

På det lingvistiske område har Frans Gregersens disputats om Louis Hjelmslev, *Sociolingvistikens (u)mulighed* (Tiderne Skifter 1991), gjort rede for den strukturelle lingvistikens konstitutive projekt, dels i forhold til udgangspunktet hos Saussure, dels i én af de konsekvente videreførelser, nemlig Hjelmslevs. Her er den kronologiske og den systematiske fremstilling til stede som parallelle spor med en fælles problemstilling som centrum: det problematiske fravær af en sociologisk dimension (og med en i mine øjne tvivlsom biografisme som binde-middel). Fraværet af indeks nedsætter bogens brugbarhed, men små stikord øverst på siderne kompenserer dog til en vis grad for denne mangel. Der er altså ikke én bestemt fremgangsmåde der skal følges, heller ikke når Simmel er på tapetet.

Men i begge tilfælde har bøgerne et klart centrum der gør dem markante. Hos Køppe og Andkjær skrives der på en overbevisning om den fortsatte aktualitet i Freuds centrale tankegange; hos Gregersen møder vi det modsatte synspunkt på Saussure og Hjelmslev, men en tyrkertro på opgørets relevans her og nu i forhold til elementer hos strukturalisterne der stadig er virksomme og vildledende. Simmel-bogen mangler en sådant organiserende kerne, en overbevisning om hvad det er der virkelig skal satses på i en Simmel-introduktion og ikke skal afventes senere behandlinger af livsverdenstemmet, som det lyder i bogens spinkle slutakkord.

Trods disse overordnede reservationer må en anmeldelse af Gunder Hansens bog ikke munde ud i anmelderforbehold: den er den første større introduktion til Simmel på dansk, den er stofrig og giver undervejs mange ting at tænke videre

over i mange retninger. De fleste læsere vil kunne hente noget. Men den konsekvente og selektive fastholdelse af konstitutionsproblemet som sigtepunkt og konstant foruroiligelse, som fx på side 53ff, savner jeg, og det gør at bogen heller ikke får topkarakter. »Gib o Herr, uns Armen eine/Bessere Konstitution!« sukker jeg med Adolph Schults.

Ove Christensen

Billeder vævet af lyd

Thomas Ohrt (red): *Rockens billeder. Om kunst og rockmusik*. Gyldendal. 187 sider.

Lars Movin og Morten Øberg: *Rockreklamer. Om musikvideo*. Amanda. 224 sider.

If you want to send a message, go to Western Union.

David Lynch

Hvis man ser på Edward Hoppers billede fra 1942 *Nighthawks*, som forestiller nogle mennesker en tidlig morgen eller sen nat på Phillies Café set udefra, kan man ikke undgå at mærke en særegen stemning, som uvægerligt leder hen til en lyd af en blød og let melankolsk saxofon. Stemningen i billedet er meget 'lydlig', så selv en musikalsk ignorant vil kunne mærke lyden. Der er tale om 'morgenstemning': lad og meningsløs, men langt fra desperat og pessimistisk; og endnu fjernere fra Griegs 'Morgenstemning', der er knyttet til naturen og renheden. Her

drejer det sig om en kop kaffe, en smøg og måske lige en enkelt whisky mere, inden man skal hjem - alene? Dette gentager sig og dagen kommer nærmere og nærmere, men caféen er ligesom isoleret fra 'livet udenfor'. Dog glider neonbelysningen mere og mere over i en livløs grå tone som følge af det påtrængende lys udefra - solens hævn over en kulturelig nærværsfølelse.

Hoppers billede udtrykker et grundlæggende fællesskab mellem billedkunst og musik. Tidens billeder og tidens musik udtrykker ofte et fælles erfaringsrum. Billeder glider over i musik og musik sætter billedproduktionen i gang på den indre scene - enten som lærred, monitor eller drøm. Det er derfor sigende, at Hoppers billede er det første, man - efter forsiden og titelbladet - møder i bogen *Rockens billeder. Om kunst og rockmusik*, selvom Hoppers billede er langt fra rockens erfarings- og betydningsunivers. Sammenhængen tydeliggøres i 40-ernes jazzede stemning.

