

Dieter Scholz

### **Sound and Vision – Zur Archäologie von MTV**

Zwei Ausstellungen: »Optische Phantasie« und »Sound & Vision – Musikvideo und Filmkunst«, Deutsches Filmmuseum, Frankfurt am Main, 16. Dezember 1993 - 3. April 1994. Katalog »Oskar Fischinger« 33 DM, Katalog »Sound and Vision – Musikvideo und Filmkunst« 48 DM, beide im Paket 75 DM.

Als David Bowies »Sound and Vision« 1977 ein Hit wurde, steckten Kabelkanäle und Satellitenfernsehen noch in den Kinderschuhen. Vier Jahre später startete der amerikanische Warner-Konzern das Experiment MTV – Music Television.<sup>1</sup> Das Konzept ging auf: Videoclips rund um die Uhr erfreuen auch in Europa seit 1987 über 100 Millionen Fans.

Die Verbindung von Musik und bewegten Bildern ist aber weitaus älter. In Frankfurt am Main präsentiert jetzt das Deutsche Filmmuseum eine klug angelegte Doppelausstellung, welche die Gattung Musikvideo historisch verorten soll. Eine Retrospektive des Filmponiers Oskar Fischinger, »Optische Phantasie«, wird dabei

mit »Sound and Vision«, einer zweiteiligen Präsentation aus Avantgardeproduktionen der sechziger/siebziger Jahre sowie aktuellen Videoclips kombiniert. Während in der Ausstellung Fischingers »Studie Nr. 2« von 1929/30 zur »Urahnin des Musikvideo« erklärt wird, heißt es im Katalog zurückhaltender: »Fischinger hat sicherlich nicht das erste Musikvideo gemacht.«<sup>2</sup> Und in der Tat: den rhythmisch hüpfenden Streifen und Tupfen, die als abstrakte Formen den Musikfluß begleiten, fehlen fast alle Merkmale moderner Videoclipästhetik. In ihrem absoluten Kunstanspruch weisen sie eher auf die psychedelischen Filme von Jordan Belson oder James Whitney voraus als auf die warenästhetischen Inszenierungen heutiger Musikvideos.

Kunst und Kommerz setzen unterschiedliche visuelle Schwerpunkte, auch wenn sich die Bereiche personell immer mehr verflechten.<sup>3</sup> Andy Warhol drehte schon 1984 für die Popgruppe The Cars, Derek Jarman arbeitete mit den Smiths, New Order konnten Robert Longo und Jonathan Demme als Regisseure gewinnen. Trotz aller künstlerischen Ambitionen und des oft beachtlichen Niveaus zielen Musikvideos fast durchgängig auf die Identifikation mit Idolen, ohne deren Abbild sie selten auskommen.

Eine überzeugende Ausnahme dieser Regel lieferte Paul Garrin 1988 mit dem aus dokumentarischem Filmmaterial für Elliot Sharp zusammengestellten Clip »Free Society« – nicht zufällig ein Instrumentalstück. Die Verdeutlichung politischer Zusammenhänge und die Erkenntnis der Mechanismen des Sehens finden als zentrale künstlerische Anliegen zwar gelegentlich Eingang in die kommerziellen Videos. Sie werden aber in der Regel so stark von der Produktwerbung überlagert, daß sie zu unverbindlichen Gags herabsinken.

In der Doppelausstellung wird das Spannungsfeld von künstlerischen und kommerziellen Interessen deutlich. Schon 1939 kündigte Oskar Fischinger seine Mitarbeit bei Walt Disney mit der Begründung, dieser habe seine Ideen vollkommen verkitscht. Auch heute schöpft die Industrie die Ideen der Avantgarde in ähnlicher Weise ab. An den in mehreren Programmpaketen gezeigten Beispielen wird darüber hinaus deutlich, daß fast alle visuellen Mittel der aktuellen Musikvideos schon in den Experimentalfilmen der zwanziger bis sechziger Jahre erprobt wurden.

Technologisch gibt es zwar einschneidende Neuerungen wie die Computeranimation (und als Abschluß der Ausstellung wird eine interaktive CD-Rom der Residents präsentiert); die Bildphantasie bleibt jedoch begrenzt. Illustrative Symbolik, surreale Mischungen, die Manipulation von Farbe und Schwarzweiß, Überblendungen, taktysynchrone Schnitte – all dies gehört auch zum Repertoire der Avantgardefilme.

Es ist das große Verdienst der Frankfurter Ausstellung, daß sie in Zusammenarbeit mit dem Long Beach Museum of Art<sup>4</sup> diese historische Tiefenperspektive herstellt.<sup>5</sup> An den Wänden finden sich biographische Notizen zu Klassikern wie Moholy-Nagy, Hirschfeld-Mack oder Werner Graeff gleichrangig mit heutigen Protagonisten wie David Mallet, Marcus Nispel oder Godley & Creme und Vermittlern vom Range eines Michael Leckebusch.

Dessen 1965 ins Leben gerufener »Beat Club« setzte durch seine experimentelle Regie neue Maßstäbe. Erst wenn die Kamera aus Versehen in der Totalen die fast regungslosen Musiker erfaßt, wird erkennbar, wieviel optisches Tempo, Bewegung und Atmosphäre der Derwisch an den Schalthebeln des Mischpults in den Nahaufnahmen künstlich erzeugt. Längst ist dem Fernsehregisseur die kreative Livearbeit

aus der Hand genommen, er muß sich darauf beschränken, eine vorfabrizierte Cas-  
sette auszuwählen und einzulegen.

