



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Reused Footage und Amateurfilm-Ästhetik im Musikvideo-Clip“

verfasst von / submitted by

Peter Lindorfer Bakk.phil.

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien, 2018 / Vienna 2018

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066 581

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Masterstudium
Theater-, Film- und Mediengeschichte

Betreut von / Supervisor:

Dr. Manfred Öhner

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
2. Hauntology und das Retro-Phänomen	3
2.1. Einführung	3
2.2. Hauntology und die verlorene Zukunft	5
2.3. Exkurs: Hauntologische Musik	7
3. Musikvideo	13
3.1. Einführung und Definition	13
3.2. Wahrnehmung von Musik und Bild: Audiovisualität	16
3.3. Montage und Inszenierungsstrategien im Musikvideo	19
3.4. Historische Entwicklung des Musikvideos	23
3.5. YouTube: DIY-Kultur und Remix-Ästhetik	29
4. Reused Footage	35
4.1. Found Footage: Begriff und Einsatz im Film	35
4.2. Reused Footage-Montage im Musikvideo	38
4.3. Home Movies und ihre Besonderheiten	41
4.4. Super-8 und falsche Erinnerungen	46
5. Analyse der Musikvideos	49
5.1. Analyseinstrument	49
5.2. Lana Del Rey – „Video Games“	54
5.3. Beirut – „Postcards from Italy“	62
5.4. Rhye – „3 Days“	68
5.5. Brief Candles – „Terry Nation“	73
6. Resümee	79
7. Quellenverzeichnis	85
7.1. Bibliographie	87
7.2. Online-Quellen	87
7.3. Sonstige Quellen	89
7.4. Abbildungsverzeichnis	89
8. Anhang	90
8.1. Zusammenfassung (deutsch)	90
8.2. Abstract (englisch)	91

1. Einleitung

Begibt man sich heutzutage auf die Suche nach neuer und aufregender Musik, wird man den Eindruck nicht los, es sei alles schon mal dagewesen. Was sich in der kontemporären Populärkultur auch in den Bereichen Film oder Mode beobachten lässt, schlägt sich nirgends so deutlich nieder wie in der Musiklandschaft. Während Retro-Trends in verschiedenen Genres vor einigen Jahren noch als solche betitelt und beworben wurden, ist dieses Label mittlerweile völlig abhanden gekommen – ganz einfach deshalb, weil es keine wirklich „neuen“, zeitgenössischen Alternativen mehr zu ihnen gibt. Ohne das Talent und die Fähigkeiten von KünstlerInnen wie Amy Winehouse, The Strokes oder den Arctic Monkeys klein reden zu wollen, könnte ihre Musik in den 1970er oder 1980er Jahren schon genauso geklungen haben. Wesentliche Elemente, die man als zeitgenössisch bezeichnen könnte, finden sich darin nicht. Dass kulturelle Innovationen fehlen, kann man an den detailgetreuen Imitationen bestimmter Vintage-Stilrichtungen, die teils absichtlich in schlechter Qualität aufgenommen werden, um veraltete Studiotekniken nachzuahmen (Stichwort „Lo-fi“), genauso ablesen, wie an scheinbar modernisierten Varianten in Form von Remixen, die sich aber meist darauf beschränken, dass bekanntes und erprobtes Liedgut um elektronischen Bass und Schlagzeug verstärkt wird. Sogar in der elektronischen (Dance-)Musik, die in den 1990er Jahren ihren Siegeszug begann und erst in den vergangenen Jahren den Sprung in den Mainstream komplett vollendet hat, ist mittlerweile ständig von Revivals die Rede, und MusikproduzentInnen beginnen bereits jetzt die Stilmittel früherer Tage wiederzuverwerten und neu zu verpacken.

Die Vergangenheitsverliebtheit in der Populärkultur macht natürlich nicht bei der Musik selbst halt, sondern lässt sich am gesamten Bereich der für die Branche üblichen Art der gezielten Imagebildung beobachten, die bekanntermaßen zu einem großen Teil, und wahrscheinlich mehr denn je, über visuelle Faktoren funktioniert. Ein enorm bedeutendes Werkzeug ist dabei nach wie vor das Musikvideo, welches seinen Platz im Fernsehprogramm weitgehend aufgegeben hat und nun als Teil des schnelllebigen, multimedialen Kaleidoskops in Erscheinung tritt, das wir online auf YouTube, Facebook, Instagram und Co. beobachten. Das Musikvideo ist ein Instrument für Plattenfirmen und Musiklabels, wie auch für autonom arbeitende KünstlerInnen, um ihre Musik mit visuellen Werten zu verknüpfen und dem Publikum optisch zu präsentieren, um ihr, im wahrsten Sinne des Wortes, ein Gesicht zu geben. Dabei nimmt es einen speziellen Platz zwischen Kommerzialität und Kunst ein, an welchem es bereits verschiedene Entwicklungsstufen und Medien bzw. Distributionskanäle

durchlaufen hat: Von der Forschung, nach seinem faktischen Verschwinden aus dem Fernsehen, bereits für tot erklärt, erfreut es sich auf YouTube ungebrochener Beliebtheit und wird mehr und mehr auf mobilen Endgeräten abgerufen.¹ Nach wie vor nimmt die Gattung Musikvideo einen essentiellen Stellenwert im Rahmen von Strategien zur Bewerbung und Verbreitung von Musik ein. Dabei ist es denselben beträchtlichen Umwälzungen und Veränderungen unterworfen, die die ganze Musikindustrie beschäftigen, seitdem das Internet seinen Siegeszug angetreten hat. Bei all dem betriebenen Recycling im Rahmen der uns umgebenden Retromanie ist es naheliegend, dass die oben beschriebenen Konzepte auch auf Musikvideos angewandt werden und damit der Versuch unternommen wird, sich für Imagewerte und identifikatorische Anknüpfungspunkte bei den kulturellen Erzeugnissen vergangener Tage zu bedienen.

Musikvideos aus recycelten Bildern sind ein Phänomen, das nicht neu ist und auch in den früheren Tagen der Gattung zum Vorschein kommt. In der Ausformung, in der es heutzutage zum Einsatz gebracht wird, weist es aber eine besondere Dimension auf. Es handelt sich um einen wenig beachteten Zugang, der sich im Moment irgendwo zwischen einer allgegenwärtigen Flucht in die Vergangenheit und der Suche nach dem „next big thing“ im Internet abspielt. Eine Quelle für Material, für die sich dabei eine besondere Vorliebe beobachten lässt, ist der Amateurfilm der alten Schule: Plötzlich tauchen private Familienfilme, Urlaubsvideos und weitere Arten filmischer Erinnerungsstücke in Form von Musikvideoclips wieder auf und werden von Millionen Menschen angesehen, obwohl sie in völlig anderen Zusammenhängen und für ein Publikum von einigen wenigen Personen aufgenommen wurden. Das erste optische Wiedererkennungsmerkmal der mittlerweile weltberühmten Sängerin Lana Del Rey, die in ihrer Musik und mit ihrem Erscheinungsbild Einflüsse aus vergangenen Jahrzehnten aufgreift, waren die von ihr selbst gestalteten Musikvideos, die sich zum Großteil aus wiederverwerteten, alten Amateurfilmen zusammensetzen. In ihrer Ausführung, merklich unprofessionell realisiert, lösten sie Begeisterungstürme und höchst emotionale Reaktionen beim Publikum hervor. Die Clips verschafften Del Rey eine enorme Bekanntheit und – glaubt man die Geschichte ihres Werdegangs, die sie in Interviews beschreibt – ihren ersten Plattenvertrag. Nach der rasend schnellen Verbreitung ihres Musikvideos zu „Video Games“, über einschlägige Blogs im Internet, folgte eine breite Diskussion rund um die Authentizität der Sängerin.² Stammte das

¹ vgl. Keazor Henry/Wübbena Thorsten (Hrsg.): Video thrills the radio star. Musikvideos: Geschichte,

² vgl. Hopper, Jessica: Deconstructing Lana Del Rey. In: Spin.

<https://www.spin.com/2012/01/deconstructing-lana-del-rey>, 30.01.2012. S. 1f. (06.08.2017)

Konzept tatsächlich von ihr selbst, oder handelte es sich doch um den Teil einer ausgeklügelten Marketingkampagne?

In der vorliegenden Arbeit soll ergründet werden, was die Strategien und Beweggründe dahinter sind, Home Movies und anderes, bereits bestehendes Filmmaterial, in Musikvideos wiederzuverwerten. Welches Material wird dabei für welchen Zweck verwendet, und wo kommt es her? Welche Arten von Musik, und künstlerischen Positionen werden dabei vorrangig unterstützt und in einen Zusammenhang gebracht? Welche besondere Ästhetik und emotionale Sprache wird dabei entwickelt, was sind die Qualitäten und die Aussagekraft der jeweiligen Arten von Footage? Vier Musikvideos, die auf recyceltem Footage basieren, sollen in dieser Arbeit als schlaglichtartige Perspektiven auf das Thema analysiert und auf Gemeinsamkeiten sowie Unterschiede abgeklopft werden, um zu klären, was genau die Motive und Ausgangspunkte dafür sind, entsprechendes Material zu verwenden, sowie welche Stimmungen und Effekte es bei seinen Sehern erzeugen soll. Hängt das Erscheinungsbild dieser Clips mit der uns umgebenden Retrokultur zusammen, und wenn ja, auf welche Weise? Die Zuschreibungen, Gefühle, jugendkulturellen Faktoren und Imagewerte, die in der heutigen retro- und zitatefixierten Populärkultur durch die Beschaffenheit dieser Clips vermittelt und angesprochen werden, sollen gefunden, benannt und ausgelotet werden.

2. Hauntology und das Retro-Phänomen

2.1. Einführung

Die Zeit eröffnet einen Artikel über die erwähnte Sängerin Lana Del Rey, deren Werk in dieser Arbeit als Untersuchungsgegenstand eine wichtige Rolle spielt, mit der Zeile: „Pop hat den Glauben an die Zukunft verloren. Es ist längst nicht mehr die Frage, ob die Vergangenheit recycelt wird, sondern nur noch, wie”.³ Woher kommt die enorme Begeisterung, ja Fixierung, der Popkultur auf ihre Vergangenheit, die sich etwa seit dem Millennium immer stärker bemerkbar macht? Meine Ausführungen im Zusammenhang mit dem Phänomen der uns allgegenwärtig umgebenden Retro-Kultur stützen sich auf die Theorie des britischen Kulturtheoretikers und Musikjournalisten Mark Fisher. Für ihn ist der Begriff „Retro” selbst mittlerweile ausgehöhlt und nichtssagend. Er stellt fest, dass es zur Musik von etwa Amy Winehouse oder den Arctic Monkeys keine kontemporären Konkurrenzangebote

³ Ziemer, Jürgen: Der Glanz der alten Tage. In: Zeit Online. <http://www.zeit.de/2011/41/M-Lana-del-Rey>, 6.10.2011. S. 1. (10.07.2017)

mehr gibt: „Der Retromodus ist heute zum Standard geworden. Und wenn alles retro ist, ist es völlig sinnlos, bestimmte Phänomene überhaupt noch als retro zu bezeichnen“. Und: „Diese Sachen wollen ganz klar retro klingen – aber sie werden nicht so beworben. Warum nicht? Weil es keine echten zeitgenössischen Alternativen dazu gibt“.⁴

In seiner Aufsatzsammlung „Gespenster meines Lebens“ erläutert Fisher seine Ansätze zur Erklärung von aktuellen Tendenzen in Popkultur und Musik im 21. Jahrhundert.⁵ Er ortet eine „kulturelle Depression“ und führt Entwicklungen wie den Retroboom und eine allgegenwärtige Nostalgie darauf zurück, dass auf kultureller Ebene, kurz gesagt, die Zeit stehen geblieben sei. Der Grund: Es fehle an Visionen einer utopischen, besseren Zukunft und infolge dessen kommt es zu keinen kulturellen Innovationen oder Schocks mehr. Technische Innovation wird zwar weiter vorangetrieben, lässt sich aber nur noch an Datenvolumen, Versionen und Codes festmachen – nicht mehr über originäre Veränderungen oder Neuheiten im künstlerischen Output. Bis etwa zur Jahrtausendwende brachte jede Generation ihre ureigenen kulturellen Errungenschaften hervor, was seit einer Dauer von etwas mehr als einem Jahrzehnt (Fisher nennt in dem Zusammenhang 2003 als Zeitmarke⁶) nicht mehr der Fall sei.

„In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts ist es in der Popmusik immer wieder zu eigentlichen Zukunftsschocks gekommen, zu kulturellen Brüchen. Damals wurden wir regelmässig entführt von etwas, was uns völlig fremd erschien – mit der Folge, dass wir unsere Vorstellung davon, was Kultur ist, immer neu kalibrieren mussten. In diesem Sinn haben wir tatsächlich das Ende der Geschichte erreicht“.⁷ All das hat für ihn verschiedene Gründe, auf die ich in weiterer Folge im Detail eingehen werde. Des Weiteren konstatiert Fisher: „Ich glaube tatsächlich, dass die Jugendkultur in gewissem Sinn verschwunden ist. Und das, was von ihr übrig bleibt, ist umgeben von einer gewissen Melancholie: Heute streifen die Jungen durch die Überreste der bestehenden Kultur und rezyklieren Stilmittel, von denen viele schon vor ihrer Geburt etabliert waren“.⁸ Die für ihn wesentlichen Gründe für diese Veränderung, werden in weiterer Folge im Detail beleuchtet.

⁴ Keller, Florian: Die Zeit hat ihren Geschmack verloren. Interview mit Mark Fisher. In: WOZ Die Wochenzeitung. <https://www.woz.ch/-5a08>, 19.02.2015. (20.10.2016)

⁵ Fisher, Mark: Gespenster meines Lebens. Depression, Hauntology und die verlorene Zukunft. Berlin: Verlag Klaus Bittermann, 2015.

⁶ vgl. Keller 2015.

⁷ ebda.

⁸ ebda.

2.2. Hauntology und die verlorene Zukunft

In „Gespenster meines Lebens“, arbeitet sich Fisher an einer Reihe völlig verschiedener kulturellen Zeugnisse ab, darunter Film, Fernsehserien, Literatur und natürlich Musik. Er führt sie wie Indizien ins Feld, um seine Annahmen zu stützen, hütet sich aber davor, allzu strenge Grundsätze zu formulieren oder den Anspruch auf Allgemeingültigkeit bzw. Unumstößlichkeit seiner Positionen zu erheben. Vielmehr verknüpft er persönliche Erfahrungen mit gesellschaftspolitischen Ereignissen und Entwicklungen, die er mit seinen scharfsinnigen Beobachtungen der Popkultur kurzschließt. Das Buch, welches sich aus einer Reihe von Weblog-Einträgen heraus entwickelte, funktionierte letztlich auch als eine Selbsttherapie für den Autor, um mit seinen Depressionen umzugehen, die eng mit seinem persönlichen Gefühl einer verlorenen Zukunft verbunden sind – in diesem Bedeutungszusammenhang ist auch der Titel zu verstehen. Um dieses Gefühl zu beschreiben, führt er den Begriff „Hauntology“ (frei übersetzt: „Spukologie“) ein, der von Derrida in dessen Buch „Marx' Gespenster“ geprägt wurde. Fishers Hauntologie wird zu einer Art „Lehre vom Spuk“ ausgedehnt, wobei hier keine Spukgespenster im landläufigen Sinn gemeint sind, vielmehr geht es um den Versuch, Kräfte zu erklären, die wirken, obwohl sie physisch oder körperlich nicht vorhanden sind. Fisher hält in diesem Zusammenhang fest: „Alles Existierende verdankt seine Möglichkeit einer ganzen Reihe von Absenzen, die ihm vorausgehen, es umgeben und ihm Konsistenz und Intelligibilität überhaupt erst erlauben“.⁹ Damit bricht er den Begriff auf „das Wirken des Virtuellen“ herunter, das er in unserer spätkapitalistischen Realität allgegenwärtig sieht. Dabei kann diese virtuelle Kraft in der Zukunft oder in der Vergangenheit liegen: „Das von Marx und Engels in den ersten Zeilen des *Kommunistischen Manifests* beschworene ‚Gespenst des Kommunismus‘ ist genau solch ein Spuk: eine Virtualität, die durch ihr angedrohtes Kommen bereits dazu beiträgt, den gegenwärtigen Zustand zu untergraben“.¹⁰ Fisher ist nicht der einzige, der den von Derrida geprägten Begriff der Hauntologie, im Zusammenhang mit aktuellen kulturellen Phänomenen als theoretischen Ausgangspunkt sieht. Die britische Tageszeitung The Guardian hat 2011 sogar einen regelrechten Trend zur Hauntologie geortet: „Hauntology is probably the first major trend in critical theory to have flourished online. In October 2006, Mark Fisher – aka k-punk – described it as ‚the closest thing we have to a movement, a zeitgeist‘. A mere three years later, Adam Harper prefaced a piece on the subject with the following caveat: ‚I'm all

⁹ Fisher 2015, S. 29.

¹⁰ ebda, S. 31.

too aware that it's no longer 2006, the year to blog about hauntology'. (...) Today, hauntology inspires many fields of investigation, from the visual arts to philosophy through electronic music, politics, fiction and literary criticism. At its most basic level, it ties in with the popularity of faux-vintage photography, abandoned spaces and TV series like Life on Mars".¹¹

Hauntology ist also als Krise von Raum und Zeit zu verstehen, die u.a. darauf zurückgeführt wird, wie modernen „Tele-Technologien“ und Mediengebrauch unser Leben verändert haben. Es passiert nicht weniger als die Kollabierung von Raum und Zeit, wenn räumlich weit entfernte Ereignisse im selben Augenblick an ein Publikum übertragen werden (sei es über Fernsehen, Radio oder Internet). Fisher: „Doch begegnen wir hier einem Motiv, warum im ersten Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts Hauntology und Popkultur zueinander in Beziehung gesetzt werden sollten: Es war der Moment, da das Internet begann, Rezeption, Distribution und Konsum in der Kultur – und insbesondere der Musikkultur – in einem bislang unbekannten Ausmaß zu dominieren”.¹² Das gilt natürlich auch und im speziellen für die Produktion und Rezeption von Musikvideos. Heute ist diese Kollabierung von Raum und Zeit auf die Spitze getrieben, seit sich in westlichen Gesellschaften internetfähige Mobiltelefone als allgegenwärtige Begleiter durchgesetzt haben. Allgemein bekannt sind Metaphern wie „Zombie-Apokalypse“ oder „Schlafwandler“, für die Massen im öffentlichen Raum, die den Blick fest auf den Handybildschirm verhaftet haben. Dieses Massenphänomen bringt weitere Probleme für die innovative Kulturproduktion mit sich: Die neuen Medien (allen voran das Smartphone) machen es immer schwerer, uns lange auf eine bestimmte Sache zu konzentrieren oder uns in etwas zu verlieren. Fisher sieht unsere immer kürzer werdenden Aufmerksamkeitsspannen, ständige Ablenkung und einen „Zustand der permanenten Unterbrechung“ als problematisch für die Erschaffung von Neuem. Um in einem kreativen Prozess etwas Neues zu erschaffen, bedarf es einem Zustand der Trance, der in seinen Augen in der heutigen Zeit immer schwerer erreicht wird. Auf der anderen Seite führt Fisher seine argumentative Kette wieder auf politisch-ökonomische Gründe zurück: Der Neoliberalismus als vorherrschende Ideologie im Westen drängte die Errungenschaften des Sozialismus in den letzten Jahrzehnten immer weiter zurück, Sozialleistungen und Absicherung schwinden. Dabei waren es nach Fishers Ansicht gerade Errungenschaften wie Stipendien,

¹¹ Gallix, Andrew: Hauntology: A not-so-new critical manifestation. In: The Guardian. <https://www.theguardian.com/books/booksblog/2011/jun/17/hauntology-critical>, 17.06.2011. (3.7.2017).

¹² Fisher 2015, S. 33.

Wohnungszuschüsse oder die Duldung von besetzten Häusern, die den nötigen Freiraum bzw. die nötige freie Zeit als Grundlagen für kreatives Kulturschaffen ermöglichten.¹³ „Hauntology sehnt sich dabei nicht nach einer bestimmten Zeit, sondern es geht dabei um das Wiederanknüpfen an Prozesse der Demokratisierung und Pluralisierung (...)“.¹⁴ Ein wichtiger Punkt: Hauntology ist klar zu unterscheiden von einer Nostalgie im Sinne von „früher war alles besser“ – der Sehnsucht nach einer vergangenen Zeit selbst, zu der ich weiter unten noch komme. Vielmehr bezeichnet sie das Bewusstsein darüber, dass eine mögliche, in der Vergangenheit lebendige Vision der Zukunft verloren ging und nie eintreten wird. „Das Geisterhafte speist sich nicht länger aus der tödlich süßen Verlockung der Nostalgie. Es geht nicht mehr um eine Sehnsucht nach der Vergangenheit, sondern um die Unfähigkeit, ihr zu entkommen“.¹⁵

2.3. Exkurs: Hauntologische Musik – Tricky, Burial

Die beschriebene Krise schlägt sich laut Fisher auf das gesamte kulturelle Umfeld nieder.¹⁶ Er bezieht Hauntology im Verlauf seiner Argumentation auf Musik und künstlerische Positionen. Er bezeichnet die Musik einer Reihe von KünstlerInnen als hauntologisch, in deren Songs er eine überwältigende Melancholie, eine bestimmte Sensibilität ortet. Zu ihnen zählt er Burial, The Caretaker, Pole, William Basinski oder das Label Ghost Box. Woher kommt deren Traurigkeit? Die Trauer rührt von einem Verlust her, vom Wissen, dass etwas fehlt: Es geht dabei nicht um das Verschwinden einer Person oder eines Objekts, sondern einer zeitlichen Entwicklungslinie und der utopischen Vorstellung einer möglichen Zukunft. Vorbei sind die Zeiten, in denen sich optimistische Fortschrittsgedanken und die Hoffnung auf eine gesellschaftliche Öffnung als positive Leitbilder in der Popkultur niederschlugen. „Hauntologische Musik erkennt implizit an, dass die Hoffnungen, wie sie die elektronische Avantgarde oder die euphorische Dance-Szene der 1990er befördert hatten, sich verflüchtigt haben – die Zukunft ist nicht nur nicht eingetreten, sondern scheint überhaupt nicht länger möglich. Doch zugleich, steht die Musik für die Weigerung, das Verlangen nach der Zukunft aufzugeben“¹⁷, so Fisher.

¹³ vgl. Keller 2015.

¹⁴ Fisher 2015, S. 41.

¹⁵ ebda, S. 143.

¹⁶ vgl. ebda, S. 42.

¹⁷ ebda, S. 34.

Die genannten KünstlerInnen, deren Herangehensweise Fisher als Beispiel für diese Sicht der Welt angibt, stellen sich vielleicht auf eine gewisse Weise gegen die „More of the same“-Kultur der Retromanie, zumindest aber erkennen sie diese als solche. Was sie verbindet ist ein Sinn für die gebrochene Zeit, den Verlust der Zukunft und das Ungleichgewicht der Historizität.¹⁸ Sie sind wie besessen von den Artefakten, die in den Zeiten von rein analoger Musikproduktion und -wiedergabe entstanden sind und beschäftigen sich mit der „Art und Weise, wie Technologie Erinnerung materialisiert“.¹⁹ Dabei, wird die Materialität des Klangs in den Vordergrund gerückt, anstatt sie zu verbergen. Diese Vorgehensweise wird als Errungenschaft von Dub-Musik betrachtet,²⁰ wodurch Dub als die erste Musikrichtung gilt, die mit der Reduktion bzw. Dekonstruktion von bestehenden Musikstücken experimentierte, und den virtuellen Produzent am Mischpult zum eigentlichen „Star“ machte. Hier gelangen wir wieder zum Wirken des Abwesenden: Der eigentliche Sound wird herausgezogen, die Artefakte seiner Entstehung bleiben bestehen. Auf geisterhafte Weise wirkt nun das, was gar nicht mehr da ist.²¹

Konkret werden Fernsehrauschen, die Klangqualität von Tonbandaufnahmen oder an prominentester Stelle das Knistern von Vinyl, als typische Stilmittel hauntologischer Musik angegeben. Sie machen die Illusion des Digitalen zunichte, verweisen auf die verlorengegangene Taktilität und erinnern uns an den Umstand eine technisch erzeugte Aufnahme zu hören: „Im Äther des digitalen Zeitalters rufen viele hauntologische Tracks die Körperlichkeit analoger Medien in Erinnerung. (...) Ganz zweifellos trägt die Sehnsucht nach einer solchen Materialität älterer Ordnung zu der Melancholie bei, die hauntologische Musik transportiert“.²² Um Fishers Überlegungen in diese Richtung fertig auszuformulieren: Was alle von ihm als hauntologisch erkannten Künstler auszeichnet, ist, dass sie sich der kulturellen Produktion auf einer Metaebene nähern, wenn sie die Artefakte von technischen Prozessen und die damit verbundenen Erinnerungswelten aufrufen, anstatt auf glatte und unkreative Weise musikalische Erzeugnisse und Stilmittel vergangener Zeiten nachzuahmen. In der politischen Dimension gedacht, steht diese Musik für die Weigerung, sich der

¹⁸ Herbstreit, Daniel: „Wir erwarten nichts anderes als Retro“. Interview mit Mark Fisher. In: Zeit Online. <https://www.zeit.de/kultur/musik/2014-07/mark-fisher-popkultur-retro-musik>, 03.08.2014. (08.10.2016).

¹⁹ Fisher 2015, S. 33.

²⁰ vgl. ebda, S. 137.

²¹ vgl. ebda, S. 171f.

²² ebda, S. 34.

herrschenden kapitalistischen Weltordnung und den damit verbundenen Einschränkungen zu fügen, und sich von der Hoffnung nach einer anderen, besseren Zukunft, zu verabschieden.

Um weiter zu konkretisieren was mit Hauntology gemeint ist, sollen hier noch einige Beispiele für hauntologische Kulturerzeugnisse gegeben werden. Mark Fisher verfolgt unterschiedliche Linien in der einflussreichen und seit jeher vielfältigen britischen Popkultur, in der sich Tendenzen eines kulturellen Pluralismus, welcher neue technische Errungenschaften, Genreverschmelzungen, Queerness und das Aufbrechen von Geschlechterrollen vorantreibt, mit einer monokulturellen, reaktionären Britishness abwechseln. Er beschreibt den Aufstieg des Britpop Mitte der 1990er, als letztlich triumphierende Antithese zu den progressiven Entwicklungslinien, dieser sei „wichtigtuerscher, weißer Jungs-Rock, der fast ausschließlich auf die in den 1960er und 1970er Jahren etablierten Formen setzte“.²³ Musik die weißen jungen Männern Halt geben soll, weil ökonomische Sicherheit, ethnische Identität und althergebrachte Geschlechterverhältnisse brüchig werden. Dem gegenüber stellt er die Musik von Tricky, seines Zeichens eine der prominentesten Figuren in der Trip Hop-Bewegung, dessen Musik er hauntologische Tendenzen zuspricht. Die Betonung des Andersseins, die Verweigerung den Ausdruck zu konkretisieren, psychedelischer Science-Fiction Glamour und das Spiel mit Identität und Genderambivalenz sieht er als letzte Ausläufer des Post-Punk und als prophetische Vorahnung einer popkulturellen Zukunft, die nie eingetreten ist.

Tricky und sein futuristischer Musikentwurf verschwanden schließlich mehr oder weniger aus der öffentlichen Wahrnehmung, und etwa zehn Jahre später erkennt Fisher bei Burial dieselben Positionen wieder, wenn auch noch melancholischer, demnach noch sicherer in der Erkenntnis, dass eine mögliche Zukunft verloren ist. Beide verwenden das Knistern und Knacken von Vinyl als Stilmittel, beide scheinen sprichwörtlich von den selben Geistern verfolgt zu werden: „Auf eine solche Wesensverwandschaft deutet (...) auch die auf beiden Alben vorherrschende Stimmung, die erstickte Traurigkeit und die murmelnde Melancholie, die Liebesschmerzerotik und die wie im Traum gesprochenen Worte“.²⁴ Flüsternde und heisere Stimmen und eine schizophrene Unbestimmtheit wer da zu einem singt, das Verschwimmen von Präsenzen und Identitäten: Das alles ist ihnen gemein und verweist auf die angesprochenen Gespenster, das nicht Greifbare, Unterdrückte, Virtuelle. Über Burials zweites Album „Untrue“ schreibt die Musikzeitschrift Groove: „Es sind die Stimmen, die

²³ Fisher 2015, S. 59.

²⁴ ebda, S. 62.

dieses Album so außergewöhnlich machen (...). Gemeinsam ist den Stimmen, dass sie sich nicht eindeutig einem Geschlecht zuordnen lassen. Durch die Manipulation von Tempo und Tonhöhe löst Burial die Stimmen von den Körpern ab; sie schweben wie androgyne Geister durch die Stücke und singen Lieder der Sehnsucht”.²⁵ Beide Künstler trafen einen besonderen Nerv, weil sie mit ihrer Musik auf tatsächlich unheimlich akkurate Weise die Empfindungen und Gefühlswelten ihrer Generation artikulierten. Burial wurde als eine der zentralen und meist beachtetsten Figuren der aufkeimenden Dubstep-Bewegung gefeiert, auch wenn seine Musik sich in vielen Merkmalen, die als typisch für das Genre gelten, klar davon unterscheidet. Seine Alben erfuhren große Verkaufszahlen und riesiges öffentliches Interesse, und das ohne viel Zutun durch Vermarktung: Lange Zeit war seine Identität und sein Aussehen völlig unbekannt, nie trat er öffentlich für Konzerte oder aus Promotionzwecken auf, was die Mystik und Spekulationen rund um seine Person noch weiter beförderte.

„Burial wird von dem, was einmal war, ebenso heimgesucht wie von dem, was gewesen sein könnte – doch am stärksten ist die Klage über das was auch jetzt noch eintreten könnte”.²⁶ Burial gibt selbst einige interessante Hinweise, wenn er nach der Vergangenheit gefragt wird, deren Echo scheinbar in seiner Musik zu hören ist. In einem Weblog-Interview beschreibt er, schon vor der Erscheinung seines ersten Albums 2006 und unabhängig von Mark Fisher, ziemlich genau dessen Vorstellung einer Zukunft, die nie eingetreten ist, und nennt sie seine Obsession: „When I listen to an old tune it doesn’t make me think ‚I’m looking back, listening to another era.‘ Some of those tunes are sad because they sounded like the future back then and no one noticed. They still sound future to me. El-B’s stuff is still ahead of the game. (...) I’m still obsessed with what the most hardcore future sound would sound like. I can hear it in my head and it hard not to go back to the goodness you like when you make a tune”.²⁷ Burial spricht von Songs, die auf eine Zukunft hindeuten, die nie eingetreten ist. El-B gilt als einer der Urväter und Vorläufer von Dubstep, sein Sound ist allerdings genau wie Burials Musik stärker im beschwingteren UK Garage verwurzelt als die schnurgerade stampfenden, quantisierten Drummuster, für die Dubstep später bekannt werden sollte. In seiner Verzweiflung, die Drums nicht so hinzubekommen wie El-B, begann Burial seine Tracks in Plattenknistern und Rauschen zu ertränken, zu „begraben” – worauf auch sein

²⁵ Fersch, Daniel: Die 50 besten elektronischen Alben der letzten 25 Jahre: 8. BURIAL Untrue (Hyperdub, 2007). In: Groove. <http://groove.de/2014/02/06/die-besten-elektronischen-alben-platz-8-burial-untrue-2007>, 06.02.2014. (03.07.2017)

²⁶ Fisher 2015, S. 138.

²⁷ Clark, Martin: soundboy burial. Interview with Burial. In: Blackdown. <http://blackdownsoundboy.blogspot.co.at/2006/03/soundboy-burial.html>, 21.03.2006. (03.07.2017)

Künstlername anspielt, wie an dieser Stelle deutlich wird.²⁸ Hier werden auch Parallelen zum „Futurismus“ von frühen Jungle-Platten evident, die Fisher aufzeigt.²⁹ Sehr deutlich benennt der Künstler hier das Gefühl der Trauer, über nicht eingetretene Zukunftsvorstellungen einer vergangenen Zeit.

Burials Musik verweist auf Ausgeh- und Club-Situationen, ohne selbst typische Tanzmusik zu sein. Vielmehr abstrahiert er ihre Essenz und baut darauf seine klagenden, vielschichten Soundlandschaften auf: „Diese Geister des mittlerweile zwanzig Jahre langen Raves suchen also auch Burial heim. Nur sind diese Elemente allesamt zeitlupenhaft verlangsamt, mit Introspektion sediert und verschmolzen auf den Pferdeklopfer-Beats des Dubstep (...). Sie sind zu reinen Signifikanten entleert, die auf ihre eigentlichen Musiken nur mehr verweisen. Ebenso entleert wie die verhallten Stimmen, die überall durch die Tracks irrlichtern und die nichts Inhaltliches aussagen, sondern ganz direkt reine Emotionen singen, Verlorenheit und Neid zum Beispiel, Eifersucht und Einsamkeit. So erzählt dieses Album auch vom Hadern und Zaudern, vom niedergeschlagenen Optimismus und der fröhlichen Traurigkeit. Erstaunliche Themen, für eine Platte mit elektronischer Tanzmusik. Aber sie spricht Gefühle an, die in der Nacht natürlich auch vorkommen und vorkommen müssen. Damit enthält *Untrue* zwar Clubmusik. Aber nicht etwa, weil dies Musik für den Club wäre. Sondern weil diese Musik über den Club spricht. Und dafür findet sie eine ungemein poetische, niemals zuvor gehörte Sprache“.³⁰ Verblässende Erinnerungen der „Generation Rave“ an vergangene, rauschende Feste, nächtliche Busfahrten oder eine unter Wasser stehende Stadt, sind Bilder, mit denen Burials Musik in Verbindung gebracht wird. Mehr als alles andere wird sie mit urbanem (Nacht-)Leben und mit der Metropole London assoziiert. „Burial ist ein Kartograph, ein Geograph und ein Anthropologe des modernen urbanen Lebens, insbesondere Londons. (...) Für mich ist es vielleicht der Soundtrack meiner Heimfahrt im N68 zurück nach Croydon, für dich ist es vielleicht der Soundtrack deiner Fahrt im N5 nach Stieghorst. In Burials Werk und seiner Musik entdeckte ich nicht nur den Sound von London selbst, sondern auch den Sound des Heranwachsens und Hals über Kopf ins Unbekannte stürzen“, schreibt Kyle MacNeil in seinem Liebesbrief an Burial auf Thump.³¹ Fisher: „Burials London ist eine

²⁸ vgl. Clark 2006.

