

Moritz Schramm

Heroic Authenticity: Consumer Criticism and Politics in *Neue –Neue-Deutsche-Welle*

English Summary

The article introduces and discusses a new trend in German popular music, often referred to as *Neue Neue Deutsche Welle*. In the article, it is argued that this new trend in popular music must be seen as a reaction to contemporary political developments and structural changes in society. Referring among others to the French sociologists Luc Boltanski and Eve Chiappello, it is proposed to see the *Neue Neue Deutsche Welle* as an attempt to reclaim political discourse and to bring forward new semantic concepts of stability against the current demand for unlimited flexibility.

Moritz Schramm

Ph.d., adjunkt ved Syddansk Universitet. Han har skrevet talrige artikler om bl.a. aktuelle udviklinger i dansk og tysk samtidslitteratur, kultur og politik, om migrationslitteratur, det 20. århundredes avantgarder, om systemteori og kritisk teori. Under udgivelse er Gottfried Benn: *Hjerner* (2009, oversat sm.m. Lotte Inuk) samt *Ny tysk lyrik* (2009, redigeret sm.m. Alexander Gumz).

K&K 106 (2008), 218–240

Heltemodig autenticitet

Konsumkritik og politik i *Neue-Neue-Deutsche-Welle*

De fleste danskere husker stadig et særegent musikfænomen fra begyndelsen af 1980'erne: syd for den danske grænse begyndte flere og flere musikgrupper at kombinere simple synthesizerlyde og rytmeboks med en hidtil uset brug af deres tyske modersmål: musikgrupper som *Ideal*, *Extrabreit*, *DAF*, *Fehlfarben*, *Spliff*, *Geier Sturzflug* revolutionerede med deres sangtekster og deres musikalske innovationer den konservative tyske musikscene og opnåede hidtil uset succes for tysksproget musik i Tyskland. Kort efter slog bølgen i gennem internationalt: musikgrupper som *Trio*, *Falco* eller *Nena* blev internationale stjerner, og sange som »99 Luftballons« og »Herr Kommissar« er efterhånden ikke kun tysk, men international kulturarv.

Neue Deutsche Welle, som man døbte bevægelsen, var på trods af sin enorme succes et kortvarigt fænomen. Den nye musikretnings succes var ensbetydende med dens afslutning: I midten af 1980erne begyndte de store musiklabels at opkøbe de forskellige musikgrupper, og det, der engang var startet som en innovativ undergrundscene i Berlin-Kreuzberg eller i byer som Hagen og Hamburg, blev hurtigt til en mainstream-bevægelse, som udvandede den oprindelige energi og attitude. Den tyske *Neue Deutsche Welle* led samme skæbne som så mange andre innovative kulturbevægelser og kunstretninger i ungdomskulturen: at blive opkøbt af underholdningsindustrien og dermed hurtigt at forsvinde ud i ligegyldigheden.

Godt tyve år senere kan man imidlertid iagttage noget, der ligner en ny *Neue Deutsche Welle* i den tyske samtidsmusik, som de første kritikere i mangel på bedre har valgt at kalde for *Neo Neue Deutsche Welle* eller *Neue Neue Deutsche Welle* (*NNDW*). Dette fænomen adskiller sig fra andre trends i den aktuelle tyske musikscene: fra *Harte Deutsche Welle* (*HDW*), med musikgrupper som de internationalt succesfulde *Ramstein* i spidsen, fra tysksproget rap, som man kender fra eksempelvis *Fettes Brot*, og fra den

mere slager-orienterede del af den tyske pop-musik, som musikgrupper som f.eks. *Rosenstolz* står for – for slet ikke at tale om *Transsylvanians* og andre grupper omkring den efterhånden meget udbredte speedfolk.¹ Den nye bølge af *Neue Neue Deutsche Welle* er musikalsk forskellig fra disse tendenser: Nye grupper som *Wir sind Helden*, *MIA*, *Juli* eller *Silbermond* genoplever den tysksprogede popmusik, og udviser nogle af de samme kendetegn, som den oprindelige *Neue Deutsche Welle* var præget af: den musikalske koncentration omkring enkelte akkorder, den udbredte brug af synthesizere, simple baggrundsrytmer og den ofte gentagne og simple brug af tyske sanglinjer.

Samtidig vil det dog være forhastet, at sætte lighedstegn mellem den oprindelige *Neue Deutsche Welle* og dens reaktivering i *Neue Neue Deutsche Welle*: den nye musikretning og dens enorme succes i nutidens Tyskland skal ikke blot ses som en retro-bevægelse, som man kender det fra en genkomst af 1960'erne eller 1970'erne i modebevægelserne. Vi har snarere at gøre med innovativ genbrug af historiske musikformer, som i det nye årtusind kombineres med en entydig samfundskritik og politisk dagsorden: ligesom i den nyere film og den nyere litteratur er der tale om en re-politiseringsbølge, der kombinerer aggressiv konsumkritik og stræben efter autenticitet med politisk engagement. Mens den oprindelige *Neue Deutsche Welle* i store træk var apolitisk, er den nye bølge af tysk synthesizermusik præget af et politisk opgør: 1990'ernes ironiserende distance og politiske pragmatisme bliver angrebet. I stedet søger man en ny politisk udsigelsesposition, der muliggør en normativ-kritisk dagsorden. Den nye politiske normativitet, som fremtrædende grupper i den *Neue Neue Deutsche Welle* gør sig til fortalere for, ligger altså i et opgør med den 'postmoderne' mangfoldighedstænkning, dens politiske relativisme og den politiske pragmatisme. *Neue Neue Deutsche Welle* er med andre ord del af et politisk generationsopgør med de teoretiske positioner, som har hersket siden 1990'erne.

Konsumkritik og nye helte

Startskuddet på *Neue Neue Deutsche Welle* har været den overvældende og for mange overraskende succes, som musikgruppen *Wir sind Helden* havde i begyndelsen af det nye årtusinde. Succeshistorien begyndte allerede i 2001, hvor den unge musikgruppe med sangerinden Holofernes i spidsen, udgav sin første EP med sangen »Guten Tag«, der senere skulle føre til gruppens berømmelse i hele Tyskland. Den første udgivelse af sangen i 2001 var imidlertid kun på 3000 eksemplarer, som musikkerne selv havde betalt og udgivet. Det lille oplæg til trods blev *Wir sind Helden*

hurtigt kendt i Berlin, hvor forskellige radiostationer, deriblandt *radioeins*, regelmæssigt spillede sangen. Da den et år senere udkom i en første kommerciel version røg den straks ind på de tyske musikcharts, hurtigt efterfulgt af deres første CD, *Die Reklamation*, som udkom hos et uafhængigt label i 2003 og hurtigt lagde sig på den tyske top ti. Også her var den samme sang af central betydning: »Guten Tag«, hvis undertitel gav navnet til CD'en: *Reklamationen*. I sangen finder vi i komprimeret form nogle af de mest centrale elementer i den nye *Neue Neue Deutsche Welle*. Der kan peges på især tre aspekter: konsumkritik, autenticitetstræben og statik som modstandskraft mod fleksibilitet og bevægelighed. Allerede starten af sangen opererer med den for *Wir sind Helden* symptomatiske modsætning mellem vareprodukter og reklamer på den ene side, og den ægte menneskelige udtryksform på den anden:

»Meine Stimme gegen ein Mobiltelefon
Meine Fäuste gegen eure Nagelpflegelotion
Meine Zähne gegen die von Doktor Best und seinem Sohn
Meine Seele gegen eure sanfte Epilation«²

