

einer leeren Studiohalle ab, die als solche am Schluss nochmals kenntlich gemacht wird: Die Kamera fährt, ohne den Schauspieler im Bild, auf kreisförmig angeordnete Scheinwerfer, Kabel und Stative zu, die den eingeblendeten Schriftzug »The Sunday Times Culture« umrahmen.

Herstellungsvorgang und hergestelltes Produkt fallen in diesem Clip in eins. Es entsteht ein in sich geschlossenes Bewegtbild, das suggeriert, alle wesentlichen Produktionsschritte könnten im Clip mitrezipiert werden. Etwas bleibt zwar auch hier im hors-cadre, darunter vor allem das Kamerateam und die Steadicam, die zu keinem Zeitpunkt innerhalb der laufenden Einstellung zu sehen sind. Aber das tatsächliche Making-of-Video zu diesem Werbeclip fügt der Ästhetik des Produktionsgeschehens kaum etwas hinzu. In einer aufsichtigen, weitwinkeligen Totalen sind dieselben Kulissenverschiebungen zu sehen, begleitet von der Steadicam und Mitarbeitern, die manuell die Requisiten verrücken. Der Eindruck, hier eine sorgfältig choreografierte Performance zu sehen, bei der sich ein technischer Ablauf auf einzigartige Weise mit dem »Grund« (Simondon 2012, S. 173) des Studios verbindet, stellt sich jedoch eher im Werbeclip selbst ein, weniger im distanziert gefilmten Making-of.

Die Online-Making-ofs und Werbeclips bringen insgesamt also eine spezielle Ästhetisierung von Filmtechnik hervor – einer Technik, die hier weniger als abstrakter »apparat« , sondern als konkrete Ansammlung von Filmequipment zu verstehen ist. Dieses Equipment ist in den Videos in eindrucksvoll koordinierter Aktion zu erleben, wobei vor allem die Bewegungsabläufe der Geräte selbst im Mittelpunkt stehen. Der Moment der Produktion, die immer wieder aus dem hors-cadre in die Bewegungsbilder hineinzufragen scheint, wird in einer profilmischen Performance verortet – der Crew und des technischen Geräts. Auf Plattformen wie Instagram verbinden Online-Making-ofs damit zwei Gebiete, die im theoretischen Diskurs oft getrennt nebeneinanderherlaufen: Materialität der Technik und ästhetische Bedeutung. Diese Verknüpfung ist eine wichtige Komponente von Produktion als Performance, die in Online-Making-ofs zum Ausdruck kommt.

Exkurs 3: Making-of, ca. 1985

Bevor Filmproduktion in Werbeclips der 2010er-Jahre als komplexe Choreografie von Filmequipment bestaunt werden konnte, waren ähnliche Technikperformances schon einmal als Motiv in einem TV-Format zu sehen: in Musikvideos, die in den 1980er-Jahren durch Fernsehsender wie MTV ausgestrahlt wurden. So beginnt *Forever Man* (1985, Kevin Godley/Lol Creme), das erste Musikvideo des Gitarristen und Sängers Eric Clapton, ausgerechnet mit einem schweren, fahrbaren Kamerakran, der in eine schummerig ausgeleuchtete Studiohalle hineingeschoben wird. Der Kameramann auf der Kranplattform scheint bereits zu filmen, während Assistenten den Unterbau langsam in die Halle dirigieren. Neben ihnen läuft ein Steadicam-Operator, auch er, so scheint es, mit laufender Kamera. Nach einem Schnitt ist kurz eine Filmklappe zu sehen, dann beginnt der eigentliche Song mit einer ersten Halbnahen von Clapton im Kreise seiner Band.

