

# Forschungszentrum populäre Musik

---

"Visualisierung von Rockmusik -  
Untersuchungen zu einem neuen Medium  
anhand ausgewählter Video-Produktionen  
der Fernsehsendungen K L I K."

von  
Regine Vater

c autor 1987

---

Humboldt-Universität Berlin, Sektion Ästhetik/Kunstwissenschaften  
Bereich Musikwissenschaft, Am Kupfergraben 5, Berlin, 1080, DDR  
Telefon: 20 93 20 69 · 20 93 20 70 ; 2 07 18 48

25

"Visualisierung von Rockmusik -  
Untersuchungen zu einem neuen Medium  
anhand ausgewählter Video - Produktionen  
der Fernsehsendungen K L I K."

von  
Regine Vater

c autor 1987



## Inhaltsverzeichnis

	Seite
0. Vorwort	3
1. Das Musikvideo - Möglichkeiten einer neuen Ausdrucksform von populärer Musik	5
1.1. Einführung	5
1.2. Die Einbindung des Musikvideos in die Medien- industrie - geschichtliche und ökonomische Hinter- gründe	6
1.3. Möglichkeiten der visuellen Gestaltung von Musik	8
1.4. Der Zusammenhang von Musikvideo und Werbung	12
1.5. Ursachen der Popularität eines neuen Mediums	13
2. Die Funktion der Rockmusik innerhalb der künst- lerischen Massenkommunikation in der DDR	16
2.1. Über die Bedeutung und Wirksamkeit von Massen- medien	16
2.2. Der Einfluß realer Lebensbedingungen auf die Mediennutzung Jugendlicher	19
2.3. Rockmusik als spezifische Ausdrucksform populärer Musik	21
2.4. Einsatz von Videoclips in den sozialistischen Medien	24
3. Das Musikvideo in der Jugendsendung "KLIK" des DDR-Fernsehens	25
3.1. Zur Konzeption des Jugendjournals	25
3.2. Die Produktionsmöglichkeiten der Fernsehsendung KLIK	28
3.3. Die Einbeziehung neuer technischer Produktions- möglichkeiten	32

3.4.	Die steigenden Anforderungen an die künstlerische Präsentation	34
3.5.	Zuschauerresonanz der Fernsehsendung KLIK	35
4.	Videoproduktionen der Fernsehsendung KLIK	37
4.1.	Einführung	37
4.2.	Analyse ausgewählter KLIK-Produktionen	38
4.2.1.	Roland Kölm "Ballettänzer"	38
4.2.2.	Markus Siewert "Snobdame"	41
4.2.3.	IC (Ralf Schmidt) "Wunderland"	44
4.2.4.	Arnulf Wenning "Rot, so rot"	46
4.2.5.	Ralf "Bummi" Bursy "Feuer im Eis"	47
4.2.6.	Ines Paulke "Hauch mir wieder Leben ein"	49
4.2.7.	Rockhaus "Gefühle"	53
4.3.	Auswertung	57
	Anhang	61
	Anmerkungen zum Text	61
	Literaturverzeichnis	65
	Tafeln	69
	Eidesstattliche Erklärung	86

## 0. Vorwort

Das Ziel der vorliegenden Arbeit soll sein, die neuen Möglichkeiten der Einbeziehung populärer Musik, hier speziell Rockmusik, in Prozesse der kulturellen Massenkommunikation aufzuzeigen. Gleichzeitig wird auf Probleme und Schwierigkeiten im Umgang mit dem neuen Medium Video hingewiesen werden.

Hauptsächlicher Gegenstand der Untersuchungen war die Sendung des Jugendfernsehens der DDR KLIK, dabei speziell deren eigene Videoproduktionen. Um diese Analyse zu erstellen, schien es zunächst notwendig, einen knappen Abriss der Geschichte dieses neuen Mediums zu geben, auf aktuelle Tendenzen, hierbei vor allem im kapitalistischen Ausland, hinzuweisen. So wurde es möglich, diese relativ junge Form von Musikpräsentation in der DDR in einen umfassenden internationalen Kontext zu stellen. Nur somit lassen sich Besonderheiten, die für die Beurteilung eigener Produktionen von Bedeutung sind, klar herausstellen. Aus diesem Grund schien es angebracht, die Arbeit stark zu untergliedern, wobei gleichzeitig der innere Zusammenhang und die Abhängigkeit der einzelnen Kapitel betont werden soll. Ausgehend von der Entstehung neuer Möglichkeiten der visuellen Gestaltung von populärer Musik wird auf deren Spezifika unter sozialistischen Produktionsverhältnissen vor allem in der DDR hingewiesen. Dabei mußte der Bedeutung der Rockmusik innerhalb der kulturellen Massenkommunikation Jugendlicher ein gesonderter Abschnitt zugestanden werden. Denn nur über diese Beziehung läßt sich die Produktion von Musikvideos im Sozialismus erklären.

Nach einer Betrachtung der Fernsehsendung KLIK, ihren Produktionsmöglichkeiten und dem Selbstverständnis der Produzenten soll anhand ausgewählter Videos untersucht werden, wie weit es gelungen ist, innerhalb eines kurzen Zeitraumes von nur zwei Jahren Anschluß an den Standard von Videoproduktionen westlicher Machart zu finden und welche Schwierigkeiten sich meines Erachtens hauptsächlich bei diesen Produktionen ergeben. Es wird sich zeigen, daß durch einen immer souveräneren Umgang mit diesem Medium durch eigene Erfahrungen bei der Einbeziehung moderner

Technik und natürlich durch die Wechselbeziehung mit den Rezipienten eine Entwicklungstendenz vorhanden ist, der weitestgehend eine zeitliche Chronologie innewohnt. Es kann festgestellt werden, daß die DDR-Videos an Attraktivität, Originalität und Ausdrucksstärke gewinnen.

## 1. Das Musikvideo - Möglichkeiten einer neuen Ausdrucksform von populärer Musik

### 1.1. Einführung

Beschäftigt man sich mit der Entwicklung des Musikvideos in der DDR, so ist es unumgänglich, über die Entstehung und über die Eigenheiten des Mediums Video im kapitalistischen System zu sprechen. Denn letztendlich gehört auch das Musikvideo zu den sozialen und kulturellen Konsequenzen einer hochindustrialisierten Gesellschaft, die gekennzeichnet ist durch eine rasante Entwicklung der technischen Produktivkräfte.

Mit der Umsetzung der Ergebnisse der wissenschaftlich-technischen Revolution steigt die Intensivierung kultureller Kommunikation an und führt schließlich zu neuen oder veränderten Medienangeboten sowie auch zu Veränderungen innerhalb ihrer Produktions-, Rezeptions- und Konsumtionsbedingungen. Die ökonomische Grundlage dieser weitreichenden Veränderungen ist in der umfassenden Vergesellschaftung der Produktion und ihrer fortschreitenden Arbeitsteilung zu finden.

Gegenwärtig unterliegt das System der kulturellen Massenkommunikation weltweit einer dynamischen Veränderung, deren Tragweite noch nicht vollends abzuschätzen ist. Die Einflüsse auf die kulturelle Massenkommunikation, auf Arbeit und Freizeit, auf den Alltag der Menschen sind äußerst vielfältig. Im Sozialismus werden jene Neuerungen Anwendung finden, die eine Bereicherung des kulturellen Alltags der Werktätigen darstellen, die vorhandenen Bedürfnisse besser befriedigen helfen, die schließlich dazu beitragen, unsere sozialistische Kultur weiter zu entwickeln. Für uns ist es beim Umgang mit diesen neuen Medien wichtig, ihre Gesetzmäßigkeiten zu erkennen und die großen Möglichkeiten, die sie bieten, für die sozialistische Kultur nutzbar zu machen. In diesem Zusammenhang ist es jedoch ebenso notwendig, auf die Widersprüchlichkeit innerhalb ihrer Funktionsmechanismen zu achten.

## 1.2. Die Einbindung des Musikvideos in die Medienindustrie - geschichtliche und ökonomische Hintergründe

Videoclips sind in den USA bzw. in den von der Medienkultur der USA beeinflussten Ländern Westeuropas entstanden. Sie sind folglich auch an Rezeptionsbesonderheiten gebunden, die das Fernsehen jahrzehntelang seinen Zuschauern antrainiert hat. Für die Herausbildung bestimmter Gewohnheiten im Mediengebrauch stehen dadurch bedingte ästhetische Standards, die den Rezipienten in unserem Lande zwar nicht ganz unbekannt zu sein scheinen, hier aber möglicherweise in nur annähernd gleiche Zusammenhänge gebracht werden können. Ohne Zweifel wird die trendbestimmende Erscheinungsform - was das Musikvideo ohne Zweifel ist - auch für Jugendliche in der DDR im Umgang mit den Medien eine relevante Rolle einnehmen. Man sollte sich jedoch vor einer allzuschneellen Übernahme von Produktions- und Gestaltungsweisen genau über die Funktionsmechanismen der westlichen Musikvideos informieren. Im Falle der Videoclips schließt das von vornherein die rein kommerzielle Zielsetzung als bestimmenden Funktionszusammenhang für die Medienkultur im Sozialismus aus.

1980 schreckten erstmals rückläufige Plattenverkaufszahlen die Medienkonzerninhaber auf - die Vormachtstellung der Schallplatte begann mit der Durchsetzung der Kassettentechnik und der damit verbundenen schwer kontrollierbaren Praxis der Musikverbreitung durch das Umschneiden der Musik auf Kassette, zu schwinden. Ein neuer Markt mußte geschaffen werden, um das Geschäft mit der Musik wieder in Gang zu bringen. Mit Hilfe von Investitionen wurden so neue Medien und Technologien erschlossen, die eine kontinuierliche Wachstumsrate garantieren sollten. Dafür steht der weiträumige Einsatz von Computersystemen sowie das Vordringen der Digitaltechnik, die sich auch in der Entwicklung der Compact Disc abzeichnete. (Die C. D. ist eine auf digitaler Basis mit einem Laser abzutastende Neuentwicklung.)

Weiter wurde ein umfassender Ausbau der Kabelnetze vorgenommen, was Fernsehübertragungen via Satellit weltweit möglich machte. Angeschlossen an das kommerzielle Kabelsystem, nahm am 1. August 1981 Music Television (MTV) - der erste rund um die Uhr Videoclips ausstrahlende Kabelkanal in den USA - seinen Betrieb auf. (1) MTV wurde bereits 1984 von 22 Millionen Haushalten in den USA empfangen. (2) Diese Zahl beweist, daß in entscheidendem Maße Einfluß auf das Kaufverhalten, auf Mode, Kleidung und Lebensweise der Zuschauer genommen werden kann. Uta Becher führt weiter an: "Tophits werden über diesen Kanal bis zu fünfmal am Tage gesendet, was natürlich auch die Massenverbreitung und damit die Nachfrage nach diesen Videos und den Rockgruppen fördert." (3)

MTV existiert als Gemeinschaftsunternehmen von Warner Communications, einem der größten Medienkonzerne im Weltmaßstab, und dem Banken- und Kreditunternehmen American Express. Das eigentliche Geschäft für die Inhaber realisiert sich allerdings mehr nebenbei. Für "Warner" steht dabei an erster Stelle der Einfluß auf die Plattenverkaufszahlen. Indem MTV mit seinen Videoclips für bestimmte Platten wirbt, wirkt sich die Attraktivität des Senders positiv für den Anschluß ans Kabelnetz aus. Somit hat sich auch für American Express der Einsatz gelohnt, denn damit ist die Voraussetzung gegeben, Bankbuchung, Einkäufe u.a. über den häuslichen Fernsehapparat zu tätigen. MTV erscheint hier also als reiner Werbekanal, und zwar in doppelter Hinsicht. Aus dieser Tatsache wird ersichtlich, daß ein Unternehmen wie MTV, das sich ausschließlich über Werbung finanziert, für seine Betreiber noch profitabel ist.

In erster Linie sind aber mit dem Aufkommen von MTV gänzlich neue Perspektiven in der Vermarktung von Musik in Form der Videoclips entstanden. Der Werbeeffect eines zur LP produzierten Videos, welches über das Kabelnetz populär gemacht werden kann, ist dem einer Welttournee von Band oder Interpreten zu vergleichen. Die Videoproduktion ist dagegen weit weniger kostenintensiv, kraft- und zeitaufwendig.

"Die Produktionszeit beträgt höchstens eine Woche, meist sogar nur zwei bis drei Tage, und die Produktionskosten liegen in der Regel zwischen 25.000 bis 300.000 Dollar." (4)

Für Spitzenstars werden unter Umständen auch Millionenbeträge aufgebracht, der sichere Verkauf ihrer Platten garantiert schließlich die Einnahme der Produktionskosten. Junge unbekannte Künstler haben es dagegen schwer. Oftmals neigen die Vertreter der Medienkonzerne dazu, lediglich hitverdächtige Songs visualisieren zu lassen, diese dann auch gezielt zum Einsatz, und zwar über den Kabelkanal zu bringen.

Dies läßt die Problematik deutlich werden, die sich für die Musikentwicklung durch das Wirken der Videos ergibt. Der komplizierte Produktionsprozeß erlaubt es dem Künstler immer weniger, direkten Einfluß auf die Präsentation seines „Werkes“ zu nehmen. Dem Konzern sind somit weitere Möglichkeiten geboten, Künstler und Musik unmittelbar seinen Profitinteressen unterzuordnen. (So werden beispielsweise Kleidung, Auftreten und Image der Musiker in vorhandene und bewährte Klischees eingepaßt, bzw. werden neue Muster geschaffen.)

Die feste Einbindung des Musikvideos in die ausschließlich kommerziell bestimmten Zusammenhänge der Medienkonzerne prägt damit auch den entscheidenden Unterschied zu den kulturellen Gebrauchszusammenhängen, in denen die Rockmusik steht. (5) Dieser Prozeß, in den jetzt die Musikentwicklung gestellt wurde, machte das Musizieren an veränderte technische, ökonomische und institutionelle Voraussetzungen fest. So waren Auswirkungen auf ästhetische Strategien und Gestaltungsgesetze, besonders auf musikalische Formen die unausbleibliche Folge. Das erklärt auch zum Teil den beachtlichen Erfolg solcher Gruppen wie Frankie goes to Hollywood, Duran Duran, Depeche Mode oder Human League - Vertretern des Synthi-Pop, deren Klangbild durch die Dominanz von Synthesizer und Electronic Drums bestimmt wird.

Der technisch bestimmte Sound dieser Bands, auch ihre modisch verrückte Aufmachung, paßte sich ideal in eine von der Ästhetik der Werbung beherrschte Medienlandschaft ein.

Begründet durch seine kommerzielle Funktion ist das Musikvideo vorrangig auf Faszination ausgerichtet; es dient den ökonomischen Interessen des Kapitals in der Medienindustrie, denn nicht Musik soll verkauft werden, sondern Platten. Zur Realisierung maximaler Profite muß die Ware-Geld-Beziehung in Gang gehalten werden.

Die Kultur im Kapitalismus ist die Kultur der Warenform, wobei im hier interessierenden Bereich das Produkt selbst (die Schallplatte) nicht vorhanden ist, sondern lediglich durch den Song vertreten wird, der wiederum nur das optische Geschehen als Klangkulisse umspielt.

### 1.3. Möglichkeiten der visuellen Gestaltung von Musik

Das Musikvideo verbindet die populärsten Medien der Massenkultur - Musik, Film und Fernsehen - zu einer Einheit. In ihm verkörpern sich ästhetische Werte und Ideale. Wertmuster werden vorgegeben und damit Wahrnehmungs- und Urteilsstereotype ausgeprägt.

"In ihm laufen Entwicklungen zusammen, die ... in ihrer Synthese bestehende kunstsprachliche Diskursregeln aufbrechen, die überkommenen musikalischen und visuellen Stereotype der Massenkultur ihrer angestammten Bedeutung berauben und in einer alles verschlingenden Kombination von Bildern, Stilen, Zeichen, Symbolen, Mythen, Rhythmen und Klängen Möglichkeiten einer audio-visuellen Medienkunst im Alltagszusammenhang aufscheinen lassen, ..." (6)

Dabei wird im Musikvideo die Bildersprache über der Musik offensichtlich den Gesetzen der Werbung unterworfen. Sie besitzt eine eigene Ästhetik, die rückwirkend auch die Musik beeinflusst. So werden beispielsweise oft harte Bildschnitte mit bestimmten Rhythmen oder auch Klängen kombiniert.

In vielen Videos fällt die Zusammenhangslosigkeit der Gesten, Aktionen und Intentionen auf, die scheinbar zu keinem sinnvollen Ganzen sich vereinigen lassen.

Begründet ist diese Tatsache in der Machart der Clips, die definiert wird durch rasante, computergesteuerte Schnittfrequenzen, häufige Format- und Perspektivwechsel, harte Bildschnitte, Slow Motion, Solarisationen, außergewöhnliche Bildmontagen und optische Effekte. Diese bilden starke visuelle Reize, die den Zuschauern der Musikvideos auch nach mehrmaligen Sehen immer wieder Neues entdecken lassen.

Die lose Aneinanderkettung der Bilder und Symbole wird dabei strukturiert durch formale Verknüpfungen, wie beispielsweise der Rhythmus der Musik den Rhythmus des Bildschnitts steuert, oder Kameraschwenks logisch nicht zusammengehörende Bildobjekte und Bildebenen verbinden. Mit Hilfe von Schnitt- und Montagegeschwindigkeit, Bildverzerrung, Farbgestaltung u. a. Faktoren werden die Bilder oft ins Extreme versetzt. Die Möglichkeiten der Gestaltung sind äußerst vielfältig. So können auch isolierte Einzelwörter oder Textfragmente im Sinne von Reizwörtern ganze Bildsequenzen auslösen. Festhalten läßt sich, daß in der Regel der Zusammenhalt der Symbolik nicht durch den Songtext und seinen Inhalt realisiert wird, sondern durch rein formale Verbindungen, die bis an die Grenzen der Wahrnehmbarkeit eine Vielzahl von Bilderfolgen koppeln. (7)

In der inhaltlichen Gestaltung scheint ein bevorzugtes Thema zu sein, wie Rockmusiker den vielfältigsten Gefahren ausgesetzt werden. Seien es nun Verfolgungsjagden oder Begegnungen mit Monstern, Verbrechern, Fans u. a. Im wesentlichen lassen sich zwei Haupttendenzen unterscheiden. Einmal sind es die in sich geschlossenen Geschichten, die in knapper Form erzählt werden, meist mit Filmmaterial gedreht und erst später auf Video bearbeitet. Zum anderen sind es diejenigen Clips, die eine unüberschaubare Flut von Bildern auslösen, wo es unmöglich erscheint, einzelne Teile zu einem Ganzen zusammenzufügen. Hier steht der Einsatz der Elektronik meist von Anbeginn an.

