

Jakub Kosek

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Narracje (auto)promocyjne w wideoklipach rockowych (na przykładzie twórczości Johna Ozzy'ego Osbourne'a)

Wprowadzenie

Teledysk jako specyficzny rodzaj formy filmowej ilustrującej konkretny utwór muzyczny danego twórcy tworzony przede wszystkim w celach (auto)promocyjnych, od kilku już dekad zajmuje w kulturze rockowej znaczące miejsce. Za pierwszy wideoklip przeważnie uznaje się obraz do kompozycji *Bohemian Rhapsody* brytyjskiej grupy Queen z 1975 roku. Jednym z przełomowych w kontekście rozwoju tego typu tekstów audiowizualnych był natomiast klip *Thriller* Michaela Jacksona z 1984 roku. Warto pamiętać jednak o kinowych i telewizyjnych korzeniach zjawiska, szczególnie krótkich zapisach występów Big Boppera, promocyjnych miniaturach filmowych The Beatles z lat 60. XX wieku czy klipach emitowanych w australijskim programie telewizyjnym *Countdown*. W tym miejscu nie będzie omawiany historyczny rozwój wspomnianego medium, podjęte w artykule zagadnienia dotyczyć będą wideoklipów współtworzonych przez angielskiego twórcę, wokalistę, jednego z prekursorów zjawiska kulturowego, jakim jest heavy metal – Johna Ozzy'ego Osbourne'a.

Teledyski, w których realizacji brał udział muzyk, zarówno w okresie kariery solowej, jak i w czasie pełnienia funkcji frontmana w słynnej brytyjskiej grupie Black Sabbath, stanowią dziś swoisty kanon rockowych wideoklipów. Wiele z wykorzystywanych przez artystę motywów, symboli i konwencji stosowanych jest przez kolejne pokolenia twórców reprezentujących szczególnie takie gatunki muzyki popularnej, jak: hard rock, heavy-, thrash-, speed-, glam-, black-, czy nu metal. Na zjawisko wideoklipu warto zwrócić uwagę, m.in. w perspektywie konstruowania przez muzyków transmedialnych opowieści, wielopoziomowej autokreacji wizerunku, działań mitologizacyjnych, a także w kontekście tworzenia rockowych „struktur doświadczania i odczuwania” (Burszta 2016: 35–40).

Wideoklipy Osbourne'a – konteksty gatunkowe i (trans)medialne

W przypadku analizy wideoklipów konkretnej grupy muzycznej lub solowego artysty należy mieć na uwadze reprezentowany przez twórców gatunek. Angielski badacz Simon Frith w pracy *Sceniczne Rytuały*, zwraca uwagę na rolę etykiet w muzyce popularnej oraz obecność kategorii gatunkowych w organizacji kultury

popularnej. Socjolog dostrzega, że w proces gatunkowego etykietowania zaangażowana jest „skomplikowana gra sił muzycznych, rynkowych i ideologicznych” (Frith 2011: 113). Frith zauważa, że:

analiza gatunku musi być z przyczyn estetycznych analizą narracji. Musi się odnosić do implikowanej społeczności, implikowanego romansu, implikowanej fabuły. Badając funkcjonowanie elementów muzyki popularnej (dźwięku, tekstu, głosu, rytmu), zawsze musimy brać pod uwagę ich kod gatunkowy. Przyjemności oferowane przez muzykę popularną można pojmować wyłącznie jako przyjemności oferowane przez określony gatunek; a przyjemności związane z gatunkiem można pojmować wyłącznie jako ustrukturyzowane społecznie (Frith 2016: 124).

Badacz w omawianym kontekście przytacza również fundamentalne ustalenia muzykologa Franca Fabbriego, który twierdzi, że „gatunek muzyczny to zbiór muzycznych wydarzeń (rzeczywistych lub możliwych), których przebiegiem rządzi określony zbiór społecznie akceptowanych reguł, a także, iż reguły te można pogrupować w pięć podzbiorów” (Frith 2016: 124): po pierwsze, reguły formalne i techniczne („rządzące formą muzyczną”), po drugie, reguły semiotyczne (dotyczące komunikacji, „muzyki jako retoryki”, muzycznej ekspresji i emocji – określają one znaczenie tekstu), po trzecie, reguły behawioralne (obejmujące „szeroko rozumiane rytuały związane z występem”, akcentujące „muzyczną osobowość”, również tę pozasceniczną, np. zachowania twórców podczas wywiadów), po czwarte, reguły społeczne i ideologiczne („obejmują one społeczny wizerunek muzyka niezależny od stanu faktycznego”, np. muzyk heavymetalowy „musi szokować”), po piąte, reguły handlowe i prawne (odnoszące się do „środków produkcji gatunku muzycznego, kwestii własności, praw autorskich, wynagrodzeń i tym podobnych”). Jak jednak podkreśla Fabbri – problem tego schematycznego przeglądu „polega na tym, że implikuje on statyczny obraz gatunków z wyraźnie wytyczonymi granicami, podczas gdy w rzeczywistości gatunki nieustannie się zmieniają” (Frith 2016: 124–127). Simon Frith w podsumowaniu części pierwszej *Scenicznych rytuałów* zauważa również, iż:

W świecie muzyki popularnej dyskurs ideologiczny i społeczny nieuchronnie łączą się w **gatunku**. To reguły gatunkowe określają, jak pojmuje się pełnienie przez formy muzyczne funkcji nośników znaczeń i wartości. To one określają, jakiego rodzaju sądy są stosowne i kompetencje różnych ludzi do ich wydawania. To poprzez gatunek doświadczamy muzyki i relacji z nią związanych, łączymy to, co estetyczne, z tym, co etyczne (Frith 2016: 130).

W kontekście twórczości muzyków rockowych szczególnie istotne okazały się wzmiankowane reguły behawioralne, obejmujące „szeroko rozumiane rytuały związane z występem”, dotyczą one gestykulacji i określają, „w jaki sposób prezentuje się z jednej strony umiejętność i technikę muzyków, a z drugiej ich muzyczną osobowość” (Frith 2016: 126). Reguły te dotyczą także, m.in. badania publiczności oraz aktywności twórcy poza sceną, „zachowania podczas wywiadów, występów promocyjnych, artysty na teledyskach i fotografiach prasowych” (Frith 2016: 126).

Teledyski stanowią interesującą płaszczyznę do badań kulturoznawczych, doczekały się kilku poważniejszych opracowań, z których wyróżnić należy pierwszą poświęconą temu zagadnieniu monografię Ann Kaplan, *Rocking around the Clock* (Kaplan 1987). Amerykańska badaczka kultury współczesnej w zaproponowanej typologii wyróżniła wideoklipy „romantyczne”, bazujące na tradycji soft rocka lat 60., „społecznie świadome” (politycznie zaangażowane obrazy z lat 70.), „nihilistyczne” (związane z gatunkami, takimi jak punk czy heavy metal), „postmodernistyczne” (wykorzystujące pastisz, dwuznaczność) oraz „klasyczne”, koncentrujące się na postaci kobiety jako „przedmiotu” męskiego pożądania (Kaplan 1987). Grażyna Stachówna dzieli natomiast teledyski na podstawie ich związków z filmem (wideoklipy „filmowe”, na różne sposoby nawiązujące do konkretnej produkcji), plastyką („plastyczne”, np. animowane, odnoszące się do stylów artystycznych) i estradą („koncertowe”) (Jarecka 1999: 119 za: Stachówna 1987: 172). Marsha Kinder z kolei kategoryzuje *music videos* ze względu na dominację jednego ze składników – występu piosenkarza, opowiedanej za pośrednictwem obrazów historii lub wizji sennych – na dokumentalne, fabularne i oniryczne (Kinder 1988: 90). Urszula Jarecka zamiast typologii proponuje zaś, aby teledyski traktować, nie jedynie jako „nowy gatunek telewizyjny (czy szerzej – audiowizualny), ale przede wszystkim jako nowy język, powstały dzięki zharmonizowaniu” i syntezie muzyki, słowa i obrazu (Jarecka 1999: 122).

Na rozmaite aspekty dotyczące badania wideoklipów zwraca uwagę również Andrew Goodwin w pracy *Dancing In The Distraction Factory: Music Television and Popular Culture* (Goodwin 1992). Badacz analizuje, m.in. kwestie genologiczne klipów (inspiracje gatunkami filmowymi), kategorię spojrzenia (z kluczowym zagadnieniem voyeuryzmu), relacje zachodzące pomiędzy muzycznością a wizualnością, ale także postaci artystów czy nawiązania intertekstualne (Goodwin 1992: 85–97). Wiesław Godzic natomiast, odwołując się do typologii zaproponowanej przez Ann Kaplan dokonuje charakterystyki wideoklipów typu nihilistycznego dostrzegając, iż większość realizacji tej kategorii jest rejestracją koncertów „na żywo”, gdzie „kamera rejestruje ekstatyczne wyczyny akrobatyczne członków zespołu, ich walkę z instrumentami oraz euforyczne zachowania fanów na widowni” (Godzic 1996: 99). Medioznawca różnice pomiędzy teledyskiem nihilistycznym a romantycznym dostrzega w:

agresywnym użyciu kamery i montażu: rzeczy pokazywane są z niezwykłych kątów widzenia, przy użyciu obiektywów o krótkiej ogniskowej [...]. W wideoklipach nie będących rejestracją koncertów pokazywane są obrazy kompletnie nie powiązane ze sobą żadną linią narracyjną. Świat w tym typie jest nieustabilizowany i obcy, najbardziej częstym motywem jest dziwny pustynny krajobraz rozcinany liniami światła (tak jak to się dzieje w Ozzy Osbourne’a *Shot in the Dark* [...]) Czasami sceneria jest zupełnie pozbawiona znaków orientacyjnych: jest dziwnym miejscem zakotwiczonym „nigdy i nigdzie” (Godzic 1996: 99).

