

**Henry Keazor, Thorsten Wübbena: Video thrills the radio star.
Musikvideos: Geschichte, Themen, Analysen**

Bielefeld: transcript 2005 (Reihe Kultur- und Medientheorie). 476 S., ISBN 3-89942-383-6, € 31,80

Trotz eines immer wieder – auch von akademischer Seite – geäußerten Interesses am Gegenstand des Musikvideos blieb bisher eine tiefergehende Beschäftigung mit diesem Hybridphänomen zwischen Kurzfilm, Musik und Vermarktungsstrategie weitestgehend aus. Neben einigen Artikeln in Aufsatzsammlungen und Katalogen, die einschlägige Ausstellungen begleitet haben, existierte bislang nur das von Veruschka Bödy und Peter Weibel schon 1987 herausgegebene *Clip, Klapp, Bum – Von der visuellen Musik zum Musikvideo* (Köln: DuMont), welches freilich mittlerweile eher einen historischen Wert hat. Die Gleichgültigkeit gegenüber dieser die populäre Musik seit den 70er Jahren begleitenden Erscheinung mag zum einen damit zusammenhängen, dass Musikwissenschaftlern bisweilen das Vokabular gefehlt hat, um der filmischen (Neu-)Fassung der Musik analytisch zu Leibe zu rücken, während Film- und Medienwissenschaftler die Bezüge, Images und Inhalte der heutigen Musik zu wenig verinnerlicht hatten, um die visuellen Phänomene auch an die textlichen und die Künstleridentität betreffenden Vorstellungen rückzubinden. Zum anderen kann eine Untersuchung der Videos auch von ihrer Funktion als kommerzielle, letztlich bloß zur Bewerbung von Single-Auskopplungen hergestellte Stellvertreter belastet werden.

Die beiden Autoren des vorliegenden Bandes, der eine Kunsthistoriker, der andere Kulturwissenschaftler, bringen Kenntnisse und Fähigkeiten mit, um diese Problematik ein für alle Mal hinter sich zu lassen: Ihr aus einem im Wintersemester 2003/2004 in Frankfurt/Main abgehaltenen Seminar hervorgegangener Band kann sowohl filmanalytisch bzw. -historisch als auch populärmusikwissenschaftlich auf ein höchst profundes Wissen zurückgreifen und wählt einen tiefenhermeneutischen Ansatz, der den Videoclip als einen verdichteten Konzentrationspunkt verschiedener medialer Erscheinungen im Bezugsnetz zwischen Musik, Film, Alltagskultur, Werbung und zeitgenössischer Kunst begreift. Das Herstellen von umfassenden Bezügen wird damit zur anfangs umrissenen, übergreifenden Arbeitsweise für den gesamten Band: „[G]eht man dem so unterbreiteten Angebot nach, so stößt man tatsächlich auf eine Reihe von verarbeiteten und untereinander eng verknüpften Zitaten in Text, Musik und Bild, die Anspielungen auf Filme und deren Genres generieren, die das Video wiederum zu anderen Clips [...] sowie schließlich zur Thematik zweier aufeinander folgender Alben in Beziehung setzt“ (S.17) Diese Herangehensweise muss dann auch eine weit gefasste und an externe Diskurse anschließende Untersuchung ersetzen: „Um den dabei entstehenden, vielfältigen Varianten möglichst nahe zu kommen, wurde hier auf eine elaborierte Theoriebildung verzichtet, da diese [...] den Blick auf die Phänomene oft eher verstellt bzw. einschränkt als erschließt.“ (Ebd.)

