

## Zur Problematik der Analyse von Videoclips

In der Geschichte des Videoclips fällt auf das Jahr 1996 ein runder Geburtstag: Genau vor 15 Jahren ging MTV als erstes Videoclipprogramm in den Vereinigten Staaten mit dem Videoclip "Video Killed The Radlostar" auf Sendung. Nachdem Music Television auf internationaler Ebene stetig weiter expandierte und immer mehr zu einem wichtigen Marketinginstrument der Plattenfirmen wurde, folgte MTV Europe mit seinem 24-Stunden-Programm, bestehend aus Videoclips, Trailern, Berichten, Interviews und Werbung.

1994 bekam MTV in Deutschland durch den Sender VIVA ernsthafte Konkurrenz. Anfangs wurde der deutschsprachige Musikkkanal von den Plattenfirmen unterschätzt, heute ist VIVA einer der wichtigsten Musikkkanäle und weitet seine Verbreitung mit einem zweiten Programm aus, das zunächst nur in Nordrhein-Westfalen über das Kabelnetz zu empfangen ist: VIVA II. Orientiert sich VIVA in der Programmgestaltung eher an den aktuellen Single-Media-Controlcharts, so ist VIVA II mehr für eine ältere Zielgruppe bestimmt. Auch MTV verfügt mittlerweile über ein zweites Programm, das weniger auf den aktuellen Single-Chart-Positionen basiert, sondern ebenfalls auf eine ältere Hörschicht zielt (VH1).

Parallel zur Geschichte des Videoclips und der Expansion der privaten Musikkkanäle waren in den letzten 15 Jahren wissenschaftliche Arbeiten immer wieder darauf gerichtet, sich mit dieser neuen Art der Musikpräsentation und -rezeption auseinanderzusetzen. Bedingt durch die Vielschichtigkeit der Videoclips, beschäftigten sich Vertreter von Musik-, Medien-, Film- und Theaterwissenschaft bzw. Pädagogik und Musikpädagogik sowie Psychologie und Soziologie mit der Thematik. Die Kombination von Musik und Bild, die Bildinhalte und deren Wirkung in Verbindung mit einer bestimmten Art von Musik tangierten hierbei fast alle geisteswissenschaftlichen Fachrichtungen. Zu einem notwendigen Austausch der einzelnen Fachgebiete oder gar zu einer interdisziplinären

Arbeit ist es hierbei aber nur selten gekommen, so daß heute eine beträchtliche Anzahl unterschiedlicher Ansätze und Abhandlungen zum Thema existiert. Der vielzitierten Bilderflut in Videoclips steht inzwischen eine Flut von Veröffentlichungen gegenüber.

Im folgenden werden bisherige wissenschaftliche Publikationen zur Problematik der Analyse von Videoclips kritisch aufgearbeitet, wobei formale Aspekte im Vordergrund stehen. Ergänzt wird diese Aufarbeitung durch die Vorstellung eines neuen Kriterienkatalogs, der Möglichkeiten einer angemessenen Analyse des vielschichtigen Gegenstandes Videoclip aufzeigt und damit eine Diskussionsgrundlage für weitere wünschenswerte Auseinandersetzungen mit dem Thema bietet. Wenn hier vornehmlich von der Problematik formaler Analysegesichtspunkte die Rede ist, bedeutet das keinesfalls, daß z.B. Fragestellungen zur Inhaltsanalyse oder zur Rezeption von geringerer Relevanz im Kontext einer Beschäftigung mit Videoclips sind. Der durch eine Tagung bzw. einen Vortrag gesetzte Rahmen erfordert es jedoch, sich auf einen bestimmten thematischen Ausschnitt zu beschränken.

Zwei weitere Vorbemerkungen erscheinen notwendig. Sie betreffen den Sinn von Videoclipanalysen und die Zuständigkeit wissenschaftlicher Disziplinen. Videoclipanalyse ist nach unserer Auffassung keine wie immer geartete L'art-pour-l'art-Angelegenheit. Im Gegenteil: Erst die möglichst exakte Kenntnis der strukturellen Gegebenheiten von Videoclips schafft sowohl die Voraussetzung für die weitere wissenschaftliche Erforschung (z.B. der Wirkungsweisen von Videoclips) als auch für eine musikpädagogische Thematisierung. Zu stellen und zu prüfen ist zudem die Frage, ob es nicht sinnvoller wäre, von vornherein die Analyse von Videoclips und deren Wirkungsweisen Disziplinen wie der Medienwissenschaft, Filmwissenschaft oder Psychologie zu überlassen. Zwar stehen im Videoclip Musik und Bild technisch gleichberechtigt nebeneinander, doch letztlich, so das Ergebnis vieler Ansätze zur Videoclipanalyse, siegt in der "Konkurrenz von Auge und Ohr"<sup>(1)</sup> das Bild gegenüber der Musik.

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 filmsprachli-

chen Mittel. Ausgehend von der Interpretationspräsenz in Videoclips, wurde als erste Annäherung an Videoclips in vielen bisherigen Ansätzen versucht, Kategorien für die Erzählstruktur zu formulieren<sup>(2)</sup>. Diese Ansätze sind über 10 Jahre hinweg mehr oder weniger unabhängig voneinander entstanden. Bei der Betrachtung solcher Ansätze ist zu berücksichtigen, daß der Videoclip als Genre mit eigenen ästhetischen und strukturellen Eigenschaften eine spezifische geschichtliche Entwicklung aufweist. Wissenschaftliche Arbeit sieht sich also einem medialen Produkt gegenüber, das durch die verschiedenen Modeströmungen in den Bereichen populäre Musik, visuelle Gestaltung und Film einem ständigen Wandel unterworfen ist. Desweiteren darf bei der Betrachtung von Analyseansätzen nicht vergessen werden, daß sich auch die wissenschaftliche Analyse von Film und Fernsehen parallel zum Stellenwert der Medien in den letzten 15 Jahren immer weiter entwickelte. Ebenso haben sich Musikwissenschaft und Musikpädagogik in vermehrtem Maße mit verschiedenen Stilrichtungen der populären Musik beschäftigt. Es ist also zu überprüfen, inwieweit Analyse- und Kategorisierungsversuche der letzten Jahre noch auf heutige Videoclips übertragbar oder nur als zeitbedingte Versuche einzustufen sind, die sowohl durch die Veränderungen der Videoclipästhetik als auch durch andere wissenschaftliche Vorgehensweisen an Relevanz verloren haben.

1984 werden in Deutschland die ersten Videoclips über das Programm Tele 5 und die Sendung Formel 1 ausgestrahlt. Während in den frühen 80er Jahren noch viele Videoclips in England und den Vereinigten Staaten gedreht wurden, entstehen im Zusammenhang mit der Neuen Deutschen Welle vermehrt nationale Videoclips, deren Produktion zu einem großen Teil mit äußerst wenig Aufwand und geringem Budget erfolgt.