Badacz dostrzega również, że:

obrazy nihilistycznych wideo chcą przełamać tabu dominującej kultury, szczególnie na obszarze reprezentacji seksu i różnic płci. Także muzyka stara się przełamywać stereo-

typ harmonijności i melodyjności: jest właśnie niemelodyjna i dezorientująca. Miłość w nihilistycznym wideo wiąże się z rozłączeniem, separacją, sadyzmem, masochizmem i homo- oraz autoerotyzmem (Godzic 1996: 99).

Przedmiotem zainteresowań niniejszego tekstu będą teledyski lokujące się w szeroko pojętej kulturze rockowej (metalowej), warto zatem przypomnieć ustalenia Marcina Rychlewskiego, który zauważa, iż rock nie ogranicza się ani do samego tekstu utworu, ani wyłącznie do muzyki – jest zjawiskiem wielokodowym, w jego obrębie nietrudno dostrzec triadę: dźwięk – słowo – obraz. Komunikat rockowy jest „semantyczno-stylistycznym korelatem następujących elementów: muzyczno--dźwiękowego, słowno-tekstowego, ikoniczno-okładkowego oraz ikoniczno-sce-nicznego” (Rychlewski 2011: 28).

Rychlewski, analizując specyfikę rockowego przekazu dostrzega również rolę wideoklipów – stwierdza następująco:

Autoprezentacja sceniczna stanowi istotny aspekt teledysku. Nie można teledysku utożsamiać z koncertem z tej oczywistej przyczyny, że jest zaprzeczeniem koncertowej spontaniczności i stanowi zbiór starannie wyreżyserowanych sekwencji filmowych (nie mówiąc już o tym, że jego „akcja” rzadko rozgrywa się na estradzie). Niemniej o wizerunku scenicznym mówi więcej niż zdjęcie na okładce [...]. Warto też dodać, że teledysk to bodaj najbardziej samoświadoma forma kreacji scenicznego wizerunku, z tej przyczyny, iż całość można kontrolować i dowolnie korygować (tymczasem w czasie koncertu pewne zachowania wymykają się niekiedy spod kontroli z wiadomych, najczęściej alkoholowo-narkotycznych powodów) (Rychlewski 2011: 36).

Marek Jeziński zauważa natomiast, że teledyski są z jednej strony „istotnym czynnikiem kształtującym wizerunek artysty, z drugiej zaś nośnikiem światopoglądu” (Jeziński 2011: 211). Badacz dostrzega, że „dzięki zastosowaniu ilustrujących utworów ruchomych obrazów wykonawca zyskuje poszerzenie własnej oferty artystycznej o nowy wymiar. Składające się na tradycyjną piosenkę tekst oraz muzyka zostają uzupełnione o film, atrakcyjny w pierwszym rzędzie dla masowej publiczności” (Jeziński 2011: 211). Jeziński stwierdza, że praca ilustrująca utwór może przybrać różnorodne formy, zależne głównie od wykonawcy i jego programu artystycznego:

po pierwsze, obraz określonej sytuacji mającej miejsce w mniej lub bardziej zdefiniowanej rzeczywistości – proste filmowanie wykonawcy podczas pracy artystycznej (koncert, przygotowania do koncertu, praca w studio nagraniowym nad płytą) [...], po drugie, przedstawienie sytuacji fikcyjnej, naśladującej rzeczywistość – teledysk jest krótkim filmem, pokazującym jakąś historię, w której mogą brać udział aktorzy, a często role są grane przez samych wykonawców [...], po trzecie, przedstawienie sytuacji fikcyjnej, naśladującej rzeczywistość bądź nienaśladującej rzeczywistości, ilustrującej tok narracyjny zawarty w tekście piosenki, co może przybrać formę animacji niezależnej od realistycznych postaci, przedmiotów, kształtów, jednak pozostających w określonej poetyce definiowanego przez artystę ‘realizmu’ [...], po czwarte, wideo nie portretuje rzeczywistości jako takiej, ani sytuacji mimetycznej, nie posługując się narracją linearną, może bowiem przybrać formę asemantycznych abstrakcyjnych obrazów, wywołujących skojarzenia i emocje niezwiązane z narracyjnym przedstawieniem jakiegoś fragmentu

rzeczywistości, gdzie obraz pełni funkcje estetyczne, w abstrakcyjny sposób podkreślając wymowę dzieła muzycznego [...] (Jeziński 2011: 214–215).

