

Rock på video*

Af Johan Fornäs

* Johan Fornäs' artikel er både en kommentar til dette nummers tema og til artiklen i Modspil 29 om musikvideoer.

Musikvideoen kritiseres ofte for at forene det uforenlige: Rockmusik og tv-billede. Det siges, at denne forening svækker rockmusikkens udtrykskraft. Jeg synes, at der ligger en hel del i en sådan kritik. Rocken og billedmediet modsiger hinanden. Man danser ikke foran tv-et. Alligevel overser kritikken denne nye forms pointe og positive muligheder – nemlig kombinationen (ikke sammensmeltningen) af indbyrdes modsigelsesfulde niveauer.

Artificiel romantik

Jeg skal udvikle disse tanker om musikvideo-formen, men først berøre den nye romantiske bølge i rock- og popmusikken med nogle kommentarer, som forbereder argumenterne om video-formen. Jeg elsker ikke nyromantikken

– mit hjerte ligger tværtimod snarere hos de åbent oprørske genrer, hos det rå, tunge og onde end hos det hyggelige, søde og venlige. Men man kan alligevel se kvaliteter i nyromantikken og forstå, at den opfylder bestemte og legitime behov for forskellige publikumsgrupper.

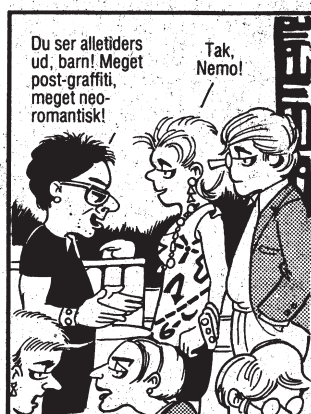
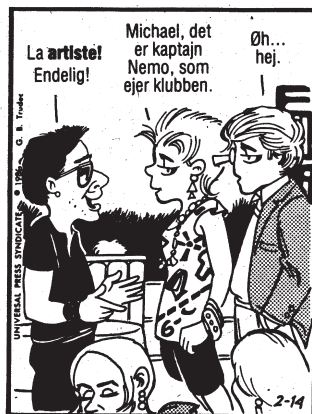
En ny, romantisk bølge er vel egentlig allerede ved at blive gammel. Til forskel fra tidligere romantik bygger den, på en højst moderne måde, på følelsen af kunstighed. Det som et ældre publikum synes at have svært ved at begribe er, at det syntetiske og konstruerede overhovedet ikke udelukker identifikation, indlevelse og ægte følelser i receptionssammenhængen. Ikke mindst i netop stiliserede kunstneriske udtryk kan man indleve sig med stærke følel-

ser. Det »kunstige« træk er noget moderne i det seneste årtis rockmusik – ikke mindst i rockvideoens form, – og den nye romantikkens særpræg kan kun forstås ud fra dette.

Omkring 1970 var en sådan fremtoning usædvanlig. Da dominerede en slags ærlighedsideal i rockverdenen: En længsel efter oprindelig og ren autenticitet eller naturlighed. Selvfølgelig var hver stor rockstjerne produceret i en kompliceret proces med mange formidlende led. Men dette *skjultes* i produktet: Stjernen skulle helst fremstå som ægte, naturlig, u-konstrueret.

Den i sin tid ofte foragtede glimmer-rock brød mønsteret. Dér gjaldt forstilelse, teater, poseren. Stadig var det en undtagelse i rocken, noget som fremhævede denne genre som speciel.

Med rødder i hippiekulturen trivedes inden for rocken en grundlæggende opfattelse af, at det kommercielle maskineri i grunden var ondt, og at idealet var at stå af det og vende tilbage til en oprindelig, naturlig renhed og uskyld. Da man sidenhen opdagede, at det ikke kunne lade sig gøre at komme fri af ka-



pitalismens maskineri, så opstod der skuffelse. Bryan Ferry og David Bowie m.fl. kom med en anderledes attitude. De forsøgte ikke at være autentiske, naturlige kunstnere, men benyttede sig af popkulturens artificielle konstruktionsmaskineri. De opfandt sig selv, og det blev spændende som publikum at iagttage og deltage i denne konstruktionsproces. Den blev en måde at reflektere over sociale og kulturelle produktionsprocesser i det moderne hverdagsliv i det hele taget.

Punken brød på en måde med netop Bowie m.fl., mod det alt for polerede. Men den videreførte paradoksalt nok præcis dette *moderne* træk i rocken. Punkten var og blev oplevet som en konstruktion, en surrealistisk montage, en collage af tegn og stilelementer.