1984 veröffentlicht Reinhold Rauh erste Kategorien und rubriziert Videoclips in die Typen "narrativ" (d.h. Visualisierung einer Geschichte) und "seminarrativ" (das bedeutet eine Mischung von Interpretationspräsenz durch Performance und visualisierter, angelegter Geschichte). Ähnliche Begriffe sind zur gleichen Zeit bei Michael Shore (1984) zu finden. Shore, der eine der ersten umfassenden historischen Abhandlungen zum Thema Musikvideos schrieb, untergliedert die Videoclips in "lip-synched-performance-clip", also Performance eines Interpreten, und in "high concept

clip". Eher dem journalistischen Bereich zuzuordnen sind die Kategorien von Werner Künzel, der 1984 fünf Arten von Videoclips definiert und dabei sowohl auf strukturelle Eigenschaften als auch auf inhaltliche Aspekte zurückgreift. In den Kategorien "Synchronmittschnitt", "Bildercollagen zur Musik", "Traumlandschaften", "Art-Clip" und "Musikalische Kurzdramen" ist ein Versuch zu sehen, Videoclips auf zwei verschiedenen Ebenen gleichzeitig zu erfassen: strukturell (Synchronmittschnitt, Bildercollagen) und inhaltlich (Art-Clip, Traumlandschaften). Betrachtet man Videoclips aus dem Jahr 1984, scheiterte ein solcher Versuch schon damals an der Vielschichtigkeit der Videoclips. Auch sind die Umschreibungen "Art" und "Traumlandschaften" mit Fragezeichen zu versehen.

1987 geht MTV in Europa auf Sendung. Kritische Stimmen bezweifeln zu diesem Zeitpunkt, daß sich "ein englischsprachiges Musikprogramm, das sich zudem an der US-Szene orientiert, überhaupt in Europa halten"<sup>(3)</sup> kann. Das Konzept von MTV war jedoch erfolgreich und die Videoclipkultur breitete sich aus.

Über Musikvideos erscheinen 1987 zwei wichtige Veröffentlichungen: Ann E. Kaplans Buch "Rockin' around the clock", in dem die Autorin versucht, Videoclips inhaltlich zu analysieren und zu kategorisieren, und eine vielzitierte Aufsatzsammlung von Klaus-Ernst Behne ("Film-Musik-Video").

In der von Behne herausgegebenen Publikation wird von Holger Springsklee der erste systematische und umfangreichere Kategorisierungsversuch vorgelegt. Ausgehend von der "Dualität der Performance und der narrativen Strukturen oder ihrer Vermischung"<sup>(4)</sup>, gliedert Springsklee das Repertoire der verschiedenen Darstellungsformen in Videoclips unter Anknüpfung an Ansätze bisheriger Veröffentlichungen in vier Haupt- und neun Unterkategorien. Auf diese Weise wird versucht, "eine Typologie der Clips nach formalen, dramaturgischen Kriterien zu erstellen".<sup>(5)</sup> In der folgenden Abbildung sind die von Springsklee erarbeiteten Kategorien aufgelistet:

I. Performance-Clips	II. Semi-Narrative Clips	III. Narrative Clips	IV Art-Clips
A. Konzertmitschnitte B. Playback/Präparierte Bühne	C. Interpret und Statisten D. Interpret und Filmszenen	E. Interpretendarstellung und Story F. Durchgehende Filmhandlung G. Videostory H. Effekt-Clip	I. Art-Clip

Bei der praktischen Anwendung solcher Klassifizierungen wird bald deutlich, daß die Darstellungsformen vieler Videoclips auf mehrere Kategorien gleichzeitig zutreffen. Teilweise finden sich auch verschiedene dieser Kategorien in einer einzigen zusammenhängenden filmischen Sequenz. Dies gilt ebenso für Videoclips aus den Jahren 1986/87. Damit ist die Einordnung eines Clips in nur eine Kategorie selten möglich. Die Kategorie "Effekt-Clip" erscheint problematisch, da generell in allen Videoclips mit filmsprachlichen Effekten gearbeitet wird und somit fast jeder Clip auch ein "Effekt-Clip" ist. Ähnliches gilt für die Kategorie "Art-Clip". Insgesamt lassen sich für sämtliche Typen Beispiele finden, doch ist die Anzahl der Clips groß, die sich einer eindeutigen Kategorisierung verschließen.

Vor diesem Hintergrund veröffentlicht Jan Schenkewitz 1989 eine eindeutige und generelle Kritik zu Kategorisierungsversuchen: Einige Termini wie "Performance", "narrativ" oder "Art" hätten sich durchgesetzt, die anderen Begriffe würden ausnahmslos "...je nach Standort des Untersuchenden hinzugefügt und der Rest (der Videoclips; Anm. d. Verf.) wandert in einen Topf." So jedoch könnten "weder Aussagen über die Gesamtheit der Videos noch über konstituive Elemente"<sup>(6)</sup> gemacht werden.

In den Jahren 1990 bis 1992 werden eine Reihe von Aufsätzen über Videoclips publiziert, in denen die Autoren aus dem Kreis des Berliner Soziologen Lutz Erbring ein Klassifikationsmodell vorstellen, das die videoclipseigene Ästhetik am treffendsten beschreibt. Zu diesen Autoren gehören Michael Altrogge (1990, 1991) und Johannes Menge (1990). Ebenso wie Springsklee gehen sie von der Dualität der Performance und der narrativen Strukturen aus, versuchen jedoch, diese Dualität nicht in verschiedene, strikte Klassifikationen zu untergliedern, sondern schlagen vielmehr ein Modell vor, in dem die verschiedenen Darstellungsebenen in Videoclips definiert werden:

1. Performance		2. Konzept
<b>1.1. "reine" Performance</b> A. Live-Performance B. Bühnen-Performance C. Performance ohne Realbezug	<b>1.2. "Konzept"-Performance</b> A. Performance mit Realbezug B. Performance in Kulisse C. Computeranimierte Performance	<b>2.1. Konzept mit Interpretieren</b>  <b>2.2. Konzept ohne Interpretieren</b> <hr/> 2.A. narrativ 2.B. situativ 2.C. illustrativ

Der Grundtyp des jeweiligen Clips (entweder Konzept oder Performance) wird anhand objektiver Strukturdaten (zeitliche Anteile der jeweiligen Ebene im Clip) ermittelt. Bei einer weiterführenden Analyse werden verschiedene Sub-Ebenen sowie die Art der Erzählweise im Videoclip benannt. Dieses beschreibende Modell ist realitätsnäher und orientiert sich an der gängigen Praxis von Videoclipregisseuren, verschiedene Darstellungsebenen im Videoclip zu verwenden, die durch filmsprachliche, inhaltliche oder an-

dere Mittel verbunden oder einander kontrastierend gegenüber gestellt werden. Eine Interpretin ist z.B. in der ersten Ebene des Clips auf einer Bühne zu sehen (Live-Performance), in der zweiten Ebene singt sie, während sie auf einer Wiese spazierengeht (irreale Performance). Auf der dritten Ebene sieht man eine Situation ohne die Interpretin (z.B. ein Mann verläßt eine Frau am Bahnhof = Konzept ohne Interpret/situativ), und auf der vierten Ebene sind schnelle Computeranimationen eingeblendet (Konzept ohne Interpret/illustrativ). In einem Videoclip werden diese Ebenen in der Regel verschachtelt zusammengeschnitten, wobei die Verschachtelung oft einer klassischen Spannungskurve folgt.