Modsætningsforholdet mellem menneskets ægte udtryksform – stemme, kroppen og sjælen – på den ene side, og konsumprodukter og tekniske kommunikationsmedier på den anden, introduceres med en tydelig aggressiv undertone: tænderne og næverne varsler et decideret fysisk opgør. Samtidig kombineres afvisningen af håndlotion og tandpasta-reklamer (Dr. Best) med forestillingen om en ægte og oprindelige »sjæl«, som går forud for, og står i modsætning til den falske ydre identitet. Som angreb mod reklamernes livsstilprodukter og den moderne identitetsdannelse på baggrund af medieroller introduceres et fornyet autenticitetsbegreb: sjælen, kroppen og den menneskelige stemme bliver fremhævet som de direkte modsætninger til konsum-, kommunikations- og reklameverdenen. I anden strofe af sangen udvides denne konsumkritik til hele den tyske »Talkshownation«, og igen spilles der på elementer af en klassisk revolutionsromantik. Denne nye revolution, som sangen lægger op til, står i modsætning til mediernes »tamme revolution«. Til sidst lægges der op til en ny utopi, en ny vision, som sangen skriver sig hen imod:

»Meine Stimme gegen die der ganzen Talkshownation
Meine Fäuste für ein müdes Halleluja und Bohnen
Meine Zähne gegen eure zahme Revolution
Visionen gegen die letzte Television«.³

Mens disse to strofer på trods af deres underliggende truende toneleje er præget af et forholdsmæssig roligt musikalsk tempo, ledsages omkvædet af en nærmest aggressiv udladning af energi, der varsler en sprængning af alle ydere rammer. Her bliver ikke kun enkelte konsumprodukter tilbagevist, men et grundlæggende opgør med den implicitte bytte-tænkning lanceret:

»Es war im Ausverkauf im Angebot die Sonderaktion
Tausche blödes altes Leben gegen neue Version
Ich hatte es kaum zuhause ausprobiert da wusste ich schon
An dem Produkt ist was kaputt – das ist die Reklamation.«⁴

Reklamationen af et bestemt livsstilsprodukt og modstanden mod ideen om en særlig livsform, man kan købe sig til, bliver i anden del af omkvædet desuden udvidet med yderligere et centralt aspekt: med stilstand og fornægtelse, som modsvar til den moderne livsstil med sit krav om en hurtigt skiftende og via medierne avancerende lykke, som man kan købe sig til. I stedet for at vælge et nyt produkt og indgå i en stadig forbedring af det eksisterende liv, som hvert nyt produkt synes at love køberne, kræves »mit liv tilbage« i sangen. I modsætning til det købte liv med sit hurtigt skiftende indhold er kun det oprindelige og autentiske liv fri for undertrykkelse og magtforhold. De købte livsstilsprodukter kan derimod, som *Wir sind Helden* lægger op til, kun udholdes, hvis man indordner sig de eksisterende normer og, som det hedder i sangen, »bøjer sig«:

»Guten Tag, guten Tag ich will mein Leben zurück
Ich tausch nicht mehr ich will mein Leben zurück
Guten Tag ich gebe zu ich war am Anfang entzückt
aber euer Leben zwickt und drückt nur dann nicht
wenn man sich bückt – Guten Tag.«⁵

Med en tydelig reference tilbage til 1970ernes polit-rock fra *Ton Steine Scherben* og deres sang »Guten Morgen«⁶ sammensætter omkvædet de grundelementer, som er gældende for næsten alle de musikgrupper, man normalt regner til *Neue Neue Deutsche Welle*: konsumafvisningen kombineres med et særlig fokus på et autentisk og oprigtig liv, der er defineret gennem frihed og oprindelighed. Dette autentiske liv er desuden, som vi vil se nedenfor, kendetegnet ved ubevægelighed og manglende forandring. Mens mediernes iscenesættelser nærer forventningen om en konstant forbedring af livssituationen og af den enkelte kræver en permanent og vedvarende omstillingsevne, en fleksibilitet og åbenhed over

nye udviklinger og tendenser, suggerer sungen, at den ægte lykke ligger i afvisningen af disse forandringsforventninger. Mens medierne fordrer, at man konstant kan erstatte et »dumt gammelt liv« med en »ny version«, prøver *Wir sind Helden* at gøre sig fri fra tidens mantra om udskiftning, forvandling og selvudvikling. Her bliver byttelogikken sat ud af kraft: der byttes ikke længere, livet skal ikke konstant videreudvikles og forbedres. Den moderne fleksibilitetssemantik modsvares af et aggressivt krav om det rigtige, det oprigtige og det autentiske liv, der går forud for konsumverdenens identitetstilbud. Et liv, som med en aggressiv reklamationsgestus kræves tilbage fra omverdenen.

Konsumkritik og samfundskritik

Wir sind Helden står, som antydnet, ikke alene med denne dagsorden, der i dagens Tyskland har ført til musikgruppens enorme popularitet blandt især yngre tyskere. Hos en del andre grupper fra den såkaldte *Neue Neue Deutsche Welle* finder vi en lignende konsumkritik i kombination med en fornyet søgen efter autenticitet. Især hos *Silbermond*, *Juli* og *MIA* foreligger lignende tendenser, der – ligesom hos *Wir sind Helden* – oftest kombineres med en underliggende revolutionsromantik. Også her foreligger en entydig musikalsk reference til de tidlige 1980'ere: fokus på tre akkorder og »en tekst, der rimer«, som *Silbermond* selvironisk bemærker i sangen »Schick love«.

Udgangspunktet for *Silbermond* er umiddelbart og ligesom hos *Wir sind Helden* en grundlæggende afvisning af fjernsynets og mediernes løfte om 'en mening' med livet, som kan opnås ved at indgå i mediediskursen. Også her finder vi enkelte steder referencer til 1970'erne, om end de her ikke er orienteret mod *Ton Steine Scherben*, men snarere mod punkmusikken. Med tydeligt henvisning til den tidlige Nina Hagen (»Ich glotz TV«.)⁷ gøres der op med reklameverdenen, det moderne fokus på ringetoner til mobiltelefoner og sexhotlines i fjernsynets sene aftenprogram. »Hver dag fra kl. otte til kl. tre«, hedder det i sangen »Mach Dir's selbst«, »ser du kun talkshowgrød«: dagligdagen fremstilles som præget af rutine og manglende indhold. Overfør denne verden med livsstil-konkurrencer og en omfattende egoisme, hvor »enhver helst er sin egen næste«, sætter *Silbermond* i sangen »Nein Danke« et entydigt: »nej tak«, som blandt andet forbindes med en afvisning af mediernes skønhedsideal:

»90/60/90 muss es sein
Essen passt da nicht mehr rein [...]
Plastikräume werden wahr, die Perfektion ganz unscheinbar

zwei Kissen wohnen in deiner Brust, gibst dir den Botozschuss«

I omkvædet bliver disse skønhedsidealere efterfølgende afvist:

»Silikon und Ideale nein das brauchen wir nicht
Wir brauchen niemand der uns sagt was wirklich Schönheit ist
Nein Danke
Ich brauche das nicht
Nein Danke
Weist uns nicht in eure Schranke
wir wollen das nicht
Nein danke«. ⁸

De 'andre' fremstår her, ligesom hos *Wir sind Helden*, som indskrænkning af den individuelle frihed («eure Schranken»). Og det autentiske liv, som også hos *Silbermond* gentagne gange fremsynges insisterende, kombineres også her med et krav om langsomhed, manglende bevægelse og ro. Mens konsumverdenen beskrives som hurtigt skiftende, og under konstant forandring, er modidealet præget af en bevidst afvisning af dette krav om hurtighed. »Gør dig fri fra det, der stresser / slip dig fri, og lev lige nu«, hedder det blandt andet i den programmatisk sang »Verschwende deine Zeit«, hvor omkvædet insisterer på en afvisning af mediernes krav om fleksibilitet og hastighed:

»Komm verschwende deine Zeit
Mach einfach nichts und nimm dir frei
Davon geht die Welt nicht unter
Lass dir nichts erzählen
[...]
Und was du heute kannst besorgen
Das besorg dir lieber morgen
Oder lass es einfach ganz
Leg dich lieber nochmal hin
Und gib der Hektik keinen Sinn«⁹

