

# DENKEN OVER KUNST

een kennismaking met de kunstfilosofie

a.a. van den braembussche

dick coutinho, bussum/1994

## Het atelier van de kunstenaar: de videoclip als postmoderne kunst 10.6

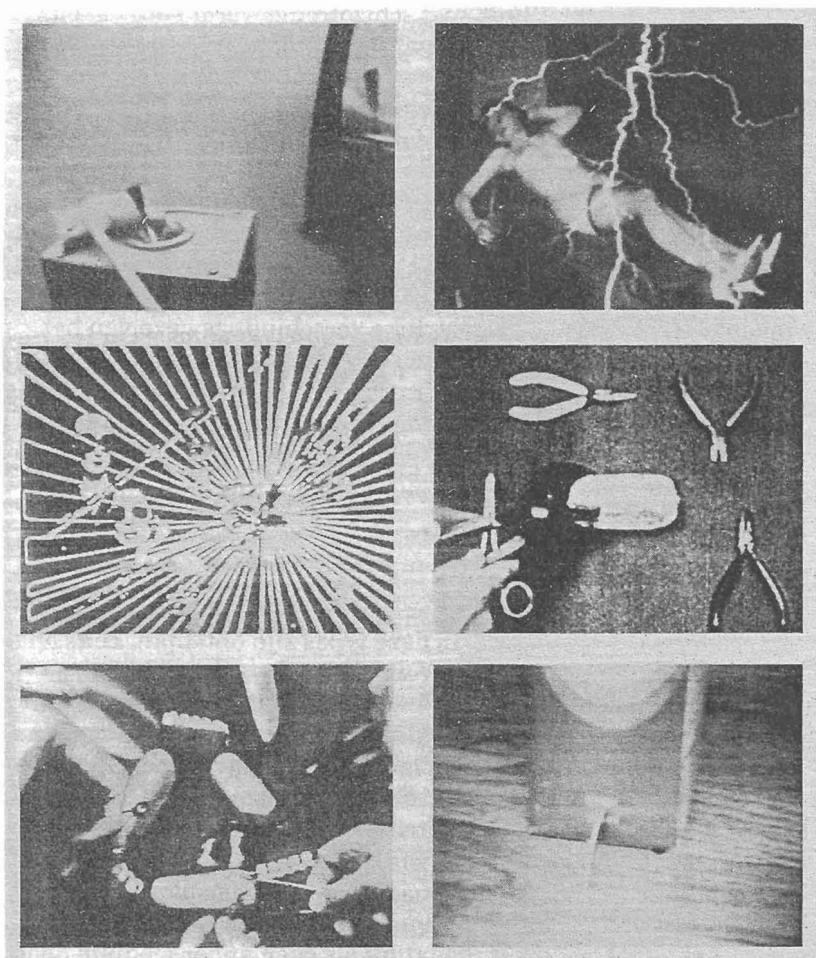
Een eerste postmoderne eigenschap van de video, vooral wanneer zij onophoudelijk wordt uitgezonden door een televisienet als MTV, is het teweegbrengen van een mechanische depersonalisatie of een *decentrerings van het subject*. De *total flow* van beelden en video's, die vierentwintig uur op vierentwintig uur worden uitgezonden, bant als het ware het geheugen uit, zodat herinnering en 'kritische afstand' onmogelijk worden. Ann Kaplan, die als eerste een uitvoerig onderzoek deed naar MTV, beklemtoont hoezeer de programmering van de zender ertoe leidt dat de kijker of kijkster gehypnotiseerd wordt. Het steeds opnieuw uitzenden van uiterst korte (vier minuten of minder) videoteksten brengt ons in een opgewonden toestand vol verwachting. Steeds wordt de hoop in ons opgewekt, dat de volgende video ons een absolute kick of de opperste vervoering zal schenken, zodat we steeds opnieuw worden verleid om de korte video's te consumeren, tot in het eindeloze toe. Heel vaak gaat het kijken naar televisie gepaard met een 'decentrerings' of 'fragmentering' van onze aandacht. Deze 'decentrerende' kijkervaring, die door een constante afwisseling van teksten wordt teweeggebracht, wordt door MTV op de spits gedreven, omdat de *langste* tekst de vierminutenlange video is.