Die durchschnittliche Länge einer Einstellung in einem US-amerikanischen Videoclip beträgt derzeit 2,4 Sekunden. Das entspricht in etwa 100-110 Einstellungen über eine Titellänge von 4,5 Minuten. Bei Werbespots beträgt die durchschnittliche Dauer zweieinhalb Sekunden. Damit unterbietet der Videoclip noch deren Schnitttempo, das heißt die Wahrnehmung durch den Zuschauer wird hier von vornherein relativiert. Schnell decodierbare Zeichen lenken ihre Aufmerksamkeit - und das meist in Form extrem verdichteter und verkürzter Erzählweisen. (8)

Bei der Betrachtung des Verhältnisses von Text - Bild bzw. Musik und Bild fällt auf, daß scheinbar in der optischen Umsetzung jede sinnbezogene Entsprechung im verbalen Text oder auch in der Musik fehlt - daß zwei Ebenen zu wirken scheinen. Doch läßt sich trotz dieses Spannungsverhältnisses von Musik und Bild ein besonderer Zusammenhang nachweisen. Denn, obwohl das Bild absurd oder sinnlos erscheint, bezieht es sich doch auf die ausgedehnte und umfangreiche Medienerfahrung Jugendlicher, auf ihr an zahllosen Filmen und Werbespots "geschultes Auge", knüpft es an die durch Fernsehnutzung akkumulierten Bilder und an herausgebildete Muster der Rezeption an.

Im Video sind die visuellen Stereotype ihres logischen Zusammenhangs entkleidet und an Bildobjekte gebunden, die offenkundig in keiner Beziehung zu ihnen stehen.

Der Ursprung dieses Gestaltungskonzepts ist in der Ästhetik der Werbung zu finden. Schon seit den 60er Jahren hat die Werbung in den USA und Westeuropa das gesamte Arsenal der Grundmuster des Schocks der Avantgarde des 20. Jahrhunderts in ihrer Zeichenproduktion einbezogen. Speziell was die surrealistische Gestaltungsweise betrifft, findet diese in der Werbebranche großen Anklang. Das Musikvideo nutzt als konzeptionelle Grundlage dieses Reservoir der kommerziellen Gebrauchsgraphik.

#### 1.4. Der Zusammenhang von Musikvideo und Werbung

Peter Wicke spricht von einer "Kombination zweier an sich disparater Zeichensysteme durch eine Reihe von formalen Techniken". (9)

Dabei soll einem bestimmten Produkt eine besondere Bedeutung in den Augen des Käufers beigemessen werden, indem einem ästhetisch aufbereiteten Zeichen, wie beispielsweise der Fotografie des Produkts, ein emotional wirksameres Zeichensystem hinzugefügt wird. Durch Montage der Bilder erscheint der eigentlich unlogische Zusammenhang als zusammengehörig und durchaus natürlich. Deshalb gebraucht auch P. Wicke die Bezeichnung der "Ästhetik des Synthetischen" für diese Praxis, die im Musikvideo nach gleichen Prinzipien und Techniken abläuft. Hierbei werden dem Instrumentarium herkömmlicher Produktwerbung weit weniger Grenzen gesetzt. Den Produzenten eröffnet sich ein wesentlich breiteres Anwendungsgebiet im Umgang mit den formalen Techniken, der Kreativität sind somit weniger Grenzen gesetzt.

Begründet liegt dieser Sachverhalt in der im Video fehlenden unabdingbaren Produktpräsenz. Die Beschränkung auf lediglich eine alternierende Zeichenebene löst sich damit auf.

Im Resultat erscheinen in den Clips Symbole, Stereotype und Objekte in derart mehrdimensionalen und mehrschichtigen Syntheseformen aufeinander, in den verrücktesten Spielarten, die dem Betrachter Assoziationen ermöglichen, welche nicht standardisiert oder vorgeprägt sind, sich aber doch auf Erlebnisse, Erfahrungen, Bewußtseinsbilder einschlägiger Film- und Musikproduktionen beziehen.

Zwar wird mit dieser visuellen Zitattechnik der verbale Text nicht aufgehoben, doch bedienen sich die Video-Macher - größtenteils selbst aus der Werbung kommend - ganz bestimmter Mechanismen aus der Werbebranche, indem sie die Wahrnehmungsschwelle des Rezipienten zu unterschreiten versuchen, quasi das Unterbewußtsein mobilisierend beeinflussen.

So stehen dafür irreale Größenverhältnisse, absurde Verbindungen zwischen dem Produkt für das geworben wird und der Bildumgebung, in die es gestellt wird. Weiter werden Bildaufbau, Proportionen und Farbgestaltung in Zusammenhänge gebracht, die die Möglichkeit offen lassen, verbale, musikalische und visuelle Stereotype nach eigenem Ermessen aufeinander zu beziehen. Durch diese Wahrnehmungsweise wird Freiraum gelassen für individuelle Auseinandersetzung und Assoziation des Einzelnen. Es ermöglicht die kreative Aufarbeitung vorangegangener Medienerfahrungen.

Andererseits ermöglicht das Musikvideo gleichzeitig auch eine ideologische Einflußnahme von Seiten der Produzenten, die hier zwar nicht vordergründig erscheint, doch aber intensiv wirkt. So fällt in vielen Produktionen auf, daß mit Hilfe äußerst subtiler Blickwinkel, beispielsweise Männer- bzw. Frauenbilder aufgezeigt bzw. erzeugt werden, die den Medienkonzernen und ihrem System in jeder Hinsicht dienlich sind - das Musikvideo letztlich also auch in seiner Funktion der Ausprägung bestimmter Weltbilder, zur Stabilisierung sozialer Normen. Das Video hier in seiner Funktion der visuellen Agitation für die ökonomischen Interessen des Kapitals in Musik- und Medienindustrie. Durch sinnliche Attraktivität verleitet es seine Betrachter geradezu, ein zustimmendes Verhältnis gegenüber den vermittelten Inhalten einzunehmen.

#### 1.5. Ursachen der Popularität eines neuen Mediums

Gegenüber diesen, sicherlich ernst zu nehmenden Faktoren, die die Musik aus ihren klassenspezifischen Gebrauchszusammenhängen herausheben, sie in ihrer Vermarktung kontrollierbar machen, steht offenkundig die Attraktivität des Musikvideos. Innerhalb kürzester Zeit entwickelte sich dieses Medium zu einer weit verbreiteten Form der Musikeignung Jugendlicher.

Stars sind nun nicht mehr nur im Konzertsaal zu erleben, sondern auch abrufbar auf heimischen Bildschirmen. So werden die in Shows und Konzerten wirkenden visuellen Komponenten modifiziert für ein großes massenhaftes Publikum zugänglich gemacht.

Das Musikvideo "hat der Musik eine neue, visualisierte Existenzform gegeben, wird neben der Schallplatte in Verbindung mit der Videokassette oder der Bildplatte zu einem neuen Medium der Musikverbreitung - ganz gleich, ob und inwieweit das von kommerziellen Interessen gesteuert wird". (10) Sicherlich hat sich mit dem neuen Artikel auf dem Medienmarkt das Geschäft belebt, haben sich die Absatzchancen erhöht und die Käuferschar vergrößert.

"Das die Rockmusikvideos heute so großen Anklang finden, ist sicher nicht zufällig: Gerade die RM ist nie nur Musik gewesen, sie ist auch provokative Artikulation von Unbehagen gegenüber gesellschaftlichen Normen und produziert neben ihren vielfältigen musikalischen Zeichen auch optische, vor allem körperliche und ästhetische Codes, die im kommunikativen Verkehr Jugendlicher eine wichtige Rolle spielen." (11)

Vorrangig aufgrund außermusikalischer Faktoren, wird von den Videos die Wirksamkeit populärer Musik beeinflusst. Diese stehen in Beziehung mit der Vorführung und Darbietung populärer Musik, mit der Verbindung von Musik und Zeichen und Symbolen, mit Ausschmückungen, habituellen Verhaltensweisen u. a.

Weiter wird in ihrer Gestaltung auf Techniken zurückgegriffen, wie sie im Comic zu finden sind, Szenen aus Spielfilmen werden verarbeitet, besonders aber werden die bereits beschriebenen Verfahrensweisen aus der Fernsehwerbung genutzt, um in Verbindung mit den neuen Möglichkeiten der Video- und Computertechnik andere Ausdrucksformen zu finden. Elemente der darstellenden Kunst, der bildenden Kunst und der Musik werden auf neuartige Weise miteinander verknüpft.

Die zumeist surreale Bildgestaltung und Montage deutet darauf hin, daß Alltagserfahrungen oftmals in verfremdeter Form dargestellt werden. Es steht nicht mehr die Reproduktion von wirklichem Wahrnehmungsmaterial im Vordergrund, sondern Erfahrungen aus verschiedenen künstlerischen Medienprodukten.

---

\*RM = Rockmusik

In ihrer Gesamtheit bilden die in England, den USA, aber auch in Westeuropa produzierten Musikvideos ein widersprüchliches Bild, das sich kaum generalisierend beschreiben läßt. (12)

Es steht fest, daß in diesen visuell-akustischen Sequenzen weit mehr zu sehen ist, als in bisherigen Verbindungen von Film und populärer Musik, mehr als auch für viele Musikfilme charakteristisch war.

So gab es lange vorher schon Tourneeberichte, in denen Erfolge auf der Bühne, Geschehnisse in Studios, Hotels, hinter der Kulisse dokumentiert wurden, diese den Hintergrund für die Musik bildeten. Episoden aus dem Leben der Stars oder auch die Abfilmung legendärer Musikereignisse. Es gab sogenannte Minikurzfilme entlang der Story eines Songs, verbunden durch die einigermaßen logische Erzählstruktur der Bilder, praktisch zur Illustration des Textes.

Charakteristische Beispiele dieser Art Promotionfilme finden sich schon in den 60er Jahren mit den Produktionen der Beatles; wie "Penny Lane" und "Strawberry Fields Forever" aus dem Jahre 1967. Eigentlich läßt sich diese Praxis noch bis in die dreißiger Jahre zurückverfolgen, wo im Zusammenhang mit der Swing-Ära Kinokurzfilme zu populären Liedern für das Vorprogramm der Kinos entstanden sind. Später in den fünfziger Jahren wurden daraus die Jukebox-Filme, zur Popularisierung des Rock'n' Roll.

Aber auch die Verbindung von Rockmusik und Fernsehen, die optische Repräsentation von beliebten Künstlern der Unterhaltungsbranche in Musik-Shows spielte seit den fünfziger Jahren eine nicht unbedeutende Rolle für die Entwicklung der Rockmusik, letztendlich auch der Musikvideos. Die heutigen Video-Produktionen bieten natürlich mehr als nur aufgezeichnete Konzerte oder etwa bebilderte Songtexte. Was das Musikvideo von allen vorangegangenen Entwicklungen unterscheidet ist das ästhetische Konzept, das ihm zugrunde gelegt wird, die ihm eigenen Gestaltungsgesetze, die nicht ohne Auswirkungen auf Musizieren und Musikentwicklung geblieben sind.

## 2. Die Funktion der Rockmusik innerhalb der künstlerischen Massenkommunikation in der DDR

### 2.1. Über die Bedeutung und Wirksamkeit der Massenmedien

Massenkommunikationsprozesse sind sehr eng mit der gesamten Kultur verflochten, so daß ihre Auswirkungen offenbar nur im Zusammenhang mit einer langfristigen Analyse der Entwicklung kultureller Massenprozesse auszumachen sind. Dabei ist es äußerst schwierig festzustellen, was durch Massenkommunikation an kulturellen Entwicklungen reflektiert, dokumentiert und was durch sie beeinflusst, initiiert, modifiziert wird.

Im Zusammenhang mit der Entwicklung kultureller Bedürfnisse und Verhaltensweisen Jugendlicher, lassen sich zum kulturellen Gebrauch der Massenmedien folgende Thesen aufstellen:

- "1. Medien sind heute konstitutiv für ästhetische Erfahrung.
2. Die Rezeption verschiedener Medieninhalte beeinflusst sich wechselseitig.
3. Medienrezeption konstituiert einen spezifischen kulturellen Kontext, der als Bedingung für die Rezeption von Angeboten anderer kultureller Institutionen wachsende Bedeutung gewinnt.
4. Die Quantitäten der Medienrezeption führen zu neuen Rezeptionsgewohnheiten." (13)

Gerade der unter Punkt zwei genannte wechselseitige Einfluß verschiedener Medieninhalte läßt die Problematik erkennen, die eine auf einzelne Inhalte isolierte Rezeptionsforschung eingeht - reale Prozesse lassen sich so kaum aufdecken. Auch scheinen die an die unterschiedlichen Genres geknüpften Erwartungshaltungen innerhalb der Rezeptionsprozesse sich inhaltlich anzunähern. Vermittelt wird die wechselseitige Beeinflussung über relativ komplexe Rezeptionsgewohnheiten, die durch entsprechende Erfahrungen sich herausbilden.

Bedingende bzw. determinierende Faktoren der Mediennutzung als kulturelle Verhaltensweise, sind in erster Linie Erwartungen, aber auch Interessen. Sie beeinflussen sowohl die Selektion und die Rezeption erheblich und entwickeln sich im Zusammenhang mit veränderten Arbeits- und Lebensbedingungen.

"Die Einbeziehung der Massenmedien in die politische Massenarbeit ebenso wie die Befähigung der Jugendlichen zur Nutzung der Medien für ihre Persönlichkeitsentwicklung sind zwei untrennbare Bestandteile einer sozialistischen Medienerziehung, deren Bedeutung im Rahmen der kommunistischen Erziehung wächst. Wenn ein Teil der Jugendlichen bereits heute seine eigenen Musikprogramme zusammenstellen kann (Kassetten- und Radiorecorder, Platten und Tonband u. a.), so ist mit der absehbaren Einführung von Videorecordern auch das selbst zusammengestellte Fernsehprogramm keine Frage der fernen Zukunft mehr. Gerade deshalb gewinnen Fragen der Medienerziehung an Bedeutung, um die Möglichkeiten der Massenmedien für die sozialistische Persönlichkeitsentwicklung der Jugendlichen zu nutzen." (14)

Die Wirkungsmöglichkeiten der Massenmedien sind vielfältiger Art. Sie betreffen sowohl die ideologische als auch die kulturell-ästhetische und geistige Entwicklung der Jugendlichen. Begründet liegt diese Feststellung in der Nutzung der Medien, wobei neben den künstlerischen Beiträgen auch Informationen und Argumentationen der Massenmedien genutzt werden. Ihre nachweisbare Wirkung trägt wesentlich stärker zur Stabilisierung vorhandener Einstellungen und bestimmter ideologischer Überzeugungen bei als zu deren Veränderung. Gerade im Jugendalter ist diese stabilisierende Wirkung wichtig. Ausgehend von der Fülle der Medienrezeption darf man deren Gesamtwirkung nicht unterschätzen. Die Intensität der Wirkung wird sicherlich nicht zuletzt von der Qualität (Inhalt und Form) der Beiträge abhängen, wobei diese bemessen wird, inwieweit es gelingt, die Aufmerksamkeit der Jugendlichen zu wecken und sie zum produktiven Mitdenken anzuregen.

Als weitere wichtige Faktoren wirken sowohl die bereits vorhandenen Einstellungen der Jugendlichen, da diese bereits im Rezeptionsprozeß wirksam werden, als auch die Situationen, in der sie Beiträge rezipieren. Gespräche und Diskussionen, in denen sich Jugendliche mit bestimmten Problemen auseinandersetzen, eigene Erfahrungswerte mit dem Rezipierten vergleichen und überprüfen, stellen eine wichtige Form der aktiven Aneignung und Auseinandersetzung mit den Beiträgen der Massenmedien dar. Sie haben großen Einfluß auf die Verstärkung der Wirkung einzelner Medienbeiträge.

Die Wirksamkeit der Massenmedien sollten jedoch nicht allein unter dem Aspekt der unmittelbar oder vermittelt sichtbar werdenden Einflüsse auf ideologische Überzeugungen und ästhetische Einstellungen gesehen werden. Die bedeutende Rolle der Massenmedien im geistigen Leben der Jugendlichen bleibt unumstritten.

Jugendliche erhalten durch die Massenmedien vielfältige Informationen, Verhaltensweisen u. a., deren unmittelbare Wirkung zwar nicht nachweisbar ist, deren langfristige Wirksamkeit aber außer Zweifel steht. Ein wichtiges Beispiel diesbezüglich ist die Entwicklung kommunikativer Fähigkeiten und Fertigkeiten, die die Jugendlichen befähigen im Kollektiv sich zu verständigen, eigene Ansichten überzeugend zu artikulieren und offensiv zu vertreten.

Die Aussagen über die Wirksamkeit der Massenkommunikation zeigen, daß eine langfristige, differenzierte Mediennutzung in starkem Maße die Persönlichkeitsentwicklung beeinflusst. So läßt sich zur differenzierenden Wirksamkeit der Massenmedien bei Jugendlichen folgendes feststellen: "Relativ stabile Interessen und Erwartungen wirken sich aus auf eine entsprechende Nutzung verschiedener Angebotskomplexe mehrerer Medien. Damit wird eine langfristig unterschiedliche Wirksamkeit der Massenmedien sichtbar." (15)

Differenzierte Mediennutzung wirkt also langfristig, was nicht nur an Einzelercheinungen ablesbar ist, sondern dadurch werden komplexe Verhaltensweisen beeinflusst. (16)

Der unterschiedliche Grad an Informiertheit innerhalb der Gruppen schließt auf differenzierte Informationsgewohnheiten der Jugendlichen. Insofern schaffen die Massenmedien keineswegs gleiche Voraussetzungen bei allen Jugendlichen, vielmehr kann durch ihre Wirksamkeit die Differenziertheit in den bereits vorhandenen Kenntnissen sogar vergrößert werden.

Andererseits muß berücksichtigt werden, daß die ästhetischen Erfahrungen Jugendlicher entscheidend durch die Massenmedien bestimmt werden, besonders was den Aspekt der durch die Massenmedien vermittelten Musik- und Unterhaltungskunst betrifft. Neben der veränderten ästhetischen Erfahrung, welche mit der umfangreichen Mediennutzung zusammenhängt, steht die wachsende Rolle audiovisueller Künste.

