint: földrajzilag kiterjedtebb, a profilok által képviselt szereplőket tekintve pedig változatosabb. Ám még ha a zenekar nyíltan próbál is műfaji határokon átívelni, bizonyos csoportokhoz így is egyértelműen besorolható, mégpedig a hasonló célokkal – a hagyományos műfaji keretek meghaladása kísérletezés révén, a műfajcímkék visszatartása, és egyfajta általános ironikus és/vagy posztmodern attitűd – rendelkező zenekarok csoportjához. E produkciók, ahogyan láttuk, bizonyos független lemezkiadók, koncertszervezők és eseménysorozatok köré csoportosulnak, amely utóbbiakat általában ugyanezek a promóterek és kiadók, vagy a zenekarok maguk szervezik.

### *Hálózat, zenekari karrier és siker*

A Hot Club de Paris egyedi pozíciója – hogy hivatkozási pontként szolgál liverpooli zenekarok egy csoportja számára, ugyanakkor maga egy másik, földrajzilag széles eloszlású zenekarcsoporthoz kapcsolódik, amelyben azonban a zenekarok egymással nem kapcsolódnak össze – az online társas-szakmai háló szerkezete és a zenekar karrier szakasza közötti összefüggésre utal. Egyrésztől nem váratlan, hogy a zenekar karrierjének előrehaladottabb szakaszán szélesebb kapcsolathálóval rendelkezzen, részben az ország különböző pontjaira szervezett fellépéseknek köszönhetően, de a lemezkiadóval és az azzal szerződésben álló egyéb zenekarokkal való asszociáció révén is (ebben az esetben a Moshi Moshi kiadóról van szó). Másrésztől viszont az offline kapcsolatháló és a MySpace-oldalon megjelenített barátok közötti megfelelés nem automatikus vagy magától értetődő. Ugyanakkor ilyen értelemben is összefüggést mutat a kapcsolatháló-térkép.

A fent leírt központi indie háló zenekari többnyire helyben lépnek fel, helyi közönség előtt, és csak alkalmanként koncerteznek másutt vagy turnéznak, és nem rendelkeznek országos szintű rajongótáborral vagy médiareprezentációval. De hogy néz ki egy újonnan megalakult zenekar kapcsolathálója, és hogyan tud egy új zenekar egy már létező hálóba integrálódni? A Puzzle tagjai körforgásként utaltak az új zenekarok megjelenésére és régiék eltűnésére. Beszéltek arról az általános izgalomról, amely a helyi zenei közösségben az új bandák – az ő példájukban a House that Jack Built – megalakulását övezte, valamint a más zenekarok feloszlását követő csalódottságról – példájukban ez a Fight Fight Fight.<sup>19</sup> Más zenekarok is utaltak ezekre az eseményekre, például a House that Jack Built bemutatkozását övező izgalomról a 28 Costumes egy tagja is említést tett.<sup>20</sup> Ez megerősíti a szintéren belüli kohézió képzetét. A House that Jack Built megjelenése arra a kérdésre volt mindkét esetben válasz, amely azt firtatta, mi jelenleg a legjobb dolog, ami Liverpoolban a populáris zene terén történik. Ennek fényében joggal feltételezhetjük egy a kérdéses zenekarok körében általános diskurzus meglétét, amely a zenekarok karrierjének időbeliségére vonatkozik.

A House that Jack Built példájánál maradva, a közös lelkesedés, izgalom megnyilvánul az online diskurzusban is, mégpedig a támogató üzenetek gyakoriságán keresztül, mint példá-

19 James Mounsey, interjú a Puzzle három tagjával (2010. március 25.)

20 Interjú a 28 Costumes egy tagjával (2009. március 4.)

ul: „A múlt éjjel azt álmodtam, hogy a hét közepi slágerlistát nézegetem (nem tudom, miért), és a HTJB a második helyen állt, de ezen egyáltalán nem hökkentem meg ... teljesen várhatóan tűnt” (a 28 Costumes bejegyzése, 2008. október 20.). Ahogyan az idézet is mutatja, az efféle támogató üzenetek jelentős része olyan zenekaroktól származott, amelyekhez a House that Jack Built személyesen kötődött. Ami a zenekart illeti, figyelemre méltó a rendkívüli gyorsaság – valójában azonnaliság –, amellyel a már létező online kapcsolathálóba integrálták magukat a többi, már aktív és jobban ismert zenekar segítségével: létrehozták MySpace-profiljukat, kommentárt gyűjtöttek be a „baráti zenekaroktól” és további zenehallgatóktól, valamint maguk is aktívan bekapcsolódtak a kölcsönös kommentár és hivatkozás rendszerébe a profil interaktív szekcióin keresztül. A kölcsönös hivatkozásokra példa az alábbi:

Valószínűleg tudják már, hogy kedves barátaink, a 28 Costumes, sok jó kritikát kap mostanában az új kislemezükkel, a „This Band Has Eaten All Our Money”-val kapcsolatban, és teljesen oda vagyunk meg vissza, amiért felkértek bennünket, hogy játsszunk a kislemez-bemutató bulijukon a Korovában február 24-én. A másik előzenekar a Bicycle Thieves – fantasztikus este lesz. Alig várjuk! (a House that Jack Built MySpace blogja, 2009. február 18.).

A 28 Costumes részéről pedig az megfelelő blogbejegyzés:

Két kibaszott jó dologról tudok nektek beszámolni. Az első a tegnapi estei liverpooli koncertünkkel kapcsolatos. Szerintem ez volt az egyik legeslegkedvencebb liverpooli fellépésem eddig! Az egész este egyszerűen fantasztikus volt! A House that Jack Built és a Bicycle Thieves is elképesztően jó bandák, és szinte biztos, hogy jól tesztitek, ha mindkettő LEGJOBBI barátai lesztek (a 28 Costumes MySpace blogja, 2009. február 25.).

