

Andreas Wagenknecht

## Kathrin Dreckmann (Hg.): Musikvideo reloaded: Über historische und aktuelle Bewegtbildästhetiken zwischen Pop, Kommerz und Kunst

2023

<https://doi.org/10.25969/mediarep/19339>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Wagenknecht, Andreas: Kathrin Dreckmann (Hg.): Musikvideo reloaded: Über historische und aktuelle Bewegtbildästhetiken zwischen Pop, Kommerz und Kunst. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 40 (2023), Nr. 1, S. 83–85. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/19339>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

### Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

**Kathrin Dreckmann (Hg.): Musikvideo reloaded: Über historische und aktuelle Bewegtbildästhetiken zwischen Pop, Kommerz und Kunst**

Düsseldorf: düsseldorf up 2021 (acoustic studies düsseldorf, Bd.3), 235 S., ISBN 9783110727180, EUR 39,95

Dass das Musikvideo nach dem Aus von Musiksendern wie VIVA oder der Umgestaltung von MTV nicht tot ist, beweist die Fülle an Musikvideos auf YouTube und TikTok oder in den sozialen Medien. Hier werden die klassischen und aktuellen Musikvideos nicht nur distribuiert und archiviert, es entstehen vielmehr zahlreiche neue Formen – wie beispielsweise *Lip-Sync*-Videos –, die das ohnehin schon weite Feld des Musikvideos erweitern und vital halten. Die damit einhergehenden Auswirkungen auf die einerseits begriffliche Fassung des Musikvideos sowie andererseits auf dessen Ästhetik, Verbreitung, Rezeption und kulturellen Impact reflektiert der vorliegende Band auf beeindruckende Weise. So vereint der von Kathrin Dreckmann herausgegebene Titel Beiträge aus kunst-, medien-, literatur-, theater-, film- und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive von vorwiegend nationalen, aber auch internationalen Autor\_innen. Die Artikel sind nicht – wie leider häufig in Sammelbänden – einfach mehr oder weniger zufällig kompiliert, sondern sie sind orchestriert und ergeben innerhalb der vier Teile des Buches sinnvolle Einheiten, die wiederum vermittelnd und ergänzend zueinander in Beziehung stehen.

So subsumiert „Teil I: Zur Epistemologie und Medienarchäologie des Musikvideos“ einen Artikel von Peter Weibel und einen von Dieter Daniels. Weibel veranschaulicht eindrucksvoll die Tradition der mathematischen Grundlagen der Musik beziehungsweise des Komponierens und zieht so eine Verbindung zwischen klassischen und neuen Praktiken der Medienkunst, die auf mathematischer beziehungsweise programmierter technischer Basis visuelle Informationen computervermittelt in Musik (um)wandeln. „Denn die audiovisuelle Medialisierung von Musik auf der Basis von Mathematik und naturwissenschaftlichen Gesetzen stellt einen integralen Teil der Musikgeschichte dar, der in neuen, intermedial und digital beeinflussten Kompositionstechniken der Gegenwart erweitert wurde und deren Einfluss heute kaum mehr von der Hand zu weisen ist“ (S.22). Naturwissenschaftliche Gesetzmäßigkeiten im Sinne der Verarbeitung und Speicherung von elektrischen Signalen sind, wie Daniels berichtet, auch die Grundlage der Fassung und Herleitung des Musikvideos als erstem genuin audiovisuellem Medium. Damit schließt der Autor einerseits an Weibel an, andererseits nimmt er eine grundsätzlich andere Perspektive auf die Genese des Musikvideos ein, denn seine Ausführungen stellen die Musikalität des Visuellen in den Mittelpunkt, die sich (technisch) daraus ergibt, dass „akustische und visuelle Informationen [...] gleichermaßen als elektrische Signale verarbeitet und gespeichert“ (S.25) werden.

Hier wird deutlich, dass beide Artikel starke Solitäre sind, die dennoch miteinander korrespondieren. Da sich zusätzlich auch zwischen den einzelnen Kapiteln und Artikeln inhaltliche Verbindungen zeigen, endet der *flow* des Bandes nicht innerhalb der einzelnen Teile, sondern bleibt darüber hinaus synthetisierend erhalten. Daniels argumentiert beispielsweise in seinem Artikel nicht nur theoretisch, sondern er verdeutlicht die Genese der genuinen Audiovisualität des Musikvideos als eine Engführung von analogem und digitalem Musikvideo auch mittels der konkreten Analyse zweier Videos der Musikerin Grace Jones. Diese Thematisierung der subversiven Kunst von Grace Jones schafft eine Anknüpfung an den darauffolgenden Beitrag von Renate Buschmann. Dieser gehört zwar bereits zu „Teil II: Pop und Subversion: Gegenkulturelle Prozesse der Aneignung“, schließt aber durch seinen Fokus auf das Musikvideo als Teil der medialen Gegenkultur an das Moment der Subversion in den Ausführungen von Daniels an. Dass dies so ist, sei ausdrücklich positiv herausgestellt und ist dem geschickten Kuratieren der Texte durch die Herausgeberin geschuldet, was im Zusammenhang mit ihrer Expertise zum Thema ‚Musikvideo‘ steht. Diese zeigt sich bereits in Dreckmanns einleitendem Aufriss der Geschichte und des *status quo* des Musikvideos, der den Band eröffnet. Zur zusammenhängenden Struktur und inhaltlichen Dichte des Bandes leisten auch die anderen neun Artikel nicht minder

einen Beitrag. Diese Texte reflektieren beispielweise die politischen und gesellschaftskritischen Botschaften aktueller Musikvideos (Ann-Kathrin Allekotte), verdeutlichen deren intertextuelle Komplexität aus filmischen, literarischen und selbstreferentiellen Referenzen und Zitaten (Dorota Filipczak) oder verweisen auf die Affinität von aktuellen Avantgardemusiker\_innen zum Musikvideo (Anna Schürmer). Exemplarisch für das durchweg hohe Niveau und die Qualität der Artikel möchte ich abschließend den Beitrag von Simon Rehbach erwähnen, der die Hybridität des Musikvideos anhand der Inszenierung von Sport diskutiert

und dabei Theorie und Empirie beeindruckend verbindet.

*In nuce* macht die orchestrierte Einheit der Vielfalt die Lektüre des Bandes einerseits kurzweilig und erzeugt andererseits einen Lesefluss, der auf positive Art und Weise vergessen lässt, dass es sich hier um einen hochgradig wissenschaftlichen und theoretischen Band zum aktuellen Stand der Forschung zum Musikvideo handelt und nicht um ein populärwissenschaftliches Buch, was dem populärkulturellen Phänomen ‚Musikvideo‘ auf facettenreiche Art und Weise mehr als gerecht wird.

*Andreas Wagenknecht (Mannheim)*