Bogen *Rockens billeder* er udsprunget af forberedelserne til udstillingen 'Rockens Billeder' i Kunsthallen Brandts Klædefabrik og forsøger »en større, samlet beskrivelse af forbindelserne mellem billedkunst og rockmusik«, som Thomas Ohrt og Karsten Ohrt skriver i deres forord. Bogen er en antologi og lider af antologiens uensartethed og ujævnhed. Men der er nogle udmærkede artikler som præsenterer forskellige områder af forbindelser mellem kunst og rock. Det er befriende, at denne forbindelse ikke først skal skabes i fremstillingens eget univers, da en række kunstnere både direkte og indirekte har været inspireret af rockmusikken. Når eksempelvis Warhol laver sine silketryk med Elvis Presley som motiv, så er forbindel-

sen direkte skabt, og man kan begynde at fundere over, hvilke betydninger disse forbindelser skaber.

Det er et gennemgående træk i de forskellige artikler, at kunstinstitutionen efterhånden er blevet udkonkurreret af massekulturen. Det er især popkunsten og dens beslægtede refleksionsrum med rockmusikken, som udfordrer Institutionen Kunst, da begge disse praksisser forherliger det lave og hverdagsagtige og dermed fjerner sig fra det auratiske, alvorlige og højstemte, som har kendetegnet såvel den klassiske kunst som den æstetiske avantgarde i første tredjedel af det 20. århundrede.

Popkunsten og rockmusikken udtrykker en række fælles erfaringer i de to forskellige 'medier', og de kan derfor sammenlignes. Thomas Ohrt reflekterer over en række af disse fællestræk i »Popkunst og rockmusik i 60'erne« ved at komme med en række eksempler. Ohrt kommer også ind på forskellige covers, som jo blev et af stederne, hvor rockmusikken og kunsten direkte mødtes, og her er det typiske eksempel 'bananpladen', hvor Andy Warhol skabte et 'genialt' cover til Velvet Underground & Nico. Men også Peter Blakes cover til Beatles' »Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band« er et typisk eksempel på, hvordan der eksisterer en række fælles erfaringer i de æstetiske udtryk.

Bogen er meget en præsentation af miljøer og personer, som har været markante skikkelser inden for den billende kunst. Dette kan til tider gøre læsningen noget kedelig, da der er alt for mange opremsninger. 'Så gjorde jeg.. Så mødte jeg... Så sagde jeg..' - dette er eksempelvis stilen i Russell Mills artikel »Den synlige lyd«.

Bogen præsenterer dog på udmærket

vis forskellige typer af sammenhænge mellem musik og billeder. Der eksisterer et fællesskab inden for en trash-agtig refleksion, som betoner det grimme og ulækre og derved udfordrer vore erfaringer. Her er der tydelige relationer mellem 60'ernes underground og avantgarden i starten af århundredet, hvor eksempelvis det erotiske og pornografiske, men tillige det voldelige, kunne fremstilles - tænk evt. på Freddie og hans buste 'Sex-Paralyseappeal'. Der er sammenhænge mellem eksempelvis Brian Enos lydskulpturer og elektroniske installationer af forskellig slags, og hos Laurie Anderson er der en direkte forbindelse mellem det musikalske, lyriske og den billedmæssige iscenesættelse. Der er forbindelser mellem en mere kropsorienteret rock-musik og en ekspressionistisk billedstil. Der er forbindelser mellem forskellige mere seriøse rock-musiske koncepter og avantgardistiske fremstillinger, eksempelvis i nogle af Russell Mills billeder.