²⁹ vgl. Fisher 2015, S. 45ff.

³⁰ Sievers, Florian: BURIAL *Untrue* (Hyperdub). Rezension. In: Groove.
<http://groove.de/2007/11/19/burial-untrue-album-review>, 19.11.2007. (03.07.2017)

³¹ MacNeil, Kyle: Ein Liebesbrief an Burial – den Produzenten, der mein Leben gerettet hat. In: Thump. <https://thump.vice.com/de/article/ein-liebesbrief-an-burial-den-produzenten-der-mein-leben-veraendert-und-gerettet-hat>, 09.08.2016. (05.07.2017)

schwer angeschlagene Stadt, bevölkert von Ecstasy-Konsumenten auf Freigang aus psychiatrischen Einrichtungen, enttäuschten Liebhabern in Nachtbussen, Eltern, die es nicht fertigbringen, ihre 12"-Rave-Platten auf dem Flohmarkt zu verkaufen; ihre Gesichter sind von Ruhelosigkeit gezeichnet, doch ihre interpassiven nihilistischen Kinder verflucht zugleich die Ahnung, dass die Dinge nicht immer so waren".³²

Um zum Ausgangspunkt des Überkapitels „Hauntology“ zurückzukehren: Die NZZ unterstellt in einem Artikel auch der amerikanischen Sängerin Lana Del Rey hauntologische Qualitäten: „Im Zeichen von ‚hauntology‘ scheint die Vergangenheit wie ein Alb auf der Gegenwart zu lasten, und weil das Verdrängte und die Verschiedenen älterer Pop-Epochen nicht kultisch begraben wurden auf dem Friedhof des Archivs, spuken sie untot durch den Äther und die Datenströme der Medienwelt, raunen sie weiter in Mixen und Remixen. (...) Und mit Lana Del Rey, deren Musik auch als ‚Hollywood sadcore‘ bezeichnet wird, erreicht diese Tendenz den Mainstream”.³³ Autor Bernays beschreibt wie sich dieser Zugang in den ersten von ihr veröffentlichten Musikvideos fortsetzt, die einen gewichtigen Beitrag zur frühen Imagebildung und dem weiteren Erfolg der Künstlerin leisteten: „‚Video Games‘, ‚Blue Jeans‘, ‚Born To Die‘. (...) Exemplarisch für den Pop von Lana Del Rey bleibt ‚Video Games‘ – der Song wie der entsprechende Videoclip, in dem Schnipsel und Footage zu einem heterogenen Bilderstrom zusammengefügt werden. Unschärfen oder Störeffekte wie der für Super-8-Filme typische Orange-Stich bewähren sich dabei als optisches Äquivalent zu den Schattierungen und Verwerfungen der Klang-Schichten und -Wolken”.³⁴

Bevor im Detail auf den genannten Clip von Lana Del Rey eingegangen und analysiert wird, wie sich hauntologische Tendenzen in dieser Art von Musikvideo niederschlagen, und welche Rolle dabei recyceltes Vintage-Filmmaterial spielt, gibt das nächste Kapitel einen wesentlichen Überblick über das Thema Musikvideo. Die vielfältige Mediengattung soll hinreichend definiert und abgegrenzt werden. Weiters sollen die ästhetischen, ökonomischen und kulturellen Rahmenbedingungen besprochen werden, die bei der Produktion von Musikvideos eine Rolle spielen, sowie welche Entwicklungsstufen es im Laufe der Zeit durchlaufen hat. In weiterer Folge soll geklärt werden, was die verschränkte Wahrnehmung von Musik und Bewegtbild besonders macht, und welcher Inszenierungsstrategien sich Musikvideos bedienen, um bestimmte Wirkungen zu erzeugen.

³² Fisher 2015, S. 139.

³³ Bernays, Ueli: Ein Geist aus Fleisch und Blut. In: Neue Zürcher Zeitung.

https://www.nzz.ch/ein_geist_aus_fleisch_und_blut-1.14576739, 27.01.2012. (05.07.2017)

³⁴ ebda.

3. Musikvideo

3.1. Einführung und Definition

Bevor eine verbindliche Definition des Untersuchungsgegenstandes „Musikvideo“ gegeben wird, soll zuerst die Herkunft seiner Bezeichnung erklärt werden, die ein wenig irreführend ist. Das Musikvideo ist technisch betrachtet in den wenigsten Fällen wirklich ein „Video“, sondern wird in den meisten Fällen auf analogem Filmmaterial (16 mm, 35 mm o.a.) festgehalten und später digitalisiert und nachbearbeitet („Postproduction“). Der landläufig bekannte Begriff Musikvideo verweist auf seine historische Entwicklung und wurde Anfang der 1980er geläufig, als sich das Musikfernsehen mit dem Start von MTV („Music Television“) zu etablieren begann und sein Hauptsendematerial benennen musste.³⁵ Zuvor waren Begriffe wie „pop promo“³⁶, „rock video“ oder „video record“³⁷ in Verwendung. Da bei Fernsehstationen zu der Zeit mit Videoband (MAZ, also Magnetbandaufzeichnung) als Sendeformat gearbeitet wurde, war zumindest jeder Musikclip der im Fernsehen lief automatisch ein Musikvideo, unabhängig davon wie das Material ursprünglich aufgezeichnet wurde, da dieser für seine Ausstrahlung zuvor auf Videoband gespeichert werden musste. Der Boom und die neue Verbreitung von Homevideo zu der Zeit trug ihren Rest zur Popularität und schließlichen Festigung des Begriffs bei.³⁸

Wie wird dieser Begriff nun hinreichend definiert? Eine Antwort fällt gar nicht so einfach aus, da das Musikvideo in seiner Entwicklung bereits verschiedene Stufen und Medien durchlaufen hat – so oder so sollte eine Definition auf jeden Fall möglichst trennscharf den Gegenstand bezeichnen, der untersucht werden soll, ohne relevante Beispiele auszuschließen, allerdings auch ohne unnötig auszufern. Was in Abgrenzung dazu ein Musikvideo ausmacht, ist, dass es von jeglicher Aufführungssituation entkoppelt ist, sprich zeitlich und räumlich getrennt davon verfügbar gemacht wurde. Diese Eigenschaft wurde erst mit der Erfindung des Tonfilms möglich. Überblicksmäßig lässt sich ein Musikvideo also als ein kurzer Film (meist unter fünf Minuten) bezeichnen, der jedenfalls mit einer Tonspur mit Musik synchronisiert

³⁵ vgl. Lilkendey, Martin: 100 Jahre Musikvideo. Eine Genregeschichte vom frühen Kino bis YouTube. Bielefeld: Transcript, 2017. S. 9ff.

³⁶ vgl. Rötter, Günther: Videoclips und Visualisierung von E-Musik. In: Kloppenburg, Josef (Hrsg.): Musik multimedial. Filmmusik, Videoclip, Fernsehen. Handbuch der Musik des 20. Jahrhunderts, Bd. 11. Laaber: Laaber Verlag, 2000. S. 264.

³⁷ vgl. Lilkendey 2017, S. 9.

³⁸ vgl. ebda, S. 10.

und auf technischer Ebene fest verbunden ist. Dieser Kurzfilm kann in verschiedenen Formaten und über verschiedene Medien (TV, Internet, DVD usw.) wiedergegeben werden. Was Keazor und Wübbena als weiteres Definitionsmerkmal des Musikvideos anführen, ist eine Manipulation des Gezeigten durch technische Eingriffe auf der Bildebene (Montage, Verfremdung, Effekte etc.), um eine völlige Kontinuität der synchronen Darstellung von Bild und Ton (das heißt „die Bilder zeigen die Musiker und ihre Instrumente, die auf der klanglichen Ebene hörbar sind“³⁹) zu durchbrechen. Diese Einschränkung dient den Autoren vor allem zur Abgrenzung des Musikvideos von einfachen Konzertmitschnitten oder Performance-Clips, wie sie etwa in Fernsehshows vor der Etablierung des heute typischen Musikvideoclips häufig zum Einsatz kamen (wie im Kapitel „Historische Entwicklung des Musikvideos“ näher beschrieben wird). Martin Lilkendey erteilt dieser Definition eine Absage mit der Begründung, dass jegliches Filmbild ohnehin manipuliert sei, das heißt, dass sich Filmkunst ganz grundsätzlich eine Illusion zunutze macht, derer sich das Musikvideo eben auch bedient. Diese Manipulationen seien deshalb nicht als typisch für das Musikvideo anzusehen. Der Hintergrund zu dieser Lesart ist allerdings auch, was sich als zentrales Argument durch Lilkendey's ganzes Buch zieht: Er ist der Meinung, dass die komplette Musikvideoforschung bisher viel zu eng gefasst wurde.⁴⁰ Er muss also den Begriff soweit wie möglich ausweiten, um seine Geschichte, die da „100 Jahre Musikvideo“ heißt, glaubhaft erzählen zu können. In Bezug auf die Manipulation des Bildes hat er wohl grundsätzlich recht, dennoch scheint es für die weitere Argumentation sinnvoll festzumachen, dass Musikvideos nach einem für diese Arbeit geltendem Verständnis noch um eine Dimension reicher sein müssen, als das bloße filmische Abbild einer Konzertsituation oder Ausschnitte davon (auch wenn diese sehr oft Teil des gesamten Musikvideos sind!) zu zeigen. Inszenierungsstrategien, die bildlich über die reine Performance, also die Aufführung des Stücks durch die Musiker hinausgehen, und deren Zweck es ist, den Eindruck der Musik zu verstärken, möchte ich in meiner Definition jedenfalls als typisches Merkmal des Musikvideos verankert wissen.

Schließlich verfolgen die meisten Musikvideos bzw. ihre Regisseure ein Ziel und suchen in ihren Konzepten nach immer neuen Wegen, dieses zu erreichen: Als erste Beobachtung entspringt das Musikvideo der Unterhaltungsindustrie, es soll also auf einer grundlegenden Ebene unterhalten. Im Speziellen aber soll es den Song, den es begleitet, bewerben und

³⁹ Keazor/Wübbena 2005, S. 60.

⁴⁰ vgl. Lilkendey 2017, S. 33ff.

dessen Verkaufszahlen steigern. Natürlich gibt es auch hier Ausnahmen, wie etwa Videos zu gratis im Netz verfügbaren Songs. Am Ende des Tages wollen aber auch diese Imagewerte transportieren, den KünstlerInnen zu mehr Bekanntheit, also mehr verkauften Konzerttickets oder Tonträgern, verhelfen – verschiedene Arten von Bildern wurden in der Popmusik seit jeher eingesetzt, um „den Ton (...) vor allem mit einer imageunterstützenden Ästhetik auszustatten“.⁴¹ Während andere Autoren, wie etwa Lilkendey, die Werbefunktion völlig verneinen, möchte ich mich diesbezüglich Westreicher anschließen, die Musikvideos als erste Form einer viralen, unterschweligen Werbung begreift, welche oberflächlich nicht als solche erkannt wird und durch die Verknüpfung von Message und Unterhaltung die ideale Wirkung erzielt.⁴² „Musikvideos sind Werbung, die gerne und freiwillig wiederholt rezipiert wird, über die geredet wird wie über Fernsehserien oder Popkonzerte“.⁴³ Letztlich soll jeder Musikclip den Eindruck des Gehörten verstärken, die Musik weiter verbreiten, sie greifbarer und bekannter machen. Und auch wenn sich seit dem Aufstieg von YouTube hier vieles verändert hat, waren Musikvideos für die Industrie über viele Jahre die wichtigste und effektivste Art ihre Tonträgerverkäufe zu steigern und sind es wohl bis heute – nicht umsonst korrelieren die gemachten Umsätze über die Jahr(zehnt)e ziemlich deutlich mit den Summen, die für die Produktion von Musikvideos ausgegeben wurden.⁴⁴ Dass das Musikvideo eine Werbefunktion erfüllt, bedeutet aber nicht automatisch, dass es deshalb künstlerisch wertlos ist.⁴⁵

Das Musikvideo kann potentiell ebensoviele verschiedene Menschen, Dinge oder Schauplätze abbilden, wie es unterschiedliche Arten von Musik und ihrer Aufführung gibt – sprich unzählbar viele. Einen Definitionsversuch über die Art der gezeigten Inhalte zu finden (und davon ein Klassifikationsystem abzuleiten, wie es in der Forschung häufig versucht wurde, vgl. Kapitel „Analyse der Musikvideos“), ist daher von vornherein eine äußerst undankbare Aufgabe, anders gesagt gibt es im Musikvideo-Bereich auf der Bildebene so gut wie nichts, was es noch nicht gegeben hat, wenngleich sich auch eine Reihe von Konventionen entwickelt haben, die von einer großen Mehrheit der Clips eingehalten werden; Westreicher nennt etwa „rhythmische Bewegung, Tanz, oder auch schnelle Schnitte“.⁴⁶ Typisch ist weiters ein Hin- und Herschneiden zwischen verschiedenen Handlungsebenen, was eine Dehnung der

⁴¹ Westreicher, Nicole: Das Phantastische im Musikvideo. Reihe: Fantastikforschung / Research in the Fantastic, Bd. 4. Wien: LIT Verlag, 2015. S. 129.

⁴² vgl. ebda, S. 119.

⁴³ ebda.

⁴⁴ vgl. Lilkendey 2017, S. 12.

⁴⁵ vgl. Keazor/Wübbena 2005, S. 18.

⁴⁶ Westreicher 2015, S. 115.

Zeit suggeriert, sowie ein plakatives und verdichtetes Erzählen bei narrativen Clips. Für gewöhnlich sind die MusikerInnen im Clip zu sehen und wie erwähnt spielen auch Performance-Abbildungen bis heute eine wichtige Rolle.⁴⁷ Die starke Innovationskraft bzw. Experimentierfreude der Gattung führt dennoch ständig zu einzelnen Beispielen, die aus der Reihe tanzen: Dazu gehören rhythmisch scheinbar völlig von der Musik losgelöste Videos, die alleine mit assoziativen Bildern arbeiten, genauso wie Kurzfilme, die sich vorrangig an einer Narration orientieren und in denen die Musik durch Dialoge o.a. Handlungssequenzen unterbrochen wird, sich in die Erzählung einfügt und nur in manchen Szenen die Bildspur untermalt (prominentestes Beispiel ist hierfür das vielzitierte „Thriller“-Video von Michael Jackson).

All diesen Ausführungen folgend, halten wir demnach fest: Das Musikvideo ist ein kurzer Tonfilm, dessen Bilder zeitlich synchronisiert und fest mit einem Musikstück verbunden sind. Als Medienangebot der Unterhaltungsindustrie bedient es sich verschiedener Inszenierungsstrategien, um die Aufmerksamkeit auf das Musikstück und den/die KünstlerIn zu lenken, um dessen Eindruck zu verstärken, es performativ, narrativ und/oder assoziativ zu thematisieren und dadurch seine Bekanntheit zu steigern.

3.2. Wahrnehmung von Musik und Bild: Audiovisualität

Um zu verstehen, welche besondere Wirkung Musikvideos auf ihre ZuseherInnen ausüben können, und was sie genuin von anderen Filmgattungen unterscheidet, lohnt es sich einen Schritt zurück zu gehen um sich das Zusammenspiel von Musik und Bewegtbild auf einer grundlegenden Ebene näher anzusehen. Die Idee von Bildern bzw. Farben und Formen, die gemeinsam mit Musik einen harmonischen Gesamteindruck erzeugen, ist sehr alt – mit sogenannter synästhetischer Kunst beschäftigte sich schon Leonardo da Vinci, der u.a. mit Lichtprojektoren versuchte die Inszenierung von musikalischen Darbietungen zu erweitern,⁴⁸ Guiseppe Arcimboldo arbeitete bereits im 16. Jahrhundert an Farbklavaturen, die bei Tastenanschlag Licht projizierten, eine Idee die immer wieder aufgenommen und weiterentwickelt wurde.⁴⁹ Bei verschiedenen Arten der musikalischen Aufführung (etwa Oper, Musical etc.) sind Schauwerte ohnehin seit jeher ein wichtiger Bestandteil. Ein oft gebrauchtes Schlagwort ist in dem Zusammenhang der Begriff der „Audiovisualität“. Damit ist gemeint, dass visueller und auditiver Eindruck beim Musikerlebnis stets miteinander

⁴⁷ vgl. Westreicher 2015, S. 115, 125.

⁴⁸ vgl. Lilkendey 2017, S. 20, Keazor/Wübbena 2005, S. 59.

⁴⁹ vgl. Westreicher 2015, S. 116f.

verbunden sind und Musik „in vielfältiger Weise visuell konnotiert“ ist.⁵⁰ Die Grundlage für diesen Umstand ist Gegenstand der Forschung der Neurobiologie, er liegt entwicklungsgeschichtlich in einem „Ursinn“ begründet, gewissermaßen eine gemeinsame Basis unserer Sinne im Gehirn, die sich erst im Laufe der Evolution ausdifferenziert haben. Auch spielen bei der Wahrnehmung von Ton und Musik in der Vergangenheit gemachte Erfahrungen sowie Reiz-Reaktions-Schemata eine Rolle, das Aufnehmen und Verarbeiten ist als ein mehrkanaliger Prozess zu verstehen, der als aktiver oder sogar schöpferischer Vorgang betrachtet werden kann. Anders gesagt: Das Ganze der Wahrnehmung ist mehr als die Summe seiner Teile.⁵¹ „Wie jedem wahrzunehmenden Objekt sind auch der Musik offensichtlich intersensorielle Qualitäten zu eigen, die bei ihrer Rezeption – gewollt oder nicht – zu subjektiven und gesellschaftlich geprägten Analogiebildungen und Assoziationen führen. Mehr noch: Auch bei der Wahrnehmung von Musik bestehen bei der internen Verarbeitung von Informationen im Gehirn neuronale Korrespondenzen aller Sinne. (...) Mit anderen Worten: Musik enthält hochassoziative, visuelle Qualitäten, die sich mit der musikalischen Wahrnehmung verbinden“.⁵² Als illustrierendes Beispiel kann man etwa anführen, wie unterschiedlich man die Umwelt und alltägliche Situationen wahrnimmt, wenn man dazu als „Soundtrack“ wirkende Musik mit Kopfhörern im Ohr hört, etwa in der U-Bahn. Oder wie umgekehrt Bühnenbeleuchtung und großflächige Visuals, bei elektronischen Musikevents, der Musik eine neue Qualität der Wirkung verleihen. Für Musikvideos heißt das: Die Bilder unterstützen oder begleiten die Musik nicht nur, vielmehr wirken sie durch ihren Bedeutungs- und Assoziationsgehalt in unseren Köpfen auf uns und die Musik zurück.⁵³

Was bei Geuen wie auch bei Rösel festgehalten wird: Der Stellenwert der Musik im Musikvideoclip ist ein völlig anderer als im Kino- oder Kurzfilm. Während Filmmusik sich unterordnet, die Narration unterstützt und eigentlich „unhörbar“ bleiben soll⁵⁴, stehen Ton und Bild beim Musikvideo prinzipiell gleichberechtigt nebeneinander, bis hin zu einer Dominanz der Musik, der sich das Bild (bzw. besser gesagt der Schnitt und sein Rhythmus) unterzuordnen hat. Beim Musikvideo „(...) entsteht von vorneherein eine Aufwertung der Musiksphäre, die ja auch intentional den Anlass für die Bebilderung darstellt, wenn nicht

⁵⁰ Geuen, Heinz: BilderHören und MusikSehen. Der Videoclip als audiovisuelles Hybridmedium. In: Geuen, Heinz/Kimminich, Eva/Rappe, Michael (Hrsg.): Express yourself! Europas kulturelle Kreativität zwischen Markt und Underground. Bielefeld: Transcript, 2007. S. 158.

⁵¹ vgl. ebda.

⁵² ebda, S. 159f.

⁵³ vgl. ebda.

⁵⁴ vgl. Rösel, Michael: Montagetechniken und Schnittregeln im Musikvideo. Der Vergleich zweier Realisationen in Theorie und Praxis. Hamburg: Diplomica Verlag, 2014. S. 38f.

Musik sogar die formale und inhaltliche Logik der Bilder komplett beherrscht”.⁵⁵ Speziell bei der Arbeit mit Found Footage, bei der das Filmmaterial nicht extra zur bestehenden Musik produziert wird, sondern passende assoziative Verbindungen gesucht und gefunden werden müssen, ist es einleuchtend, dass die Musik die Arbeitsweise, die Auswahl und die Strukturierung des Materials „vorgibt”. Die Art wie wir Musikvideos rezipieren ist von einer „hybriden Aufmerksamkeitshaltung” gekennzeichnet – das heißt, die ZuseherInnen wechseln immer wieder das Zentrum ihrer Wahrnehmung zwischen den beiden Ebenen Bild und Musik hin und her, was als eine zentrale Besonderheit des Mediums, seiner Audiovisualität und deren Wirkung auf uns anzusehen ist.⁵⁶ Zur Erfahrung der Audiovisualität tragen auch die vielen ikonographischen, oft auch klischeehaften Bilder bei, die in der Mehrzahl der Musikvideos zahlreich auftauchen um sie zielgruppengerecht und ästhetisch zu verorten. Geuen spricht von „emotionalen Stereotypen” die bewusst erzeugt und immer wieder bemüht werden. Diesen Bildern fehlt häufig die Wirklichkeitsreferenz, sie werden auf den ersten Blick als künstlich und unrealistisch erkannt. Diese Tendenz kann sich bis zur augenzwinkernden Selbstironie steigern, wenn Videoclips ihre eigenen Klischees zitieren, übersteigern oder parodieren. So wird gerade durch eine bewusste, effektvolle Überladung, eine Art von absurder Komik erzeugt. Als routinierte MedienkonsumentInnen können wir solche Anspielungen erkennen, und uns auf einer wissend-selbstironischen Ebene daran erheitern.⁵⁷

Vor allem bei nicht narrativen Musikvideos (zu denen tendenziell alle Clips gehören, die aus recyceltem Footage bestehen; was bis zu einem gewissen Grad in der Natur ihrer Sache liegt) wird häufig ein Prinzip verwendet, das Rösler (nach Behne⁵⁸) als „dosierte Rätselhaftigkeit” beschreibt. Dosierte Rätselhaftigkeit kann durch filmische Elemente erzeugt werden, die sich nicht eindeutig sinnhaft in den Bildverlauf einfügen und so bei den SeherInnen Fragezeichen hinterlassen. Wenn die Beziehung verschiedener solcher Elemente diffus bleibt, und keine Handlung oder klar zu interpretierende Aussage aus ihrer Abfolge entsteht, kann durch diese inhaltliche Uneindeutigkeit eine Art emotionales Klima oder ein Grundgefühl entstehen. Optische Rätsel und inhaltliche Verschlüsselung verleihen den Clips eine Art Mystik und surreale Note, die in verschiedene emotionale Richtungen gehen kann und in ihrer

⁵⁵ vgl. Geuen 2007, S. 163.

⁵⁶ vgl. ebda.

⁵⁷ vgl. ebda, S. 164.

⁵⁸ vgl. Behne, Klaus-Ernst: Zur Rezeptionspsychologie moderner Video-Clips. In: Behne, Klaus-Ernst (Hrsg.): film – musik – video oder die Konkurrenz von Auge und Ohr. Perspektiven zur Musikpädagogik und Musikwissenschaft, Band 12. Regensburg: Gustav Bosse Verlag, 1987. S. 123.

Wirkungsweise Parallelen zur Erfahrung des Träumens vermitteln.⁵⁹ Diesen Umstand beschreibt etwa Marsha Kinder in ihrem vielzitierten Aufsatz „Music video and the spectator“. Laut Kinder nehmen Musikvideos durch ihre Gemeinsamkeiten mit der Traum-Empfindung eine besondere Position in unserer Wahrnehmung ein – sie treten so in direkte Verbindung zu unseren unterbewussten Fantasien und Wunschvorstellungen, unserem „cultural dreampool“ und nehmen Einfluss darauf.⁶⁰

Eine andere Art Rätselhaftigkeit zu erzeugen, ist es einen Clip schlicht mit Reizen zu überladen. Diese Variante kommt vorrangig bei narrativen Clips zum Zug – da die kurzen, meist sehr einfach und stereotypisch gehaltenen Mini-Handlungen wenig Rätselhaftes ausstrahlen, wird der Zuseher durch rasantes Schnitttempo, Spezialeffekte und grelle Farben gezielt überfordert um diese diffuse, emotionale Spannung zu erzeugen.⁶¹ Dosierte Rätselhaftigkeit motiviert den Zuseher, den Clip immer wieder anzusehen um das Gesehene zu ergründen. „Dass Musik dabei nicht einfach in Bilder übersetzbar ist, wie umgekehrt Bilder sich nicht einfach in Musik nachvollziehen lassen, erhöht den Grad von Polymorphie und Deutungsvielfalt. Audiovisualität als wahrnehmungsstrategisch fungierendes Medienprinzip greift diesen Spielraum auf und begründet mit dem Videoclip zugleich eine paritätische Ästhetik von Bild und Musik, die – universell und individuell zugleich – ein optimales Medium für die symbolische und sinnliche Thematisierung von kultureller Identität darstellt“.⁶²

3.3. Montage und Inszenierungsstrategien im Musikvideo

Es folgt ein Überblick über einige der technischen Mittel und Wege, die zur Anwendung gebracht werden, um die oben beschriebenen Wirkungen und Effekte auszulösen, beginnend bei der Aufnahme. Zum Beispiel wird in Videoclips oft die natürliche Farbgebung verändert, etwa ganze Clips durch Kamerafilter oder Licht in eine besondere, ungewöhnliche Farbpalette getaucht (was bei längeren Filmen als störend auffallen würde). Während in Filmen meist versucht wird, den ganzen Raum gleichmäßig auszuleuchten, wird Licht in Musikvideos verstärkt als Gestaltungsmittel dazu verwendet, etwa nur um einzelne Bereiche, Personen oder Objekte zu betonen. Was die Kameraführung anbelangt, wird hier dynamischer und

⁵⁹ vgl. Rösel 2014, S. 19.

⁶⁰ vgl. Kinder, Marsha: Music Video and the Spectator: Television, Ideology and Dream. In: Film Quarterly, Vol. 38, No. 1. Berkeley: University of California Press, 1984. S. 2-15.

⁶¹ vgl. Rösel 2014, S. 19f.

⁶² Geuen 2007, S. 169.

„wilder“ operiert als im Langfilm: Oft werden Schwenks nicht zu Ende gemacht, sondern schon vorher von einem Schnitt unterbrochen. Während Zooms im Film eher durch Kameraschwenks kaschiert werden, treten sie im Musikvideo häufig unvermittelt und auffällig zutage. Für die Kameraführung gibt es in der Filmtheorie entsprechende Regeln, wie etwa die Achsensprung-Regel (bzw. 180-Grad-Regel, die besagt, dass die Kamera eine zwischen den handelnden Personen gedachte Achse nicht überspringen darf), die im Musikvideo häufig gebrochen werden – was zu einem (teilweisen) Verlust der kontinuierlichen Empfindung des Raumes führt und so zu den oben erwähnten, traumähnlichen Anmutungen beiträgt. Was die Bildkomposition anbelangt, kommen in Musikvideos übermäßig oft Groß- und Detailaufnahmen, sowie zweidimensionale Bildanordnungen vor; Dinge im Hintergrund können nicht vom Star des Clips ablenken und Raum und Perspektive gehen verloren. All dies sind Strategien um die Dominanz des filmischen über das musikalische Geschehen zu vermeiden und uneindeutig zu bleiben. Der Clip entwickelt so seine eigene, raumzeitlich losgelöste Realität, um zur assoziativ offenen, traumähnlichen Erfahrung zu werden.⁶³ Neben den unten beschriebenen, besonderen Schnitttechniken im Videoclip werden heutzutage typischerweise ausgiebig verschiedenste Techniken der digitalen Postproduction angewandt: Blue Box, computeranimierte Figuren oder andere visuelle Bildbearbeitungsverfahren kommen sehr häufig zum Einsatz. Oftmals werden neue filmische Techniken zuerst in Musikclips erprobt oder vorgestellt.⁶⁴

Filmischer und musikalischer Rhythmus haben viel gemeinsam: Während im Spielfilm die Erzählung den Rhythmus vorgibt, ist es beim Musikvideo die Musik. Es wäre aber zu einfach gedacht, wenn man annehmen würde, Musikvideoschnitt sei kinderleicht, weil die Bilder einfach nur genau „auf den Beat“, also auf die Zählzeiten des musikalischen Rhythmus, geschnitten werden müssen. Vielmehr wird der Schnitt aber dadurch betont, er wird also auffällig und „sichtbar“, was der Cutter für gewöhnlich vermeiden will. So gilt es als hohe Qualität seiner Arbeit, wenn man als Zuseher möglichst wenig von den Schnitten bemerkt, die Bilder sollen ohne spürbare Brüche ineinander fließen („unsichtbarer Schnitt“).⁶⁵ Westreicher: „Wenn im Takt geschnitten wird, dann meist auf eine Zwischenzeit, ein ‚und‘ um durch die optische Vorwegnahme das Stück zu beleben. Gerne wird auf die ‚4 und‘ geschnitten. Visueller Rhythmus wird außerdem durch rhythmisches Licht, Bewegungen etc. erzeugt“.⁶⁶

⁶³ vgl. Rötter 2000, S. 277f.

⁶⁴ vgl. ebda, S. 278.

⁶⁵ vgl. Rösel 2014, S. 23.

⁶⁶ Westreicher 2015, S. 127.

Wie die unterschiedlichen Stellen eines Songs, kann auch der Rhythmus des Videos über den Verlauf des Stücks hin variieren und sich verändern.⁶⁷

Rösel hat die meistverwendeten Arten von rhythmischem Schnitt im Musikvideoclip aufgeführt:

- Schnitt vor dem Beat: Bild vor Ton. Weil das Auge minimal länger braucht um Information zu fassen als das Ohr, wirken Schnitte kurz vor den musikalischen Zählzeiten (bei Rösel ist die Rede von acht bis zehn Frames) unsichtbar. Wird der Schnitt kurz vor dem Beat gesetzt wird er „verwischt“, Rötter sagt: “(...) die Vorwegnahme des Bildes hat also eine rhythmische belebende Wirkung, es ‚groovt‘“.⁶⁸
- Schnitt auf dem Beat: Wird direkt auf den Takt geschnitten, lenkt das die Aufmerksamkeit auf den Schnitt. Es kommt zu einer Überbetonung, ein harter Akzent wird gesetzt. Bei häufigem Einsatz dieser Schnittweise wirkt der Clip monoton oder sogar unfreiwillig komisch, die ZuschauerInnen werden unterfordert.
- Schnitt nach dem Beat: Ton vor Bild. Diese Schnitte wirken ebenfalls „weich“, und wenig sichtbar, ihr Einsatz fällt eher unter Beliebigkeit und unterliegt der Willkür des Cutters.
- Schnitt gegen den Beat: Eine eher seltene Art zu schneiden, indem ein an einem musikalischen Takt orientierter Schnittverlauf abrupt durch ein anderes Muster unterbrochen wird, das merklich nach einem anderen Rhythmus funktioniert und die Musik so konterkariert bzw. ihr entgegenläuft.⁶⁹

Des Weiteren beschreibt Rösel einen häufig verwendeten Effekt im Musikvideo-Bereich, mit dem die Clips dynamisiert werden, er nennt ihn die „Schnitt-Triole“. Hierbei wird eine ganz kurze Passage, die aus unkenntlichem „visuellen Dreck“ (gemeint sind Kameraaussetzer, verschwommenes Footage oder auch ein Teil des bereits verwendeten Materials im Zeitraffer) besteht, mit einer musikalisch prägnanten Stelle (ein Break oder eine Pause) gepaart.⁷⁰ Diese fast nicht wahrnehmbaren Einschübe ergeben einen optisch starken Reiz, der einen nahezu in den Clip hineinzieht, ein Effekt wie er etwa auch in Hollywoods Horror-Schockern vielfach

⁶⁷ vgl. Westreicher 2015, S. 127.

⁶⁸ Rötter 2000, S. 280.

⁶⁹ vgl. Rösel 2014, S. 34f.

⁷⁰ vgl. ebda, S. 36.

eingesetzt wird. Auch und gerade bei Clips mit Reused Footage kommt dieser Effekt häufig zum Einsatz, worauf später noch weiter eingegangen wird. Das Geheimnis für einen angenehmen, flüssigen und dynamischen Schnitt im Musikvideo liegt laut Rösel in der goldenen Mitte. Ideal sei eine schlüssige Abwechslung aus Schnitten vor und nach dem Beat, mit sparsam eingesetzten Schnitt-Triolen oder auch Schnitten auf den Beat zur Akzentsetzung. Dabei soll der Schnitt starke Effekte erzielen, aber das Medium nicht transparent machen.⁷¹ Am wichtigsten ist jedoch, dass der Schnitt der musikalischen Dramaturgie des Songs folgt und die „Synchronisation von filmischer und musikalischer Bewegung“ meistert.⁷²

In der Literatur ist häufig von der hohen Schnittgeschwindigkeit in Musikvideoclips die Rede. Rösel relativiert diese Annahme bis zu einem gewissen Grad und weist darauf hin, dass Experimentalfilme in den 60er-Jahren bereits mit viel höheren Schnittgeschwindigkeiten experimentierten als heute üblich.⁷³ Die Anzahl der Schnitte in einem Musikvideo kann je nach Genre, KünstlerIn und Song stark variieren, so dass es schwer fällt eine allgemeingültige Aussage zu treffen. Dass Musikvideos in der überwiegenden Anzahl der Fälle durchschnittlich mehr Schnitte als Spielfilme und weniger als TV-Werbung aufweisen, lässt sich meines Erachtens aber einigermaßen sicher festhalten. Rötter stellt ansonsten fest, dass die Videos des Genres Dance durchschnittlich die meisten Schnitte aufweisen, gefolgt von Indie, Hip Hop, Soul und Metal. Er verweist allerdings selbst darauf, dass die Unterschiede schon innerhalb der einzelnen Gattungen sehr hoch seien – da diese Behauptungen außerdem auf sehr alten Analysen fußen und meines Erachtens die Genres selbst nicht sehr trennscharf und eindeutig bestimmt sind, ist mit ihnen wohl vorsichtig umzugehen. Die totale Schnittfrequenz bei Videoclips hat seit dem Beginn des Musikfernsehens scheinbar merklich und laufend zugenommen.⁷⁴ Der Grund, warum beim Musikvideo generell mehr Schnitte möglich, bzw. für das Publikum verträglich sind als beim Film, liegt u.a. in der Bildkomposition. Rösel argumentiert, dass durch den oft einfachen Bildaufbau in Musikvideos das Auge des Betrachters regelrecht „bedient“ wird. Die RezipientInnen benötigen weniger Zeit um ein Bild zu erfassen, was eine schnellere Schnittfrequenz möglich macht, ohne das Auge zu überfordern.⁷⁵

⁷¹ vgl. Rösel 2014, S. 37.

