

V iskanju prvega glasbenega videospota

Matic Majcen



Alice Guy-Blaché

Kateri je bil prvi glasbeni videospot v zgodovini? Interpretacije se razlikujejo, učbeniško zakoličene resnice pa od nikoder. *Subterranean Homesick Blues* (1967) Boba Dylana, *Bohemian Rhapsody* (1975) skupine Queen in *Video Killed the Radio Star* (1979) skupine Buggles so največkrat omenjeni kandidati za to lovoriko, pa vendar enotnega mnenja ni in ni.

Razlog, zakaj je glede tega toliko različnih interpretacij, leži v raznolikih definicijah tega, kaj sploh pojmuje pod oznako glasbenega videospota. Ključno razlikovanje se zgodi na točki, ko se moramo odločiti, katero izmed njegovih razsežnosti imamo v mislih. Denimo, sama beseda videospot se lahko najprej nanaša na njegovo **tehnično** razsežnost, na elektronsko zajemanje slike in zvoka na video trak, kar je izum, ki izvira iz začetka 50. let in je svojo množično ekspanzijo doživel v 70. in 80. letih minulega stoletja. Nadalje imamo lahko v mislih tudi njegovo **promocijsko** razsežnost, da gre za kratek glasbeni film, nastal izključno z namenom, da promovira glasbo. In kot zadnje lahko s tem izrazom ciljamo na razsežnost same **filmske forme**, ki naj-

bolj pritiče filmskim zgodovinarjem in pravi, da gre za vsak film, ki v trajanju glasbene podlage uprizori serijo gibljivih podob in si tak izraz tudi privzame za normo.

Iskanje prvega glasbenega videa, če kaj takega sploh obstaja, je zato sila večplastno in dvomljivo početje. V vsakem primeru lahko pa že takoj odpišemo *Video Killed the Radio Star* skupine Buggles in režiserja Russella Mulcahya, ki v to debato pomotoma zaide zgolj zaradi tega, ker je to bil prvi videospot, ki so ga 1. avgusta 1981 predvajali na takrat novoustanovljenem MTV-ju. MTV nikakor ni iznašel forme glasbenega videa v nobeni izmed njegovih definicij, je pa v naslednjih letih iz njega naredil svetovno prepoznaven fenomen. Glasbene videospote so snemali že mnogo prej in so že v 70. letih tudi dosegali relativno široko prepoznavnost, v spomin na primer zlahka priključimo videospote skupine ABBA (ki jih je posnel kasnejši cineast Lasse Hallström) pa spote Davida Bowieja (*Space Oddity*, 1972; *Life on Mars?*, 1973; *Heroes*, 1977) ter skupine Queen.

Prav njihov video za *Bohemian Rhapsody* (1975) angleškega režiserja Brucea Gowersa so ob razmahu oddaj o tej skupini ob smrti Freddieja Mercuryja leta 1991 razglasili za prvi videospot v sodobnem pomenu besede. Pogosto navedeni argumenti so trije: prvič, da je bil to prvi videospot, posnet na dejanski video trak, drugič, da je bil to prvi videospot, ki so ga britanske TV-postaje vrtele z namenom promocije nekega glasbenega singla, s čimer naj bi se začela doba glasbenih videospotov, in tretjič, da je to bil prvi videospot, ki se je naslanjal na izrazito vizualne namesto izvedbene elemente. Kljub morebitni teži argumentov bi ta video le stežka označili za prvega, kvečjemu prelomnega, in četudi temu izdelku priznamo vse naštetе zasluge, le stežka odmislimo bogato dogajanje pred njim, zato nam *Bohemian Rhapsody* bolj priča o razvoju videospotovskih izraznih potencialov ter njegovih žanrov kot pa o njegovem ontološkem nastanku.

Le stežka namreč odmislimo bum z druge polovice 60. let, ko je na primer skupina The Beatles s švedskim režiserjem Petrom Goldmanom posnela dva ravno tako vplivna videospota, narativni *Penny Lane* (1967) in malce bolj nadrealistični *Strawberry Fields Forever* (1967), medtem ko so Dylanov *Subterranean Homesick Blues* (1967) iz Pennebakerjevega filma *Ne glej nazaj* (Dont look back, 1967) prav tako uporabili kot promocijski film. Še več, tudi to ne pomeni, da so ti izdelki prvi – morda so res bili prvi izrazito zaokroženi promocijski filmi s svojim lastnim zaokroženim konceptom, česar poprej v popularni glasbi morda ni bilo, vendar pa je glasbeni video v svoji najosnovnejši obliki vseeno obstajal. V mislih imamo predvsem posnete studijske izvedbe televizijskih nastopov glasbenikov, ki tvorijo tisto pravo osnovo za to, da so se videospoti lahko razvili v promocijskem smislu, kot ga poznamo danes. Izvor prvega glasbenega videa in njegov postopen razvoj bi v skladu s tem iskali v začetkih televizijskega medija v ZDA in v prvih varietejskih zabavnih oddajah, kakršen je bil *The Ed Sullivan Show* z začetkom predvajanja že zgodnjega leta 1948.