Een tweede postmoderne eigenschap van de videoclip is dat hij *geen traditionele verhaalstructuur* vertoont. Met betrekking tot de experimentele video of de 'videokunst' spreekt Jameson daarom van een *polysemisch* proces, waarin een groot aantal 'boodschappen' naast en door elkaar worden afgevuurd. Polysemie betekent inderdaad 'het hebben van meerdere betekenissen'. Een videotekst heeft dus meerdere betekenislagen tegelijkertijd, zodat hij niet kan worden geanalyseerd door haar in stukjes op te delen en de kleinere eenheden of elementen afzonderlijk te beschouwen. Er is sprake van een onophoudelijke, schijnbaar willekeurige wisselwerking tussen de verschillende elementen, die vaak zelf al zwanger gaan aan betekenis en een heel verhaal

vooronderstellen. Doordat deze elementen in een constante toevloed op het videoscherm verschijnen verwerven zij een andere dan hun oorspronkelijke betekenis. Door de snelle opeenvolging en zelfs gelijktijdigheid van de meest heterogene elementen worden de oorspronkelijke betekenissen in een steeds ander perspectief geplaatst: door de onophoudelijke interactie worden de reeds bestaande narratieve elementen in andere verhaalstructuren opgenomen. Het terloops citeren van een Beethovensonate terwijl verschillende stripfiguren uit steeds andere, stijgende of dalende liften stappen, verandert natuurlijk de oorspronkelijke betekenis van deze muziek. In de door Jameson besproken videotekst, *AlienNATION*, geproduceerd in the School of the Art Institute te Chicago (Rankus e.a., 1979) verschijnt naast mannequins, computer printouts, illustraties uit allerlei handboeken, weerlicht en een liggende, blijkbaar gehypnotiseerde vrouw een wonderlijke Magritte-hoed die langzaam in het Michiganmeer wegzinkt. Het verhaal van de surrealistische schilderkunst wordt hier in een ander verhaal, een andere dimensie opgenomen, net zoals de vele fragmenten uit de dagelijkse Chicagorealiteit.

Ook Ann Kaplan benadrukt dat MTV-video's geen traditionele verhalende structuur vertonen. Vaak citeren ze fragmenten uit de klassieke Hollywoodfilm, zoals in Elton John's *Heartache All Over*, waarin liefdesscènes uit vroegere love stories, zelfs uit de periode van de stomme film, worden gebruikt. Niet zelden, zo onderstreept zij, is in MTV-video's een commentaar of bespiegeling op de eigen produktie ingebouwd, waardoor de gebruikelijke narratieve illusie bewust wordt afgebouwd. Het hele verhaal van *Easy lover* (Phil Collins, gemaakt in samenwerking met Phil Bailey) gaat over het maken van de rockvideo zelf. We worden geïntroduceerd in de moeilijkheden van het filmen. We zien de grote 35mm camera op de voorgrond, waarvan de videomonitor het kader naar de cameraman heruitzendt; op de achtergrond zien we hoe Collins en Bailey hun nummer repeteren, daarna hoe ze maquilleerd en uitgedost worden voor het eigenlijke filmen, hoe ze tussendoor een lunchpauze houden, enzovoort. Dit is één van de vele voorbeelden hoe in video's de traditionele verhaalcodes wordt doorbroken.

Een derde postmoderne eigenschap van de videoclip, in het bijzonder in zijn MTV-presentatie, is het opwekken van een *eeuwig, ongedifferentieerd heden*, waarin elk tijdsbesef en historisch bewustzijn verloren gaat. De MTV-consument leeft als het ware in een eeuwig heden, een toestand die door Jameson, in navolging



*Figuur 10.3*  
*E. Rankus, J. Manning en B. Latham, 'AlienNATION' (Chicago, School of the Art Institute, 1979).*