⁷² ebda.

⁷³ vgl. ebda, S. 30f.

⁷⁴ vgl. Rötter 2000, S. 280f.

⁷⁵ vgl. Rösel 2014, S. 31.

Die Tendenzen die Rösel hier anführt, treten besonders verstärkt und deutlich zutage seit Musikvideos in erster Linie nicht mehr über das Fernsehen, sondern auf kleinen Bildschirmen rezipiert werden. Die Rede ist von jener Revolution, von der die Mediengattung erfasst wurde, seit das Internet seinen Siegeszug angetreten hat: Die Online-Videoplattform YouTube hat die Rolle des Musikfernsehens so gut wie völlig übernommen und funktioniert nun als bei weitem größter Distributionskanal für diese, worauf ich im nächsten Unterkapitel noch detaillierter zu sprechen komme. Wenn man über Manipulations- und Inszenierungsstrategien im Zusammenhang mit der Wahrnehmung von Musikvideos spricht, darf auch nicht unerwähnt bleiben, wie sich die YouTube-Revolution auf Ästhetik, Rezeption und Produktion derselben ausgewirkt hat. Um diese Auswirkungen zu verstehen, kann es nur hilfreich sein, in Form eines kurzen Abrisses die historische Entwicklung des Musikvideos zu beleuchten.

3.4. Historische Entwicklung des Musikvideos

Im Folgenden soll in aller Übersichtlichkeit ein Abriss über die historische Entwicklung der Mediengattung gegeben und beleuchtet werden, auf welche Weise das so eng mit ihr verbundene Musikfernsehen seine Produktions- und Rezeptionsbedingungen sowie seine Ästhetik beeinflusst hat, sowie welche Veränderungen seit dessen faktischem Niedergang eingetreten sind. Wie bei diversen anderen medialen Erzeugnissen fällt es beim Musikvideo schwer, den absoluten Beginn seiner Entstehung festzustellen bzw. das allererste Musikvideo nach oben ausgeführter Definition zu eruieren.⁷⁶ Schon eine ganze Weile vor Beginn seiner Blütephase, kann man diverse Vorstufen und Mischformen identifizieren. Wichtige Verbindungslinien zieht Westreicher etwa zum abstrakten Avantgardefilm, zu frühen Trickfilmen, zum surrealistischen Film, sowie zum Tanz- und Operettenfilm.⁷⁷ Um den Weg zu ihrer Entstehung nachvollziehbar zu machen, ein kurzer Blick auf die wichtigsten Vorläufer der heutigen Videoclips: Die „Soundies“ wurden zuerst Anfang der 1940er Jahre in den USA bekannt. Dabei handelte es sich um kurze Musikfilme in Schwarzweiß, die als um einen durch Rückprojektion bespielten Bildschirm erweiterte Jukeboxen betrachtet werden können.⁷⁸ Anfang der 60er Jahre konnte unter der Bezeichnung Scopitone (von „scope-a-tone“, also „zeig einen Klang“), eine Art Weiterentwicklung des Geräts Popularität gewinnen: Auf einem solchen Gerät konnten schon bis zu 36 verschiedene, in etwa dreiminütige Kurzfilme in Farbe mit Musik einzeln angewählt und betrachtet werden – ein Vorgriff auf

⁷⁶ vgl. Keazor/Wübbena 2005, S. 59ff.

⁷⁷ vgl. Westreicher 2015, S. 117.

⁷⁸ vgl. Keazor/Wübbena 2005, S. 61.

zeitgenössische Rezeptionsgewohnheiten á la YouTube.⁷⁹ Das Konzept wurde von Paris in die USA exportiert, wo bald damit begonnen wurde, zuerst die Geräte und schließlich serienmäßig Filme dafür zu produzieren, da das Publikum seine lokalen Stars und MusikerInnen sehen wollte. Die Scopitones waren in Restaurants, Bars und Hotels aufgestellt und waren mit einem Preis von 25 Cent pro Film-Vorführung ein verhältnismäßig hochpreisiges Vergnügen. Aus diesen Gründen blieb die Unterhaltungsform der wichtigsten Zielgruppe für Musik, den Jugendlichen, weitgehend verwehrt, was gemeinsam mit anderen Umständen zum Niedergang der Scopitones führte. Ihre Herstellung in den USA wurde 1969 schließlich beendet.⁸⁰ Die für die Panorams und später Scopitones produzierten Videos selbst, wiesen schon damals frappierende Ähnlichkeiten mit den späteren Musikvideos auf.

Schon vor dem Sendestart von MTV gab es in der internationalen Fernsehlandschaft Shows, die sich mit populärer Musik beschäftigten: Im Fernsehen gezeigte Auftritte von Musikstars wie Elvis in den USA (wo auch das Fernsehen am schnellsten Verbreitung fand) waren schon in den 1950er Jahren keine Seltenheit und prägten das Bild des aufkommenden Rock'n'Roll als wilde, skandalöse Gegenkultur der Jugend.⁸¹ Mit den 60ern begannen sich die ersten Musik- bzw. Chartshows für die Zielgruppe Teenager durchzusetzen: „American Bandstand“ (ABC, 1956–1987), „The Buddy Deane Show“ (1957–1964, WJZ-TV) oder „Soul Train“ (1971–2006, Syndicate TV), können hier als Beispiele für die USA genannt werden. In den Shows traten meist Bands auf, die Playback performten und deren Auftritt im Studio in wenigen Kameraeinstellungen im Umschnitt gezeigt wurde.⁸² „Soul Train“ und „American Bandstand“ sind die direkten Vorläufer eines Musikfernsehens, wie es MTV werden sollte. „American Bandstand“ ist der Prototyp eines Spartenprogramms für populäre Teenager-Musik und wurde zehn Jahre später in Europa mit dem deutschen „Beat Club“ und dem britischen „Top of the Pops“ ähnlich umgesetzt.⁸³ Letzteres sollte die „erfolgreichste und beständigste Popmusiksendung im Fernsehen weltweit“⁸⁴ werden und bis 2006 weitersenden.⁸⁵ Für Fernsehshows wie diese begannen Regisseure, etwa wenn ein Live-Auftritt in der Sendung nicht möglich war, kurze Filme von Bands zu produzieren, in denen sie ihre Songs aufführen. Das prominenteste Beispiel dafür sind die Beatles, die 1964 begannen, für Werbezwecke kurze Filme anfertigen zu lassen, die in Fernsehshows gezeigt werden konnten – insbesondere

⁷⁹ vgl. Westreicher 2015, S. 117.

⁸⁰ vgl. Keazor/Wübbena 2005, S. 63.

⁸¹ vgl. Rötter 2000, S. 263.

⁸² vgl. Lilkendey 2017, S. 72ff.

⁸³ ebda, S. 77.

⁸⁴ ebda, S. 93.

⁸⁵ vgl. Rötter 2000, S. 264.

als sie ab 1966 Live-Tourneen vollkommen aufgaben. Ähnlich verhielt es sich bei den weltberühmten Bands ABBA und Queen. Während diese frühen TV-Videoclips ebenfalls meist noch sehr stark an Auftritts- oder Konzertsituationen angelehnt waren, kamen bald neue Ideen und gestalterische Elemente hinzu. Der Clip zu „Bohemian Rhapsody“ von Queen, der umstrittenerweise immer wieder als Kandidat für das „früheste Musikvideo“ (die bisherigen Ausführungen berücksichtigend, mit 1975 sehr spät angesiedelt⁸⁶) herangezogen wird, zeigt diese Entwicklung. Da es nicht möglich war, das komplexe Stück in der TV-Liveshow „Top of the Pops“ detailgetreu zu performen, setzte man auf ein Video, das man in letzter Sekunde anfertigen ließ: Regisseur Bruce Gowers stand nicht nur unter Zeitdruck, sondern vor der Herausforderung, die mithilfe von Studientechniken zu einem riesigen Chor vervielfachte Stimme von Sänger Freddie Mercury entsprechend zu bebildern, ohne das Gefühl zu erwecken es fehle etwas. Er löste das Problem indem er den Kopf des Sängers bzw. die Köpfe der ganzen Band mit einem kaleidoskopartigen Videoeffekt multiplizierte, wann immer die Chor-Passagen einsetzen. Ansonsten zeigt das Video eine eher unspektakuläre Bühnenaufführung, die mit vielen langen Überblendungen und Nahaufnahmen der Musiker in Szene gesetzt wird.⁸⁷ Der überwältigende (und seitens der Plattenfirma nicht erwartete) Erfolg der aufwendig produzierten Single, zu dem das Musikvideo offensichtlich einen gewichtigen Teil beitrug, gab Gowers schließlich Recht und ist mit Sicherheit ein wichtiger Grund warum „Bohemian Rhapsody“ vielfach als „erstes Musikvideo“ bezeichnet wird. Oft erwähnt wird in der Literatur auch ABBA-Musikvideoregisseur Lasse Hallström, der begann mit unkonventionellen Blickwinkeln, schnellen Schnitten zur Musik, Zooms oder optischen Effekten zu arbeiten, um eine eigene visuelle Sprache für jeden einzelnen Clip zu entwickeln. In „Knowing Me, Knowing You“ kommen Freeze-Bilder zum Einsatz, bei „S.O.S“ (1975) werden optisch verzerrte Spiegelbilder, Kaleidoskop-Effekte und ein häufiger Blick von oben auf die Band eingebaut. Im Vergleich zum relativ statischen und gemächlichen Video zu „Bohemian Rhapsody“, erscheinen Hallströms Arbeiten „schon sehr viel näher an dem, was man heute gemeinhin mit einem Videoclip assoziiert“.⁸⁸ Vor allem in den späteren Videos kamen Szenen aus dem vermeintlichen Privatleben der Band oder Bilder von Tonstudio-Sessions hinzu, um eine scheinbare Nähe zu den MusikerInnen für die Fans zu erzeugen.⁸⁹

⁸⁶ vgl. Westreicher 2015, S. 129.

⁸⁷ vgl. Keazor/Wübbena 2005, S. 62.

⁸⁸ ebda, S. 66.

⁸⁹ vgl. ebda, S. 69.

Andere KünstlerInnen, für die bereits in den 60ern Videoclips angefertigt wurden, sind u.a. David Bowie, die Rolling Stones oder Frank Zappa.⁹⁰

Der nächste bedeutende Schritt in der Entwicklung der Musikvideos war der Start von MTV: Am 1. August 1981 ging es als erste Fernsehstation, deren Inhalt sich explizit auf Musikvideos konzentrierte, in den USA auf Sendung. Anleihen bei schon zuvor bestehenden Chart- und Musikshows nehmend, konnte es schnell zu einer großen Beliebtheit gelangen und im Laufe der nächsten Jahr(zehnt)e kamen zahlreiche regionale Außenstellen auf der ganzen Welt hinzu: 1987 MTV Europe in England, 1990 MTV Brasil, 1992 MTV Japan, 1999 MTV Germany usw.⁹¹ Bald eingeführte Sender-Jingles in Form von kurzen Image-Spots, die meist im Comic-Stil, bunt, schrill und überdreht daherkamen, halfen dem Sender sein radikal-jugendliches Image weiter zu festigen.⁹² Musikindustrie, Werbung und Fernsehen gingen durch MTV eine neue und noch intensivere Verschränkung ein. „Denn während die inszenierten und gefilmten Auftritte bislang vereinzelt im Rahmen einer Show oder Serie bzw. als Pausenfüller gesendet worden waren, bildeten sie nun die Glieder einer endlosen und fast ununterbrochenen Kette, die gewissermaßen im Rahmen einer Dauerwerbesendung am Zuschauer vorbeizog“. ⁹³ Klassische Fernsehwerbung fand in dieser kleinteiligen Programmstruktur ihr perfektes Umfeld, da sie weniger als störend empfunden wird als wenn längere Sendungen unterbrochen werden. MTV lieferte niederschwellige Unterhaltung, die wie ein Radio, im Hintergrund rezipiert werden konnte.⁹⁴

Der neue Kontext in dem Musikvideos nun gezeigt wurden, sollte großen Einfluss auf ihre Produktionsweise und Ästhetik haben. Bei ProduzentInnen und RegisseurInnen begann sich eine Routine in der Clip-Herstellung herauszubilden, und es wurde versucht, sich an Standards zu orientieren, die sich in diesen Jahren entwickelten. Eine neue Quantität und Konkurrenzsituation entstand, schnell wurde klar, dass Musikvideo-RegisseurInnen von nun an kreative Wege finden mussten, „um aus dem endlosen Strom von Bildern hervorstechen und die Aufmerksamkeit des Zuschauers noch für sich gewinnen zu können“.⁹⁵ Darauf aufbauend entwickelten sich bald parallel zu den Musikgenres wie Pop, Rock oder Hip Hop

⁹⁰ vgl. Hajok, Daniel: Musikvideos im TV. Anmerkungen zur Repräsentation und Rezeption von Geschlechterdifferenzen. In: tv diskurs. Verantwortung in audiovisuellen Medien. Ausgabe 37, 10. Jg., 3/2006. S. 32.

⁹¹ vgl. Wang, Pinie: Musik und Werbung. Wie Werbung und Medien die Entwicklung der Musikindustrie beeinflussen. Wiesbaden: Springer VS, 2014. S. 166.

⁹² vgl. Lilkendey 2017, S. 80f.

⁹³ Keazor/Wübbena 2005, S. 71.

⁹⁴ vgl. Rötter 2000, S. 266.

⁹⁵ Keazor/Wübbena 2005, S. 71.

zugehörige Musikvideo-Gattungen, mit eigenen Bilderwelten, Regeln und Ritualen⁹⁶ – die sich erst einmal festigen mussten, bevor sie von einzelnen RegisseurInnen wieder gebrochen werden konnten. „Mit dem Fernseherfolg war den Künstlern klar, dass sie Musikkurzfilme brauchten und auch wollten, um konkurrenzfähig zu bleiben. Daher verlangten sie Entsprechendes bei ihren Musikverlagen“.⁹⁷ Beim Programm von MTV außen vor zu bleiben, konnten sich ernst zu nehmende Pop-Acts bald nicht mehr leisten.⁹⁸ Von nun an war es die Plattenindustrie, die die Musikvideos finanzierte (während diese in den Jahren zuvor zu einem guten Teil noch von Fernsehstationen in Auftrag gegeben wurden). Keazor und Wübbena sprechen von einem „intensivierenden Fortentwicklungsschub“⁹⁹ durch MTV. Ansonsten sollte man mitdenken, dass die Generation an Musikvideo-RegisseurInnen, die heute aktiv ist, noch zu einem Großteil mit MTV und dem damaligen Erscheinungsbild des Musikclips sozialisiert wurden – dies wird sich zwar in den nächsten Jahren zusehends ändern, ist aber nicht unerheblich, gerade für eine Gattung, die sehr zitatfixiert und selbstbezüglich ist. Was auch Lilkendey in seinem Resümee für die MTV-Ära festhält, ist eine deutliche Orientierung des Musikvideos hin zum Narrativen – mit der Etablierung der neuen Art des Musikfernsehens kam es mehr und mehr in Mode, kleine Stories in Musikclips zu packen (vergleichbar mit „Mini-Musicals“).¹⁰⁰ Auf die Spitze trieb diese Entwicklung Michael Jacksons Clip zu „Thriller“ aus dem Jahr 1983, der mit 14 Minuten aussergewöhnlich lange ist und mit 500.000 US-Dollar ein zu seiner Zeit gigantisches Budget verschlang.¹⁰¹

Die Hochphase der MTV-Ära, was Kreativität und Popularität des Programms betrifft, kann von etwa Mitte bis Ende der 1990er Jahre festgesetzt werden. Zu dieser Zeit erfuhr das Genre Musikvideo neue wichtige Impulse aus dem Bereich des rein assoziativen Videoclips, der völlig auf Performance oder Narration verzichtet. Grund dafür war das endgültige Ankommen von entpersonalisierter, elektronischer Musik (Techno, Drum'n'Bass, ...) in der Populärkultur, bei der die MusikerInnen selbst oft in den Hintergrund treten.¹⁰² Eine Tradition an die auch viele Clips anknüpfen, die mit recycelten Bildern arbeiten. Ab etwa dem Jahr 2000 hatte das zu globaler Größe gewachsene MTV-Imperium seinen Zenit erreicht, und musste sich mit sinkenden Quoten auseinandersetzen. Dafür können verschiedene Gründe ausfindig gemacht

⁹⁶ vgl. Keazor/Wübbena 2005, S. 71f.

⁹⁷ Lilkendey 2017, S. 81.

⁹⁸ vgl. ebda, S. 79ff.

⁹⁹ Keazor/Wübbena 2005, S. 70.

¹⁰⁰ vgl. Lilkendey 2017, S. 86.

¹⁰¹ vgl. ebda, S. 13.

¹⁰² vgl. ebda, S. 126ff, 144.

werden, der bedeutendste ist aber das Aufkommen von MP3-Tauschbörsen im Internet.¹⁰³ Die großen Plattenfirmen, die mit sinkenden CD-Verkäufen zu kämpfen hatten, gehörten auch zu den wichtigsten Werbekunden von MTV und begannen das Budget für Fernsehwerbung nachhaltig zu verkleinern. Dazu begann die jugendliche Zielgruppe schon in den Jahren vor dem Start YouTubes, zusehends vom Fernsehen zu neuen Unterhaltungsangeboten im Internet abzuwandern, was zu einer zunehmenden Segmentierung und Spezialisierung des Publikums führte.¹⁰⁴ Als Reaktion auf die schlechteren Quoten begannen Musiksender in den folgenden Jahren ihr Programm umzustellen und immer mehr auf populäre Formate wie Reality-Serien, Datingshows, Cartoons sowie „Best Of“-Sendungen zu setzen. Die Musikshows und -videos wurden dabei immer weniger und an den Rand der Programmzeiten (früher Morgen, Nacht) gedrängt: „Bereits 2004 bestand das Programm von MTV nur noch aus 50% Musikvideos“.¹⁰⁵ Eine Entwicklung, die sich mit der Etablierung YouTubes nur noch rasant verstärkte. Lilkendey konstatiert, dass sich das Musikfernsehen letztendlich durch seine immer stärker werdende Abwendung von Musikvideos in die Bedeutungslosigkeit manövrierte – zahlreiche lokale MTV-Stationen und andere Musikfernsehsender (in Deutschland etwa Viva Zwei) mussten ihren Betrieb schließlich ganz einstellen. Kein Wunder: Mit dem heutigen Tag konsumiert seine Zielgruppe Unterhaltung fast ausschließlich im Internet.¹⁰⁶

Es konnten sich zwar noch einige andere Videodienste im Internet etablieren (etwa Vimeo, MyVideo oder Dailymotion), aber YouTube ist, seit es 2005 online ging, der bei weitem beliebteste und meistgenutzte unter ihnen. Innerhalb kurzer Zeit wurde die Plattform zum bedeutendsten Medium zur Wiedergabe von Video-Content aller Art, im Speziellen von Musikvideos. YouTube selbst gibt mehr als eine Milliarde Nutzer – fast ein Drittel aller Internetnutzer – an und erreicht bei Nutzern im Alter von 18 bis 34 Jahren mehr als jedes Kabel-TV-Netzwerk weltweit; sogar alleine auf mobilen Endgeräten.¹⁰⁷ Musik ist nicht der einzige, aber der wichtigste (meistkonsumierteste) Content auf YouTube.¹⁰⁸ Die Plattform, die 2006 von Google gekauft wurde, vereint völlig verschiedene Content-Arten (von Schminktutorials über Nachrichten bis zu Handyvideos, Tierfilme oder Dokumentationen) auf

¹⁰³ vgl. Kuni, Sandra: Es war einmal MTV. Vom Musiksender zum Lifestylesender. Eine Programmanalyse von MTV Germany im Jahr 2009. Diplomarbeit, Universität Wien: 2010. S. 80.

¹⁰⁴ vgl. ebda, S. 83, 143.

¹⁰⁵ Westreicher 2015, S. 120.

¹⁰⁶ vgl. Lilkendey 2017, S. 139f.

¹⁰⁷ vgl. YouTube: YouTube in Zahlen. In: YouTube-Presseinhalte.
<https://www.youtube.com/intl/de/yt/about/press>. (10.07.2017)

¹⁰⁸ vgl. Lilkendey 2017, S. 148.

einer Seite, die man als eine riesige, interaktive Fernsehstation mit unüberblickbar vielen Kanälen und Sendungen begreifen kann.¹⁰⁹

3.5. YouTube: DIY-Kultur und Remix-Ästhetik

YouTubes Interaktivität schließt nicht nur die Möglichkeit ein, zu jedem Clip Feedback in Form von Kommentaren oder Bewertungen abzugeben, sondern erlaubt es allen NutzerInnen, die sich mit einem Konto anmelden, einen Kanal zu eröffnen und eigens produziertes Videomaterial hochzuladen. Im Zusammenhang mit diesen Möglichkeiten wird oft von einer „Demokratisierung der Mittel“ gesprochen: Gemeint ist nicht nur die Plattform zur Veröffentlichung, sondern eine drastische Vergünstigung der Produktionsmittel, die bereits in den 1990ern einsetzte. Mit der Einführung des Mini-DV-Video-Formats Ende der 90er, und neuen, leistungsstarken Digitalkameras in den 2000ern wurde der Grundstein dafür gelegt. Mit steigender Verbreitung von nichtlinearem Videoschnitt (digitaler Videoschnitt, unabhängig von Aufzeichnungsbändern) und immer benutzerfreundlicheren Programmen, war es ab nun für Interessierte möglich, selbst Filme zu produzieren. Mittlerweile verfügen Mobiltelefone über leistungsstarke Kameras, mit denen sich qualitativ hochwertige, digitale Videos filmen und sogar editieren lassen. Die Verbreitung des Smartphones sorgte für einen weiteren quantitativen Sprung der veröffentlichten Videoclips auf YouTube und in anderen sozialen Medien.¹¹⁰ Manovich fasst zusammen: „On a practical level, this universe was made possible by free web platforms and inexpensive software tools that enable people to share their media and easily access media produced by others, cheaper prices for professional-quality devices such as HD video cameras, and the addition of cameras and video capture to mobile phones”.¹¹¹ Das Erlernen der dafür nötigen Techniken wurde ebenfalls immer einfacher: Auf YouTube selbst können praxisnahe Tutorials für beinahe alle Computerprogramme und technischen Geräte angesehen werden – die Bedienungsanleitung für die eigene Inszenierung wird von der Plattform sozusagen gleich mitgeliefert. YouTube ist also nicht nur eine Fernsehstation, sondern auch ein gigantisches Archiv für digitalisiertes Wissen.¹¹² Die logische Folge dieser Entwicklungen ist, dass ab 2005 ein deutlicher Anstieg der veröffentlichten Musikvideos beobachtet werden kann, wenngleich die Plattenindustrie

¹⁰⁹ vgl. Lilkendey 2017, S. 149.

¹¹⁰ vgl. ebda, S. 119f.

¹¹¹ Manovich, Lev: The Practice of Everyday (Media) Life: From Mass Consumption to Mass Cultural Production? In: Critical Inquiry, Vol. 35, No. 2. Chicago: The University of Chicago Press, 2009. S. 319.

¹¹² vgl. Lilkendey 2017, S. 150.

seither immer weniger Geld dafür ausgibt. MusikerInnen und Bands können heute schon mit kleinen Budgets Eigenproduktionen realisieren und machen dabei nicht selten alles selbst.¹¹³

„Do it yourself“, jeder kann ein Künstler sein, frei nach Andy Warhol und Joseph Beuys, scheint das Motto der Popkultur des 21. Jahrhunderts zu sein. In der Popmusikultur wird dadurch eine neue Heterogenität, und vor allem Nischenproduktionen, gefördert, während der Mainstream an Wichtigkeit verliert.“¹¹⁴ Einzelne Personen und Unternehmen haben unter diesen neuen Bedingungen viel weniger Möglichkeiten, Einfluss auf übergreifende Trends und Modeerscheinungen zu nehmen, denn im Internet, bestimmt die Community selbst. Sprichwörtliche Garagenbands können nun auf der gleichen Ebene senden wie Popstars und bekommen sogar die Möglichkeit Geld damit zu verdienen: Beahlt wird pro Klick, also Aufruf. Teilweise hat sich der klassische Weg zu einer Musikvideoproduktion sogar ins Gegenteil verkehrt. Während früher ein Deal mit einer Plattenfirma am Beginn einer ernstzunehmenden Musikkarriere stand, der dazu führte, dass die Firma ein Album und die entsprechende Promotion, deren Teil das Musikvideo war, finanzierte, beginnen heute solche Karrieren oft direkt mit einem Video. Die Produktionsmittel sind so leicht verfügbar geworden, dass junge MusikerInnen mit einem winzigen Budget Musikvideos anfertigen können, die durch die von sozialen Medien erzeugte Dynamik im Onlinebereich in Windeseile mitunter viele hunderttausend Klicks erzeugen können. Teilweise haben diese KünstlerInnen noch nicht einmal offiziell Musik veröffentlicht, dennoch versuchen sie sich selbst bekannt zu machen und ein Image aufzubauen. Online-Bekanntheit in Form von Klicks oder Likes ist heute die harte Währung im Musikgeschäft, was nicht selten dazu führt, dass gerade noch völlig unbekannte Acts aufgrund eines erfolgreichen („viralen“) YouTube-Hits Verträge von großen Unterhaltungsfirmen angeboten bekommen.¹¹⁵

KonsumentInnen, also Consumer, sind zu „Prosumern“ geworden, gemeint sind UserInnen, die Content nicht nur anschauen, sondern selbst produzieren. Mit billig verfügbaren Schnittprogrammen und YouTube als unendlich großem Filmarchiv, sind dem Prosumer dabei kaum noch Grenzen gesetzt: „The image can be taken from a variety of sources and a song recorded afterward: a clip might look like a music video, but the music can be neither prior nor preeminent. Clips can range from ten seconds to several hours. Interruptions may

¹¹³ vgl. Lilkendey 2017, S. 116ff.

¹¹⁴ Westreicher 2015, S. 116.

¹¹⁵ vgl. Owolabi, Helen: 10 Artists You Didn't Know Were Discovered on YouTube. In: Complex. <http://www.complex.com/music/2014/11/10-artists-you-didnt-know-were-discovered-on-youtube>, 19.11.2014. (17.10.2016)

occur, and material from other genres can infiltrate. (...) There's also a dizzying array of user-based content that ranges from vidding and remixes to mashups".¹¹⁶ Anders gesagt, ist kein veröffentlichtes Bewegtbild mehr gefeit davor, editiert, verfremdet, mit anderen Bildern kombiniert und/oder mit fremder Musik unterlegt zu werden, da einfache technische Mittel es ermöglichen, die Videos von YouTube herunterzuladen, Bild- und Tonspur voneinander zu trennen und weiterzuverarbeiten.¹¹⁷ Die Endprodukte dieser Praktiken werden als „Remixe“ oder „Mashups“ bezeichnet. Der Begriff Remix ist stark mit der DJ-Kultur, sowie mit Musikproduktion und bestimmten Studiotekniken verbunden: „Das digitale Sampling-Verfahren bildete die Grundlage für den Aufstieg ganzer Genres wie Hip-Hop, Drum'n'Bass oder House, die bis heute in der populären Musik stabil und einflussreich sind".¹¹⁸ In der Musik wird als Remix eine Neubearbeitung oder neue Version eines Stücks bezeichnet, bei der das Original zwar erkennbar bleibt, einzelne Elemente aber auf unterschiedliche Art und Weise bearbeitet, verfremdet, umkomponiert oder völlig ausgetauscht wurden. Das Wort Mashup leitet sich vom englischen „to mash“, also etwas vermengen oder vermischen, ab. Ebenfalls aus der Musikproduktion kommend, ist seine grundlegende und einfachste Variante, den A-cappella-Gesang eines bekannten Songs mit dem Instrumental eines anderen Songs zu kombinieren. Im Gegensatz zum Remix, wo der jeweilige individuelle Stil und die Fertigkeiten von ausgewählten MusikproduzentInnen und deren Arbeit mit dem Ausgangsmaterial im Vordergrund stehen, steht hier die Montage, die Kombination verschiedener Bausteine selbst im Mittelpunkt.¹¹⁹ Mit zunehmender Bekanntheit und Popularität sowie der Demokratisierung der technischen Produktionsmittel wurden die Konzepte von Remixen bzw. Mashups, und damit die Begriffe auf alle erdenklichen Medien und ihre Inhalte ausgeweitet. Als Remix kann mittlerweile also auch ein neubearbeiteter Film, ein Bild oder sogar ein Text bezeichnet werden. „Aufgrund des reichhaltigen Materialarchivs mit seinen Vernetzungs- und Verbreitungsmöglichkeiten auf der einen und der niedrigschwelligen Benutzbarkeit von Bearbeitungswerkzeugen auf der anderen Seite, ist der

¹¹⁶ Vernallis, Carol: *Unruly Media. Youtube, Music Video, And The New Digital Cinema*. New York: Oxford University Press, 2013. S. 11.

¹¹⁷ vgl. ebda, S. 4, 208.

¹¹⁸ Fischer, Georg: Von Jägern und Samplern. Eine kurze Geschichte des Remix in der Musik. In: Djordjević, Valie/Dobusch, Leonhard (Hrsg.): *Generation Remix. Zwischen Popkultur und Kunst*. Berlin: iRights.Media, 2014. S. 74.

¹¹⁹ vgl. Wilke, Thomas: *Kombiniere! Variiere! Transformiere! Mashups als performative Diskursobjekte in populären Medienkulturen*. In: Mundhenke, Florian/Arenas, Fernando Ramos/Wilke, Thomas (Hrsg.): *Mashups. Neue Praktiken und Ästhetiken in populären Medienkulturen*. Wiesbaden: Springer VS, 2015. S. 13ff.

Remix zum Ausdrucksmedium der jungen Generation im Internet geworden. (...) Jedes Werk ist ein Remix, jeder Nutzer potentieller Autor”.¹²⁰

Carol Vernallis argumentiert, dass Musikvideos den meistgesehenen Content auf YouTube ausmachen, aber auch eine große Menge Clips auf der Plattform nach ähnlichen Prinzipien funktionieren, obwohl diese keine Musikvideos im engeren Sinne sind. User-generated Content wie Mashups oder Remixe, aber auch Werbungen aus dem Viral Marketing-Bereich, zeigen sich stark vom Musikvideo beeinflusst bzw. orientieren sich an seinen Konventionen. Diese Entwicklungen beeinflussen aber auch unsere Sinne und die Art und Weise wie wir Medienangebote konsumieren.¹²¹ Oftmals ist auf YouTube nicht mehr klar erkennbar, ob es sich bei einem aufgerufenem Clip um ein offizielles Musikvideo, einen von einem Prosumer gefertigten Mashup oder die Schulaufgabe einer Kunstklasse handelt. Die Medienangebote, die wir in der heutigen Zeit vorwiegend nutzen, sind flüchtig und dehnbar geworden. Vernallis spricht von einer „mixing-board aesthetic” und sieht das Musikvideo als zentralen Einfluss für das heutige Erscheinungsbild und den Umgang mit filmischen Medien.¹²² Es ist offenkundig, dass dabei die handwerkliche Qualität der konsumierten Angebote insgesamt gesehen leidet. Professionelle Angebote aus dem Musikvideobereich versuchen sich dennoch mehr und mehr die Prosumer- oder DIY-Ästhetik zu eigen zu machen, um Authentizität zu gewinnen. Wie schon seit jeher in der Musikgeschichte, sucht der populäre Mainstream unablässig nach neuen Konzepten und Ideen, wobei man sich bei Trends und Strömungen an den Rand- und alternativen Bereichen der Subkultur bedient, was mittlerweile online recht einfach zu bewerkstelligen ist. „The recent celebration of DIY practice in various consumer industries is another example of this growing trend. In short, (...) companies have developed strategies that mimic people’s tactics of bricolage, assembly, and remix”.¹²³

Die Vielzahl dieser DIY-Angebote und ihre Ästhetik, das ständige Wiederverwerten alten Contents, wie es jeden Tag millionenfach in Form von Fanvideos und Memes zum Einsatz gebracht wird, hat unsere Wahrnehmung empfänglich für die YouTube-Ästhetik gemacht und unsere Augen an recycelte Bilder gewöhnt. Diese Tendenzen sind eng mit dem Gebrauch von Found Footage im Musikvideo verbunden und sind als gewichtiger Teil der Strategien zu sehen, die hinter der Wahl dieser Form stecken. Teilweise werden von Plattenfirmen oder

¹²⁰ Claussen, Jan Torge: Remixing YouTube – Über DJ-Kultur, Videoklone und ReSync-Attacken. In: Djordjević, Valie/Dobusch, Leonhard (Hrsg.): Generation Remix. Zwischen Popkultur und Kunst. Berlin: iRights.Media, 2014. S. 95.

¹²¹ vgl. Vernallis 2013, S. 6.

¹²² vgl. ebda, S. 4.

¹²³ Manovich 2009, S. 323f.

Labels gezielt Informationen zurückgehalten bzw. undurchsichtige Accounts genutzt, um als Teil der Prosumer-Bewegung betrachtet zu werden und so Authentizität zu erzeugen. Eine Entwicklung, die etwa bei Lana Del Reys Aufstieg zur Weltbekanntheit eine Rolle spielte, auf die ich später noch im Detail eingehen werde.