Ideen om de ydre krav om foranderlighed, hastighed og bevægelse skal modsvares med en fornægtelse, som direkte insisterer på statik, langsomhed og tidsspilde – et motiv, som går igen i næsten alle udformninger af *Neue Neue Deutsche Welle*.¹⁰ Nærmest programmatisk fremhæver blandt andet musikgruppen *Juli* dette positive ideal om langsomhed og stilhed. I sangen »Am besten sein« henviser de først til samfundets ydre forvent-

ning om at komme »endnu højere«, »endnu længere«, at blive »endnu større«, »endnu hurtigere« og om at alt skal blive »endnu bedre«, inden de i omkvædet efterfølgende sætter stilstand og manglende deltagelse i centrum for deres eget livssyn:¹¹

»Wir lassen los
Und bleiben stehen
Wir wollen diese welt nicht mehr verstehen
Ihr rennt los
Wir bleiben stehen«¹²

Denne form for modstand mod samfundets forventningsstrukturer og dets ide om evindeligt konkurrence kombineres hos *Juli* med et nærmest naivt modbillede af det oprigtige hjerte, der skal reddes fra samfundets acceleration og hastighed. Mens tiden i samfundets forventningsstrukturer beskrives som en knap ressource, fremhæver *Juli*, ligesom *Silbermond*, tidsspildet som ressource til redningen af sin inderste autenticitet fra samfundets konkurrencepres:

»Wir wollen nicht die besten sein
Wir wollen unsere herzen nicht verlieren
Wir wollen nicht am besten sein
Und wir werden hier warten bis nichts passiert
Bis nichts passiert«.¹³

På tværs af *Neue Neue Deutsche Welle* ser vi altså nogle af de samme motiver: søgen efter en oprindelig autenticitet som konsumverdenen har tildækket med sin forbrugerisme, og insisteren på langsomhed og ro som modbevægelse mod samtidens hektiske tidsånd. I denne bevægelse foreligger samtidig en fornyet kritik mod bytte-logikken, der skal afskaffes og erstattes med en ikke-fremmedgjort eksistensform: »Er vi hér«, spørger eksempelvis *Silbermond* retorisk i sangen »In Zeiten wie diesen«, for »at bytte vores sjæl / mod penge«, inden de selv giver svaret ved at insistere på »mennesket« som det egentlige formål med eksistensen: »Nej, det er ikke derfor vi er her«, gentager de tre gange i omkvædet, inden de kommer til konklusionen: »vi er her for at være menneske«.

Den politiske dimension

Umiddelbart kunne man tolke *Neue Neue Deutsche Welle*'s konsumkritik og autenticitetstræben som en simpel genaktivering af 1970ernes og de

tidlige 1980eres samfundskritiske stereotyper. I den kritiske reception af *Neue Neue Deutsche Welle* har man derfor også ofte henvist til de indre selvmodsigelser, der består i at sælge CD'er og at lave karriere med slogans om konsumafvisning. Blandt andet i den tyske ugeavis *Die Zeit* kunne man læse spekulationer om, at musikgrupper som *Wir sind Helden* bevidst iscenesætter konsumkritikken som en ny »salgssucces«. Dertil genaktiveres gamle myter: »Det er de flotte 1980ere og deres myter, som endnu engang bliver genbrugt, New Wave og *Ideal*, storbynatten, og alle de store gestus«. ¹⁴ Selvfølgelig vil man ved nærmere eftersyn, lyder argumentet, kunne finde noget positivt i denne genaktivering af gamle myter – nemlig en ny succesfuld bølge af musikgrupper, der står udenfor de store pladeselskaber –, men hverken æstetisk eller politisk kan man tage disse tendenser alvorligt. Deres konsumkritik, således lyder argumentet, er ikke andet end en genial salgsstrategi - overfladisk og medieskabt, og uden nyt indhold.

Inddrager man et historisk perspektiv bliver det imidlertid klart, at en sådan tolkning af *Neue Neue Deutsche Welle*, på trods af en vis sandhedskerne, ikke er fyldestgørende. ¹⁵ Ud fra et historisk perspektiv kan *Neue Neue Deutsche Welle* nemlig ikke bare reduceres til en retrobevægelse, der sælger gammel vin på nye flasker. De æstetiske udtryksformer i *Neue Neue Deutsche Welle* skal snarere ses som en reaktion på den umiddelbare samtid. Her vil jeg i det følgende pege på to områder, som kan hjælpe til med at klargøre den position, som *Neue Neue Deutsche Welle's* autenticitetstræben og konsumkritik indtager i dag: for det første skal den nye konsumkritik tolkes som en reaktion på tabet af en politisk foretrukket udsigelsesposition i løbet af 1990'erne. Den nye konsumkritik og dens insisteren på en autentisk livsdimension, der går forud for alle medieskabte konstruktioner, skal med andre ord læses som et strategisk forsøg på at generobre den politiske diskurs. For det andet er det en fejltagelse at sætte lighedstegn mellem den aktuelle autenticitetstræben i *Neue Neue Deutsche Welle* og 1970'ernes og de tidlige 1980eres søgen efter en alternativ livsstil, der ligeledes benyttede sig af en bestemt forestilling om autenticitet i den samfundskritiske diskurs. Den nye autenticitetstræben, som *Wir sind Helden* og andre musikgrupper fra *Neue Neue Deutsche Welle* opererer med, adskiller sig på afgørende punkter fra den tidligere autenticitetstræben og kan derfor ikke bare ses som en genaktivering af en forhenværende position i samfundskritikken. Begge aspekter – den politiske og den samfundskritiske dimension – bliver tydeligere, når man vender blikket mod de seneste års kulturelle og samfundsmæssige udviklinger, som *Neue Neue Deutsche Welle* reagerer imod.

Kigger man på den politiske dimension kan man pege på en grundlæg-

gende kritik af de autenticitetsforestillinger, som har været dominerende i den internationale diskurs de seneste godt tyve år. I forskningen har man her talt om en »diskreditering af søgen efter autenticitet« og en »systematisk dekonstruktion af autenticitetstematikken«, der tog sin begyndelse allerede i de sene 1960'ere, men som først for alvor har sat sig igennem i løbet af 1980'erne.¹⁶ Tankegangen er her, kort sagt, at selve forestillingen om en 'autentisk' position, der går forud for sprogets og mediernes koder og tegn, er en problematisk genaktivering af tidligere religiøse eller essentielle positioner. Ifølge teoretikere som Derrida, Deleuze og Baudrillard er selve forestillingen om en naturlig, ontologisk eller religiøs givet instans, som går forud for sprogets koder, ikke kun teoretisk problematisk, men tilmed kilden til alle totalitære eller autoritære ideologier. Deontologiseringen og denaturaliseringen af autenticitetsforestillinger er med andre ord blevet mantra indenfor det teoretiske felt: Det gælder konstant om at vise det konstruerede, midlertidige og dynamiske ved angivelige ahistoriske præsensforestillinger, autenticitetsnormer eller essentielle sandhedsbegreber. I denne form for totalitetskritik, hvor hele verden tolkes som et *spectacle*, findes med andre ord ikke længere nogen position, som de franske sociologer Luc Boltanski og Eve Chiapello kalder det, »hvorfra der kunne fordres et autentisk forhold til ting, til personer og til en selv«.¹⁷

I det kulturelle felt er denne dekonstruktion af autenticitetsforestillingerne blevet ledsaget af et fornyet fokus på den medieskabte overflade for 'sekundære tegn' og rekombinationen af eksisterende meningskonstruktioner. Endskønt den teoretiske kritik mod autenticitets- og totalitetsforestillinger som nævnt går tilbage til slutningen af 1960'erne er det især gennem de sene 1980'ere og gennem 1990'erne at dette deontologiseringskrav for alvor vinder udbredelse internationalt. Især i 1990'erne var dette fokus på den formale og mediale virkelighedskonstruktion dominerende. I sit generationsportræt *Generation Berlin* beskriver den tyske sociolog Heinz Bude denne udvikling som en grunderfaring for især den unge befolkning i 1990'erne. Hos dem satte den dominerende forestilling om at der ikke findes noget som helst, som ikke er »konstrueret i samfundet: ikke naturen, ikke mennesket, ikke sjælen og slet ikke seksualiteten«, sig igennem.¹⁸ Alle potentielle *Letztbegründungen* bliver anset som sociale konstruktioner, som derfor ikke kan gøre krav på en særlig foretrukket udsigelsesposition. Alle meningskonstruktioner fremstår i denne situation nødvendigvis kontingente – alt kan udsættes for et principielt »dekonstruktionsforbehold«, som den tyske sociolog Niklas Luhmann sagde.¹⁹ 1990'erne er præget af erfaringen af, »at alt ligeså godt kunne ske på en anden måde«, som Bude udtrykker det i forlængelse af Luhmann.²⁰

Denne grundlæggende erfaring af kontingens, hvor alt også kunne være anderledes, er symptomet for det ofte ironiske, antidogmatiske og ideologikritiske spil med formerne i 1990erne.