I 80'erne synes dette at være blevet mere regel end undtagelse i rockverdenen. Der er stadig kunstnere, som anstrenger sig for at bevare myten om sig selv som oprindelige, ikke-manipulerede. Dette opfylder åbenbart stadig et behov hos et bredt publikum – se f.eks. på Springsteens gennemslagskraft. Men i dag synes dette kun at være muligt som delgenrer inden for rocken, som noget der kendetegner kun *visse* kunstnere til forskel fra majoriteten.

Naturligheden, autenciteten fremstår direkte som et bevidst valg, som noget produceret – selv om den i allerhøjeste grad er *moderne*!

Denne modernitet, som jeg har tolket under inspiration af bl.a. Thomas Ziehe og Jürgen Habermas, er irreversibel. Rocken kan ikke vende den ryggen, men må gå ind i den og finde styrke ved at lege med sine modsigelser. Her findes både kreative muligheder og destruktive faldgruber. Spændingen

ved glimmer- og punkbølgerne erstattedes af en almen tristesse netop da nyromantisk, britisk rock opnåede en verdensomspændende spredning, ikke mindst takket være videoen.

Simon Frith og videobølgen

Om dette diskuterede jeg for en tid siden (1984) med den engelske rocksociolog Simon Frith. Han så en modsætning mellem den engelske rocks internationale succes og det faktum, at ingen inden for denne rockverden syntes at være særlig entusiastisk. Duran Duran, Culture Club, Eurythmics havnede på USA's Top Ten, men samtidigt kedede de fleste sig ihjel. Frith forklarede dette med, at denne musik lod en slags kommerciel attitude triumfere. Og her kommer videoen ind:

Årsagen var, at de succesrige grupper byggede på netop rockvideoen – en form som hovedsagelig var blevet opfundet som en slags reklame. Derfor formedes rocken endnu mere på de kommercielle selskabers betingelser.

Frith mente, at årsagen til den engelske pops videobaserede gennemslag lå i USA's kulturindustri. I 70'erne, og særlig i og med grammofonindustriens stagnation, blev pladeindustrien der meget konservativ. Den satsede ikke på nye kunstnere. Særlig USA's radio blev mere og mere forsigtig. Så startede MTV sin rockvideokanal, og pludselig opstod der et stort behov for film til at fylde pladsen med. Amerikanske grupper og selskaber var ikke forberedte til at klare dette – de havde ingen filmerfaring.

I England fandtes der derimod en masse kunstnergrupper, som var kommet frem af New Romantic-bølgen og

af punken, som allerede et stykke tid havde arbejdet med video. I England fandtes der meget mere ungdoms-tv. Disse grupper kunne derfor sælge gode videoer til MTV. Alle blev overraskede, da MTV viste sig at øge pladesalget: Grupper solgte flere plader, når de blev vist på tv. Sådan fik videoformen og den britiske rock dominans.

Ifølge Frith findes der i England en hel del lavbudget-regissører, som arbejder med rockvideo. De ser ikke videoen som kommerciel, eftersom de ikke engang troede, at de kunne komme ind på tv. I stedet har de kunstneriske, filmiske ambitioner. Kabel-tv har også åbnet tv-markedet mere for umage produktioner. De første videofilmfolk var folk, som havde lavet tv-film, navnlig ungdomsprogrammer, og som senere var blevet freelance. Siden fandtes der også en masse reklamefolk, men i England laves mange reklamefilm tydeligvis af ganske velkendte regissører – man kan i Sverige måske sammenligne med Roy Andersson, som har arbejdet en hel del med biografreklamefilm. Helt sikkert var det et løft for den unge regissør Julian Temple at få lov til at lave Rolling Stones' video, *Under Cover* f.eks.

Alt dette gjorde, at en hel del rockvideoer trods alt viste spændende filmiske træk – i det mindste i begyndelsen. Trods det indebar videoens dominans inden for rocken en kommerciel triumf, mente Frith, eftersom selve denne form på bunden er reklame for plader, vare-reklameformen er blevet til rockens centrum. Derfor er entusiasmen mindre over 80'ernes engelske popbølge end på Beatles' og Stones' tid.

Der ligger naturligvis en hel del i denne tankegang, men måske er det

mere interessant at undersøge, hvorledes der udvikles modsætninger i videoformen – den viser sig at indeholde forskellige muligheder og reducerer slet ikke sig selv til ren bytteværdi. Frith konstaterede også, at rockpublikum er ved at blive mere og mere opsplittet, differentieret. Dette bekræftes af en del andre undersøgelser, som blev gennemført i Sverige i 80'erne, hvor det viser sig, at unge nu kan opdeles i et væsentlig større antal delkulturer end for bare få år siden.