Festzuhalten ist: Die zeitgenössischen audiovisuellen Formen und Kulturen, wie sie uns auf YouTube begegnen, wurden stark vom Stil von Musikvideos und der Art, wie sie Bild und Ton kombinieren, geprägt. Auf umgekehrte Weise stellt die Ästhetik, die sich auf YouTube entwickelt hat, mittlerweile einen riesigen Einfluss für die gesamte Medienlandschaft und somit auch auf Musikvideos dar: „All media – from post-classical cinema to music videos and commercials – start to resemble to YouTube. YouTube’s style (a do-it-yourself-look or aesthetic) infiltrates everything”.¹²⁴ Anders gesagt, mediale Erzeugnisse aller Art kommen nicht mehr um YouTube und die ästhetischen Regeln der Plattform herum. Vernallis versucht die spezielle YouTube-Ästhetik zu beschreiben, und an bestimmten Merkmalen festzumachen, die ein Großteil der Clips gemeinsam haben soll: Unter Hinweis auf die oben erwähnten, unübersichtlich großen Mengen Videomaterial die ununterbrochen auf YouTube veröffentlicht werden, weist sie allerdings darauf hin, dass solche Zuschreibungen nicht allgemeingültig vorgenommen werden können. Eher geht es ihr darum, Muster und Gemeinsamkeiten bei den Clips zu finden, die es schaffen ein großes Publikum auf der Plattform anzusprechen. Als ganz grundlegend feststellbare Eigenschaften beschreibt sie die Kürze der allermeisten Videos, sowie ihre Einbettung in Online- und reale Communities, also Interessengemeinschaften. So gelangen YouTube-Videos in erster Linie durch das Weiterleiten, und Teilen in sozialen Medien zu Popularität.¹²⁵

Vernallis identifiziert acht typische Kennzeichen der YouTube-Ästhetik („intensified audiovisual aesthetics”), die sich stark von aus dem Musikvideo-Bereich kommenden Techniken beeinflusst zeigt: Pulse and Reiteration, Scale and Graphic Values, Digital Swerve, Reanimation and Death, Causal Relations, Condensation (angelehnt an den Begriff nach Freud, also „Verdichtung”), Intermediality und Parody. Auf drei dieser Merkmale, die meines Erachtens am relevantesten für die Beschreibung meines Untersuchungsgegenstands sind, möchte ich noch im Detail eingehen, und in weiterer Folge bei der Analyse der Musikvideos darauf zurückgreifen:

¹²⁴ Vernallis 2013, S. 14.

¹²⁵ vgl. ebda, S. 127ff.

- **Rhythmus und Wiederholung:** Beharrliche Wiederholung ist ein vielfach eingesetztes Verfahren auf YouTube, das auf verschiedenen Ebenen zu beobachten ist. Die Gründe dafür sind vielfältig: Die Anwendung des Copy&Paste-Verfahrens, eine der Grundfunktionen aller modernen nichtlinearen Filmschnittprogramme, macht es zum Kinderspiel eine einzige Szene beliebig oft zu wiederholen – verlockend für Amateure mit wenig Erfahrung, die begrenztes Material oder Ideen zur Verfügung haben. Häufig zur Anwendung gebracht wird etwa die (teils mehrfache) Wiederholung einer kurzen, witzigen Szene in Zeitlupe, wie man sie ursprünglich von Sportübertragungen kennt. Zur Musik geschnitten, werden diese wiederholten Filmschnipsel gerne bei rhythmisch prägnanten Stellen oder Unterbrechungen eingesetzt, und können so einen berieselnden, manchmal fast hypnotischen Effekt erzeugen.¹²⁶

- **Wiederauferstehung und Ersetzung:** YouTube ist voll von „auferstandenen Toten“: Die digitale Filmtechnik und ihre Tricks machen es möglich (und YouTube's Archiv besonders einfach), dass etwa der verstorbene Nat King Cole in einem Musikvideo mit seiner lebenden Tochter singt. Auf eine Weise lassen daher auch Musikvideos, die Filmmaterial recyceln, altes Material „auferstehen“, in dem sie es mit neuer Musik kombinieren und in einem neuen Kontext nutzbar machen. Hier finden sich sehr explizite Verbindungslinien zum Hauntology-Phänomen nach der Interpretation Mark Fishers. Die „Geister der Vergangenheit“ kommen in der zeitgenössischen Popkultur nicht zur Ruhe und kehren in allen erdenklichen Formen wieder, was sich auf YouTube sehr deutlich beobachten lässt. Die NutzerInnen sind versessen auf die Vergangenheit und bringen Bilder aus längst vergangenen Tagen in Form von Remixes, Parodien, Neubearbeitungen oder Imitationen am laufenden Band zurück in die Gegenwart.¹²⁷

- **Intermedialität und Intertextualität:** YouTube befindet sich ständig im Gespräch mit anderen Medien: Bezüge zu Fernsehen, Theater, Social Media, Memes usw. werden in Clips laufend hergestellt. Abertausende Literatur- oder FilmkritikerInnen stellen ihre Rezensionsclips auf YouTube. Nicht zu vergessen sind Kinofilme und ihre Trailer, die ebenfalls ein gefundenes Fressen für Prosumer darstellen, sei es nur als Gesprächsstoff oder als Ausgangsmaterial um Mashups oder Compilations daraus zusammenzustückeln (typisch etwa: „The best scenes with ...“, also Sammlungen von besonders guten Szenen eines Schauspielers oder einer Schauspielerin). Bezüge zu anderen Medien gibt es auf allen Ebenen und in alle Richtungen.¹²⁸ Dies ist klarerweise auch bei Reused Footage-Clips der Fall, weil

¹²⁶ vgl. Vernallis 2013, S. 132.

¹²⁷ vgl. ebda, S. 138f.

¹²⁸ vgl. ebda, S. 143ff.

sich das Publikum bewusst ist, dass das zugrundeliegende Material ursprünglich in einem anderen Kontext entstanden ist. Diese Eigenschaft, die diese Clips mit den bei Vernallis ausführlich besprochenen Mashups gemeinsam haben, wird im nächsten Kapitel näher beleuchtet. Grundsätzlich fällt dabei schon auf, dass auditive Werte und visuelle Symbolkraft heutzutage gewichtiger scheinen als der Text oder die Aussage an sich.¹²⁹

Nachdem die Entwicklung und die Hintergründe der Musikvideo-Ästhetik auf YouTube beleuchtet wurden, komme ich auf das Filmmaterial selbst zu sprechen, das für die Clips recycelt wird und die Begrifflichkeiten, die damit verbunden sind.

4. Reused Footage

4.1. Found Footage: Begriff und Einsatz im Film

Als Found Footage wird – wie der Name schon sagt – „gefundenes“ oder ephemeres Filmmaterial bezeichnet, also Filmmaterial, bei dem keine oder nur sehr lückenhafte Informationen über dessen Autorenschaft und Herkunft vorliegen. Damit gemeint sind etwa unbestimmtes Archivmaterial, Filmreste und -abfälle, Home Movies bzw. Amateurfilme usw. Über den Inhalt sagt der Begriff zunächst einmal gar nichts aus.¹³⁰ Und: „Found Footage ist nicht dasselbe wie Archivmaterial. Während das Archiv als offizielle Einrichtung historische Aufzeichnungen von unbrauchbaren Aufzeichnungen (Outtakes) trennt, ist ein großer Teil des in experimentellen Found Footage-Filmen verwendeten Materials nicht archiviert, sondern in privaten Sammlungen, kommerziellen Bildagenturen, Trödeläden und Abfalleimern untergekommen oder wurde im wahrsten Sinne des Wortes auf der Straße gefunden“.¹³¹

Der Begriff des Found Footage-Films ist mit Traditionen im Experimental- und Avantgardefilm verbunden, bei denen Found Footage etwa in collageartigen Filmen neu zusammengesetzt wurde. Ohne zu sehr ins Detail zu gehen, lohnt es sich einen Blick auf diese Strömungen und den entsprechenden theoretischen Diskurs zu werfen, um Gemeinsamkeiten und Unterschiede mit den Verfahren, die bei Musikvideoclips zum Einsatz kommen, auszumachen. In diesem Kontext, begegnen wir in den 1930er Jahren den ersten ambitionierten Versuchen, „fertigen“ Bildern einen neuen Sinn einzuhauchen, in dem sie auf

¹²⁹ vgl. Vernallis 2013, S. 143.

¹³⁰ Schlichter, Ansgar/Brunner, Philipp: Found Footage Film. In: Lexikon der Filmbegriffe, Universität Kiel. <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=6751>, 13.10.2012. (05.08.2017)

¹³¹ Zryd, Michael: Found Footage-Film als diskursive Metageschichte: Craig Baldwins Tribulation 99. In: montage/av, Band Nr. 1, 2002. S. 113f.

eine neue Weise angeordnet bzw. montiert werden.¹³² Kunstgeschichtlich werden hier Parallelen zu Dada-KünstlerInnen wie etwa Marcel Duchamp deutlich, der ebenfalls fertige, „gefundene“ Objekte in neuem Kontext als Kunstobjekte ausstellten. Das Wort „found“ bezieht sich in diesem Zusammenhang, wenn man so will, nicht nur auf das Material selbst, sondern auch auf dessen neu gefundene Bedeutung.¹³³

William C. Wees hat mit „The Art and Politics of Found Footage Films“ einen der meistzitiertesten Beiträge zum Thema Found Footage-Filme und den ihnen zu Grunde liegenden Montagetechniken vorgelegt, und sich dabei vor allem mit der amerikanischen Avantgarde-Schule auseinandergesetzt. Er argumentiert, dass es egal ob und wie das Ausgangsmaterial nachbearbeitet wurde oder nicht, die Absicht aller Found Footage-Filme ist, das wiederverwendete Material beim Publikum als solches erkennbar zu machen. So wird ein bewussterer Blick auf das Material selbst gelenkt und eine Art Selbstreferentialität verursacht, die durch unterschiedliche Arten der Präsentation und Montage verwertet werden kann. „In every case, the film’s montage exploits discrepancies between the image’s original and present functions. (...) In their new setting, even individual shots may have implications that their original contexts suppressed (...)”.¹³⁴ Dazu kommt eine inhärente Medienreferentialität: „Just as all found footage films are self-referential, so they are all media-referential as well. They cannot avoid calling attention to the ‚mediascape‘ from which they come, especially when they also share the media’s formal and rhetorical strategies of montage”.¹³⁵

Wees versucht die verschiedenen Arten der Montage, die bei der Arbeit mit Found Footage im Film zum Einsatz kommen, zu kategorisieren. Dabei bezieht er sich auf die zu Grunde liegenden Beziehungen zwischen Signifikant und Signifikat, die jeweiligen exemplarischen Genres, sowie ästhetische Tendenzen der jeweiligen Schule. Seine Einteilung sieht wie folgt aus:

- **Compilation:** Bei diesem Modus haben die einzelnen Bilder keine notwendige Verwandtschaft zueinander, aber ein Konzept/Thema/Argument motiviert die Auswahl und

¹³² vgl. Schlichter 2012.

¹³³ vgl. Branco, Sérgio Dias: Music Videos and Found Footage. In: Smith, Iain Robert (Hrsg.): Scope: An Online Journal of Film & TV Studies. Cultural Borrowings: Appropriation, Reworking, Transformation. No. 15, 2009. S. 111.

¹³⁴ Wees, William C.: The Art and Politics of Found Footage Films. New York: Anthology Film Archives, 1993. S. 12f.

¹³⁵ ebda, S. 25.

die Reihenfolge und hält das Material (oft unterstützt durch einen Kommentar in Form von Text oder Voice-over) zusammen. Compilation assoziiert er mit Realität, Dokumentarfilmen und Realismus.¹³⁶

- **Collage:** Auch bei der Collage werden Bilder aus ihrem Kontext genommen, allerdings fordern sie in Form einer künstlerischen Neuinterpretation einen kritischen und analytischen Blick auf die Montage selbst bzw. auf die filmische Repräsentation der Realität (wie sie beim Compilation-Film bemüht wird) als solche heraus. Collage wird mit Bild, Avantgarde-Film und Modernismus in Verbindung gebracht.

- **Appropriation:** Diese Form macht sich ebenfalls die Macht der Manipulation durch Montage zunutze, lässt aber die kritisch-dekonstruktiven Strategien der Collage außen vor. In seinem Schema teilt Wees die Begriffe „Simulacrum“ (in etwa: Abbild), Musikvideo und Postmodernismus zu. Er führt als Beispiel das Musikvideo zu Michael Jacksons „Man in the Mirror“ an, das er, vereinfacht gesagt, als nicht enden wollenden Strom an recyceltem News- und Stock Footage beschreibt, dem es an (chrono)logischem Zusammenhang und geschichtlicher Schlüssigkeit fehlt.¹³⁷ Aus Brancos Sicht greift diese Beschreibung zu kurz, da Wees die persönlich-emotionalen Anknüpfungspunkte der Musik und Verbindungen, die durch den Text des Songs zu den Bildern hergestellt werden, zu wenig beachtet. Durch sein simplifizierendes Schema würde er der gesamten Gattung Musikvideo eine postmoderne Beliebigkeit unterstellen.¹³⁸

An dieser und anderen Stellen in seinem Text wird auch deutlich, dass Wees die Unterscheidung zwischen Found Footage und Archivmaterial nicht so genau nimmt wie in der weiter oben vorgenommenen Definition, sondern etwa wiederverwertete Bilder aus Nachrichten, Cartoons, Dokus usw. sehr wohl mit einbezieht. Da eine derartige „wilde“ Mischung an unterschiedlichen Bildquellen durchaus typisch für Musikvideos anzusehen ist, möchte ich mich für das weitere Vorgehen Sérgio Dias Branco anschließen, der aus genau diesem Grund in seinem Aufsatz dafür plädiert, bei der im Musikvideo gebräuchlichen Verwendung von wiederverwertetem Filmmaterial den Begriff „Reused Footage“ zu verwenden. Dieser schließt alle Arten von „recyclten“ Bildern mit ein, und trägt so dem Umstand Rechnung, dass sogenannte Found Footage-Musikvideos in den allermeisten Fällen

¹³⁶ vgl. Wees 1993, S. 34ff.

¹³⁷ vgl. ebda, S. 40ff.

¹³⁸ vgl. Branco 2009, S. 113f.

Mischformen darstellen, die Filmmaterial aus unterschiedlichsten Quellen zum Einsatz bringen. Selten bestehen Clips ausschließlich aus unbestimmtem oder gefundenem Material. Kommt solches zum Einsatz, werden häufig Archivbilder damit kombiniert, oder überhaupt eigene Sequenzen neu gedreht und durchameratechnik und Bildbearbeitung an das bestehende Material angepasst. Aus diesem Grund scheint es auch für diese Arbeit zielführend, den Begriff auszudehnen, um der Praxis entgegenzukommen und für eine größere Bandbreite von Musikvideos nutzbar zu machen, die als verschiedene Ausprägungen desselben Phänomens, die mit unterschiedlichen Ansätzen und Stilmitteln arbeiten, zu betrachten sind.

4.2. Reused Footage-Montage im Musikvideo

Branco weist auf eine wichtige Verbindung zwischen Musikvideo und Reused Footage hin: „Yet there is a theoretical connection to be made between music video and reused footage, which from the outset is a good justification for the study of their relation. The music always pre-exists the music video – even when the video is not simply a promotional tool produced by a record label. In a similar fashion, reused footage already exists and is used after it has been sought or simply discovered”.¹³⁹ Da auch in der Musik, wie bereits ausgeführt, ständig Sounds und Melodien wiederverwertet werden, sei es durch Covers, Sampling oder Remixes, verwundert es nicht weiter, dass ähnliche Herangehensweisen auch im Video zur Anwendung kommen. In konsequentester Form zeigt sich dieses Phänomen, wie es durch die Praxis auf YouTube und ihre Ästhetik auf die Spitze getrieben wird, im Reused Footage-Musikvideoclip.¹⁴⁰ Musikwirtschaftlich gesehen bedeuten Found Footage-Clips ansonsten in jedem Fall eine finanziell günstige Lösung. Liegt die Idee oder das Konzept für ein Video vor, ist die Arbeit mit der Beschaffung des Materials und der Montage desselben theoretisch getan; Kamerateams, Ausstattung usw. werden nicht benötigt. Ein Aspekt, der schon im Zusammenhang mit Found Footage-Filmen zur Sprache kommt und wie erwähnt neben Aspekten der DIY-Kultur auf YouTube (siehe auch Kapitel „YouTube: DIY-Kultur und Remix-Ästhetik“) im Zusammenhang mit der Beliebtheit von Reused Footage-Clips auf keinen Fall zu unterschätzen ist.

¹³⁹ Branco 2009, S. 111.

¹⁴⁰ vgl. ebda, S.

Wir sind uns als RezipientInnen letztendlich bei jedem Musikvideo bewusst, dass die Musik schon vor dem Video existiert hat und das Video im Nachhinein hergestellt wurde um den Eindruck der Musik zu verstärken: „As a consequence, we are conscious of how videos intentionally construct particular relations between music and images (...)”.¹⁴¹ Beim Reused Footage Clip tritt parallel dazu die Erkenntnis, dass die Bilder bereits vor der Musik in einem anderen Sinnzusammenhang entstanden sind und „verpflanzt” wurden – parallel zur zuvor dargelegten Argumentation von Wees im Zusammenhang mit Found Footage-Filmen. Dieser Effekt, der sich im Reused Footage-Clip ständig zeigt, ist ein spezifisches Merkmal der Gattung: „(...) this double awareness of the pre-existence of the music and of the images is specific to music videos with reused footage. It is an effect that found footage films frequently seek to prompt”.¹⁴² Wenn wir uns in diesem „Wahrnehmungsmodus” befinden, interpretieren wir die möglichen Bedeutungen eines Songs und seines Textes automatisch auf zwei verschiedene Arten zugleich: Zum einen mit den neuen Bedeutungs-Ebenen, die durch die Verbindung mit den Bildern entstehen, und zum anderen unabhängig davon: „Music and images are seen as parts of the unique work in which they are mixed”.¹⁴³

Branco führt drei verschiedene Arten der Verwendung von Reused Footage im Musikvideoclip an. Er hat diese Einteilung – nach dem mir bekannten Forschungsstand als bisher einziger – speziell für Musikvideos die Reused Footage beinhalten entwickelt. Sie sollen mehr das Verhältnis der Bilder zueinander und die Absicht, nach der sie zusammengefügt werden, beschreiben, als die Clips einzuteilen oder zu bewerten. Dabei will er den Begriff der Montage genauer herausarbeiten und von seinen anderen definierten Modi abgrenzen, während der Begriff bei Wees all diese Techniken mit einschließt.

- **Montage:** Das Ziel der Montage ist es, ein kontinuierliches Ganzes aus separaten und verschiedenartigen Teilen von Material zu formen. Bilder werden ausgewählt, editiert und neu zusammengefügt zu einer neuen Form, die auf einer narrativen oder konzeptionellen Ebene funktioniert. Montage basiert wie in der sowjetischen Tradition nach Eisenstein, auf einer dialektischen Verbindung der verschiedenen Bilder: Sie treffen aufeinander und erzeugen so einen neuen Sinngehalt.¹⁴⁴

¹⁴¹ Branco 2009, S. 113.

¹⁴² ebda.

¹⁴³ ebda.

¹⁴⁴ vgl. ebda, S. 114f.

- **Assemblage:** Bei der Assemblage werden Bilder anhand von ihren Gemeinsamkeiten oder Ähnlichkeiten zusammengefügt, im Gegensatz zu Wees' „Compilation“, die er eher im Sinne der Montage versteht. „In assemblage, the footage is not simply gathered or made to fit together like in montage: it fits together because of its origins and characteristics”.¹⁴⁵ Die Bilder werden also nicht einem Konzept entsprechend „passend gemacht“, sondern nach ihrer bereits vorhandenen, inhärenten Beschaffenheit ausgewählt.

- **Collage:** Bei der Collage stehen die Kontraste zwischen den Bildern im Vordergrund. Hier werden Bilder nach starken Unterschieden ausgewählt – das Publikum soll sich bewusst werden, dass Bilder unterschiedlichster Herkunft verbunden wurden, wohingegen bei der Montage eine organische Einheit der verschiedenen Teile angestrebt wird.¹⁴⁶

Branco weist weiters darauf hin, dass sich die Verfahren nicht gegenseitig ausschließen, sondern durchaus in einem einzigen Videoclip kombiniert werden können.¹⁴⁷ Das von ihm entwickelte Schema soll im weiteren Verlauf für die Analyse der ausgewählten Videoclips herangezogen werden (siehe Kapitel „Analyse der Musikvideos“).

Bei der Recherche zum Thema und der Begutachtung zahlreicher Clips, die mit den von Branco beschriebenen Montagetechniken aus Reused Footage gefertigt wurden, traten die eingangs erwähnten Amateurfilme immer wieder als ausdrucksstarke und (wohl deswegen) beliebte Footage-Quelle hervor: Sie scheinen auf eine besonders ergiebige Weise als visueller Ausdruck einer vergangenen Zeit zu funktionieren. Das dürfte mit ihrer Entstehung als private Dokumente zusammenhängen, die in erster Linie meist Erinnerungen festhalten sollen und eigentlich nicht für die Augen der Öffentlichkeit bestimmt sind. Auch die bereits erwähnte Lana Del Rey, der hauntologische Tendenzen zugeschrieben werden, brachte private Amateurfilme in mehreren ihrer Musikvideos zum Einsatz, die als wichtiger Grundstein für ihren frühen viralen Erfolg im Netz zu sehen sind, auf dem ihre weitere international erfolgreiche Pop-Karriere aufbaute: „(...) Lana Del Rey showed how homemade stitches of super-8 film reels can propel an artist towards internet sensation. In Video Games, she credited twelve people for the clips that created her self-described ‘Hollywood sad core dope summertime sadness’ look in the video. Over eight million hits later, it’s fair to say that the

¹⁴⁵ Branco 2009, S. 116.

¹⁴⁶ vgl. ebda, S. 117f.

¹⁴⁷ vgl. ebda, S. 118.

cumulative ‘look’ probably worked”.¹⁴⁸ Als Materialquelle scheinen sich Home Movies zu eignen, um eine besondere emotionale Qualität und zeitliche Wahrnehmung in ein Musikvideo zu bringen. Daher scheint es lohnenswert, mit dem nächsten Kapitel den Blick noch einmal verstärkt auf klassische Amateurfilme, ihre Besonderheiten und die Umstände ihrer Entstehung zu lenken, um herauszuarbeiten warum und auf welche Weise sie im Kontext von Musikvideos eine spezielle Wirkung entfalten.

4.3. Home Movies und ihre Besonderheiten

Als Grundlagentext zur wissenschaftlichen Beschäftigung mit Amateurfilmen ist Patricia R. Zimmermanns Monographie „Reel Families. A Social History of Amateur Film”¹⁴⁹ zu sehen. Es ist die erste historische Abhandlung über den Amateurfilm und eine Analyse des Diskurses zum Gegenstand, der sich von der technischen, kulturellen, politischen und ästhetischen Perspektive daran annähert. Während die historische Entwicklung des Amateurfilms, der eng mit der technischen Entwicklung und Vermarktung von Filmkameras in Zusammenhang steht, hier nur am Rande angeschnitten werden soll, liefert Zimmermann auch einige wertvolle Argumente zur speziellen Ästhetik und sozialen Funktionsweise von Home Movies. Es macht zuerst einmal Sinn ihr definitorisch zu folgen, wenn sie den Home Movie als eine von diesem mit eingeschlossene Unterkategorie des Amateurfilms bezeichnet. Im Laufe der Jahrzehnte und Entwicklungsstufen, die diese Gattung durchgemacht hat, sind die zwei Begriffe in ihrer landläufigen Verwendung verschmolzen und werden häufig synonym verwendet. Home Movies stellen eine besondere Form des Amateurfilms dar, gemeint sind Aufnahmen die im privaten Rahmen der Familie entstehen und für sie und die Aufführung in diesem Rahmen gemacht sind; typische Familienfilme, die Freizeitaktivitäten, Urlaube, feierliche Anlässe usw. abbilden.¹⁵⁰ An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass mit Home Movies traditionelle, analoge Hobbyfilme gemeint sind, die vor der Ära des digitalen Fotos und der flächendeckenden Verbreitung des Internets entstanden sind – die Möglichkeiten von Digitalkameras, fotofähigen Smartphones und ihre enge Verbundenheit mit der Kommunikation in Sozialen Medien, die vor allem zur Selbstdarstellung genutzt werden, sind ein völlig anderes Kapitel, das hier den Rahmen sprengen würde.

¹⁴⁸ McGillicuddy, Louisa: Listomania – 10 Best Found Footage Music Videos. In: NME. New Musical Express. <http://www.nme.com/blogs/nme-blogs/listomania-10-best-found-footage-music-videos-31865>, 02.12.2011. (03.11.2016)

¹⁴⁹ Zimmermann, Patricia R.: Reel Families. A Social History of Amateur Film. Bloomington: IU Press, 1995.

¹⁵⁰ vgl. ebda, S. x (*Preface*).

Ebenfalls von klassischen Home Movies abzugrenzen sind nicht nur professionell hergestellte Filme, sondern insbesondere auch die Erzeugnisse der in Clubs organisierten Amateure: In diesen fast schon vergessenen, sich ab den 1930er Jahren weit verbreitenden Amateurfilmverbänden wurden Filme einander vorgeführt und kritisiert, um ein von Amateurfilm-Fachzeitschriften (deren Inhalte stark von der Filmindustrie beeinflusst wurden) vorgegebenes Ideal zu erreichen. Das Nachahmen bzw. Erreichen von kompositorischen, zum Teil künstlerisch motivierten („pictorialistischen“, begrifflich anknüpfend an die gleichnamige Strömung in der Amateurfotografie) Idealen stand hierbei im Mittelpunkt, was von den Fachzeitschriften der Zeit forciert wurde – ebenso wie die strikte Trennung von Profis und AmateurInnen, die schon auf rein technischer Ebene erfolgte. Durch eine 1923 geschlossene Übereinkunft der Unternehmen Kodak Eastman und Bell and Howell, die eine marktbeherrschende Stellung am Film- bzw. Kamerasektor inne hatten, gab es fortan eine klare Unterscheidung was Herstellung, Distribution und Aufführung anbelangte: 35mm-Film war den professionellen Filmschaffenden vorbehalten, 16mm den AmateurInnen.¹⁵¹ In den 1950er Jahren, trat der billigere und einfacher zu handhabende 8mm-Film seinen Siegeszug im Amateurfilm-Bereich an.¹⁵²

Zimmermann beschreibt, wie der frühe, semi-professionelle Zugang der Clubs im Laufe der Zeit an Bedeutung verlor und das Image des Amateurfilms sich mehr und mehr in Richtung von Freizeit- und Familienbeschäftigung entwickelte. „Der Amateurfilm wurde nun nicht mehr wie zu Beginn als reine technische Innovation verstanden, sondern von Seiten der Öffentlichkeit vorwiegend als Konsumartikel wahrgenommen“.¹⁵³ Während Filmkameras im privaten Gebrauch lange als eher ausgefallenes Luxusgut einzustufen waren, begannen sie sich ab etwa Mitte der 1930er Jahre langsam in der gehobenen Mittelklasse zu verbreiten. 16mm-Farb- und Tonfilm war bereits im privaten Verkauf erhältlich und die eigene Familie wurde nach und nach als Motiv für Hobbyfilmaufnahmen entdeckt. Nach der Zäsur, die der zweite Weltkrieg für die Amateurfilmproduktion darstellte, kam es ab 1950 zu einer weiteren wichtigen Entwicklung: Durch die Verkürzung der Wochenarbeitszeit fand eine schlagartige Aufwertung der Freizeit und aller mit ihr verbundenen Aktivitäten statt. Neben der neugewonnenen Zeit für persönliche und individuelle Interessen, wurde die Familie nun verstärkt als Ort des Rückzugs und der Zusammengehörigkeit idealisiert. Diesen Tendenzen

¹⁵¹ vgl. Tröster, Anselm: An Art Version of Home Movies. Privates in den Werken von Stan Brakhage und Jonas Mekas. Dipl.-Arbeit. Universität Wien, 2011. S. 5f.

¹⁵² vgl. Zimmermann 1995, S. 117f.

¹⁵³ Tröster 2011, S. 6.

und einer erneuten Verbilligung des Equipments geschuldet, entwickelten sich Home Movies im Laufe der 1950er und 1960er zum Massenkonsumartikel und Teil der Allgemeinkultur. Damit beginnen sich auch die Begriffe Home Movie und Amateurfilm bis hin zur Synonymität zu überlagern, womit wir wieder beim Ausgangspunkt des Kapitels angelangt wären. „The expanding leisure market, the do-it-yourself movement, product differentiation based on technical control, increased automation, and the substandard gauge of 8mm assigned amateur filmmaking to the home”.¹⁵⁴ Mitte der 60er-Jahre wurden Super-8 Filme und -Kameras eingeführt, ein verhältnismäßig billiges Format, das ein größeres Bild bei gleicher Filmgröße ermöglichte und die Handhabung des Films noch weiter vereinfachte. Es wurde schnell zum beliebtesten Format von Hobbyisten, verschaffte Home Movies einen weiteren Beliebtheitsschub und gilt bis heute als das klassische Amateurfilm-Format schlechthin, worauf später noch im Detail eingegangen wird.¹⁵⁵

Mit der Entwicklung des Home Movies weg von den fachsimpelnden Kreisen der Amateurclubs in Richtung Alltagsgegenstand, entstand auch seine typische filmische Zugangsweise und die daraus folgenden ästhetischen Eigenheiten, die eng mit seiner sozialen Funktion verknüpft sind. In ihrer Frühphase wurden diese Eigenschaften von Home Movies in erster Linie als Unausgereiftheiten bzw. Unzulänglichkeiten, im Vergleich zu professionellen Erzeugnissen (etwa was Dramaturgie und Bildaufbau betrifft) angesehen. Eine Betrachtungsweise, die zu kurz greift und aus wissenschaftlicher Sicht nach und nach revidiert werden musste. Einen wichtigen Beitrag dazu hat Richard Chalfen geleistet, der sich in seiner Studie „Snapshot Versions of Life”, dem Aufsatz „Home movies as Cultural Documents” und weiteren Publikationen intensiv mit der sozialen Praxis von Home Movies beschäftigt hat.¹⁵⁶ Chalfen versteht Home Movies als eine symbolische Form visueller Kommunikation, was erklärt, warum sich die überwiegende Anzahl dieser privaten Filme nie an die Anweisungen und Ratschläge aus der einschlägigen Fachliteratur gehalten haben. Sie sind, wie etwa Familienfotos, als Teil des noch weiter gefassten „home mode of communication” zu begreifen. Wichtiger als die Qualität der Kamera oder die Ausführung der Aufnahme ist für die Konstituierung dessen, die Verwendung der Bilder in der sozialen

¹⁵⁴ Zimmermann 1995, S. 121.

¹⁵⁵ vgl. Valensise, Livia: Auf Spulensuche. In: Zeit Online. <http://www.zeit.de/kultur/film/2014-07/50-jahre-super-8-wunderblock>, 30.07.2014. (19.11.2017)

¹⁵⁶ Chalfen, Richard: Home movies as cultural documents. In: Thomas (Hrsg.): Film/Culture: Explorations of cinema in it's social context. Metuchen: Scarecrow Press, 1982. S. 126-138.

Interaktion, ihre kommunikative Funktion.¹⁵⁷ Da sich der Familienfilm nicht an eine unbekannte Masse richtet wie der Kinofilm, sondern die Familie selbst das Publikum ist, schlussfolgert Chalfen: „Home movies (...) provide people with means of presenting themselves through the mediation of symbolic visual forms, with a means of showing what they want to show about themselves to themselves”.¹⁵⁸ Home Movies wollen in erster Linie die schönen Momente des familiären Lebens festhalten und dokumentieren. Fotos und Filme sind aber nicht nur dokumentarische Abbilder von Dingen oder Menschen, sie verraten auch immer, auf welche Weise diese betrachtet wurden. So transportieren sie auch stets wesentliche Informationen über die Kultur, in deren Rahmung sie entstanden sind: „Photographic images offer information on the culturally structured ways of seeing things with cameras”.¹⁵⁹

Die Muster des „home mode” erwiesen sich im Laufe der Zeit als äußerst konsistent – mehr noch als die von Spielfilmen. Eine dieser Regeln etwa lautet, dass in Familienfilmen für gewöhnlich keine unbekannten Personen oder negative Ereignisse abgebildet werden. Gezeigt werden vorrangig Familienmitglieder, am häufigsten Kinder, in bewusst ausgewählten Situationen, etwa Familienfeiern, Urlaubsreisen, sportlichen Aktivitäten usw. Alltagsszenen werden (mit Ausnahme von Urlaubsvideos) so gut wie komplett ausgespart. „Home moviemakers prefer to record and celebrate births rather than deaths, the early years of life rather than the last years, weddings rather than divorces, vacations rather than vocations, and so on”.¹⁶⁰ Krankheit, Nacktheit, Rausch, Trauer, Angst etc. werden in der Regel ebenfalls ausgeblendet. Der Prozess der Selektion von Dingen bzw. Ereignissen aus einer unendlichen Vielzahl von Möglichkeiten, mündet in einer Interpretation davon, wie Begebenheiten erscheinen und passieren.¹⁶¹ „Home-movie content, however, reveals a carefully constructed and orchestrated view of a relatively happy and successful approach to life. In a sense, we have a native model of the way life should be”.¹⁶² Auf diese Weise konstruieren Familienfilme eine eigene Form von bildlicher Realität, transportiert wird letztendlich das Bild einer „heilen Welt”, das alle negativ behafteten Erinnerungen ausblendet.¹⁶³ Im Widerspruch dazu weist Chalfen darauf hin, dass Home Movies für die Allgemeinheit als

¹⁵⁷ vgl. Chalfen 1982, S. 126ff.

¹⁵⁸ ebda, S. 134.

¹⁵⁹ ebda, S. 128.

¹⁶⁰ ebda, S. 130.

¹⁶¹ vgl. ebda, S. 131.

¹⁶² ebda, S. 130.

¹⁶³ vgl. Tröster 2011, S. 16.

unmanipulierte Zeugnisse des „echten Lebens“, als authentische Abbildungen einer bestimmten Zeit gelten, was als Indiz für ihre eigentümliche Wirkung auf uns zu sehen ist. Abgesehen davon, dass Begriffe wie „echt“ und „natürlich“ im Zusammenhang mit Fotografie und Film immer problematisch sind, wird auch auf die schwerwiegende Selektion und Konstruktion bis hin zur Inszenierung, die bei der Entstehung von Familienfilmen zur Anwendung kommt, gerne vergessen.¹⁶⁴

Auf ästhetischer Ebene schlägt sich der Zugang des „home mode“ etwa in der Art der Kameraführung nieder. Typisch für den Stil von klassischen Home Movies sind viele Kameraschwenks, die häufige Verwendung des Zooms und generell eine unruhige Kameraführung mit viel Bewegung. Close Ups werden im Vergleich zu Long und Medium Shots eher selten gebraucht. Nachträgliche Montage ist ebenfalls selten, der Schnitt erfolgt für gewöhnlich alleine durch die Kamera, wodurch die einzelnen Sequenzen meist wenig Verbindung zueinander aufweisen und wahllos aneinandergereiht erscheinen. Als verbindende Elemente kann man (wenn überhaupt) die gleiche Kameraperson (in den allermeisten Fällen – wie sollte es anders sein – der Familienvater), den gleichen Raum oder wiederkehrende Motive (Personen) ausmachen. Typische Verhaltensweisen der abgelichteten Personen beinhalten plötzliches Schauspielen und Posieren (im Sinne von Overacting): Der direkte Blick in die Kamera, die schamhafte Abwendung, das Schneiden von Grimassen oder andere Reaktionen, wenn die Kamera auf sie gerichtet wird. Gerade dieses Verhalten wurde von den Filmfachzeitschriften stets kritisiert, und ist dennoch in beinahe jedem Home Movie zu beobachten.¹⁶⁵ Charakteristisch ist auch die Spontanität und Ungeplantheit der meisten dieser Aufnahmen, sowie die überwiegende Konzentration auf den Inhalt. „Es sind gerade die technischen ‚Fehler‘, welche ganz typisch für Home Movies im Allgemeinen sind. Diese technischen Unzulänglichkeiten werden von Seiten der Filmschaffenden nicht als solche wahrgenommen. Dem eigentlichen Inhalt des aufgenommenen Materials wird grundsätzlich wesentlich mehr Bedeutung als der ästhetischen Form beigemessen“.¹⁶⁶ Das Filmen selbst ist als eine soziale Praxis anzusehen, an der die ganze Familie teilnehmen kann.