Konsekvensen var i løbet af de sene 1980ere og 1990erne et ofte befriende og legesygt forhold til omverdenen og realiteterne. Imod konservative og traditionelle samfundsnormer fokuseredes der i stedet på dynamiske iscenesættelser af identiteter og formale brud, som ofte bestod i en uforpligtende leg med formen. Her kombineredes og rekombineredes den mediale virkelighed i kunsten og litteraturen i et slags patch-work-arbejde, hvor alle forestillinger om en autentisk oprindelse ville være meningsløse. I denne tid blomstrede citationsmusikken, og i det litterære felt var den bevidst uforpligtende pop-litteratur med sine æstetiske iscenesættelser af formale dimensioner og »sekundære tegn« en af de mest dominerende trends i 1990erne.²¹ Som den engelske forsker David Boyle udtrykker det, var alt i denne fase »relativt og ironisk og autenticitet [var] umuligt«.²²

I det politiske felt anses denne dekonstruktion af en særlig autenticitetsforestilling i sig selv som en kritisk position, der undergraver ideologier og totalitære koncepter. Al kritik mod det bestående skal nødvendigvis foregå indenfor det diskursive spil med den medieskabte virkelighed. Og det er præcis her, at Jürgen Habermas' kritik af den franske poststrukturalisme i sin tid, inden han senere udgav bøger sammen med Jacques Derrida, tog sit udspring.²³ Luc Boltanski og Ève Chiapello gav med tilbageblik udtryk for præcis den samme problemstilling: »Hvis alt, uden undtagelse, ikke er andet end konstruktion, kode, forestilling eller simulation, ud fra hvilken ekstern position ville kritikken da kunne formulere en utopi, der sætter sig op imod det eksisterendes totalitet?«²⁴ Enhver kritik må nødvendigvis, som Boltanski og Chiapello udtrykker det, angribe og true sit eget normative udgangspunkt for kritik, og udelukker på denne måde en normativ position, som kritikken kan formuleres fra.²⁵ Der findes ikke længere nogen position udenfor samfundet, som kan tjene som afsæt for en kritisk iagttagelsesposition. Kritikken mod det bestående kan i denne situation kun komme indefra – i en subversiv og undergravende form.

Politisk kunst var derfor især i 1990erne henvist til en intern rekombination af eksisterende materialer. Det er derfor ikke overraskende, at det politiske engagement i 1990erne i stigende grad tog form som en subversiv omdefinering af det foreliggende materiale. »Cultural jamming«, der siden anden halvdel af 1980erne blev en trend i det politiske felt, anskueliggør denne tendens: her bliver eksisterende kulturelle kommunikationsformer anvendt og brugt subversivt imod deres oprindelige intentioner.²⁶ I det kulturelle felt ser vi på en lignende måde en brug af en såkaldt »som-om-affirmation«, hvor eksisterende konstruktioner kritisk

bliver videreført og ironisk undergravet.²⁷ For alle disse modeller for det politiske var det nødvendigt, at kritikken skulle formuleres internt i det kulturelle og politiske felt, uden at man kunne trække sig tilbage til en iagttagelsesposition udenfor samfundet. En position udenfor diskursen og koderne blev utænklig.

Neue Neue Deutsche Welle kan ses som en bevidst modreaktion mod denne tendens i 1990'erne, hvor politik og identitet ansues som en konsekvens af stadig nye sammensætninger og konstruktioner af det eksisterende materiale og de eksisterende former. I den politisk polariserede tid efter 11. september 2001 og i tiden omkring Irak-krigen i 2003 søger kunstnere fra *Neue Neue Deutsche Welle* tydeligvis igen efter en udsigelsesposition, der kan bruges strategisk i det æstetiske og politiske felt. Musikgrupper som *Wir sind Helden* eller *Silbermond*, der alle er højt reflekterede omkring denne nye situation, overfører derfor også bevidst deres nye autenticitetskrav som en politisk strategi ind i det politiske felt. Særlig tydeligt bliver det for eksempel i den konkrete musikalske stillingtagen til Irak-krigen og den officielle dyrkelse af 'helte' i efteråret 2003. I deres programmatisk sang »Heldenzeit« kræver eksempelvis *Wir sind Helden* en »udskiftning af heltene«. I den offentlige fremstilling har man gennem de seneste år, og især i forbindelse med krigen i Irak, i stigende grad fokuseret på dagligdagens helte, således navnet *Wir sind Helden*. Film som Spielbergs *Saving Private Ryan*, eller den af det amerikanske militær iscenesatte befrielsesaktion af en af deres soldater, der lå ubevogtet på et hospital i Irak, er symptomer på denne generelle tendens. Når *Wir sind Helden* bevidst stræber efter en omfortolkning af den offentlige perception af heltene, skal dette altså ses som et forsøg på at opbygge en modposition indenfor det politiske felt. De ægte helte er, som allerede musikgruppens navn henviser til, dem, der unddrager sig den mediale iscenesættelse af krigen og derimod insisterer på en autentisk livsdimension. Som det hedder i sangens omkvæd efter der i de første to strofer er blevet henvist til krigens førende soldater, slyngelstater, heltebryster, og »mitgegangen – mitgefangen«:

»Willkommen in der Zeit Helden sind bereit seid ihr soweit
Heldenzeit Heldenzeit seid ihr soweit
Hat irgendwer gesagt, es wäre Zeit für Helden?
Willkommen in der Zeit Helden sind bereit seid ihr soweit
Heldenzeit Heldenzeit seid ihr soweit
Wir kommen um die anderen Helden abzumelden.«²⁸

Den sidste verslinje gentages insisterende i sangen i næsten et minut. Ud-

skiftningen af de officielle helte, som der her henvises til, bliver i sangen samtidig ledsaget af en lang opremsning af civile, militære og politiske heltepositioner. Henvisningen til Irak-krigen er ganske tydelig. Og *Wir sind Helden* står ikke alene med denne konkrete kritik af krigen og dækningen af den i de offentlige medier. Også hos *Silbermond* findes tydelige henvisninger til krigen i Irak, som fratages enhver legitimitet: »vi skyder hinanden for det sorte guld / er kamikazepiloter, er det derfor vi er her / nej derfor er vi ikke her«. Opgøret med de officielle tolkninger i medierne og samfundet sammenfattes hos *Wir sind Helden* i det programmatisk krav om 'nye helte'. Det egentlige heltemod består ikke i, kan man forstå, at overtage den aktuelle fortælling om behovet for helte, men snarere i at modsætte sig denne dominerende dagsorden. Både *Wir sind Helden* og *Silbermond* insisterer på, at de politiske forklaringer, som medierne havde overbragt og i vidt udstrækning accepteret uimodsagt, skal modsiges fra en 'ægte' sandhedsposition, der er mere autentisk end de førende politikeres medieiscenesatte og allerede dengang utroværdige begrundelse for krigen. Hertil behøves en udsigelsesposition, der ikke blot er ligeværdig med mediernes iscenesættelse af heltene, men som insisterer på en fakticitet og et sandhedsbegreb, som går forud for mediernes fremstilling af virkeligheden. At indtage en sådan position midt i den mediemæssige storm om krigen i 2003 er uden tvivl en af de dominerende drivkræfter bag den nye insisteren på autenticitet og søgen efter 'nye helte': De nye helte, de ægte helte, er dem, som direkte afviser det udbredte krav om heltemod. De officielle helte skal erstattes med frihedskæmpere, hvis primære kamp består i et opgør med den forfalskende og utroværdige mediemagt. Denne storpolitiske opgave overføres samtidig til – og kombineres med – den individuelle og personlige livsindstilling i dagligdagen. Som Holofernes forklarer i et interview, er helte for hende dem, »som fordrejer ting i deres dagligdag. At være en helt betyder for mig at have en ekstrem stor grad af frihed og uafhængighed fra samfundets normer. Det er friheden til selv at forme sit liv«. ²⁹