Az online integráció e folyamatával párhuzamosan a House that Jack Built magát azáltal (is) megismertette liverpooli zenekarként, hogy a 28 Costumes és a Married to the Sea előtt lépett fel. Egy évvel korábban az Elle s'appelle elindulása hasonló mintázatot követett: mindkét esetben a zenekarok online jelenléte valójában megelőzte a fizikai térben történő bemutatkozást; továbbá a jövőbeli zenekartagok MySpace-en való jelenléte és elérhetősége befolyásolta a zenekari felállást (az Elle s'appelle alapítója a MySpace-en találta meg a zenekar leendő tagjait).

Ahogyan a fent idézett kölcsönös hivatkozások jelzik, a megjegyzések és bejegyzések az élő fellépésekre utalnak, azaz a fizikai környezetben történő zenei tevékenységre, ami azt jelenti, hogy az online integrációs folyamat gyakorlatilag az offline kontextuson keresztül nyeri el jelentését. Az ellenkező irányból az online jelenlét kiterjeszti, dokumentálja, láthatóvá teszi és ily módon megerősíti a zenekar offline aktivitását. A hálózatok e korábban nem létező *azonnalsága* – ami az integráció sebességére és az elérhetőségre vagy jelenlétre is utal – és *láthatósága* lehetővé teszi, hogy egy újonnan érkező szereplő által igénybe vehető erőforrásként funkcionáljak, legyen ez egy újonnan alakult zenekar, lemezkiadó vállalat, egyéb zeneipari szereplő, vagy egy érdeklődő zenerajongó. A House that Jack Built példája megmutatja, hogyan tud egy aktívan kapcsolatépítő zenekar hasznot húzni a már elérhető online erőforrásokból, amelyek személyközi kapcsolatokból és információból állnak, és a barátság, szakmai elismerés és élvezet, valamint együttműködés offline személyes kötődésein alapulnak (együttal kiterjesztik ezeket).

Strukturális szinten, ahogyan láttuk, a zenekarok, barátok, rajongók és más szereplők online hálózata viszonylag statikus. Ez éppenséggel megkönnyíti egy új zenekar – azaz a há-

lőzat új csomópontja – számára, hogy hasznosítsa a már létező kapcsolatokat és szerves részévé váljon a hálózatnak. A House that Jack Built újonnan alakult zenekar létrejöttéhez központi, jó összeköttetésű pozíciója egyértelmű az integrált kapcsolatháló-térképen. Mivel hatással van a helyi zenei tevékenységbe (azaz a koncertezés gyakorlatába) való integráció párhuzamos folyamatára, az online integráció könnyedsége nagyban lecsökkentheti egy új zenekar ismertté válásának időbeli aspektusát. E jelenségnek persze léteztek már egyéb formái, például a szándékos, reklámcélú „őrületkeltés” (hype creation) – mint a Capitol Records agresszív, a zenekar első, 1964-es USA-beli látogatását megelőző „The Beatles are Coming!” („Jön a Beatles!”) reklámkampánya, amelynek köszönhetően a Beatles hatalmas szenzáció volt már, mielőtt megérkezett volna (Harry 2004: 24–25). Az olyan mindenütt jelenlévő és könnyen elérhető online terek azonban, mint a MySpace, zenekarok és előadók sokaságának állnak rendelkezésére. Hangsúlyozni kell, hogy ez a stratégia azért működhetett, mert már létezett zenekarok, koncerthelyszínek, koncertszervezők, illetve zenerajongók egy helyi környezete. A Hot Club de Paris példájából kiindulva viszont az is látható, hogy egy zenekar karrierjének későbbi szakasza szükségessé teheti egy olyan hálózat kialakítását és online megjelenítését, amely különbözik a kezdeti támogató kapcsolathálótól.

Az azonnaliság, hozzáférhetőség és láthatóság kapcsán az Elle s'appelle alapítója, énekesje figyelemre méltó észrevételt tett az Elle s'appelle karrierjére vonatkozóan, illetve arra reflektálva, hogy miért ért ez véget, mielőtt valóban jelentős eredményeket ért volna el a zenekar. A zenész véleménye, hogy az internet előtt, ha egy hagyományosabb modellt követtek volna, jóval nagyobb sikereket ért volna el az Elle s'appelle. Ezzel szemben ma az online tér olyan gyorsan bővelkedik produkciókban, hogy épp emiatt nehéz egy zenekarnak kitűnni. Az Elle s'appelle énekesje nem volt biztos abban, hogy az internet általában véve negatív hatást gyakorolt-e az élő zenei színtérré, de erre gyanakodott, tekintve, hogy az interneten „minden” elérhető.<sup>21</sup> Ez a vélemény párhuzamba állítható azzal az általános érveléssel, amely szerint online a produkciók pusztán bőségessége minden eddigénél bonyolultabbá teszi a szelekciós folyamatokat a zeneipar és a zenefogyasztó közönség számára egyaránt. Lehetséges amellett érvelni, hogy ez a tendencia ahelyett, hogy egy demokratizációs folyamatot fémjeljezen, valójában épphogy megerősíti a lemezkiadók és elosztási csatornák hatalmát a kereskedelmi siker meghatározásában, hiszen a produkciók bőségében a választások önkényesek lehetnek (vö.: Azenha 2006).<sup>22</sup> Látható tehát, hogy míg a vizsgált zenekarok mind használták a MySpace-t és egyéb oldalakat is, artikulált hozzáállásuk nem volt feltétlenül minden szempontból kitörően lelkes.