## 2.2. Der Einfluß realer Lebensbedingungen auf die Mediennutzung Jugendlicher

Art und Weise der Nutzung von Massenmedien, so auch Erkenntnisse über musikalische Interessen und Bedürfnisse, über Erwartungshaltungen und Rezeptionsgewohnheiten gegenüber Musik und besonders Rockmusik lassen sich nur aus repräsentativen Untersuchungen der Jugendforschung und Jugendsoziologie ziehen. (17)

So ist bekannt, daß beispielsweise Ausbildung und Tätigkeit im gewählten Beruf ganz entscheidend auf die Interessen, Wertbeziehungen, Verhaltensweisen und Einstellungen also auch auf die Mediennutzung von Jugendlichen wirken, aber auch Faktoren wie der Wohnort, die Wohnsituation und die gegebenen materiellen Voraussetzungen haben wesentlichen Einfluß auf das Verhalten Jugendlicher gegenüber den Massenmedien. Wenn wir Mediennutzung als wichtige kulturelle Verhaltensweise bestimmen, so ist zunächst ihr hoher Stellenwert innerhalb der Freizeitgestaltung hervorzuheben. Durchschnittlich wenden Jugendliche etwa zwei Stunden täglich für die Nutzung von Massenmedien auf. (18)

Die Freizeitgestaltung der Jugendlichen ist deutlich abhängig vom Alter und Geschlecht, vom Familienstand, vom Bildungsgrad und den Erfahrungen und Fähigkeiten. Das Freizeitverhalten wird im wesentlichen durch das Interesse gesteuert.

Die Besonderheiten im sozialen Gebrauch von Musik, in musikalischen Interessen, im Umgang mit Musik werden in verschiedenen Lebensabschnitten festgestellt, besonders was die Unterscheidung von Interessen hinsichtlich der Genres und Gattungen von populärer Musik betrifft. In Abhängigkeit der Tätigkeit und der sozialen Beziehungen der Jugendlichen können drei Etappen der Mediennutzung ausgemacht werden.

Die erste Etappe umfaßt den Zeitraum zwischen dem 13. und 16. Lebensjahr und ist gekennzeichnet durch eine vielseitige und zugleich diffuse Nutzung der Medien. Wesentlich beeinflusst wird diese Altersgruppe durch eine starke Bindung an die elterliche Wohnung. Vom 17. bis zum 20. Lebensjahr bleibt die Wohnung zwar nach wie vor als kulturelles Zentrum bestehen, die Freizeitgestaltung verlagert sich allerdings aus der Familie, wobei die Musikrezeption über Radio, Kassetten und Platten die dominierende Rolle übernimmt. Ab dem 21. Lebensjahr bedingt zumeist die veränderte Tätigkeit oder auch der neue Familienstand eine starke Differenzierung im Gebrauch von Medien. (19)

Untersuchungen des Zentralinstituts für Jugendforschung belegen, daß Jugendliche im Laufe der letzten Jahre eine wesentlich veränderte Art und Weise des Umgangs mit Musik und den Formen ihrer Rezeption angenommen haben. Diese Entwicklung geht einher mit dem ständig wachsenden Ausstattungsgrad, der möglich gewordenen Programmwahl und der Abrufbarkeit von Musik. So hören 75 % der Jugendlichen sehr gern Musik, 25 % gern. Die Interessenstruktur hinsichtlich verschiedener musikalischer Genres entwickelte sich eindeutig zugunsten der Beat- und Rockmusik. 1979 zeigten dafür 88 % der Jugendlichen ein sehr starkes bzw. starkes Interesse. (20)

### 2.3. Rockmusik als spezifische Ausdrucksform populärer Musik

Ab Mitte der achtziger Jahre ist eine Veränderung in den Beziehungen Jugendlicher zur populären Musik in der DDR zu verzeichnen.

Mit der Erhöhung des materiellen und kulturellen Lebensniveaus hat auch die Verfügbarkeit von Musik für Jugendliche sich wesentlich erweitert. Statistische Zahlen belegen, daß beispielsweise durch bessere Ausstattung der Haushalte mit Unterhaltungselektronik die Möglichkeiten zum individuellen Musikgenuß wesentlich gewachsen sind. Gleichzeitig ist das Angebot an öffentlichen Veranstaltungen aller Gattungen gestiegen. Auch das der Medien (Rundfunk und Fernsehen) bietet eine größere Vielfalt an Musik.

Bedeutungsvoll erscheint in den achtziger Jahren das Vordringen der Mikroelektronik, der Computer- und Digitaltechnik in die kulturelle Massenkommunikation der DDR. Neue Formen der Präsentation und des Gebrauchs von Musik entwickelten sich so mit dem Einsatz der Neuerungen in der Produktion, Verbreitung und Nutzung von Musik und Film. Dies ermöglichte wiederum nicht nur eine technische Qualitätsverbesserung, sondern auch neue Ausdrucksformen in der populären Musik.

Gleichzeitig haben sich die Arbeitsbedingungen und -inhalte, die Anforderungen in Ausbildung und Beruf sowie die kulturellen Bedürfnisse und Verhaltensweisen verändert.

Der soziale Gebrauch von populärer Musik durch Jugendliche trägt zunehmend Massencharakter. Damit ist die Befriedigung einer Vielzahl von Bedürfnissen verbunden, die gerade für Jugendliche von entscheidender Bedeutung sind. Nach Peter Warnecke unterscheidet man folgende Funktionen:

1. Pop.M.\*dient der Befriedigung kommunikativer Bedürfnisse, indem sie Gegenstand von Gesprächen ist. Durch sie werden Fragen und Probleme aufgeworfen.
2. PM vermittelt soziale Erfahrungen, die modifizierend oder bestätigend wirksam werden.

---

\*Pop.M. = populäre Musik (weiter PM)

3. PM dient der Auseinandersetzung und Identifikation mit Haltungen und Verhaltensweisen, mit der Umwelt.
4. Sie dient der Befriedigung der Befürfnisse nach Unterhaltung und Entspannung, nach Gemeinschaft und sozialen Kontakt. (21)

Diesem letzten Punkt kommt große Bedeutung zu.

Besonders die Rockmusik ist in ihrem Gebrauch durch die Jugendlichen, als Mittel zur Artikulation eigener Haltungen, zur Stimulierung von Stimmungen und Gefühlen zu verstehen.

In ihr werden Lebensvorstellungen und Haltungen in und zur gesellschaftlichen Wirklichkeit aufgezeigt. So wird die Rockmusik zum Bezugspunkt für die Auseinandersetzung mit eigenen Ansprüchen und Verhaltensweisen Jugendlicher.

Der gesellschaftliche Stellenwert, den hier die Rockmusik einnimmt, läßt die Entwicklung von einem bloßen Konsummittel in ein bedeutsames Kommunikationsmittel deutlich werden, das ein aktives und engagiertes Verhältnis zur gesellschaftlichen Realität fördert.

Rockmusik steht im Zentrum der durch die audio-visuellen Medien vermittelten massenhaften Produktion und Verbreitung von Musik. Ihr Stellenwert in der Persönlichkeitsentwicklung Jugendlicher ist nicht zu unterschätzen. Rockmusik existiert für Jugendliche als Moment ihres Alltags, als Bestandteil ihrer Lebensbedingungen und als spezifische Form ihrer Lebenstätigkeit. So erfüllt sie mehrere Funktionen: Sie wirkt als Medium der Auseinandersetzung mit gesellschaftlicher und privater Umwelt, als Gebrauchsmusik zum Tanzen, als Objekt der Kommunikation, als Medium der individuellen Selbstverständigung oder auch als Geräuschkulisse. (22) Rockmusik wird somit in verschiedene Gebrauchszusammenhänge gestellt und verbindet quasi reale Bedürfnisse nach Entspannung und Erholung mit der gesellschaftlichen Realität und ihrer subjektiven Bewältigung.

Angesichts ihrer musikalischen und stilistischen Vielfalt läßt sich eine Definition von Rockmusik kaum erstellen. Als Abgrenzung zu anderen Gattungen der populären Musik wirken soziale und ästhetische Kriterien, die spezifische Merkmale der Rockmusik deutlich machen. Die praktische Umsetzung ist dabei äußerst vielfältig und läßt breiten Raum für verschiedene Spielweisen zu.

Nach Peter Wicke existieren vier Faktoren, die Rockmusik charakterisieren:

- Rockmusik ist eine kulturelle Praxis Jugendlicher, gewissermaßen Bestandteil ihrer Lebensweise, die eingebettet in einem sozio-kulturellen Kontext wirkt. Das Umfeld umfaßt die gesamte Medienlandschaft - von Film, Funk, Fernsehen, über Presse, Literatur bis hin zu Erzeugnissen der Druckgraphik und vieles andere.
- Rockmusik ist bestimmt durch die kollektive Identität von Texter, Komponist, Arrangeur, Techniker und Interpret im Gruppenmusizieren. Sie erhält somit ihren Charakter als Medium kollektiven Ausdrucks. Die Persönlichkeit des Musikers mit seiner individuellen künstlerischen Leistung, tritt hinter die kollektiven Zusammenhänge ihrer Produktion und Aufführung zurück.
- Die klangsinnliche Erscheinungsform von Musik - auch als Sound bezeichnet - wird zur zentralen ästhetischen Komponente. Sie bildet sich durch eine Kombination aus technischen und personellen Faktoren und ist gebunden an Produktions- und Reproduktionsbedingungen der Massenmedien (insbesondere Schallplatte).
- Dem folgt eine entsprechende Organisation des Musizierens, des Agierens der Musiker untereinander. Geregelt wird das Zusammenspiel durch metrisch-rhythmische Spannungsverhältnisse zwischen dem gleichmäßig durchgeschlagenen Grundschatz (beat) und den rhythmischen Akzentuierungen der Melodiestimmen auf der Grundlage mehr oder weniger feststehender Strukturformeln (patterns). (23)

#### 2.4. Einsatz von Videoclips in den sozialistischen Medien

Über Musik, besonders über Rockmusik, werden Bewußtseinsinhalte und Lebensgefühl vermittelt. Dieser Absicht entsprechen auch Musikvideos westlicher Produktion. Deren Gehalt an ästhetischen und politischen Werten und Wertungen steht in wesentlichen Punkten dem gegenüber, was sozialistische Kulturpolitik als ihre Hauptaufgabe ansehen muß. Musikvideos aber stellen auf Grund ihrer ästhetischen und künstlerischen Eigenheiten für die Vermittlung von Werten der sozialistischen Kultur und Lebensweise, und für die Propagierung politischer Haltungen eine neue und nicht zu unterschätzende Bedeutung dar. Es muß deshalb auf eine schnellstmögliche Nutzung, der durch die technische Entwicklung bereitgestellten Möglichkeiten ihrer Anwendung, orientiert werden.

Der Einsatz von Musikvideos erfolgt bis zum heutigen Zeitpunkt vorwiegend über die Sender des DDR-Fernsehens. Mit ihrem Vordringen in dieses Medium, der Beginn dieser Entwicklung ist etwa Mitte der 80er Jahre anzusetzen, werden neue Möglichkeiten eröffnet, die verschiedensten Formen der Realitätsauseinandersetzung - und Bewältigung von Jugendlichen auf einer qualitativ neuen Stufe darzustellen. In einem komplexeren Zusammenhang als es bisher Rockmusik allein vermochte.

Der Versuch der Künstler, in Texten sich mit Alltagsfragen aber auch politischen Problemen auseinanderzusetzen, kann durch die Visualisierung unterstützt werden. So gehen Wertvorstellungen und politische Standortbestimmungen der Künstler verstärkt in den medialen Kommunikationsprozeß ein und wirken komplexer auf die Rezipienten. Dabei ist zu beachten, daß Verhaltensmuster und Wertsetzungen stets neu auf ihre kulturelle und politische Wirksamkeit und Aktualität hinterfragt werden müssen. Gerade über die optische Umsetzung in Form der Musikvideos soll der Zuschauer angeregt werden, aktiv Stellung zu beziehen. So können auf diese Weise nicht zuletzt Phantasie und Kreativität der Rezipienten geschult werden.

Bis zum heutigen Zeitpunkt existieren in der DDR nur vereinzelt Videotheken bzw. Videodiscotheken. Auch der Ausstattungsgrad mit Heimvideorecordern ist sehr niedrig. Das unterstreicht die Bedeutung und Notwendigkeit für das Fernsehen der DDR, sich zu diesem neuen Medium in ein produktives Verhältnis zu setzen. Eine breitere Nutzung außerhalb des Fernsehens wird in den nächsten Jahren sicherlich zu einem großen Teil kulturellen Einrichtungen (Kulturhäuser, Jugendklubs, Bibliotheken etc.) und wissenschaftlichen Institutionen (Universitäten, Hoch- und Fachschulen, Urania, Kulturbund etc.) vorbehalten bleiben. Möglichkeiten des gezielten Einsatzes ergeben sich weiterhin u.a. in der Unterstützung des Bildungssystems (Lehrfilme), in der Form der Werbefilme auf Ausstellungen, Messen etc. oder für die Entwicklung der Filmkunst.

### 3. Das Musikvideo in der Jugendsendung "KLIK" des DDR-Fernsehens

#### 3.1. Zur Konzeption des Jugendjournals

Innerhalb der Vielfalt der Formen zur Begegnung mit populärer Musik sind nach wie vor Rundfunk und Fernsehen die entscheidenden Vermittlungsinstanzen. Sie ermöglichen massenhaft die Nutzung von Musik. Den Jugendlichen wird dabei in wachsendem Maße eine gezielte und insbesondere an ihren Interessen orientierte Auswahl erlaubt.

Neue Programme bzw. Sendungen fanden in den letzten beiden Jahren beachtliche Resonanz beim jugendlichen Publikum. So auch das am 12. 12. 1985 erstmals ausgestrahlte Jugendmagazin des DDR-Fernsehen "KLIK!-Klasse im Klub", das inzwischen 11 Produktionen (Stand März 1987) aufzuweisen hat. Auf die Altersgruppen zwischen 13 und 17 ausgerichtet, zielt die Konzeption der Sendung darauf hin, in einer für die Jugendlichen sehr bedeutsamen Entwicklungsphase ihrer Persönlichkeit "auf unterhaltsame Weise praktische Lebenshilfe für die Meisterung der alltäglichen Aufgaben und Probleme und für die Gestaltung eines sinnerfüllten Lebens zu geben." (24)

Begründet wird die Orientierung auf diese Zielgruppe mit der dominierenden Rolle, die gerade das Fernsehen beim jugendlichen Publikum einnimmt. So weisen soziologische Untersuchungen der letzten Jahre nach, daß Schüler der 8. - 10. Klasse, Lehrlinge und junge Facharbeiter über 4,5 - 5,5 Stunden Freizeit verfügen, wobei die Fernsehnutzung und die Pflege sozialer Kontakte eine Spitzenposition einnehmen.

Jugendliche erwarten vom Fernsehen Antwort auf ihre Fragen, Hilfestellung für die Meisterung ihrer alltäglichen Probleme ebenso wie die Befriedigung ihrer geistig-kulturellen Bedürfnisse, Spaß und gute Unterhaltung. Sie wünschen sich das Fernsehen als Partner und Ratgeber im weitesten Sinne. Erfahrungen bestätigen, daß Jugendliche zwar z. T. noch sehr diffus ihr Programm auswählen aber unter mehreren Möglichkeiten immer die Sendung bevorzugen, in der ihre Probleme am ehesten berührt werden und welche am ehesten jugendgemäß aufbereitet ist. Bestätigt durch diese und andere Untersuchungen richtet die KLIK-Redaktion ihre Programmgestaltung stärker darauf aus, die Alltags- und Lebensfragen junger Leute einzubeziehen und diese ausgehend aus deren Sicht zu diskutieren. Unterschiedliche Probleme sollen durch herausfordernde interessante Fragestellungen und Formen der Diskussion gemeinsam mit dem Zuschauer erörtert werden. Dieser soll dabei das Gefühl erhalten, selbst Lösungsmöglichkeiten gefunden zu haben, denn die eigene Erkenntnis hat bekanntlich eine stärkere Wirkung; man fühlt sich als aktiver Partner anerkannt.

Die Themenauswahl liegt im Sinne eines Jugendmagazins und umfaßt die Aspekte wie: Freizeitverhalten, Schulprobleme, Mode, Unter vier Augen, Pop-Musik, Kunst und Kultur, Naturwissenschaft und Technik, Hobbys, Generationsprobleme, Berufswahl, Rechtsfragen, Tourismus u.v.a.m. Entsprechend der Alterszusammensetzung des Publikums und der Fernsehspezifik versucht die Redaktion dabei das Interesse am jeweiligen Gegenstand zu allererst aus dessen ungewöhnlicher, teilweise verblüffender Präsentation zu wecken, Inhalt und Form als organische Einheit zu verbinden.

Neben dieser jugendgemäßen Darbietung der Sendung stellt Rockmusik einen wichtigen Aspekt, in der auf 45 Minuten beschränkten Sendezeitdauer dar. Da man jeweils in einem Jugendklub zu Gast ist, wird auch die Musik in entsprechender Form vorgestellt - live und in "kleiner Form". Ein deutlicher Schwerpunkt liegt auf dem Werkstattcharakter der Sendung, in der vorzugsweise Amateurbands, junge Liedermacher und Säger auftreten. Eine andere Form der Musik-Präsentation nehmen die sogenannten "gestalteten Titel" ein. Das sind Filmeinspiele vergleichbar den Videoproduktionen westlicher Machart, in denen Musik optisch umgesetzt wird. Trends stellen die dritte Form dar. Unter dieser Rubrik erscheint jeweils eine Gruppe bzw. ein Interpret aus der nationalen oder internationalen Musikszene, die näher vorgestellt werden. Dabei wird Wissenswertes zur Musik, vor allem zur Rockgeschichte oder zu verschiedenen Musikströmungen vermittelt. Bei der zweiten und dritten Form der Musikbeiträge werden internationale Interpreten berücksichtigt, da aktuelle Hits verstärkt Eingang in die Produktionen von Rundfunk und Schallplatte gefunden haben und sich somit die Erwartungshaltung auch an das Fernsehen erweitert hat.

Musik spielt im Leben junger Leute eine sehr große Rolle. Sie wird, das kann man ohne Übertreibung sagen, in fast allen Lebenssituationen rezipiert, entweder als sekundäre oder primäre Tätigkeit. Die Ursachen für die starke Hinwendung zur Musik, auch für das extrem ausgeprägte Bedürfnis nach vorrangiger Beat- und Pop-Musik bei Jugendlichen, wurde im zweiten Kapitel ausgeführt. Hingewiesen sei in diesem Zusammenhang nur darauf, daß Sendungen des Rundfunks, insbesondere das "Jugendradio DT 64", welches am 7. 3. 1986 seinen Betrieb aufnahm, die Erwartungen an die Musikpräsentation auch im Fernsehen bestimmen.