Das folgende Beispiel soll die geschickte Verschachtelung in Videoclips verdeutlichen. Der Song MUTTER, DER MANN MIT DEM KOKS IST DA wurde 1995 von Falco produziert und veröffentlicht. Den entsprechenden Videoclip nahm VIVA Mitte 1996 in die Tagesrotation auf. Im Videoclip sind fünf verschiedene Ebenen deutlich zu erkennen, die im Ablauf des Clips teilweise miteinander verbunden werden. In der Performance-Ebene sieht man in Naheinstellungen den Interpreten Falco als Pfarrer in einem Beichtstuhl (Performance in Kulisse). Die zweite Hauptebene ist narrativ ohne Interpreten. In dieser Ebene geht es um das Schicksal einer vermutlich verwitweten jungen Mutter und das ihrer Kinder, die – Zitat aus dem Text – auf "den Mann mit dem Koks" warten. Diese Ebene ist in Schwarz/Weiß zu sehen. In einer dritten, illustrativen Ebene tanzen bunt gekleidete Menschen in leeren Räumen. Die zweite und dritte Ebene werden im Verlauf des Clips durch Farbgestaltung und den Schauplatz verbunden. Außerdem erscheinen im Vordergrund beider Ebenen immer wieder drei Jungen, die den Refrain singen. Die beiden letzten Ebenen sind von den drei ersten Ebenen getrennt: In einer Ebene schießt ein Mann mit einem Gewehr auf Gartenzwerge, die andere Ebene besteht aus dem Zeitraffer einer nächtlichen Autofahrt. Diese letzte Ebene (Zeitraffer) ist übrigens ein äußerst typisches visuelles Gestaltungsmittel von Techno-Videoclips.

Über die inhaltliche Botschaft dieser Montage und ihre Wirkung in Verbindung mit Musik und Text lassen sich sicherlich viele Meinungen und Interpretationen formulieren, doch soll es an dieser Stelle nur um die strukturellen Eigenschaften von Videoclips gehen. Für viele Videoclips ist die Verschachtelung verschiedener Ebenen

charakteristisch, wobei sich durch schnelle Schnittfolgen die spezifische Videoclipästhetik ergibt. Auf der anderen Seite existieren jedoch ebenso Videoclips, die ausschließlich eine Ebene aufweisen. Zu der Verschachtelung der Ebenen gehören auch Überblendungen oder die Darstellung von Ebenen durch gleichzeitige Überlagerung im Bild. Der direkte Vergleich mit der Fernsehnutzungserscheinung des Zappens, dem schnellen Senderwechsel mittels Fernsehbedienung, drängt sich bei der Betrachtung der Videoclipästhetik förmlich auf. So betrachtet, spiegeln die Videoclips ein bestehendes Rezeptionsphänomen wider: Das Zappen durch die Schlüsselszenen verschiedenster Film- und TV-Unterhaltungsgenres wird zum künstlerischen Gestaltungsmittel stilisiert und systematisch umgesetzt.

Interessanterweise finden sich Begriffe aus der Videoclipanalyse in der musikindustriellen Praxis wieder. Während noch vor drei Jahren Videoclipregisseure und Artist & Repertoire-Manager sich der Begriffe von Springsklee bedienten, ist heute bei Videoclip-Planungen fast ausschließlich von verschiedenen Ebenen in Videoclips die Rede.

Weitere Klassifizierungsversuche sind bei Stefan Raum und Thomas Meyer zu finden, die 1992 eine Wirkungsstudie mit 18 Probanden durchführten und Videoclips ähnlich willkürlich unterteilten, wie es 1984 bei Künzel der Fall war. Ein weiterer, wenig tauglicher Ansatz ist unter dem Stichwort "Video und Rockmusik" dem Sachlexikon Rockmusik zu entnehmen. Die Autoren Bernward Halbscheffel und Tibor Kneif unterscheiden in der Neuauflage 1992 bei Videoclips drei Kategorien. Tatsächlich handelt es sich bei diesem Versuch um eine Simplifizierung aller bis dahin erschienenen Ansätze.

Unter derzeitigen Gesichtspunkten erscheint ein Modell, das die verschiedenen Ebenen in Videoclips benennt, als das tauglichste. Besonders ergiebig wird eine Analyse, wenn man die Verbindungen zwischen den einzelnen inhaltlichen Ebenen, die in einem Videoclip zu sehen sind, analysiert. Hierbei existieren die unterschiedlichsten Ausprägungen, was etwa in filmsprachlicher Hinsicht bedeuten kann, daß zwei Ebenen oft durch die Kameraführung verbunden werden. Möglich ist auch eine Verbindung

durch Effekte oder ähnliche bzw. kontrastierende Farbzusammenstellung (z.B. der Wechsel zwischen Schwarz/Weiß und Farbe).

In vielen Videoclips wird mit zwei Ebenen gearbeitet, die dem Prinzip der klassischen Parallelmontage folgen, wobei dieses filmische Mittel den Regisseuren einen breiten Raum für Experimente bietet. Der Videoclip zu DIRTY DIANA von Michael Jackson ist vorwiegend ein Liveperformance-Clip, der den Sänger in einem Konzert zeigt. In einer zweiten Ebene ist in Nah- und halbnahen Einstellungen eine weibliche Silhouette auf regennasser Straße zu sehen. Beide Ebenen sind von vornherein durch die Farbgestaltung miteinander verbunden. Der Wechsel zwischen den Ebenen zieht sich durch den gesamten Clip, und erst am Ende wird die traditionelle Parallelmontage deutlich: Der Sänger und die unbekannte Frau begegnen sich am Schluß des Konzertes.

Off bestehen in Videoclips auch zwei Ebenen, die nicht nach dem Prinzip der Parallelmontage gestaltet sind. Dies ist häufig der Fall, wenn die erste Ebene eine Performance beinhaltet. Die zweite Ebene hat dann meistens illustrierenden Charakter, wie z.B. im Videoclip STAND BY YOUR MAN von Heike Makatsch. Während die Sängerin in einem Club auf der Bühne singt, werden immer wieder Sequenzen aus dem Film MÄNNERPENSION eingefügt. Gerade bei Videoclips, die auf der Basis einer Filmmusik entstehen, kann man viele Gemeinsamkeiten entdecken: Treten die Interpreten des Songs im Film als Schauspieler selbst nicht auf, wird in der Regel eine dritte Ebene in den Videoclip eingeflochten, die die Distanz zwischen Performance des Interpreten und Filmsequenzen überbrückt. In dieser verbindenden Ebene sieht man die Interpreten in Situationen, die an den Spielfilm angelehnt sind und in denen sie vielfach zusammen mit den Hauptdarstellern des Films gezeigt werden.

Die Ausprägung unterschiedlicher Ebenen ist in mannigfachen Variationen zu beobachten. Gerade im narrativen Bereich existieren viele Videoclips, die, chronologisch einem Handlungsstrang folgend, viele Ebenen hintereinander zeigen. Ebenso gibt es Videoclips, die aus einer einzigen Ebene bestehen. Des öfteren wird die Performance in eine Situation eingebettet, die eine Geschichte impliziert, wie z.B. im Videoclip PARADIES der Toten Hosen. Die Band spielt auf einer Bühne (Bühnen-Performance) vor einem

abgefilmten Publikum. Das Eigentümliche dieses Videoclips ist, daß die Band vor einem Publikum spielt, das mit der Musik nichts anfangen kann und bei den letzten Takten des Songs empört den Saal verläßt.

Nicht selten kann die vorschnelle Einordnung in Ebenen den Blick für andere stilspezifische Eigenheiten von Musikvideos jedoch auch einschränken. Gut zu demonstrieren ist das bei Videoclips aus dem "Hip Hop"-Bereich. Videoclips aus diesem Bereich weisen fast alle oben benannten Ebenen auf. Angesichts dieser zu analysierenden Vielschichtigkeit bei der Musiksparte "Hip Hop" führt eine Kategorisierung bis auf die Aussage, daß solche Videos in verschiedensten Ausprägungen der Performance existieren, zu keinem Ergebnis. Die spezifischen Merkmale fast aller "Hip Hop"-Videoclips lassen sich weniger nach formal-dramaturgischen, als vielmehr nach filmsprachlichen Kriterien ermitteln: Der Rapper wird in den meisten Fällen mit schnellen Zooms aus extremen Perspektiven in der Halbtotalen gefilmt. Hier ist ein eindeutiges Beispiel gegeben, wie bestimmte Musikstile mit bestimmten filmsprachlichen Codes verbunden sind.