Aus ästhetischer Sicht ist hier auf ein verblüffendes Detail hinzuweisen: Weil Amateurfilm traditionell mit der Dokumentation des alltäglichen Lebens verbunden wird, stehen seine Bilder für Authentizität, obwohl die Anwesenheit der Kamera für gewöhnlich in jedem Moment zu spüren ist oder die Szenen überinszeniert wirken. Der immer stärker angestrebte Realismus im Kino hingegen, wird von uns sofort mit Fiktion konnotiert bzw. als solche

¹⁶⁴ vgl. Chalfen 1982, S. 130.

¹⁶⁵ vgl. Tröster 2011, S. 17.

¹⁶⁶ ebda, S. 18.

hinterfragt.¹⁶⁷ Als Konsequenz dieser Überlegungen kann das Authentizitätsversprechen, das Home Movies geben bzw. die „emotionale Authentizität“, die Zimmermann ihnen zuspricht, als Hauptgrund angesehen werden, warum sie effektiv Eingang in massenmediale Erzeugnisse wie Musikvideos erfahren haben, obwohl sie bei ihrer Entstehung nie für ein Massenpublikum gedacht waren.¹⁶⁸ „This same affinity between amateur video as a more authentic, less-warped, more truthful, and less-manufactured representation with a beeline to nostalgia and emotion erupts in many films and videos. It occurs so frequently as a reworking of idealized paraphrases of childhood and as a more raw, less-mediated record of private history that it almost seems a projection of fantasy or the last relic of resistance to the enervation of mass media”.¹⁶⁹

4.4. Super-8 und falsche Erinnerungen

Die intimen Bilder der Home Movies üben auch deshalb eine melancholische Wirkung aus, weil sie uns die eigene Nichtigkeit vor Augen führen. Mark Fisher meint dahingehend: „Es ist als betrachten wir die Notwendigkeiten unseres Lebens durch die Augen einer außerirdischen Gottheit”.¹⁷⁰ „Die Familienalben anderer durchzublättern, Aufnahmen von Augenblicken zu sehen, die ihnen emotional sehr viel bedeuteten (uns hingegen gleichgültig sind), bringt es notwendigerweise mit sich, über dramatische Momente im eigenen Leben nachzudenken und so eine Art Distanz aufzubauen, die zugleich leidenschaftslos ist und eindringliche Gefühle freisetzt”.¹⁷¹ So können sie starke, aber diffuse und schwer festzumachende Sehnsüchte in uns auslösen. Sie zeigen Objekte und Situationen, die in einer anderen Zeit eine gewichtige Bedeutung hatten, die nun aber verloren scheint oder deren Sinn für uns nicht mehr möglich zu entschlüsseln ist.

Seit Home Movies in Shows, Filmen und Serien als Trägermaterial für emotionale Authentizität und familiäre Intimität Eingang gefunden haben, hat sich ihre typische Form und Ästhetik als eine Chiffre für die heile Familienwelt und frohe Kindheit etabliert: Ein besonders bekanntes Beispiel dafür ist der Vorspann der beliebten US-Serie „Wunderbare Jahre” (im Original: „The Wonder Years”, 1988 – 1993). Das Geschehen der Serie, deren Handlung in den späten 60er-Jahren angesiedelt ist und die Kindheit der Hauptfigur Kevin

¹⁶⁷ vgl. Reekie, Duncan: Subversion. The Definitive History of Underground Cinema. London: Wallflower Press, 2007. S. 109, zit. nach Tröster 2011, S. 12.

¹⁶⁸ vgl. Zimmermann 1995, S. 143f.

¹⁶⁹ ebda, S. 144.

¹⁷⁰ Fisher 2005, S. 188.

¹⁷¹ ebda, S. 187f.

Arnold zeigt, wird rückblickend vom erwachsenen Kevin aus dem Off kommentiert. Kindheitserinnerungen sind also der Ausgangspunkt der Serie, und die Rückblende ihr Dauermodus. Dieser Umstand wird schon durch den Vorspann signalisiert, der sich aus einer Reihe (gestellter) Super-8-Familienfilme zusammensetzt.¹⁷²

Der amerikanische Forscher Steve F. Anderson hat sich in seinem Buch „Technologies of History“ intensiv mit dem Spannungsfeld zwischen visueller Geschichte, Geschichtsschreibung und Historizität, Medien und Erinnern, sowie dem kollektiven Gedächtnis auseinandergesetzt.¹⁷³ Er betont den hohen Stellenwert, den medial vermittelte Bilder auf unser individuelles und kollektives Gedächtnis haben: „Although media images represent only one type of intervention in the production of popular memory, they are consistently privileged for their impact on what individuals remember and the way groups perceive themselves”.¹⁷⁴ Sich auf einen Found Footage-Film der japanisch-amerikanischen Regisseurin Janice Tanaka und ihre Argumente beziehend, hält er fest, dass die medialen Darstellungen von Film und Fernsehen zentral für die unschwellige Kultivierung von Kriterien zur Eigenwahrnehmung, der individuellen Formierung unseres Selbstbildes, Rollenbildern, dem Bild der Gesellschaft und in weiterer Folge der Bildung einer kollektiven Erinnerung (bzw. einer „popular memory“, was man auch als „popkulturelle Erinnerung“ verstehen kann) sind.¹⁷⁵ Es erschließt sich, dass die filmischen Dokumente des „home mode of communication“ offenbar wiedererkennbare, emotionale Werte transportieren, die in unser kollektives, (pop)kulturelles Gedächtnis übergegangen sind und dort abrufbar bleiben.

Eine besondere Rolle dürfte dabei das Filmmaterial, das in der Hochphase der klassischen Home Movies, am häufigsten verwendet wurde – 8mm bzw. Super-8 – spielen. Die besondere, unpolierte Ästhetik von Super-8 ist zu einem symbolisch-visuellen Wiedererkennungsmerkmal geworden. Die Zeit schrieb zum 50. Jubiläum der Einführung von Super-8 etwa: „Irgendetwas daran versetzt uns unfreiwillig zurück in unsere Kindheit: Vielleicht sind es die warmen, leuchtenden Farben. Vielleicht die etwas ruckartigen Bewegungen der Menschen, die Unschärfe der Bilder oder die Stille, die nur von einem leisen Rattern durchzogen wird. Super-8-Filme sind zur materialisierten Kindheitserinnerung

¹⁷² vgl. Perkins, Will: The Wonder Years. In: Art of the Title. <http://www.artofthetitle.com/title/the-wonder-years>, 23.12.2014. (03.04.2018)

¹⁷³ Anderson, Steve F.: Technologies of History. Visual Media and the Eccentricity of the Past. Hanover: Dartmouth College Press, 2011.

¹⁷⁴ ebda, S. 58.

¹⁷⁵ vgl. ebda, S. 58.

geworden. Nein, anders: zu den Bildern, an die wir uns gerne erinnern würden”.¹⁷⁶ Im letzten Satz des Zitats wird explizit auf die durch Home Movies symbolisierte Verklärung der Vergangenheit, durch ihre Fixierung auf positive Erlebnisse im Rahmen der Familie, hingewiesen. Selbst die Generation der Digital Natives verbindet mit der Bildqualität von analogen Filmen, die vor der Verbreitung von Video und der digitalen Ära entstanden sind, sofort frühe Erinnerungen an eine vergangene Zeit, selbst wenn sie zu jung ist um diese selbst erlebt zu haben – eine kollektive „Scheinerinnerung”. So erklärt es der britische Musiker John Foxx, der von Mark Fisher als Hauntologe bezeichnet wird und sich im Laufe seiner Karriere mit den Verbindungen zwischen Sound und Visualität beschäftigt hat. Das Gespräch dreht sich um das hauntologische Label Ghost Box: „They were talking to me about ‚false memories‘, and about how they get quite a lot of young people who are are interested in their work but who are obviously too young to have glimpsed that world which they reference. But they [the young listeners] recognise it, because they’ve seen re-runs, old episodes of *Doctor Who* or historical footage of public information films, and there’s this kind of false memory which they’ve constructed for themselves – which is just as potent, if not more so, than the real thing”.¹⁷⁷

Diese „falschen Erinnerungen” konstruieren wir selbst, aus unserer sekundären Erfahrung der Welt über Film und Medien, und sie können durch deren Betrachtung wieder aufgerufen werden. John Foxx über Filmmaterialität: „(...) Super8 has become, or is becoming, more interesting – it came to be thought of as rubbish, despised domestic product until you couldn’t get it any more, and then you can digitise it, and look it on the big-screen, cinema-size, and you can see all the grain and all the imperfections and suddenly it becomes so beautiful – and you can’t do that digitally, no matter how hard you try. (...) And they all tell different stories. Super-8’s become a short-hand for memory in media now. If you want to put someone back in time, you use a Super-8 episode – it’s done on TV all the time. (...) It’s terrifying, that digital perfection that you can go for. And of course it’s not perfect: it’s actually quite ugly in that it’s over-perfected, over-clear”.¹⁷⁸ Bei diesen Unregelmäßigkeiten des Materials handelt es sich letztlich, ganz ähnlich wie im Kapitel „Hauntologische Musik” beschrieben, um Artefakte, die auf den technischen Entstehungsprozess der Bilder verweisen.

¹⁷⁶ Valensise 2014.

¹⁷⁷ Sande, Kiran: John Foxx: systems of romance. In: Fact Mag.

<http://www.factmag.com/2010/05/26/john-foxx-systems-of-romance>, 26.05.2010. S. 6. (16.08.2017)

¹⁷⁸ ebda, S. 3.

5. Analyse der Musikvideos

5.1. Analyseinstrument

In der Fachliteratur begegnet man einer Vielzahl von unterschiedlichen Versuchen, allgemeingültige Aussagen über die heterogene und unüberblickbare Masse an Musikvideoclips zu treffen oder dem Wesen einzelner Clips durch verschiedene Zugänge und Arten der Analyse näher zu kommen. Leider steht dabei meist das Vorhaben im Mittelpunkt, die untersuchten Clips in schubladenartige Kategorien einzuteilen, was meiner Ansicht nach zum Scheitern verurteilt ist, da sich stets Beispiele finden lassen, die aus der Reihe tanzen und vermeintlich entdeckte Regelwerke brechen. Wie schon im Kapitel „Musikvideo“ angesprochen, lebt die Gattung bis zu einem gewissen Grad davon, sich selbst ständig neu zu erfinden und sich nicht an die ungeschriebenen Konventionen zu halten. Gewisse Ausprägungen an möglichst vielen Clips abzuzählen und in Diagramme zu übersetzen, um Aussagen über Genres oder zeitliche Abschnitte in der Geschichte der Musikvideoproduktion zu treffen, erscheint dabei aus genannten Gründen ebenfalls wenig zielführend.

Einer der einflussreichsten und ambitioniertesten Versuche, ein Schema zur hinreichenden Analyse von Musikvideos zu erstellen, findet sich bei Michael Altrogge, an dessen mehrbändiger Studie „Tönende Bilder“ man in der einschlägigen Literatur kaum vorbeikommt. Auf ähnliche Weise wie diverse andere TheoretikerInnen, versucht er Musikvideos in verschiedene Ebenen, sogenannte Struktur- oder Darstellungsebenen, zu zergliedern und nach deren Vorkommen bzw. ihren jeweiligen Anteilen eine Einteilung vorzunehmen.¹⁷⁹ Während die Identifizierung der ineinander verschachtelten, strukturellen Ebenen, aus denen letztthin jeder Clip aufgebaut ist, sinnvoll erscheint, wirken andere Aspekte von Altrogges Zugang weniger zielführend. Um Aussagen über Zusammenhänge zwischen der „Härte der Musik“ und den gezeigten Bildern treffen zu können, nimmt er etwa eine Einteilung aller Clips in wenige, generalisierende Musikgenres („Rock“, „Soft-Pop“, „Dance-Pop“ usw.) vor,¹⁸⁰ welche nicht aussagekräftig und aus heutiger Sicht einigermaßen antiquiert wirken. Altrogges Modell baut darauf auf, bei jedem Clip die jeweiligen Anteile von gezeigter „Performance“ (des Musikacts) und „Konzept“ (wozu narrative Elemente und alle anderen Formen der Bebilderung gezählt werden) zu bestimmen, um ihn danach einem

¹⁷⁹ vgl. Altrogge, Michael: Tönende Bilder – interdisziplinäre Studie zu Musik und Bildern in Videoclips und ihre Bedeutung für Jugendliche, Band 2. Das Material: Die Musikvideos. Berlin: Vistas, 2001. S. 26ff.

¹⁸⁰ vgl. ebda, S. 20.

Grundtyp zuzuordnen und weitere Einteilungen vorzunehmen.¹⁸¹ Da Videoclips, die aus Reused Footage bestehen, meist wenig bis keine Performance-Anteile enthalten und außerdem kaum als narrative Erzählungen funktionieren können, sondern meist ein assoziativer Modus der Bebilderung zur Anwendung kommt, gilt es hier eine eigene, auf den Gegenstand abgestimmte Art der Beschreibung und Verortung des visuellen Modus zu finden, worauf ich im Folgenden weiter eingehen werde.

Ein ebenfalls zentraler Punkt ist bei Altrogge die visuelle Binnenstruktur, ein Begriff, der die Stärke der Verknüpfung der Bilder eines Clips beschreibt. Funktioniert der innere Zusammenhalt der Bilder auch ohne Ton, ist die visuelle Binnenstruktur stark, wohingegen sie bei einer illustrativen Verwendung der Bilder, die sich stark auf musikalische Motive (etwa bei performancelastigen Clips), oder Worte im Text bezieht, schwach ist. Das heißt, Clips mit starker visueller Binnenstruktur haben automatisch eine starke narrative Ausprägung und die Bilder sind chronologisch oder zumindest linear organisiert. Bei Clips mit schwacher visueller Binnenstruktur spricht man von einer illustrativen Funktion der Bilder, ihre Anordnung wird also vorrangig durch die Musik vorgegeben und ergibt stumm keinen Sinn. Dazwischen stehen Musikvideos mit mittlerer Binnenstruktur, die als situativ bezeichnet werden: Hier wirken die Bilder nicht völlig unzusammenhängend, bringen aber auch keine Narration, sondern maximal szenisch situative Darstellungen hervor.¹⁸² Wenn sich wiederkehrende Teile eines Songs exakt mit wiederkehrenden Bildfolgen decken, bezeichnet Altrogge das als „Superstrukturen“.¹⁸³

¹⁸¹ vgl. Altrogge 2001, S. 28ff.

¹⁸² vgl. Vieregg, Sebastian: Die Ästhetik des Musikvideos und seine ökonomische Funktion. Ein Medium zwischen Kunst und Kommerzialität. Saarbrücken: VDM Verlag, 2008. S. 55f.

¹⁸³ vgl. ebda, S. 61.

Neben einem brauchbaren Überblick über die verschiedenen wissenschaftlichen Ansätze und Analysemethoden zum Thema Musikvideos seit den 1980er Jahren, findet sich bei Winfried Pape und Kai Thomsens Aufsatz „Zur Problematik der Analyse von Videoclips“ ein eigenes Schema, welches das Strukturmodell von Altrogge weiterdenkt und dieses in seinen Grundzügen in ein weiter gefasstes Kategoriensystem einbettet.¹⁸⁴ Sie plädieren dafür, die Verbindungen der unterschiedlichen inhaltlichen Ebenen, die in einem Videoclip zum Einsatz kommen zu beachten und einer Analyse zu unterziehen, wie sie miteinander in Verbindung stehen.¹⁸⁵ Die beiden Theoretiker von der Universität Gießen sprechen sich für einen interdisziplinären Blick aus und übersetzen Altrogges Konzept der Strukturebenen in ein Schema, das Faktoren wie jugendkulturelle Werte, vermarktungstechnische Gesichtspunkte und filmsprachliche Kriterien mit einfließen lässt.

Denn: „In einer Analyse von Videoclips können die Schwerpunkte – dem Gegenstand entsprechend – vielfältig sein. Ein Analyseplan beinhaltet neben videoclipspezifischen Faktoren immer auch andere Kriterien, wie die Analyse populärer Musik oder der filmsprachlichen Mittel“.¹⁸⁶ Weiters fordern sie, das Gesamtkonzept, das jedem Clip zugrunde liegt, nicht außer Acht zu lassen: „In der gesamten Analyse sollte nicht vergessen werden, daß hinter einem Videoclip ein bestimmtes Konzept bzw. eine bestimmte Idee eines Regisseurs steht, die sich in wenigen Sätzen formulieren läßt, ähnlich wie der Plot einer Erzählung. Analysiert man Videoclips, sind auch diese Grundgedanken aufzuspüren, was nicht selten aufgrund schneller Schnittfolgen und wechselnder Schauplätze erst nach mehrmaligem Sehen des Clips möglich ist (...)“.¹⁸⁷

¹⁸⁴ Pape, Winfried/Thomsen, Kai: Zur Problematik der Analyse von Videoclips. In: Rösing, Helmut (Hrsg.): Step across the border. Beiträge zur Populärmusikforschung 19/20. Karben: Coda, 1997. S. 200 - 219.

¹⁸⁵ vgl. Pape/Thomsen 1997, S. 207.

¹⁸⁶ ebda, S. 201f.

¹⁸⁷ ebda, S. 214.

Das von ihnen entwickelte Schema ist folgendermaßen aufgebaut:

	Musikstück	Aufbau, Sounds, musikalische Analyse, Text
Musik	Interpret	- Profil - Auftreten, Präsentation, Mode, Tanz - Intertextuelles Erscheinungsbild (Zeitschriften/ Poster/ andere Videoclips/ Interviews etc.)
	Musikstil	- auch Szene-Begriffe wie "Dancefloor", "House", "Jungle", "Progressive House", "Trance" usw.
	Jugendkulturelle Faktoren	- Zeichen, Symbole, Werte u.U. auch Profil des Komponisten/ Texters/ Produzenten etc. (Interviews, Berichte)
Bild	Makroanalyse	- z.B. Erzählstruktur, Inhalt (Plot, Anspielungen etc.) - Klassifizierung des Bildmaterials in Strukturebenen (z.B. durch Modell von Altrogge et al.)
	filmsprachliche Kriterien	z.B. Montage, Bildinhalt, Kameraführung, Kamera-Perspektive, Sequenzen; u.U. auch Profil des Regisseurs oder anderer an der Realisation Beteiligter (z.B. John Landis & Michael Jackson)
	inhaltliche Kriterien	z.B. Zitate (Vergleich mit Szenen aus Spielfilmen oder anderen Videoclips)
Sonstiges	Produktionskriterien	Budget, Marketingstrategie (Fach- bzw. Branchen-Zeitschriften), musikindustrielle Kommunikation
	zusätzliche Funktionen	Crossmarketing (Werbung im Videoclip für andere Produkte, Kooperationen)
	vergleichende Analyse	Musik versus Filmsprache - Rhythmus der Musik versus Filmschnitt - Form der Musik versus Sequenz/ Einstellungsprotokoll - Text versus Bildinhalt usw. Bezüge zu anderen Videoclips

Abb. 1: Musikvideo-Analyseschema von Pape und Thomsen.

Die Aufschlüsselung in verschiedene Teilbereiche von Musik und Bild, sowie die Zusammenführung der Erkenntnisse in einem abschließenden Vergleich, der Bezüge zu anderen Clips herstellen lässt, erscheint ergiebig und sinnvoll. Dasselbe gilt für das Miteinbeziehen von Fragen nach dem Profil des Interpreten (Mode, Imagewerte etc.) oder zur Montage. Im Folgenden will ich kurz erläutern, wie das Kategorienschema für meine Forschungszwecke und in Hinblick auf die zu analysierenden Beispielvideos angepasst wurde.

Da Pape und Thomsens Aufsatz aus musikwissenschaftlicher Sicht an das Thema herangeht, steht als „Dach“ über ihrer Tabelle an oberster Stelle eine musiktheoretische Analyse des Stücks. Da Detailfragen aus der Notenlehre, Formen und Aufbau der Stücke bei dieser Arbeit eine weniger große Rolle spielen, soll die formelle Analyse des Musikstücks, die auch den

Songtext beinhaltet, ausgespart werden. Textliche Korrespondenzen mit den gezeigten Bildern werden als Unterpunkt der „Musik“-Kategorie abgehandelt.

Wo im obigen Modell im Zuge der Makroanalyse die „Klassifizierung des Bildmaterials“ nach dem Vorbild Altrogges steht, soll soweit möglich aufgeschlüsselt werden, wie das für den Clip herangezogene Material einzuordnen ist und welche Ursprünge es hat. Die Altrogge’schen Darstellungsebenen werden übersetzt in wiederkehrende Motive und thematische Ebenen bzw. „Footage-Ebenen“, also die unterschiedlichen Teile von Footage, die zum Einsatz kommen: Sind es News-Beiträge, Urlaubsvideos, Landschaftsaufnahmen? Unter den filmsprachlichen Kriterien sollen zusätzlich, die im Kapitel „Reused Footage-Montage im Musikvideo“ erläuterten, Montage-Modi nach Branco Eingang finden. Auch die visuelle Binnenstruktur und den Schnittrhythmus betreffende Beobachtungen, die den im Kapitel „Wahrnehmung von Musik und Bild“ erläuterten Punkten von Rösel folgen, sollen hier bei gegebener Relevanz für den Gegenstand untergebracht werden.

Um die dargelegten Punkte ergänzt bzw. modifiziert, sieht das überarbeitete Kategorienschema, nach dem die einzelnen Videoclipanalysen durchgeführt werden, so aus:

	Musikvideo	Analyse
<i>Musik</i>	Interpret	Verortung von Auftreten, Mode, „Story“, intertextuelle Präsentation (Image)
	Musikstil	Genre-Klassifizierung soweit möglich, Erläuterung von damit verbundenen Zuschreibungen und Stereotypen
	Text	thematische Verortung, Interpretation von inhaltl. Zusammenhängen, Zitaten, Anspielungen usw.
	Jugendkulturelle Faktoren	Zeichen, Symbole, Werte
<i>Bild</i>	Bildinhalt und Material (Makroanalyse)	Was ist zu sehen? (bei Narrativ: Was wird erzählt?) Herkunft, Klassifizierung des Bildmaterials Struktur durch Einteilung in Ebenen inhaltliche Bezugnahmen (Bild-Zitate, Parodien o.ä.)
	filmsprachliche Kriterien	Montage: Schnittgeschwindigkeit, Art der Montage nach Branco, Schnittrhythmus nach Rösel Kamera visuelle Binnenstruktur Superstrukturen
<i>Hintergrund</i>	Regisseur/Produktionsfirma	(Nach Möglichkeit:) Entwicklung, Einflüsse, Hintergrund
	Produktionskriterien	Budget, Werbefunktion, Marketingstrategie
	weitere Hintergrundinformationen	
<i>Vergleich</i>	Vergleichende Analyse	Musik vs. Filmsprache, Text-Bild-Schere: (neue) Bedeutungszusammenhänge Songstruktur und Schnittrhythmus, Vergleich zu anderen Clips des Künstlers/Genres/...

5.2. Lana Del Rey – „Video Games“

Musik

Lana Del Rey (bürgerlich: Elizabeth „Lizzy“ Grant) ist eine US-amerikanische Sängerin und Songwriterin, die im Bundesstaat New York geboren wird und aufwächst. Ihren Durchbruch feiert sie 2011 mit der Single „Video Games“¹⁸⁸ und dem im Jahr darauf veröffentlichten zweiten Album „Born To Die“, bis heute folgten drei weitere Alben. Del Rey bezeichnet ihren eigenen Musikstil als „Hollywood sadcore“ – anders als der vorherrschende Mainstream-Sound unserer Zeit setzen ihre Songs in den allermeisten Fällen auf langsame Tempi, Moll-Akkorde, melancholische bis tragische Themenwelten und referenzieren auf verschiedene Versatzstücke der amerikanischen Popgeschichte. Del Rey ist bekannt für ihre tiefe und durchdringende Stimme, die Musikzeitschrift *Spex* stellt Parallelen zum Gesang von Elvis Presley oder Jim Morrison fest.¹⁸⁹ Genretechnisch ist sie im Indie- und Baroque Pop, mit stilistischen Verbindungen zu Spielarten von Rock und gelegentlichen sanften Trip Hop-Anleihen zu verorten. Oft arbeitet sie mit klassisch-orchestralen Arrangements und der Form der Ballade, was beides im heutigen Mainstream selten ist. Häufig wird ihrer Musik eine „filmische“ oder soundtrackhafte Qualität beschieden. All diese Beschreibungen treffen auf „Video Games“ zu. Der Song ist eine tragische, langsame, orchestrale Ballade in Moll und ohne Schlagzeug, alles sehr ungewöhnlich in der heutigen Poplandschaft. Als ihre Debut-Single unter dem Namen Lana Del Rey (das weithin unbekannte erste Album veröffentlicht sie noch als Lizzy Grant) und Vorbote ihres zweiten Albums, wird der Song zu einem ihrer größten Hits. Vor allem zu Beginn ihrer Karriere spielt sie bewusst mit ihrer Darstellung als junge Frau aus der Unterschicht – Stichwort „white trash“ – und dem Spannungsverhältnis zu schnellem Reichtum und Glamour, das als ihre Version des amerikanischen Traums fixer Teil ihrer Erzählung und Inszenierung ist. Del Rey bedient sich beim Image des „bösen Mädchens“ (sie bezeichnet sich selbst etwa als „Gangsta Nancy Sinatra“¹⁹⁰), ohne aber je die Grenze zum Extremen oder Skandalösen zu überschreiten. Was sich durch ihr gesamtes Schaffen zieht, ist das beständige Aufgreifen von popkulturellen Einflüssen und Symbolen vergangener Tage.

¹⁸⁸ vgl. Del Rey, Lana/Parker, Justin: Video Games. CD/Digital/Vinyl Single. Interscope/Polydor, 2011.

¹⁸⁹ vgl. Müller, Tobi: CLYDE als BONNIE. Lana Del Rey. *Spex* #336, Jan/Feb 2012. S. 19f.

¹⁹⁰ vgl. Ziemer 2011, S. 1.

„Video Games“ ist ein Liebeslied, das von einer vergangenen Beziehung der Sängerin erzählt. Beim ersten Hinhören handelt es sich um eine kompromisslose Liebeserklärung an einen Mann, doch bei genauerer Betrachtung scheint diese Erklärung zu einfach, da verschiedene, teilweise gegensätzliche Gefühlszustände angesprochen werden. Auch wenn es nicht explizit ausgesprochen wird: Die Melancholie in der Musik und die bildhafte Beschreibung der Interaktion des Paares gibt Einblick in sein Zusammenleben („open up a beer – you say get over here“¹⁹¹). Der Kontrast zwischen ihren Liebesbekundungen und seiner Beschäftigung mit Videospielen drängt die Lesart auf, dass die Liebe von ihrem Partner nicht voll erwidert wird.

In Interviews getätigte Statements der Künstlerin drehen eine mögliche Interpretation noch in eine andere Richtung weiter. Sie beschreibt ein Gefühl der Ambivalenz, das darin besteht, die Harmonie des zweisamen Lebens zu genießen, während man innerlich Sehnsucht nach etwas anderem (einem anderen Partner oder einem aufregenderen, glamouröseren Leben) hegt. Dieses Gefühl spiegelt sich im Kontrast der Aussagen von Strophen und Refrain bzw. der ersten und der zweiten Strophe wider. Während sich die erste Strophe also um das „domestic life“ dreht, deutet die zweite Strophe mehr auf Prominenz und das Leben der Stars hin, in dem viel gefeiert, getrunken und gespielt wird.

Das Videospielen ist mitunter auch als Symbol für die Jugend zu verstehen, die sich als Motiv durch die gesamte Bildwelt des Videos zieht. Videospiele stehen für Fantasiewelten und Flucht aus dem realen Leben – eine Gemeinsamkeit mit Hollywood, der „Traumfabrik“ – eventuell eine Flucht vor der „Langeweile“ an einer unvollkommenen, unbefriedigenden Zweierbeziehung heraus. So gesehen kann die Wiederholung der Zeile für das anhaltende Desinteresse des Geliebten stehen, der Lana weniger Interesse entgegenbringt als sie ihm. In diesem Spannungsfeld tun sich Fragen auf, die das Frauenbild unserer Zeit und die Reflexion von Del Reys Rolle als Sängerin in der High Society, vielleicht als Geliebte eines älteren, wohlhabenderen Mannes (die sie auch in anderen Songs thematisiert) berühren. Themen, die mutmaßlich viele junge Frauen ihrer Generation beschäftigen: Selbstbestimmt und frei zu leben oder sich zurückzubekümmern auf die „bequeme“, althergebrachte Geschlechterrolle als ein auf ihr Äußeres reduziertes Objekt an der Seite eines Machos. Lana Del Rey wurde in Hinblick auf ihre Texte und Bilder kritisiert, diese würden zu sehr männliche Gelüste bedienen, und ihr Blick auf die Themen Romantik und Liebe falle zu wenig selbstbestimmt und emanzipatorisch aus. So musste sich „Video Games“ die Kritik gefallen lassen, Del Rey verherrliche „unterwürfiges

¹⁹¹ Del Rey/Parker 2011.

Verhalten” und darüber hinaus wurde ihr eigenes Äußeres als Pin-up-Look kritisiert.¹⁹² Das Wiener Skug Magazin schreibt online: „Kein Wunder also, dass US-Amerikas neuer Liebling eine Frau ist, die vor der Nationalflagge eine verlorene Lolita spielt. Lana del Rey (sic!) und viele ihrer ZeitgenossInnen vermarkten die Sehnsucht nach einer sicheren Komfortzone”.¹⁹³ Dass hier die Vision einer Zukunft, in der alle diese Widersprüche aufgelöst sind, fehlt, ist in der Melancholie der Musik eingeschrieben.

Bild

Bei dem Musikvideo zu „Video Games” handelt es sich um einen Strom aus Found Footage mit vielen Bildern aus den 1950er, 60er- und 70er-Jahren, durchzogen von wenigen offensichtlich neueren Aufnahmen. Dabei handelt es sich zum überwiegenden Teil um Amateurfilme, ergänzt um ein paar Cartoon-Bilder, etwas mutmaßliches Archivmaterial und einige neu gedrehte Szenen, die Del Rey selbst zeigen. Das Video wurde laut offiziellen Angaben (in seiner finalen Version wohl nur noch teilweise) von der Künstlerin selbst gestaltet und geschnitten.

„Video Games” besteht aus einer ausufernden und kleinteiligen Vielzahl von Footageebenen und Motiven, die sich fast alle auf die eine oder andere Weise auf die USA beziehen und rund um Bilder der Sängerin selbst angeordnet sind. Nachdem kurz ein fantastisch-dystopischer, computeranimierter Intro-Screen zu sehen ist, wird Lana Del Rey als die Sängerin des Stücks eingeführt. Noch bevor man sich an ihre Gestalt gewöhnen kann, kommt eine der zentralen Footage-Ebenen ins Bild: Junge Pärchen sind beim Motorroller fahren zu sehen, zwei junge Männer, die jeweils eine junge Frau auf dem Rücksitz haben, fahren auf einer amerikanischen Landstraße um die Wette. Später werden sie in einem Garten gezeigt, wo sie Fotos voneinander machen, lachen und die Mädchen sich an den Armen halten und im Kreis drehen. Eine andere Footage-Ebene zeigt eine Gruppe Jugendlicher, die ihre Freizeit am Swimmingpool verbringen, vom Rand ins Wasser springen und dort herumtollen. Gleich eine Reihe unterschiedlicher Footage-Ebenen sind aus dem fahrenden Auto gefilmt, so überquert man als ZuseherIn diverse Brücken und sieht Verkehr, Reklamen und Straßenschilder vorbeiziehen, wobei hier offensichtlich ein spezielles Augenmerk auf Los Angeles und Hollywood liegt. Überhaupt sind mehrere bekannte Ansichten und Locations in Hollywood zu sehen, etwa Blicke auf das berühmte Sign oder das Chateau Marmont (ein historisches, glamouröses Hotel am Sunset

¹⁹² Hopper, Jessica: Deconstructing Lana Del Rey. In: Spin.

<https://www.spin.com/2012/01/deconstructing-lana-del-rey>, 30.01.2012. S. 3. (06.08.2017)

¹⁹³ Nigbolu, Seda: Gescheiterte Trauer um die Vergangenheit: „Ghosts of My Life”. In: Skug.