Ein weiterer in Betracht zu ziehender Faktor ist der Einfluß der BRD-Medien, besonders der Fernsehprogramme, auf einen großen Teil der DDR-Jugendlichen. Dieser Punkt muß starke Beachtung finden. Es werden aber auch im Vergleich zu früheren Jahren, größere Ansprüche an Musikpräsentationen gestellt. Ein großes Podium,

viele bunte Scheinwerfer, selbst eine Nebelmaschine reichen allein heute nicht mehr aus, um eine Gruppe bzw. deren Hits populär zu machen. Die KLIK-Produzenten sehen gerade im Bereich der Video-Produktionen eine große Möglichkeit, den heutigen Bedürfnissen hinsichtlich der Musikrezeption im Fernsehen gerecht zu werden.

Zum bestimmenden Faktor wird dabei der Einsatz unterschiedlichster Gestaltungsmittel und -varianten. So das Geschichten erzählen, der Einsatz von Entfremdungseffekten, die Verwendung von Metaphern, Symbolen usw., Montageeffekte, gezielte Kameraschwenks u.v.a.m. Kombinationen aus der Vielfalt der zur Verfügung stehenden Mittel, regen die Phantasie an, wecken Assoziationen und Gefühle - eben durch Verbindung von optischer und akustischer Ebene.

### 3.2. Die Produktionsmöglichkeiten der Fernsehsendung KLIK

Dem Produktionsteam der KLIK-Sendung gehören mehrere fest engagierte Mitarbeiter an: zwei Regisseure, drei Redakteure, ein Redaktionsleiter, ein Produktionsleiter, ein Musikredakteur (dieser zeichnet noch für eine andere Sendung des DDR-Fernsehens verantwortlich), zwei Aufnahmeleiter, eine Aufnahmeleiterin<sup>2</sup> assistentin.

Seit 1987 existieren zwei Drehstäbe. Die Regie der KLIK-Videos führte, mit Ausnahme der sechsten Sendung, Klaus-Dieter Rentel, gleichzeitig Mitautor neben Hellmuth Henneberg. Die Kamera führte dabei Dagmar Mundt.

Nach Aussagen der KLIK-Redaktion, stehen dem Produktionsteam ein bis zwei Drehtage pro Video zur Verfügung, die größtenteils durch Außenaufnahmen genutzt werden. In weiteren zwei bis drei Tagen muß dann die Fertigstellung vom Bildschnitt bis zum Einbringen technischer Effekte - mitunter ein äußerst zeitaufwendiges Verfahren - erfolgen.

Im Ganzen kann man davon ausgehen, daß für die Produktion eines Videoclips im günstigsten Fall eine Arbeitswoche zur Verfügung steht - im internationalen Maßstab ein völlig ausreichendes Zeitbudget. Im Verhältnis zu anderen DDR-Fernsehsendungen, die sich ebenfalls mit der Produktion von visualisierter Rockmusik befassen, zu nennen wäre die Jugendsendung STOP-ROCK, sind die Arbeitsbedingungen von KLIK nahezu optimal. Bei STOP-ROCK steht für die Herstellung des Musikbandes für einen Titel ca. ein Tag zur Verfügung. Die Aufzeichnung des Bildmaterials kann nur im Studio erfolgen. Die Zeit dafür ist von vornherein auf ein bis zwei Stunden pro Titel begrenzt. Das Szenenbild bietet hier nur äußerst geringe Möglichkeiten, gestaltende Elemente einzubringen, da oftmals fünf Titel hintereinander produziert werden, somit nur Umstellungen etc. möglich sind. (25)

Einen anderen wichtigen Aspekt, der ebenfalls für KLIK von entscheidender Relevanz ist, stellt der technische Ausstattungsgrad dar. Die MAZ-Technik bietet für Zeitlupenaufnahmen, Standbilder oder Kamerarückkopplungen ausreichende Möglichkeiten. Auch das Bildmischpult ermöglicht Trickmanipulationen in der Aufbereitungsphase der späteren Clips. (26) So können durch elektronische Tricks Bildinhalte verfremdet bzw. durch Kombination mehrerer Signale neue Aussagen geschaffen werden. Während bei STOP-ROCK diese Möglichkeiten mehr zufällig genutzt werden, bestimmte Effekte teilweise überbeansprucht werden, findet man unter den KLIK-Produktionen anspruchsvolle Musikvideos. Das Ursprungsmaterial ist im Falle von KLIK nicht elektronisches (also Video-Material), sondern mit der Filmkamera gedrehte Aufnahmen. Diese werden erst später elektronisch bearbeitet, geschnitten und gemischt. Auf dem Rohschnittrecorder entsteht so aus ca. 40 bis 70 Schnittbildteilen des inzwischen auf elektronisches Material überspielten Films eine Rohschnittfassung. Erst während der Entmischung wird diese Fassung weiter bearbeitet, mit verschiedenen Überblendungen, besonderen Farbausstattungen und anderen Effekten gestaltet.

Das Auswahlverfahren für die zu produzierenden Musikvideos bei KLIK verläuft sehr unterschiedlich, ist oftmals von Zufällen abhängig. Die Musikredakteurin ist für die Vorauswahl geeigneter Titel verantwortlich. Dabei bezieht sie eingeschickte Demo-Kassetten mit ein, ist aber ebenso bemüht, selbst neue, vielversprechende Talente in der Amateurmusikszene der DDR aufzuspüren. Denn KLIK versteht sich hauptsächlich als Podium neuer junger Musik. (27) Ein Beispiel dafür ist die Produktion der Schülerband "Live" aus Wurzen, die spontan eine Kassette an die Redaktion schickte. Die frische Musik gefiel, die Produktion des Titels wurde von KLIK in Auftrag gegeben und die Dreharbeiten für den "Liebesaberglauben" begonnen.

Ein Beweis dafür, daß das Fernsehen ein Podium bieten könnte, die Interpreten aus der Amateurszene einem größeren Publikum vorzustellen. Allerdings sind bei einer Musiksendung dieser Art die Chancen für die große Masse der Amateurmusiker in die engere Auswahl zu kommen, doch sehr gering. Ein anderer Aspekt ist der, daß die KLIK-Redakteure eine gewisse Abgrenzung des Jugendjournals zu den einschlägigen Wertungssendungen des DDR-Fernsehens anstreben, so daß eine Abwechslung im Sinne eines vielfältigeren Angebots in der Auswahl für die Produktion der Videoclips eine nicht unbedeutende Rolle spielt. Daß nach dem einmaligen Abspiel der für eine bestimmte Sendung gefertigten Clips (in der Regel handelt es sich hier um zwei Videos) diese in verschiedenen Sendungen des DDR-Fernsehens nochmals gesendet werden, erscheint sinnvoll und effektiv, denn schließlich birgt ein Video auch nach mehrmaligen Sehen immer noch Neues für den Zuschauer. (28) Außerdem muß auch der Aufwand für die Herstellung eines Musikvideos in einer gewissen Relation zum Nutzen aller stehen. (29)

Wie gestaltet sich die konzeptionelle Vorbereitung seitens der Redaktion vor dem eigentlichen Produktionsbeginn der Videos? Nach einer Vorauswahl, in der entschieden wird, ob sich ein Titel ausgehend von seiner Qualität, Originalität bzw. Struktur eignet, erfolgt eine Zusammenkunft des Autorenduos Klaus-Dieter Rentel und Hellmuth Henneberg. Dabei wird ein Mitschnitt des

jeweiligen Titels mehrmals von Regisseur und Redakteur abgehört und ausgewertet. Ideen, die sich anhand von Text oder Musik ergeben, werden in loser Reihenfolge notiert. Passende Gags oder Effekte, aber auch ganze Bilderfolgen, notwendig erscheinende Ausstattungen für das Szenenbild u.v.a.m. werden dem strukturellen Aufbau des Titels zugeordnet. Damit ist der vorläufige Ablaufplan für den Clip erstellt. Unabhängig davon ergeben sich bei der Produktion noch eine Vielzahl von Veränderungen von Details, begründet durch den oftmals von Improvisation geprägten Drehablauf. (30)

Die wichtigsten Voraussetzungen für die Konzeption bleibt jedoch der Text. Dieser gibt die entscheidende Orientierung für die visuelle Umsetzung, was sich vor allem auf den Bildschnitt auswirkt (Strophe, Refrain). Dies macht auf eine unzulässige Vereinfachung des Wesens von Rockmusik aufmerksam. Es stellt eine Besonderheit der DDR-Rockmusik dar, daß eine größere Relevanz des verbalen Textes, verglichen mit dem internationalen Maßstab, nachweisbar ist. Die Praxis des Ausdeutens bestimmter Texte oder sogar einzelner Wörter ist jedoch noch weit verbreitete Realität. Im Gegensatz dazu ist gerade das Hinterfragen von Kontextbeziehungen, in denen Text und Musik stehen, das entscheidende Moment, um die Spezifik der Rockmusik adäquat zum Ausdruck zu bringen.

"Rocksongs stellen keine Objekte der Anschauung dar, um danach bemessen zu werden, wieviel an verborgenen Gedanken sie offenbaren. Derartige musikalische Formen sind niemals nur als in sich geschlossene ästhetische Gebilde zu nehmen, in die ein tiefer liegender Gehalt eingeschlossen ist. /.../ Rocksongs sind vielmehr nur die bruchstückhaften Bestandteile von umfassenden kulturellen Zusammenhängen, Bestandteile von kulturellen Texten, ..." (31)

Peter Wicke faßt sie als Elemente von kulturellen Formen zusammen, die nur bedingt durch Form und Gestalt definiert sind. Text und Musik werden so erst sinnvoll, wenn sie in ihrem

kulturellen Kontext von Freizeit, Alltag und Lebensweise, in denen sie auch funktionieren, betrachtet werden. Daraus schließt P. Wicke weiter, daß damit durch Rocksongs ein ganz bestimmter sozialer Wirklichkeitsausschnitt festgelegt wird.

Besonders bei den frühen KLIK-Videos fällt auf, daß die Produktionen ein relativ einheitliches Konzept aufweisen. Erkennen läßt sich eine vom musikalischen Material (Text und Musik) ausgehende Bilderfolge im Sinne einer 'Gegenstory'. Diese Umsetzung ist zurückzuführen auf den Text. Sie enthält gewisse Bezugspunkte, wie bestimmte Reizwörter oder ähnliches, behandelt ihn aber auf einer völlig anderen Ebene, so daß Freiräume geschaffen werden für Assoziationen, neue Blickwinkel eröffnet werden. Das erklärt erneut die Stellung des Videoclips in der modernen Medienlandschaft. Ein Musikvideo kann heute eben mehr sein als nur Werbeträger der Musikindustrie. Abseits von den kommerziellen Interessen können die Errungenschaften der kulturellen Massenkommunikation, Präsentationsformen populärer Musik entstehen lassen, die den Erlebniswert und die Ausdruckskraft von Musik erhöhen.

### 3.3. Die Einbeziehung neuer technischer Produktionsmöglichkeiten

Ausschlaggebend für die künstlerische Qualität von Musikvideos ist nicht zuletzt die zielgerichtete und zweckorientierte Nutzung der technischen Möglichkeiten, die mit der Entwicklung der Mikroelektronik und Computertechnik zur Verfügung stehen. Im folgenden kann nur kurz auf zwei wichtige Faktoren aus diesem großen Komplex eingegangen werden. Untersuchungen zu Bildschnitt (Montage) und Kameratechnik sollen verdeutlichen, welche Gestaltungsbreite sich mit diesen Techniken erreichen läßt. Die Richtlinien für den Bildschnitt sind vielfältig. Oftmals orientiert man sich am Liedtext, aber auch andere Faktoren, wie beispielsweise der Einsatz von Instrumenten (Solo o. ä.) spielen eine Rolle. Es gibt die verschiedensten Möglichkeiten auf die Musik zu schneiden, auf den Takt, den Text oder auch ganz unregelmäßig.

Die logische Art ist die, Bilder auf den Rhythmus der Musik zu koppeln, obwohl man in traditionellen Musikfilmen meistens auf den Takt schneidet. Eine gute Möglichkeit bietet auch das gegen den Takt schneiden. Dies wirkt auf den Betrachter weniger eintönig, wie auch das Schneiden auf Bewegungsabläufe der Handlung. Ein relativ einfach produziertes Video wäre nach diesen Bestimmungen das Erzählen einer Geschichte, unterbrochen durch die Bilder der Musik bei einem Auftritt, das ganze montiert nach dem Rhythmus der Musik.

Möglichkeiten des Bildschnitts sind dabei 'harte' Schnitte, scheinbar 'weiche' Überblendungen (wie mittels der Simultanblende) und Schieblendungen, die unterschiedliche optische Eindrücke hervorrufen.

Bei äußerst schnell geschnittenen Clips westlicher Produktion kann man sich oft des Eindrucks nicht erwehren, daß es sich hierbei um das bewußte Überspielen bestimmter Mängel der Musik oder des Textes handelt. Andererseits ist natürlich klar, daß ein Video mit ansprechender Musik und bekanntem Interpreten, trotz deutlicher Mängel in der optischen Umsetzung, sich wesentlich eher durchsetzt, als es umgekehrt der Fall sein dürfte. Die Musik, aber auch die Schnitttechnik und der Bekanntheitsgrad des Künstlers spielen die dominierende Rolle.

Mit dem Beschreiben von Möglichkeiten der Kameratechnik möchte ich auf einen weiteren wichtigen technischen Faktor bei der Herstellung und Gestaltung von Videoclips hinweisen. Die technischen Parameter der neuen Kameratechnik lassen unbegrenzte Varianten und Spielräume des Einsatzes entstehen.

So kann die Kamera aus Vogelperspektive, Untersicht, Seitenansicht oder Normalperspektive neuartige Sehweisen erzeugen. Gekoppelt wird dies mit Schienenfahrten (Kreis, Gerade etc.), Schwenks aller Art und Tempi, Schußfahrten, Bewegung mit Hilfe von Hebefahrzeugen u. a. Vielfach finden auch Digitalisierung des Bildes (hierbei wird das Bild in einzelne Raster zerlegt - Mosaikereffekt) oder durch die Kopplung mit dem Schnitt sogenannte "Ansprungeffekte" (aus den laufenden Bildern werden einzelne Phasen herausgenommen) Anwendung.

Durch diese Möglichkeiten werden auf einer neuen Qualitätsstufe eine Verbindung von Musik und Bild erreicht. Es gelingt den Bildern auf Rhythmus und musikalische Struktur sich einzustellen. Monotonie in der Darstellung wird so vermieden. Ein filmischer Eindruck (in einem wesentlich höheren Tempo) wird erzeugt.

Mit Effekten wie 'steadycam' (in der Darstellung von Verfolgungsszenen werden so Bewegungsabläufe trotz langer Einstellungen realistisch), verschiedener Brennweiten der Kamera, wobei Verzerrungen oder sogenannte "Schmeicheleffekte" (mit nur einem Tiefenschärfepunkt im Bild) erzielt werden oder Elementen wie Zeitlupe und Zeitraffer, lassen sich teilweise eng an den Text gebundene, auf die Interpreten speziell zugeschnittene und auf die Musik abgestimmte Ausdrucksformen erreichen.

#### 3.4. Die steigenden Anforderungen an die künstlerische Präsentation

Wenn man sich mit der Produktion eines Musikvideos beschäftigt, so muß man auch die Frage behandeln, inwieweit die Interpreten selbst an der Herstellung des Clips beteiligt sind. Sie vertreten ihren Song schließlich als 'Hauptdarsteller'. Im Falle von KLIK sieht das sehr unterschiedlich aus. Da gibt es gestandene, erfahrene Leute aus der Musikszene, die mit ganz konkreten Vorstellungen, Wünschen und Forderungen an die Reaktion herantreten. Künstler mit ausreichender Bühnenerfahrung oder auch darstellerischen Fähigkeiten. Dagegen hat es ein junger Musiker und Amateur oft schwerer, für ihn ist das Medium Fernsehen mit seiner spezifischen Technik-Kulisse völlig fremd, das hat nichts mehr mit dem gewohnten Publikum zu tun. Auch erfolgt über die Bilder eines Clips der Reichtum der Titelgestaltung aus dem gestischen Spiel der einzelnen Musiker. D. h. die Interpreten müssen es verstehen, eine überzeugende Version ihrer Bildgeschichte, also auch ihrer Aktionen im gestischen Spiel, dem Zuschauer nahezubringen.

Diese Tatsache beweist wiederum, daß die populäre Musik mit ihren spezifischen Aufführungszusammenhängen durch das Medium Video in völlig neue Regionen geführt wird. Es wird dem Künstler nicht bloß die Möglichkeit gegeben, sich neben der Musik dem Publikum darstellerisch zu präsentieren, es wird auch die Forderung offensichtlich, allseitig ausgebildete Showtalente zu fördern.

### 3.5. Zuschauerresonanz der Fernsehsendung KLIK

Untersucht man die Zuschauerresonanz der Sendung KLIK, so fällt auf, daß die eingehenden Zuschriften vom üblichen Charakter abweichen. KLIK ist nicht wie STOP-ROCK oder BONG eine Wertungssendung populärer Musik, sondern als Jugendjournal konzipiert. So handelt es sich bei den Zuschriften (ungefähr 500 pro Sendung) meist um ausführliche Berichte, in denen die Jugendlichen in erster Linie Bezug nehmen auf das jeweilige Schwerpunktthema der vorangegangenen Sendung, in denen sie auch über eigene Probleme berichten oder Vorschläge für weitere Diskussionen einbringen.

Wenn Kritik angebracht wird, so bezieht sie sich oft auf die Musikkonzeption des Journals. Es besteht hauptsächlich die Forderung nach mehr Musik, besonders nach internationalen Video-produktionen. Äußerungen über die Qualität der eigenen Clips bzw. Meinungen, die durch diese ausgelöst wurden, erscheinen weniger konkret. In den meisten Fällen bleibt es bei bloßen Wertungen zustimmenden oder ablehnenden Charakters.

Im Zusammenhang mit dem Videowettbewerb, der in den letzten Monaten des vergangenen Jahres ausgetragen wurde, erhielt die KLIK-Redaktion insgesamt ca. 5000 Zuschriften. Eine wesentliche Rolle bei der Bewertung der Musikvideos durch das jugendliche Publikum, spielte ohne Zweifel der Bekanntheitsgrad und die Beliebtheit der Interpreten. Eine andere Erklärung für die starke Stimmendifferenz zwischen den erstplazierten Titeln und den meiner Einschätzung nach äußerst attraktiv gefertigten Clips, die die beiden letzten Plätze in der Umfrage belegen, läßt sich für mich nicht finden (vgl. Videokassette FZ/01/86).