En af de aktuelt mest spændende forbindelser er den, der eksisterer mellem musikken og billederne som reklame for musikken, en sammenhæng der bliver helt markant med musikvideoerne, som Morten Øberg og Lars Movin beskæftiger sig med i bogens sidste artikel.

Sammenhængen mellem billeder som kunst og billeder som reklame eller som element i en marketingssammenhæng berøres ofte i antologien, da popkunsten jo beskæftiger sig med varen som objekt, og da meget af det billedmateriale, der produceres i forbindelse med musikken, indgår i en promotoring af gruppen eller solisten og pladerne. Med musikvideoerne udfordres forholdet mellem massekultur og finkultur endnu mere, end det var tilfældet i popkunsten, hævder Øberg og Movin i artiklen 'Da kunsten og virkelig-

heden gik af mode'. »Mens popkunsten aldrig forlod finkulturens objekt-orienterede sfærer, er musikvideoen et massemediefænomen, der er opstået i en frugtbar kollision mellem en eksploderende TV-verden, en alderstynget rockkultur, en skrantende pladeindustri og et sprængt verdensbillede«. Problemet er blot, at langt de fleste musikvideoer er ren mainstream og.... ja præcis pop! Men hvad kan man forlange af pop og reklame? »Videoerne opleves aldrig som selvstændige, afrundede tekster, men som dele af ét langt sammenklisset flow, hvor overgangene fra tekst til tekst er umærkelige. Og det er faktisk en skam, for det betyder, at de gode videoer drukner i mængden«. At beskyldte popkulturen for at udgøre et flow, være mainstream og pop synes en anelse underligt.

Musikvideoer er stadig et forholdsvis nyt fænomen, men det har allerede manifesteret sig som et uundgåeligt og uvurderligt element inden for populærmusikken, både hvad angår gruppernes selviscenesættelser og pladeselskabernes marketing. Og på samme måde, som vi i øvrigt forholder os til de billeder, der omgiver os, forholder vi os efterhånden allesammen også til musikvideoer på den ene eller anden måde.

»I dag har alle et forhold til de små 3-minutters clips. Nogle sluger dem som afvekslende og letfordøjelig underholdning. Andre hader dem for deres opskruede tempo og flimrende overfladiskhed. Endeligt er der en del, der har et noget ambivalent forhold til dem: på den ene side fængsles de af videoernes frækhed og ofte opfindsomme brug af billedsproget; og på den anden side skræmmes de lidt af det endeløse udbud af billeder, der ofte er voldsomme eller på anden måde effektfulde, men som altid er væk igen,

før man kan nå at forklare, *hvorfor* man blev påvirket«. Dette er en indledende konstatering i bogen *Rockreklamer* af Lars Movin og Morten Øberg, den eneste brede introduktion på dansk til fænomenet 'musikvideoer' som når hele vejen rundt omkring de forskellige elementer, fænomenet består af: produktion, distribution, de optrædende, instruktørene, pladeselskaberne, receptionen og så videre. Bogen er i kraft af sin bredde og åbenhed en glimrende introduktion til hele musikvideofænomenet. Men der er samtidig meget i bogen, der kan diskuteres, hvilket naturligvis også er en kvalitet.

Den omtalte ambivalens i forhold til mediet deler forfatterne helt klart, og det må da også være den eneste frugtbare vej til refleksion over fænomenet, især når den kædes sammen med en »fascination af mediet samt ... det faktum, at vi deler denne begejstring med millioner af unge«. Såvel nærhed og loyalitet som kritisk distance er vigtige ingredienser, når man vil forholde sig til bla. musikvideoer.

I forordet får Movin og Øberg tillige bemærket et andet vigtigt forhold i forbindelse med musikvideoerne, nemlig dette at de måske først og fremmest er lange reklamespot for gruppen, nummeret, pladen, pladeselskabet og i videst forstand en reklame for en bestemt forbrugeristisk livsstil. Desuden får forfatterne antydning af en mulig afgrund i deres egen analytik, når de slår fast: »Tilsyneladende er det ikke virkeligheden, der afspejles i de små hæsbælende billedfortællinger. Generelt består videoerne af *billeder af billeder*«. Her spørger en forestilling om autenticitet og kritisk engagement, som efterhånden bliver ret så markant i bogen.