Den samfundskritiske dimension

Ud fra et internationalt perspektiv kan man tolke denne nye autenticitetstræben som et signal om et begyndende paradigmeskift, hvis første tegn man ligeledes kan iagttage i nyere teoretiske diskussioner og i andre kunstformer. Boyle beskriver denne nye trend som en »new realism«, der ifølge ham afløser den eksisterende »postmoderne« værdirelativisme. Den »nye realisme«, han gør sig til fortaler for, begrundes han i en fornyet forestilling om individets autenticitet:

»Den nye realisme er en udfordring af vores nuværende overbevisning om at intet er sandt og alt er relativt. Den antager ikke at det uden videre ville være muligt at finde frem til hvad der sandt i denne verden. Den vender ikke ryggen til den forståelse og tolerance, vi har opnået via den sociale konstruktion af viden. Men den hænger heller ikke fast dér. Den går videre og søger efter noget vi kan være sikre på – noget, vi kan bruge til at måle alt op imod – og finder dette indeni os selv«. ³⁰

Endskønt Boyles fremstilling ikke nødvendigvis er videnskabeligt nuanceret, giver den et indtryk af en trend, som *Neue Neue Deutsche Welle* skriver sig ind i og skal læses på baggrund af: vi har at gøre med et forsøg på at genfinde en udsigelsesposition, der tillader en både aggressiv politisk og entydig kritisk stillingtagen til omverdenen. I de teoretiske diskussioner findes lignende tendenser, der er præget af en søgen efter ontologiske bestemmelser, som kan danne afsæt for en kritisk samfundsteori, eller en opvurdering af 'præsens'. Også her er den »nye realisme« en modreaktion mod den omfattende socialkonstruktivisme. ³¹

Autenticitetsbestræbelsen i *Neue Neue Deutsche Welle* er imidlertid ikke bare begrænset til denne »nye realisme« som strategisk position indenfor det politiske felt. Som et andet aspekt kan man pege på en samfundskritisk dimension, der tager højde for de seneste års strukturelle udviklinger i samfundet og samfundsøkonomien. Her er det især relevant at kigge nærmere på de interne forskelle mellem den form for autenticitetstræben, vi ser hos mange musikgrupper i *Neue Neue Deutsche Welle*, og 1970ernes autenticitetstræben, som den umiddelbart kan virke beslægtet med. 1970ernes autenticitetstræben ligger i forlængelse af den omfattende kritik mod massesamfundet og industrisamfundet, som især var udbredt i den første halvdel af det 20. århundrede. I forskningslitteraturen omtaler man denne samfundskritik som en variant af 'kunstnerkritikken', også beskrevet som 'den kunstneriske kritik'. Kunstnerkritikken var primært vendt mod det stive og bureaukratiske samfund med sine anonyme, fortidige produktionsformer. Imod disse produktionsformer, hvor mennesket reduceres til et anonymt element i et større maskineri, indsætter 'kunstnerkritikken' det ægte, levende og autentiske menneske, der med sin kreativitet, livslyst og dynamik modarbejder industrisamfundets og massemediernes undertrykkende og anonymiserende mekanismer. ³² Det autentiske selv er her præget af kreativitet, udvikling og livskraft. Dermed fremstår det som modpol til ikke kun massesamfundet og den standardiserede produktion, men også til konsumsamfundet, der i sine tidlige former ligeledes var

præget af standardisering og massekonsum. I kritikken af konsumsamfundet forenes med andre ord »de forskellige elementer i opgøret med en ikke-autentisk verden«, skriver Boltanski og Chiapello. En verden præget af den serielle produktion, af masseproduktionen, den standardiserede offentlige mening og af *drugstore*-kulturen, som Marcuse har kaldt det.³³ Hos forfattere som Michael Strunge, blot for at komme med et dansk eksempel, finder vi i de sene 1970'ere og tidlige 1980'ere præcis denne kritik mod de statiske og undertrykkende samfundsnormer og den overfladiske forbrugerkultur formuleret igen: det gælder om – således siger Strunges æstetik – at bryde de eksisterende konventioner ud fra en indre kreativitet, en indre dynamik, og dermed muliggøre et frit og mere naturligt liv, som det eksisterende samfund ikke tillader.³⁴ Kunstneren med sit drømmende og kreative sind er her det positive modideal mod statik og stivhed i det eksisterende samfund.

I den nye autenticitetstræben i *Neue Neue Deutsche Welle* ser vi imidlertid en anden form for kritik og en anden forestilling om autenticitet. Autenticitetsbegrebet er her ikke defineret som dynamisk og spontan kreativitet mod det kolde og rationale massesamfund, men – som vi har set – ved at forbinde det med ubevægelighed og uforanderlighed. I *Neue Neue Deutsche Welle* er det centrale modsætningspar, som den oprindelige kunstnerkritik helt op til de tidlige 1980'ere endnu er præget af, omdefinert: Mens man dengang stræbte efter det vitale og flydende mod det statiske og stive, er valoriseringen nu direkte omvendt: det dynamiske skal reduceres, og det statiske og uforanderlige bliver til det nye ideal i den nye autenticitetsdiskurs. Det gælder, som vi har set, om at unddrage sig tiden, at skabe stilstand og ro i stedet for stadig foranderlige identitetskoncepter.

Forklaringen på dette paradigmeskrift i autenticitetskonceptet, som kan observeres i *Neue Neue Deutsche Welle*, ligger i udviklingerne i samfundsstrukturen. Når man ser på indretningen af det moderne samfund i første halvdel af det 20. århundrede, er den oprindelige 'kunstnerkritik' i bund og grund berettiget. Med de franske sociologer Boltanski og Chiapello kan man her tale om den »anden fase« i kapitalismens udvikling – Boltanski og Chiapello taler om »kapitalismens ånd« – som er præget af hierarkiske og statiske strukturer, der skaber standardiseringer og massekulturer. I virksomhedslivet og industriproduktionen ser vi en hierarkisk virksomhedsopbygning med stive, faste arbejdsrammer. Disse indskrænker individets frihed, og den monotone arbejdsrytme i fabrikkerne og i den serielle produktion bliver ofte tolket som årsag til individets anonymisering og fremmedgørelse i det moderne industrisamfund. Pointen er imidlertid, at denne »anden fase« i kapitalismen for længst er blevet afløst

af en ny, en »tredje fase«, som er kendetegnet ved en ikke-hierarkisk, men derimod dynamisk og fleksibel arbejdsform, som forfatterne beskriver som en overgang til det projektorienterede samfund: *la cité par projets*. Den oprindelige 'kunstnerkritik' er med andre ord blevet optaget i den nye økonomiske og samfundsmæssige indretning og er blevet til et centralt element i produktionen. For den enkelte betyder det, at det nu er kunstneren og den kreative, som er blevet til den perfekte arbejder, der skal sørge for økonomisk fremskridt og vækst. Det 'fleksible menneske' bliver idealet.³⁵ Ansættelsesforholdene er i stigende grad kortvarige og projektorienterede, og den enkelte er derfor forpligtet til konstant at være omstillingsparat, fleksibel og god til at indgå i nye projektorienterede forbindelser med andre medarbejdere. Ideen om den kreative og fleksible kunstner er blevet til idealet for virksomhedskulturen op igennem 1990'erne.