Das unterstützt die oben von mir formulierte Aussage,  
Im folgenden die Stimmenauszählung des Videowettbewerbs/  
Stand nach der 8. Sendung:

1. Ralf "Bummi" Bursy	"Feuer im Eis"	1088
2. Ralf Schmidt "IC"	"Wunderland"	927
3. Arnulf Wenning	"Rot, so rot"	720
4. Lucie	"Verrückt vor Glück"	327
5. Jessica	"Spieler"	264
6. Jaqueline	"Im Paradies"	258
7. Markus Siewert	"Snobdame"	151
8. Markus Siewert	"Ich hab' noch nie"	100
9. Ines Paulke	"Hauch mir wieder Leben ein"	96
10. Arnold Fritzsch	"Moderne Maschinen"	95

#### 4. Videoproduktionen der Fernsehsendung KLIK

##### 4.1. Einführung

Das Anliegen der Arbeit kann nicht sein, eine Analyse aller KLIK-Produktionen zu liefern. Es mußte eine Auswahl getroffen werden. Kriterien dafür sind in erster Linie die unterschiedlichen Entstehungszeiten der Videos (1985 - 1987) und verschiedene Verfahren der künstlerischen Umsetzung. Die ausgewählten Videos sollen in ihrer Spezifik und Eigenart unterschiedliche, zum Teil gegensätzliche Formen der visuellen Repräsentation von DDR-Rockmusik deutlich machen.

Die Untersuchung versucht, durch eine weitestgehend beibehaltene chronologische Behandlung der Produktionen, eine sich abzeichnende Entwicklungstendenz bei der Visualisierung von DDR-Rockmusik aufzuzeigen. Durch diese Verfahrensweise wird es möglich, indirekt einen Vergleich zwischen früheren und neueren Videos anzustellen.

Der Zeitraum, für den die Untersuchungen angestellt wurden, umfaßt die Jahre 1985 - 1987. So entstanden die Clips zu folgenden Sendungen:

- "Balletttänzer" - zur ersten Sendung, Dezember 1985,
- "Snobdame" - zur zweiten Sendung, Februar 1986,
- "Wunderland" - zur vierten Sendung, April 1986,
- "Rot, so rot" - zur fünften Sendung, Mai 1986,
- "Feuer im Eis" - zur achten Sendung, September 1986,
- "Hauch mir wieder Leben ein" - zur siebenten Sendung,  
August 1986,
- "Gefühle" - zur elften Sendung, März 1987.

Insgesamt wurden in diesem Zeitraum, bis einschließlich März 1987, 17 Videos produziert.

## 4.2. Analyse ausgewählter KLIK-Produktionen

### 4.2.1. Roland Kölm "Ballettänzer"

Dieses bereits im Jahre 1985 produzierte Musikvideo ist neben der visualisierten Fassung eines Titels der Gruppe LUCIE ("Verrückt vor Glück") der erste Versuch der KLIK-Redaktion, einen Musiktitel optisch umzusetzen. Dieser erste Versuch einer Videoproduktion soll exemplarisch die Schwierigkeiten darstellen, die entstehen, wenn ohne erarbeitete Konzeption moderne Technik eingesetzt wird und zum entscheidenden Stilmittel gerät. An diesem Beispiel werden einige spätere Produktionen kritisch gemessen.

Im Text wird die Geschichte eines Jungen in einer Disko erzählt. "Dichtumringt" vergnügt man sich dort gemeinsam, nur er kann daran nicht teilhaben, da er nicht tanzen kann, weder "Ballettänzer" noch "Tangotänzer" ist. Diese wird in der optischen Umsetzung in eine alte Burg verlagert. So entstehen von vornherein deutliche Gegensätze zwischen Textaussage und Darstellung im Bild. So wurde eine interessante Konstellation geschaffen. Ein traumartig - phantastischer Grundgestus bestimmt das gesamte Video.

Die musikalische Struktur des Titels prägt ein stark akzentuierter, bewegter Tanzrhythmus, erzeugt mit Hilfe von Rhythmuscomputer und Synthesizer. Die monotone Gesangsmelodie, die kaum den Umfang einer Quarte überschreitet, erhält im Refrain eine gebrochene, abfallende Intervallfolge als Gegenstimme in den Keyboards. Zwischen den einzelnen Phrasen dominieren elektronisch erzeugte Effekte, insbesondere Synthesizerklänge und electronic drums.

Verantwortlich für die musikalische Gestaltung ist Komponist und gleichzeitig Produzent Arnold Fritsch.

In den ersten Bildern werden Aufnahmen aneinandergereiht, die keine Beziehung zueinander aufweisen. So sieht man eine Trommel eingehüllt in Nebel, nacheinander drei Mädchengesichter. Dem folgt ein langer 'Kameragang' durch die alten Gemäuer.

Nach 32 Sekunden mit dem Einsatz der ersten Strophe, erscheint der Sänger in Großaufnahme vor der Kamera. Er singt seinen Text lippensynchron. Beschrieben wird eine typische Situation in einer Diskothek. Der Text fungiert als Einführung in das Geschehen. Gefilmt wird dabei aus der Untersicht - eine Klischeeübernahme aus der Star-Präsentation westlicher Videoclips. In Verbindung mit gekoppelten Licht-Feuer-Effekten tauchen plötzlich drei Mädchen auf, um sofort wieder zu verschwinden.

Der Sänger versucht, die winkenden Traumgestalten einzuholen. Unvermittelt erscheint in Großaufnahme eine Montage von kleiner Trommel, Plattenspieler und Gitarre und unterbricht für Sekundenbruchteile das Geschehen. Abgelöst wird diese Assoziationen fordernde Einstellung durch Großaufnahmen einer Hand, eines Gesichts und von Feuer.

Nach 59 Sekunden sieht man den Sänger auf ein großes geschlossenes schmiedeeisernes Tor zulaufen. Diese Anspielung auf Probleme wird in der zweiten Strophe im Text formuliert. Wieder Großaufnahmen des Interpreten, Gegenlicht und Nebel. Die Mädchen entschwinden, die Kamera verfolgt sie aus dem Blickwinkel des Zuschauers eine Natursteintreppe hinauf.

Inzwischen befindet sich der Sänger in der Burg. Eine nach oben gerichtete Kameradrehung um 360 Grad zeigt ein in Nebel gehülltes Turmgewölbe. Auf einem Tisch stehen mehrere Flaschen und Gläser - eines wird genommen. Die Suche nach einem Ausweg für Nichttänzer? Wieder erscheint die Trommel im Bild. Sie speit Feuer. Die Mädchen liegen animierend bereit. Außenaufnahmen zeigen die im Gegenlicht enteilenden Mädchen. Steingeröll (Untersicht) behindert die Verfolgung. Der Sänger kann sie nicht erreichen. Ein Trommeleffekt (brennend) mit den Einblendungen der Mädchengesichter kulminiert in einem großen Feuerwerk, das sich über den ganzen Horizont ausbreitet. Mit der abschließenden Refrainzeile "Ich bin kein Ballettänzer und auch kein Tangotänzer." endet das Stück. Das Geschehen wird teilweise über Symbole realisiert. So könnten die nicht einzuholenden Mädchen, das geschlossene Tor Ausdruck für die Isolation des "Nichttänzers" in der dargestellten Situation sein.

Der Griff zum Glas wäre in diesem Sinne die Warnung vor falschen Reaktionen auf die dargestellte (oder ähnliche) Konfliktsituation.

Der Titel hat eine Länge von 3,44 Minuten und ist untergliedert in 71 Bildeinstellungen. Das entspricht einer durchschnittlichen Schnittfrequenz von 3,15 Sekunden. Lange Kameraeinstellungen (Steadycam) werden mit extrem kurzen Montagesequenzen gekoppelt. Trotz der Vielzahl an Bildern wird ihre Bewegung insgesamt noch durch vielfältige innerbildliche Montage verstärkt. Die langen Verfolgungsszenen und Kamerafahrten durch die Gänge erzeugen Abwechslung genug und lassen Schnitte unnötig werden. Dagegen dominieren im Clip kurze Einstellungen beispielsweise bei Einblendungen der Mädchengesichter, die im Rhythmus der Musik geschnitten wurden. Diese Aufnahmen erhielten nur einen Tiefenschärfepunkt in der Mitte der Bilder, so daß ein „fett-gesofteter“ Bildrand entsteht. Der damit erzielte Weicheindruck ist besonders aus der Werbebranche bekannt. Man erlangt dadurch einen äußerst angenehmen Effekt (im alltäglichen Sprachgebrauch auch unter der Bezeichnung 'Schmeichel-effekt' bekannt).

Das Phantastische und Mystische dieser Geschichte wurde durch das Szenenbild (Nebelschwaden verklären Gänge und Treppen) und dreier fiktiver Figuren (junge Mädchen in weißen flatternden Gewändern - Nymphen?) sowie durch Requisiten erreicht. Der vermittelte Eindruck bewegt sich zwischen Exotik, Erotik und Trivialität. Eine geschickte Kameraführung (Verfolgung aus der Blickperspektive des Zuschauers, Schwenks, Bilddrehungen, verschiedenen Blickwinkeln wie beispielsweise Untersicht etc.) verbunden mit dem häufigen Einsatz von Gegenlicht verstärken noch diesen Eindruck. Es fallen schon nach wenigen Einstellungen Mängel bzw. das Überstrapazieren bestimmter technischer Effekte u. a. Gestaltungsmittel ins Auge. Das Ziel möglichst viele Raffinessen in die Bilder einzubeziehen und damit auszuprobieren ist verständlich, doch dürfen Elemente, wie Feuer, Licht, Nebel, Kerzen, Rauch oder Feuerwerk nicht quantitativ überbetont werden. Auch wirken die darstellerischen Aktionen des Interpreten noch sehr laienhaft, fade und zum Teil einfach unpassend.

#### 4.2.2. Markus Siewert "Snobdame"

Zunächst fällt bei dieser Produktion die stark rhythmisierte musikalische Struktur des Titels auf. Der Gesang und auch die Instrumentierung sind ausgeprägt akzentuiert. Der Sprechgesang erinnert teilweise an populär gewordene Falco-Titel bzw. an Muster der Rap-Stilistik. Unterstützt wird diese Gestaltungsweise vornehmlich durch den dominierenden Einsatz von drumcomputern und synthetischem Klangmaterial. Nicht zuletzt durch die Verwendung dieser technischen Mittel ist ein modern produzierter, gängiger, tanzbarer Titel entstanden.

Die Aufnahmen wurden ausschließlich in einem leeren Theatersaal gedreht, wobei zwei Handlungsorte (Loge und Bühne) bewußt voneinander getrennt wurden, um die verschiedenen Ebenen deutlich werden zu lassen. Die Fabel ist eigentlich ein fiktiver Dialog des Sängers mit seinem ehemaligen Mädchen, dem er Snobismus ("Snob") und übermäßigen Gebrauch von Kosmetika vorwirft. Er trauert in gewisser Hinsicht ihrer natürlichen Schönheit nach, wobei in ihrem Leben jetzt nur noch Maske und Staffage Bedeutung haben. Der Sänger ist Interpret und Dialogpartner zugleich, somit spielt er auch die Rolle des Mädchens. In der ersten Strophe steht der Sänger alltäglich gekleidet in der erleuchteten Loge, neben ihm mehrere sitzende Personen die sich scheinbar langweilen (ein Liebespaar, ein Junge mit einem Kofferradio u. a.), die nicht in das Geschehen einbezogen werden. Dagegen tanzt der Sänger zum Rhythmus der Musik, mit dem Gesicht der Bühne zugewandt und singt den Text lippen-synchron. Im Refrain wird erstmals die Bühne gezeigt, wo "sie" allein sitzend vor einem Tisch mit Spiegeln sich schminkt. Die Bilder dokumentieren treffend die Aussagen des verbalen Textes, sie zeigen wie das "Mädchen" sich ihr Gesicht durch Schminke entstellt. Zuletzt werden sogar Lippenstift und Wimpernspirale gegessen. In der bildlichen Gestaltung verstärkt der gezielte Lichteinsatz in Kombination mit mehreren Spiegeln die glimmernden und glänzenden Effekte auf der Bühne. Durch lange Kreischienenfahrten der Kamera (wobei die Schienen deutlich im Bild zu erkennen sind), den verschiedensten Blickwinkeln der Kamera, beispielsweise von schräg unten, von der Seite o. ä.

aber dabei in ständiger Bewegung, wird die "Dame" beim sich Ausstaffieren gezeigt. Auch Schwenks über den Schminktisch zeigen interessante Einstellungen von den verschiedenartigsten Kosmetikartikeln (verschiedene Reflexionen durch Kopplung von Spiegel und Lampen). Während in der Gestaltungsweise des Interpreten auf dem Rang die normale Kameraeinstellung - langstehende Aufnahmen - dominiert, ist die Gestaltung der Bühne sehr exponiert. Die Bildausschnitte variieren von Groß bis Detail. In den Szenen, wo das "Mädchen" vor der Kamera gedreht wird, ist der Kamerastandpunkt eine starke Untersicht. Der häufige Einsatz von Gegenlicht mittels Scheinwerfern bewirkt verstärkt den Eindruck des puppenhaften bzw. maskenhaften Aussehens.

Die Aufnahmen von Interpret auf der Loge und 'Snobdame' auf der Bühne wechseln ständig. Der leere Zuschauerraum dokumentiert das Auseinanderklaffen von zwei verschiedenen Lebensansichten.

In der vierten Strophe - "Ich geb' ja zu, sie hat mir mal gefallen, als sie noch ganz anders war, damals war sie noch die Queen von allen ..." -

setzt ein Erinnern ein. Die Einblendung eines schwarz/weiß Fotos, auf dem ein hübsches, junges, blondgelocktes Mädchen zu sehen ist, unterstreicht seine Sehnsucht nach Natürlichkeit und Lebensfreude. Unterstützt werden diese Szenen durch einen völligen Strukturwandel in der musikalischen Gestaltung des Titels. Es erklingt eine verspielte, melodiöse Gesangslinie mit entsprechender zarter, fast schnulziger Begleitung. Nach zwanzig Sekunden werden bereits die träumerischen Bilder der Vergangenheit mit einem Mal weggewischt. Die harten Schläge des drum computer versetzen den Zuschauer wieder in die Realität und damit in die ursprüngliche musikalische Form zurück - der Refrain beginnt.

Wieder verfolgt man über die Kreisschienenfahrten der Kamera die Geschehnisse am Schminktisch. Plötzlich erscheint eine Schar rennender Kinder, mit Pappnasen und Faschingshüten aus-

gestattet, auf der Bühne. Sie benehmen sich wie toll und springen immer wieder um die 'Snobdame' herum. Mit dieser derartigen Abwertung der vorgestellten Lebensauffassung endet das Video.

Der häufige Einsatz von Kamerafahrten stellt an sich schon eine innerbildliche Montage dar. Somit ist die Anzahl von 46 Einstellungen auf eine Titellänge von 2,30 Minuten (entspricht einer durchschnittlichen Schnittfrequenz von 3,26 Sekunden) ausreichend.

Mit Hilfe von darstellerischen Aspekten, wie dem entfremdeten Einsatz von Kosmetikartikeln - das Essen eines Lippenstiftes bzw. einer Wimpernspirale, der Nutzung eines Deo-Sprays als Mund- bzw. Haarspray oder auch der unnatürliche Gebrauch von Puder (das verschwenderisch über Gesicht und Umgebung verteilt wird) - haben die Clip-Produzenten versucht, über die Glossifizierung einer oberflächlichen Lebensweise, Fragen nach dem Sinn des Lebens, nach eigentlichen Werten in der Lebensgestaltung anzusprechen. Dabei ist nicht nur die beachtliche darstellerische Leistung (Gestik und Mimik) des jungen Interpreten (produziert von A. Fritsch) anzuerkennen, sondern auch die filmtechnische Umsetzung. So werden mit extremen Nahaufnahmen Verzerrungen des Gesichts beim Schminken verursacht u. a. m. Einen anderen wichtigen Aspekt betrifft die Gestaltung des verbalen Textes. Ein relativ häufiger Einsatz von Anglismen unterscheidet diesen Song von den anderen Beispielen und erinnert wieder an einschlägige Falco-Hits. So werden halbe Textteile in englischer Sprache gesungen ("You are the lady of the night", "You are the dancing queen") oder Wörter wie Queen, Lady, Spleen und anturnen verwandt.

#### 4.2.3. IC (Ralf Schmidt) "Wunderland"

Mit diesem Clip wurde von der KLIK-Redaktion für die visuelle Umsetzung ein in den Medien äußerst erfolgreich platzierter Titel ausgewählt. IC - bekannt für seine modern und poppig produzierten Songs präsentiert hier eine rhythmisch betonte, stark synkopierte Musik mit einprägsamer Melodie. Der unterlegte Tanzrhythmus wird gekoppelt mit einer relativ hohen Schnittanzahl. Im Durchschnitt wechseln alle zweieinhalb Sekunden die Bilder. Dabei werden 77 Einstellungen gezeigt. Es überwiegen harte Schnitte im Rhythmus der Musik. Nur an platzierter Stelle erfolgen Einstellungen, die kürzer als eine Sekunde sind. Das betrifft vorrangig die Anfangsbilder während des Vorspiels, die auf die Schläge der electronic drums geschnitten wurden.

Die hohe Frequenz der Einstellungen schafft Unruhe und Spannung zugleich und bedingt in diesem Falle gleichzeitig einen wesentlich geringeren kameratechnischen Aufwand, als in anderen Produktionen. Ein einziges Mal wird im ersten Refrain auf die Zeitlupentechnik zurückgegriffen. Durch Kopplung und Wiederholung einer bestimmten Aufnahme wird ein Effekt erzielt, der scheinbar dem Interpreten und Darsteller die Füße 'weghackt'. Ansonsten wechseln sich die unterschiedlichsten Einstellungen ab. Gefilmt wird aus verschiedenen Blickwinkeln, beispielsweise im fahrenden LKW oder durch den Außenspiegel.

Die Filmfabel, eine relativ zusammenhängende Bildergeschichte, erzählt die Visionen bzw. die Verfolgung einer Traumfrau durch einen LKW-Fahrer (der Interpret erscheint hier als Handlungsträger).