Bogen præsenterer en lang række af forhold, der er vigtige for at forstå musikvideoerne, deres indhold, virkning, hensigt og så videre. Det handler om på den ene side: produktionsforhold, distributionsforhold, konsumtionsforhold. Dernæst drejer det sig om receptionen. Og for det tredje drejer det sig generelt om de samfundsmæssige, kulturelle forhold, som musikvideoerne indgår i og på en eller anden måde afspejler.

Disse forhold stykkes sammen til en overordnet og generel analysemodel i forhold til musikvideoer. Det *første niveau* kommer da til at udgøre producenterens interesser. Det handler om at holde gang i salget af musik og dertil hørende varer. Musikevideoerne kan direkte ses som en strategi for at vende et fald i pladesalget først i 80-erne. Musikvideoernes karakter af dels at være reklame og dels selvstændige varer bliver her vigtige elementer i en forståelse af fænomenet. Det samme gør produktionsbetingelserne for de forskellige instruktører, hvor det normale er, at man har mellem 2 og 5 uger til at lave en video på et skrabet budget. Videoerne bliver derfor ofte kompromisser mellem gruppernes ønsker, instruktørens intentioner og pladeselskabets reklameønsker.

På det *tredje niveau* handler det om en forståelse for 'det postmoderne vilkår' - det postmoderne attitudegalleri, som det hedder flere steder i bogen. Her benytter forfatterne bla. en læsning af Jean Baudrillard og Mario Perniola til at bestemme 'tidens tendenser', hvor mediernes billedflow bliver vigtige tidstypiske træk. 'De store fortællingers' død og opkomsten af relationsløse billeder af billeder dominerer den kulturelle logik, hvis det overhovedet giver mening at tale om 'logik' i denne forbindelse. De unge i dag

vokser op uden primære erfaringer med virkeligheden, da deres erfaringshorisont stort set begrænser sig til erfaringer med mediernes medierede virkelighed.

På dette niveau etablerer forfatterne en underlig ureflekteret modsigelse, som man også genfinder hos en mængde såkaldte postmodernister. På den ene side hævdes at verden er total usammenhængende, og at man ikke kan tænke i sammenhænge. På den anden side etablerer diagnostikken selv en sammenhængende argumentation for påstanden. Så når det hedder: »I en verden, der med eksplosiv hast opløses i tilstande af absurd vold og mangel på sammenhæng, fratages mennesket mulighed for at etablere tilstrækkelig psykisk tyngde til at anlægge et centralperspektivisk syn på omverdenen - og dette 'centrumløse' individ bliver snarere 'høj' på kvantitet, fart og chok end på kvalitet, balance og fordybelse«; så må det uundgåelige spørgsmål blive: hvordan forholder dette sig til bogen *Rockreklamer*, som netop anlægger et centralperspektivisk syn på musikvideoerne? At der ikke behøver at være en modsætning på spil er klart, men det kræver en række refleksioner over forholdet mellem diagnostikken på den ene side og det diagnosticerede på den anden; en række refleksioner som er fraværende i *Rockreklamer*.

Det andet niveau udgøres af den egentlige reception af musikvideoerne - altså: hvad betyder de? Bogens længste kapitel er viet en udforskning af dette interessante og meget omdiskuterede element i forbindelse med musikvideoerne, som jo også knytter sig direkte til den indledningsvise konstatering af de forskellige opfattelser af musikvideoerne. Udover den egentlige reception er der spørgsmålet om musikvideoernes forhold

til *kunsten*, som behandles i det efterfølgende kapitel. Dette blot nævnt for at fremhæve, at forfatterne tillægger dette felt overordentlig betydning. Og det er måske også det mest interessante ved musikvideoer: hvordan skal man (analytisk) forholde sig til dem?