Det er interessant, at denne nye fleksibilitetskultur sætter sig igennem i erhvervslivet i nogenlunde samme periode, som ideen om social konstruktivisme og kravet om opløsning af alle faste identiteter vinder fodfæste i det teoretiske og kulturelle felt. I forlængelse af Luhmanns teori om en korrelation mellem socialstrukturen og den semantiske tradition kan man her pege på en indre forbindelse mellem udviklingerne i det teoretiske felt og i samfundet. Det, som engang var en antitotalitær og antidogmatisk tilgang til alle meningskonstruktioner har nok ikke helt uden grund vundet almen udbredelse præcis i den fase, hvor samfundet var begyndt at transformere sine produktionsformer. Først i den fase har denne dynamiske konstruktivisme udvist en generelt »plausibilitet«, for at sige det med Luhmanns terminologi.³⁶ Mens kravet om fleksibilitet og opgøret med faste identitetsforestillinger i sin begyndelse havde en berettiget kritisk dagsorden, er denne nu i stigende grad blevet affirmativ: den svarer til og støtter den eksisterende samfundsstruktur og økonomiske virkelighed.³⁷

Alligevel findes der stadig, som Boltanski og Chiapello på overbevisende måde redegør for, et vist krav om autenticitet i denne projektorienterede og fleksible »tredje fase« af kapitalismens ånd. Den historiske omstilling til projektorienterede arbejdsformer, kortvarende projektansættelser med fleksible arbejdstider, konstant skiftende udfordringer og social usikkerhed, skaber et indre spændingsforhold mellem den grundlæggende fleksibilitetsnorm og den stadig eksisterende autenticitetsnorm. Det moderne projektmenneske skal nemlig, siger Chiapello og Boltanski, på den ene side konstant være omstillingsparat. Det er nødt til at være fleksibelt over for nye udviklinger, og kan derfor ikke insistere på en særlig og uforanderlig individualitet, som det ønsker at bevare eller holde fast i. Flexibiliteten er normen. Men på den anden side er den enkelte også i

det projektorienterede og netværksbaserede samfund nødt til at skille sig ud fra mængden for at kunne realisere behovet for en individuel genkendelighed. Ved siden af fleksibilitetskravet findes altså også det umiddelbart modsatte krav om at besidde »en særegen måde at være på (en specifik ’personlighed’) og en tidsmæssig *vedvarenhed* [*permanence*] i tiden«. ³⁸ Mens der på den ene side altså kræves konstant *adaptabilité*, fleksibilitet og omstillingsparathed, skal den enkelte på den anden side udskille sig fra mængden ved sin særlige personlighed og sine særlige individuelle egenskaber, som den enkelte på sin individuelle måde kan anvende i produktionsprocessen og i netværksarbejdet. Det succesfulde menneske i den nye kapitalisme er samtidig omstillingsparat og autentisk:

»Den projektorienterede *polis*, hvor verden er opbygget som et netværk, indbefatter på den ene side kravet om autenticitet som en garant for gyldigheden af de personlige relationer, på hvilke arbejdsformen er grundet, og på den anden side afvisningen af autenticiteten til fordel for kravet om omstillingsparatheden; den indeholder altså således en af de mest principielle spændinger ved at leve i en netværksverden«. ³⁹

Det spændingsforhold, som ligger i de to modsatte krav om autenticitet og fleksibilitet, kan ikke umiddelbart løses. Det viser sig snarere gang på gang i den konkrete dagligdag. I vores kontekst er det imidlertid mest relevant, at det i det moderne projektsamfund af strukturelle grunde fremstår som et problem, når den individuelle og autentiske personlighed pludselig bliver brugt som argument mod fleksibilitet og foranderlighed. I det eksisterende netværks- og projektsamfund, giver kravet om et uforanderligt og vedvarende selv »et indtryk af stivind«. Og at gøre krav på et foretrukket eller autentisk sandhedsbegreb fremstår »som en miskendelse af den uendelige variabilitet, alle væsner er præget af, idet de cirkulerer indenfor et netværk og modificeres hver gang de indgår i ny forbindelse med andre væsner, således at ingen af deres skiftende eksistensformer kan ses som det oprindelige udgangspunkt, fra hvilken de andre fremtoninger kan blive vurderet«. ⁴⁰ Statik og uforanderlighed er indenfor dette nye paradigme negative kategorier, som virker forhindrede på den nye kapitalismes indre dynamik:

»Set ud fra denne nye, fremherskende models perspektiv skal vedvarenhed og, i særdeleshed, selvets vedvarenhed eller den vedvarende knytning til bestemte ’værdier’, kritiseres som stivind, som upassende, sågar som patologisk, og, afhængigt af konteksten,

som uvirksomt, uhøfligt, intolerant, eller som uduelighed til at kommunikere«. ⁴¹

Det gælder derfor om at bevare sin individuelle personligheds autenticitet, uden at give afkald på fleksibilitet og foranderlighed.

Set ud fra dette perspektiv kan *Neue Neue Deutsche Welle*'s insisteren på ro, stilhed og uforanderlighed – som er et gennemgående motiv i *Neue Neue Deutsche Welle* – tolkes som et direkte modsvar mod den moderne kapitalismes udformning. Paradigmeskiftet i forestillingen om autenticitet bliver her forståeligt: mens det tidlige autenticitetsbegreb endnu opererede som dynamisk modstand mod et stift og bureaukratisk samfund med sine serielle produktionsformer, angriber *Neue Neue Deutsche Welle*'s autenticitetsbegreb med sin insisteren på uforanderlighed og ubevægelighed et anderledes samfund, der har indoptaget elementer af den tidlige 'kunstnerkritik' og nu er præget af en grundlæggende dynamisk og fleksibel samfundsstruktur. Den nye autenticitetsforestilling og den nye 'kunstnerkritik' reagerer på denne udvikling ved at insistere på at være statisk, ufleksibel og uforanderlig. Med hensyn til den nye kapitalismes indre spændingsforhold mellem *permanence* og *adaptabilité* vælger *Neue Neue Deutsche Welle* altså udelukkende at aktivere den ene side af de to aspekter: fleksibilitet og dynamik bliver afvist og ro og ubevægelighed ophøjet til det ultimative positive ideal. Det gælder, som *Wir sind Helden* udtrykker det, ikke længere om at skifte sit »gamle liv« ud med et nyt, men snarere om at holde fast i det eksisterende, egentlige, autentiske liv, som ikke skal forandres. Den nye kritik består i at kræve »sit liv tilbage« fra stress, fleksibilitet og dynamik.

Et nyt fællesskab?

Tysklands *Neue Neue Deutsche Welle* er musikalsk set en reaktivering af den oprindelige *Neue Deutsche Welle*, der med sine simple synthesizer-lyde og den tyske sang i sin tid begejstrede Tyskland. Alligevel er *Neue Neue Deutsche Welle*, som set, alt andet end blot en genaktivering af gamle myter fra 1980erne. Endskønt den stilistisk og musikalsk lægger sig i denne tradition og arbejder med tydelige referencer til den oprindelige *Neue Deutsche Welle*, er deres dagsorden vidt forskellig: mens 1980ernes *Neue Deutsche Welle* mest var en apolitisk bølge af underholdningsmusik, der gav udtryk for en særlig livsfølelse i begyndelsen af 1980erne, benytter de mest dominerende musikgrupper fra *Neue Neue Deutsche Welle* sig af de musikalske og æstetiske former fra 1980erne for at fremme en ny politisk dagsorden i den aktuelle samtid. Afvisningen af det glitrende hav