<http://skug.at/gescheiterte-trauer-um-die-vergangenheit-ghosts-of-my-life>, 11.10.2014. (04.07.2017)

Boulevard). Die wiederkehrenden, bei Nacht gedrehten Szenen zeigen eine Vielzahl von Leuchtreklamen, die sofort an Las Vegas und seine Casinos erinnern. Dabei kommt eine Szene immer wieder zum Vorschein, bei der zuerst Menschen vor einem Club in der Schlange stehen, später sind Securities im Bild, die einen Mann am Boden fixieren, der schließlich von der Polizei abgeführt wird. Eine andere nächtliche Sequenz zeigt die Schauspielerinnen Paz de la Huerta, die sichtlich betrunken von ihrem männlichen Begleiter zum Auto geführt wird, nicht ohne dabei mehrere Male fast hinzufallen. Dokumentiert wird die Szene von einer Vielzahl Paparazzi, die immer wieder mit ihren Kameras und Blitzlichtern zu sehen sind. Das ist eine der wenigen Sequenzen, die eindeutig neueren Entstehungsdatums sind als der Großteil der Materialebenen, die wohl in den 1960er und 70er-Jahren zu verorten sind. Zu den neuen Teilen gehören auch die Szenen, die junge Skateboarder in New York zeigen, wie Del Rey selbst in einem Interview erwähnt.¹⁹⁴ Andere wiederkehrende Motive sind die Flagge der USA, Vintage-Cartoons (etwa ein Orchester aus „Color Classics: A Car-Tune Portrait“), der Strand und das Meer, aufblühende Rosen, verschiedene Gärten sowie Fotografen. Letztere werden in Verbänden verschiedener Größe und in unterschiedlichen zeitlichen Perioden gezeigt. Durchzogen ist der Clip ansonsten von viel Filmschmutz, etwa verwackelte und oder unscharfe Bilder, verschwommene Lichter und andere Texturen, die meist nur für wenige Frames im Bild sind.¹⁹⁵

Nach der schematischen Einteilung von Branco handelt es sich bei „Video Games“ über die weitesten Strecken um eine typische Montage. Während sich manche Materialteile durch den ganzen Clip ziehen und als Leitmotive abwechselnd immer wieder auftauchen, funktionieren einige wenige Sequenzen mehr nach dem Prinzip der Assemblage, etwa, wenn verschiedene Aufnahmen von Rosen, die sich im Zeitraffer öffnen und wieder verblühen, oder unterschiedliche Aufnahmen von Brücken hintereinander gestellt werden. Ebenfalls erwähnt werden müssen die Performance-Teile, die Lana Del Rey beim Singen in einer Wohnung zeigen – offensichtlich die einzigen Sequenzen, die nicht aus Reused Footage bestehen, sondern eigens für den Clip gedreht wurden. Den Star selbst und ihr optisches Erscheinungsbild außen vor zu lassen, wäre wohl aus vermarktungstechnischen Überlegungen keine Option gewesen. Diese Bilder wurden aber in Form von unterschiedlichen Varianten (in schwarzweiß oder Farbe, verschiedene Hintergründe) durch filmtechnische Mittel ästhetisch an den Strom des diversen, tatsächlich recycelten Materials angepasst. Die Aufnahmen Del Reys wechseln sich mit den

¹⁹⁴ Del Rey, Lana: Mulberry Interview. In: Universal Music. <https://www.universal-music.de/lana-del-rey/videos/mulberry-interview-269872>, 23.01.2012. (12.07.2017)

¹⁹⁵ vgl. Del Rey, Lana: Video Games. Musikvideo. In: YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=cE6wxDqdOV0>, 16.10.2011. (01.07.2017)

alten Footage-Teilen ab, was die Wirkung entstehen lässt, sie selbst wäre in eine andere Zeit versetzt, was sie klar durch ihre Mode und die Art der Musik unterstützt. Mit Outfits und Make-up bedient sich Del Rey eindeutig bei der Mode der 1950er und 60er-Jahre, Vergleiche mit dem Stil von Schauspielerinnen des „alten Hollywood“ wie Natalie Wood oder Sängerin Nancy Sinatra, die sie selbst als Inspiration nennt, drängen sich auf.¹⁹⁶ Die Aufnahmen von Del Rey werden verstärkt, aber nicht ausschließlich gezeigt, wenn im Verlauf des Songs der Refrain einsetzt. Um eine Superstruktur darzustellen fehlt ihnen aber ein verbindliches Muster bzw. die exakte Regelmäßigkeit.

Die Bilder der Skateboarder (die auch eine Verbindung zur Stadt New York, wo Del Rey gelebt hat, herstellen) oder der jungen Menschen am Pool und auf den Motorrollern stehen für Freiheit und Erinnerungen an eine Zeit, in der das Leben einfach und unkompliziert war, wie Del Rey es selbst erklärt.¹⁹⁷ Die Bilder von Schauspielerin Paz de la Huerta, die betrunken im Blitzlicht vieler Paparazzi-Kameras zu Boden stürzt, repräsentiert die Schattenseiten der Prominenz (die auch textlich verarbeitet wird) auf der visuellen Ebene. Der Sturz kommt als Motiv noch einmal im Rahmen der Skate-Aufnahmen vor. Die gesamte Bildwelt des Clips wird eindeutig von dem übergeordneten Thema „USA“ zusammengehalten, der Großteil des Materials verweist auf die eine oder andere Weise auf seine amerikanische Herkunft, bis hin zum breiten Klischee. Bemerkenswert ist, dass diese „ur-amerikanischen“ Motive offensichtlich ausserhalb der USA sogar größeren Anklang fanden – zumindest der Durchbruch gelang Lana Del Rey zuallererst außerhalb der Staaten. Del Rey unterschrieb einen Plattenvertrag bei Universal in Deutschland, bevor sie einen Internet-Hype erfuhr und die Universal-Schwestern Interscope (USA) und Polydor (England) nachzogen um sich die jeweiligen Vertriebsrechte an ihrer Musik zu sichern. Universal A&R Neffi Timur erklärt es so: „Vielleicht holen mich diese Bilder hier in Deutschland anders ab, vielleicht lösen sie eine Sehnsucht aus nach der Zeit, als wir jung waren und Amerika aus der Ferne toll fanden. Während ein Amerikaner möglicherweise eher denkt: ‚Oh mein Gott, nicht schon wieder Marilyn Monroe und Elvis Presley‘“.¹⁹⁸

Was die Kameraeinstellungen betrifft, sind die Aufnahmen bunt gemischt und es sind keine Regelmäßigkeiten festzustellen. Auffällig ist aber, dass die Bildformate häufig wechseln (16:9, 4:3), was an den unterschiedlichen Materialquellen liegen dürfte und den gewollten „DIY-Charakter“ des Clips unterstreicht. Farb- und Schwarzweiß-Aufnahmen sind ebenfalls völlig

¹⁹⁶ Hopper 2012, S. 2.

¹⁹⁷ vgl. Del Rey 2012.

¹⁹⁸ Kedves, Jan: „Das Babe hat uns sofort abgeholt“. Interview mit Universal A&R-Director Neffi Timur. Spex #336, Jan/Feb 2012. S. 22.

durchmischt. Die visuelle Binnenstruktur ist als schwach bis mittel einzustufen, da viele der unterschiedlichen Materialsequenzen immer wieder aufgerufen werden, lässt sich teilweise eine „Entwicklung“ ausmachen, neben einigen situativen Momenten muten weite Strecken aber frei-illustrativ an und ein Narrativ ist hier weit entfernt.

Hintergrund

Die besondere Erzählung zu dem Video, die unzertrennbar mit dem Erfolg von „Video Games“ und Lana Del Rey in Verbindung steht, besagt, dass die Künstlerin selbst das Video aus Amateurfilmen von verschiedenen Quellen angefertigt hat. In einem Videointerview beschreibt Del Rey, dass die Aufnahmen des Chateau Marmont am Beginn der Footage-Auswahl standen, und mit ihren gedämpften Blau- und Grüntönen das Farbschema des Musikvideos inspiriert hätten.¹⁹⁹ Davon ausgehend soll rundherum das restliche Footage zusammengefügt worden sein, die Home Movies wurden vorgeblich von verschiedenen Privatpersonen bezogen (auf NME.com ist ohne Angabe einer Quelle von zwölf Personen die Rede, die gecredited wurden).²⁰⁰ Universal-A&R Neffî Temur, der Del Rey unter Vertrag nahm, erzählt in einem Interview von seinem ersten Treffen mit der Sängerin: „Lana brachte einen Laptop mit, darauf waren etwa 20 Songs und Videos, die sie selbst geschnitten hatte. Ihr *Video Games*-Clip zum Beispiel war zu diesem Zeitpunkt schon komplett fertig. Die Songs waren zum Teil noch Skizzen, weil Lana kein Geld hatte, um sie zu Ende zu produzieren, aber man merkte schon: Das ist ganz großes Kino!“²⁰¹

Es existieren verschiedene Versionen von dem Video, die frühere Variante, die nur noch auf einem inoffiziellen Kanal auf YouTube zu finden ist, hat die Sängerin vorgeblich selbst angefertigt: Dieser Clip zeigten unter anderem tatsächlich Ausschnitte aus Videospielen.²⁰² Diese frühe Originalversion wurde allerdings, da Del Rey für Teile des Materials die Rechte nicht besaß, gesperrt und eine Copyright-Klage folgte. Die Künstlerin hatte sich ohne langes Nachdenken unter anderem bei verschiedenen Quellen auf YouTube bedient. Die Plattenfirma Universal ließ, nachdem sie Lana Del Rey unter Vertrag genommen hatte, den Clip neu anfertigen und ersetzte das problematische Material mit Ersatzfootage. Dabei orientierte man sich streng an der ursprünglichen Ästhetik, um deren Wirkung aufrechtzuerhalten. Weitere Clips wurden von nun an von einem Copyright-Experten gesichtet und entsprechende Genehmigungen

¹⁹⁹ vgl. Del Rey 2012.

²⁰⁰ vgl. McGillicuddy 2011.

²⁰¹ Kedves 2012, S. 22.

²⁰² vgl. Del Rey, Lana: *Video Games* (original version). Musikvideo. In: YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=tBBYjfJ1yHg>, 07.07.2014. (02.11.2016)

bzw. Lizenzierungen eingeholt, wenn möglich. „I got sued over the video for Video Games’, Del Rey explains. ‚That was a bad day. A million views and it got wiped out’”.²⁰³

Wer im Detail die offizielle Letztversion des Videos ausgearbeitet hat und woher genau die einzelnen Teile des Filmmaterials kommen, lässt sich nicht abschließend beantworten. Es ist stark anzunehmen, dass die Plattenfirma den Mythos des von der Künstlerin selbst angefertigten DIY-Videos aufrechterhalten wollte, nachdem sich die Geschichte schon über Blogs und Soziale Medien verbreitet hatte. Schließlich funktioniert sie auch als eine Art Beweis für die Authentizität der Sängerin und ihrer künstlerischen Vision, die nach ihren ersten Mainstream-Erfolgen in vielen kontroversen Diskussionen infrage gestellt wurde.²⁰⁴ „Die Frage, ob das echt ist oder die Umsetzung eines genialen Marketing-Konzepts, bleibt vorerst unbeantwortet”, schrieb Die Zeit.²⁰⁵ Anhand dieses Ablaufs lässt sich auch beispielhaft ablesen, wie die Musikindustrie versucht sich gestalterische Herangehensweisen und Ästhetiken aus der Prosumerkultur auf YouTube anzueignen bzw. sie zu imitieren, um für ein junges Publikum authentisch und relevant zu bleiben.

Vergleich

Die Sehnsucht nach einer vergangenen Liebe bzw. einer verlorenen, einst möglichen Zukunft mit einer Person, während man eine oberflächlich glückliche Zeit mit jemand anderem verbringt, wird von Sängerin Del Rey im Text abgehandelt. Bildlich wird sie mit Videomaterial verarbeitet, das dieses ambivalente Gefühl auf einer visuellen Ebene einzufangen versucht, in dem es uns an vergangene, unbeschwerte Zeiten erinnert; sowie an eine Zeit, in der die USA noch als Vorbildnation und Inbegriff alles Modernen galten, an die uns Ausschnitte aus alten amerikanischen Cartoons oder Filmen erinnern. Die in Formaten wie Super-8 gedrehten Amateurfilm-Schnipsel stehen sinnbildlich für Erinnerungen an die eigene Kindheit oder Jugend, in dem sie unser kollektives Gedächtnis ansprechen und (vielfach „falsche”) Erinnerungen an eine vergangene Zeit triggern. Zugleich lässt sich hier erneut ablesen, wie traditionelle Home Movies in der Zeit ihrer Hochphase zu einem Teil der US-amerikanischen visuellen Identität mit Wiedererkennungswert geworden sind – bleiben im weitesten Sinne doch neben Lana selbst die USA, Hollywood und die vielen begleitenden Klischees das große

²⁰³ Savage, Mark: Love, the law, and Lana Del Rey. In: BBC News. <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-16729651>, 27.01.2012. (06.08.2017)

²⁰⁴ Hopper, Jessica: Deconstructing Lana Del Rey. In: Spin. <https://www.spin.com/2012/01/deconstructing-lana-del-rey>, 30.01.2012. (06.08.2017)

²⁰⁵ Ziemer 2011, S. 1.

sinnstiftende Verbindungselement der Materialteile.

Die vielen symbolbehafteten Bilder, die auf Spaß und Unbeschwertheit verweisen, werden mit einigen düsteren Materialsequenzen (etwa die Paparazzi oder der Polizeieinsatz) konterkariert. Durch sie und der Kombination mit der melancholischen Stimmung der Musik sowie dem Inhalt des Textes, bekommt der Clip eine tiefergehende, schwermütige Dimension – eine, die auf Vergangenheit, ja Vergänglichkeit hindeutet. Stellvertretend dafür stehen die vielen Bezüge zum alten Hollywood: Die Traumfabrik, die mit ihren Erzeugnissen (im klassischen Hollywood-Kino der 1960er und 70er noch mehr als heute) ebenfalls ein perfektes Leben der Reichen und Schönen vorgaukelt, das so nie existiert hat. Aus hauntologischer Sicht spuken diese vom „alten Hollywood“ geprägten Wunschträume von Glamour und Prominenz bis heute weiter und werden immer wieder erneuert, auch wenn sie ihre inhärente Melancholie und Sinnesleere längst nicht mehr verbergen können. Lana Del Rey weist auf die Schattenseiten des vielzitierten amerikanischen Traums hin, dessen Verheißungen eine zentrale Rolle in ihren Themen und Bildwelten spielen. Auf dieser Ebene spiegeln sich ihre eigenen (frühen) Erfahrungen im Showbusiness und als prominente Persönlichkeit wider. Die Zeile „seeing stars“ etwa kann auf übermäßigen Alkoholkonsum wie auch auf den Hollywood „Walk Of Fame“ (dessen Sterne auch im Video zu sehen sind) hindeuten („fast car“, „old stars“, „living for the fame“²⁰⁶ ...). Die Freunde „fallen“ aus dem Lokal Old Paul’s und beim gesungenen Wort „fall“ wird hier zeitgleich der Sturz des Skateboarders gezeigt (Minute 00.32), ansonsten korrespondieren auch die Sequenzen, die Schauspielerinnen Paz de la Huerta zeigen, klarerweise mit diesem Teil des Songtexts. Eine weitere Stelle, wo die Bildspur das gesungene Wort quasi doppelt, ist die Zeile „swingin’ in the backyard“²⁰⁷ auf die, wenn auch mit einigen Sekunden träumerischer Verspätung, die Sequenz folgt, in der ein Junge auf dem Spielplatz einen Salto in einer Schaukel hinlegt (Min. 02.13). Das häufige Auftauchen von Filmkameras und Fotoapparaten in den unterschiedlichen Zeiten und Ebenen des Clips verweisen auf das Festhalten von Erinnerungen; Erinnerungen an eine Zeit, in der der Glaube an die Ur-amerikanischen, wertkonservativen Positionen der Popkultur, die Del Rey vertritt, noch intakt war – gleichzeitig lässt sich das Wissen um den Verlust dieses Glaubens nicht verbergen, was der als hauntologisch erkannten, melancholischen Stimmung bei Del Rey zu Grunde liegt.

²⁰⁶ Del Rey/Parker 2011.

²⁰⁷ ebda.

5.3. Beirut – „Postcards from Italy“

Musik

Beirut ist ein Indie- und Folk-Pop Projekt mit wechselnder Bandbesetzung rund um Sänger, Songwriter und Multiinstrumentalist Zach Condon, der unter dem Namen seit 2006 vier Studioalben veröffentlichte und auf internationalen Bühnen auftritt. Condon wächst in New Mexiko (USA) auf und erlernt schon als Kind autodidaktisch mehrere Musikinstrumente. Als Jugendlicher reist er durch Europa, wo er in Paris und Osteuropa traditionelle Blasmusik des Balkans und Folklore der Roma und Sinti für sich entdeckt und verinnerlicht. Diese Einflüsse verarbeitet er auf seinem ersten Album „Gulag Orkestar“ (2006), welches mit seiner ungewöhnlichen Verbindung von Popmelodien und orchestralem Balkansound schnell für großes Medieninteresse sorgt und eine Fangemeinde auf der ganzen Welt findet. Vor allem die Instrumentierung (Blaskapelle, Ukulele, Akkordeon) wird als außergewöhnlich für ein Indie-Album beschrieben. Die traditionelle Volksmusik des Balkans wird oftmals als schwermütig und melancholisch bezeichnet, was sich auch über die Musik Beiruts sagen lässt. Häufig spiegeln Text und Musik verschiedene Formen von Tragik und Sehnsucht, im speziellen die Sehnsucht nach entfernten Orten und vergangenen Zeiten, wider. Exemplarisch dafür steht der Song „Postcards from Italy“: Es ist einer der ersten Songs, der für das Debütalbum entsteht und dessen Gesang und Instrumentierung, allem voran die eingängigen Bläser, Condon fast im Alleingang aufnimmt. KritikerInnen loben seine Fähigkeit, Songs gleichzeitig traditionell und zeitgemäß klingen zu lassen, kritisieren aber, dass die Referenzen an den Osten Europas und seine Vergangenheit in ihrer Fülle unmotiviert und beliebig erscheinen. Hinterfragt wird etwa, dass in der Musik sowie im öffentlichen Auftritt Beiruts, vom Albumtitel bis hin zu Songtiteln wie „Bratislava“ und dem Cover-Foto, das aus einem Archiv in Ostdeutschland stammt, viele Elemente zusammenhanglos in einen Topf geworfen werden, die in irgendeiner Weise Ost(block)-Exotik ausstrahlen. Die Sehnsucht nach entfernten Orten und vergangenen Zeiten und die Melancholie die ihr inne wohnt, spielen eine wesentliche Rolle im intertextuellen Erscheinungsbild Beiruts.

Der Songtext von „Postcards from Italy“ spricht in einer metaphorischen, poetisch anmutenden Sprache von vergangenen Zeiten. Die erste Strophe startet mit der Zeile „The times we had“²⁰⁸, was auf eine gemeinsame, vergangene Zeit mit einer Liebschaft hindeutet,

²⁰⁸ Condon, Zach: Postcards from Italy. In: Beirut – Gulag Orkestar. CD/Digital/Vinyl Album. Ba Da Bing!/4AD, 2006.

die zum aktuellen Zeitpunkt möglicherweise schon lange verflossen ist. Obwohl diese Zeit auch ihre schweren Seiten hatte (versinnbildlicht durch Wind, Regen und Schnee in der ersten Strophe) wird sie doch als prägend und positiv beschrieben. Ein Eindruck, der sich in der zweiten Strophe noch verstärkt: „The shattered soul” wird als Bedrohung eingeführt, die stets abgehängt werden konnte, und die Liebe schien unzerstörbar: „those were our times”²⁰⁹. Am Ende ist von einer Hochzeit die Rede, es drängt sich allerdings die Vermutung auf, dass diese eher als ein Wunschtraum, als eine verlorene Zukunft zu sehen ist. Immerhin heißt es zum Abschluss der Strophe „(...) I would love to see that day, that day was mine”²¹⁰.

Bild

Das Musikvideo zu „Postcards from Italy” von Alma Har’el setzt sich aus unterschiedlichem Home Movie-Material, vorrangig typisch familiäre Szenen und Urlaubsmotive, zusammen. Die meisten dieser Amateurfilme kann man anhand der Kleidung der handelnden Personen wohl grob den 1960er und 70er-Jahren zuordnen. Die Farbwerte von großen Teilen des Materials, die man als verwaschen oder vergilbt bezeichnen kann, sind qualitativ schlecht und zum Teil nahe an der Unkenntlichkeit. Lichtflecken, die zum Teil so stark sind, dass sie eindeutig als bewusstes Stilmittel zu erkennen sind, erinnern tatsächlich an alte Postkarten; ähnlich wie das Coverfoto des Albums „Gulag Orkestar”. Liebespaare und Kinder sind die beliebtesten Motive des Clips – passend zum vielen Home Movie-Material. Zweitere werden alleine und in Gruppen gezeigt, sei es am Spielplatz, beim Grillfeuer, am Strand oder beim Verspeisen einer Wassermelone. Ein kleiner Junge hält etwa vorsichtig einen Vogel in der Hand und zeigt ihn in die Kamera, und es ist mit Sicherheit kein Zufall, dass im weiteren Verlauf eine Frau mit Papageien auf dem Arm und eine andere, von Tauben umringt bzw. in ihren Händen haltend, gezeigt werden. Kinder lieben bekanntlich Tiere, und so sind im Clip u.a. noch ein Reh, ein Hase und ein Hund zu bewundern. Mehrere Sequenzen sind Aufnahmen aus einem Meeres-Themenpark: Ein Mann hält etwa als Kunststück seinen Kopf zwischen die Kiefer eines Orcawals, oder es werden Pinguine gezeigt, die eine Rutsche hinunter ins Wasser rutschen. MusikerInnen wie ein dunkelhäutiger Ukulele-Spieler oder eine mexikanisch anmutende Mariachi-Kapelle fügen sich klar in das Urlaubssujet ein.²¹¹

²⁰⁹ Condon 2006.

²¹⁰ ebda.

²¹¹ vgl. Har’el, Alma: Beirut – Postcards from Italy. Musikvideo. In: YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=X61BVv6pLtw>, 02.03.2009. (03.07.2017)

Nach der Einteilung der Arten von Montage nach Branco ist der Clip als eine Mischung aus Montage und Assemblage anzusehen. Zwar folgt die Auswahl des Materials einem gedanklichen Konzept, das die einzelnen Teile übergreifend verbindet, aber es treffen hier noch weit mehr unterschiedliche Materialschnipsel als bei Lana Del Reys „Video Games“ aufeinander, die man allesamt jeweils einer von wenigen thematischen Sphären zuordnen kann, weil sie sehr ähnliche Inhalte zeigen – etwa badende Menschen am Strand, Hochzeitspaare oder Gruppen von Kindern. Auch Schiffe und Boote, sowie das Meer generell sind zentrale Motive. Die konzeptuelle Anordnung der Bilder erschließt sich zur Gänze ab der dritten Strophe des Songs, worauf ich weiter unten noch eingehen werde.

Zwischen dem Reused Footage finden sich neu gedrehte Aufnahmen von Sänger Zach Condon in Zweisamkeit mit seiner Partnerin. Durch diese Sequenzen bekommt der Star der Band seine Rolle im Videoclip, wirkt dabei aber – analog zu seiner Musik – wie aus der Zeit gefallen. Die Regisseurin schafft es, sich mit den eigenen Aufnahmen ästhetisch an das wesentlich ältere Footage anzunähern und diese, fast nicht unterscheidbar, als einen dazugehörigen Teil davon wirken zu lassen. So blicken die beiden in manchen Ausschnitten direkt in die Kamera, die sie filmt, oder reagieren sogar auf sie mit einem Winken (Min. 02.49), ganz wie es für den „home mode of communication“ typisch ist. Bewusst wird hier also der Heimvideo-Modus imitiert und als Stilmittel eingesetzt. Condon ist aber nie beim Singen zu sehen, um ihn als den Sänger des Songs zu erkennen, bedarf es dem Vorwissen um sein äußeres Erscheinungsbild. Somit enthält das Video dennoch keine Performance-Anteile, den Sequenzen die ihn zeigen, kann man jedoch minimale narrative Elemente zuschreiben: Zuerst pflückt er Äpfel von einem Baum, die er in einem späteren Ausschnitt jongliert. Weiters gibt es eine Szene im letzten Viertel des Clips, in der Condon auf dem Skateboard Tricks versucht und schließlich stürzt. Wieder auf den Beinen, inspiziert er zunächst seine Wunden und zeigt sie in die Kamera, bevor er (nach einer Unterbrechung durch andere Sequenzen) zurück im schon zuvor vorgestellten Wohnzimmer-Setting von seiner Partnerin verarztet wird. Nach kurzer Unterbrechung durch andere Ausschnitte, streicht er beim nächsten Wiedersehen mit der Hand über das frische Pflaster an seinem Ellbogen. Nahezu alle verwendeten Materialteile lassen sich einer kleinen Anzahl symbolisch aufgeladener Motive zuweisen, die sich wiederkehrend durch den Clip ziehen: die Familie, Urlaub und Strand, Schiffe und das Meer, Spielplätze und spielende Kinder, Tiere, das Paar und die Hochzeit. Hier kann man eine mittlere visuelle Binnenstruktur ausmachen, durch die vielen thematisch stark verknüpften Teile und die „Mini-Story“ um den Skateboard-Sturz ist sie noch stärker

situativ einzuschätzen als beim vergleichbaren „Video Games“-Clip. Dennoch liegt auch hier keine richtige Narration im Sinne einer durchgängigen Storyline vor.

Hintergrund

Die Regisseurin des Videos, Alma Har’el, die mehrere Musikvideos mit Condon umgesetzt hat (u.a. auch für sein erstes offizielles Musikvideo „Elephant Gun“) hat den Videoclip nach eigener Aussage aus Super 8-Filmen aus ihrer eigenen Sammlung zusammengesetzt, die Amateurfilme wurden zum Teil auf eBay oder bei Flohmärkten erstanden. Die selbst gedrehten Aufnahmen von Zach und seiner Partnerin wurden im Garten und rund um das Anwesen der Regisseurin mit einer Super 8-Kamera in Silver Lake (Los Angeles, USA) aufgenommen. In einem Interview beschreibt die Regisseurin, warum sie für Videodrehs auch alte Billigvideokameras verwendet: „So, I got my dog, packed up my car, and bought a camcorder from, I think, Best Buy. (...) I wanted a camera I could use alone without anyone helping me, and that I could record sound on, but I shot a music video as a kind of test and it turned out great, one of them was a Beirut video. (...) I thought it just looked so much better than how the better, sharper DV cameras looked“²¹².

„Postcards from Italy“ ist das zweite offizielle Musikvideo von Beirut. Anders als bei den meisten professionellen Musikvideoproduktionen wurde das Video nicht für eine Single-Veröffentlichung vorab gedreht, um ein Album und seine Erscheinung zu bewerben, sondern erst relativ spät nach dessen Veröffentlichung „nachgeliefert“, als die darauffolgende EP der Band bereits auf dem Markt war. Mögliche Gründe sind die außerordentliche Beliebtheit des Songs und die zu dieser Zeit sprunghaft angewachsene Popularität von Beirut. Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung von „Gulag Orkestar“ konnte der Band unter Umständen noch kein Budget für Videoproduktionen zur Verfügung gestellt werden.

Vergleich

Wie ihre Musik verweist das Video von Beirut immer wieder auf exotische, weit entfernte Orte, und durch die Datierung der größten Teile des Footage, auf vergangene Zeiten. Die Sehnsucht nach beidem ist ein zentraler Ausgangspunkt für das Schaffen der Band. Viele der

²¹² Vimooz: Filmmaker Alma Har’el discusses her gorgeous and groundbreaking new documentary „Bombay Beach“. In: Vimooz.com. <https://www.vimooz.com/2011/04/26/filmmaker-alma-harel-discusses-her-gorgeous-and-groundbreaking-new-documentary-bombay-beach>, 26.04.2011. (09.08.2017)

am häufigsten wiederkehrenden Sujets wie das Schiff, das Meer oder Vögel stehen symbolisch für Freiheit und Ungebundenheit – Gefühle die wohl die meisten mit ihrer Kindheit und Jugend in Verbindung bringen. Wie das übergeordnete Reise-Thema, das sich vom Songtitel angefangen durch viele Footage-Motive und das gesamte Werk zieht, korrespondiert diese Symbolwelt auch mit der Textzeile „we put our feet just where they had to go“²¹³. Das Nachstellen bzw. Imitieren von alten Home Movie-Aufnahmen verbindet das Musikvideo mit jenem von Lana Del Rey. Auffällig ist der Einsatz von vielen Hochzeits- bzw. Paarsequenzen auf der visuellen Ebene: Zu sehen sind Männer und Frauen die, teils festlich gekleidet, zusammen Lachen, Trinken, Tanzen usw. Diese Materialteile kommen exakt ab dem dritten Songteil ins Geschehen, der mit der Textzeile „And I will love to see that day, that day is mine, when she will marry me outside with the willow trees“²¹⁴ einsetzt. Hier wird der Wunsch nach einer Hochzeit mit einer alten (Jugend-)Liebe unmittelbar in Bilder übersetzt. So wird gegen Ende umso mehr die romantische Dimension des Songs und der Liebeskummer betont, von dem er erzählt. Diese Strophe spricht auch als einzige von einer möglichen Zukunft, während die beiden vorangegangenen von vergangenen Zeiten erzählen.

Während all die visuellen Motive und ihre Sinnzusammenhänge als durchwegs positiv konnotiert bezeichnet werden können, wird ihre Wirkung im Videoclip als traurig und melancholisch beschrieben. Durch die Wechselwirkung mit Musik und Text entsteht eine neue Lesart der Bilder, die aus ihrem ursprünglichen Kontext gerissen und mit vergleichbaren Ausschnitten aneinandergereiht, plötzlich einen fernen, austauschbaren und nichtigen Charakter bekommen. So drängen sie automatisch zur Reflexion von vergangenen, unbeschwerten Momenten des eigenen Lebens – woraufhin diese ebenfalls unbedeutend und klein wirken. Genau so beschreibt John Foxx die hauntologische Wirkung von Amateurfilmen im Zusammenhang mit seinen Tiny Colour Movies (siehe Kapitel „Home Movies und ihre Besonderheiten“). Interessanterweise findet diese Reaktion auch bei einem jungen Publikum statt, dass gar nicht mit dieser Art von Urlaubsfilmen aufgewachsen ist: Stichwort „falsche Erinnerungen“, oder wie es Zach Condon beschreibt: „(...) a nostalgia for something that never happened to me—things I've seen in old movies“.²¹⁵

²¹³ Condon 2006.

²¹⁴ ebda.

²¹⁵ Maerz, Melissa: Beirut: Albuquerque Kid Records the Greatest Gypsy Album of 1847. In: SPIN, September 2006. S. 54.

Hier ist die Rede von Scheinerinnerungen, die über die sekundäre Erfahrung der Welt durch Medien gebildet werden. Diese Art von falschen Erinnerungen und die Melancholie, die ihnen

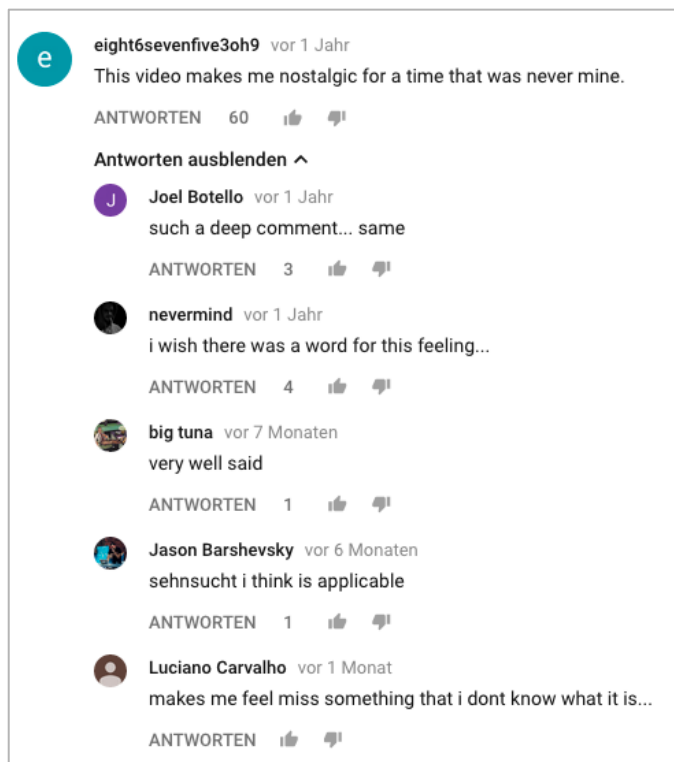


Abb. 2: YouTube-Kommentare zu Beirut – „Postcards from Italy“.

inne wohnt, beschreibt wiederum Zach Condon als Inspirationsquelle, wenn er von seiner Musik spricht: „Think about how your memory fails you if you travel (...). Imagine family vacations as a kid. Your mind just plays tricks on you. It only imagines what it wants to and *that*, actually, is what I'm working off of“.²¹⁶ Im Vergleich mit dem auf den ersten Blick einem ähnlichen Konzept folgenden Video von Lana Del Rey, fällt auf, dass sich überraschend viele Sujets frappierend ähneln und viele der abgebildeten Inhalte tatsächlich in beiden Clips vorkommen: das Skateboard und der

Sturz, der Swimmingpool, der Strand und die Möwe, der Spielplatz etc. Bei genauerer Betrachtung fällt auf, dass für das Beirut-Video bedeutend mehr unterschiedliche Footage-Quellen herangezogen wurden, diese aber auch strenger nach einigen wenigen thematischen Vorgaben ausgewählt und angeordnet wurden. Auch was die Farbwerte und Bildformate betrifft, sind die Materialteile in „Postcards from Italy“ stärker aufeinander abgestimmt und wirken einheitlicher. Das lässt den Clip mehr in sich geschlossen wirken (siehe auch visuelle Binnenstruktur), und die Aufmerksamkeit wird nicht so sehr auf die Montage selbst gelenkt, wie bei „Video Games“. Das macht auch insofern Sinn, weil Beirut für ihr Video die erfahrene Regisseurin und Cutterin Alma Har’el engagierten, die sich zu dem Zeitpunkt offenkundig schon länger mit Found Footage beschäftigt hatte. Im Gegensatz dazu editierte Lana Del Rey das Video zu ihrem eigenen Song – zumindest maßgebliche Teile davon – selbst, ohne auf größere Erfahrungswerte zurückblicken zu können. Sie erklärt in Interviews, wie sie das Material vorrangig nach subjektiver „Schönheit“ auswählte und beteuerte mehrmals, dass sie aus späterer Sicht zu naiv an die Produktion des Clips herangegangen war.

²¹⁶ Raber, Rebecca: Flying High. Beirut’s Zach Condon gives his passport a workout, even in his dreams. In: CMJ New Music Monthly, Oktober 2007, S. 45.

Das erklärt die weniger konzeptionell schlüssige und bis zu einem gewissen Grad beliebigere Zusammensetzung des Materials in ihrem Clip. Unter bestimmten Gesichtspunkten könnte die Naivität ihrer Herangehensweise zu einer Zeit vor ihrem großen Durchbruch sogar geholfen haben, um den Clip in Online- und YouTube-Communities stärker mit DIY-Spirit und entsprechender Authentizität aufzuladen.