Ein oft zu beobachtendes Phänomen ist eine spezifische Codierung eines Interpreten oder einer Interpretengruppe. Videoclips ermöglichen hierbei eine schnelle und wirksame Imagebildung. Die Band ZZ-Top war z.B. in einer Reihe ihrer Videoclips immer mit einem bestimmten Oldtimer zu sehen. Sie traten in diesen Clips immer in denselben Rollen auf, und auch die inhaltliche, narrative Struktur der Clips ähnelte sich. In drei Videoclips der Band Aerosmith mit starker narrativer Ausprägung wurde eine Frauenrolle immer durch dieselbe Schauspielerin verkörpert. Solche Codierungen, die auch auf anderen Ebenen auftreten können (etwa wenn ein Interpret immer mit denselben Regisseuren zusammenarbeitet), sind in den meisten Videoclips zu beobachten. Mit diesem Effekt wird der Wiedererkennungswert der Interpreten maximiert. In der Videoclipanalyse kann man in diesem Zusammenhang von einem intertextuellen Rahmen sprechen.

In anderen musikalischen Stilrichtungen sind deutliche inhaltliche Codes erkennbar. Musikvideos aus den Bereichen Instrumental House und Techno weisen grundsätzlich eine bestimmte Art der Computeranimation auf. Videoclips in den Sparten "Heavy Metal"

und "Hardrock" haben in den meisten Fällen eine starke Ausprägung auf der realen Performance-Ebene. Inhaltliche Codes lassen sich meist auf die Produktionsbedingungen der Musik, die übliche Präsentation bestimmter Arten von Musik und den gesellschaftlich-kulturellen Kontext zurückführen, also auf die zahlreichen außermusikalischen Faktoren, auf die in der musikwissenschaftlichen und -pädagogischen Literatur des öfteren hingewiesen wird. Eine detaillierte Analyse der musikalischen Grundlagen und der außermusikalischen Faktoren von Videoclips und ihrer inhaltlichen Anbindung wurde jedoch in der Vergangenheit nur selten durchgeführt.

Die Ursachen wiederkehrender Merkmale in Videoclips sind oftmals nicht oder nicht ausschließlich auf jugend- oder subkulturelle Erscheinungen zurückzuführen, wie dies z.B. Renate Müller in Ihrem Aufsatz "Hits und Clips – Erklärungsmodelle zur Jugendkultur" (1993) vermutet. Tatsächlich haben viele ästhetische Elemente in Videoclips wenig mit jugendkulturellen Erscheinungsformen gemein, sondern sind auf Kommunikationsprozesse und Entwicklungen eines Musikproduktes innerhalb der Produktionsindustrie zurückzuführen. Bei der Vielzahl von monatlichen Veröffentlichungen werden die an der Produktion Beteiligten immer versuchen, ihren Interpreten optisch durch ein möglichst neues Image hervorzuheben – genauso wie die Videoclipregisseure immer versuchen werden, Videoclips bildästhetisch neu zu gestalten. Daß dies nicht ausschließlich auf der Verwendung von aktuellen jugendkulturellen Symbolen basieren kann, liegt auf der Hand. Bei genauerer Betrachtung der Produktionsbedingungen muß bezweifelt werden, daß Videoclips ein wichtiger Schlüssel zum Verstehen von Jugendkulturen sind.

Die Einbeziehung des musikindustriellen Kontextes ist bei der Videoclip-Analyse generell ein wichtiger Faktor. In der Regel vollzieht sich die Vermarktung einer Single in einem Monate dauernden Kommunikationsprozeß zwischen verschiedenen Beteiligten der Musikindustrie. Zu nennen sind hierbei vor allem der Produzent, die Interpreten, Songwriter, der Videoclipregisseur auf der einen und Manager sowie Vertrieb auf der anderen Seite. Hinzu kommt die ständige Kommunikation zwischen Promotern, Journalisten, DJs usw. Es ergibt sich ein anderes Bild von Videoclips, wenn man die Ansichten von Videoclipregisseuren, Managern und Musikern,

die nicht in publikumswirksamen "The Making Of..."-Sendungen zu finden sind, miteinbezieht und die Imagebildung eines Interpreten mitverfolgt.

Eine nicht zu unterschätzende Bedingung für die Gestaltung von Videoclips ist z.B. auch das zur Verfügung stehende Budget. Es bestimmt nicht nur die Auswahl des Regisseurs, sondern auch die technischen und ästhetischen Möglichkeiten in einer Produktion. Wenn z.B. vor einigen Jahren noch in den Bereichen "Euro-House" bzw. "Dance" fast ausschließlich Clips mit einer starken Ausprägung auf der Studio-Performance-Ebene existierten, war das zum großen Teil durch die Geschäftspolitik der Plattenfirmen bedingt. Da gerade in dieser Art der Musik die Interpreten sehr häufig wechseln, bestand für die Plattenfirmen keine Notwendigkeit, hohe Budgets für einen Videoclip einzuplanen, wenn dieser aller Wahrscheinlichkeit nach sowieso nur einige Wochen in den Videoclip-Programmen gesendet wurde. Erst mit einem veränderten Stellenwert von "Dance", den steigenden Verkaufserwartungen einer Single-Produktion und der zunehmenden Veröffentlichung von gewinnbringenden Alben änderte sich durch den Einsatz höherer Budgets die Videoclipästhetik. So betrachtet sind Videoclips reine Marketinginstrumente, die auch unter diesem Gesichtspunkt analysiert werden müssen.

Ein weiterer wichtiger, bei der Analyse von Videoclips zu berücksichtigender Faktor ist die Programmstruktur der Ausstrahlungskanäle. Dies gilt insbesondere dann, wenn man eine Querschnittsuntersuchung von Videoclips anstrebt. Eng damit verbunden sind die Themen Media Control Charts, DJ-, Radio- und Fernsehpromotion, Vermarktung von Newcomer-Themen, Crossmarketing, Programmpolitik, Plattenfirmenpolitik usw.

Insgesamt bedeutet die Analyse von Videoclips, sich eben nicht allein mit ihnen zu beschäftigen, sondern die Einbettung in einen Vermarktungsprozeß miteinzubeziehen. Vorauszusetzen ist hierbei die Fähigkeit, zwischen verschiedenen aktuellen Musikstilen und deren gesellschaftlichem Kontext zu differenzieren.

Spätestens an dieser Stelle wird deutlich, daß eine umfassende Analyse von Videoclips von einer einzelnen Person schwerlich durchzuführen ist. In unserem Seminar "Zur Problematik der Analy-

se von Videoclips" am Institut für Musikwissenschaft/Musikpädagogik der Universität Gießen haben wir gute Erfahrungen damit gemacht, die Analyse von allen Seminarteilnehmern gleichzeitig durchführen zu lassen. Hierbei wurden Arbeitsgruppen gebildet, die sich jeweils mit unterschiedlichen Schwerpunkten einem Videoclip widmeten. Dies geschah mit Kriterien aus folgendem Katalog:

	Musikstück	Aufbau, Sounds, musikalische Analyse, Text
Musik	<p>Interpret</p> <p>Musikstil</p> <p>Jugendkulturelle Faktoren</p>	<p>- Profil</p> <p>- Auftreten, Präsentation, Mode, Tanz</p> <p>- intertextuelles Erscheinungsbild (Zeitschriften/ Poster/ andere Videoclips/ Interviews etc.)</p> <p>- auch Szene-Begriffe wie "Dancefloor", "House", "Jungle", "Progressive House", "Trance" usw.</p> <p>- Zeichen, Symbole, Werte</p> <p>u.U. auch Profil des Komponisten/ Texters/ Produzenten etc. (Interviews, Berichte)</p>
Bild	<p>Makroanalyse</p> <p>filmsprachliche Kriterien</p> <p>inhaltliche Kriterien</p>	<p>- z.B. Erzählstruktur, Inhalt (Plot, Anspielungen etc.)</p> <p>- Klassifizierung des Bildmaterials in Strukturebenen (z.B. durch Modell von Altrogge et al.)</p> <p>z.B. Montage, Bildinhalt, Kameraführung, Kamera-Perspektive, Sequenzen; u.U. auch Profil des Regisseurs oder anderer an der Realisation Beteiligter (z.B. John Landis &amp; Michael Jackson)</p> <p>z.B. Zitate (Vergleich mit Szenen aus Spielfilmen oder anderen Videoclips)</p>

Sonstiges	Produktionskriterien zusätzliche Funktionen	Budget, Marketingstrategie (Fach- bzw. Branchen-Zeitschriften), musikindustrielle Kommunikation 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

Es dürfte selbstverständlich sein, bei einem mehrdimensionalen Kriterienplan die Analyseschwerpunkte dem jeweiligen Videoclip anzupassen. So wird man nicht selten bei einer Kategorisierung oder der Analyse narrativer Strukturen auf verbäufende Ergebnisse stoßen. Andererseits kann aber eine Analyse dieser Faktoren auch zu unbefriedigenden Ergebnissen führen oder überhaupt kein Resultat bringen. Bei einer Reihe von Videoclips lohnt es sich durchaus, die Schnittfolge mit der Musik,<sup>(7)</sup> die Filmsprache mit der musikalischen Form oder den Textinhalt mit dem Gezeigten zu vergleichen (z.B. mit Einstellungs- oder Sequenzprotokollen aus der Filmanalyse). Dagegen bleibt bei anderen Clips eine solche Untersuchung für das Analyseziel unerheblich.

Vergleichende Analysen haben insbesondere dann einen Sinn, wenn man verschiedene Videoclips eines Interpreten/ einer Interpretin, eines Regisseurs oder einer bestimmten Musikrichtung analysiert, um damit Entwicklungen oder Tendenzen im Hinblick auf die Beteiligten<sup>(8)</sup> oder auf bestimmte wiederkehrende Merkmale (z.B. sexueller oder aggressiver Art) aufzuspüren. Eine Analyse von Videoclips erfordert in jedem Fall auch Kenntnisse über Filmsprache, Kino- bzw. Fernsehproduktionen und Filmtechnik. Weiterhin verlangt eine Analyse von Videoclips, diese nicht mit Wertungen oder Vorurteilen zu vermischen. Erstaunlicherweise sind solche Tendenzen bei einer Reihe wissenschaftlicher und pädagogischer Veröffentlichungen zum Thema erkennbar.<sup>(9)</sup>

## Zusammenfassung

Fast alle Analyse- und Kategorisierungsversuche der letzten Jahre können auf heutige Videoclips nicht übertragen werden und sind als zeitbedingte Versuche einzustufen, die sowohl aufgrund von Veränderungen der Videoclipästhetik als auch durch andere wissenschaftliche Vorgehensweisen an Relevanz verloren haben.

Eine erste Annäherung an Videoclips sollte immer auf mehreren Ebenen verlaufen. Zu nennen sind:

- die exakte Einordnung einer jeweiligen musikalischen Stilrichtung,
- die Analyse des Images eines oder mehrerer Interpreten, das auch über Jugendzeitschriften, Poster, Artwork usw. verbreitet wird,
- die Differenzierung der einzelnen Ebenen in Videoclips, wobei das Strukturmodell von Altrogge et al. ausgeweitet werden kann. Die Aussagekraft und Prägnanz einer Analyse erhöht sich, wenn in einem nächsten Schritt die wechselseitige Verbindung der einzelnen Ebenen aufgezeigt wird. Hierbei lohnt es sich, auf Montagetheorien der Filmwissenschaft zurückzugreifen.

Die Einordnung des Clips in absolute Kategorien halten wir für problematisch.

Eine Analyse von Videoclips sollte in jedem Fall auch den Mikrobereich miteinbeziehen. Das betrifft die filmsprachlichen Aspekte ebenso wie die musikalische Seite. Gleichmaßen wichtig ist die Dechiffrierung von Verknüpfungen derjenigen Faktoren, die im Kriterienkatalog vorgestellt wurden. 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 (siehe im Anhang ab S. 220 den Anfang des Scripts von Markus Rosenmüller zu DORO-CEREMONY und Illustrationen aus einem Storyboard).

Insgesamt setzt die Analyse von Videoclips eine entsprechende Seherfahrung voraus. Dies gilt ebenso für bestimmte visuelle Klischees aktueller Musikrichtungen wie für die Differenzierung von Videoclips, deren Grundideen erst dann richtig einzuordnen sind, wenn man die Entwicklung des Mediums mitverfolgt. In vielen Videoclips werden andere Interpretinnen und Interpreten oder Videoclips zitiert oder gar persifliert. Gewisse ironische Untertöne in Videoclips, die manchen Jugendlichen zum Schmunzeln bringen, wird jemand, der sich zum ersten Mal mit dem Thema näher beschäftigt, aus mangelnder Seherfahrung kaum bemerken.

Kommerzielle Videoclips sind kein adäquater Schlüssel zur Jugendkultur. Wenn man ihn überhaupt in Videoclips suchen will, sollte man sich nicht mit Videoclips beschäftigen, die in den kommerziellen Fernsehkanälen gezeigt werden, sondern auf Clips aus dem Low-Budget-Bereich zurückgreifen. Angesprochen sind hierbei z.B. Videoclips, die für Videoclip-Wettbewerbe gedreht werden, welche der Bundesverband für Jugendvideoarbeit in Stuttgart regelmäßig unter dem Namen "Crazy Combos" ausschreibt.

Die anfangs gestellte Frage, ob man die Analyse von Videoclips nicht eher Disziplinen wie der Medienwissenschaft überlassen sollte, ist mit "teils-teils" zu beantworten. Zu wünschen wäre, daß interessierte Musikwissenschaftlerinnen und Musikwissenschaftler sowie Musikpädagoginnen und Musikpädagogen gemeinsam mit Vertretern anderer Disziplinen das Phänomen Videoclip analysieren und historisch neu werten. Für eine solche Zusammenarbeit ist derzeit zweifellos ein günstiger Zeitpunkt gegeben, da sich eine Verlagerung vom reinen musik-fern-sehen/ -hören auf neue Technologien wie Internet und CD-Rom (Multimedia) deutlich abzeichnet.



## Anmerkungen

- (1) Untertitel von Behne, Klaus-Ernst (Hg.): Film-Musik-Video oder die Konkurrenz von Auge und Ohr. Regensburg 1987.
- (2) Vgl. Springsklee (1987), Altrogge (1990,1991), Menge (1990), Niemann (1987), Halbscheffel / Kneif (1992, S.415).
- (3) Möhring (1989, S.26).
- (4) Springsklee (1987, S. 137).
- (5) Ebda. (S.128).
- (6) Schenkewitz (1988/89, S. 104).
- (7) Vgl. z.B. Schank (1990).
- (8) Vgl. z.B. Wallace (1988), Brown/Schulze (1990).
- (9) Vgl. z.B. Glogauer (1988).