I forsøget på at udvikle en analysemodel, der kan bruges i læsningen af musikvideoer konstateres det indledningsvis: »Indrømmet. Det kan være meget svært at orientere sig i musikvideoens flimrende billedverden. Og man bliver derfor ofte hægtet af, når man forsøger af læse og forstå videoclips«. Hvis man vil »finde en dybere mening« i de forskellige clips kræver det, at man ser dem flere gange.

Movin og Øberg opridser nogle traditionelle tekstanalytiske figurer, og mener her ud fra at kunne konstituere en musikvideoanalytik. Det man bla. skal beskæftige sig med og tage højde for, når man forsøger at analysere musikvideoer er: »*indholdet* - hvad handler videoen om? *Formen* - hvilke fortælleteknikker anvendes og hvordan (og hvor kommer de fra)? *Funktionen* - de reklamemæssige aspekter: 'virker' kombinationen af musik og billeder i forhold til koncept og budskab? Og endelig *brugssammenhænge* - hvor og hvordan (for)bruges musikvideo?«.

Men inden præsentationen af den endelige analysemodel og de eksemplariske læsninger sætter forfatterne musikvideoerne ind i den sammenhæng, som i hele bogen virker konstitutiv for deres tilgang til fænomenet. Forfatterne er skræmte over, at musikken tilsyneladende i musikvideoerne bliver sekundær. »Så længe det primært er reklameværdien, der styrer tilblivelsen af billedsiden, vil visualiseringen i høj grad ske på bekostning af

musikkens betydning«, siger de bla. som et ekko af deres egen kronik i Dagbladet Information 'Video som popkunst' fra 1984. Det store problem er den nære forbindelse, der tidligere bestod mellem publikum og musikere, hvor røg, sved, spyt, bræk, karamelpapir, sammenfaldende unge narkovrag osv. var en del af musik-oplevelsen som en autentisk oplevelse. »Deltagelsen i fuldbyrdelsen af musikken« er det »aspekt i oplevelsen af musik, der kan gå tabt, hvis video bliver den dominerende måde at forburge rock og pop på«.

For Movin og Øberg bør musikvideoer blot være en forlængelse af musikken. Men det er ikke kun musikkens underordning under billed-flowet, der er problematisk. I forhold til 60-ernes og 70-ernes rock-kultur, hvor musikken havde et indhold: frigørelse, så kan musikvideoerne ikke indeholde dette kritiske budskab - ikke fordi det ikke kan fremføres i mediet, men fordi mediet i sig selv transformerer en eventuel kritik til affirmative billedstrømme (som på sin side bliver til billed-drømme). »Videobilledet kan fænge og forføre, ikke forklare og røre«.

Analysemodellen består som sagt af en række traditionelle tekstanalytiske figurer, og disse kombineres med en række 'filmsproglige komponenter' bla. hentet fra Griffith, Eisenstein, Wells' brug af dybdefocus og Metz' filmsemiologi.

Som memento om hvilke elementer, man skal huske i en analyse, kan denne oprensning fungere udmærket. Men der er en lang række af problemer i opstillingen af en sådan analysemodel. For det første hævdes det, at musikvideoerne ikke går op i traditionelle forestillinger omkring æstetiske frembringelser. Hvilken indflydelse dette får for analytik-

ken overvejes dog ikke. Det vil være naturligt at overveje, om ikke en analysemodel måtte indreflektere det specifikke nye i materialet for analysen. Det er da også karakteristisk, at Movin og Øberg, bortset fra spørgsmålet om fortællerpositionen, stort set ikke bruger deres egen model i de eksemplariske analyser, de selv foretager.