Måske er rockvideoen allerede ved at blive en mere beskeden del af rockverdenen? Noget som folk har omkring sig og ser på ind imellem, men som kun

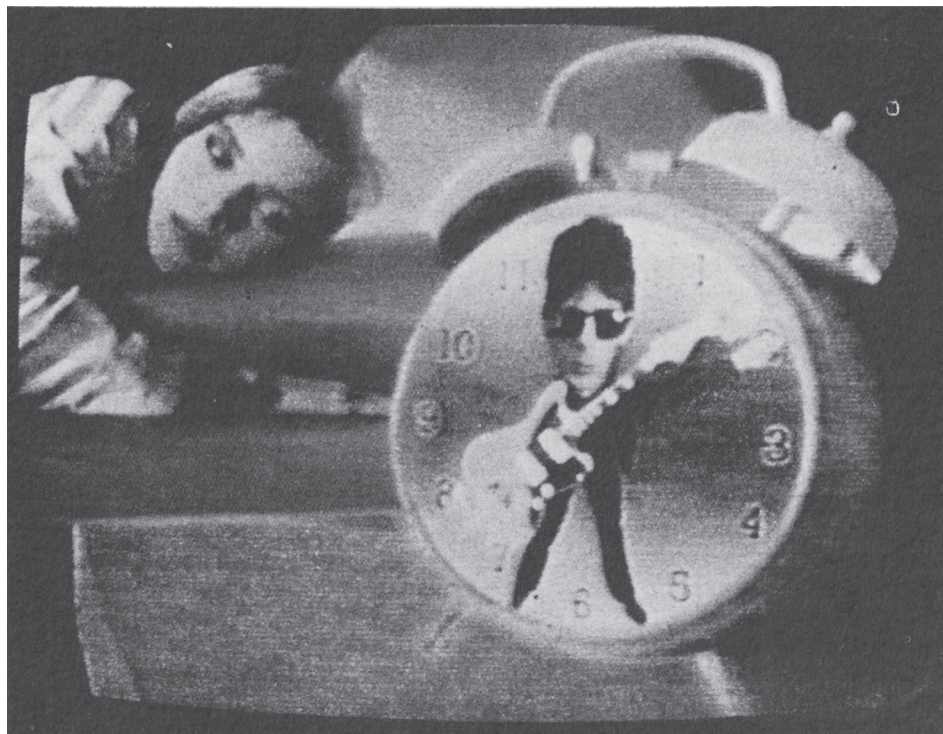
et fåtal er helt besatte af. Og også noget som i sig selv er inddelt i flere forskellige under-genrer, præcist om rocken i øvrigt er det.

TV-rock?

Frith kom også ind på et mere principielt problem med rockvideo: Forholdet mellem billede og musik. På en måde passer rock dårligt til tv. Tv-et er familiebaseret og stationært, mens de unge, som er rockens hovedpublikum, bevæger sig bort fra familien og følger sig mindre tv end nogen anden aldersgruppe. (Det er altså ikke noget tilfælde, at så megen rockvideo henvender sig til så *unge* unge.) Rockmusik er no-

get man vil have omkring sig, man vil ikke se et bestemt sted hen, og man vil gøre ting og sager, f.eks. bevæge sig og danse, mens man lytter. Der passer tv dårligt ind. De rockvideoer, som ikke viser musikere der spiller, risikerer at forvandle selve musikken til en slags filmisk baggrundsmusik, og derved forsvinder vigtige aspekter af rockens sanselighed.

Sådan skulle det i det mindste gå, hvis rockvideoen var kommet for at *erstatte* både live-musikken og grammofoonpladen. Men sådan er det jo ikke. Måske har musikvideoen en mere beskeden plads, end dens kritikere frygter. Og måske har kombinationen af



Rock på TV – uforenelig modsætning? Produktiv modsætning?

musik og billede muligheder netop i dens iboende og uudgældige modsætninger. Modsætningen mellem billede og rock kan være produktiv, ligesom modsætningen mellem musik og ord allerede har været en produktiv motor for hele rockudviklingen (delvist til forskel fra jazzen, forresten, men det er en anden historie). Tv-billeder er ikke kun hæmmende og begrænsende for rockmusikken, men også (netop derved) en udfordring, som fremtvinger en bearbejdning af og en refleksion over forholdet musik – billede.