Das Video vermittelt den Eindruck eines Live-Auftritts. Es ist die »representation of a performance« (Peverini 2010, S. 143), ein Grundpfeiler der frühen Musikvideodrama-

turgie, der auf Auftritte von Bands und Solokünstler*innen in Fernsehshows zurückgeführt werden kann.²⁷ Bemerkenswert an dem *Forever-Man*-Video ist nun, dass auch nach den zwei Eröffnungseinstellungen fortwährend die Filmcrew mit Kameras, Scheinwerfern und Kabeln zu sehen ist. Wenn eine Kamera das Podest umrundet, auf dem Clapton singt und Gitarre spielt, ist meistens irgendeine andere Kamera gut sichtbar mit im Bild. Teilweise wurden Einstellungen so komponiert, dass die Band nur »aus der zweiten Reihe« gefilmt wird, während vor ihnen immer noch eine Reihe mit weiteren Kameras und Kameraleuten zu sehen ist, ebenfalls damit beschäftigt, Clapton und Band zu filmen. Die Montage des Musikvideos lässt dabei kaum eine Zuordnung der einzelnen Einstellungen zu den Kameras zu, die permanent irgendwo im Bild auftauchen. Im *Forever Man*-Video ist einigermaßen unklar, welche Einstellung eigentlich von welcher Kamera aufgenommen wird, und ob bestimmte Kameras nur dekoratives Beiwerk sind, die keine direkten Bilder von Clapton produzieren.

E. Ann Kaplan (1987, S. 34–37) beobachtet in einer frühen Studie zum Musikvideo ähnliche Inszenierungen von Filmequipment und Filmtechnik. Sie erwähnt unter anderem das Video zu *Don't You Want Me* von The Human League (1981, Steve Barron), pünktlich zum Sendestart von MTV veröffentlicht. Im Video sind Dreharbeiten eines Kriminalfilms, die Montage an einem Schneidetisch und Testvorführungen zu sehen, wobei sich am Ende auch der Schnittraum durch eine Dollyrückfahrt als Set in einem Filmstudio entpuppt. In einem zweiten Beispiel bei Kaplan, dem Video zu Rick Springfields *Love Somebody* (1984, Doug Dowdle), ist ebenfalls ein Schneidetisch mit Unmengen von belichtetem Filmmaterial zu sehen. Es handelt sich um Aufnahmen von Springfields eigenem Bühnenauftritt, die er im Verlauf des Videos durchsieht. Für Kaplan sind diese Clips Beispiele einer »postmodernen Anti-Ästhetik« des MTV-Musikvideos, das in den 1980er-Jahren verstärkt auf einzelne Filme und Filmproduktionstechnik Bezug nimmt.²⁸

Insbesondere die Videos, die Jim Yukich für die Band Genesis und für Soloprojekte von Phil Collins realisiert, gehen über solche Referenzen aber noch einen Schritt hinaus. Die Musikvideos sind explizit als »Metavideos« konzipiert, die nicht zwischen dem Video und einer Dokumentation der Entstehung dieses Videos unterscheiden. Phil Collins erklärt die Idee gleich zu Beginn des Videos zu *Easy Lover* (1984): »So we're here doing a video, which is kind of interesting, 'cause we're doing a video of making a video of making a video. You know, there's lots of things going on at the same time. It's not like a normal kind of promo clip.« Es folgen Szenen mit dem Helikopterflug von Collins' Co-Star Philip Bailey zum Fernsehstudio, die Sänger beim Fototermin, in der Maske, beim Proben und beim Mittagessen, außerdem die Videocrew beim Bedienen von Kamerakränen und Scheinwerfern. Zwischendurch wird in der Tonspur fließend aus dem laufenden Song zum Playback-Track gewechselt, den Collins und Bailey auf einer Fernsehstudiobühne hören. Das Video zur Genesis-Single *Invisible Touch* eröffnet ein Jahr später mit Einstellungen von Collins und Keyboarder Tony Banks, die sich gegenseitig mit 8mm-Kameras

27 Zur gängigen Kategorisierung von Musikvideo-Inszenierungen, inklusive ihrer methodischen Probleme, siehe Rehbach (2018, S. 39–46).