### *Hálózat, egyéni megközelítés és célok*

A műfajon és a karrieren túlmenően az interjúk egy harmadik tényezőt is sugalltak, amely az említett két tényezőtől függetlenül is befolyásolja egy zenekar hálózatának szerkezetét és jel-

21 Interjú az Elle s'appelle egy tagjával, 2009. március 4.

22 Azenha tanulmánya empirikusan megalapozott, éleslátással megfogalmazott elemzést ad az internetes technológiák által a zeneipar szerkezetére gyakorolt hatásról, cáfolja a leegyszerűsítő „demokratizációt” állító állásfoglalásokat, ehelyett a „kulturális imperializmus” elméletének bizonyos aspektusait tartja érvényesnek. Megfigyelései azt sugallják: „a zeneipar történetének, szerveződésének és jelenlegi alakulásának aprólékosabb megértése arra utal, hogy a nagy lemezkiadók jelenleg olyan módokon pozicionálják magukat újra, amelyek fenntartják vagy megerősítik hatalmukat, mint kapuőrök” (Azenha 2006: 4. bekezdés).

lemzőit, mégpedig a zenekarra jellemző egyéni megközelítést és célokat. Másképp fogalmazva, ha egy zenekar tevékenységét azon kapcsolatok hálózatának kontextusában értelmezzük, amelybe beágyazódott, ez hozzásegít bennünket, hogy körülhatároljuk azokat a célokat és stratégiákat, amelyek irányt adnak a zenekar cselekvéseinek és döntéseinek. A Puzzle tagjai az egyéni célok jelentőségére utaltak az – online és offline – promóciós tevékenység vonatkozásában, amikor olyan zenekarokat neveztek meg, amelyek náluk „ambiciózusabbak”, célratörőbbek: „Én nem tudom, az igazán ambiciózus zenekarok hogyan csinálják, de nem tudom azt sem, hogyan néznénk ki mi igazán ambiciózus zenekarként [...] én nem küldözgetek az NME-nek CD-ket, nem írogatok újságíróknak”.<sup>23</sup> Ez a mondat egyszerre vonatkozik a zenekar céljaira és az alkalmazható stratégiákra (pl. CD-k küldése a zenei sajtónak). A Puzzle vonakodása a határozottan asszertív stratégiáktól összhangban van azzal, hogy top barátai hálózata elsősorban helyi baráti zenekarokból állt – leszámítva az egyesült államokbeli lemezkiadójukat és egy egyesült államokbeli zenekart, amellyel megosztott lemezt adtak ki. A Puzzle top baráti hálózatának szerkezete nagyon hasonló a Married to the Sea, Arms At Last és a 29 Costumes zenekarokééhoz: a zenekar minden esetben része annak a központi alhálóznak, amit liverpooli indie magnak neveztem el, és kapcsolódik kisebb számú olyan profilhoz is, amelyek nem tagjai ennek a magnak. A hasonlóság magyarázható a zenei műfaj, a karrierstádium és a kitűzött célok hasonlóságával – azaz, hogy egyik zenekar sem kimondottan „ambiciózus”. A 28 Costumes gitáros a által megfogalmazott észrevétel szerint Liverpoolban számos olyan zenekar található, amelyekre „ugyanaz a rendkívül erős munkaetika” jellemző (ami saját magukra is), beleértve a House that Jack Built, a Voo vagy a Married to the Sea zenekarokat.<sup>24</sup> A Hot Club de Paris-tól és a 28 Costumestól eltekintve, akik gyakran koncerteztek a váron kívül is, a többi említett zenekar tagjai nagyrészt elégedettek voltak azzal is, hogy liverpooli helyszíneken léptek fel. A gitáros a testvérét, azaz a House that Jack Built énekesét idézte, aki szerint „céljuk az volt, hogy legyen lehetőségük azokon a helyeken játszani, ahova egyébként is járnak, és azokkal a bandákkal léphessenek fel, akik miatt oda járnak”. Ezt a „munkaetikát” a „spórolásra” való törekvéssel is kapcsolatba hozta – a 28 Costumes például turnék alkalmával jellemzően támaszkodott a mások által felajánlott szívességekre, hogy alacsonyban tartsák költségeiket (ez egy hangsúlyos elem volt a zenekar körüli online diskurzusban is).

A fentitől eltérő egyéni célokra és stratégiákra példa az a.P.A.t.T. fenn kifejtett kimondottan networkfókuszú tevékenysége (a különböző MySpace-profilok és egyéb honlapok rendszeres fenntartása, amelyek mind egymásra mutató linkekkel is rendelkeznek, valamint a zenekarok egy virtuális térbe, a PostMusic oldalon történő integrálásának szándéka). A vizsgált zenekarok közül az a.P.A.t.T. volt internethasználatát tekintve a legaktívabb és a legkreatívabb (még ha ez elsősorban – de nem kizárólag – egy zenekartag, General Midi érdeme is volt),<sup>25</sup> kiterjedtebb és földrajzilag legváltozatosabb top baráti hálójuk tükrözi ezt.

Összefoglalva, e zenekarok megfogalmazott ambíciói egyfelől a kreatív folyamatra és termékre irányultak, azaz a zenészi kvalitásokra, valamint a jó dalok írására és előadására. Érdekes módon Sara Cohen liverpooli rockzenekarokra vonatkozó 1980-as évekbeli megfigyelései ettől eltérő célokat mutattak: „a legtöbb [zenekar] számára az uralkodó ambíció, hogy

23 James Mounsey, interjú a Puzzle hátom tagjával, 2009. március 25.

24 Interjú a 28 Costumes egy tagjával, 2009. március 4.

25 Jonathan Hering alias Master Fader, online interjú (2009. május 2.)

»befussanak« – azaz hogy egy nagy lemezcéggel leszerződjenek annak érdekében, hogy lemezeket adhassanak el, és szélesebb közönségekhez juthassanak el” (Cohen 1999: 240). Ez a különbség az attitűdök változására utal, valamint általában a zeneiparban bekövetkezett változásokra is: a nagy lemezkiadóval való leszerződést a kétezres évek elején már kevésbé tartják az előadók szükségszerű célnak – az indie zenekarokra pedig természetesen jellemző, hogy szándékosan is kerülnek ezt.