In den ersten Szenen sieht man einen alten Transport-LKW auf einer verschneiten Landstraße einsam dahinfahren. Plötzlich erscheint wie durch ein 'Wunder' am Straßenrand eine etwas altertümlich gekleidete junge Frau (Kleid und Hut entstammen etwa der Zeit der Jahrhundertwende). Der Fahrer nimmt sie als Mitfahrer mit, doch verschwindet sie abwechselnd und taucht immer wieder an einem anderen Standort auf. Die Bilder wechseln schnell. Mit Beginn der ersten Strophe verändert sich der

Handlungsort. Die Einblendungen zeigen den Sänger in gewohnter Aufmachung in mehreren Räumen, die mit unerklärlichen Porzellanbildern ausgestattet sind. Zwischen den lippensynchron vorgebrachten Phrasen des Titels werden diese Wandbilder immer wieder gezeigt. Sie bilden jedoch keinen konkreten Bezugspunkt zu Text oder Bildfabel, sondern sind lediglich Dokumentationen eines historischen Molkereiwarenladens, wie sich später herausstellt.

Wieder zurück auf der Landstraße passieren dem Helden die unglaublichsten Dinge. Das Auto qualmt, eine Reparatur wird notwendig. Im Refrain - "Komm, ich nehm' dich in die Arme und bring dich in ein Land. In's Wunderland ..." versucht er ihr zu folgen, doch die Zeitlupe verursacht "schwere Beine". Im fahrenden Auto sieht er sie plötzlich im Rückspiegel. Als er aussteigt, um sich zu vergewissern, fährt sie ihm mit seinem LKW davon. An einem Holzhaus angelangt, dringt die Kamera in das Innere vor. Man sieht die verschiedensten Erzeugnisse der Milchindustrie - Milchflaschen, Eierpackungen und Käse. Die Geschichte löst sich auf. Das Mädchen erscheint völlig normal gekleidet - als Verkäuferin im weißen Kittel - und nimmt die Ware ab, die er mit seinem Transportfahrzeug anliefert.

Technische Effekte, wie Feuer, Nebel oder Licht kamen in diesem Musikvideo nicht gezielt zum Einsatz. Die Außenaufnahmen der Schneelandschaft wurden lediglich mit denen im Molkereiladen aneinandergereiht. Dabei dominieren in der Untermalung des verbalen Textes lange Einstellungen. Die zwei Ebenen Musik und Text werden vom Sänger interpretiert und die Strophen meist in voller Länge vor dem Hintergrund der Porzellanbilder vorgestellt.

Die Bilderfolge wurde offensichtlich durch bestimmte Reizwörter, wie "Wunder", "Prinzessin" oder "Wunderland" ausgelöst. Zwar beziehen sich die Produzenten in der Ausgestaltung auf bestimmte Textfragmente (Bsp. Garderobe), doch erscheint insgesamt die Visualisierung hier als eigenständige dritte Ebene. Beim Zuschauerwettbewerb um die Ermittlung der besten DDR-Musikvideos erlangte dieser doch ansprechende Clip mit 22,4 % der Stimmen den 2. Platz.

#### 4.2.4. Arnulf Wenning "Rot, so rot"

"Der Sommer hing wie Blei über der Vorstadt. Seit Tagen war es nur noch heiß." - die gesprochenen ersten beiden Textzeilen dieses Titels führen uns in eine Sommererinnerung, die die Phantasie in eine groteske Richtung schweifen läßt.

Eine auffallend hohe Schnittfrequenz (2,42s) koppelt das vorwärtsdrängende tempogeladene Stück mit einer Vielzahl wild aneinandergereihter Bilder. Dabei dominiert in ihrer Montage der Schnitt auf den Rhythmus der Musik. Der Interpret erscheint als Reporter verkleidet mit seinem Drehstab auf einem Marktplatz und schildert in der Art eines Sprechgesangs seine Erlebnisse (lippensynchron). In den Zwischeneinblendungen sieht man ihn in den verrücktesten Situationen - mit der Bohrmaschine in einer Wand bohrend (Studio), am Sommerstrand mit einer halben Wohnungseinrichtung im flachen Wasser, im Schlauchboot rudern, auf einem Pferd reitend am Strand, in einer Schwimmhalle u. a. Diese Aufnahmen kommen wiederholt zum Einsatz. Die Bezüge zu den dargestellten Szenen lassen sich anhand von Reizwörtern aus dem Text finden. So verbindet sich mit der Vorstellung von einem heißen "Sommer" geradezu der Wunsch nach Ferien, Meer und Hitze. Synonym für Hitze und Sonne wird dabei die Farbe rot. Ihr galt in erster Linie die Aufmerksamkeit innerhalb der Farbdramaturgie. So überschwemmt dreimal im Verlauf des Videos rote Farbe die gesamte Bildfläche, als ob die Bildröhre des Fernsehers sich einfärbt. Darauf wird elektronisch in schräger Ansicht ein 'Wanted-Foto' des Interpreten projiziert. Zweimal greift der Darsteller in eine Schüssel, wo unnatürlich eingefärbtes rotes Wasser sich befindet. Eine andere Aufnahme zeigt einen Effekt, der rotgefärbte Bildteile aus der Einstellung verschwinden läßt - diese werden elektronisch ausgeblendet (zweimal Essenreste, einmal Inhalt aus umgekippter Brauseflasche). Die variierten Pferdeszenen (sie erscheinen insgesamt siebenmal im Bild) werden teilweise mittels der Zeitraffertechnik bearbeitet, das bewirkt verstärkt die Assoziation von Urlaub, Freiheit und Abenteuer. Es bedient diese Klischeevorstellung.

Der fast überstrapazierte Einsatz bestimmter Bildelemente paßt sich in seiner schnellen Abfolge dem 'dahinhämmernden' rasanten Tempo des Musiktitels an. Ebenso wie die musikalische Gestaltung auf die Dauer dem Hörer monoton und abwechslungslos erscheint, werden auch die Bilder in loser Reihenfolge, aber in ständiger Wiederholung gekoppelt. So kommt beispielsweise die Einstellung, wo Sänger mittels Bohrmaschine eine Wand bearbeitet achtmal im Video zum Einsatz. Die einzelnen Szenen weisen dabei keine konkreten Bezüge zueinander bzw. zum Text auf. Sie wirken eher, wie das bloße Aufzählen unendlicher Möglichkeiten, sich z. B. seinen Urlaub o. ä. zu gestalten. Auffällig erscheint in diesem Clip die häufige Verwendung von Symbolen. So die Darstellung von Einrichtungsgegenständen einer Wohnung, die verfremdet am Badestrand eingesetzt werden (Fernseher, Wecker, Geschirr, Spielzeug, Möbel). Insgesamt wirkt das Video durch die Überstrapazierung von Bildmaterial sehr konfus und konzeptionslos. Interessant ist hier lediglich die Farbgestaltung (rot). Andere technische Effekte wurden kaum verwendet.

#### 4.2.5. Ralf "Bummi" Bursy "Feuer im Eis"

Dieser Titel lief im vergangenen Jahr sowohl im Rundfunk als auch im Fernsehen sehr erfolgreich in den Wertungssendungen. Die Popularität des Interpreten beeinflusste wohl auch in entscheidendem Maße die Wahl zum Musikvideo des Jahres. Neben sehr guten anderen Clips gewann diese Produktion mit immerhin 27,7 % aller ausgezählten Stimmen.

Am auffälligsten erscheint bei diesem Video der Einsatz des blue-box-Verfahrens (das monochromatische Austasten der Farbe blau), das m. E. etwas überanspruchvoll wirkt.

Die Dauer des Titels beträgt 3,34 Minuten. Darauf wurden 67 Bildeinstellungen mit einer durchschnittlichen Schnittfrequenz von 3,2 Sekunden projiziert. Das Vorspiel - mit 30 Sekunden relativ lang - führt uns hinaus in eine nächtliche Landschaft.

Die Kamera 'fährt' auf ein Riesenzelt zu, aus dem Rauch aufsteigt. Der Darsteller (=Sänger) erscheint am Eingang des Zeltes in drei verschiedenen Einstellungen (Halbtotale, Halbnah, Groß) im Rhythmus der Musik auf das Schlagzeug geschnitten. Eine kurze Einblendung zeigt eine große Glasglocke bzw. -halbkugel, die angestrahlt wird. Mit einem Kameraschwenk im Halbkreis wird erstmals das Zeltinnere vorgestellt. Im Korbstuhl in der Mitte des Zeltinnern sitzt ein Mädchen im orientalischen Gewand, möglicherweise eine Wahrsagerin o. ä., neben sich eine Dogge. Außerdem befindet sich eine offene Feuerstelle direkt in ihrer Nähe. Mittels einer Schieblende wird die Szenerie gewechselt, damit der Vorspann abgeschlossen.

Die gesamte erste Strophe sieht man den Sänger lippensynchron den Song interpretieren - er bewegt sich im Rhythmus der Musik. Als Hintergrund dient eine Dächerlandschaft, die wahrscheinlich erst im Laufe der Produktion mit den ursprünglichen Aufnahmen gekoppelt wurde. Das Material wurde dann erst mit dem Blauton versehen.

Ein kurzes Zwischenspiel führt uns zurück in das Zelt. In der technischen Umsetzung dominiert wieder eine Kamerafahrt im Halbkreis von links nach rechts. Im Text des Liedes beschreibt der Sänger hauptsächlich seine starken Gefühle zu seiner Geliebten, die ihn zu einem "Spielenden Kind" verwandelt, welches sich wie eine "Fackel im Wind" nach ihren Wünschen ausrichtet. Das erklärt auch den Bezugspunkt zu dem im Zelt sitzenden hübschen Mädchen. Die zweite Strophe wird mittels einer Blende und der Großaufnahme von seinem Gesicht eingeleitet. Auf die Textzeile "Deine Hände waren wie du, magische Kraft und das Schweigen dazu." kommt wieder das Mädchen in das Bild, wie sie mit erotischen Armbewegungen ihn zu sich heranlocken versucht. Die folgende Einstellung zeigt sie aus der Untersicht durch eine Glaskugel hindurch. Dadurch entsteht ein Effekt des Verwischens scharfer Konturen. Im Refrain ist über eine Simultanblende noch einmal der Sänger zu sehen, dann wiederholen sich einzelne Aufnahmen aus dem Zelt (Glaskugel, sie mit beschwörenden Armbewegungen). Die dritte Strophe bringt einige Außenaufnahmen. Eine Kameraanfahrt auf das Zelt, die Totale der Dogge, eine Szene, in der er versucht einen Kieshang hinaufzuklettern,

dabei aber immer wieder hinabgleitet, unterbrochen durch Einstellungen von ihr, so beispielsweise die spärlich bekleidete Brust des Mädchens oder die Großaufnahmen ihres Gesichtes. Das zerspringende Glas (Zeitlupe) in Verbindung mit einem Nebel-effekt untermalt die abschließende Strophenzeile - "Ich brauche dich".

Die dreimalige Wiederholung des Refrains - "Feuer im Eis ..." - zeigt wieder bekannte Bilder in den unterschiedlichsten Variationen und mit einzelnen Effekten ausgestattet. Die Elemente wie Feuer, Nebel, Glas, Hände, Gesichter in der Totale, Karten legen, Buch lesen, die immer wiederkehrenden Aufnahmen vom abbrennenden Zelt wechseln sich ab. Auch solche entlegenen Gegenstände, wie beispielsweise, der Taschenrechner in der Hand des Mädchens wurden in die Gestaltung mit eingebaut. Im Gegensatz zu anderen KLIK-Produktionen, erscheint hier der Einsatz von Symbolen und Bildern überstrapaziert. Im Vergleich zu dem unter 4.2.6. besprochenen Clip, wirkt dieses Video chaotisch und mit 'bunten Bildern' überfrachtet.

Auch der übermäßige Einsatz von Nebel- und Feuereffekten, erinnert an die ersten Versuche von Video-Produktionen bei KLIK (siehe 4.2.1.).

#### 4.2.6. Ines Paulke "Hauch mir wieder Leben ein"

Der erste Eindruck von dem Musikvideo ist äußerst angenehm. Hervorgerufen wird dieses Gefühl durch die langsame fast melancholische Titelgestaltung, der ausdrucksstarken Stimme der Interpretin und der angepaßten visuellen Umsetzung über die Bilder. Der Handlungsort ist größtenteils ein Zimmer, ausgekleidet mit weißen Tüchern, was Fußboden, Wände und auch einzelne Möbel einschließt. Helles Licht strahlt durch die Fenster hinein. Mittels einiger ausgewählter Gegenstände, die verstreut sich im Zimmer befinden, werden Kontraste erzeugt. So erkennt man schon in den ersten Einstellungen ein pinkfarbenes Badetuch auf dem Fußboden, ebenso eine altertümliche Waschschüssel nebst Wasserkrug und ein überdimensional großes rosafarbiges Telefon. Die Kontrastgegenstände strahlen Ruhe und Geborgenheit aus.

Die Helligkeit der Bilder wurde in der Aufarbeitungsphase der Clip-Herstellung durch ein monochromatisches Einfärben des Blautons noch verstärkt.

Nach einem kurzen Vorspiel beginnt die erste Strophe. Man sieht die Sängerin an einem Türrahmen angelehnt, wie sie lippensynchron den Text interpretiert. In der dritten Zeile - "Bis man sich nicht mehr versteht" - zeigt eine simultane Blende einen Mann mit einem kleinen Kind an der Hand und einem Instrumentenkoffer, der sich scheinbar weit weg am Horizont entfernt. Man hat den Eindruck, daß es sich hierbei um Erinnerungen, Träume o. ä. handelt, da diese Bilder ganz bewußt vom Vorhergehenden abgesetzt werden. Sie sind monochromatisch rot eingefärbt. Der zweite Teil der ersten Strophe führt uns wieder zurück in das Zimmer. Sie sitzt auf dem Fußboden vor der Wasserschüssel und taucht die Hände in das Wasser. Die Kamera fährt dabei einen langen Schwenk und filmt somit aus den verschiedensten Blickwinkeln. Der Text, aber auch die Bilder vermitteln den Eindruck von Einsamkeit. "Müde Blicke an die Uhr, ..." - die erste Refrainversion zeigt sie vor dem Fenster sich duschend. Die Aufnahmen sind dabei mittels Zeitlupentechnik bearbeitet, so daß man das spritzende Wasser, die einzelnen Tropfen, die von ihrem Oberkörper abprallen, genau ausmachen kann. Der Effekt ist sehr wirkungsvoll - ähnliche Bilder kennt man auch aus internationalen Produktionen. Die folgenden Szenen ergänzen die trostlose Stimmung, Erinnerungen an die Vergangenheit werden wach. Auf dem Fußboden befinden sich einige Frühstücksgegenstände (Toaster, Kaffeetasse, Ei), daneben sie allein, nur mit dem Badetuch bekleidet. Verfremdete Effekte werden eingeblendet, beispielsweise wie sie in der Hand das gekochte Ei zerquetscht oder eine getoastete Scheibe Brot zerbricht - alles in Großaufnahme. Die zweite Strophe beginnt mit der Erinnerung an eine bestimmte Person - "Erst dein Lächeln ...". Sie sitzt am Tisch und schminkt sich. Man sieht zu ihren Füßen verstreute bunte Kinderbausteine und einen Stuhl neben ihr am Tisch umgekippt, das weiße Laken verrutscht. Korrespondierend auf den letzten Akkord des Synthesizers, dem Abschluß des ersten Teils der zweiten Strophe, erfolgt eine Schußfahrt der Kamera (erzeugt wird dieser Effekt durch eine

langsamere Aufnahme mittels Kamera gekoppelt mit einem Schwenk, die im Resultat dann schneller abgespielt wird), die sie in Großaufnahme darstellt. Eine simultane Blende verbindet Mann mit Kind am Horizont laufend mit der Darstellung der Sängerin an den Türrahmen gelehnt. Der zweite Teil der Strophe - "Erste Tränen ..." - verstärken den Eindruck von Traurigkeit und Schmerz. Eine rote Rose, Symbol für Schönheit, Unnahbarkeit, tritt in den Mittelpunkt der Bilder. Dreimal in Folge wird das Greifen nach der Rose in Großaufnahme gezeigt. Ein weiterer Versuch zeigt die gestochene, blutige Hand.

Den Abschluß bildet wieder eine Kameraschußfahrt auf den Akkordeffekt in Richtung Sängerin. "Hauch mir wieder Leben ein" - das erstmalige Erscheinen der Titelzeile im zweiten Refrain, verdeutlicht den Wunsch nach Geborgenheit, ohne die man in einer Partnerschaft nicht auskommen kann.

Das alte Sofa mitten im Raum, auf dem Boden brennende Kerzen in bestimmter Ordnung und dazwischen sie, unbeweglich. Durch einen Spiegel in ihrer Hand ist ihr Gesicht zu sehen. Die Kamera fährt einen langsamen Schwenk um sie herum. Unterbrochen wird diese Szene mit einer simultanen Blende - sie wieder am Türrahmen stehend ihren Text singend - "Ich hör' und riech' dich schon".

Der Schwenk setzt sich weiter fort (bis zur Rückansicht der Sängerin). Im Vorgergrund erscheint das schweigende Telefon - Sinnbild ihrer Vereinbarung. Eine Schußfahrt auf ihr Gesicht (Totale) beendet diese Szene. Verschiedene Bilder geben eine Überleitung zum bevorstehenden 25 Sekunden andauernden Saxophon-solo. So sieht man Einstellungen von Wolken am Himmel, einen geöffneten Saxophon-Koffer und eine einzelne Rose. Die bereits zweimal eingeblendeten Erinnerungsbilder werden nun in abgewandelter Form dargestellt. Auf einem kleinen Hügel stehen Mann und Kind eigentlich nur als Umriss vor dem Horizont erkennbar. Dabei spielt er synchron seinen Saxophonpart nach. Kurzzeitig erhält diese Szene eine Unterbrechung, das Phrasenende, markiert durch den typischen Synthesizerklang, wird wie als Rückblende mit einer Schußfahrt auf sie markiert. Auffällig erscheint wiederum hier der Kontrast zwischen den hellen Innenbildern und den rötlich eingefärbten Außenaufnahmen.

Die abschließende Wiederholung des Refrains zeigt die Sängerin wieder im Zimmer an den Türrahmen angelehnt. Einzelne Effekte werden eingeblendet. So wird das Fallenlassen eines gefüllten Sektglases in Großaufnahme gefilmt, wobei die Kamera starr auf der Hand ausgerichtet bleibt und somit die farbigen Händeabdrücke im Hintergrund dokumentiert, die von Kinderhänden herzurühren scheinen.

