

Vorwort zur dritten Auflage

Als die Erstauflage dieses Buches im Frühjahr 2005 erschien, zeichneten sich bereits erste Umbrüche für das Musikvideo ab – schaut man jedoch von der aktuellen Warte aus, dem Frühjahr 2011, zurück, wird erst deutlich, wie viel und wie dramatisch sich die Dinge inzwischen verändert haben: Seit dem 1. Januar 2011 kann MTV in Deutschland und Österreich nur noch verschlüsselt als Pay-TV über digitale Kabel-, Satelliten- oder Breitbandplattformen empfangen werden; bereits Anfang 2010 hatte der Sender die Bezeichnung »Music Television«, von der sich der eigene Name ursprünglich ableitete, aus dem Logo getilgt und damit deutlich gemacht, dass er sich künftig nicht mehr als Musiksender verstand. MTV gestand damit gewissermaßen auch ein, dass der Sender seine genuine Funktion u.a. an YouTube abgetreten hatte, jenes am 14. Februar 2005 gegründete Internet-Videoportal, auf dem (in stets wechselnder Intensität und mit beständig wechselnden juristischen Rahmenbedingungen) eine hohe Anzahl von zuvor nur im Fernsehen oder auf DVD verfügbaren Musik-Clips nach Bedarf recherchiert und angeschaut werden kann; mittlerweile ist der Online-Kanal allerdings zu einer Plattform geworden, auf dem es zunehmend schwieriger geworden ist, gezielt bestimmte Original-Musikvideos auf Anhieb zu finden, da diese von Parodien, Adaptionen, Aneignungen etc. geradezu verdeckt werden. Damit kommt YouTube jedoch der mit dem eigenen Namen bereits signalisierten Funktion als Portal nach, auf dem jeder User sich selbst »senden« kann. Zugleich werden die Clips dort – sowohl, indem sie parodiert werden, als auch, indem ihre Originalversionen bei YouTube weitestgehend weiter verfügbar bleiben – aber in der einen wie der anderen Form aufbewahrt: Der 1994 formulierte Satz des Medientheoretiker Paul Virilio, das Fernsehen sei gegenüber dem früher Archivierung und Präsentation in sich vereinigenden Museum nun »das eigentliche Museum« geworden, lässt sich mittlerweile mit gutem Grund dahingehend aktualisieren, dass das Internet nun »das eigentliche Museum« geworden sei (nicht umsonst hat das New Yorker Guggenheim Museum im September 2010 auch zu einem künstlerischen Kreativ-Wettbewerb aufgerufen, bei dem unter dem Titel »YouTube Play: A Biennial of Creative Video« aus 23000 eingegangenen Beiträgen von einer u.a.

mit dem Künstler Takashi Murakami besetzten Jury die besten 20 ausgewählt wurden).

Jedoch nicht nur in Form von Online-Ausstellungen (vgl. z.B. auch die vom NRW-Forum Düsseldorf unter <http://www.nrw-forum.de/video-star/#start> präsentierte Fanvideo-Ausstellung »Internet killed the Video Star«), sondern auch an Museumsstandorten selbst wurde das Genre des Musikvideos alleine im Jahr 2011 gleich zweimal und zudem parallel Gegenstand von Ausstellungen: Das rock'n'popmuseum Gronau zeigte vom 23.1. bis zum 3.7.2011 (dann verlängert bis zum 21.8.) die von uns gemeinsam mit Thomas Mania kuratierte Ausstellung »Imageb(u)ilder: Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft des Videoclips«; unabhängig davon und etwas später (9.4.2011) gestartet, doch ebenfalls bis zum 3.7.2011 lief die von Michael Aust, Georg Elben und Daniel Kothenschulte kuratierte Ausstellung »The Art of Pop Video« am Kölner Museum für Angewandte Kunst; beide Schauen hatten in der 2004 von Ulf Poschardt mit seiner Ausstellung »Look at me, Video. 25 Jahre Videoästhetik« einen weniggleich thematisch im Detail etwas anders ausgerichteten Vorläufer.

All dies zeigt, dass sich die (technischen, ästhetischen, ökonomischen und juristischen) Bedingungen von Produktion, Konsum und Rezeption des Musikvideos gegenwärtig in einem beständigen Umbruch befinden, was einerseits bedeutet, dass der u.a. aufgrund seines Verschwindens aus dem Fernsehen oft totesagte Musikclip weiterhin agil und lebendig ist (z.B. verstärkt auf Smartphones und Tablet PCs); andererseits ist es gerade angesichts dessen umso mehr geboten, sich die Geschichte, die Themen und die analytischen Möglichkeiten im Umgang mit der Gattung »Musikvideo« präsent zu halten, denn nur so wird man seiner Kontinuitäten (das Musikvideo, aber auch schon seine Vorläufer wurden in der Vergangenheit unter ähnlichen Bedingungen mehrfach für tot erklärt) wie auch seiner Brüche und Veränderungen gewahr werden können.

Wir sind dem transcript-Verlag daher sehr dankbar, dass er sich zu dieser korrigierten und erweiterten dritten Auflage bereit erklärt hat: Sie hat es uns ermöglicht, anhaltenden Entwicklungen Rechnung zu tragen und z.B. die Kapitel zu dem filmischen Schaffen der Videoclip-regisseure zu ergänzen.

Zugleich haben wir uns jedoch bemüht, die Ergänzungen schlank und auf das Notwendigste beschränkt zu halten – so setzen wir uns nur in den dringlichsten Fällen mit Positionen auseinander, die in der Zwischenzeit als Reaktionen auf die vorangegangenen Auflagen des vorliegenden Buches erschienen sind; für weiterführende Diskussionen und methodische Ansätze zur »Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft des Musikvideos« möchten wir an dieser Stelle auch auf den

2010 von uns herausgegebenen Tagungsband »Rewind – Play – Fast Forward: The Past, Present and Future of the Music Video« verweisen (vgl. <http://www.muvikono8.net/>).

Dass das vorliegende Buch innerhalb von nur sechs Jahren in drei Auflagen erscheint, werten wir als ein Zeichen, dass das Interesse an dem Phänomen »Musikvideo« nicht schwindet, sondern im Gegenteil stetig wächst – wir verknüpfen zugleich damit unsere Hoffnung, dass dieses Interesse kein rein historisches ist, sondern sich auf eine Gattung richtet, die, wenn auch unter anderen Umständen, so vital und agil ist wie bisher. Nicht zufällig vielleicht klangen die jeweiligen Pressemeldungen zu den zuvor erwähnten, 2011 in Gronau und Köln organisierten Ausstellungen auffällig ähnlich: »Musikvideo noch lange nicht tot« (Gronau) und »Das Musikvideo war nie lebendiger« (Köln).

Sic sit!

Henry Keazor, Thorsten Wübbena
Saarbrücken und Frankfurt am Main im Mai 2011