For det andet opstiller de forlods nogle kriterier hentet fra et fantasme om 'rock-kulturen' for at kunne vurdere det indholdsmæssige i videoerne. Dette forsøg på at hente kvalitets- og indholdsmæssige kriterier fra en anden kultur bliver problematisk i forhold til at forstå det særegne ved musikvideoerne. Det er typisk, at et af kriterierne bliver, hvorvidt der ligger et samfunds- og mediekritisk element i de analyserede videoer.

For det tredje og sammenhængende hermed er selve indplaceringen af musikvideoerne i en bestemt rock-tradition nok ikke særlig heldig og ejheller særlig signifikant for musikvideoernes vedkommende - men nok for forfatterne. Det er en herskende opfattelse i bogen, at man kan se en udvikling fra rock-kulturen i 60'erne til musikvideoerne i 80'erne. Denne udvikling forsøger Movin og Øberg at have et ambivalent forhold til, hvor de hævder at der skal være plads til fascinationen over musikvideoernes flimrende og reklameæstetiske overflade. Men denne ambivalens bliver ofte kun proklamatorisk, og de sætter sig konstant mellem to stole igennem deres refleksioner over mediet. Det er således sigende at kapitel 3 hedder: »Fra rockkultur til videounderholdning. Da autenticiteten blev sendt på pension«. Der er tale om en gedigen forfaldshistorie.

Dette rejser for det første spørgsmålet om, hvorvidt der nogen sinde har eksiste-

ret en autenticitet inden for musik- underholdnings-industrien - som rockmusikken helt klart (også) indgik i. At dette er tilfældet er forfatterens altafgørende fantasme, hvilket er underligt da de begge er født i 59, og derfor ikke selv har deltaget i den herostratiske rock-kultur. Omvendt kan man måske hævde, at fraværet af en personlig erfaring med rockkulturen er en af grundene til dens fetichering. Videre rejser det spørgsmålet om musikvideoerne overhovedet skal ses i sammenhæng med en tidligere rock-kultur, eller om det ikke er mere interessant og mere sigende, at se musikvideoerne i sammenhæng med musicals, TV-underholdning, reklamer, 50'er pop og kommerciel pop-musik i det hele taget. Dette anfægter tillige analysemodellen, da den hovedsaglig bygger på nogle andre analysetraditioner, hvor ikke mindst avantgardekunsten fra før-ste tredjedel af dette århundrede er vigtig. Dette problem manifesterer sig allerede i bogen titel: 'rock-reklamer'. Hvorfor hedder den ikke pop-reklamer, eller musik-reklamer? Det er jo primært tale om mainstream popmusik og ditto videoer. Endelig for det tredje rejser det spørgsmålet om, hvordan man analyserer ikke-autentisk underholdning, uden at havne i positioner, hvor underholdningen affærdiges som formidler af 'falsk bevidsthed', hvilket til tider ligger lige for hos Movin og Øberg, når de taler om påvirkningen fra mediet. Disse tre spørgsmål hænger naturligvis snævert sammen og går alle ind i det overordnede forståelsesperspektiv, forfatterne lægger ind i fænomenet musik-videoer.

Helt i tråd med, hvad der har været meget almindeligt, forsøger forfatterne at sammenholde musik-videoerne med nogle kunstneriske praktikker, der blev

karakteristiske for den modernistiske avantgarde. Der tænkes her specielt på montage- og collageteknikker samt udnyttelsen af fragmenterede fremstillingsformer, der bla. anfægter narrative sammenhænge. Disse sammenholdninger får det til at se ud som om den modernistiske avantgarde kan reduceres til nogle få tekniske elementer, hvorfor man kan sammenligne den med musikvideoerne, og dermed komme til at diskutere om musikvideoer kan være kunst. Men diskussionen er i sit udgangspunkt fuldstændig forfejlet og afsporet. Kunst handler - eller handlede - ikke kun om nogle tekniske elementer. Derudover kan en senere fremstillingsform slet ikke måles med en tidligere forms tekniske beherskelsesniveau. For det tredje er musikvideoerne først og fremmest - og det vil tillige sige langt den overvejende del af dem - underholdning, som går ind i en blandingsform mellem popmusik og fjernsynsunderholdning, hvor der er en direkte sammenvævning med reklamer, musik, dans osv. Disse musikvideoer ligner ikke og har ingen intentioner om at ligne kunst. Alene af disse årsager er diskussionen omkring kunst eller ikke-kunst tåbelig. Det er som at analysere teksten til en sang af Birthe Kjær som kunstnerisk, blot fordi hun synger, at hendes hjerte nu er tomt og uden mening - dette gør sangteksten direkte sammenlignelig med T.S. Eliots *The Waste Land*.