Eine andere Szene zeigt wie sie wartend am Erdboden vor dem überdimensionalen Telefon hockt, um sie herum eine ganze Kerzenlandschaft. Eine Großaufnahme stellt ihr Profil (Nase und Kinn) dar, wie sie eine brennende Kerze auspustet. Mit den Worten "Ich hör' und riech' dich schon" verläßt sie das Zimmer und geht hinaus auf die Veranda. Der Mann mit dem Kind läuft immer noch am Horizont entlang. Zum Abschluß kommt noch einmal die Sängerin mit Hilfe der Simultanblende in das Bild. Ihren letzten gebrochenen AkkorJ singt sie a capella, das in einem leichten Echo ausklingt.

Die Länge des Titels umfaßt knapp 3 Minuten und weist mit 44 Bildeinstellungen eine durchschnittliche Schnittfrequenz von 4,05 Sekunden auf. Damit wurde das langsame Schnitttempo dem verhältnismäßig langsamen Titel angepaßt. Der Einsatz von vielen Schwenks der Kamera, aber auch die bewußte Gestaltung von Kontrastbildern lassen trotzdem die Abfolge der Bilder interessant erscheinen. Optische Effekte, wie das spritzende Wasser oder das Auspusten der Kerze bringen auch ohne Montage-technik eine gewisse Bewegung in die Aufnahmen.

Das musikalische Arrangement, erstellt von Komponist und Produzent Arnold Fritsch, weist einen sparsamen Instrumenteneinsatz auf. Bishin zum letzten Wort des ersten Refrains werden lediglich das E-Piano und Schlagbesen zur Untermalung der Gesangsstimme eingesetzt, außerdem hört man im Hintergrund noch die leisen Schläge eines Drumcomputers. An den Phrasenenden erklingen jeweils elektronisch erzeugte Effekte. Auf "Vergangenheit" setzt erstmals die sparsame E-Gitarrenbegleitung ein. Eine Steigerung erfährt die Instrumentierung noch kurz vor dem Saxophoneinsatz, wenn das Schlagzeug gegen den Takt zu spielen beginnt. Der Saxophonpart bildet eine Art Variation zur Gesangsmelodie und wird nur von E-Piano und Schlagwerk untermalt. Im

abschließenden Refrain ertönt kurzzeitig eine zweite Stimme im Terzabstand ("Aus dem Kopf in's Herz hinein").

Außerdem erklingt weiter ein Saxophon-Gegenpart zum Gesang jeweils in den Pausen.

Dieses Video zeichnet sich gegenüber den vorher besprochenen in mehrfacher Hinsicht ab. Es fallen geschickt arrangierte Bilder auf, die durch den Symbolcharakter der Gegenstände eine eigene Sprache haben. Sie ergänzen die verbale Textaussage, indem sie auf eine reale Situation hinzielen. Positiv fällt weiter auf, daß technische Mittel bewußt sparsam, aber gleichzeitig sehr akzentuiert eingesetzt wurden. Der eigenartige Reiz dieses Videos ergibt sich aus der Verbindung von Farbdramaturgie, Bildersprache und musikalischem Grundgestus.

#### 4.2.7. Rockhaus "Gefühle"

Mit dieser visualisierten Version des fast vier-minütigen, langsam gehaltenen Rocksongs haben die KLIK-Produzenten meines Erachtens ein anspruchsvolles Musikvideo geschaffen. Interessant ist vor allem die Farb- und Lichtgestaltung des Clips. Handlungsort ist eine leere Lagerhalle. Sie wirkt dunkel und düster. Grautöne dominieren. Helle oder grelle Farben kommen nicht zum Einsatz. Dagegen wird die trostlose Farbgestaltung durch die Lichtdramaturgie noch unterstützt. Weiße bzw. blaue Lichteffekte bewirken in dem großen Raum verstärkt eine Bildtiefe. In fast allen Bildern blinken die Scheinwerfer in die Kamera. Wo die weitere Halle gefilmt wird, erzielt man damit eine Wirkung, die an Hallogen-Licht (Nebel) erinnert. Die Umrisse werden nicht scharf gezeichnet. Auch sind die Scheinwerfer oft gut sichtbar mit in das Bild hineinmontiert, so beispielsweise zu Beginn des Titels an weiträumigen Gerüsten ca. 3 Meter über dem Boden. Die ersten drei Strophen werden lediglich zu einer sparsam eingesetzten E-Gitarre vom Sänger vorgetragen, dann setzt der Baß mit einer unbeweglichen fast eintönigen Formel (Achteltöne in der jeweiligen Harmonie) ein, bis schließlich ein fünf Sekunden langer Schlagzeugbreak als Kulminationspunkt nach der vierten Strophe

(entspricht der ersten Strophe) die Spannung auflöst und damit den Einsatz aller Musiker hervorruft.

Die abgewandelte Wiederholung der dritten Strophe leitet ein 40 Sekunden andauerndes Gitarrensolo ein, das optisch sehr reizvoll umgesetzt wurde. Mit 68 Bildeinstellungen und einer durchschnittlichen Schnittfrequenz von einem Bild aller 3,47 Sekunden ist der Videoclip nicht sonderlich schnell geschnitten. Doch werden die Bilder durch geschickte Kameraführung stets in Bewegung gehalten. Deshalb werden Kamerafahrten bis zu sechs Sekunden in den Augen der Betrachter nie langweilig. So sieht man in den ersten beiden Minuten lediglich den Sänger mit seiner Gitarre lippensynchron den Text interpretierend. Dazu bewegt er sich dem verhaltenen Ton der Musik entsprechend. Die Kamera 'begleitet' ihn dabei und filmt aus den verschiedensten Blickwinkeln. Von oben nach unten, seitlich in Bewegung, auch schräge Kamerahaltung, u.a. - alles in ständiger aber doch ruhiger Bewegung, weder abgehackt noch hektisch. Der Sänger erscheint in alltäglicher Kleidung - völlig normal, nichts aufgesetztes wird vermittelt, glaubwürdig. Einblendungen ab der zweiten Strophe zeigen Visionen, die möglicherweise mit der immer wiederkehrenden Textzeile "Wir machen ein Geschäft mit deiner Seele." in Verbindung zu bringen sind. Darsteller sind die Mitglieder der Band in den verschiedensten Situationen, wie beispielsweise Patienten einer Nervenklinik, die verstreut in einem weißen abgeschlossenen Raum sich befinden, in Zwangsjacken eingeengt, unbeweglich.

Eine andere Szene zeigt die Vorbeifahrt eines aufgebahrten Toten im schwarzen Frack und Zylinder gefilmt durch das Fenster eines Hauses nach außen. Mit einer Kameraschußfahrt auf das letzte Wort der Textzeile "Ein Schauer auf deiner Haut" erscheint im Bild ein Operationstisch beleuchtet aus Kunststoffen gefertigte Organe des menschlichen Körpers - Anschauungsmaterial, wie man es aus der Medizin kennt, z. B. ein großes Auge, ein Herz u.a. Die Bandmitglieder stehen mit weißen Kitteln bekleidet um den Tisch herum und beschäftigen sich mit diesen Imitationen. Unterbrochen wird diese Szene durch das bereits erwähnte Schlagzeugsolo, daß einen völligen Wandel bringt, sowohl was die Musik als auch die optische Umsetzung betrifft.

Der fünf Sekunden andauernde Schlagzeugbreak wird durch 13 Schnitte aufgefächert. Das geschieht nicht synchron auf die einzelnen Schläge des Musiktitels, sondern man sieht den Musiker in verfremdeter Form auf das Instrument schlagen, so daß ihm schließlich die einzelnen Teile umstürzen, bzw. die Schlagstöcke aus den Händen fallen. Unterstützt werden diese Bilder durch Zeitlupenaufnahmen, die phasenversetzt, also abgehackt, erscheinen.

Mit dem letzten Schlag des Solos ist ein Aufleuchten eines Scheinwerfers gegen die Kamera gekoppelt. Damit kommt wieder alles in den Grundrhythmus der Musik zurück, der Einsatz für die anderen Instrumente ist gegeben.

In den darauffolgenden Bildern sehen wir die Bandmitglieder in schwarzen Anzügen, wie zu einem Begräbnis schreitend, eine Puppe wegtragen. Der Text lautet hier "Und wenn du schon gar nicht mehr 'dran denkst, wird es passieren' - Es ist kein Problem." Daraufhin wird wieder der Sänger einblendet mit der Textzeile "Immer wieder bis du mich holst". Ein langanhaltender Schrei zeigt ihn vor einer Häuserkulissenwand sich bewegend, diese ist sicherlich mit Absicht verfremdet worden - ihre Höhe reicht nicht über drei Meter. Außerdem wurde hier wieder mit Hilfe der Zeitlupentechnik gearbeitet, was ein interessantes Pendant zu dem sich hinziehenden Schrei darstellt. Ein Gitarrenchorus setzt ein. Man sieht den Gitarristen allein vor einer weißen Pappkulisse, die mit verschiedenen fast technisch gearteten Zeichnungen versehen ist, synchron seinen Part spielen. Eine Einblendung führt uns wieder zurück zu dem Sänger der Band, wie er gerade seine Gitarre in Zeitlupe aus größerer Höhe auffängt. Auffallend hier besonders die geschickte Kameraführung, die von schräg unten in die direkt über dem Sänger sich befindenen Scheinwerfer hinauffilmt.

Beim Einsatz der zweiten Gitarre werden in die Gestaltung Windeffekte eingebaut. Umherfliegende Papierbögen und die Bandmitglieder auf dem Boden vom Winde 'gepeinigt' untermalen den herben vollen Klang der Gitarre. Die letzten 36 Sekunden erscheint der Sänger mit Gitarre, wie bereits zu Beginn des Stückes allein in der weiten, leeren Halle. Zu der zweimaligen Wiederholung der letzten Textzeile - "Immer wieder bis du mich

holst" - erklingt im Gegenpart abwechselnd mit dem Gesang und als Untermalung die Gitarrenstimme in der gleichen Intonation wie beim vorangegangenen Chorus. Das erregte Treiben entspannt sich, musikalisch erfährt der Schluß eine Beruhigung. Wenn der Schlußton der Gitarre verzerrt im Ton abfällt, erfolgt eine gelungene Umsetzung in der optischen Darstellung. Man sieht den Sänger mit dem Rücken an der Wand diese hinabgleiten. Die Kamera fährt dagegen immer weiter im Raum nach oben.

### 4.3. Auswertung

Am Beispiel der untersuchten Video-Clips lassen sich einige interessante Entwicklungslinien aufzeigen.

Die Beispiele wurden gezielt aus der Gesamtzahl der Produktionen ausgewählt. An ihnen lassen sich in gewisser Weise Grundmuster der Visualisierung von Rockmusik erkennen. Es wird dabei deutlich, daß von Beginn der KLIK-Produktionen im Jahr 1985 bis März 1987 eine Veränderung stattfindet, die auf neue Konzeptionen hinweist. Verschiedene Entwicklungstendenzen sind nachweisbar. Weisen die ersten drei ausgewählten Videos noch eine eindeutig eigenständige Geschichte auf, die sich teilweise auf Reizwörter des Textes aufbaut, wird in den letzten vier Produktionen deutlich, daß hier eine Umorientierung stattgefunden hat. Die relativ geschlossene Form wird zunehmend aufgegeben. Zwei Prinzipien kristallisieren sich heraus. Während bei "Rot, so rot" von Arnulf Wenning symbolträchtige Bilder wahllos aneinandergereiht erscheinen, ständig wiederholt werden und nur noch formale Verknüpfungen aufweisen, ist bei "Gefühle" von Rockhaus eine andere Tendenz zu erkennen. Es findet eine Zusammenführung von symbolträchtigen Bildern mit Einstellungen, die die Musiker an ausgewählten Passagen des Musikstückes zeigen, statt.

Diese beiden Formen lassen den Betrachter mehr Freiraum für eigene Assoziationen, als dies bei vorherigen Videoclips, die teilweise den Charakter von Kurzgeschichten hatten, der Fall war. Der Einsatz von technischen Mitteln erscheint bei den späteren Produktionen ausgewogener. Besondere Effekte werden sparsamer, dafür gezielter eingesetzt. (Im Vergleich zeigt sich, daß bei den ersten Video-Produktionen sich oftmals alles auf Effekte konzentrierte, diese somit überbetont wurden, was sich negativ auf den Gesamteindruck der Produktion auswirkte.)

Weiterhin bleiben jedoch 'traditionelle Elemente' der Präsentation von Rockmusik wie Nebel, Rauch, Feuer, Licht etc. bestimmend. Doch auch hier ist ein bewußter Einsatz zu erkennen (siehe die Licht- bzw. Farbdramaturgie bei "Gefühle", "Hauch

mir wieder Leben ein" im Vergleich zu "Ballettänzer" oder "Feuer im Eis").

Nach anfänglichen Versuchen, in jedem Video-Clip alle technischen Raffinessen, alle Möglichkeiten der Kameratechnik und des Bildschnitts zu verarbeiten, findet zunehmend eine differenzierte Auswahl aus diesem unerschöpflichen Reservoir der Gestaltungselemente statt. Während noch bei "Feuer im Eis" der Blue-Box-Effekt (Chromakey) bestimmend für das ganze Video ist, gleichzeitig aber durch übermäßigen Gebrauch von Feuer- und Nebel-effekten die Bilder überladen werden und eine Synthese zwischen beiden fehlt, geht die Tendenz zielgerichtet zu sparsamerem aber stärker akzentuiertem Technikeinsatz. Technische Effekte erhalten zunehmend inhaltliche Funktion und unterstützen eher den Grundgestus des Videos, als ihn zu bestimmen. So wird zum Beispiel bei "Hauch mir wieder Leben ein" die Farb- und Lichtdramaturgie bewußt eingesetzt, um zwei in den Bildern angelegte Ebenen voneinander abzuheben. Bei "Gefühle" unterstützt die schlichte Farbgestaltung, unterbrochen nur durch einzelne, überlegt eingesetzte Lichteffekte die Grundstimmung des Titels. Sie ordnet sich diesem unter und wirkt damit nicht mehr vordergründig aufgesetzt, wie es bei frühen Produktionen der Fall war (Im Vergleich dazu sei hier nur "Ballettänzer" angeführt). Bei "Rot, so rot" wird die Farbdramaturgie gezielt genutzt, um Beziehungen zum Text herauszustellen. Auch bei "Moderne Maschinen" wird die Farbgestaltung bewußt zur Verstärkung des Grundgestus des Titels eingesetzt. Wurde noch bei den frühen Produktionen "Ballettänzer", "Wunderland") die Schnittfrequenz ohne ersichtlichen Zusammenhang sehr hoch gehalten - der Versuch, sich ohne konzeptionelle Überlegungen am internationalen Standard zu orientieren - ist auch hier ein Trendwechsel zu verzeichnen. Die Schnittfrequenz wird bewußter dem Gesamteindruck von Musik und Text zugeordnet. Dabei kann als Besonderheit gekennzeichnet werden, daß Titel, die sich durch eine schnell akzentuierte Rhythmik kennzeichnen lassen, eine höhere Schnittfrequenz aufweisen als langsamere, getragenere Kompositionen (zum Vergleich siehe Anhang Tafel 2).

In allen untersuchten Videos fällt ein Produktionsmuster auf. Mit dem Stropheneinsatz ist stets der Interpret in Großaufnahme in langen Einstellungen im Bild. Weiter wird in allen Clips lippensynchron gesungen. Diese Aufnahmen erzeugen eine gewisse Monotonie, werden jedoch immer noch beibehalten. Hier ist eine Eigenart der DDR-Videoproduktion zu erkennen. Die Interpreten sind immer die Hauptakteure (Handlungsträger) der Videos. Andere Personen werden kaum einbezogen, wenn doch, dann fungieren sie lediglich als Ausgestaltungsgegenstände. Auch der Schnitt während der Strophen ist dieser Tendenz angepaßt. Lange Einstellungen dominieren. Die Kamera filmt zum überwiegenden Teil aus der Untersicht. Einem Starkult wird somit Rechnung getragen (Besonders ausgeprägt erscheint dies in "Wunderland" von IC.). Zugunsten einer Identifikationsfigur wird auf Handlung verzichtet. Schnell geschnittene Einstellungen häufen sich dagegen vor allem im Vorspiel zwischen den Phrasen und teilweise in Solis. Es ist eine deutliche Zweiteilung in Strophe und Refrain zu erkennen. Ein Hinweis auf die immer noch dominierende Position des Textes bei der Erstellung der Konzeptionen von Clips.

Dieser Praxis steht jedoch andererseits eine Tendenz gegenüber, die von einer Lösung der Bilder von Text und Musik ausgeht. Der Versuch, Bilder als eigenständige dritte Ebene (neben Musik und Text) zu verstehen, ist bei neueren Produktionen nachweisbar. Es wird in zunehmendem Maße versucht, videoinnente Ausdrucks- und Gestaltungsmöglichkeiten zu nutzen. Bilder verlieren ihren begleitenden, beschreibenden Charakter und werden selbständig gemacht.

Natürlich bedeutet dies nicht, daß Beziehungen zwischen den einzelnen Ebenen nicht vorhanden sind. Nur werden diese weniger kanonisch festgeschrieben und von vornherein vorgeplant. Den Rezipienten wird somit eine größere Freiheit für die Auseinandersetzung zubilligt.

Zusammenfassend läßt sich feststellen, daß die Untersuchungen eine zunehmende und zunehmend ernsthafte Beschäftigung mit theoretischen und praktischen Aspekten des neuen Mediums Video ergeben. Die Produzenten versuchen mehr und mehr, die spezifischen Merkmale von Videoclips herauszuarbeiten und sich dieser Erkenntnisse in der praktischen Umsetzung zu bedienen. Bewußt setzen sie sich von herkömmlichen Fernsehproduktionen mit visualisierter Rockmusik ab.

Der technische Ausstattungsgrad der Studios hat sich in letzter Zeit stark verbessert, so daß immer mehr Möglichkeiten für attraktive, am internationalen Standard orientierte Produktionen bestehen. In diesem Sinne ist zu begrüßen, daß durch die Aktivitäten der Jugendsendung KLIK, die ja in der DDR-Medienlandschaft Neuland beschrift, eine produktive Auseinandersetzung mit diesem Medium möglich geworden ist. Gegenwärtig noch bestehende Mängel und Unzulänglichkeiten können nicht darüber hinwegtäuschen, daß an verantwortlicher Stelle die Bedeutung dieses Mediums, hier speziell für die kulturelle Massenkommunikation Jugendlicher, erkannt worden ist.

