

Populärkulturella ikoner

En introduktion

SVEN-ERIK KLINKMANN
presenteras närmare vid följande
artikel.

Det är ett spännande mellanområde mellan teknologi, berättelser och reception som fenomenet ikoner, inte minst populärkulturella sådana, representerar. Frågan om hur man kan forska om ikoner av den här typen är fortfarande på många sätt obesvarad. Det finns en allt starkare forskningstradition som undersöker receptionen av ikoner, inte minst via studium av *fandom*, fan-gemenskaper, relationen mellan ikonerna och skaran av fans. Samtidigt är också intresset vad gäller att studera hur ikonerna blir till, hur deras ikonstatus konstrueras, vilka mekanismer som styr dessa representationer allt mer markerat i forskningssamfundet. Och någonstans i bakgrunden finns den ständiga frågan om teknologier och medier. Vilken roll spelar teknologier och medier vad gäller att skapa, förmedla, transformera ikonerna?

När det gäller populärkulturella ikoner – t.ex. sångare, band, filmstjärnor, idrottsstjärnor, politiker – handlar det nästan alltid om flera teknologier som är involverade: ljudmässiga och visuella, audiovisuella: press (det tryckta ordet), radio, grammofonskiva, tv, video, mer eller mindre åldrande teknologier. Samtidigt handlar det också om frågor som gäller verklighetsavbildning och fantasi, fantiserande, inte minst populärt fantiserande, frågor om minnesprocesser, både individuella och kollektiva.

En central fråga gäller: vad gör teknologin med ikonerna, bilderna, synligheten, representationerna? Det visar sig att svaren på den frågan bildar ett helt batteri med strategier.

Man kan nämligen påstå att teknologin *förstärker* ikonerna (ett exempel är den tidige croonersångaren Rudy Vallée som ibland sjöng genom en megafon; också för-

stärkaranläggningar kan man tänka på i sammanhanget). Teknologin *förvränger* (ekokammare, vocoder, elgitarr, steel guitar m.m.), den *intimiserar* (inte minst via mikrofonen; de populära musikformer som uppträder under första hälften av 1900-talet bygger alla på den typen av intimiseringseffekt, antingen det gäller American Popular Song, fado, tango, jazz eller chanson).

Teknologin *flerfaldigar, kopierar* (gäller nästan all modern teknologi), den *förstorar* (gäller filmduken, OK-projektapparater, datateknologi, "upplåsta" foton, reklam-bilder). Den *detrterritialiserar* rummet (något filosofen Deleuze varit inne på, inte minst i sina reflexioner kring *ritornellon*, refrängen). Men samtidigt (*re*)koloniserar medieteknologin rummet. I både radion, piratradion, radio Voice of America efter andra världskriget, vad gäller skivor, nätet kan vi iaktta båda dessa former av kolonisering.

Medieteknologin *anakroniserar* tiden. I det populära sammanhanget kan man tänka på allt från filmcykeln *Back to the Future* till *Star Wars* (som kunde kallas en nostalgisk futurologi). Också en artist som Michael Jackson som tidsmässigt är ett parallellfenomen till just *Star Wars*, vilket popkritikern Andres Lokko konstaterat i en text i *Svenska Dagbladet*, sysslar väsentligen med just nostalgiska futurologier. Det gör också på sitt sätt Kraftwerk eller varför inte Beach Boys och Prefab Sprout.

Vad gäller tidsaspekten kan man ytterligare notera att teknologin både kan antecipera och *posticipera* ett skeende, inklusive en ikon. Teknologin kan *dra ut tiden och rummet* (t.ex. avantgardekonstnärer kan låta en ton eller drone, t.ex. från ett känt musikstycke, fortsätta nästan i oändlighet) eller *komprimera rum och tid* (gäller

mycket av film). Inte minst kan teknologin *synkronisera tid och rum*, något medieforskaren David Morley diskuterat i ett par böcker (2001, 2006). Men teknologin kan också *desynkronisera tid och rum* på olika sätt (se närmare Klinkmann 2006). Medieteknologin kan också *förvränga* och *hybridisera* i en nästan ändlös spiral. Tänker man på popens audiomässiga förvrängningar finns det en uppsjö tekniker och teknologier att diskutera. Förutom den ovannämnde Rudy Vallée kan man också tänka på Sam Phillips, Joe Meek och många andra tidiga rock- och popmusiktekniker samt olika typer av eko-effekter, på gitarristen Link Wray (distortion), Phil Spector's Wall of Sound, Beatles och George Martin, Brian Wilson/Beach Boys, Motown, Philly soul, Prince, Krautrock, Kraftwerk... Eller man kan reflektera över theremin och moog, synthetizers, vocoders, space music, det sistnämnda ett område som diskuteras en hel del av den brittiske kritikern, journalisten och författaren David Toop, liksom av musiktidningen *The Wire*.