5.4. Rhye – „3 Days“

Musik

Rhye ist ein in den USA beheimateter Musikact, gegründet von dem namensgebenden Kanadier Mike Milosh und Produzent Robin Hannibal, der aus Dänemark stammt und das Projekt mittlerweile verlassen hat. Der Musikstil wird als Indie- oder Soulpop mit Einflüssen aus R'n'B, Funk und Electronica bezeichnet, insbesondere der sanft gehauchte, hochtonige Gesang von Milosh stellt ein Wiedererkennungsmerkmal dar. Viele HörerInnen denken zuerst der Gesang würde von einer Frau stammen; zu Beginn ihrer Karriere halten Rhye diese Frage auch bewusst offen, indem sie keine Informationen über ihre Identität preisgeben. „Mike Milosh hat schon seit seiner Kindheit einen hohen Östrogenspiegel, sagt er im Gespräch mit der taz. Als Kind sang er die hohe Sopran-Stimme in einem Chor, in dem außer ihm nur zwei andere Jungs waren, außerdem besuchte er eine Tanzschule“.²¹⁷ Passenderweise ist das erste Album von Rhye „Woman“ (2013) betitelt, und die Texte drehen sich – wie auch bei späteren Veröffentlichungen – zum größten Teil um Liebe, Beziehung und Sexualität. In KritikerInnen- und Fankommentaren wird die Musik von Rhye häufig als verträumt, intim und sensibel beschrieben, offenbar strahlt sie eine Art (teils gar als körperlich beschriebene) „Nähe“ zu den HörerInnen aus. Dabei steht typischerweise der Gesang im Vordergrund, um den herum die restliche Instrumentalbegleitung behutsam und reduziert aufgebaut wird. Ein weiteres typisches Stilmittel von Rhye ist eine immer wiederkehrende, mantraartige Wiederholung von manchen Songzeilen: repititive Passagen, die der Musik eine tranceartige Wirkung verleihen.

„3 Days“ ist ein Albumtrack von „Women“, zu dem ein Video erschien, als das Album bereits auf dem Markt war. Der Song handelt von sexueller Begierde, genauer gesagt einer (wahrscheinlich geheimen) Affäre, die drei Tage andauert. Im Text wird dabei der Liebesakt wiederholt mit verbrecherischen Handlungen, ja sogar Mord, gleichgesetzt: „I'll steal your

²¹⁷ Hoffmann, Diviam: Elektrisch geladene Vorstellungskraft. In: taz.de. <http://www.taz.de/!5485056>, 17.02.2018. (22.02.2018)

breath; like a twisted thief”, „Stealing kisses”, „I’m killing you”²¹⁸. Die Übersetzung des Themas auf Bildebene ist verhältnismäßig plakativ und unverschlüsselt.

Bild

Als großer Unterschied zu den bisher analysierten Clips werden bei „3 Days” allem Anschein nach nur einige wenige Materialquellen bemüht, die verschiedenen Sequenzen sind in sich sehr homogen und wirken wie aus einem Guss, während bei Lana Del Rey und Beirut eine schier unüberblickbare Vielzahl an verschiedenen Ebenen zusammengefügt wurden. Das strikt in Schwarzweiß gehaltene Video korrespondiert mit dem restlichen Artwork, welches das Album begleitete: Auf dem Cover etwa ist ein Ausschnitt eines weiblichen Aktfotos, ebenfalls in Schwarzweiß, zu sehen. Der Videoclip zeigt abgefilmte Aufführungssituationen, darauf deuten u.a. die Bühnenvorhänge hin, die ganz zu Beginn und noch viele weitere Male im späteren Verlauf des Clips als Bildhintergrund zu sehen sind; sie verweisen auf das Theater und das historische Varieté. In diesem Ambiente sieht man Frauen tanzen, herumalbern, und sich teilweise ihrer Kleider entledigen. Dem Anschein nach wirken die Aufführungen sehr privat, da stets nur die Damen zu sehen sind, aber kein Publikum. Die mehr oder weniger knappen Outfits der gezeigten Frauen reichen von prächtigen Abendkleidern und Roben bis hin zu aufreizenden Corsagen und Burlesque-Reizwäsche. Ansonsten kommen allerhand Schmuck und Accessoires zum Einsatz, wie etwa glitzernde Pailletten, große Federfächer, Boas oder Umhänge, eine Frau tanzt sogar mit zwei Papageien. Insgesamt werden etwa ein Dutzend Tänzerinnen gezeigt, unterbrochen werden die Tanzsequenzen durch Close Ups, auf denen sie lachen und mit der Kamera schäkern. Einige der Damen kommen wiederholt und besonders prominent ins Bild, und entwickeln sich dadurch zu den wiedererkennbaren Hauptfiguren des Videos.²¹⁹

Bei dem Videoclip handelt es sich, nach Brancos Verständnis, um eine klassische Assemblage: Die starke Ähnlichkeit der Bilder rührt daher, dass sie offenkundig aus einer sehr überschaubaren Anzahl von Materialquellen (wenn nicht gar von einer einzelnen) stammen. Bis auf den Schnitt zur Musik wurde das Material nicht merklich verändert. Hier offenbaren sich Parallelen zu frühen Found Footage-Experimentalfilmen, die in einem Atemzug mit dadaistischen Kunstwerken genannt werden (die „Readymades”), bei denen die

²¹⁸ Milosh, Mike/Hannibal, Robin: 3 Days. In: Rhye – Woman. CD/Digital/Vinyl Album. Polydor/Innovative Leisure Records, 2013.

²¹⁹ vgl. Stoody, Maggie: Rhye – 3 Days. Musikvideo. In: YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=Gkh5Glu-1Yo>, 07.08.2013. (18.07.2017)

KünstlerInnen zum Teil komplett fertige Filme nahmen, sie in einem anderen Zusammenhang zeigten und so ein neues Kunstwerk daraus machten. Mit durchschnittlich ca. neun Schnitten in der Minute ist der Clip äußerst langsam geschnitten, insbesondere für Musikvideo-Verhältnisse. Die erste Minute kommt überhaupt nur mit gezählten sechs Cuts aus, das Material soll die Zeit bekommen, von sich aus zu wirken. Einige Footage-Teile kehren im Laufe des Clips wieder und funktionieren als strukturierende Elemente: Zum Beispiel die beiden Damen, die lächelnd und zwinkernd einen Vorhang ganz zu Beginn des Videos öffnen, und ihn am Ende wieder schließen. Die Tänzerin, die gleich zu Beginn von hinten gefilmt ins Bild kommt (Min. 00.15), wird im Verlauf des Videos noch mehrmals aus derselben Perspektive gezeigt und lässt der Reihe nach ihre Hüllen fallen. Richtige Superstrukturen sind hier aber genauso wenig wie narrative Elemente auszumachen.

Rhye wählen einen anderen Zugang, als er bei den zuvor besprochenen Arbeiten zu erkennen ist. Während Lana Del Rey und Beirut von den Home Movie-Passagen leben, die Familienglück und heile Welt ausstrahlen, öffnet „3 Days“ ein Fenster zu der halbseidenen, verruchten Welt von Erotik, Nachtleben, Spiel und Glamour, die den Reiz des Verbotenen ausstrahlt. Eine Gemeinsamkeit ist aber, dass wir es auch hier mit einem mehr oder weniger privaten Modus des Filmens zu tun haben. Auch wenn es sich um etwas völlig anderes als die nur für die engsten Familienmitglieder bestimmte filmische Kommunikationsform des „home mode“ handelt, soll bei den ZuseherInnen zumindest der Eindruck entstehen, der Film richte sich nur an sie. Ein Zeichen dafür ist die Direktadressierung der Kamera durch die Darstellerinnen, als würden sie direkt mit den ZuschauerInnen flirten. Ihr erkennbares „Schauspielern“ und Posieren an zahlreichen Stellen sind weitere Parallelen zu privaten Home Movies, die hier als neckische Stilmittel eingesetzt werden, wie es auch in pornografischen Filmen üblich ist. Auch hier spielt die geheimnisvolle Privatheit, vielleicht sogar verbotene Betrachtung der Bilder, eine wichtige Rolle für ihre Wirkung als Referenz für Authentizität und als Auslöser für ihre voyeuristische Anziehungskraft. Anstatt jedoch mit expliziten Striptease-Bildern oder nackten Körpern zu arbeiten, wissen Rhye um das Spiel mit dem Blick und seinem Interesse am Verborgenen Bescheid: So sind die gezeigten Damen nie völlig nackt zu sehen und das Video bleibt eindeutig im jugendfreien Bereich, also auch ganz klar im Rahmen der YouTube-Community Richtlinien.²²⁰

All die verschiedenen Frauen, die der Reihe nach in einem ähnlichen Setting beim Tanzen zu sehen sind, weisen auf eine Austauschbarkeit hin – anders wie in den zuvor analysierten

²²⁰ vgl. Stody 2013.

Clips, wo das Material selbst bzw. seine Ebenen ständig getauscht werden und sich auf diese Weise um ein Thema drehen. Das Motiv der Austauschbarkeit steht in Verbindung mit dem Thema des Songs, der von Promiskuität, der kurzlebigen körperlichen Lust und Affäre erzählt: „Love is terminal not built to last; Burn bright burn fast“²²¹.

Hintergrund

Rhye haben zu Beginn ihrer Karriere versucht so wenig Information über die Personen hinter dem Bandnamen wie möglich an die Öffentlichkeit gelangen zu lassen. In einem Interview verrät Milosh, was die Idee hinter diesem Verbergen der eigenen Persönlichkeit ist: „I don’t aim to be a celebrity. If you don’t use your face as the first thing people see on the records, which pops up in the listener’s minds while listening to those songs, it allows their imagination to run with the sound. To create your own vision of what the project is, and there’s something really beautiful to that“.²²² Die Zeit spricht von einer „Ästhetik der Unschärfe“²²³, es ist der bewusste Einsatz der Verschleierung, um so Interesse zu erzeugen. Die Beschreibung des Videos auf YouTube passt zu diesem Zugang und liest sich einigermaßen minimalistisch: „A cavalcade of found footage cabaret“. Für den Schnitt verantwortlich wird Maggy Stoodie von der Chicagoer Musik-PR Agentur Biz 3 ausgewiesen. Genauere Informationen zum Filmmaterial oder dem Prozess der Entstehung des Clips sucht man vergebens.

Vergleich

Es offenbart sich ein grundsätzlicher Gegensatz zu Lana Del Rey, die sich selbst als Bezugspunkt und Verbindungsglied zwischen ihren recycelten Bildern einsetzt, ihr Aussehen bewusst als Marketinginstrument verwendet, indem sie Mode und Stil der 1960er aufgreift und sich damit ganz klar als Teil einer Vintage-Strömung inszeniert. Alle diese Bilder sollen letztendlich ihren zeitlich-authentischen Gehalt auf ihre Person abstrahlen. Bei Rhye ist das Reused Footage viel stärker in seiner illustrativen Funktion zu verstehen, der Clip verfolgt eine andere Taktik um die besprochene dosierte Rätselhaftigkeit zu erzeugen. Er kommt völlig ohne Darstellung von MusikerInnen aus und lädt die RezipientInnen stärker dazu ein, eigene Assoziationen im Kopf entstehen zu lassen bzw. die Musik mit visuellen Angeboten

²²¹ vgl. Milosh/Hannibal 2013.

²²² Schneider, Lisa: Sing me a lovesong. In: FM4. <http://fm4.orf.at/stories/2894166>, 10.02.2018. (08.03.2018)

²²³ Weihser, Rabea: Sie seufzen so schön. In: Zeit Online Blog. http://blog.zeit.de/tontraeger/2013/03/01/rhye-woman_15240, 01.03.2013. (08.03.2018)

assoziativ „aufzuladen“ und so ihren Eindruck zu verstärken. Die sanfte Filmsprache (allem voran die langen Einstellungen) ist dabei ein akkurater Ausdruck der verführerischen und geheimnisvollen Stimmungslage des Songs auf Bildebene. Man sollte aber auch nicht unerwähnt lassen, dass wir es mit einem äußerst simplen Ausgangsmotiv bei diesem Musikvideo zu tun haben, das bis zu seinen frühesten Anfängen, etwa den Scopitones, zurückverfolgt werden kann. Der vorliegende Clip ähnelt manchen von ihnen streckenweise auf fast gespenstische Weise: Leicht bekleidete junge Frauen tanzen als Bebilderung zu einem Musikstück, um in erster Linie die männliche Schaulust zu wecken bzw. zu bedienen. Durch den Einsatz von verhältnismäßig „harmlosem“ Vintage-Material soll dieser platte Mechanismus offenbar entschärft bzw. verschleiert werden. Das Projekt soll so dem Vorwurf des plumpen Chauvinismus entgehen und der Clip in ein künstlerisch-aufgeklärtes Rezeptionsverhältnis gerückt werden, wie es das seriöse Feedback auf den Clip in diversen Musikblogs im Internet zeigt. Dazu trägt auch die bewusste Entwicklung einer selbstironischen Komponente bei, die durch die teils unfreiwillige Komik der für unsere Augen altmodischen Darstellung von Erotik entsteht. Der gedoppelte Wahrnehmungsmodus im Reused Footage-Clip²²⁴, also unser Bewusstsein für die Verpflanzung der Bilder, wird hier zur Ironisierung eines vielkritisierten Motivs verwendet. Auch das Spiel rund um die Frage nach dem Geschlecht des Sängers, die als zentral für das (frühe) Image von Rhye zu sehen ist, könnte mit dieser Strategie in Zusammenhang stehen. Wer wird schon als Chauvinist verdächtigt, der selbst für eine Frau gehalten wird bzw. sogar augenzwinkernd mit diesem Missverständnis spielt?

Häufig verglichen wird der „3 Days“-Clip mit dem Video zu „The Fall (Live Version)“, das als Vorbote zum ersten Rhye-Album im Jahr davor veröffentlicht wurde. Sehr ähnlich wie die zuvor besprochenen Videos setzt dieser voll und ganz auf Vintage-Amateurfilmmaterial. Hier sind es ausschließlich Videos von Paaren, die für die Kamera posieren und sich küssen, aus denen die Assemblage gefertigt wurde. Mutmaßlich sind viele davon ursprünglich als Dokumente von Hochzeiten oder Verlobungen entstanden.²²⁵ Auch wenn seine Ästhetik mit der von „3 Days“ abgestimmt ist, erinnert der Clip konzeptuell viel stärker an die Videos von Beirut oder Del Rey, denn manche seiner Ausschnitte ähneln deren sogar frappant. Vor allem „Postcards from Italy“ von Beirut weist im letzten Drittel viele ähnliche Stellen auf, was schon wegen der grundlegenden thematischen Ähnlichkeit ins Auge fällt. Durch ihre Vielzahl

²²⁴ vgl. Branco 2009, S. 4.

²²⁵ Stoody, Maggie: Rhye – The Fall (Live). Musikvideo. In: YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=It9i75y5Yu8>, 15.11.2012. (10.03.2018)

und Anonymität bekommen die eigentlich schönen, herzerwärmenden Momente eine traurige Zufälligkeit und Nichtigkeit, die in Kombination mit dem ohnehin schon schwermütigen Song, der von der Sehnsucht nach einer fernen Liebe handelt, eine mächtige Sentimentalität auslöst. Der für die Hauntologie zentrale Begriff der „verlorenen Zukunft“, lässt sich hier natürlich auch auf ganz individueller Ebene mit vergangenen Liebesbeziehungen in Verbindung bringen – niemand wird behaupten, sich durch das Video nach der Zeit zu sehnen, die es abbildet, vielmehr löst es eine innerliche Reflexion mit der eigenen Vergangenheit und möglicherweise nicht eingeschlagenen Lebenswegen aus.

5.5. Brief Candles – „Terry Nation“

Musik

Brief Candles sind eine Indie-Rockband aus Milwaukee (USA), deren Musik als Shoegaze beschrieben wird. Diese Spielart der Rockmusik ist für ihre verträumten bis psychedelischen, effektbeladenen aber melodischen Songs, mit häufigen langen Instrumentalpassagen, bekannt. Der Stil von Brief Candles zeigt sich stark vom britischen Underground Rock der 1980er und 90er Jahre beeinflusst, die Zeit, die sich auch als Hochphase von Shoegaze bezeichnen lässt. In den letzten Jahren erfährt das Genre ein neues Interesse im Rahmen der ausführlich besprochenen Retro-Bewegungen in der Musiklandschaft. Der Name wurde übrigens von der britischen Musikpresse geprägt, weil die jungen ProtagonistInnen der Strömung während der Auftritte ständig auf ihre Schuhe starrten: „Diese sogenannten ‚Schuhstarrer‘ waren junge britische Indie-Rocker, die auf Konzertbühnen auffällig oft zu Boden blickten; einerseits, weil sie konzentriert auf die zahlreichen Gitarren-Effektgeräte zu ihren Füßen guckten, mit denen sie einen flirrenden Donnersound entfachten. Andererseits senkten sie den Blick, weil ihnen jegliche Rockstarpose unangenehm war und sie das Rampenlicht scheuten (...)“.²²⁶ Kern der vierköpfigen Band Brief Candles ist das Ehepaar Kevin Dixon und Jen Boniger, die beide Gitarre spielen und singen. Die Band ist bereits seit den frühen 2000er-Jahren aktiv und lässt sich für ihre Veröffentlichungen meist mehrere Jahre Zeit, wobei in der Vergangenheit auch unterschiedliche Produzenten und Wechsel in der Bandbesetzung eine Rolle spielten. Ihre EP „Newhouse“, auf der sich der Song „Terry Nation“ befindet²²⁷, erscheint im Oktober 2013

²²⁶ Dallach, Christoph: Briten, die auf den Boden starren. In: Spiegel Online. <http://www.spiegel.de/kultur/musik/shoegaze-spaeter-ruhm-fuer-britische-indie-traeumer-a-1080441.html>, 04.03.2016. (22.01.2018)

²²⁷ vgl. Dixon, Kevin: Terry Nation. In: Brief Candles – Newhouse. CD/Digital/Vinyl EP. Guilt Ridden Pop, 2013.

und das Video zu dem Song folgt im Jahr darauf. Bedenkt man, dass die Band nach wie vor mit kleinen Independent Labels arbeitet und keine nennenswerten Charterfolge oder internationale Touren vorweisen kann, liegt die Vermutung nahe, dass in ihrem Fall wohl kaum ein großes Budget für die Musikvideoproduktion zur Verfügung steht.

Bild

Auf den ersten Blick wird augenscheinlich, dass für „Terry Nation“ eindeutig mehr Stockfootage zum Einsatz gebracht wurde, als bei den zuvor besprochenen Clips. Neben einigen vereinzelt Materialerebenen, die Amateurfilm-Ästhetik ausstrahlen, haben die meisten der Ausschnitte eher die Anmutung von Sendungen aus dem Bereich der Werbung oder Produktvorstellung. Zum Beispiel werden ein Haarwasser, viele große und schnelle Autos (auch Spielzeugautos), Musikinstrumente oder Gewehre immer wieder abgebildet, als würden sie beworben. Abhebende Flugzeuge, Telefone, Fotoapparate und Kameras, Sportbewerbe und tanzende Menschen gehören zu den weiteren oft gezeigten Motiven des Clips. Fast schon verstörend wirken Kinder, die eine Art Propeller auf der Kappe befestigt haben und ihren Kopf im Kreis drehen, um diesen in Bewegung zu halten, ähnlich wie bei einem Hula Hoop-Reifen. Auch hier werden Farb- und Schwarzweißaufnahmen wild durchmischt: „Terry Nation“ besteht aus einem heterogenen Bilderstrom mit vielen typischen Motiven der 1950er und 60er-Jahre, die letztendlich die USA der Eisenhower-Ära versinnbildlichen sollen, und demnach als klassische Montage funktioniert.²²⁸ Eine Zeit, in der sich das Land für den kalten Krieg in Stellung brachte, die Wirtschaft brummte und technischer Fortschritt als großes Heilsversprechen und Maß aller Dinge propagiert wurde. Ganz explizit werden hier verschiedene Vorstellungen von Modernität und Zukunftsvisionen einer vergangenen Zeit in Amerika in Bilder verpackt: Die Idee eines besseren Lebens, das durch technischen Fortschritt ermöglicht wird, spricht aus vielen der Sequenzen, die aus verschiedenen Reklamefilmen entlehnt wurden. Die Werbeindustrie verbreitete und festigte in diesen Jahren die Idee, dass der Besitz von neuen Produkten, insbesondere technischen Neuheiten aller Art, für jedermann erstrebenswert und wichtig sei um damit den eigenen Status zu zeigen. Der vielfache Einsatz von Footage aus dem Bereich Fernsehwerbung spiegelt diese Verheißungen auf der Bildebene, und zeigt wie überholt und absurd manche dieser Werbungen heute wirken. Ryan Sarnowski beschreibt in einer Nachricht selbst, wo und nach welchem Material er suchte: „ (...) hip mid-century modern furniture and architecture,

²²⁸ vgl. Sarnowski, Ryan: Brief Candles – Terry Nation. Musikvideo. In: YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=N7i9Am70Jm4>, 08.06.2014. (05.10.2017)

cutting edge technology that seems quaint and outdated now, people constantly in pursuit of happiness. (...) Of course, there was an abundance of these images in old advertisements from the 50's and 60's, so I sought out as many ads from that era as I could find on the website archive.org, with most coming from the Prelinger archive".²²⁹ Zu sehen ist etwa eine Familie die sich in einem völlig weißen, mehr steril als wohnlich anmutenden Wohnzimmer, an dessen futuristischer Ausstattung erfreut. Weiters sind verschiedene Roboter unter den Inhalten, die am öftesten in dem Clip auftauchen. In ihrer Darstellung durch die Mittel der 1960er muten sie bis zu einem gewissen Grad unfreiwillig komisch an. Bis auf einige wenige andere Roboter sind es vor allem die sogenannten „Daleks“, Bösewichte aus der Science-Fiction-Serie „Doctor Who“, die durch den Clip geistern und so die Gefahren der modernen Technik symbolisieren. Ebenso können sie als Symbol für kriegerrische Handlungen oder militärrische Einsätze verstanden werden, die als seine Schattenseiten den amerikanischen Wohlstand kontrastieren. Ironisierend wird darauf hingewiesen, wie sich der Glaube an den Fortschritt geirrt hat und sich Versprechen dieser Zeit nicht oder zumindest nur bedingt bewahrheitet haben, die voraussagten, dass sich das Leben der Menschen durch den technischen Fortschritt immer weiter verbessern würde. Das sorgt teilweise für eine komische Ironie, hat aber eine kritische Botschaft als Kern und ist als ein querverbindender Hinweis zu sehen, dass es sich auch hier um verblasste Zukunftsvorstellungen bzw. den verlorenen Glauben an eine bessere Zukunft handelt, auf die in Musik und Bild Bezug genommen wird.

Was in diesem Clip verstärkt eingesetzt wird, sind Manipulationen am Material, etwa Vor- und Zurückspulen oder rasch aufeinanderfolgende Wiederholungen einzelner Bilder und Ausschnitte. Diese Effekte verleihen dem Clip zusammen mit Farbflecken und anderen, bewusst zum Einsatz bebrachten Bildstörungen, einen nervösen, zerfahrenen Touch. Zu dieser Anmutung tragen auch die häufig zum Einsatz gebrachten Schnitt-Triolen und Weißblenden bei, die meist als Verbindung zwischen einzelnen Footageteilen eingesetzt werden. An einigen Stellen springt der Regisseur auch zwischen unterschiedlichen Footage-Ebenen mehrere Male hin und her, so als ob sie eine zusammengehörige Szene zeigen würden. Ab Minute 02.36 etwa wird ein Mann mit Gewehr und Cowboymontur gezeigt, bevor in der nächsten Ebene ein kleiner Bub ins Bild kommt, der ein Spielzeuggewehr hält und es zum Zielen anhebt. Gleich darauf wirft sich der Cowboy zu Boden als würden sich die beiden im nächsten Moment ein Feuergefecht liefern. Ab Minute 04.00 taucht diese Footage-Ebene wieder auf und der Junge fasst sich an's Herz, als ob er vom Laserstrahl eines Daleks

²²⁹ Sarnowski, Ryan: E-Mail vom 02.05.2018. Nachricht liegt beim Verfasser auf.

getroffen worden wäre. Auch in diesem Videoclip kommen wieder verschiedene intermediale Bezüge zum Ausdruck: Die erste Sequenz zeigt einen Mann, der wie früher im Kino an einem alten Projektor dreht und danach das Licht ausknippst – im weiteren Verlauf kommt der Filmvorführer noch zwei weitere Male ins Bild. Bei Minute 2.06 taucht ein Mann auf, der seine Familie beim Picknick mit einer Handfilmkamera filmt, was eine Erinnerung an die Etablierung von Amateurfilmen als typisch amerikanische Freizeitbeschäftigung darstellt – ihre Bilder sollten später zum visuellen Wiedererkennungsmerkmal dieser oft als „gute alte Zeit“ verkärten Jahrzehnte werden (vgl. Kapitel „Home Movies und ihre Besonderheiten“).²³⁰ Die visuelle Binnenstruktur ist auch hier wieder als mittel einzustufen.

Hintergrund

Der Titel des Tracks bezieht sich auf einen Autor gleichen Namens der britischen Science-Fiction Serie „Doctor Who“, die von der BBC produziert und über den Zeitraum von 1963 bis 1989 ausgestrahlt wurde. Die Serie wird als erfolgreichste und am längsten laufende Science Fiction-Serie aller Zeiten bezeichnet, seit 2005 wurde die Serie neu aufgelegt und kann so als perfektes Beispiel und stimmige Verbindungslinie zum allgegenwärtigen Retromodus gesehen werden. „Doctor Who“ gilt im gesamten englischsprachigen Raum als Kult und brachte es auch darüber hinaus zu großer Bekanntheit: Nicht umsonst erwähnt sie der im Kapitel „Super-8 und falsche Erinnerungen“ zitierte John Foxx als Beispiel bei der Konstruktion von falschen Erinnerungen. Die Serie handelt von den Abenteuern des Doctor Who, der in verschiedenen Gestalten und Zeiten und mit wechselnden BegleiterInnen als Beschützer der Erde bzw. des ganzen Universums auftritt und sich mithilfe seiner Zeitmaschine durch verschiedene Epochen bewegen kann. Der 1997 verstorbene Terry Nation ist einer der frühen Autoren der Serie, der ihre bekanntesten und wichtigsten Bösewichte, die außerirdischen Roboter (eigentlich Cyborgs) mit dem Namen Daleks, erschuf. Diese mechanischen Monster planen, die Erde zu unterwerfen und die Menschheit zu zerstören, können aber zum wiederholten Male von Doctor Who bezwungen werden. Die Idee, diese Verbindung ins Video zu nehmen, stammt von Regisseur Ryan Sarnowski, der ebenfalls in Milwaukee lebt, mit der Band befreundet ist und sich ansonsten als Dokumentar- und Kurzfilmmacher betätigt. Er schreibt: „So, in keeping with the Terry Nation name I appropriated some short clips of classic daleks from an old compilation of Dr. Who shows I

²³⁰ vgl. Sarnowski 2014.

had and let them serve as a symbol for this gluttonous and destructive pursuit of happiness through materialism (...)”.²³¹

Vergleich

Im Vergleich zu den anderen Videoclips ist „Terry Nation” eindeutig am schnellsten und dynamischsten geschnitten und zeigt am deutlichsten, wie sich Montage an die Musik anpassen kann um ihren Eindruck noch zu verstärken: Bei Minute 01.12 ist es etwa eine Frau, die einen Knopf auf der Mikrowelle drückt, was in hoher Geschwindigkeit mehrere Male nacheinander wiederholt wird, um ein Schlagzeug-Fill-In zu visualisieren. Ein typisches Beispiel also für den auf YouTube beliebten Effekt von „Rhythmus und Wiederholung”, wie ihn Carol Vernallis im Kapitel „YouTube: DIY-Kultur und Remix-Ästhetik” beschreibt. Deutlich lässt sich eine Erhöhung der Geschwindigkeit der Schnittabfolge beobachten, wenn der Song an seinen Höhepunkt gelangt. Ab etwa Minute 04.00 wird dieses musikalische Aufbäumen auf der visuellen Ebene durch immer schnellere Wechselschnitte bis hin zu stroboskopartigen Frame-Gewittern zwischen zwei oder mehreren sich wiederholenden Bildern illustriert. Verschiedene, sich abwechselnden Aufnahmen von Männern, die mit Gewehren schießen, Explosionen, Comic-Geräuschblasen im Pop Art-Stil á la Roy („Pow!”, „Smash!”) und den Daleks, die mit Laserkanonen feuern, lassen den Eindruck eines Feuergefechts entstehen und treiben so die Dramatik in die Höhe. Bei 04.16, kommt noch ein sich aufbäumender Atompilz im schnell wechselnden Schnitt hinzu, der im Inbegriff ist, in die Höhe zu steigen (ein Motiv, das wie Wees erwähnt schon bei Michael Jacksons „Man in the Mirror” den Höhepunkt markiert und uns auch in anderen Clips begegnet). Bildstörungen und Kamera-Schmutz im Material wurden wie es scheint noch verstärkt oder extra hinzugefügt, was den Clip mit Beiruts „Postcards from Italy” verbindet. Die unruhige, nervöse Anmutung die all diese Effekte auslösen, wirkt als Übersetzung der aufbrausenden, aber doch lethargisch-depressiven Stimmung des Songs auf Bildebene.

Die vielen Anspielungen auf die Serie „Doctor Who”, die beim Titel des Songs beginnen und sich mit der wiederholten Darstellung der Daleks durch den ganzen Clip ziehen, können als explizite Erinnerungslinie zu den 1960er Jahren in den Vereinigten Staaten gesehen werden. In der kollektiven Erinnerung nimmt die Kultserie einen besonderen Platz ein, als erste international erfolgreiche Science-Fiction-Serie in einer Zeit, in der viele heute kaum mehr wegzudenkende technische Errungenschaften erstmals für die breite Masse verfügbar wurden

²³¹ vgl. Sarnowski 2018.

oder sich durchsetzten, wie das Farbfernsehen oder der Kassettenrekorder. Als Sinnbild für die Zukunft bekannt, scheint es schlüssig, dass die Serie hier als Chiffre für die unkritischen und teils absurden Zukunftsvisionen der Nachkriegszeit eingesetzt wird. In deren Zentrum standen die USA als das Land der Innovation und des Konsums schlechthin: Das Wirtschaftswunder war ungebrochen, und Probleme wie Klima- und Umweltbelastung lagen noch in weiter Ferne. Gleichzeitig wurde militärische Aufrüstung betrieben und die problematische Rolle als „Weltpolizei“ gefestigt und dementsprechend propagiert, woran der Videoclip durch die diversen Abbildungen von Gewehren und Militärs, sowie Feuergefechten erinnert. Explizit wird in „Terry Nation“ auf den unkritischen Fortschrittsoptimismus der Zeit und die Generation der Baby-Boomer Bezug genommen. Die erste Textzeile „I want to live like this forever and never have to try“²³², ist aus der Sicht dieser Generation in den USA gesprochen. Damit kritisiert Songwriter Kevin Dixon die zu dieser Zeit vorherrschende Geisteshaltung, immer weiter wachsenden materiellen Wohlstand und ungebremsten Konsum als naturgegebene Konstante zu begreifen. Worüber niemand nachdachte, waren die negativen Auswirkungen des Turbokapitalismus und wer letztlich den Preis dafür zu bezahlen hat, so der Vorwurf des Songwriters.²³³

Inhaltlich handelt es sich hier also mit Sicherheit um den politischsten der behandelten Clips. Während es bei Lana Del Rey die Bilder des alten Hollywood, des „endless summer“ und der unbeschwerten Jugend sind, die in ihren Clips zum Spuken gebracht werden, wollen die Bilder von „Terry Nation“ ein Statement zur Geisteshaltung einer bestimmten Zeit machen, indem sie gezielt die kollektive Erinnerung daran verdichten. So wird auch aufgezeigt wie krass sich die Vorstellungen und Diskurse zu Themen wie technischem Fortschritt mittlerweile verändert haben. In der Anmutung einer absurden, niemals endenden Dauerwerbesendung erinnern die Bilder auch daran, dass kulturelle Schocks und Umbrüche wie sie in den 1950ern und 60ern in vollem Gange waren und noch bevorstanden, in den 2000ern nicht mehr stattgefunden haben. Hier sind es weniger vergrabene Sehnsüchte und Emotionen, die die Auswahl des Materials bestimmt haben, sondern der Ausdruck einer Konsum- und Kapitalismuskritik. Mit einer plakativen Darstellung der Visionen des ungezügelten Fortschritts, der in den entsprechenden Jahren als Lösung für alle Probleme verkauft wurde, soll der US-Gesellschaft ein Spiegel vorgehalten werden, als wolle die Band sagen: Schaut welche Zukunft euch versprochen wurde, und überlegt euch wie es wirklich gekommen ist.

²³² Dixon 2013.

²³³ vgl. Sarnowski 2018.

6. Resümee

Der Ausgangspunkt für diese Arbeit ist die Frage, warum, wie und in welchen Zusammenhängen recyceltes Filmmaterial, insbesondere alte Amateurfilme, plötzlich Eingang in zeitgenössische Musikvideoclips finden. Dabei muss betont werden, dass der zu einer Musikvideoproduktion gewählte Zugang immer auch wirtschaftliche Gründe hat, ist es doch am Ende des Tages ein Promotion-Instrument. Im Vergleich zum Musikgeschäft in den 1990er Jahren, stehen RegisseurInnen und Plattenlabels heute dafür oft nur sehr bescheidene Mittel zur Verfügung. Ein wesentlicher Vorteil des Reused Footage-Videos ist, dass es sehr günstig in der Herstellung ist, weil theoretisch ein einzelner Cutter ein ganzes Projekt umsetzen kann. Die in dieser Arbeit analysierten Musikvideoclips wurden nicht nach nach diesem Kriterium ausgewählt, es kann allerdings kaum ein Zufall sein, dass gleich drei der vier vorgestellten Acts in der frühen Beginnphase ihrer Karriere auf Reused Footage-Clips setzten bzw. diese ihren Durchbruch markieren. In weiterer Folge wurde beleuchtet, inwiefern diese Phänomene in Zusammenhang mit einer (pop)kulturellen Krise stehen, die Mark Fisher durch sein theoretisches Gerüst der „Hauntology“ zu erklären versucht. Nach einer Annäherung an das Phänomen von verschiedenen Seiten wird deutlich, dass auch die Antworten auf diese Fragen unterschiedlichen Umständen und Entwicklungen Rechnung tragen müssen. Es bleibt festzuhalten: Musikvideos versuchen seit der Etablierung des Musikfernsehens in Form von MTV, sich auf einer ganz grundsätzlichen Ebene von ihrer unüberschaubar großen Konkurrenz abzuheben.²³⁴ Dabei werden verschiedene Strategien zum Einsatz gebracht, die sich im Laufe der Zeit, wie auch das mediale Umfeld und die Rezeptionsverhältnisse von Musikvideos, stark verändert haben.