## Literaturverzeichnis

- Altrogge, Michael / Amann, Rolf: Videoclips – die geheime Verführung der Jugend? Ein Gutachten zur Struktur, Nutzung und Bewertung von Heavy-Metal-Videoclips. Schriftenreihe der Landesmedienanstalt. Berlin 1991.
- Altrogge, Michael / Erbring, Lutz / Menge, Johannes: Videoclips als Indikator für den Wandel jugendlicher Lebens- und Wahrnehmungswelten. Forschungsbericht über die Forschungstätigkeit vom 1.10.1988 bis zum 30.6.1990 am Institut für Kommunikationssoziologie und -psychologie der Freien Universität im Rahmen des gleichnamigen DFG-Projektes. Berlin 1990.
- Altrogge, Michael: Wohin mit all den Zeichen oder: Was hat Madonna mit dem Papst und Pepsi-Cola zu tun? In: Wulff, Hans J. (Hg.): Zweites Film- und Fernsehwissenschaftliches Kolloquium / Berlin 1989. Münster 1990, S. 221 - 234.
- Anfang, Günther: Die Ästhetik des Videoclips. Anmerkungen zur Geschichte und Gestaltung. In: Medien und Erziehung. Heft 2/ 1989, S. 75 - 84.
- Baake, Dieter: Kommunikation und Kompetenz. Grundlegung einer Didaktik der Kommunikation und ihrer Medien. München 1973.
- Baacke, Dieter: Jugend und Jugendkulturen. Weinheim und München 1987; 2., überarb. Aufl. 1993.
- Barthelmes, Barbara: Der Videoclip: Machwerk der Bewußtseinsindustrie oder Alltagskunst? In: Musica. Heft 3 / 1988, S. 239 - 245.
- Baxter, Richard L. et al.: A Content Analysis of Music Videos. In: Journal of Broadcasting & Electronic Media. No. 3 / 1985, S. 333 - 340.
- Behne, Klaus-Ernst: Zur Rezeptionspsychologie kommerzieller Video-Clips. In: derselbe (Hg.): Film-Musik-Video. Regensburg 1987, S. 113-126.
- Blask, Falko / Fuchs-Gamböck, Michael: Techno. Eine Generation in Ekstase. Bergisch Gladbach 1995.
- Body, Veruschka / Weibel, Peter: Clip, Klapp, Bum. Von der visuellen Musik zum Musikvideo. Köln 1987 (vergriffen).
- Brown, Jane D. / Campell, Kenneth: Race and Gender in Music Videos: The Same Beat but a Different Drummer. In: Journal of Communication. No. 1 / 1986, S. 94-106.
- Brown, Jane D. / Campell, Kenneth / Fischer, Lynn: American Adolescents and Music Videos: Why do they Watch? In: Gazette. Nr. 37 / 1986, S. 19 - 32.
- Brown, Jane D. / Schulze, Laurie: The Effects of Race, Gender and Fandom on Audience Interpretations of Madonna's Music Videos. In: Journal of Communication. Heft 2 / 1990, S. 88 - 102.
- Ferchhoff, Wilfried: Jugendkulturen im 20. Jahrhundert. Frankfurt/ M., 1990.
- Faulstich, Werner: Einführung in die Filmanalyse. Tübingen 1978.
- Faulstich, Werner: Vom Live-Auftritt zum Video-Clip. In: Medien und Erziehung. Heft 5 / 1985, S. 258 - 267.
- Gast, Wolfgang: Einführung in die Begriffe und Methoden der Filmanalyse. Film und Literatur. Analysen, Materialien, Unterrichtsvorschläge. Grundbuch. Frankfurt 1993.
- Gembris, Heiner: Video-Clips. In: Behne, Klaus-Ernst / Kleinen, Günter / Motte-Haber, Helga de la (Hg.): Musikpsychologie. Jahrbuch der Deutschen Gesellschaft für Musikpsychologie. Bd. 2. Wilhelmshaven 1985, S. 168 - 171.
- Glogauer, Werner: Sex und Gewalt als auffälligste Inhalte von Videoclips. In: Musik und Bildung. Heft 11 / 1988, S. 835 - 840.
- Habermas, Jürgen: Vorbereitende Bemerkungen zu einer Theorie der kommunikativen Kompetenz. In: Habermas, Jürgen / Luhmann, Niklas: Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie. Frankfurt/M. 1971.
- Halbscheffel, Bernward/ Kneif, Tibor: Sachlexikon Rockmusik. Instrumente, Stile, Techniken, Industrie und Geschichte. Hamburg 1992.
- Hansen, Christine H. / Hansen, Ranald D.: The Influence of Sex and Violence on the Appeal of Rock Music Videos. In: Communication Research. Nr. 2 / 1990, S. 212 - 234.
- Hustwitt, Mark: Videoclip, Musikvideo. In: Bruhn, Herbert / Oerter, Rolf / Rösing, Helmut (Hg.): Musikpsychologie: Ein Handbuch in Schlüsselbegriffen. München, Wien, Baltimore 1985, S. 288 - 293.
- Hüther, Jürgen / Schorb, Bernhard: Grundbegriffe der Medienpädagogik. Wörterbuch für Studium und Praxis. Hg. vom Fachverband Medien und Technik im Bildungsbereich. 2.Aufl., Ehingen 1990.
- Jauk, W.: Die Veränderung des emotionalen Empfindens von Musik durch audiovisuelle Präsentation. In: Behne, Klaus-Ernst / Kleinen, Günter / Motte-Haber, Helga de la (Hg.): Musikpsychologie. Jahrbuch der Deutschen Gesellschaft für Musikpsychologie. Bd. 11. Wilhelmshaven 1995, S. 29 - 51.
- Julien, Jean-Rémy: Les scenes du clip. D'un palimpseste saisissable. In: Vibrations. Revue d'études des musiques populaire. Nr.5 / Toulouse 1988, S. 221 - 228.