Der findes nogle eksempler på videoer, der har højere ambitionsniveau og som i deres fremstillinger forsøger at nå ud over det rent underholdende. Omkring disse videoer går diskussionen ofte på, at de har hentet billeder fra kulturhistorien - altså fra den rigtige kunst - og derfor må de indplaceres i forhold til kunsten. Her kan Dick Hebdiges analyse af Talking

Heds-videoen: *Road to nowhere* stå som arketyrisk; en analyse som Movin og Øberg da også refererer til. Igen er det en række ydre formaliteter, der gøres til kriterium for diskussionen, hvilket i udgangspunktet naturligvis er forfjelt. Når visse musikvideoer sprænger rammerne for, hvad man forstår som musikvideoer og derved måske nærmer sig kunst-videoerne eller andre typer af fremstillinger, kan man diskutere om dette eller hint værk er kunst eller ej, hvis man finder, at dette er interessant. Men det er ikke en diskussion, som handler om musik-videoer generelt, men måske om en specifik video. Der er en underlig tendens til at hævde, at de musikvideoer, som man af en eller anden grund synes bedst om, skal rubriceres under etiketten kunst! Det virker oftest som en legitimering af individuelle og private præferencer.

Dertil kommer, at diskussionen omkring kunst og musikvideoer ofte knyttes sammen med en opfattelse af, at det ikke længere overhovedet er gyldigt at skelne mellem pop og kunst. Måske befinder vi os efter den store adskillelse mellem fin- og massekultur, som Andreas Huyssen skriver i *After the Great Divide*. Dette problem tages ganske vist også op, men forfatterne kan slet ikke finde ud af, om de skal mene, at der stadig findes noget, man kan kalde kunst, eller om de skal følge en postmodernistisk strøm og erklære opdelingen i kunst og pop for død. Til tider hævdes det, at musikvideoer kan være kunst, til tider at det kan de ikke. Til tider hævdes det, at der er mening i at fastholde et begreb om kunst, til tider at det er der ikke. Dette kulminerer nærmest i et regressivt ønske om, at kunsten skal indtræde i et privilegeret sted for at sætte værdier og vurde-

ringer i det samfundsmæssige. Vi må, siger de, »pege på, at der i dag - hvor kommunikation i stadig højere grad monopoliseres, og hvor information er ved at overtage pengenes rolle som magtfaktor - mere end nogensinde før er behov for kunsten som et særligt sted at se og tale fra. Og måske er kunstens fornemste opgave derfor at holde sig fri af den generelle produktions- og informationsfornuft. Og på den måde er det naturligvis problematisk at tale om musikvideo som kunst«. Ja naturligvis! men mere problematisk er vist det begreb om kunst, der her søges inddraget. Kunsten som Sandhedens sted! Derudover kobler forfatterne igen ukriisk mellem en teknisk bestemmelse og et kunstnerisk indhold. Hvorfor skal kunsten eksempelvis holde sig fri af 'den generelle produktions- og informationsfornuft'? Selvom disse 'fornufter' ses som problemet, kan en kunstnerisk praksis da ikke holde sig fri af dem - så vil den ende som ren abstrakt negationspraksis.