Auch der Frankfurter Ausstellungsmacher Herbert Gehr erliegt der Faszina-  
tion durch das fertige Produkt. Er läßt schlicht alte und neue Monitore aufeinander-  
stapeln und darauf die Clipzusammenstellungen ablaufen. Offenbar ist das Staunen  
im Dreiminutentakt die einzig vorstellbare Rezeptionsform, denn die herausfoto-  
grafierte Einzelbilder erklären nichts und werden nicht erklärt. Wie ein Video ent-  
steht, bleibt ein Geheimnis, da helfen auch einige Storyboard-Zeichnungen von Da-  
vid Byrne<sup>6</sup> nicht weiter.

Die Fähigkeit zur Analyse scheint erst mit dem zeitlichen Abstand zu wachsen.  
Die Aufbereitung Oskar Fischingers folgt klassischen museumsdidaktischen Reg-  
eln, der separate Katalog ist wissenschaftlich gehalten. In der zeitgenössischen Ab-  
teilung dagegen tauchen Sachinformationen eher spärlich auf, im Begleitband müs-  
sen Quellen durch Interviews erst geschaffen werden.

Die Disparatheit wirkt dennoch produktiv und anregend, und so ist die Frank-  
furter Doppelausstellung nach der Groninger Schau »What A Wonderful World«  
von 1990 der erste Versuch hierzulande, Musikvideos als Gattung ernstzunehmen  
und ihren kulturellen Stellenwert zu reflektieren.

Um die museale Aufbereitung der Clips zu ermöglichen, muß derzeit aber  
noch eine Strategie der Verknüpfung mit bereits museumswürdigen Künsten und  
Künstlern angewendet werden. Waren es in Groningen die eigens für die Videovor-  
führung erstellten dekonstruktivistischen Pavillonarchitekturen von Peter Eisen-  
man, Zaha Hadid, Rem Koolhaas, Bernard Tschumi und Coop Himmelblau<sup>7</sup>, so ist  
es in Frankfurt die Rahmung durch die historische Filmavantgarde. Vielleicht bindet  
gerade die Notwendigkeit, mittels dieser Techniken dem institutionellen Legitima-  
tionszwang begegnen zu müssen, zur Zeit noch diejenigen Kräfte, die nötig wären,  
das Thema in seiner Komplexität angemessen zu erschließen und vorzustellen.

#### Anmerkungen:

- 1 Die nach wie vor grundlegende Publikation zum Thema stammt von Michael Shore: *The Rolling Stone Book of Rock Video*, New York: Quill/Rolling Stone Press 1984.
- 2 Katalog, Deutsches Filmmuseum, S. 15.
- 3 Zu den Querverbindungen zwischen »Hochkunst« und »populärer Massenkultur« allgemein vgl. u. a. Simon Frith und Howard Horne: *Art into Pop*, London und New York: Routledge <sup>2</sup>1989 sowie Greil Marcus: *Lipstick Traces*, Cambridge (Massachusetts): Harvard University Press 1989 (deutsch: Hamburg: Rogner & Bernhard 1992).
- 4 Vgl. die dort von Michael Nash herausgegebenen Kataloge bzw. Programme »Art of Music Video« (1989) und »Art of Music Video: Ten Years After« (1991).
- 5 Konzeptioneller Vorläufer in Deutschland ist die Aufsatzsammlung von Veruschka Body und Peter Weibel (Hrsg.): *Clip, Klapp, Bum – Von der visuellen Musik zum Musikvideo*, Köln: DuMont 1987.
- 6 Im Zusammenhang mit David Byrne und seiner Gruppe Talking Heads ist hinzuweisen auf den Katalog von Frank Olinsky: *What The Songs Look Like*, New York: Harper & Row 1987. Er dokumentiert die bildliche Umsetzung von Musikstücken der Band durch 61 verschiedene Künstler und Künstlerinnen. Arbeiten wie diejenigen von Duane Michals und Edward Ruscha besitzen ihrerseits einen engen Bezug zur Ästhetik der Talking Heads-Videoclips.
- 7 Der Groninger Katalog ist von vorne als Architekturband, von hinten als Videoma-

gazin lesbar, da er aus zwei separaten, ineinander verzahnten Teilen besteht. Obwohl die Groninger Ausstellung den Untertitel »Musicvideos in Architecture« trug, wird den Videoclips bei den Katalogen bezeichnenderweise »nur« der »Part 2« zugebilligt. In seinem Referat auf dem XXVIII. Internationalen Kongreß für Kunstgeschichte in Berlin berichtete Frans Haks vom Groninger Museum am 16. Juli 1992, das Ausstel-

lungskonzept habe Anklang gefunden, der Doppelkatalog sei jedoch von beiden Zielgruppen, den Kunstinteressierten und den Musikvideofans, nicht hinreichend angenommen worden, da die beiden Teilbände nicht voneinander ablösbar sind und zusammen erworben werden müssen. In dieser Hinsicht haben die Frankfurter Organisatoren aus dem Publikumsverhalten gelernt.