- Jürgens, Dietmar: Der Videoclip in der Medienpädagogik. In: NMZ, Juni/Juli 1995, S. 26 - 27.
- Kaplan, Ann E.: Rockin' around the clock. Music Television, Postmodernism and Consumer Culture. New York, London 1987.
- Katalog zur Ausstellung "Sound & Vision – Musikvideo und Filmkunst" im Deutschen Filmmuseum Frankfurt am Main (bis 3.4.1994). Schriftenreihe des Deutschen Filmmuseums. Frankfurt/M. 1993.
- Künzel, Werner: Zur Typologie des Video-Clips. In: Wolkenkratzer Art Journal. Nr. 6 / 1985, S. 116 ff.
- Maas, Georg: Film und Musik – Musik und Film. In: Musik und Unterricht. Heft 17 / 1992, S. 4 ff.
- Maas, Georg: Was sind Musikvideos und wie wirken sie? Zu Werner Glogauers 'Emotionalisierung Jugendlicher durch Musikvideos' in Heft 10 / 1987. In: Musik und Bildung. Heft 2 / 1988, S. 92-93.
- Menge, Johannes: Videoclips: Ein Klassifikationsmodell. In: Wulff, Hans J. (Hg.): Zweites Film- und Fernsehwissenschaftliches Kolloquium / Berlin 1989. Münster 1990, S. 191 - 200.
- Möhrig, Werner: Musiksender auf dem Vormarsch – MTV EUROPE. In: Fachblatt Musikmagazin. 11 / 1989, S. 26.
- Monaco, James: Film verstehen. Kunst, Technik, Sprache – Geschichte und Theorie des Films. Hamburg 1980; überarb. u. erw. Neuausg. 1995.
- Motte-Haber, Helga de la: Die Erfindung der Wirklichkeit. Vom abstrakten Film zum Video-Clip. In: Musik und Bildung. Heft 9 / 1986, S. 796 - 798.
- Müller, Renate: Hits und Clips – Erklärungsmodelle zur Jugendkultur. In: Musik und Bildung. Heft 1 / 1993, S. 61 - 65.
- Nachtigäller, Roland: Phantasie und Symbolik in Michael Jacksons Video-Clip "Thriller". In: Medien und Erziehung. Nr. 5 / 1985, S. 267 - 277.
- Naegele, Markus: Wie werden Popgruppen in den Medien vermarktet? Die Kommunikations-Konzeption für Popmusik am Beispiel der Gruppe "Die Fantasischen Vier". In: Medium. Heft 1 / 1994, S. 54 - 56.
- Niermann, Franz: Rockmusik und Unterricht. Eigene Wege für den Alltag mit Musik. Stuttgart 1987.
- Pauli, Hansjörg: Filmmusik. In: Dahlhaus, Carl (Hg.): Funkkolleg Musik. Band 2. Frankfurt/M. 1981, S. 341 - 368.
- Rauh, Reinhold: Videoclips, Bilderflut und audiovisuelle Geschichten. In: Medien und Erziehung. Nr. 4 / 1984, S. 210 - 217.
- Raum, Stefan/ Meyer, Thomas: Vertraut und doch so fremd. Zur Rezeption von Musikvideos. In: Musik und Gesellschaft. 1992, S. 316 ff.
- Schank, Paul Gerhard: Zur musikalisch-metrischen Verortung von Schnitten / Blenden in Musikvideos. Versuch einer statistischen Deskription. In: Wulff, Hans J. (Hg.): Zweites Film- und Fernsehwissenschaftliches Kolloquium, Berlin '89. Münster 1990, S. 201 - 208.
- Schenkewitz, Jan: Videopop. Musik als strukturbildendes Element einer Gattung. In: Theaterzeitschrift. Beiträge zu Theater, Medien und Kulturpolitik. Heft 26 / 1988/89, S. 104 - 109.
- Schmitt, Rainer: Clips im Fernsehen – Musik für das Auge ? Acht Thesen zur Frage der musikalischen Vermarktung über Videoclips. In: NMZ. Dezember 1989 / Januar 1990, S. 44.
- Schneider, Norbert Jürgen: Handbuch Filmmusik I. Musikdramaturgie im Neuen Deutschen Film. 2. Aufl. München 1990.
- Schorb, Bernd / Mohn, Erich / Theunert, Helga: Sozialisation durch Massenmedien. In: Hurrelmann, Klaus / Ulich, Dieter (Hg.): Handbuch der Sozialisationsforschung. Weinheim 1980, bzw. dies.: Sozialisation durch (Massen-)Medien. In: Hurrelmann, Klaus / Ulrich, Dieter (Hg.): Neues Handbuch der Sozialisationsforschung. 4. Aufl., Weinheim-Basel 1991.
- Schorb, Bernd: Videoclips kommen gewaltig. Von den mannigfaltigen Gewaltaspekten in Videoclips. In: Medien und Erziehung. Heft 3 / 1988, S. 132 - 136.
- Sherman, Barry L. / Dominick, Joseph R.: Violence and Sex in Music Videos: TV and R'n R'. In: Journal of Communication. Nr. 1 / 1986, S. 79 - 93.
- Shore, Michael: The Rolling Stone Book of Rock Video. The definitive look at visual music from Elvis Presley – and before – to Michael Jackson – and beyond. London 1984.
- Sieber, Markus: Videoclips – Ökonomie, Ästhetik und soziale Bedeutung. In: Medien und Erziehung. Heft 4 / 1984, S. 194 - 200.
- Springsklee, Holger : Video-Clips – Typen und Auswirkungen. In: Behne, Klaus-Ernst (Hg.): Film-Musik-Video, Regensburg 1987, S. 127 - 154.
- Wallace, Michele: Michael Jackson, Black Modernisms, and "The Ecstasy of Communication". In: Schneider, Cynthia / Wallis, Brian (Hg.): Global Television. New York 1988, S. 301 - 317.
- Wallbott, Harald G.: Die "euphorisierende" Wirkung von Musik-Videos – Eine Untersuchung zur Rezeption von "bebilderter" Musik. In: Zeitschrift für Experimentelle und Angewandte Psychologie. 36 / 1989, S.138 - 161.
- Wallbott, Harald G.: Macht der Ton die Musik oder eher doch das Bild? Eine Untersuchung zur Rezeption von Videoclips. In: Wulff, Hans J.(Hg.): Zweites Film- und Fernsehwissenschaftliches Kolloquium, Berlin '89. Münster 1990, S. 235 - 247.
- Wallbott, Harald G.: Sex, Violence, and Rock'n'Roll – Zur Rezeption von Musikvideos unterschiedlichen Inhalts. In: Medienpsychologie. Heft 1/1992, S. 3 - 14.
- Winter, Rainer / Kagelmann, H. Jürgen: Videoclip. In: Bruhn, Herbert / Oerter, Rolf / Rösing, Helmut (Hg.): Musikpsychologie. Ein Handbuch. Reinbek 1993, S. 208 - 220.

## Anhang 1

(Verschiedene *scripts* von Markus Rosenmüller; MME/München)

### DORO – CEREMONY

### Script 1

0:00	INTRO		Eine silberbeschlagene Stiefelspitze tritt auf im Takt. Darauf zuckende Lichtreflektionen. Reißschwenk nach oben.
0:04	I can't tell you	LS	Aus einem Reißschwenk landen wir auf einem Super-CU von DORO. Ungewöhnliches Framing, das das Gesicht anschneidet (wie auf Cover-Photo).
	what I go through		Eine Flamme geht auf. Tänzende nackte Füße in einem Blumenfeld.
0:08			Fingerkuppen schlagen die vier Saiten eines Basses.
0:12	I searched through		Eine weibliche Hand bindet ein ledernes Band um die Fesseln eines Mannes.
	heaven and hell for you		Ein metallisch reflektierender 'Stempel' drückt das Wort HEAVEN auf ein Stück Haut. Es verflüchtigt sich ein leichter Rauch.
0:17			Metall-Sticks trommeln auf einer Eisentonne.  DORO's Haare bewegen sich im Gegenlicht.
0:21	all night, all night long	LS	Nur der Mund von DORO.
	satin dreams all covered in sweat		Eine Hand, auf deren vier unteren Fingergliedern die Buchstaben H-E-L-L gebrandet sind, schlägt in ein Satinkissen.

### DORO – CEREMONY

### Script 2

0:29	when I wake, hot to the touch		In Zeitlupe explodieren weiße Federn. Dahinter unscharf: undefinierte Körperformen.
	I swear to god,	LS	DORO wirft den Kopf hoch.
	you'll be the death of me yet		Super-Makro-Aufnahmen aus einem ritualisierten Schwerter-Kampf. Wir sehen kaum etwas Konkretes, sondern lediglich bläulich reflektierende Metallkörper.
0:37			Ganz nah auf der Hand des Gitarristen.
0:40	you are my ceremony		Ein brennendes Drumstick fährt an einem Bein hinauf.
	you are my ceremony		DORO's Hände (mit Ring) im Super-CU, bildfüllend. Sie nimmt sie auseinander, wir sehen, um einiges totaler, ihr Gesicht. Im Hintergrund ein blutroter Himmel.
	you are my ceremony		Eine Hand schreibt mit Fingerfarbe das Wort <i>CEREMONY</i> auf einen Körper.
0:53			Dickflüssiges, reflektierendes Öl fließt ein Bein hinauf.  Wieder ganz nah auf der Hand des Gitarristen.  Das Wort <i>CEREMONY</i> schwimmt in einer Flüssigkeit.
1:03	now here we are, both skin to skin	LS	Mehrere Einstellungen: Aneinanderreibende Körperpartien.