af popmusik, som i *Neue Neue Deutsche Welle* reduceres til synthesizere og simple sangtekster, er del af dette projekt. Musikgrupper som *Wir sind Helden* er her absolut bevidste om de indre selvmodsigelser, deres autenticitetstræben nødvendigvis må falde i. De fleste er tydeligvis klar over, at også autenticitetsforestillinger og konsumkritik er del af den mediale virkelighed. For dem er der imidlertid tale om en strategisk kategori, der skal bruges for at genvinde den politiske diskurs. Som strategisk forsøg på at generobre den politiske diskurs og som forsøg på en ny samfundskritik virker deres musik derfor ganske overbevisende. Der er muligvis ikke tale om en stor musikoplevelse, men om en tidssvarende og formentlig derfor yderst succesfuld reaktion på aktuelle problemstillinger og processer. I afslutningen af deres omfangsrige studie af »kapitalismens nye ånd« antyder Boltanski og Chiapello allerede denne fremtidige form for heltmodig autenticitetstræben, der sigter efter en statisk modstandskraft mod det nye krav om fleksibilitet og mobilitet. Fremtidens kritiske orientering, skriver de to forfattere allerede i 1999, vil muligvis bestå i at sætte spørgsmålstegn ved forestillingen om »mobilitet som en ikke-kontroversiel værdi«. ⁴² I en tid, hvor dynamik, mobilitet og fleksibilitet er blevet til mantra i den moderne managementtænkning er opgøret mod statiske identitetskonceptioner, som gennem mange år var det dominerende afsæt for kritik mod samfundets konservative dogmer, ikke længere tidssvarende. Det gælder derfor om at redefinere spørgsmålet om tid og bevægelse. De afgørende udfordringer vil fremover først og fremmest »berøre[r] måden, vi bruger tiden på«, som Boltanski og Chiapello udtrykker det. Fremtidens nye emancipationsskridt vil bestå i en aktivering af »muligheden for at forsinke rytmen i netværksforbindelserne, uden samtidig at måtte frygte ikke længere at eksistere for de andre, at forsvinde i glemslen og i sidste konsekvens blive 'ekskluderet'«. ⁴³ Det gælder med andre ord om frit at kunne beslutte sig for »stabilitet som mulighed«. ⁴⁴

Især disse formuleringer peger på en erkendelsesteoretisk dimension, som Boltanski og Chiapello dog ikke udvikler nærmere. Muligheden for at beslutte sig for stabilitet, ro og uforanderlighed kan først for alvor blive en option, hvis dette valg anerkendes og accepteres i det sociale rum. Hos den tyske *Neue Neue Deutsche Welle* finder vi en lignende forestilling om en social accept af det individuelle krav om autenticitet. Således kombineres den nye samfundskritik og de musikalske referencer til 1980'erne hos *Neue Neue Deutsche Welle* med en søgen efter et nyt fællesskab, der skjuler sig bag mediernes konsumverden med dens nye oplevelses- og livsstilfællesskaber. På trods af ydre distinktioner i musiksmag og ydre identifikationsmærker, som frisurer, tøj og kunstmag, findes alligevel en fælles menneskelige forståelse, understreger eksempelvis *Silbermond*. Her

anerkendes ikke ydre tegn og identiteter, men en universel og autentisk menneskelige kategori, der skjuler sig bag den konsumorienterede overflade. Efter en opremsning af alle mulige livsstilforskelle konkluderer *Silbermond*: »vi kan alligevel forstå hinanden«. Og i sangen »Meer« søges med reference tilbage til 1970erne protestsange (»Das weiche Wasser bricht den Stein«), en ny vi-følelse, der formodes at skjule sig bag ordene – et ægte og autentisk fællesskab, som den enkelte skal kæmpe for:

»Wir sind wie Tropfen doch wir sind nicht alleine
Wir schlagen Löcher in die heißesten Steine [...]
Zusammen machen wir alles möglich
Wir können mehr als nur ein Wort sein
Denn ,Wir' kann mehr als nur ein Wort sein«⁴⁵

I horisonten viser dette nye fællesskab sig allerede: der er »land i sigte«, som det hedder i omkvædet: en tid med ro og stilhed, hinsides stress og fleksibilitet, som det moderne projektsamfund kræver, må man formode.

Noter

- 1 En del af udviklingerne i 1990erne er eksempelvis diskuteret i et særnummer af *Popular Music* fra efteråret 1998, hvor der er flere bidrag om tysk hiphop, tysk 'folk' og rockmusic i 1990erne: *Popular Music* 17, no. 3 (1998), pp. 255 – 327.
- 2 »Min stemme imod en mobiltelefon / mine næver imod jeres neglelotion / mine tænder mod dem fra Dr. Best og hans søn / min sjæl mod jeres bløde epilation«.
- 3 »Min stemme mod dem af hele talkshow-nationen / mine næver for et udmattet Halleluja og Bohnen / mine tænder mod jeres tamme revolution / visioner mod den sidste television«.
- 4 »Der var i udsalget et tilbud en særlig aktion / bytte dumt gammelt liv med en ny version / jeg havde knapt afprøvet det derhjemme for jeg vidste allerede / der er noget i vejen med produktet – det her er reklamationen«.
- 5 »God dag, god dag, jeg vil have mit liv tilbage / Jeg bytter ikke længere jeg vil have mit liv tilbage / God dag, jeg indrømmer jeg var fornøjet i starten / men jeres liv er kun ikke-irriterende og ikke-forstyrrende / når du bøjer dig – god dag«.
- 6 Se: *Ton Steine Scherben*: »Guten Morgen« fra 1970erne, som varsler et fysisk opgør med herskende magtforhold og undertrykkelse i arbejdslivet. Endskønt *Ton Steine Scherben* musikalsk stammer fra en helt anden traditionslinje er inspirationen fra *Ton Steine Scherbens* kapitalismekritik ganske tydeligt hos især *Wir sind Helden*, men også hos eksempelvis musikgruppen *Britta*, der direkte indspiller coverversioner fra 1970ernes polit-rock.
- 7 *Silbermonds* sanglinjer er til at begynde med identiske med omkvædet af den

tidlige Nina Hagens berømte punk-sang, »TV-Glotzer«, fra 1978, hvor hun i uforglemmelig stil fremhæver chokolade, TV og massemedierne som kilden til passivitet og dovenskab. Referencen til Nina Hagens aggressive og konsum-kritiske sang bliver samtidig fulgt op musikalsk: mens *Wir sind Helden*, *MIA* eller *Juli* i langt højere grad lægger sig i forlængelse traditionen af den tidlige *Neue Deutsche Welle*, med blandt andet *Ideal* og *Spliff*, har *Silbermond* i højere grad optaget indflydelser fra de sene 1970eres punk-scene, som især viser sig i den mere dominerende rolle, lead-guitaren får hos *Silbermond*. Den sene Nina Hagen, der siden 1980erne fjernede sig fra den oprindelige punk-indflydelse, spiller derimod ingen relevant rolle i den *Neue Neue Deutsche Welle*.

- 8 »90/60/90 skal det være / Mad er der ingen plads til her / [...] Plastikdrømme bliver sande, perfektionen helt uanselig / to puder bør i dine bryster, du sætter dig selv et botox-fix / [...] Silikon og idealer nej det har vi ikke brug for / vi behøver ingen der fortæller os hvad ægte skønhed er // Nej tak / nej tak / nej tak / jeg har ikke brug for det // Nej tak / nej tak / jeg vil ikke sættes på plads af jer / vi vil det ikke / nej tak«.
- 9 »Kom spild din tid / gør bare ingenting og tag fri / verden går ikke under på grund af det / lad dem ikke fortælle dig noget / [...] Og det, som du ikke kan nå i dag / det kan du bare gøre i morgen / eller lad det bare ligge / læg dig hellere ned igen / og tilskriv ikke hektiken nogen betydning«.
- 10 Se også Silbermonds nærmest programmatisk henvisning til det enkelte »øjeblik«, der skal holdes fast i, i sangen »So wie jetzt«, hvor begyndelsen referer til Goethes Faust: »Augenblick verweile, du bist so schön / Wir sollten noch ein kleines bisschen bleiben / es wäre eh viel zu früh zu früh schon zu gehen / denn ich lebe für Momente wie den hier / Mir wurde schon zuviel Zeit gestohlen / doch ich werde nicht warten / sie mir einfach nehmen / werd sie mir wiederholn«.
- 11 *Juli* opererer i deres opremsning med modsætning mellem os og dem, hvor de ydre krav er 'jeres' krav: »I stræber efter at det altid skal være højere / I stræber efter at det altid skal være længere / I stræber efter at det altid skal være større / og toppen skal endnu engang toppes / I stræber efter at det altid skal være bedre / I stræber efter at det altid skal være nyere / I stræber efter at det altid skal være hurtigere / og I vil sågar styre selve accelerationen«. [»Ihr wollt es immer noch höher / Ihr wollt es immer noch weiter / Ihr wollt es immer noch größer / Und die spitze noch steigern / Ihr wollt es immer noch besser / Ihr wollt es immer noch neuer / Ihr wollt es immer noch schneller / Und die beschleunigung steuern«].
- 12 »Vi giver slip / og bliver stående / vi ønsker ikke længere at forstå denne verden / I begynder at løbe / vi bliver stående«.
- 13 »Vi ønsker ikke at være de bedste / vi ønsker ikke tabe vores hjerter / vi ønsker ikke at være bedst / og vi vil vente her indtil intet sker / indtil intet sker«.
- 14 *Die Zeit*, März 2003, p. 11.
- 15 *Wir sind Helden* har selv ved flere lejligheder givet udtryk for at denne indre modsætning er en indre nødvendighed, som de er ganske klar over, og som de tager med som en uundgåelig problemstilling. Til deres fordel taler imidlertid, at de på trods af den store succes, deres indtil videre to CD'er har haft, ikke er skiftet til et major label.
- 16 Luc Boltanski og Eve Chiapello: *Le nouvel esprit du capitalisme*, Gallimard