Másfelől a zenekarok ambíciói a helyi környezet felé irányultak, nem pedig egy országos vagy nemzetközi közönség, illetve piac felé (természetesen nem feltételezhetjük, hogy az egyes zenekartagok által megfogalmazott ambíciók, célok teljességgel megfelelnek az összes zenekartag gondolatainak, vágyainak). Ez azt sugallja, hogy az egyéni megközelítést helyek és útvonalak mentén is megragadhatjuk. Az 1980-as évek liverpooli rockzenekari kapcsán Cohen arra az észlelt és megfogalmazott kapcsolatra is utal, ami a „befutás” és a Liverpoolból – többnyire Londonba – való elköltözés között áll fenn. Ezzel szemben a saját esettanulmányomban hiányzott a Liverpoolban maradás (a város szintje) és a siker (az országos/nemzetközi szint) közötti diszkurzív oppozíció is. A zenekarok terveit és céljait firtató kérdésre leggyakrabban a „jó dalok írása” volt a válasz. Ahogyan a Puzzle dobosa fogalmazott:

Szerintem, ha egy bandában játszol, magától értetődő, hogy az elsődleges célod az legyen, hogy jó dalokat írj. Ezért tehát ha folyamatosan írsz olyan dalokat, amelyekről úgy gondolsz, hogy jó dalok, és amelyekből listavezető sláger lehet, ez lehet a legnagyobb ambíciód, tehát ekkor a legnagyobb ambíciódat követed. Mert számunkra a legnagyobb ambíció jó dalokat írni. [...] Nem teszünk úgy, mintha valami állati menő új banda lennénk, mi csak a Puzzle próbálunk lenni, és ezek a mi dalaink, és mi úgy gondoljuk, hogy jók. Azt hiszem, ha lenne ambíciónk, az csak annyira lenne, hogy folytassuk így tovább (James Mounsey, interjú a Puzzle három tagjával, 2009. március 25.).

Ugyanezt a célkitűzést – a minőségi dalok produkálását – a zenekarok általánosan a siker legfontosabb kritériumaként határozták meg:

Egyszerűen csak nagyon-nagyon jó dalokat kell írnod. Sokan mondják: ahhoz, hogy a zeneiparban sikereket érj el, először ezt kell csinálnod, aztán azt, majd amazt [...] de ha rájössz, hogy [a dalok] nem jók, akkor ennek az egésznek nincs semmi értelme. Nemrégiben olvastam egy interjút Robert Smithszel [a Cure zenekarból], [...] ő azt mondta, nem kell aggódnia a zeneipari dolgok miatt, csak hozd ki magadból a legjobbat, és akkor rád találnak. Lehet, hogy csak szeretnénk, ha így lenne, de ha valóban jó zenekar vagy ütős dalokkal, hát ez a legfontosabb (Sam Walkerdine a Married to the Sea-ből, interjú, 2009. március 11.).

Az általánosan megfogalmazott célkitűzés tehát az alkotói munka, illetve a létrehozott mű minőségére való összpontosítás, és ideális esetben e kreatív célok megvalósítása a kereskedelmi sikert is maga után vonja.

A 28 Costumes gitárosa megfogalmazott egy olyan problémát is, hogy bár Liverpool városa bővelkedik zenekarokban, nehéz előre megjósolni, mekkora karriert tudnak majd befutni.<sup>26</sup> Ennek kapcsán hangsúlyozta annak nehézségét, de egyúttal fontosságát, hogy az adott zenekar ne rendelkezzen tipikus „liverpooli” hangzással. A „liverpooli banda” kategóriát úgy használta, ahogyan a popzenei sajtó – ha egy zenekar hangzása hasonlított a Zutons zenekarához (a kutatás idején a legnagyobb sikert elérő liverpooli rockzenekar), rögtön be-

26 Interjú, 2009. március 4.

került ebbe a skatulyába. Az egyesült királyságbeli rockzenei sajtó<sup>27</sup> – élén az NME magazinnal – diszkurzív gyakorlatára jellemző, hogy az új zenekarokat ismertebb produkciókkal való összehasonlítások segítségével mutatja be, a gitáros aggodalma tehát jogosnak tekinthető. Az a.P.A.t.T. az interneten megosztott tartalmakon keresztül<sup>28</sup> is igyekezett fenntartani a hangsúlyozottan egyedi, a skatulyákat szándékosan kikerülő zenekar image-ét Erre tekinthetünk úgy, hogy a zenekar a saját kezébe vette az értelmezés feletti hatalmat – ugyanakkor a fősodor ellenirányába való szándékos törekvés mindig magában hordozza a „népszerűtlenség” és a sikerorientáltság paradoxonát.

Végül, a célok, bár egy adott zenekar sajátjai, részben a helyi szociokulturális milióból is fakadnak, vagy másfelől közelítve, e milióre is következtethetünk belőlük.<sup>29</sup> Az önironikus attitűd, amely jelen van például a „lo-fi” alkotói folyamat, valamint a zenekari karrierépítés technikai és anyagi nehézségeinek hangsúlyozásában – mint a 28 Costumes önprezentációjában, vagy pedig a zenei produktum külön, és nem kimondottan közönségbarát jellegére való utalásban – mint az a.P.A.t.T. esetében –, könnyebben érthető a város társadalmi-gazdasági történetének fényében. A 28 Costumes estében az anyagi feltételek (szűkösségének) hangsúlyozása a munkásosztálybeli liverpooli zenészekre jellemző kedvezőtlen gazdasági körülmények történelmében gyökerezik. Cohen úgy találja, az 1980-as években a rockzene sok zenész számára a „kitörés” lehetőségét jelképezte („gyakran utaltak nekem arra, hogy a zenekarhoz való csatlakozás és »kitörés« vágya intenzívebben volt jelen Liverpoolban, mint másutt”, 2007: 45). Emellett az elmenekülés motívuma bizonyos zenekarok dalszövegeiben is megjelent. A 28 Costumes esetében a blogbejegyzésekből, vagy például a kutatás ideje alatt megjelenő „This Band Has Eaten All Our Money” (2009) kislemez önironikus címéből („ez a zenekar megette az összes pénzünket”) következtetve ez az elmenekülés- vagy kitörési narratíva nem jelenik meg célként, csupán a gazdasági értelemben vett küzdelmet ábrázolja. A második esetben az a.P.A.t.T. hangsúlyozott különisége is részben a város gazdasági és kultúrtörténetében, valamint a sajtóban és egyéb médiában megjelenített képében gyökerezik – Cohen tárgyalja ezen imázs negatív oldalát a nyolcvanas és kilencvenes években, amikor is Liverpool városa a gazdasági, társadalmi és erkölcsi hanyatlás szimbólumává vált (2007: 43–44).