Teknologin kan också *försnabba* kommunikationen. När popikonen Michael Jackson dog den 25 juni 2009 ledde det till formliga svärmar av information på bl.a. nätet. Som *Dagens Nyheter* rapporterade hade amerikanska tidningar som *Los Angeles Times* inte fått så många klick sedan Barack Obama vann presidentvalet den 5 november 2008. Trafiken på mikrobloggen Twitter fördubblades efter nyheten om Jacksons bortgång och på Facebook tredubblades antalet klick. Men, skrev DN, ingenstans syntes popartistens bortgång lika tydligt som på musiksajter som Spotify. Dagarna efter hans död spelade Spotify-användarna hans musik trettio gånger mer än vanligt. En kort tid efter fränfallet spelades cirka tvåhundra-

tusen Michael Jackson-låtar i timmen, enligt ett utskick.

Trots att vi vet mycket om hur teknologin fungerar och också om hur ikoner blir till, upprätthålls och försvinner, är det fortfarande många aspekter av ett ikonstudium som behöver närmare undersökningar, inte minst kanske kring frågor som har att göra med vår verklighetsuppfattning, vårt ethos, våra känslöstrukturer, för att tala med kulturforskaren Raymond Williams.

”Problemet” med de populärkulturella ikonerna är att de varken är riktiga personer eller rena fantasifoster, de är någonting mitt emellan. Daniel Herwitz har beskrivit den här ”auratiska” karaktären hos ikonerna på ett slående sätt i sin ”filosofiska betraktelse” över ikonernas liv och betydelse för oss, i boken *The Star As Icon. Celebrity in the Age of Mass Consumption* (2008).

Han skriver: ”Modern fame is always compounded of the audience’s aspirations and its despair, its need to admire and to find a scapegoat for that need. But this ambivalence is played out in a unique way for the star icon, whose very appeal consists in her formulation of glow and pain” (ibid:29 f).

Glow and pain, glöd och smärta är alltså ett slags nyckelord i Herwitz’ förståelse av ikonerna. Det dubbla intresset i glöden och smärtan utgör källan till ikonestetiken, enligt Herwitz, det han kallar Diana-, Jackie-, Marilyn- och Grace Kelly-estetiken. Man kan notera att hans exempel på ikoner framför allt gäller kvinnliga sådana. Men jag ser ingen anledning till att tro att ett ikonstudium borde begränsas genusmässigt till att gälla enbart kvinnliga ikoner. Inte heller tror jag att kön och genus är ikonernas enda centrala egenskap, även om de aspekterna

av allt att döma är oerhört viktiga, framför allt då kön och genus problematiserade i olika avseenden, eftersom jag tror att ikonerna kan studeras som ett slags spegelbilder och miniatyrer av samhället, av samhällseliga, kulturella kontexter som får olika speciella vridningar och vändningar i dessa stjärnbilder och celesta röster som ikonerna utgör.

Herwitz igen: ”The star icon in general reveals the human in its range of characteristics: good, bad, ugly, desperate, fixated, blood lusty. It is a glow and pain focused around the body of the star icon” (ibid. 30).

Ett annat sätt att säga detta är att konstatera att i ikonerna sker en sammansmältning av en verklig och en fiktiv persona, eller om man så vill av mimetiska och imaginära, fantastiska element. Ikonerna är själva produktionen av just en sådan märklig legering. Det är också den egenskapen som gör ikonerna halvt mänskliga och halvt gudomliga, ger dem en speciell, unik aura, för att tala med Walter Benjamin (1936). Samtidigt gör dagens konsumtionssamhälle med sin accelererande produktion av ansikten, märken, varor och livsstilar dylika auror allt mer utslitna, nötta, förödda. Det är i paradoxen av auratiska ikoner som lyser upp vardagslivets trivialiteter och problem som stjärnproduktionen har sin kanske viktigaste narrativa motor. Samtidigt ska man, tror jag, notera just dubbelheten i rötter hos ikonerna.

Det gör att ikonerna är både historiskt förankrad, diskursivt förankrad och historielös, svävande i och genom tid och rum, transformerande genom olika medier och olika genrer, olika fiktionella modus, som vi har sett i t.ex. fallet med Diana eller med Johnny Cash (Klinkmann 2006), eller nu senast med Michael Jackson. Den

verkliga personens död, alltså den mimetiska delen av stjärnan/ikonen, kommer därför ofta att utgöra ett slags ny början, en ny födelse för ikonproduktionen, särskilt i det fall där ikonen dör ung, olycklig och på ett våldsamt och tragiskt sätt. En sådan död markerar, tror jag, ett slags elektrifiering eller uppladdning av de två polerna, glöd och smärta, och innebär ofta att stjärnans status förändras i det som kan vara en kult men också ett bredare intresse från allmänhetens sida, i något som man kan kalla ett populärt fan-tiserande.

Marsha Kinder har i en analys av Luis Buñuels filmer använt sig av en analytisk modell som alldeles tydligt har en betydande potential också vad gäller ett ikonstudium. Kinder använder själv sin modell för att ge utgångspunkter för en förståelse av interaktiva databaserade narrativer, inklusive *fan fiction*. Hon urskiljer tre olika drivkrafter på tre olika narrativa plan i Buñuels filmer.