28 Siehe etwa das Video zu Madonnas *Material Girl* (1985, Mary Lambert), das als Hommage an GENTLEMEN PREFER BLONDES (1953, Howard Hawks) angelegt ist, oder das Video zu David Lee Roths *California Girls* (1985, Pete Angelus/Roth), das AMARCORD (1973, Federico Fellini) referenziert.

filmen. Daraus entwickelt sich die Performance des Songs in einer Halle, in der die Band von Scheinwerfern, Kameras, Dollyschienen und einem Kamerakran umgeben ist. Collins tritt schließlich noch in einem weiteren Genesis-Video selbst mit einer Kamera auf. Mit einem Sony-Video8-Camcorder in der Hand moderiert er das Video zu *Throwing It All Away* (1986) als »Behind-the-Scenes«-Einblick in den harten Arbeitsalltag einer Rockband an.

Collins rückt die Genesis-Videos mit solchen Ansagen in die Nähe von Making-ofs. Das ist keine leere Behauptung. Gezielt rufen die Videos ein Bildvokabular rund um das »Filmteam bei der Arbeit« auf. Zeitgenössischen Fernsehzuschauer*innen dürften mit diesen Bildern bestens vertraut gewesen sein – auch Making-ofs zu Spielfilmen wurden in den 1970er- und 1980er-Jahren primär im Fernsehen ausgestrahlt. Diese Verbindung des Musikvideos zu TV-Making-ofs kommt bei Kaplan und anderen Autor*innen höchstens am Rande vor. Sie verorten die Filmproduktionsbilder des Musikvideos eher in der Genealogie des selbstreflexiven (Spiel)Films. Will Straw (1988) betont dabei, dass die Videos allerdings nur selten um eine echte, dekonstruktivistische Verunsicherung bemüht waren. Eine Ästhetik des selbstreflexiven, modernen Kinos werde durch die Videos eher in standardisierte Genres re-integriert – und ihr dekonstruktivistisches Potenzial dadurch spürbar abgeschwächt. Etwas positiver kommentiert Joe Grow (1993) die Produktionsbilder in Musikvideos, nämlich primär als Strategie der Ironisierung: Die Bands und Stars gelten eigentlich als durch und durch kommerzielle *acts*, die sich durch die partielle Offenlegung der Musikvideoproduktion von ihrer eigenen Star-Inszenierung distanzieren und für sich beanspruchen können, nahbar und »authentisch« zu bleiben.²⁹

Beileibe nicht alle Videos, die in irgendeiner Form mit Motiven von Film und Filmproduktion spielen, geraten so zu einer wirklichen Hinterbühnenschau des Showbetriebs, oder arbeiten mit Enthüllungsgesten wie der rückwärtsfahrenden Kamera, die plötzlich die Kanten der Kulissenbauten oder das Ende einer Dollyschienenstrecke ins Bild geraten lässt. Wie im Clapton-Video sind Kameras, Licht- oder Tonequipment oft einfach nur als solche im Bildausschnitt präsent, in unmittelbarer Nähe zu den performenden Musiker*innen. Dabei fällt auf, dass das Filmequipment in den Videos selten wie ein Fremdkörper wirkt. Clapton oder Genesis spielen *Forever Man* und *Invisible Touch* nicht in Konzerthallen, sondern in Räumen, die von einer früheren Nutzung als industrielle Fertigungsstätten oder Warenlager zeugen. Nackter Backstein, hohe Decken, Stahlträger, Rolltore oder offene Lastenaufzüge ergeben eine »industrielle Ästhetik« (Kohn 2009), in die sich die Filmproduktionsgerätschaften überraschend harmonisch einfügen. Kameras und Kransysteme, die nach Caldwell (2008, S. 151) selbst noch zum Maschinenarsenal des 19. Jahrhunderts gehören, schließen mit ihrem Erscheinungsbild unmittelbar an diese (post-)industrielle Umgebung an.

An den früheren Schauplätzen mechanisierter Warenherstellung werden nun Produktionsvorgänge einer anderen Art inszeniert. Viele Musikvideos beginnen mit einer

29 Gut sichtbare Videoproduktionsabläufe tauchen daher vor allem in Musikvideos aus solchen Genres auf, in denen »Authentizität« ein besonders schützenswertes, profitables Gut darstellt. Dazu zählt, im weitesten Sinne, vor allem Rockmusik (Auslander 2008, S. 74–85). Entsprechende Beispiele sind die Videos zu Bon Jovis *Livin' on a Prayer* (1986, Wayne Isham) oder zu *Sweet Child 'o Mine* von Guns N' Roses (1988, Nigel Dick).