Georges Bermann, ustanovitelj in direktor londonskega podjetja Partizan, enega najpomembnejših produkcijskih podjetij za glasbeni video, v skladu z napisanim vznik glasbenega videa razlaga takole: »Glasbeni video se je pravzaprav začel tako, da so glasbene založbe ugotovile, da svojih glasbenih izvajalcev ne morejo nenehno pošiljati po svetu, da bi oglaševali svojo glasbo. To ni bilo več možno, ker je bilo vedno več TV-postaj. Založbe so zato začele potvarjati glasbenikovo prisotnost. Ko so pokazali glasbeni video, so rekli: 'In danes vam predstavljamo Rolling Stones!' in se pretvarjali, da so resnično na odru, a so v resnici predvajali zgolj posnetek.«¹ Če bi torej tukaj poskušali locirati samo en revolucionarno prelomni izdelek, bi bili neuspešni, ker je v vsakem primeru šlo za postopen in sistemski razvoj, propagiran s strani takratnih televizijskih studiev in glasbenih založb.

A zadevo lahko tudi s tega vidika povlečemo še malce dlje nazaj. Tudi pred ekspanzijo televizijskega medija je že med letoma 1940 in 1947 glasbeni video našel svoj izraz, namreč v vizualnih jukeboxih znamke Panoram, kjer so vrteli videospote, imenovane

soundies. Sistem je bil enak kot pri glasbenih jukeboxih, le da se je po vstavitvi kovanca namesto gramofonske plošče zavrtel 16-mm filmski trak s 3-minutnim glasbenim filmom. Naprave so v največ primerih uporabljali v nočnih klubih, za ponazoritev razširjenosti te tehnologije v ZDA pa omenimo, da so teh proto-videospotovskih filmov posneli več tisoč. Zanimivo pri tem je tudi to, da je imel eno osrednjih vlog pri razširjenosti teh naprav poslovnež Jimmy Roosevelt, sicer sin takratnega ameriškega predsednika Franklina D. Roosevelta.

Debati pa lahko na koncu dodamo še en obrat, v obliki na začetku omenjene opredelitve glasbenega videospota kot filmske forme. Ta vidik je za preučevanje videospotovske zgodovine tudi najbolj ploden za razmislek o njegovem izvoru in razvoju, čeprav hkrati bistveno razširi nabor tistega, kar bi glasbeni video v najširšem možnem pojmovanju sploh lahko bil. Namreč, če je normativnost simbioze glasbe in gibljive podobe pogoj za prepoznanje forme (proto)glasbenega videospota, potem nikakor ne moremo spregledati raznolikih vrst gradiva, kot so izseki iz glasbenih celovečernih filmov ali muzikalov ter tudi glasbeni filmi, sploh recimo glasbene študije Oskarja Fischingerja iz 30. let, brez katerih si nekaterih sodobnih smernic v glasbenem videu sploh ne bi mogli predstavljati, čeprav je šlo za filmsko vizualizacijo mojstrovin klasične glasbe.

Po tej širši filmsko-historični definiciji bi bil prvi videospot ali vsaj njegov prednik vsaka vizualna izvedba pesmi, ki ji uspe mehanska reprodukcija sinhronizacije zvoka in slike (improvizirana glasba na licu mesta v primeru nemega filma torej odpade). Tukaj bi lahko šli še daleč nazaj pred *Pevca jazz* (The Jazz Singer, 1927, Alan Crosland) in tehnologijo Vitaphone filmskega studia Warner Bros in bi iskali prvi vznik tehnologije zvočnega diska, predhodnika zvočnega filma. Tega bi našli v Gaumontovem procesu sinhronizacije zvoka in slike *chronophone* iz leta 1902, ki ga je francoska režiserka Alice Guy-Blaché po naročilu Léona Gaumonta uporabila pri snemanju več kot 400 proto-videospotov, imenovanih *phonoscènes*. Pa vendar ima tudi ta tehnologija nekje svojega prednika: to je 17-sekundni film *Dickson Experimental Sound Film*, ki ga je William Dickson ob koncu leta 1894 ali v začetku leta 1895 posnel kot test Edisonovega postopka Kinetophone v studiu Black Maria v New Jersey. Čeprav je šlo za ponesrečen poskus in je sinhronizacija glasbe in slike tisti čas spodletela, nam danes restavrirana verzija služi kot najresnejši kandidat za formalnega prednika današnjih glasbenih videospotov. Gre za isti film, ki v dokumentarnem filmu *Roza kino* (The Celluloid Closet, 1996, Rob Epstein in Jeffrey Friedman) služi tudi kot pomemben predhodnik današnjega LGBT filma.

Iskanje prvega glasbenega videa je torej proces, ki nas popelje skozi vrsto lažnih prerokov in površnih informacij do realnosti postopnega razvoja estetske forme in tehnologije. Vsa debata o prvem glasbenem videospotu ima zato precejšen pridih tistega prastarega vprašanja o kuri in jajcu – v obeh primerih ima rešitev le tisti, ki si drzne tvegati nedvoumen odgovor na to večno nerešljivo vprašanje.

1 Bermann, Georges: »Smo kreativni, drugače ne znamo«. V: *Podoba Glasba*, l.1, št.1, str. 9–12.