Rockreklamer er, modsat hvad man måske ville formode efter ovenstående, en udmærket bog, der kommer godt og vidt omkring forskellige elementer i forbindelse med musikvideoer. Der sættes focus på MTV, den danske videoproduktion, der gives et historisk rids over forskellige typer af sammenhæng mellem musik og billeder, der ses på forholdet mellem musik og reklamer. Den samling af musikvideoer, der er udsendt i forbindelse med bogudgivelsen, har nogle udmærkede eksempler på forskellige typer af musikvideoer (og en enkelt kunstvideo), men derudover virker udvælgelsen tilfældig. Hvorfor er eksempelvis Bowies 'Ashes to Ashes' ikke med, hvorfor er der ingen eksempler

på dansk videoproduktion, hvorfor er der ingen 'underground'-produktioner osv. Dette er ikke kun et spørgsmål om personlige præferencer, men tillige et spørgsmål om repræsentativitet i eksempel materialet. Det virker også underligt når man læser om Art of Noices video: *Close to the edit* og så opdager, at det ikke er den samme video, som er med i eksempel materialet, selvom den hedder *Close to the edit*. Sjusket!

Indvendingerne mod bogen går på det principielle plan, hvor Movin og Øberg alt for ukritisk overtager de ureflekterede forestillinger om musikvideoerne, som har floreret i årevis, og som har været uden teoretisk prægning. Og her har jeg endog ikke været inde på selve analyserne af videoer, hvor forfatterne falder i samme afgrund som utallige andre forsøg på læsning af musikvideoer. Man tror at blot fordi fremstillingerne ofte er fragmentariske, så eksisterer der ingen enhed i musikvideoerne. Men som bla. Peter Larsen har vist, i et af de hidtidige bedste danske forsøg på at forstå musikvideoer: »Hinsides fortællingen« fra 1984 (i tidsskriftet *Argos*), så skabes der til stadighed sammenhæng i videoerne. Det sker gennem musikken, i sammenstilling og rytme og i recipientens egen fortællende læsning, som fører de forskellige billeder sammen til en ikke alt for urimelig sammenhæng, som det hedder med reference til Freuds drømmetydning.

Det virker som om forfatterne mener, at musikvideoerne er gode, hvis de viderebringer et kritisk budskab om vor mediedominerede tilværelse. Men, som David Lynch har sagt, så handler æstetiske frembringelser ikke primært om budskaber - det har man postvæsenet til at viderebringe. Dog skylder jeg nok også

forfatterne at citerer et sted, hvor de ikke restløs identificerer sig med en ideologikritisk position. Deres fremstilling holder ikke fast i én mening, men glider hele tiden, som betydningen selv i det aktuelle. Man kan måske sige, »at musikvideo for nutidens unge rummer et ligeså stort protestpotentiale, som rocken gjorde det for 60'ernes unge, og at den måske netop er udtryk for et oprør imod tresser-generationens rigtige meninger og idealistiske forestillinger om tilværelsen«. Gad vide om forfatterne selv kan se, at de også her foretager en projicering af en tresser-dyd: kritikken og overskridelsen?

Lis Møller

Dekonstruktion

Pil Dahlerup: *Dekonstruktion. 90'ernes litteraturteori*. Gyldendal, 96 s., 1991; Kr. 98,00.

Dekonstruktion. 90'ernes litteraturteori er titlen på Pil Dahlerups præsentation af den litterære dekonstruktion i Gyldendals Intro-serie. Mon det skulle være forlagets marketingafdeling, der står bag denne lidt for smarte undertitel - som ikke bare er et noget tvivlsomt postulat, al den stund at umiddelbare appliceringer af dekonstruktiv teori i læsningen af litterære værker synes at være et overstået kapitel i hjemlandet USA¹, men som tillige synes at harmonere dårligt med forfatterens mere forbeholdne syn på dekonstruktion. Kritisk sans, læs: almindelig sund fornuft, er den bedste