Art Pausenszene, in der Band und Videocrew ihre Instrumente und ihr Filmequipment vorbereiten, bevor dann, parallel zum Song, auch die Dreharbeiten losgehen (obwohl natürlich zuvor schon die Pause gefilmt worden war). Wie im Clapton-Video wird mit variierenden Einstellungen von laufenden Kameras, Dollies oder Kränen keine Entstehungsgeschichte im engeren Sinne erzählt. Eher geht es darum, Filmequipment in Aktion zu zeigen, während die Musiker*innen – scheinbar ›live‹ – einen Song performen. So wie Clapton Gitarre spielt und seine Band ihn an verschiedenen Instrumenten begleitet, so ›performen‹ die Kameraleute, ihre Assistent*innen und alle weiteren Crew-Mitarbeiter*innen an ihrem jeweiligen Gerät. Die Dreharbeiten eines Videos werden so zu einer Produktionsperformance, die synchron zur Performance der Musiker*innen abläuft.

Einen Unterschied zwischen beiden Performances gibt es natürlich: Das, was Clapton im *Forever Man*-Video spielt, sind nicht die wirklichen E-Gitarrenspuren, die im Song *Forever Man* zu hören sind. Clapton greift die passenden Saiten und Töne, aber der Song wurde im Studio, nicht als Live-Auftritt der Band in einer ungenutzten Lagerhalle aufgenommen. Das Filmequipment wird dagegen wirklich eingesetzt, um das Video zu drehen. Wenn es einen Playback-Moment der Filmaufnahmetechnik gibt, dann am Anfang und Ende des Videos. Während der Kran in der ersten Einstellung in die Halle geschoben wird, scheint der Kameramann auf dem Kran bereits zu filmen, ebenso der nebenherlaufende Steadicam-Operator. Die Aufnahmen ihrer Kameras sind aber nicht im Musikvideo zu sehen. Möglicherweise werden diese Kamera zwar bedient, zeichnen aber gar nicht wirklich auf – so wie Clapton zwar E-Gitarre spielt, aber im Video nur die Studioversion des Songs zu hören ist. Gleiches gilt für die Schlusseinstellung, die den Kran zeigt, der wieder aus der Halle geschoben wird, während die Krankamera – so suggeriert es das Video –, unbeirrt weiterläuft.

Die gemeinsame Inszenierung von Band und Filmtechnik verschwindet nach den 1980er-Jahren nicht völlig aus den Musikvideos. Sie gerinnt schnell zu einer Trope, die auch parodiert werden kann (etwa im Musikvideo *Ballroom Blitz* zum Film *WAYNE'S WORLD* [1992, Penelope Spheeris]). Bis heute wird sie außerdem eingesetzt, um die Gemachtheit eines Videos zu thematisieren.³⁰ Was es aber nicht mehr gibt, sind erstens die Anschlüsse zwischen der Technikästhetik des Filmequipments und den postindustriellen Settings, und zweitens die Kopplung zwischen den Performances von Musiker*innen und Filmaufnahmetechnik. Diese Kopplung ist tatsächlich spezifisch für Musikvideos der 1980er-Jahre. Von dort scheint die sichtbare Performance von Filmequipment eher in die oben beschriebenen Werbeformate eingewandert zu sein.

30 Siehe, als jüngeres Beispiel, das Video zu *It's Not Living (If It's Not With You)* (2018, Warren Fu) der Band The 1975. Sänger Matty Healy stolpert darin von einer Bühne plötzlich in eine Straßenkulisse auf einem Studiogelände. Dort muss er feststellen, dass in dieser Kulisse gerade mit ihm selbst das real existierende Video zu einem anderen Song seiner Band gedreht wird (*Sincerity is Scary*, Regie ebenfalls Warren Fu).