Solche Strategien können übertrieben hohes Schnitttempo oder eine Überladung mit Effekten sein, wie sie Rösel im Zusammenhang mit der dosierten Rätselhaftigkeit erläutert.²³⁵ Als eine Art Gegenbewegung dazu können Versuche gesehen werden, sich von der Hochglanz-Optik, Effektüberladenheit und Glätte, die einen Großteil der medialen Erzeugnisse unserer Zeit auszeichnen, abzuheben. Genau wie in der Musik selbst, wo ab einem gewissen Zeitpunkt mehr und mehr in die Vergangenheit geblickt wurde, weil innovative Neuheiten nicht mehr zu finden waren, führte diese Suche vielfach in längst vergangene Jahrzehnte: Recyceltes Footage wurde als (praktischerweise sehr kostengünstige) Alternative zu aufwendigen Inszenierungen entdeckt, über die man Imagewerte und ästhetische Authentizität bestimmter

²³⁴ vgl. Keazor/Wübbena 2005, S. 71.

²³⁵ vgl. Rösel 2014, S. 19.

Zeitabschnitte „anzapfen“ kann. Diese Art der Musikvideoproduktion scheint eine spezielle Attraktivität auf MusikerInnen und Bands auszuüben, die sich schon in ihrer Musik stark auf vergangene Zeiten beziehen. Oft schwingt schon auf der Ebene der Musik eine gewisse Melancholie mit, der die kulturelle Versteinerung unserer Zeit bewusst ist oder die diese zumindest ahnt – eine „Retrobewegung zweiter Ordnung“²³⁶, als Teil derer Lana Del Rey gesehen wird, die diese Tendenzen zuallererst in den Mainstream gebracht haben soll.²³⁷ Im Musikvideo, werden diese Stimmungen aufgegriffen, sie können in gegenseitiger Wechselwirkung mit den Bildern tiefe Sehnsüchte auslösen. Im Sinne Mark Fishers kann man diese als hauntologische Sehnsüchte verstehen: Es ist nicht die Nostalgie im Sinne eines Herbeiwünschens der Vergangenheit, sondern die Vergegenwärtigung der Vorstellungen über die Zukunft einer vergangenen Zeit, die so nie eingetreten sind. Viele popkulturelle Erzeugnisse des 21. Jahrhunderts wirken deshalb von Grund auf melancholisch, weil in ihnen das Bewusstsein mitschwingt, dass die Zeit der bedeutenden, emanzipatorischen Ideen, Revolutionen und Errungenschaften im Pop vorbei ist. Was alle analysierten Videoclips gemeinsam haben, ist das völlige Ignorieren von aktuellen jugendkulturellen Codes oder Modeerscheinungen, die heutzutage selbst meist nur noch als abgewandelte Aufgüsse von bereits dagewesenen Stilen auffallen, in vielen Standardwerken aber noch als Definitionsmerkmal von Musikvideos angeführt werden. Überspitzt ausgedrückt kann man sagen, dass sich anhand dieser Clips beobachten lässt, wie künstlerisch progressive Positionen mit aktuellem gesellschaftlich-zeitlichem Bezug langsam in einer Wolke aus uneindeutigen Rückbezügen und diffusen emotionalen Stereotypen aufgehen.

Der Grund warum dabei gerade Home Movies immer wieder Eingang in Musikvideos finden, und spezielle hauntologische Qualitäten aufweisen können, liegt an dem symbolischen Wert den sie in unserer Erinnerung haben. In der kollektiven Erinnerung, die stark von frühen medialen Erfahrungen geprägt ist, sind sie durch die besondere Art ihrer Aufnahmepraxis zum Chiffre für eine heile Welt und positive Erinnerungen an die eigene Kindheit abgespeichert: die zu Film geronnene Verklärung der Vergangenheit. Wir sind uns der Intimität der Bilder bewusst, und dass sie nicht für unsere Augen und den Kontext in dem wir sie betrachten produziert wurden, was einerseits ein voyeuristisches Interesse, andererseits ein Gefühl der Nichtigkeit und Austauschbarkeit der bedeutsamen Momente des eigenen Lebens in uns auslöst. Durch die Art wie wir falsche Erinnerungen aus unseren frühen medialen Eindrücken konstruieren, sind Home Movies zu einem popkulturell verankerten Symbol für

²³⁶ vgl. Müller 2012, S. 20.

²³⁷ vgl. Bernays 2012.

Kindheitserinnerungen geworden und triggern so ähnliche Zuschreibungen und Gefühle selbst bei Rezipienten, die zu jung sind um die Hochphase des klassischen Amateurfilms selbst miterlebt zu haben. Zu ihrem optischen Erkennungsmerkmal ist die Beschaffenheit des Filmmaterials dieser Zeit, im besonderen Super-8 oder 8mm, geworden, das sich als mediale Blaupause verfestigt hat, um lang vergangene Ereignisse und Erinnerung zu visualisieren. Dieses Material hebt sich stark von den heutigen, digital glattpolierten filmischen Erzeugnissen ab, denen bereits die Wirklichkeitsreferenz abhanden gekommen ist, wie es Geuen ausdrückt²³⁸ und zieht den Blick deshalb auf besondere Weise an. Was dabei als Wiedererkennungsmerkmal funktioniert und etwa Super-8 von digital aufgezeichnetem Film abhebt, sind kleine „Fehler“ in der Materialität des Films. Gemeint sind die Körnigkeit und der „Schmutz“ im Super-8-Bild, die zum Markenzeichen dieser Filme geworden sind – deshalb werden sie auch, ganz wie es Mark Fisher in der hauntologischen Musik von Burial erkennt, der Vinylknistern über seine Tracks legt²³⁹, verstärkt oder gar simuliert und nachträglich hinzugefügt. Hier wie da handelt es sich um Artefakte, die auf die technischen Entstehungsprozesse verweisen, und dem Super-8-Material so den Eindruck einer besonderen „Echtheit“ und optischen Haptik verleihen.

Reused Footage kann aber auch andere Zwecke im Musikvideo erfüllen und wird auf verschiedene Weise eingesetzt. Oft bleiben die verwendeten Materialteile oder ihre Zusammenhänge uneindeutig, unergründbar – und verleiten so, im Sinne der erläuterten Strategie der dosierten Rätselhaftigkeit, zum erneuten Ansehen des Clips. Eine Taktik ist etwa, ZuseherInnen mit einer fast unüberblickbaren Vielzahl von Footage-Ebenen zu konfrontieren, bis die Eindrücke zu einer visuellen Grundtextur und einem emotionalen Klima verschmelzen. Dieses soll auf den jeweiligen Star des Clips abfärben, wie es etwa bei Beirut und Lana Del Rey versucht wird, die in die Mitte dieser Zeitdokumente so montiert werden, als wären sie ein Teil davon. Die entgegengesetzte Strategie ist es, nur wenige Footage-Ebene zu verwenden und an die Musik anzupassen, dass das Material intensiver auf die ZuseherInnen wirken kann. Diese Taktik bringt etwa Maggy Stoodie bei Rhyes „3 Days“ zur Anwendung: In der Tradition dadaistischer Readymades belässt sie das Footage genau wie es ist, fügt es, fast schon vorsichtig, durch eine minimale Anzahl an Schnitten zusammen. Während bei den Clips von Brief Candles oder Beirut eine starke Manipulation und Bearbeitung des Materials mit Effekten vorliegt, verzichtet Stoodie völlig darauf. Anstatt sie mit ständig neuen Bildern und Effekten zu fordern, gibt sie RezipientInnen die Zeit, sich

²³⁸ vgl. Geuen 2007, S. 164.

²³⁹ vgl. Fisher 2005, S. 62.

stärker auf die Wechselwirkung zwischen Bild und Musik einzulassen. Hier wird das Material noch stärker im assoziativen Modus verwendet, als eine Art symbolische Fassade, um das Erscheinungsbild der performenden Künstler völlig zu überdecken. Das ist im Fall von Rhye als Teil der frühen Imagebildung und Mystifizierung der Gruppe zu sehen und bewerkstelligt weiters die Verschleierung oder Ironisierung von bestimmten Positionen und Bedeutungen. Klarerweise kann dieser Zugang nur funktionieren, wenn das Material von sich aus visuell interessant genug ist.

Ein anderer Zugang ist es, entsprechend kombinierte Ausschnitte aus Dokumentar- oder Archivmaterial als Referenzen für bestimmte Zeitabschnitte oder Ereignisse einzusetzen („die 1980er Jahre“, „der kalte Krieg“, usw.). Auf diese Weise versucht Ryan Sarnowski mit seinem Clip zu „Terry Nation“, die Eisenhower-Ära in den USA in einer Montage zu verdichten, indem er Ausschnitte aus für die Zeit typischen Fernsehwerbungen und Reklameshows verbindet. Derartige Clips spielen mit der Art wie unsere Erinnerung funktioniert und mit dem Umstand, dass kollektive Erinnerungen stark von unseren (frühen) massenmedialen Erfahrungen geprägt sind. Historische Abschnitte und Perioden werden in den Medien zu wenigen, immer wieder bemühten Bilderstrecken eingeschmolzen, die sich in unserer kollektiven Erinnerung festsetzen. Was bei allen vorliegenden Analysen und Arten der Verwendung von recycelten Bildern im Musikvideo deutlich zu erkennen ist, ist das ziellose Durchstreifen, ja „Herumstochern“ in der Popkultur vergangener Jahrzehnte. Es zeigt sich im immer wiederholten Aufgreifen von zu Klischees geronnenen Bildern, die zur Aufladung mit Authentizität und Imagewerten herangezogen werden. Es wird augenscheinlich, dass es dabei immer weniger um sinnvolle Verknüpfungen von Aussage und visuellem Ausdruck ankommt, sondern immer mehr die reinen Schauwerte dominieren, bei denen die emotionale Wirksamkeit an erster Stelle steht. Im Sinne der von Fisher beschriebenen Hoffnungen auf kulturelle Pluralisierung, Öffnung und Aufbrechen von Geschlechterrollen die sich in der Vergangenheit in der Popkultur als innovative Prozesse niederschlugen, ist es wohl keine besondere Auszeichnung, dass sich „Video Games“ wie auch „3 Days“, also zwei von vier der analysierten Clips, den Vorwurf gefallen lassen müssen, sie bedienen den „male gaze“ bzw. reproduzieren überwunden geglaubte Frauenbilder.

Die Funktionsweise der modernen Videoclip-Landschaft auf YouTube, die sich immer häufiger an Erzeugnissen aus der Prosumer-Sphäre wie Mashups und Fanvideos orientiert (weil diese genauso große oder teilweise sogar größere Massen ansprechen als professionelle

Angebote), schafft ständig neue, intermedial beeinflusste Bilderströme, die ästhetisch auf Musikvideos Einfluss nehmen. Sie bedienen sich völlig unvoreingenommen, aber auch unreflektiert, bei allen erdenklichen Quellen, was letztendlich eine postmoderne Zufälligkeit und Sinnentleerung der Bilder auf die Spitze treibt, wie sie Wees (etwas verkürzend) schon an Michael Jacksons Reused Footage-Video zu „Man in the Mirror“ kritisierte.²⁴⁰ Leider muss man, nach ihrer eingehenden Betrachtung feststellen, dass sich diese Beliebigkeit deutlich in aktuellen Musikvideos niederschlägt, die sich von diesen Tendenzen beeinflussen lassen, wie jene von Beirut oder Lana Del Rey. Wo Del Rey auf bildlicher Ebene teils zusammenhanglos und quer durch die Jahrzehnte alles aufgreift und sich einverleibt, was in irgendeiner Weise amerikanisch wirkt, sind es bei Beirut allerhand schwammige Osteuropa-Anleihen die schon auf intertextueller Ebene und in der Musik ohne Schlüssigkeit durcheinandergewürfelt werden. Dass sich filmische Regeln, die über Jahrzehnte als verbindlich galten und im professionellen Bereich strikt eingehalten wurden, im Musikvideobereich nach und nach auflösen beginnen ist ein weiterer Ausdruck dieser Entwicklungen (wie es etwa die Mischung von verschiedenen Bildformaten in einem Clip zeigt). Es entbehrt nicht einer gewissen Ironie, dass zu den Hochzeiten des Amateurfilms seitens der Filmindustrie versucht wurde, den Amateuren anzustrebende filmische Qualitäten zu vermitteln, während heutzutage die Branche nach Wegen sucht, qualitativ minderwertige Amateurerzeugnisse zu imitieren oder diese direkt übernommen werden.

Wie beschrieben, werden Musikvideos heute speziell für die Ausstrahlung auf YouTube designed²⁴¹: Es fällt ins Auge, dass drei der vier besprochenen Clips intermediale Bezüge herstellen, indem sie explizit und mehrfach Foto- und Filmkameras zeigen und so auf ihren eigenen Entstehungsprozesse verweisen: Beispiele für die Intermedialität, die von Vernallis als typisches Merkmal der YouTube-Ästhetik benannt wird.²⁴² Vielfach wird heutzutage an diese Ästhetik angeknüpft, die von dem ungeschulten, freiherzigen Zugang der YouTube-Communities und Prosumer geprägt ist und Faktoren wie Bildqualität oder Durchgängigkeit in der Komposition wenig beachtet. Die Arbeit mit Reused Footage kommt dieser Praxis und Aufführungssituation entgegen und auf YouTube, wo Clips unterschiedlichster Beschaffenheit schon von Haus aus wie ein nicht enden wollender Strom zufälliger Ausschnitte am Publikum vorbeiziehen, fügen sich die illustrativ wirkenden Collagen etwa einer Lana Del Rey auf völlig natürliche Weise ein. Die RezipientInnenschaft ist durch das

²⁴⁰ vgl. Wees 1993, S. 40ff.

²⁴¹ vgl. Vernallis 2013, S. 146.

²⁴² vgl. ebda, S. 143ff.

Erscheinungsbild von unzähligen Fan- und Community-Videos auf YouTube und ihren Darstellungen auf Laptops und Smartphone-Displays, bereits an eine „Mixing board“-Ästhetik gewöhnt, in der unterschiedliche Bildformate, -größen und -qualitäten aufeinandertreffen. Diese Feststellungen können und wollen aber nicht ausschließen, dass es möglich ist mit recycelten Bildern künstlerisch wertvolle und auf konzeptioneller Ebene schlüssige, herausfordernde Visualisierungen zur Musik zu schaffen. Ob die Arbeit mit Reused Footage weitere Ausdifferenzierung erfahren wird, die beschriebenen Zugänge noch einflussreicher werden oder zugunsten anderer Trends wieder in der Versenkung verschwinden, wird die Zukunft zeigen. Ganz abgesehen von dem starr in die Vergangenheit gerichteten Blick der aktuellen Popkultur lässt sich voraussagen: Das Wiederverwerten und völlig freie Kombinieren von allen verfügbaren Filmbildern und Musik ist bereits fest in der medialen Landschaft unserer Zeit etabliert, und wird auch in den nächsten Jahrzehnten ein lebendiger und vielschichtiger Gegenstand für die Forschung bleiben.

7. Quellenverzeichnis

7.1. Bibliographie

Altrogge, Michael: Tönende Bilder – interdisziplinäre Studie zu Musik und Bildern in Videoclips und ihre Bedeutung für Jugendliche, Band 2. Das Material: Die Musikvideos. Berlin: Vistas, 2001.

Behne, Klaus-Ernst: Zur Rezeptionspsychologie modernen Video-Clips. In: Behne, Klaus-Ernst (Hrsg.): film – musik – video oder die Konkurrenz von Auge und Ohr. Perspektiven zur Musikpädagogik und Musikwissenschaft, Band 12. Regensburg: Gustav Bosse Verlag, 1987. S. 113-126.

Branco, Sérgio Dias: Music Videos and Found Footage. In: Smith, Iain Robert (Hrsg.): Scope: An Online Journal of Film & TV Studies. Cultural Borrowings: Appropriation, Reworking, Transformation. No. 15, 2009. S. 111-121.

Chalfen, Richard: Home movies as cultural documents, In: Thomas (Hrsg.): Film/Culture: Explorations of cinema in it's social context. Metuchen: Scarecrow Press, 1982. S. 126-138.

Claussen, Jan Torge: Remixing YouTube – Über DJ-Kultur, Videoklone und ReSync-Attacken. In: Djordjević, Valie/Dobusch, Leonhard (Hrsg.): Generation Remix. Zwischen Popkultur und Kunst. Berlin: iRights.Media, 2014. S. 79-97.

Fischer, Georg: Von Jägern und Samplern. Eine kurze Geschichte des Remix in der Musik. In: Djordjević, Valie/Dobusch, Leonhard (Hrsg.): Generation Remix. Zwischen Popkultur und Kunst. Berlin: iRights.Media, 2014. S. 69-77.

Fisher, Mark: Gespenster meines Lebens. Depression, Hauntology und die verlorene Zukunft. Berlin: Verlag Klaus Bittermann, 2015.

Geuen, Heinz: BilderHören und MusikSehen. Der Videoclip als audiovisuelles Hybridmedium. In: Geuen, Heinz/Kimminich, Eva/Rappe, Michael (Hrsg.): Express yourself! Europas kulturelle Kreativität zwischen Markt und Underground. Bielefeld: Transcript, 2007. S. 157-171.

Hajok, Daniel: Musikvideos im TV. Anmerkungen zur Repräsentation und Rezeption von Geschlechterdifferenzen. In: tv diskurs. Verantwortung in audiovisuellen Medien. Ausgabe 37, 10. Jg., 3/2006. S. 32-36.

Keazor Henry/Wübbena Thorsten (Hrsg.): Video thrills the radio star. Musikvideos: Geschichte, Themen, Analysen. Bielefeld: Transcript, 2005.

Kedves, Jan: „Das Babe hat uns sofort abgeholt“. Interview mit Universal A&R-Director Neffi Temur. Spex #336, Jan/Feb 2012. S.21-22.

Kinder, Marsha: Music Video and the Spectator: Television, Ideology and Dream. In: Film Quarterly, Vol. 38, No. 1. Berkeley: University of California Press, 1984. S. 2-15.

Kuni, Sandra: Es war einmal MTV. Vom Musiksender zum Lifestylesender. Eine Programmanalyse von MTV Germany im Jahr 2009. Magisterarbeit, Universität Wien: 2010.

Lilkendey, Martin: 100 Jahre Musikvideo. Eine Genregeschichte vom frühen Kino bis YouTube. Bielefeld: Transcript, 2017.

Manovich, Lev: The Practice of Everyday (Media) Life: From Mass Consumption to Mass Cultural Production? In: Critical Inquiry, Vol. 35, No. 2. Chicago: The University of Chicago Press, 2009.

Maerz, Melissa: Beirut: Albuquerque Kid Records the Greatest Gypsy Album of 1847. In: SPIN, September 2006. S. 54.

Müller, Tobi: CLYDE als BONNIE. Lana Del Rey. In: Spex #336, Jan/Feb 2012. S. 16-21.

Pape, Winfried/Thomsen, Kai: Zur Problematik der Analyse von Videoclips. In: Rösing, Helmut (Hrsg.): Step across the border. Beiträge zur Populärmusikforschung 19/20. Karben: Coda, 1997. S. 200-219. Online unter: http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2008/5344/pdf/Pape-Thomsen_S200-219.pdf (15.06.2017)

Raber, Rebecca: Flying High. Beirut's Zach Condon gives his passport a workout, even in his dreams. In: CMJ New Music Monthly, Nr. 151, Oktober 2007. S. 42-45.

Rösel, Michael: Montagetechniken und Schnittregeln im Musikvideo. Der Vergleich zweier Realisationen in Theorie und Praxis. Hamburg: Diplomica Verlag, 2014.

Rötter, Günther: Videoclips und Visualisierung von E-Musik. In: Kloppenburg, Josef (Hrsg.): Musik multimedial. Filmmusik, Videoclip, Fernsehen. Handbuch der Musik des 20. Jahrhunderts, Bd. 11. Laaber: Laaber Verlag, 2000. S. 259-294.

Tröster, Anselm: An Art Version of Home Movies. Privates in den Werken von Stan Brakhage und Jonas Mekas. Dipl.-Arbeit. Universität Wien, 2011.

Vernallis, Carol: Unruly Media. Youtube, Music Video, And The New Digital Cinema. New York: Oxford University Press, 2013.

Vieregg, Sebastian: Die Ästhetik des Musikvideos und seine ökonomische Funktion. Ein Medium zwischen Kunst und Kommerzialität. Saarbrücken: VDM Verlag, 2008.

Wang, Pinie: Musik und Werbung. Wie Werbung und Medien die Entwicklung der Musikindustrie beeinflussen. Wiesbaden: Springer VS, 2014.

Wees, William C.: The Art and Politics of Found Footage Films. New York: Anthology Film Archives, 1993.

Westreicher, Nicole: Das Phantastische im Musikvideo. Reihe: Fantastikforschung / Research in the Fantastic, Bd. 4. Wien: LIT Verlag, 2015.

Wilke, Thomas: Kombiniere! Variiere! Transformiere! Mashups als performative Diskursobjekte in populären Medienkulturen. In: Mundhenke, Florian/Arenas, Fernando Ramos/Wilke, Thomas (Hrsg.): Mashups. Neue Praktiken und Ästhetiken in populären Medienkulturen. Wiesbaden: Springer VS, 2015. S. 11-44.

Zimmermann, Patricia R.: Reel Families. A Social History of Amateur Film. Bloomington: IU Press, 1995.

Zryd, Michael: Found Footage-Film als diskursive Metageschichte: Craig Baldwin's Tribulation 99. In: montage/av, Band Nr. 1, 2002. S. 113-134.

7.2. Online-Quellen

Bernays, Ueli: Ein Geist aus Fleisch und Blut. In: Neue Zürcher Zeitung. https://www.nzz.ch/ein_geist_aus_fleisch_und_blut-1.14576739, 27.01.2012. (05.07.2017)

Clark, Martin: soundboy burial. Interview with Burial. In: Blackdown. <http://blackdownsoundboy.blogspot.co.at/2006/03/soundboy-burial.html>, 21.03.2006. (03.07.2017)

Dallach, Christoph: Briten, die auf den Boden starren. In: Spiegel Online. <http://www.spiegel.de/kultur/musik/shoegaze-spaeter-ruhm-fuer-britische-indie-traeumer-a-1080441.html>, 04.03.2016 (22.01.2018).

Del Rey, Lana: Mulberry Interview. In: Universal Music. <https://www.universal-music.de/lana-del-rey/videos/mulberry-interview-269872>, 23.01.2012. (12.07.2017)

Del Rey, Lana: Video Games. Musikvideo. In: YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=cE6wxDqdOV0>, 16.10.2011. (01.07.2017)

Del Rey, Lana: Video Games (original version). Inoffizielles Musikvideo. In: YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=tBBYjF1yHg>, 07.07.2014. (02.11.2016)

Fersch, Daniel: Die 50 besten elektronischen Alben der letzten 25 Jahre: 8. BURIAL Untrue (Hyperdub, 2007). In: Groove. <http://groove.de/2014/02/06/die-besten-elektronischen-alben-platz-8-burial-untrue-2007>, 06.02.2014. (03.07.2017)

Gallix, Andrew: Hauntology: A not-so-new critical manifestation. In: The Guardian. <https://www.theguardian.com/books/booksblog/2011/jun/17/hauntology-critical>, 17.06.2011. (03.07.2017)

Har'el, Alma: Beirut – Postcards from Italy. Musikvideo. In: YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=X61BVv6pLtw>, 02.03.2009. (03.07.2017)

Herbstreit, Daniel: „Wir erwarten nichts anderes als Retro“. Interview mit Mark Fisher. In: Zeit Online. <https://www.zeit.de/kultur/musik/2014-07/mark-fisher-popkultur-retro-musik>, 03.08.2014. S. 2. (08.10.2016)

Hoffmann, Diviam: Elektrisch geladene Vorstellungskraft. In: taz.de. <http://www.taz.de/!5485056>, 17.02.2018. (22.02.2018)

Hopper, Jessica: Deconstructing Lana Del Rey. In: Spin. <https://www.spin.com/2012/01/deconstructing-lana-del-rey>, 30.01.2012. (06.08.2017)

Keller, Florian: Die Zeit hat ihren Geschmack verloren. Interview mit Mark Fisher. In: WOZ Die Wochenzeitung. <https://www.woz.ch/-5a08>, 19.02.2015. (20.10.2016)

MacNeil, Kyle: Ein Liebesbrief an Burial – den Produzenten, der mein Leben gerettet hat. In: Thump. <https://thump.vice.com/de/article/ein-liebesbrief-an-burial-den-produzenten-der-mein-leben-veraendert-und-gerettet-hat>, 09.08.2016. (05.07.2017)

McGillicuddy, Louisa: Listomania – 10 Best Found Footage Music Videos. In: NME. New Musical Express. <http://www.nme.com/blogs/nme-blogs/listomania-10-best-found-footage-music-videos-31865>, 02.12.2011. (03.11.2016)

Owolabi, Helen: 10 Artists You Didn't Know Were Discovered on YouTube. In: Complex. <http://www.complex.com/music/2014/11/10-artists-you-didnt-know-were-discovered-on-youtube>, 19.11.2014. (17.10.2016)

Sande, Kiran: John Foxx: systems of romance. In: Fact Mag. <http://www.factmag.com/2010/05/26/john-foxx-systems-of-romance>, 26.05.2010. S. 6. (16.08.2017)

Savage, Mark: Love, the law, and Lana Del Rey. In: BBC News. <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-16729651>, 27.01.2012. (06.08.2017)

Sarnowski, Ryan: Brief Candles – Terry Nation. Musikvideo. In: YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=N7i9Am70Jm4>, 08.06.2014. (05.10.2017)

Schlichter, Ansgar/Brunner, Philipp: Found Footage Film. In: Lexikon der Filmbegriffe Universität Kiel. <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=6751>, 13.10.2012. (05.08.2017)

Schneider, Lisa: Sing me a lovesong. In: FM4. <http://fm4.orf.at/stories/2894166>, 10.02.2018. (08.03.2018).

Sievers, Florian: BURIAL Untrue (Hyperdub). Rezension. In: Groove. <http://groove.de/2007/11/19/burial-untrue-album-review>, 19.11.2007. (03.07.2017)

Stoody, Maggie: Rhye – 3 Days. Musikvideo. In: YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Gkh5Glu-1Yo>, 07.08.2013. (18.07.2017)

Stoody, Maggie: Rhye – The Fall (Live). Musikvideo. In: YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=It9i75y5Yu8>, 15.11.2012. (10.03.2018)

Valensise, Livia: Auf Spulensuche. In: Zeit Online. <http://www.zeit.de/kultur/film/2014-07/50-jahre-super-8-wunderblock>, 30.07.2014. (19.11.2017)

Vimooz: Filmmaker Alma Har’el discusses her gorgeous and groundbreaking new documentary “Bombay Beach”. In: Vimooz.com. <https://www.vimooz.com/2011/04/26/filmmaker-alma-harel-discusses-her-gorgeous-and-groundbreaking-new-documentary-bombay-beach>, 26.04.2011. (09.08.2017)

Weihser, Rabea: Sie seufzen so schön. In: Zeit Online Blog. http://blog.zeit.de/tontraeger/2013/03/01/rhye-woman_15240, 01.03.2013. (08.03.2018)

YouTube: YouTube in Zahlen. In: YouTube-Presseinhalte. <https://www.youtube.com/intl/de/yt/about/press>. (10.07.2017)

Ziemer, Jürgen: Der Glanz der alten Tage. In: Zeit Online. <http://www.zeit.de/2011/41/M-Lana-del-Rey>, 06.10.2011. (10.07.2017)

7.3. Sonstige Quellen

Condon, Zach: Postcards from Italy. In: Beirut – Gulag Orkestar. CD/Digital/Vinyl Album. Ba Da Bing!/4AD, 2006.

Del Rey, Lana/Parker, Justin: Video Games. In: Lana Del Rey – Video Games. CD/Digital/Vinyl Single. Interscope/Polydor, 2011.

Dixon, Kevin: Terry Nation. In: Brief Candles – Newhouse. CD/Digital/Vinyl EP. Guilt Ridden Pop, 2013.

Milosh, Mike/Hannibal, Robin: 3 Days. In: Rhye – Woman. CD/Digital/Vinyl Album. Polydor/Innovative Leisure Records, 2013.

Sarnowski, Ryan: E-Mail vom 02.05.2018. Nachricht liegt beim Verfasser auf.

7.4. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Musikvideo-Analyseschema von Pape und Thomsen. S. 52
In: Pape, Winfried/Thomsen, Kai: Zur Problematik der Analyse von Videoclips. In: Rösing, Helmut (Hrsg.): Step across the border. Beiträge zur Populärmusikforschung 19/20. Karben: Coda, 1997. S. 212f.

Abbildung 2: YouTube-Kommentare zu „Postcards from Italy“. S. 67
In: Har'el, Alma: Beirut – Postcards from Italy. Musikvideo. In: YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=X61BVv6pLtw>, 02.03.2009. (03.07.2017)

8. Anhang

8.1. Zusammenfassung

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich damit, wie und zu welchem Zweck durch die Verwendung von Reused Footage in Musikvideos eine besondere Qualität, Ästhetik und emotionale Sprache erzeugt wird. Zahlreiche international bekannte KünstlerInnen haben sich dieses Stilmittel bereits zunutze gemacht. So baut z.B. der frühe Erfolg von Star-Sängerin Lana Del Rey vor wenigen Jahren zu einem beachtlichen Grad auf ihren Videos auf, die in der Ästhetik von alten Amateurfilmen („Home Movies“) gehalten sind, und fügt sich damit in eine allgegenwärtige Retrobewegung in der Popkultur ein, die seit den Jahren nach dem Millennium vorherrscht. Der britische Kulturtheoretiker Mark Fisher erklärt diese Entwicklung mit seiner Theorie der Hauntologie, die ausführlich erläutert wird. Diese „Lehre vom Spuk“ besagt, der Glaube an eine bessere Zukunft sei in der Popkultur verloren gegangen, der als Antrieb für ihre Innovationen und Umbrüche ausschlaggebend war. Daher schwingt das Gefühl eines großen Verlustes in der Musik vieler KünstlerInnen des 21. Jahrhunderts mit, und äußert sich in einer tiefen Melancholie.

Es folgt ein allgemeiner Teil über die Gattung Musikvideo, in dem sowohl auf die Eigenart der audiovisuellen Wahrnehmung, typische Montage- und Inszenierungsstrategien im Musikvideo als auch auf seine historische Entwicklung eingegangen wird. Zentral sind dabei v.a. die Veränderungen, die eingetreten sind, seit das Internet das Fernsehen als wichtigstes Medium für Musikvideos abgelöst hat. Ein Abriss über die DIY- und Remix-Kultur auf YouTube zeigt, wie die Generation der Prosumer unsere Sehgewohnheiten mit ihren Erzeugnissen verändern und so professionelle Produktionen beeinflussen.

Nachdem die unterschiedliche Traditionen und Zugänge bei der Verwendung von recycelten Bildern sowie die Besonderheiten von Home Movies und Super-8-Material dargelegt werden, folgt die detaillierte, vergleichenden Analyse von vier Musikvideos, die auf Reused Footage basieren. Lana Del Rey setzt z.B. bei „Video Games“ auf eine Kompilation von Home Movies, stereotypen Bildern der USA und des „alten Hollywood“, um sich bei den entsprechenden Imagewerten zu bedienen. In ihrer Musik spiegelt sich die Trauer, dass die großen Tage der Kultur, die sie rezitiert, schon lange gezählt und ihre Positionen überholt sind. Weiters werden die Clips zu Beiruts „Postcards from Italy“, „3 Days“ von Rhye und „Terry Nation“ von Brief Candles auf Parallelen, Unterschiede, filmisch-ästhetische Besonderheiten und zu Grunde liegende Strategien abgeklopft. Zu letzteren gehören Home Movies als Chiffre für glückliche Kindheitstage, das Spiel mit der kollektiven Erinnerung an bestimmte Zeitphasen, voyeuristische Motive, die Erzeugung von Rätselhaftigkeit durch uneindeutige Bildbezüge und andere. Wie im Resümee weiter beschrieben wird, lässt sich das wiederholte Aufgreifen von visuellen Stereotypen, sowie eine gewisse Sinnentleerung der Bilder und die Auflösung von professionellen filmischen Standards anhand dieser Clips beobachten.

8.2. Abstract

The presented thesis deals with the question how and for what reasons a certain quality, aesthetic and emotional language is created in music videos based on Reused Footage. Various world famous artists already made use of this style, the early hype around star-singer Lana Del Rey for example built to a considerable degree on her first videos, which use old home movie footage from different sources. She is part of an omnipresent "retro-movement" in pop culture, that is predominant since the years after the millennium: Nearly all new music sounds retro and depends on influences from genres that emerged decades ago, while contemporary alternatives are missing. British cultural theorist Mark Fisher explains this development through the presented concept of Hauntology. The theory indicates that pop music lost its belief in a better future, which served as an inspiration and engine for cultural shocks and innovations in past times. That's where the deep melancholia in the music of many artists in the 21st century derives from, which reflects the feeling that something is missing.

What follows next is a general part that describes audio-visibility, strategies of montage and staging in music video, as well as the history of its development. Crucial to highlight are the changes that took place after the shift from television to the Internet, as the main place to go to consume music videos. A description of the DIY- and prosumer-culture that emerged on YouTube outlines how they change our viewing habits and influence professionally produced content.

After showing the different traditions and approaches to editing reused footage, the special characteristics of home movies and Super-8 footage are specified. What follows is the detailed, comparing analysis of four video clips made out of reused footage. Lana Del Rey's "Video Games" works with classical home movies and clichéd pictures of the USA and "Old Hollywood", to soak up their emotional image value. Her music reflects the sadness of knowing, that the glorious days of the culture she recites, are long gone. Further on the video clips to Beirut's "Postcards from Italy", "3 Days" by Rhye and "Terry Nation" by Brief Candles are compared in terms of similarities, differences, aesthetic features and underlying strategies. The latter include home movies as a visual code for the happy days of childhood, triggering collective memories of certain time periods, voyeuristic motives, the development of mystic through inconclusive image relations and more. As further described in the conclusion, the repeated picking up of stereotypical pictures, a certain randomness and devoid of meaning as well as the partial dissolution of professional film standards can be observed by means of these music videos.