### *Hálózat, szervezés és részvétel*

Az önálló alkotói entitás – azaz a zenekar – és a virtuális-lokális környezet viszonya tovább vizsgálható a helyi zenei események szervezése és az azokon való részvétel kontextusában. A zenekarok közötti különbségek és hasonlóságok műfaj és stílus, karrierstádium,

27 És valószínűleg általában véve is jellemzője ez a zenei sajtónak.

28 Ennek részletes elemzéséért l. Barna (2011: 183–186).

29 Peter Webb „miliókultúrák” (*milieu cultures*) fogalma ezt a gondolatot testesíti meg. Webb részben Durrschmidt „kiterjedt milió” fogalmára alapozza elméletét, amely viszont Bourdieu habitusfogalmán alapszik, amelyet „cselekvés és jelentés relatív stabil konfigurációja”-ként értelmez, „amelyben az egyén aktívan tartja fenn az ismeret, a kompetencia, valamint a normális állapot bizonyos fokát, amely a személyes diszpozíció, a szokások és a rutinok konzisztenciáján alapul, és a behelyezkedettség érzésén keresztül alakul tapasztalattá” (Durrschmidt, idézi Webb 2007: 4). Itt azonban elsősorban a körülmények, jelentések, társas kapcsolatok készletébe való beágyazottságot értem a milió fogalmán, amelyben az egyén cselekszik, s csak másodsorban használom arra, ahogyan az egyén (vagy csoport) észleli és megtestesíti ezt a környezetet szokások, attitűdök stb. formájában.

valamint egyéni stratégiák szempontjai szerinti vizsgálatát követően az online kapcsolatok hálóit a zenei események, valamint azok tér- és időbeli beágyazottságának vonatkozásában vizsgálom (ahol a tér lehet elképzelt, virtuális és fizikai is). Ez a színtéreseemény fogalmának konceptualizálásához is elvezet.

### Egy helyi színtér-esemény on- és offline szerveződése

Az úgynevezett „10 Bands 10 Minutes” koncertsorozat<sup>30</sup> második és harmadik koncertjét a Barfly Clubban tartották, azaz a helyi indie, illetve rockzenekarok egyik tipikus koncert-helyszínén (a részt vevő zenekarok közül az Elle s'appelle, a 28 Costumes, az Arms at Last, a Married to the Sea mind rendszeresen lépett fel ezen a helyszínen). Ez nemcsak azt jelentette, hogy a szervező zenekar a már régóta meglévő kapcsolatokat fel tudta használni, hanem hogy egy olyan közönségre is számíthatott, amely számára ismerős a helyszín. A népszerűsítés részben offline eszközökkel történt (pl. szórólapokkal), de nagyjából online, beleértve a Barfly saját MySpace-profilját. Az utóbbit nemcsak a profil saját szerkesztői, azaz a klub munkatársai használták promóciós célokra, hanem a fellépő zenekarok is, jellemző módon virtuális posztok (és azokat kísérő üzenetek) komment szekcióban történő megosztásával.

A MySpace általános értelemben fontos eszközként szolgált a lemezszerződéssel nem rendelkező és kevésbé ismert liverpooli zenekarok számára: igen elterjedt gyakorlat volt, hogy egy koncertszervező a MySpace-en lépjen kapcsolatba zenekarokkal, miután az interneten meghallgatta az általuk elérhetővé tett felvételeket, ezt követően rövid kritikát osszon meg saját, illetve a koncerthelyszín MySpace- vagy Facebook-profilján, ami ily módon az esemény népszerűsítését szolgálta. Ahogyan Sam a Married to the Sea-ből elmesélte, az első 10 Bands 10 Minutes koncert esetében a meghívott zenekarok között sok olyan szerepelt, amely már meglévő baráti kapcsolatok révén kötődött a Married to the Sea-hez, és esetenként léptek is fel közösen. Ezek mellett azonban olyan számokra ismeretlen bandákat is meghívtak, amelyeket színvonalasnak ítélték, ám azok stílusban eltértek tőlük és az ismerős zenekaroktól. A döntést ezekben az esetekben a MySpace-oldalon meghallgatható számok alapján hozták meg:

[A meghívott zenekarok] csak a barátaink zenekarai voltak, és [...] megpróbáltuk egy kicsit meghaladni a dolgokat. Olyan zenekarokat kerestünk meg, amelyek nem feltétlenül voltak a barátaink, de akikről úgy gondoltuk, megszerezhetők – próbáltunk határokat átlépni.

*De ismertétek ezeket korábban személyesen?*

Nem.

*Hogyan találtátok meg őket?*

A MySpace-en. Csak arról volt szó, hogy olyan liverpooli zenekarokat kerestünk ki, akik jók, de akiket nem ismertünk, és akikről úgy gondoltuk, talán majd hoznak közönséget

(Sam Walkerdine a Married to the Sea-ből, interjú, 2009. március 11.)

---

<sup>30</sup> A koncertsorozat a Married to the Sea ötletéből fakadt, és a mai napig ők szervezik. Az alapötlet, hogy egy este alkalmával tíz zenekar lép fel, egyenként maximum tízperces szettel (általában három szám). Az első ilyen rendezvénynek nem volt tematikája, a másodiktól kezdve azonban mindig egy adott zenekar vagy előadó előtt kellett legalább egy feldolgozással tisztelegnie a műsornak (a második alkalommal a Green Day egy albumának számait kellett feldolgozni, majd következett a Weezer, a Pixies, Bruce Springsteen stb.).