W teledysku – jak zauważa badacz – „odbijają się kwestie, które artysta uznaje za istotne dla swego światopoglądu lub kształtowania kariery – problemy polityczne, społeczne, kulturowe, obyczajowe składają się na wymiary ideologicznej identyfikacji oraz szerszego projektu definiowania tożsamości wizualnej wykonawcy przekazywanej publiczności” (Jeziński 2011: 269).

Urodzony 3 grudnia 1948 roku w Birmingham John Ozzy Osbourne, zarówno w okresie pełnienia funkcji wokalisty w grupie Black Sabbath, jak i solowej działalności artystycznej, wielokrotnie brał udział w realizacji rozmaitych wideoklipów. W tym miejscu, ze względu na bogaty dorobek twórcy pozostaje ograniczyć się do omówienia kilku wybranych audiowizualnych tekstów kultury angielskiego artysty. W wideoklipach Brytyjczyka warto zwrócić uwagę, m.in. na reprezentacje postaci człowieka. W teledysku do utworu *Bark At The Moon* pochodzącego z płyty o tym samym tytule z 1983 roku, za którego reżyserię odpowiada David Brodsky, odbiorca dostrzega Osbourne’a w kilku wcieleniach, m.in. jako szalonego i podekscytowanego mężczyznę wkradającego się do tajemniczego laboratorium, a także jako owłosione monstrum posiadające długie, ostre zęby i spiczaste szpony.

Na wideoklip warto zwrócić uwagę w kontekście zagadnienia wielokodowości oraz transmedialności rocka. Obraz koresponduje z okładką płyty *Bark At The Moon* zainspirowaną horrorami dotyczącymi lykantropii, m.in. produkcjami, takimi jak *Amerykański wilkołak w Londynie* (1981) w reżyserii Johna Landisa, *Wolfen* (1981) Michaela Wadleigha czy *Skowyt* (1981) Joe Dantego (Brzykcy 2016: 106).



1. Okładka płyty *Bark At The Moon* Ozzy’ego Osbourne’a z 1983 roku

Źródło: <https://genius.com/albums/Ozzy-osbourne/Bark-at-the-moon> [dostęp: 15.01.2017].

Motywy, m.in. piekła, księżycy, bestii, ducha, zemsty, grozy czy śmierci – powszechnie występujące w kulturze rockowej, w twórczości Osbourne’a wykorzystywane są programowo, komponenty te przenikają się w warstwie ikonograficznej, wizualnej i tekstowej. W treści omawianego utworu padają następujące słowa:

Screams break the silence
Waking from the dead of night
Vengence is boiling
He’s returned to kill the light
Then when he’s found who he’s looking for
Listen in awe and you’ll hear him

Bark at the moon
Ha ha ha ha ha...

Years spent in torment
Buried in a nameless grave
Now he has risen
Miracles would have to save
Those that the beast is looking for
Listen in awe and you’ll hear him

Bark at the moon
Hey yeah, bark at the moon

They cursed and buried him along with shame
And thought his timeless soul had gone, gone
In empty burning hell – unholy one
But he’s returned to prove them wrong (so wrong)
Ooh, yeah baby

Howling in shadows
Living in a lunar spell
He finds his heaven
Spewing from the mouth of hell
Those that the beast is looking for
Listen in awe and you’ll hear him (<http://www.azlyrics.com/lyrics/ozzyosbourne/barkatthemoon.html> [dostęp: 15.01.2017]).

Frazy z tekstu kompozycji, takie jak „krzyki burzące ciszę”, „lata spędzone w męczarni pochowane w bezimiennym grobie”, „wycie w cieniach”, „życie w czarze księżycy” korespondują z narracją fabularną wideoklipu. Elementy historii przeplatają się z popisami instrumentalnymi gitarzysty zespołu Osbourne’a – pełne energii gitarowe sola wpływają na ekstatyczność muzyki, która z kolei potęguje żywiołowy nastrój przedstawianych w klipie wydarzeń.

Wideoklip do utworu *Bark At The Moon* rozpatrywać można jako wariację na temat opowieści Roberta Louisa Stevensona, opisaney w noweli *Doktor Jekyll i pan Hyde* z 1886 roku oraz jej licznych ekranizacji. Angielski wokalista występuje w teledysku w podwójnej roli – mężczyzny poszukującego tajemniczego eliksiru oraz budzącego strach wilkołaka, w którego przeobraził się po wypiciu roztworu. W teledysku dostrzec można zatem zjawisko transgresji, znamienne dla klipowej

działalności Osbourne'a (Kosek 2017). Kampowe, zwłaszcza z dzisiejszej perspektywy wizualne przedstawienia współtworzą idiom ceremonialny (Goffman 2006: 56) artysty i wzmacniają jego specyficzny wizerunek.