Dermed vil jeg også give diskussionen om rockvideo en anden retning end den, Jespersen og Schmidt angav i Modspil nr. 29. Jeg søger nye og udviklende modsætninger i det moderne. En radikal kritik kan ikke stille sig ved siden af eller på det forgangnes side over for det moderne, men må opspore åbninger og spændinger i selve det moderne. En sådan, mht. netop rockvideomediet, er naturligvis konflikten mellem tv-billede og rockmusik, men den dømmer ikke dette medium til regressivitet sammenlignet med tidligere medier, men påpeger i stedet for nye, spændende brudflader på det kulturelle plan.

Modernitet

Jeg ser heller ikke koncentrationen af sanseindtryk og tegn i rockvideoen som noget absolut negativt. Ældre mennesker med en anden æstetisk socialisation bag sig har naturligvis svært ved at nå at opfatte og tolke de moderne signaler i det høje tempo. Men det betyder ikke, at det unge publikum, som i dag har udviklet en høj følsomhed og hurtig evne til at opfatte og tolke stilmæssige tegn, må være neurotisk. Moderne ten-

denser til æsteticering og »potensering« (Ziehe har anvendt begrebet som udtryk for søgen efter intensive, heftige oplevelser og indtryk m.m.) pirrer naturligvis mennesker, som satser på »subjektivering« – dvs. at egne følelser skal være målestok for ondt og godt, rigtigt og forkert. Men der kan ligge produktive muligheder i den øgede stilfølsomhed, i legen med tegn og fantasi-udfoldelsen, f.eks. i flere af de ungdomskulturer, som blomstrede op omkring 1980 (breakdance, videospil, video mm.).

Jeg synes i det hele taget, at det er problematisk at udnævne sin egen kulturelle identitet til æstetisk, moralsk og politisk norm og dømme alle andre søgende bevægelser i det moderne udelukkende efter deres grad af lighed med ens egen norm. Man risikerer nemlig så – som så mange generationer og kulturpessimistiske kritikere tidligere har gjort – at blive blind for anderledes og tidligere uanede potentialer og muligheder i en mangfoldighed af indbyrdes meget forskellige »søgende bevægelser«. Dermed være naturligvis ikke sagt, at man skal stoppe sine kritiske synspunkter.

Et eksempel på dette er synet på regression. Regressive oplevelser er almindelige inden for rockmusikken – med eller uden videobilleder. Det der normalt gør en sådan regression »positiv« er, at det drejer sig om *bevidst, lejlighedsvis* og *kontrolleret* regression til »tidlige« oplevelsesniveauer. Man er med en del af sit jeg bevidst om, at det er en midlertidig tilstand af »opslugende« grænseløshed osv., som man går ind i frivilligt. Dette indgår i alle »kunstneriske« oplevelser og er af psykoanalytikere blevet betegnet som

»regression i jegets tjeneste«, da det giver udtryk for fortrængte impulser og gør individet stærkere og bedre integreret på længere sigt.

Forskellige musikalske delkulturer lægger forskellig vægt på og trænger på forskellig vis dybt ned i »førsproglige« personlighedsniveauer. Dette kan aldrig danne grundlag for at opstille en rangskala for dem. Mennesker har behov både for »progression« (at udvide deres grænser, beherske stadig flere dele af verden, møde det fremmede osv.) og »regression« (at befæste det, man allerede har opnået, lade egne impulser komme til udtryk og få luft). Regressionsbegrebet kunne trænge til at blive diskuteret betydeligt mere, ikke mindst i sammenhæng med rockens kollektivitet. Jeg tager gerne tråden op i en senere sammenhæng.

Sammenfattende synes jeg, at rockvideoudviklingen – ligesom rockens og kulturens udvikling i almindelighed – er ambivalent. Den har peget på både risici og muligheder – selv om de radikale potentialer altid mangler at blive vide-reført fuldt ud. Ligesom i alle andre kulturformer (såvel populær- som fin-kulturen) findes der en høj andel af i mine øjne dårlige produkter, men der findes også spændende og spændingsfyldte øjeblikke. Mange rockvideoer viser f.eks. tegn på en stor grad af selvbevidsthed og historiebevidsthed på det stilmæssige plan, og nogle af dem eksperimenterer på interessante måder med relationen mellem billede, ord og musik – ikke som sammensmeltet gesamt-kunstwerk á la Wagner, men mere som modsætningsfyldte enheder á la Brecht....

(oversættelse fra svensk: Jørgen Aagaard)