Figyelemre méltó a fenti idézetben a „határookra” való utalás: azt sugallja, hogy a zenekar, de legalábbis a nyilatkozó zenész műfajon és stíluson alapuló diszkurzív határvonalakat húzott – például az egyik ilyen módon kiválasztott zenekar a Random Family, egy akusztikus folk produkció. A határok ugyanakkor a baráti zenekarok szoros körére is vonatkoznak. Harmadrészt, a „liverpooli zenekarokra” történő utalás a lokalitás aspektusának relevanciáját is sugallja. E három elem – a műfajokon, a baráti kapcsolatok és szakmai kapcsolatok viszonyán (amely egy helyi hálózat meglétére utal), valamint a lokalitáson, a városban alapuló határvonalak – kulcsfontosságú abban, amit színtérnek neveztem. A 10 Bands 10 Minutes koncertsorozatot ebből következően *színtéreseeményekként* tudjuk leírni – alulról építkező, helyi szintű, de nemcsak a fizikai térben – a klubban –, hanem egyúttal a hozzájuk tartozó virtuális terekben is történő eseményekként. A színtéreseemények a szervező és részt vevő zenészek diskurzusában előforduló műfaji kategóriákkal operálnak, és jelentős részben támaszkodnak személyes-szakmai kapcsolatok egy létező on- és offline hálózatára. A hátralévő feladat eldönteni, hogy a kapcsolatháló-elemzés megerősíti-e a zenészi diskurzusban implikált kohéziós erőket meglétét.

### *A résztvevők hálójája*

A mindhárom eseményen részt vevő zenekarok MySpace top barátainak kapcsolatháló-térképe egy sűrű fonódású középpontot mutat, amely liverpooli zenekarokból áll – ez az a baráti zenekarokból álló háló, amelyre a Married to the Sea utalt. Az egohálót<sup>31</sup> tekintve a legtöbb kapcsolattal rendelkező csomópontok a Married to the Sea (10 kapcsolat: 9 bejövő és 10 kimenő), az Arms At Last (10 kapcsolat: 8 bejövő és 5 kimenő), a Puzzle (10 kapcsolat: 10 bejövő és 10 kimenő), a Voo (10 kapcsolat: 10 bejövő és 1 kimenő) és a House that Jack Built (10 kapcsolat: 6 bejövő és 8 kimenő), míg az Elle s'appelle (9 kapcsolat: 7 bejövő és 7 kimenő), a Sporting Life (9 kapcsolat: 3 bejövő és 7 kimenő), a 28 Costumes (8 kapcsolat: 7 bejövő és 7 kimenő), a Hot Club de Paris (8 kapcsolat: 8 bejövő és 0 kimenő), valamint a MyAmiga (7 kapcsolat: 4 bejövő és 6 kimenő) csupán kevéssel maradnak le. Más szóval, az összesen 22 zenekarból álló kapcsolathálóban 10 fontos központi csomópont van, ami majdnem fele az összes csomópontnak – tehát a háló nagyon sűrű, és nincs központja, pontosabban a 10 fontosabb zenekar alkot egy középponti csoportot. Az elszigetelt zenekarok, illetve előadók száma – azoké, amelyek egyáltalán nem kötődnek a többihez a MySpace „top friend space”-en keresztül – négy.

A hálótérkép mutatja, hogy egy-egy zenekaron kívül Manchesterből, Leedsből és Londonból, az összes zenekar legalábbis részben Liverpoolból vagy az északnyugati régióból származik – ami azt jelenti, hogy az eseménysorozat Sam állításának megfelelően nagyrészt helyi jellegű. Ennél még lényegesebb, hogy a tíz csomópont, amelyet központiként határoztunk meg (azaz a tíz legnagyobb számú – 7–10-ig – kapcsolattal rendelkező zenekar) – mind liverpooli. A kevés számú (1 vagy 0) kapcsolattal rendelkező nyolc zenekar fele liverpooli, fele származik máshonnan. Ez az adat is azt bizonyítja, hogy az online kapcsolatok jelentős mértékben tükrözik az offline helyszíneket, tereket.

---

31 A kapcsolatháló-elemzésben az „egoháló” bármely, a hálóban szereplő egyén (csomópont) kötelékeit (kapcsolatait) jelenti (vö. Garton, Haythornthwaite és Wellman 1999: 82).



A hálózat – a színtér – kohézióját a részvétel foka is jól mutatja. Hogy mérhetővé váljon az eseménysorozatban való részvétel, figyelembe vettem az események számát, amelyeken egy-egy zenekar vagy előadó fellépett. Egyedül a szervező zenekar, a Married to the Sea lépett fel mindhárom eseményen; a The Sporting Life, a Puzzle, a My Amiga, a House that Jack Built ugyanakkor két alkalommal is felléptek. A többi zenekar a kutatás ideje alatt csak egy eseményen vett részt fellépőként (ez persze nem jelenti azt, hogy jelenlétükkel ne támogatták volna más alkalommal is a koncerteket). A helyet tekintve a két vagy három alkalommal fellépő zenekarok mind liverpooliak voltak. Ezt az adatot a kapcsolatháló-térképpel összevetve levonhatjuk a következtetést, hogy négy zenekar, azaz a Married to the Sea, a Puzzle, a House that Jack Built esetében az eseménysorozatba való bevonódás (a részvétel gyakorisága) a színtérhez való magas fokú online kapcsolódással korrelál, és ez az ötödik zenekarra, a My Amigára is érvényes, még ha kevesebb számú (7) kapcsolattal is rendelkezik.

Általános értelemben a megjelenített integráció – azaz beágyazottság – magas foka jellemzőbb volt azokra a zenekarokra, amelyek gyakran léptek fel együtt, és összességében többet koncerteztek helyben. Más szóval azok a zenekarok, amelyek online láthatóbbak voltak, helyi szinten is azok voltak. Ugyanakkor ez a láthatóság nem korrelált minden esetben az online aktivitás fokával, például az online kommunikáció gyakoriságával. Bizonyos esetek (a Puzzle zenekar egy példa erre) azt mutatták, hogy az online láthatóság is és az offline jelenlét is bizonyos mértékben független volt attól, hogy a zenekartagok mennyire voltak aktívak az internetes térben. Egyszerűen fogalmazva ezt azt jelenti, hogy valaki lehet téma, azaz jelen lehet a diskurzusban akár állandó hivatkozási pontként, és ily módon a színtér szerves része lehet, valamint prominens pozíciót foglalhat el a szimbolikus hierarchiában, még akkor is, ha ő maga nem tartozik a színtér diskurzusának fő „szószólói” közé. Az, hogy a megfigyelés az előzetes feltételezéseknek nem megfelelő eredményekre is vezetett, megerősíti a rugalmas etnográfia szükségességét az új média és a társadalom tanulmányozásában.