Dieses Konzept scheint sich in Bezug auf die ersten Kapitel durchaus als tragend zu erweisen. Die Einleitung skizziert zunächst die Arbeitsweise, weist auf andere Untersuchungen hin und spricht problematische Punkte der Musikvideoproduktion an: Dabei werden unter anderem die schnelle Veraltung der Clips, die Veränderung der Musikvideolandschaft durch zunehmende Angleichung von Sendern wie MTV an andere Fernsehprogramme sowie die kommerziellen Vorgaben der Hersteller erwähnt. Auch die Beispielanalysen von Clips zweier sehr unterschiedlicher Künstler, Missy Elliott und Korn, im zweiten Kapitel können überzeugen, ebenso wie der vielleicht etwas zu kurz geratene historische Rückblick, der einen Bogen spannt von Vorgängern (wie Kinetophone und Scopitone), über Trendsetter der Herstellung von Videos (wie die Beatles, Abba oder Queen), die ihrerseits das Format nur genutzt hatten, um sich zusätzliche, kräftezehrende Live-Auftritte zu ersparen, bis hin zur Etablierung einer Clipkultur mit Aufkommen der Musikfernsehsender in den 80er Jahren. Besteht im fünften Kapitel, das vom „Irak-Krieg im Videoclip“ erzählt, noch die Idee, die künstlerischen und musikalischen Reaktionen einer zumeist jüngeren Generation auf die Entscheidungen und entfesselten globalen Dynamiken, die von ihrer Elterngeneration ausgegangen sind, zu skizzieren, so werden auf den folgenden 300 Seiten nur noch die Beziehungen zwischen verschiedenen künstlerischen und medialen Bedeutungsrastern ausgespäht und festgehalten: Das Buch erzählt demnach von „Bezüge[n] zu Film und Fernsehen“ (Kapitel 6), „Schauspieler[n] und Celebrities im Videoclip“ (Kapitel 7), „Wechselbeziehungen zwischen Spielfilm und Videoclips“ sowie von „Beziehungen zwischen Videoclips und Kunst“ (8 und 9), um schließlich bei „Videos im Spannungsfeld von Computerspielen, Cartoons und Werbung“ bzw. „Videos beziehen sich auf Videos“ (10 und 11) anzugelangen. Die nicht zu langen, aber mit Endnoten überschütteten Texte (es sind nicht selten 120 Anmerkungen für 30 Seiten Text) werden in ihrer kumulativen Dichte manchmal leider zu einer Tour de Force für den Leser, gerade weil die Autoren versuchen, jeden möglichen Bezug und jede Ambivalenz in Bild und Ton festzuhalten, was bisweilen auch zu einer wortwörtlichen Wiederholung einzelner Feststellungen führt. Damit reicht der Band leider gelegentlich nicht in die anvisierte analytische Tiefe, sondern eher in eine ausufernde, den Leser oft hinter sich zurücklassende Breite. Die interkulturellen Beziehungen, die der Videoclip in der westlichen Kultur etabliert hat, werden so zwar Stück für Stück abgegrast, aber andere Aufschluss versprechende Aspekte geraten völlig aus dem Blick, die – um ein Gegenbeispiel zu nennen –, in der von Rotraut Pape und Christoph Dreher realisierten Doku-Serie über Videoclips, *Fantastic Voyages* (2001), eine Rolle gespielt haben. Hier wurden insgesamt größere Kreise gezogen und damit Kontexte angeschnitten, die auch die intertextuelle Selbstbezüglichkeit, die als einzige Konsequenz aus dem vorliegenden Band erwächst, vernachlässigen: In den einzelnen Folgen der Serie ging es unter anderem um den Körper im Videoclip – einschließlich genderspezifischer Fragestellungen –, um die Möglichkeit,

im Video auch narrativ zu arbeiten und damit über die bloße Performance eines Künstlers hinauszugehen, oder um die Vorstellung der (SF-)Utopie und den daran anknüpfenden Topos des amerikanischen Afro-Futurismus' und seiner heutigen Reflexionen im HipHop-Video.

Neben der Engfassung jener zu Anfang festgestellten und später ausgemalten konstanten Bezugnahme des Musikvideos zu Film, Fernsehen, Comics, Kunst und Werbung werden aus den von Keazor und Wübbena angestellten Analysen keine weiteren Konsequenzen gezogen. So liest sich in dem Band eine Analyse nach der nächsten, wobei immer genauestens Kontext des Videokünstlers und der/des Musikers angegeben werden: Aber leider ist die Summe der einzelnen Teile nicht mehr als das Ganze. So endet das Buch auch mit dem letzten Kapitel über Clips, die sich auf andere Clips beziehen, ohne zu einem Fazit zu kommen oder eine Schlussbemerkung die gesammelten Analysen zusammenführen zu lassen - aus dem angehäuften Wissen lässt sich scheinbar keine Bilanz ziehen. Gerade hier hätte die Orientierung an einer (durchaus weit gefassten) theoretischen Grundlinie dem Unterfangen sicherlich nicht schlecht getan.

Dabei bleibt auch noch anzumerken, dass das Buch durch seine sprachliche und orthografische Fassung die ohnehin bisweilen schwierige Lektüre nicht gerade erleichtert: Fast jeder Satz enthält das selbstvergewissernde „ja“ und dem Kölner Medienwissenschaftler Siegfried Zielinski werden gleich drei verschiedene Schreibweisen seines Namens zuerkannt (von Zielinsky über Zielinski bis Zielinski). Auch Filmtitel - am Witzigsten erscheint noch Spielbergs *Close Encounters of the third Mind* anstelle von *Kind* (1977) - und Künstlernamen (Lelouche statt Lelouch) werden eher nach Belieben denn nach sprachlicher Richtigkeit verwendet.

Mit dem Band wird demnach ein interessantes Unterfangen anvisiert, ohne dass das selbst gesteckte Ziel allerdings erreicht werden würde. Die hier vorliegende, eher lose Sammlung von aufschlussreichen Analysen kann vielmehr als weiterer Baustein auf der Suche nach der - so der Untertitel der Sendereihe von Dreher und Pape - „Kosmologie des Musikvideos“ verstanden werden.

Florian Mundhenke (Marburg)