W kontekście kreowanego przez Anglika image'u warto przyjrzeć się również postaciom dziecięcym obecnym w wideoklipach twórcy. Urszula Jarecka zauważa, iż dzieci pojawiają się w klipowych przedstawieniach niezbyt często, we wspomnieniowych piosenkach i jako «dodatek» do dorosłych i nastolatków" (Jarecka 1999: 210). W twórczości Osbourne'a występują one stosunkowo często, wystarczy wymienić teledyski, do choćby takich utworów, jak *Life Won't Wait* z albumu *Scream* w reżyserii syna wokalisty Jacka Osbourne'a z 2010 roku; *Dreamer* z płyty *Down To Earth* (reż. Rob Zombie, 2001); *I Just Want You* z wydawnictwa zatytułowanego *Ozzmosis* (reż. Dean Karr, 1995) czy *Crazy Babies* w reżyserii Wayne'a Ishama z płyty *No Rest For The Wicked* z 1988r. W pierwszych zwrotkach ostatniego z wymienionych utworów Osbourne śpiewa następujące frazy:

Crazy babies never say die
Born to live on a permanent high
Flying high above the world below
They'd better come down soon
Or everyone will know

Nobody's gonna change them (change them)
They've gone over the top
Nobody's gonna tame them (tame them)
They're never gonna stop

Walk that walk
Talk that talk
Walk that walk
Talk that talk

Crazy...Babies

When they were born, they were born to be wild
Some say I'm another devil's child
Crazy babies in a world of their own
I am a crazy babe
You'd better leave me alone tonight [...] (<http://www.azlyrics.com/lyrics/ozzyosbourne/crazybabies.html> [dostęp: 15.01.2017]).

Ozzy Osbourne jako „kolejne dziecko diabła”, „szalone dziecko”, które lepiej zostawić samotne w nocy, w wideoklipie ukazany został w towarzystwie specyficznie wyglądających (długie, poszarpane włosy; sylwetki okryte zniszczonymi kawałkami tkanin) małoletnich dziewczynek. Postaci te umiejscowione w nieokreślonej lokalizacji, przestrzeni nierealnej tańczą, śpiewają i trzymają w rękach pokaźnych rozmiarów węża. Symboliczne motywy zestawione zostały z obliczami muzyków wykonujących konkretne partie instrumentalne. W „nihilistycznym” – odnosząc się do typologii Ann Kaplan – obrazie dostrzec można zatem elementy trzech wyróżnianych przez Marshę Kinder rodzajów teledysków – dokumentalnych, fabularnych oraz onirycznych.

Warto również wspomnieć o wideoklipach, które w (auto)ironiczny i humorystyczny sposób nawiązują do biografii samego Osbourne'a. W klipie stworzonym do utworu *Gets Me Through* pochodzącego z albumu *Down To Earth* w reżyserii Jonasa Akerlunda z 2001 roku, dostrzec można ironiczne aluzje autobiograficzne, m.in. nawiązujące do głośnej historii z życia muzyka – trzepoczące i następnie martwe gołębie, ale także pieniądze z nadrukowaną podobizną wokalisty czy skąpo ubrane, wyzywające kobiety, na których ciałach Osbourne ochoczo i z uśmiechem na twarzy składa autografy. Obrazom ukazującym muzyka w charakterystycznym dla niego stroju (czarne szaty, liczne, zawieszane na szyi łańcuchy i krzyże, rozmaite pierścienie oraz zdobiące palce sygnety) towarzyszą ujęcia grających na instrumentach pozostałych muzyków z zespołu. W teledysku dostrzec też można ekrany, na których rozgrywa się dodatkowa historia nawiązująca, m.in. do występów scenicznych artysty. Jak dostrzeżę Urszula Jarecka – każdy przedmiot w wideoklipie, np. lustro, plakaty, budynki, ale także akcesoria codziennego użytku, książki, meble, szyby samochodowe, czy nawet ciało ludzkie może stać się specjalnym ekranem, na którym ukazana zostaje dodatkowa akcja (Jarecka 1999: 132).