## Konklúziók

A fentiek alapján elmondható, hogy a konnektivitás, összekapcsolódás központi fontosságú aspektusa a zenei tevékenység online és offline terének. Ennek két vonatkozását különíthetjük el: egyrészt az egy zenekar, esemény, illetve közösségi oldalak által kijelölt tereken *bellüli* kapcsolatokat (amit intrakonnektivitásnak neveztem), másrészt a különböző szereplők, azaz zenekarok, zenészek, rajongók, koncertszervezők, koncert- és egyéb helyszínek, a zenei sajtó képviselői stb. közötti kapcsolatokat (azaz az interkonnektivitást). Az első leírja az egyazon zenekarhoz tartozó weboldalak és online tartalom platformok közötti szándékolt összekapcsolását, amelynek célja az összetartozó tartalmak olyan könnyen elérhetővé tétele, amennyire csak lehetséges (példa az a.P.A.t.T.). Az utóbbi, az interkonnektivitás, leírja például, ahogyan zenekarok egymást top barátként sorolják fel, blogokban említik egymást, és bátorító üzeneteket hagynak egymás profiloldalain, illetve, ahogyan a fesztiválok promóciós anyaga feltünteteti a résztvevők MySpace-oldalainak címét. Más szóval azon szorosan szövődő hálózatok felé mutat, amelyekre zenei színterekként is utalhatunk, és amelyek tágabb, kevésbé tisztán meghatározható zenei hálózatok részét alkotják.

A hálózatot analitikus fogalomként használtam, a zenei tevékenység résztvevői, a virtuális és helyi terek, valamint események dinamikus, cselekvésekben is megnyilvánuló, egyez-

tetett jelentésű és reprezentált kapcsolati értelmében. A hálózat fogalma lehetővé tette egy valós, létező együttműködő zenei közösség beazonosítását, valamint a zenekarok közötti, az online-offline társas kapcsolati struktúrájukat illető egyéni különbségek és hasonlóságok leírását. Elősegítette a zenei tevékenységben szereplő helyek, terek, személyek és kapcsolatok együttesének komplex réteges struktúrájának, valamint dinamikájának leírását. Ahogyan Leyshon jogosan megjegyzi, a hálózat fogalma azért hatékony, mert „folyamatorientált szemléletmód”, de egyúttal e folyamatok „térbeliségét explicit módon hangsúlyoz[za]” (Leyshon 2012 [2001]: 55). Ezt értelmezhetjük a „virtuális közösség” hagyományának kritikájaként, amely a lokalitást és elhelyezkedést hangsúlyozza, de a mozgást nem, a csoporttal való azonosulást igen, de a rétegzett kapcsolati struktúrákat nem, a határokat igen, de a befelé és kifelé mutató kapcsolatokat nem.

Barátok online hálózata alkothat egy csoportot sűrűn összekapcsolódó csomópontokon keresztül (mint például a vizsgált indie rock „mag”), vagy alkothat egy középpont köré összpontosuló csoportot, ahol befelé mutató linkek egy domináns csomópontba vezetnek (a Hot Club de Paris példája). E struktúrák azonban csak akkor válnak jelentéssel telivé, amikor a zenekarok alkotói termelése és a zene tágabb szimbolikus kontextusába helyezük őket. Ebbe beleértendők a műfaj szimbolikus kötelékei; a szimbolikus kapcsolódás (azaz affinitás) a különböző, nem feltétlenül helyi lemezkiadókhoz és az ezekhez tartozó produkciókhoz; az ízlés szimbolikus kötelékei; az ipari kapcsolatok készlete, amelyeken belül működnek – beleértve a menedzsmenttel való kapcsolatot vagy éppen ennek hiányát, a lemezkiadóval (-kiadókkal), koncertszervezőkkel és koncerthelyszínekkel való együttműködést; a rajongói tábor iránti attitűdöket, beleértve az elképzelt közönséget és a rajongókkal való tényleges kapcsolatot; és végül, az azonos milióból származó zenekarokkal való viszonyokat. Ahogyan az elemzés megmutatta, a különbségeket és a hasonlóságokat a következő szempontok alapján lehet azonosítani: stílus és műfaj; kereskedelmi siker és karrierstádium; végül: egyéni célok, hozzáállás és stratégiák. Az indie színtér résztvevőiként azonosított zenekarok között megfigalmazott hasonlóságok és megfelelések voltak megfigyelhetők mindhárom tekintetben. A hálózat tágabb értelmű és dinamikusabb fogalma tehát elvezetett a zenei színtér szűkebb és statikusabb fogalmához. Az indie mag hálózatának elemzése alapján egy on- és offline hálózatot akkor írhatunk le színtérként, ha cselekvésekben megnyilvánuló és reprezentált koherencia érvényes a következő négy aspektust illetően: műfaji esztétika és etika; lokalitás; diszkurzív részvétel és azonosulás; végül: személyes kapcsolatok. Például a Married to the Sea a zenekarok között egyrészt zenei műfaj, másrészt személyes barátság alapján vont szimbolikus határokat. Fontos, hogy a szimbolikus határvonalak nem vezettek a színtér exkluzivitásához, épp ellenkezőleg: a 10 Bands 10 Minutes szervezése szándékos kísérlet volt a Married to the Sea részéről – a részt vevő zenekarok aktív támogatásával – egy kollaboratív, kölcsönösen élvezetes környezet elősegítésére mind a határvonalon belül, mind az azon kívül elhelyezkedő bandák számára.