De tre aspekterna är:

1. På den narrativa drivkraftens nivå, det som alltså driver berättandet framåt: "the reliance on incongruous objects or *hot spots*, rather than montage, as the primary means of navigating from one scene or discursive level to another".
2. På karaktäriseringens nivå: "the use of puppet-like *avatars* who are not restricted by traditional notions of consistency, psychology, or narrative logic, but whom we nonetheless find fascinating, engaging, and illuminating".
3. På intrignivån: "the creation of a *narrative field* where story possibilities seem limitless, where randomness, repetition, and interruptions are rampant, and where search engines are motored by desire".

Hot spots, avatars, narrative fields är alltså nyckelord här. Kinders fråga gäller just det som ikonerna så ofta utgör något slags svar på, dvs. "How can we create engaging interactive narratives that provide an array of pleasures both emotional and intellectual, that don't have clear-cut beginnings or endings and are full of interruptions, and that still offer a satisfying sense of drama and still make us want to return to them again and again?"

När det gäller att betrakta ikoner, dessa gäckande, påstridiga och illusoriska storheter, känns frågor om känslor, också från forskarens sida, speciellt relevanta. I en text, om jazz-, rock- och poppianisten Alan Pasqua som forskningsobjekt (Klinkmann 2007) har jag försökt analysera de känslor som kan uppstå och transformeras i tre olika, om än besläktade positioner i relation till ett kulturellt objekt som pianisten Alan Pasqua, nämligen positionerna som *fan*, som kulturkritiker och som kulturanalytisk forskare. Det jag speciellt var ute efter var att undersöka hur känslor och sentiment från fan- och kritikerpositionerna kunde tänkas överleva i någon form också i en kulturanalytisk forskning. Det intressanta och potentiellt problematiska med den här typen av forskning var då att den ofta kommer att fungera som en spegelbild av forskaren. En sådan "personlig vetenskap" (Ehn 1998:25–29) förefaller viktig inte minst i en typ av kulturanalytisk forskning som är markerat självreflexiv.

Billy Ehn (ibid. 28) framhåller att det personliga på olika sätt sipprar in i forskningen, i mer eller mindre kamouflerade former. Han skriver att arbetet med att komma underfund med sig själv, sin människouppfattning och samhällssyn utgör en väsentlig del av kunskapssökandet. Forskarens självinsikt kan, hävdar han,

bli ytterligare ett skarpslipat instrument i förståelsen av människors villkor och handlande (ibid. 29). En kalkylerad risk med studiet av populärkulturella ikoner är alltså att den bild som forskaren skapar blir ett slags mer eller mindre förtäckt självporträtt och omvänt att varje forskare därmed kommer att ge sin egen personliga tolkningsvariant av ikonerna i fråga.

I detta temanummer betraktas de populärkulturella ikonerna – som samtliga dessutom råkar vara populärmusikaliska sådana – utgående ifrån en rad olika perspektiv. Den komplicerade relationen mellan ikon och fan granskas i flera av texterna. Också det som ikonernas sångtexter, i relation till deras ikonstatus, har att berätta analyseras av flera av skribenterna. Också ikonens status i en alltmer digitaliserad värld, liksom frågor om minnande, är föremål för intresse i temanumret.

REFERENSER

- Benjamin, Walter, 1936. *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. (<http://trotsky.org/reference/subject/philosophy/works/ge/benjamin.htm>)
- Ehn, Billy, 1998. "Personlig vetenskap." I: *Forskning & Framsteg*, 2:1998, s. 25–29.
- Herwitz, Daniel, 2008. *The Star As Icon. Celebrity in the Age of Mass Consumption*. New York: Columbia University Press.
- Kinder, Marsha, 2000. *Hot Spots, Avatars, and Narrative Fields Forever: Buñuel's Legacy for New Digital Media and Interactive Database Narrative*. (http://www.filmquarterly.org/issue_5504_right.html)
- Klinkmann, Sven-Erik, 2006. *På drömmarnas marknad. Ikoner, fantasibilder och klichéer i populärkulturen*. Hedemora: Gidlunds.
- Klinkmann, Sven-Erik, 2007. "En känslornas resa. Jazzpianisten Alan Pasqua som forskningsobjekt." I: Marander-Eklund, Lena & Illman, Ruth (red.), *Känslornas koreografi. Reflektioner kring känsla och förståelse i kulturforskning*. Hedemora: Gidlunds.
- Morley, David, 2001. *Home Territories: Media, Mobility and Identity*. London: Routledge.
- Morley, David, 2006. *Media, Modernity and Technology: The Geography of the New*. London: Routledge.

SUMMARY

*Popular-cultural Icons
An Introduction
(Populärkulturella ikoner
En introduktion)*

In this special issue questions of how to interpret popular-cultural icons are addressed by several researchers. These kinds of icons are understood as highly enigmatic, representing a middle ground between mimesis and fantasy making theory and research about them especially tricky. Icons are played out in a space involving changing media technology, visibility, storytelling and reception (by fans and others). Several popular musical icons – Frank Sinatra, Dolly Parton, Beatles, Morrissey, Pete Doherty, Genesis and Spice Girls – are discussed, using a variety of theories and methods in order to bring more light on this complex phenomenon.