Teledyskiem, który stanowi czytelny przykład autobiograficznej narracji transmedialnej (Kosek 2016: 228) angielskiego twórcy jest obraz w reżyserii Chrisa Hafnera z 2005 roku stworzony do coveru utworu *In My Life* grupy The Beatles (z albumu *Rubber Soul* z 1965 r.), zamieszczony na płycie *Under Cover*. Warto przytoczyć tekst tej kultowej kompozycji:

There are places I remember
All my life though some have changed
Some forever not for better
Some have gone and some remain
All these places have their moments
With lovers and friends I still can recall
Some are dead and some are living
In my life I've loved them all

But of all these friends and lovers
There is no one compares with you
And these memories lose their meaning
When I think of love as something new
Though I know I'll never lose affection
For people and things that went before
I know I'll often stop and think about them
In my life I love you more

Though I know I'll never lose affection
For people and things that went before
I know I'll often stop and think about them
In my life I love you more (<http://www.azlyrics.com/lyrics/beatles/inmylife.html>
[dostęp: 15.01.2017]).

W wideoklipie Osbourne'a, odbiorca dostrzeże rozmaite obrazy ilustrujące wybrane momenty z życia i twórczości angielskiego twórcy, m.in. fragmenty nagrań

występów z grupą Black Sabbath, zbliżenia na fotografii z młodości muzyka, wycinki z gazet, filmiki ukazujące żonę i dzieci czy kadry z popularnego reality show *Rodzina Osbourne'ów*. Teledysk, mimo nastrojowego i w pewnym stopniu wzruszającego charakteru kończy się w sposób charakterystyczny dla brytyjskiego poczucia humoru artysty – ujęciem, w którym Anglik przed odejściem z ławki na której wcześniej siedział obok czytającego gazetę mężczyzny, pozwala wypróżnić się swojemu psu na nogi obcego jegomościa. Obok działań, takich jak prowokacja, ekshibicjonizm, szokowanie (wyglądem, gestami, zachowaniem), wykorzystanie (nierzadko czarnego) humoru jest jednym z elementów wizerunkowych strategii Osbourne'a realizowanych w rozmaitych tekstach narracyjnych.

Przyjrzyć warto się także teledyskowi wyprodukowanemu do utworu *God is dead?* z ostatniej wydanej przez zespół Black Sabbath płyty studyjnej zatytułowanej *13* z 2013 roku. W ponurym obrazie uwagę zwracają elementy kosmopolis, wielkiego miasta zamieszkiwanego przez ludzi różnych narodowości i kultur (Jarecka 1999: 192). Jak dostrzega Urszula Jarecka, w pojęciu tym zawiera się „koncepcja całościowego traktowania przestrzeni i zachodzących w niej zjawisk; wyobrażenie miejsca, które stanowi uniwersum – z własną ideą ładu i kolekcją praw. Praw w przypadku klipów niekiedy dość specyficznych, nieznanymi z codziennego życia” (Jarecka 1999: 192). Kosmopolis pozornie realna jako „przestrzeń konkretna i mityczna jednocześnie” scharakteryzowana została przez Jarecką na przykładzie Nowego Jorku. Jak twierdzi badaczka „w przekazie klipowym to miasto istnieje zarówno jako rozpoznawalna przestrzeń rzeczywista, fizycznie namierzalna, znajoma: skrzyżowania, parki, kolosalne budynki, konstrukcje, jak i jako przestrzeń mityczna, deformowana i nieznaną” (Jarecka 1999: 192).

We wspomnianym wideoklipie obrazy ukazujące wykonujących utwór muzyków przeplatają się ze scenami wojny i kadrami przedstawiającymi mieszkańców kosmopolis oddanych codziennym czynnościom. Teledysk koresponduje z tekstem utworu, który odczytywać można jako protest przeciwko quasi-religijnym ruchom, formacjom i instytucjom.

Lost in the darkness
 I fade from the light
 Faith of my father, my brother, my Maker and Savior
 Help me make it through the night
 Blood on my conscience
 And murder in mind
 Out of the gloom I rise up from my tomb into impending doom
 Now my body is my shrine

The blood runs free
 The rain turns red
 Give me the wine
 You keep the bread
 The voices echo in my head
 Is God alive or is God dead?
 Is God dead? [...] (<http://www.azlyrics.com/lyrics/blacksabbath/godisdead.html> [dostęp: 17.01.2017]).

Dostrzegalne są tu również motywy nietscheańskie – apollinijskość i dionizyj-skość, akty burzenia/wyzwolenia, a także słynne zdanie Fryderyka Nietzschego „Bóg nie żyje” – w tytule utworu Black Sabbath występujące jednak w nieco zmodyfikowanym wariacie pozwalającym na rozmaite interpretacje i dyskusje – z dodatkowym znakiem zapytania.