A hálózat jelentésteli jellemzői közé tartozik a kapcsolatok földrajzi eloszlása, valamint a hálózat lokális jellegének mértéke. A kapcsolatokból következtethetünk a zenei tevékenység részeként megtett útvonalakra (pl. koncertturnék, rádióműsorokban való szereplés) ugyanúgy, mint a helyszínekre (pl. a zenekarok és lemezkiadók helyi bázisa). A bizonyos helyhez való tartozás mellett felhívták figyelmünket a mozgás jelentőségére. A földrajzi mozgás meghatározó tényezőnek bizonyult egyrészt a más zenészekkel és művészekkel létrehozott alkotói-együttműködői kapcsolatokat illetően; másrészt a rajongókkal való kapcsolatot illetően

(egy rajongói tábor létrehozásában); harmadrészt a lemezkiadókkal való kapcsolatot tekintve. A legutóbbi, talán a sejtéseinkkel ellenkező módon, bizonyos esetekben az utazás, illetve a bizonyos zenekarokkal való közös fellépések eredményeképpen jött létre – azaz viszonylag véletlenszerű események következtében, nem pedig szándékos stratégia eredményeképp (pl. egy lemezkiadó megkeresése, vagy a kiadó részéről a zenekar felkeresése, „felfedezése”). A jelentésteli jellemzők közé ezen túlmenően beletartozik a hivatkozások kölcsönössége és központi jellege, ami egy zenekar attitűdjeire és aspirációira utal, valamint a helyi hierarchiában elfoglalt helyére.

Az időbeliség keretei között való gondolkodás, akár az online tartalomra, akár a zenekar karrierjére vonatkozóan, az online és offline közötti egyidejűségek és időbeli diszkrepanciák azonosításához vezetett. Az egyidejűség olyan esetekre vonatkozik, amikor az online és az offline egymástól elválaszthatatlan, és egymásra kölcsönösen utal (például olyan események esetében, amelyek jelen vannak az online térben is). Az online és offline közötti diszkrepancia a színterek vagy hálózatok online reprezentációjának konzervatív aspektusát magyarázzák. Magának a technológiai kontextusnak a temporalitása befolyásolja a reprezentációt és a stratégiákat, és a felhasználók erre reflektálnak is – általában (ön)ironikus kommentárok révén. Elméletibb síkon megfogalmazva, a leírt online és egyszerre offline hálózatok és az internet megjelenése előtti zenei hálózatok közötti elsődleges különbség, hogy az online kontextus korábban nem létező láthatóságot és közvetlen elérhetőséget biztosít a hálózat számára, ami lehetővé teszi, hogy az kulturális forrásként és a zenészi, zenekari, illetve közönségbeli és rajongói identitás alapjaként újféle módokon funkcionáljon.

## Hivatkozott irodalom

- Azenha, Gustavo S. (2006): The Internet and the Decentralization of the Popular Music Industry. Critical Reflections on Technology, Concentration and Diversification. *Radical Musicology 1*. Interneten: <http://www.radical-musicology.org.uk/2006/Azenha.htm> (letöltve: 2012. 08. 26.).
- Bannister, Matthew (2006): *White Boys, White Noise. Masculinities and 1980s Indie Guitar Rock*. Aldershot és Burlington, VT: Ashgate.
- Barna, R. Emília (2011): *Online and Offline Rock Music Networks. A Case Study on Liverpool, 2007–2009*. Doktori disszertáció, University of Liverpool.
- Baym, Nancy K. (2010): *Personal Connections in the Digital Age*. Cambridge és Malden, MA: Polity Press.
- boyd, danah m. és N. B. Ellison (2007): Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication 13*(1): 11. cikk. Interneten: [http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd\\_ellison.html](http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd_ellison.html) (letöltve: 2012. 08. 26.).
- Castells, Manuel (1996): *The Rise of the Network Society, The Information Age. Economy, Society and Culture, vol. I*. Cambridge, MA és Oxford: Blackwell.
- Cohen, Sara (1991): *Rock Culture in Liverpool. Popular Music in the Making*. Oxford: Oxford University Press.
- Donath, Judith és danah m. boyd (2004): Public Displays of Connection. *BT Technology Journal 2*(4): 71–82.
- Fonarow, Wendy (2006): *Empire of Dirt. The Aesthetic and Rituals of British Indie Music*. Middletown, Conn.: Wesleyan University Press.
- Garton, Laura, Caroline Haythornthwaite és Barry Wellman (1999): Studying On-Line Social Networks. In *Doing Internet Research. Critical Issues and Methods for Examining the Net*. Steve Jones (szerk.). Thousand Oaks, CA, London és New Delhi: Sage, 75–105.

- Harry, Bill (2004): *British Invasion. How the Beatles and Other UK Bands Conquered America*. New Malden, Surrey: Chrome Dreams.
- Hine, Christine (2000): *Virtual Ethnography*. London, Thousand Oaks, CA és New Delhi: Sage.
- Kibby, Marjorie D. (2000): Home on the Page. A Virtual Place of Music Community. *Popular Music* 19(1): 91–100.
- Leonard, Marion (2007): *Gender in the Music Industry. Rock, Discourse and Girl Power*. Aldershot és Burlington, VT: Ashgate.
- Leyshon, Andrew (2012 [2001]): Idő – tér (és digitális) sűrűsödés: szoftverformátumok, zenei hálózatok és a zeneipar újjászerveződése. *Replika* (78): 45–76.
- Straw, Will (2001): Scenes and Sensibilities. *Public* (22–23): 245–257. Interneten: <http://strawresearch.mcgill.ca/pubscene.pdf> (letöltve: 2012. 08. 26.).
- Webb, Peter (2007): *Exploring the Networked Worlds of Popular Music. Milieu Cultures*. New York és London: Routledge.
- Wellman, Barry és Milena Gulia (1999): Net Surfers Don't Ride Alone. Virtual Communities as Communities. In *Communities in Cyberspace*. Mark A. Smith és Peter Kollock (szerk.). New York: Routledge, 164–193.
- Wilson, Brian és Michael Atkinson (2005): Rave and Straightedge, the Virtual and the Real. Exploring Online and Offline Experiences in Canadian Youth Subcultures. *Youth Society* 36(3): 276–311.

### Hivatkozott felvétel

28 Costumes (2009): This Band Has Eaten All Our Money. *This Band Has Eaten All Our Money* (kislemez) Liverpool: Rekordmeister.