

EDITORIAL

Wahrnehmen heißt Ausschneiden: dem Chaos der Umwelt Konturen geben und diesen Konturen Bedeutung. Wir schnippeln jedoch nicht herum in einem Otto-Katalog der Realität, sondern schaffen uns aus Tonpapier eine eigene Welt, sehen, hören, fühlen nicht die Welt wie sie ist, sondern unsere ganz individuelle Sammlung von Ausschnitten. Und wie bei der Betrachtung eines Fotoalbums bin ich, der die Bilder gemacht hat, der Einzige, der weiß, was sie wirklich darstellen. Mit anderen kann ich mich nur über die Oberfläche verständigen: »Das bin *ich* beim Stones Konzert« – doch was sagt das eigentlich meinem Gesprächspartner über meine Vergangenheit? Vielleicht war er ja auch schon einmal auf einem oder gar demselben Stones-Konzert. Dann meint er vielleicht sicher zu wissen, was ich meine – und doch meint er nur seine eigene Vergangenheit, seine eigene Sammlung von »clippings«.

Die Disk ist rund und ein Song dauert drei Minuten. Drei Minuten etwas zu sagen, zu singen, zu sein. Da muss man schneiden, schnell und in groben Umrissen. Popkultur ist Clip Culture. Videoclips sind winzige Schnipsel der Welt – betrachtet man das, was sie darstellen: die gezeigten Dinge, die verbrauchte Zeit. Doch wie groß können diese »clippings« werden, wenn wir ihnen erlauben, zu uns zu sprechen: wenn sie plötzlich Kommunikation werden. Dann bekommen sie ein eigenes Leuchten und das künstliche Licht der Bildröhre wird zu einer eigenen Welt. Wer lediglich drei Minuten Zeit hat, kann nur die Bilder zeigen, die in jedem Album kleben, mit denen jeder sofort etwas anfangen kann: Scherenschnitte mit der Aufgabe an den Betrachter, aus der eigenen Erfahrung Farben und Linien einzufügen. Schließlich kennt der Zuschauer die Welt seiner Träume am besten (oder meint dies zumindest) und schließlich schneiden die Produzenten ja, um gut abzuschneiden – in den Charts und den Bilanzen.

Das Schneiden macht den kleinen Unterschied riesig groß. Hier hat populäre Musik schon immer gern nach dem (Über-)Maß des inneren Auges geschnitten. Doch keine Popkultur hat die Differenzen bisher so grob vereinfacht wie HipHop. Überdeutlich machen die Videos der Rapper, dass immer, wenn es um den kleinen Unterschied geht, tatsächlich die feinen (oder weniger feinen) Unterschiede gemeint sind. Es geht um Herrschaft –

manchmal, aber selten auch um ›Frauschaft‹. Doch bereiten Videos wirklich, wie die Zeitschrift *Neon* (1.2003, 73) behauptet, »schon achtjährige Jungs darauf vor, was von ihnen erwartet wird, und was sie, im Gegenzug, von den Frauen erwarten dürfen«?

Wenn es um Macht geht, wird die Frage wichtig, was das Medium macht. Was bedeuten Videoclips eigentlich? Wie versteht man sie und wie muss oder soll man sie verstehen? Bedeuten sie nur oder wirken sie auch? »Versauen« (*Neon*) die Bilder unsere Gedanken oder sind wir die Schelme, die Versautes dabei denken? Und noch eine Frage lauert im Hintergrund: Wie kann und wie sollte man mit dem Phänomen Videoclip wissenschaftlich umgehen? Wo setzt der Analytiker seine Schere an diesem so beschnittenen Medium an? Was gibt es noch zu differenzieren, wenn die Differenzen doch derart offensichtlich sind? *Clipped differences* auch hier?

Die Beiträge dieses Bandes sind – mit Ausnahme des letzten – Schriftfassungen von Vorträgen, die anlässlich der 13. Arbeitstagung des Arbeitskreises Studium populärer Musik (ASPM) vom 11.-13. Oktober 2002 in der Akademie Remscheid zum Schwerpunktthema »Populäre Musik im Kontext der Video Culture« gehalten worden sind. Dem aufmerksamen Leser von Titeleiern wird nicht entgangen sein, dass dieser 31. Band der *Beiträge zur Populärmusikforschung* sich in einigen Formalien von seinen Vorgängern unterscheidet. Auf eine ›difference‹ aber müssen wir besonders hinweisen: die www-Rubrik mit Daten, Fakten und Informationen rund um die Populärmusikforschung befindet sich jetzt im WWW. Wer mehr wissen will über anstehende oder vergangene Tagungen, Neuerscheinungen und interessante Institutionen findet diese Informationen jetzt auf dem neusten Stand unter www.aspm-online.de in unserer Internetzeitschrift *Samples*.

Dietrich Helms und Thomas Phleps
Altenbeken und Kassel, im Juli 2003