Wideoklipy współtworzone przez Johna Ozy’ego Osbourne’a stanowią dopełnienie jego wizerunku scenicznego. Zawierają owe, wskazywane przez Wojciecha Siwaka „cytaty” z estradowego image’u zespołu i obiecywaną kontynuację postaci muzyków („gwiazd rocka”) w „przestrzeni poza sceną” (Siwak 1990: 126–127). Teledyski jak, zauważa badacz, nie wykorzystują losowych znaków, lecz „odwołują się do zakorzenionych w podświadomości odbiorców kodów pragnień, wziętych z kina, telewizji czy reklamy” (Siwak 1990: 126–127). W klipowej twórczości artysty dostrzec można realizację rozmaitych kategorii – „społecznie świadomych”, „nihilistycznych”, „klasycznych”, „postmodernistycznych”, „dokumentalnych”, „fabularnych, jak i „onirycznych”. Marek Jeziński dostrzega, iż artysta świadomy kreacji własnej mitologii artystycznej (a takim niewątpliwie jest Ozy Osbourne) bierze odpowiedzialność za treści, które docierają do odbiorców, ma wtedy ona sztandarowe znaczenie, jest „czynnikiem, któremu muzyk poświęca wiele miejsca, kształtuje ową mitologię zgodnie z własnym światopoglądem, podając publiczności te wydarzenia, które mają znaczenie dla formowania kariery i jej najważniejszych etapów” (Jeziński 2014: 149–150).

Twórczość Osbourne’a w perspektywie rockowych struktur doświadczania

Na twórczość Johna Ozy’ego Osbourne’a oraz grupy Black Sabbath można spojrzeć również w kontekście tworzenia się rockowych „struktur doświadczania i odczuwania”. Wojciech Burszta zauważa, iż autorzy książki *Beyond and Before. Progressive Rock Since the 1960s*, Paul Hegarty i Martin Halliwell „podpowiadają trop związany z rockiem jako ekspresją modernizmu – kiedyś głównego nurtu, dzisiaj trwającą w mniej widocznej postaci w świecie zderzającym przeszłość i terażniejszość jako splot wielorakich zjawisk nie układających się w jasne sekwencje, ale będących „zmiennym trwaniem”. Badacz, odwołując się do koncepcji Raymonda Williama, stwierdza dalej:

W podobnym modelu postrzegania mieszczą się opowieści o strukturach odczuwania trwających wiele dekad, związanych z pierwszymi generacjami rockowej rewolucji. Chodzi, oczywiście, nie tyle o wszystkich wykonawców ciągle aktywnych na muzycznym rynku XXI w., ile raczej o tych, którzy nie tylko wywołują nostalgiczne ewokacje, ale stanowią żywe źródło identyfikacji pokoleniowej w postaci współuczestnictwa w pewnej wizji symbolicznej, dla której pretekstem i punktem wyjścia jest tradycja kontrkultury i świat wartości, które – jak w micie – przechowują się mimo upływu czasu. Grono takich twórców jest – co oczywiste – z każdym rokiem szczuplejsze i niebawem staną się oni jedynie elementem dopełnionej pamięci komunikacyjnej (a także kulturowej, zinstytucjonalizowanej, jako „struktury ostatecznie zamknięte”) (Burszta 2016: 35–40).

Wydaje się, iż twórczość Johna Ozy’ego Osbourne’a potraktować można jako istotny element struktury „odczuwania i doświadczania”, zarówno w kontekście

historii, jak i w dniu dzisiejszym światowego rocka. Wideoklipy tworzone przez angielskiego artystę, mimo że przede wszystkim służące autopromocji i utrwalaniu powszechnie znanego (kontrowersyjnego?, szokującego?, humorystycznego?) wizerunku są wciąż chętnie komentowane, udostępniane na coraz to nowszych platformach medialnych, a także w sposób mniej lub bardziej twórczy trawestowane przez licznych rockowych twórców młodego pokolenia.

Podsumowując, warto podkreślić istotną, kulturową rolę klipów angielskiego twórcy w rozwoju teledysku jako medium audiowizualnego. Wideoklipy muzyka pochodzące z lat 80. ubiegłego wieku oglądane z dzisiejszej perspektywy wydają się kampie, kiczowate, mogą wzbudzać u odbiorcy śmiech i uczucie zażenowania. Stanowią one jednak znaczące teksty kultury i obok *music videos* autorstwa, m.in. Michaela Jacksona, Queen, Pink Floyd, The Rolling Stones czy grupy, którą dowodzi Alice Cooper, tworzą kanon rockowych teledysków. We wszystkich zaś obrazach współtworzonych przez Osbourne'a na przestrzeni lat wykorzystywane były rozmaite znaki charakterystyczne dla kultury rocka, a także elementy posiadające wartość symboliczną dla przedstawicieli rockowych i metalowych subkultur. Angielski twórca jest ciągle aktywnym muzykiem, wciąż tworzy i występuje, obecnie planuje wydanie kolejnego solowego albumu. W owej specyficznej, osbourne'owskiej wizji symbolicznej współuczestniczy zatem już kilka pokoleń aktywnych fanów rocka.