- 1999, pp. 549ff.
- 17 Ibid., p. 552.
- 18 Heinz Bude: *Generation Berlin*, Berlin 2001, p. 35.
- 19 Niklas Luhmann: *Die Gesellschaft der Gesellschaft*, Frankfurt am Main 1999, bind 2, p. 1146.
- 20 Bude, op.cit., p. 43.
- 21 Se mht. litteraturen, Moritz Baßler: *Der deutsche Pop-Roman. Die neuen Archivisten*, München 2002.
- 22 David Boyle: *Authenticity. Brands, Fakes, Spin and the Lust for Real Life*, London 2004, p. 291.
- 23 Se hertil især: Jürgen Habermas: *Der philosophische Diskurs der Moderne*, Frankfurt am Main 1985.
- 24 Boltanski og Chiapello, op.cit., pp. 551f.
- 25 Boltanski og Chiapello skriver: »La visée radicale de la nouvelle critique mance donc sans arrêt sa propre position d'énonciation car on ne peut pas ne pas se demander d'où l'optique critique peut être adoptée si tout n'est plus que simulacre et que spectacle; si, désormais, toute référence à une monde extérieur et par conséquent à une définition classique de la vérité se trouve abolie« (Boltanski, Chiapello, p. 552).
- 26 'Cultural jamming' er et begreb, som stammer fra San Francisco i midten af 1980erne, og som siden har været en af de mest dominerende politiske aktionsformer. Naomi Klein beskriver cultural jamming som: »The most sophisticated cultural jams are not stand-alone ad parodies but interceptions – counter-messages that hack into a corporation's own method of communication to send a message starkly at odds with the one that was intended« (Naomi Klein: *No Logo*, Flamingo 2001, p. 281). Den berømte kunstnergruppe Yes-men kan ses som den ultimative politiske cultural jam: her benyttes virksomhedernes logo og kommunikationsform til den direkte modsatte dagsorden, om det så er indenfor mad-produktionen eller indenfor de internationale organisationer, ligesom World Valuta Fond, som Yes-men i en af deres jams har angribet i flere ironiske kampagner.
- 27 Se om 'som-om-affirmation' som litterær og æstetisk strategi bl.a. Enno Stahl: »'lass mich deine jukebox / sein' Zeitgenössische Pop-lyrik«, in *Das Gedicht*, årgang 11 (2003), nr. 11.: Pop und Poesie, pp. 92 – 95; se også: Moritz Schramm: »Her og nu! Pop-litteraturen i 1990erne«, in Henning Goldbæk (red): *Tysk litteratur efter Murens fald*, Odense 2006, pp. 143 - 170.
- 28 »Velkommen i tiden helte er parat er I beredt / heltetid heltetid er I beredt / har nogen sagt, at tiden er inde for helte? / Velkommen i tiden helte er parat er I beredt / heltetid heltetid er I beredt / vi kommer for at afmelde de andre helte«.
- 29 Holoferenes, i: *Tageszeitung*, 17.8.2005, p. 12.
- 30 Boyle, op.cit., p. 294.
- 31 Et særligt fremtrædende eksempel for den første tendens er den tyske socialfilosof Axel Honneths genlæsning af Georg Lukacs tingsliggørelsesbegreb i sin seneste bog: *Verdinglichung* (Frankfurt am Main 2004). Her udvider Honneth under inddragelsen af Heideggers begreb »Sorge« sine tidligere anerkendelsesteori med en ontologisk dimension, som han kalder for en »anerkendelsesontologi«. En lignende tendens, igen med Heidegger i bagagen, findes hos den tyske filosof Peter Sloterdijk i hans seneste udgivelse

- Zorn*, eller i den moderne subjektivitetsteori, hvor blandt andet danske Dan Zahavi har gjort sig til fortalere for et kerne-selv, der unddrager sig ideen om en fuldstændig konstruktion af subjektet i det narrative felt. Desuden kan man pege på Gumbrechts seneste udgivelse »Presence«, som ligeledes er påvirket af Heidegger. Den nye interesse for Heidegger hos så mange vidt forskellige teoretikere vil i sig selv være et interessant forskningsemne, som dog endnu ikke er gennemført.
- 32 Se hertil: Eve Chiapello: *Artiste et manager*, Paris 1992; Pierre-Michel Men-ger: *Portrait de l'artiste en travailleur*, Paris 2002, plus: Boltanski og Chia-pello, pp. 520ff.
- 33 Boltanski og Chiapello, p. 532.
- 34 Se hertil eksempelvis min artikel: »Mellem utopi og desillusion – Michael Strunges fascination af Vestberlin«, in Anne-Marie Mai og Jørgen Aabenhus (red.): *En bog om Michael Strunge*, København 1998, pp. 63 – 87.
- 35 Se: Richard Sennett: *The Corrosion of Character*, New York 1998, og: *The Culture of the New Capitalism*, New Haven 2006.
- 36 Se om forholdet mellem samfundsstrukturen og den semantiske tradition, plus om begrebet »plausibilitet« i denne forbindelse, bl.a. Niklas Luhmann: »Gesellschaftsstruktur und semantische Tradition«, in Luhmann: *Gesellschaftsstruktur und Semantik*, Frankfurt am Main 1980, pp. 7 – 71.
- 37 Den danske lektor Marianne Stidsen pegede for nylig præcis på denne problemstilling med blik på *Das Beckwerk*, og dennes undergravning af alle eksisterende identitetsdannelser i det, hun kalder en »dekonstruktiv cirkeldans«. I modsætning til hvad mange kritikere mener, er dette projekt slet ikke »så kritisk og dybdeskuende, som mange har villet gøre det til«, mener Stidsen. I stedet for at være samfundskritisk fører Claus Beck Nielsens projekt, ifølge hende, »til blindhed og blind understøttelse af det dominerende neoliberalistiske konformitetsmønster, hvis fremmeste kendetegn netop er forsøget på at få mennesker til at opføre sig som finansmarkedet, dvs. udvise grænseløs fleksibilitet, mobilitet og substansløshed. Dette er hverken kritisk eller dybdeborende, men i sandhed naivt og affirmativt« (Marianne Stidsen: »Kritik eller medløberi«, in *Kritik* nr. 185 (2007), pp. 134 – 136, her: p. 135).
- 38 Boltanski, Chiapello, p. 560.
- 39 Op.cit., p. 562.
- 40 Op.cit., p. 546.
- 41 Op.cit., p. 560f.
- 42 Op.cit., p. 570.
- 43 Op.cit., p. 570.
- 44 Op.cit., p. 571.
- 45 »Vi er som dråber for vi er ikke alene / vi slår huller i de hedeste sten / [...] tilsammen bliver alt muligt / vi kan være mere end blot et ord / fordi 'vi' kan være mere end blot et ord«.