van Lacan en Baudrillard, met schizofrenie wordt vergeleken. Schizofrenie wordt hier gezien als een gevolg van een gestoord taalgebruik, meer bepaald de weigering om het gebied van het symbolische te betreden. Dit resulteert in een overdreven fixatie op het heden en de zuivere materiële vorm van het woord, de pure betekenaar, ontdaan van elke zinging. In de *total flow* van videoteksten is op een gelijkaardige wijze de loutere materialiteit van de beelden zo overheersend dat de kijker of kijkster niet langer enige betekenis verbindt met het beeld, maar in een soort van schizofrene trance gefixeerd blijft op het beeld als zodanig, op de zuiver stoffelijke of uiterlijke verschijningswijze van het beeld, op de zuivere materialiteit ervan. Hierdoor verkeert hij of zij in een illusoir, tijdloos continuüm, waarin noch voor zinging noch voor historisch besef of identiteitsvorming van het zelf enige ruimte overblijft. Deze eigenschap verklaart waarom het voor de MTV-kijker achteraf onmogelijk is om te vertellen wat hij gezien heeft. Zij verklaart tevens waarom de gehele geschiedenis van de popmuziek tot een voortdurend heden verdicht, uitgevlakt en uitgehold wordt. Het tienerspubliek neemt lukraak alle types van pop in zich op, zonder iets af te weten van de historische omstandigheden waarin deze types zijn ontstaan. Zelfs op muzikaal vlak blijft de decentrerend totaal.

Uit het voorgaande wordt het begrijpelijk waarom Jameson en anderen in de video de postmoderne kunstvorm bij uitstek zien. Als geen andere kunstvorm of medium beantwoordt de videotekst aan de culturele logica van het laat-kapitalisme omdat hij (1) de fundamentele materialiteit van de huidige cultuur, of, met andere woorden, het primaat van de betekenaar en (2) de uiterste consequenties van commercialisering en consumptiecultuur belichaamt. Jameson wordt inderdaad niet moe om te benadrukken dat de video uniek is omdat hij als geen ander medium door zijn machinerie domineert en de toeschouwer of toeschouwster zijn of haar identiteit ontnemt: men wordt als het ware herleid tot een quasi-materieel registreerapparaat van de machinaal voortschrijdende opeenvolging of totale toevloed van beelden. Wellicht nog betekenisvoller is het feit dat de videotekst in haar MTV-versie meer dan enig ander medium de verzakelijking of reïficatie ten top voert. Zo zendt MTV niets anders uit dan publicitaire segmenten, of het nu om popvideo's (publiciteit voor platenfirma's), om *commercials* (publiciteit voor adverteerders zoals Nike, Coca-Cola, enzovoort) of om de promotie van MTV zelf gaat. Alles is tot koopwaar geworden, *advertising*, en dat incar-

neert de verzakelijking van de cultuur. Het gaat niet langer om de ideeën of waarden maar om de 'look', die het beste zal verkopen. Ann Kaplan betreurt dat op deze wijze de oorspronkelijke artistieke ambities en esthetische (of anti-esthetische) intenties, die vaak tot opmerkelijke prestaties hebben geleid, worden ontvreemd. Zodra de video door het MTV-personeel wordt uitgezonden, wordt hij als koopwaar aan de man gebracht. Vanaf dit moment is hij uit handen van zowel de producers als de poppartijen zelf. De vraag is natuurlijk in hoeverre deze laatsten niet zelf op de hun eigen wijze inspelen op de vraag en de verwachtingen van het MTV-publiek, dat overigens beslist ook uit niet-tieners bestaat.

## Becommentarieerd literatuuroverzicht 10.7

Voor de geschiedenis en de verheldering van de term 'postmodernisme' raadplege men:

- M. Köhler, 'Postmodernismus: Ein begriffsgeschichtlicher Überblick', *Amerika-studien*, 1977 (8-18).
- A. Huysens, 'Mapping the Postmodern', *New German Critique*, 1984 (5-52).
- I. Hassan, 'The Culture of Postmodernism', *Theory, Culture and Society*, 1985 (119-131).
- M. Featherstone, 'In Pursuit of the Postmodern': An Introduction', *Theory, Culture and Society*, 1988 (195-215).

Voor de postmoderniteit als apart tijdperk:

- A. Touraine, *La société postindustrielle*, Parijs, 1969 (Ned. vert.: *De post-industriële maatschappij*, Baarn, 1978).
- D. Bell, *The Coming of Post-Industrial Society*, New York, 1973 (Ned. vert.: *De komst van de post-industriële samenleving*, Deventer, 1974).
- E. Mandel, *Late Capitalism*, Londen, 1978.

Over het postmoderne denken in het algemeen zie vooral:

- A. Megill, *Prophets of Extremity: Nietzsche, Heidegger, Foucault, Derrida*, Berkeley, 1985.
- H.J. Silverman en D. Welton (eds.), *Postmodernism and Continental Philosophy*, Albany, 1988.
- D. Caroll, *Paraesthetics: Foucault, Lyotard, Derrida*, New York, 1987.