Bibliografia

- Burszta Wojciech. 2016. Yes i długie trwanie w rocku. W *Kultura rocka 2. Słowo – dźwięk – performance*. J. Osiński, M. Pranke, P. Tański (red.). T. 2, Toruń. 34–46.
- Brzykcy Paweł. 2016. „Teraz historia. Kower Story”. *Teraz Rock* nr 9. 106.
- Frith Simon. 2011. *Sceniczne Rytuály. O wartości muzyki popularnej*. M. Król (przeł.). Kraków.
- Godzic Wiesław. 1996. *Oglądanie i inne przyjemności kultury popularnej*. Kraków.
- Goodwin Andrew. 1992. *Dancing In The Distraction Factory: Music Television and Popular Culture*. Minneapolis.
- Goffman Erving. 2006. *Rytuał interakcyjny*. A. Szulżycka (przeł.). Warszawa.
- Jarecka Urszula. 1999. *Świat wideoklipu*. Warszawa.
- Jeziński Marek. 2014. *Mitologie muzyki popularnej*. Toruń.
- Jeziński Marek. 2011. *Muzyka popularna jako wehikuł ideologiczny*. Toruń.
- Kaplan Ann. 1987. *Rocking around the Clock*. London.
- Kinder Marsha. 1988. „Teledyski a widz: telewizja, ideologia i marzenia sennie”. M. Chabrowska (przeł.). *Przekazy i Opinie* nr 1–2.
- Kosek Jakub. 2016. O wybranych aspektach badań (auto)biograficznych narracji transmedialnych twórców rockowych (casus Johna Oszy'ego Osbourne'a). W *Kultura rocka 2. Słowo – dźwięk – performance*. J. Osiński, M. Pranke, P. Tański (red.). T. 1, Toruń.
- Kosek Janusz, 2017. Transmedialna (auto)kreacja wizerunku prekursorów heavy metalu jako zagadnienie Metal Music Studies. W *Muzyka – Uniwersytet – Technologie – Emocje*. Kraków (tekst w druku).
- Major Barbara. 2013. *Dionizos w głanach. Ekstazy i muzyka metalowej*. Kraków.

Rychlewski Marcin. 2011. Rewolucja rocka. Semiotyczne wymiary elektrycznej ekstazy. Gdańsk.

Siwak Wojciech. 1990. Estetyka rocka. Warszawa.

Filmografia

Black Sabbath Live: Gathered in Their Masses. 2013. USA.

Fleiss Mike, M. Piscitelli. 2011. God Bless Ozzy Osbourne. USA.

Ozzy Osbourne. Memoirs Of A Madman. 2014. USA.

Ozzy Osbourne. The Ultimate Ozzy. 1986. USA.

Netografia

<http://www.azlyrics.com/lyrics/blacksabbath/godisdead.html> [dostęp: 17.01.2017].

<http://www.azlyrics.com/lyrics/ozzyosbourne/crazybabies.html> [dostęp: 15.01.2017].

<http://www.azlyrics.com/lyrics/ozzyosbourne/barkatthemoon.html> [dostęp: 15.01.2017].

<https://genius.com/albums/Ozzy-osbourne/Bark-at-the-moon> [dostęp: 15.01.2017].

Streszczenie

W artykule zwrócono uwagę na wykorzystanie wideoklipu w twórczości angielskiego prekursora muzyki heavymetalowej Johna Ozzy'ego Osbourne'a. Autor zaprezentował kluczowe typologie dotyczące badanego zjawiska, a także podjął rozważania nad działalnością brytyjskiego twórcy w perspektywie procesu autokreacji wizerunku, działań mitologizacyjnych oraz w kontekście tworzenia rockowych struktur doświadczania i odczuwania.

(Auto)promotional narratives in rock music videos (Based on the works of John Ozzy Osbourne)

Abstract

The article focuses on the music videos in the works of English precursor of heavy metal music John Ozzy Osbourne. The author presented the key typologies on the examined phenomenon, and embarked on the activities of the British composer self-creation in the perspective of the image, mythologization activities and in the context of the creation of rock structures of experience and feelings.

Słowa kluczowe: wideoklip, autopromocja, narracja, muzyka rockowa, John Ozzy Osbourne, kultura audiowizualna

Keywords: music video, self-promotion, narration, rock music, John Ozzy Osbourne, audiovisual culture

Jakub Kosek – doktor nauk humanistycznych; autor recenzji muzycznych i artykułów naukowych nt. muzyki popularnej, szczególnie związków rocka z literaturą i mediami. W 2017 roku obronił rozprawę doktorską pt. *(Auto)biograficzne narracje transmedialne twórców rockowych* na Wydziale Filologicznym Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Zainteresowania badawcze: *rock/metal music studies*, badania kulturowe, popkulturowe narracje (auto)biograficzne, komunikacja audiowizualna.