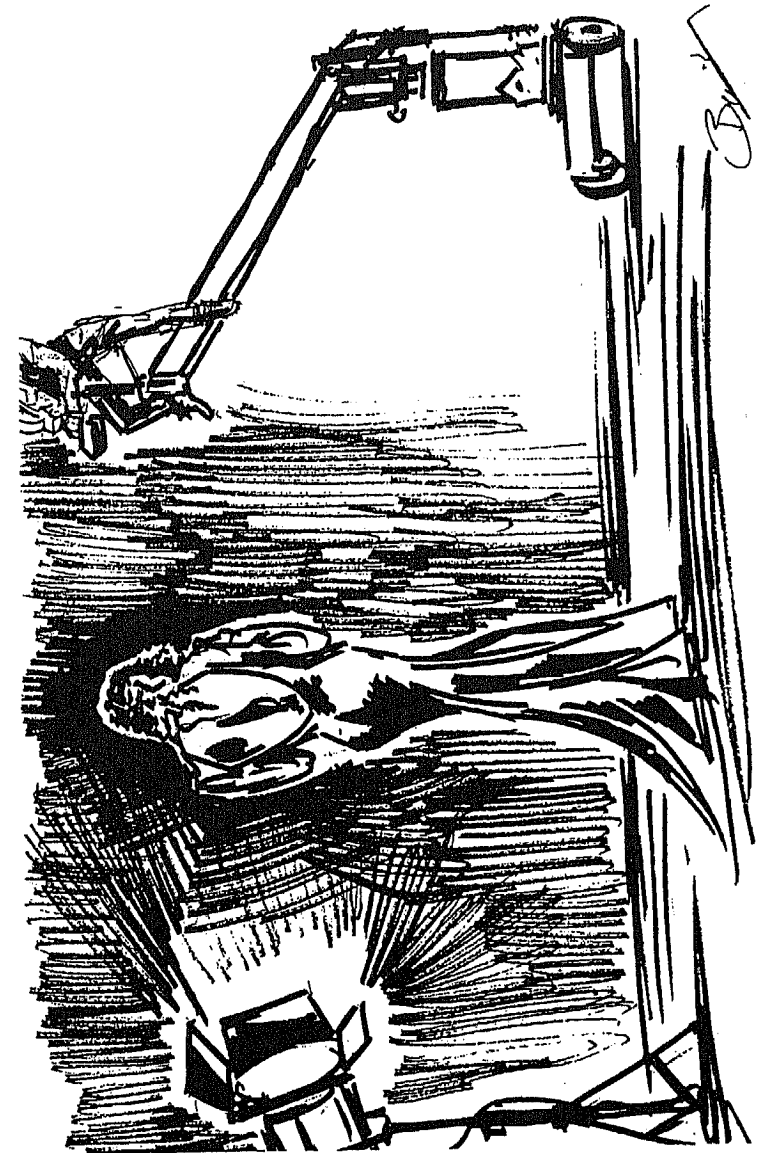
## DORO – CEREMONY

## Script 5

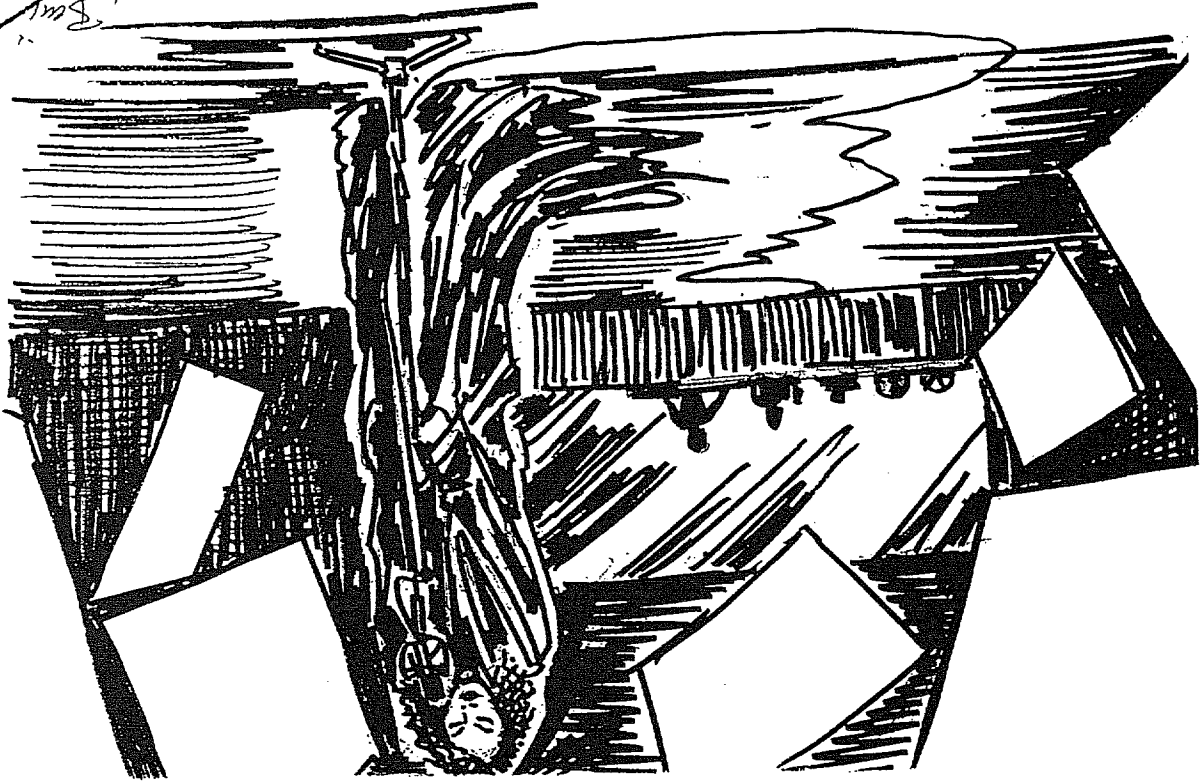
2:10	so what should I say is the ancient dance of lovers		Montage aus undefinierbaren Makro-Aufnahmen von interagierenden Körpern.
2:19	is it the comin' rain		Milch fließt durch Körperfalte.
2:23	or is it the passion of something more strange,		'Stempel' hinterläßt das Wort <i>STRANGE</i> . Öl tropft auf die Stelle.
2:28			Hand spielt an Piercing-Ring.  Verrissener Schwenk über die Gitarre im Close-Up.
2:35	you are my ceremony	LS	DORO's Haare in Bewegung. Sie dreht den Kopf. Wir sehen angeschnitten ihr Gesicht.
	you are my ceremony		Close-Up-Details aus dem Schwerterkampf.  Honig tropft auf Körper.
	you are my ceremony		Zwei weibliche Hände geben sich High Five.  Photos werden zerrissen.
2:50	you are my ceremony (+ Chor; DORO Adlibs) you are my ceremony you are my ceremony		Eine Platte voller feucht- glänzender Kirschen.  Eine Hand fährt gierig über die Kirschen, diese zermatschend.  Diese Hand malt nun in rot mit den Fingern das Wort <i>CEREMONY</i> auf einen Körper.  Photos werden verbrannt.

## Anhang 2

(Verschiedene Illustrationen aus einem Storyboard von Markus Rosenmüller, MIME / München)



Am S



Berry