Es ist allerdings notwendig, diese produktive Beschäftigung auszudehnen, um somit mehr Vielfalt und unterschiedliche 'Handschriften' zu erreichen.

Die positive Funktion, die Videos in der kulturellen Landschaft der sozialistischen Gesellschaft einnehmen können, wird heute nicht mehr in Frage gestellt.

AnhangAnmerkungen zum Text

1. Vgl. Wicke, Peter: "Rockmusik - Zur Ästhetik und Soziologie eines Massenmediums", Dissertation (B) Berlin 1986, S. 267

Der Video-Markt lief an sich schon 1977 an. Seit diesem Zeitpunkt waren Videorecorder und vorproduzierte Videokassetten mit Konzertmitschnitten von Rockgruppen im Handel erhältlich. Jedoch unterschieden sich diese Produktionen von den späteren Videoclips entscheidend, besonders was ihre ästhetische Gestaltung betraf.

2. Vgl. Becher, Uta: in "Podium und Werkstatt 23" Berlin 1986, S. 72

3. Ebenda S. 72

4. Ebenda S. 73

5. Natürlich funktioniert auch die Rockmusik eingebunden im System kommerzieller Interessen der Medienindustrie. Sie ist auch Profit. Jedoch ist ihr Entstehen in dem zweiseitigen Entwicklungsprozeß von Arbeiterjugend und kapitalistischer Musikindustrie anzusetzen.

Vgl. dazu auch Wicke, Peter: a. a. O. These 12

6. Ebenda S. 266

7. Vgl. Wicke, Peter: "Video killed the Radio Star" Glanz und Elend des Musikvideos. Manuskript, 1987 S. 9f.

8. Vgl. Hoff, Peter: "Zur Funktion und Ästhetik von Videoclips" S. 68

9. Wicke, Peter: "Rockmusik - Zur Ästhetik und Soziologie eines Massenmediums" S. 276

10. Wicke, Peter: "Video killed the Radio Star", S. 4
11. Becher, Ute: a.a.O. S. 74
12. Neben der Vielzahl von gefährlichen, schlechten und banalen Videoproduktionen (meist gekennzeichnet durch die Vorherrschaft von Gewalt, Brutalität, Horror, Sex, Katastrophen o.ä.) gibt es auch phantasieanregende Videos, die eine Fülle optischer Reize ausstrahlen und sinnliches Vergnügen bieten.
13. Bisky, Lothar: "Zu Umfang, Bedingungen und Folgen der Mediennutzung durch Jugendliche" S. 107
14. Bisky, Lothar: "Nutzung der Massenmedien durch Jugendliche" S. 213
15. Ebenda S. 210  
L. Bisky vergleicht dabei unter anderem verschiedene Gruppen beim Hören von Beat- und Rockmusik. Für die meisten Jugendlichen trifft als durchschnittliche tägliche Zeit für das Hören dieser Musik (als Primär- und Sekundärtätigkeit) eine Stunde zu. Das ergibt jährlich immerhin 365 Stunden. Daneben gibt es relativ wenige Jugendliche, die sich nicht für Beat- und Rockmusik interessieren, dafür stärker für andere Musikarten. So ist logischerweise auch die aufgewandte Zeit um ein vielfaches geringer, und man kann sich vorstellen, wie stark die Hörgewohnheiten dieser beiden Gruppen differenzieren.
16. L. Bisky nennt u. a. das Beispiel der Rockmusik, die oftmals gekoppelt wird mit bestimmten Erwartungen und Verhaltensweisen wie Kleidung, Gestik, Sprache unter den Nutzern. Gemeint ist ihre Gesamteinbindung in einen kulturellen Kontext, in dem sie erst real wirksam wird.

17. Für die repräsentativen Untersuchungen der Jugendforschung stehen in diesem Falle die Veröffentlichungen des Zentralinstituts für Jugendforschung Leipzig. ("Die Freizeit der Jugend", "Jugend konkret", "Zur Psychologie der 12 bis 22jährigen")
18. Vgl. Ulrich, Gisela: "Das Zeitbudget Jugendlicher" S. 90  
Dieser Wert schwankt in den einzelnen Studien bis zu drei Stunden täglich, wobei berücksichtigt werden muß, daß es hierbei nur um eine primäre Tätigkeit geht. Sekundäre Nutzung der Medien, quasi gekoppelt mit einer anderen Tätigkeit, was insbesondere die Musikrezeption zutrifft, blieben bei diesen Untersuchungen unberücksichtigt.
19. Vgl. Bisky, Lothar: "Die Entwicklung der Mediennutzung als kulturelle Verhaltensweise Jugendlicher"  
S. 161
20. Schmidt, Danuta: "Zur Funktion von DDR-Rockmusik im weltanschaulich - sozialen Selbstverständigungsprozeß Jugendlicher" S. 21
21. Vgl. Warnecke, Peter: "Populäre Musik und Jugend" S. 2
22. Vgl. Schmidt, Danuta: a.a.O. S. 82
23. Vgl. Wicke, Peter: "Rockmusik" Lehrmaterial S. 7f.
24. Konzeption des Jugendmagazins KLIK S. 3
25. Vgl. Wagner, Jörg: "Zur darstellerischen Präsentation von Rockmusik"
26. Gemeint sind verschiedene Verfahren, wie Chromakey, dem Überblenden mehrerer Bildsignale, verschiedenen Arten von Blenden, harten Bildschnitten oder auch weichen Bildschnitten erzeugt durch Überblendung.

27. Produzent und Komponist Arnold Fritzsch hat durch seinen Einsatz schon mehreren jungen Sängern die Möglichkeit verschafft, durch perfekt arrangierte Titel und natürlich entsprechendem Talent der Interpreten, Beachtung und Resonanz beim Publikum und auch Anerkennung seitens der Kritiker und Kulturverantwortlichen zu erlangen. Genannt werden muß dabei Arnulf Wenning, Markus Siewert und Ines Paulke, auf deren Clips im vierten Kapitel mit eingegangen wird.
28. Bei STOP ROCK liefen erfolgreich die Videos: "Wunderland" von IC, "Feuer im Eis" mit Ralf "Bummi" Bursy, "Spieler" von Jessica, "Rot, so rot" mit Arnulf Wenning und "Hauch mir wieder Leben ein" mit Ines Paulke.
29. Nach den Aussagen des KLIK-Redakteurs Hellmuth Henneberg könnte man den durchschnittlichen Kostenaufwand für einen bei KLIK produzierten Clip mit 10.000 Mark angeben. Natürlich kann diese Zahl mit internationalen Summen nicht verglichen werden - die Relationen, was Auftraggeber bzw. Institution, Produktionsteam, Eigentumsverhältnisse der technischen Apparatur etc. betrifft, stehen in einem völlig anderem Zusammenhang.
30. Dem Drehstab steht oft nicht das gesamtmögliche technische Inventar des Fernsehens zur Verfügung. Beispielsweise steht mit Ausnahme der Nachrichtenredaktion für alle übrigen Bereiche des DDR-Fernsehens nur eine "Steadycam"-Ausrüstung zur Verfügung. Auch ist der Einsatz von Hebefahrzeugen oder anderer schwerer Technik stets unsicher, so daß man auf Ersatzmöglichkeiten zurückgreifen muß. Auch aus diesem Grunde wird im Gegensatz zu internationalen Arbeiten für den Drehablauf kein konkretes und vollständiges Drehbuch erstellt.
31. Wicke, Peter: "Theoretische Probleme der Produktion von Rockmusik im Sozialismus" S. 10

Literaturverzeichnis

Becher, Uta

in: "Podium und Werkstatt 23", Berlin 1986

Bisky, Lothar

- "Die Entwicklung der Mediennutzung als kulturelle Verhaltensweise Jugendlicher"

in: Friedrich/Müller "Zur Psychologie der 12 bis 22jährigen", Berlin 1980

- "Geheime Verführer - Geschäft mit Shows, Stars, Reklame, Horror, Sex", Berlin 1980

- "Zu Umfang, Bedingungen und Folgen der Mediennutzung durch Jugendliche"

NZ in: Weimarer Beiträge 2/1981

- "The Show must go on" Unterhaltung am Konzernkabel: Film, Rock, Fernsehen, neue Medien, Berlin 1984

- "Nutzung der Massenmedien durch Jugendliche"

in: Friedrich "Jugend konkret", Berlin 1984

Bisky, L./Ertel, E./Hanke, H/Hochmuth, A./Kirchenwitz, L./Mayer, G  
Gespräch über Probleme der Erforschung von Unterhaltungskunft

NZ in: Weimarer Beiträge 9/1984

Friedrich, Walter/Müller, Harry (Hrsg.)

"Zur Psychologie der 12 bis 22jährigen", Berlin 1980

Friedrich, Walter/Gerth, Werner (Hrsg.)

Zentralinstitut für Jugendforschung Leipzig, "Jugend konkret", Berlin 1984

Hanke, Helmut

"Freizeit in der DDR", Berlin 1979

"Kulturelle Entwicklungsprobleme der Lebensweise"

in: Weimarer Beiträge 11/1981

"Unterhaltung in den 80er Jahren"

in: Inf. d. GD 5/1982

"Massenkultur - populäre Künste - Unterhaltung"

in: Inf. d. GD 3/1986

Henneberg, Hellmuth  
 "Geburt eines Videos"  
 in: "Neues Leben" 1/87

Hoff, Peter  
 "Zur Funktion und Ästhetik von Videoclips", Kolloquium  
 "Massenkultur - populäre Künste - Unterhaltung. Theoretische  
 und praktische Probleme der Unterhaltungskunst in der DDR",  
 Berlin 13./14. 3. 1986, Protokoll

Konzeption des Jugendmagazins "KLIK", Abteilung Kinder/Jugend/  
 Bildung des Fernsehens der DDR, Berlin 27. 3. 1985

Liebich, Regine  
 "Der Einsatz von Videoclips in der Sendereihe "KLIK", 1986,  
 Hochschule für Film- und Fernsehen der DDR "Konrad Wolf",  
 5. Stj. Regie

Maetzig, Kurt  
 "Darstellende Kunst in den Massenmedien" - Wechselwirkung und  
 technische Basis  
 in: Weimarer Beiträge 7/1984

Makarius, Marianne  
 "Populäre Musik in der soz. Kultur" Theoretische Probleme und  
 praktische Erfahrungen im Bereich der musikal. Unterhaltung  
 in: Weimarer Beiträge 2/1985

Mayer, Günter  
 "Massenkultur - Unterhaltung"  
 in: Inf. d. GD 1/1983  
 "Überlegungen zu einem Konzept soz. Massenkultur"  
 in: Inf. d. GD 3/1986

Schmidt, Danuta  
 "Zur Funktion von DDR-Rockmusik im weltanschaulich-sozialen  
 Selbstverständigungsprozeß Jugendlicher" Diplomarbeit, Berlin 1983

Ulle, Dieter

"Zum Herangehen an Fragen der Massenkultur im Imperialismus"

in: Inf. d. GD 3/1986

Ulrich, Gisela

"Das Zeitbudget Jugendlicher"

in: Voß, Peter "Die Freizeit der Jugend", Berlin 1981

Voß, Peter

"Die Freiheit der Jugend" Autorenkollektiv, Berlin 1982

Wagner, Jörg

"Zur darstellerischen Präsentation von Rockmusik", Jahresarbeit,  
Bereich Theaterwissenschaft an der HUB, 1986

Warnecke, Peter

- "Lebensalter und Musikinteressen von Rundfunkhörern"

in: Musik und Gesellschaft 11/1981

- "Der musikalische Alltag Jugendlicher"

in: Inf. d. GD 4/5 - 1983

- "Populäre Musik und Jugend"

in: Inf. d. GD 4/1986

- "Neue Medien und ihre Folgen", Kolloquium "Massenkultur -  
populäre Künste - Unterhaltung. Theoretische und praktische  
Probleme der Unterhaltungskunst in der DDR" Berlin 13./14. 3.  
1986

Wicke, Peter

- "Rockmusik in der DDR"

in: Inf. d. GD 2/1981

- "Alltägliche Lebensprozesse und Musikaneignung"

in: Musik und Gesellschaft 12/1982

- "Versuch zu einer Theorie der populären Musik"

in: Inf. d. GD 4/5 - 1983

- "Populäre Musik und sozialistische Kultur"

in: Inf. d. GD 6/1984

Wicke, Peter

- "Theoretische Probleme der Produktion von Rockmusik im Sozialismus"  
in: Inf. d. GD 3/1986
- "Rockmusik - zur Ästhetik und Soziologie eines Massenmediums"  
Dissertation (B), Berlin 1986
- "Rockmusik" Lehrmaterial zur Ausbildung von Diplom-Lehrern  
Musikerziehung, 1986
- "Video Killed the Radio Star" Glanz und Elend des Musik-  
videos, Manuskript 1987

Wicke, Peter/Ziegenrucker, Wieland

"Rock, Pop, Jazz, Folk" Handbuch der populären Musik,  
Leipzig 1985

Wiedemann, Dieter

- "Kulturell-künstlerische Interessen und Verhaltensweisen"  
in: Voß, Peter (Leiter) "Die Freizeit der Jugend", Berlin  
1981, Sechstes Kapitel
- "Populäre Künste im Jugendalter"  
in: Inf. d. GD 4/1986

Tafel 1

Video-Kassette FZ/01/86	Zählwerk
1. Roland Kölm "Ballettänzer", 1. Sendung	0 - 63
2. Lucie "Verrückt vor Glück", 1. Sendung	65 - 107
3. Markus Siewert "Snobdame", 2. Sendung	108 - 143
4. Arnold Fritzsch "Digitalypso" (Vorspannmusik)	144 - 189
5. IC (Ralf Schmidt) "Wunderland", 4. Sendung	190 - 230
6. Breake dance Boys "Electric boogie", 4. Sendung	230 - 253
7. Live "Liebesaberglaube", 4. Sendung	255 - 287
8. Collage "Liebeslied", 3. Sendung	289 - 330
9. Jaqueline "Paradies", dazw. Ende Collage schwarz/weiß, 3. Sendung	369 - 405
10. Jessica "Spieler", 5. Sendung	405 - 450
11. Arnulf Wenning "Rot, so rot", 5. Sendung	451 - 478
12. IC "Wunderland" dazw. Ende Jessica schwarz/weiß	480 - 504
13. Logo "Komm in mein Zauberreich" schwarz/weiß, 5. Sendung	531 - 565
14. Arnold Fritzsch "Moderne Maschinen", 7. Sendung	565 - 596
15. Ralf "Bummi" Bursy "Feuer im Eis", 8. Sendung	598 - 629
16. Ines Paulke "Hauch mir wieder Leben ein", 7. Sendung	630 - 656
17. Rockhaus "Gefühle", 11. Sendung	656 - 690
18. Amor & die Kids "Ich bin ein Wunderkind" Farbstörungen	690 - 712
19. Datzu "Ich denk' an dich", schwarz/weiß	714 - 746 entspr. ca. 70 min.

Titel 1 - 17 Regie: Klaus-Dieter Rentel ("KLIK")

18 "STOP-ROCK"

19 Regie: Frank Ebert, 3. Stj. Regie an der Hochschule  
für Film und Fernsehen der DDR "Konrad Wolf"  
für das DDR-Fernsehen produziert

Tafel 2

Interpret	Dauer des Titels (min)	Zahl der Bildein- stellungen	Ø Schnittfrequenz (s)
1. R. Kölm	3'44	71	3,15
2. Lucie	2'45	14	12,50
3. M. Siewert	2'30	46	3,26
4. Fritzsche/Vorspann	3'14	74	2,62
5. IC	3'10	77	2,47
6. Breake dance Boys	1'44	51	2,04
7. Live	2'37	52	3,02
8. Collage	3'40	55	4,00
9. Jaqueline	3'22	41	4,93
10. Jessica	4'08	54	4,59
11. A. Wenning	2'57	73	2,42
(12. IC)			
13. Logo	3'35	56	3,84
14. A. Fritzsche	3'19	96	2,07
15. Bursy	3,34	67	3,20
16. I. Paulke	2'58	44	4,05
17. Rockhaus	3'56	68	3,47
18. Amor & die Kids	2'30	70	2,14
19. Datzu	4'00	62	3,87

Tafel 3 Texte

3.1. Roland Kölm "Ballettänzer" 3'44 T.+K.:Arnold Fritsch

Diese Nacht ist noch so jung  
 Sie brennt heiß in mir  
 Die Musik fährt gut ab  
 Dicht umringt ist man hier.

Rotes Licht auf dem Parkett  
 Die Flammen lodern hell  
 Diese Nacht fängt mich nicht ein  
 Wenn ich mich abseits stell.

Gut ist der dran, der mitspielen kann  
 Gut ist der dran, der mittanzen kann

Ich bin kein Ballettänzer und auch kein Tangotänzer.  
 Ich bin kein Ballettänzer und auch kein Tangotänzer.  
 Ich bin gar kein Tänzer!

Diese Nacht ist noch so jung  
 Das Feuer brennt so nah  
 Die Musik fährt gut ab  
 Und ich steh' abseits da.

Gut ist der dran, der mitspielen kann.  
 Gut ist der dran, der mittanzen kann.

Ich bin kein Ballettänzer und auch kein Tangotänzer.  
 Ich bin kein Ballettänzer und auch kein Tangotänzer.  
 Ich bin gar kein Tänzer.

Ich bin kein Ballettänzer und auch kein Tangotänzer.  
 Ich bin kein Ballettänzer und auch kein Tangotänzer.  
 Ich bin kein Ballettänzer und auch kein Tangotänzer.  
 Ich bin kein Ballettänzer und auch kein Tangotänzer.

3.2. Markus Siewert "Snobdame" 2'30 T.+K.: Arnold Fritzsch

Deine Haare sind gescheert, wie in steingrauer Zeit  
 Rechts auf Linie gekehrt. You are the lady of the night.  
 Im Gesicht 'ne Tolle, Make up, um die Augen Trauerflor  
 An den Fingern blauen Nagellack und viel Klimperkram am Ohr.

Snob, Snob, Pop, Pop, Stop, Stop. oh, oh  
 Snob, Snob, Pop, Pop, Stop, Stop. oh

Zu jeder Disco rennst du hin. You are the dancing queen.  
 Um nach Jungs zu suchen. Ich glaub' du hast'n Spleen.  
 Und hast du einen angeturnt der reingefallen ist  
 Dann spielst du schwarze Witwe und dann wird er abgeblitzt.

Snob, Snob, Pop, Pop, Stop, Stop. oh, oh  
 Snob, Snob, Pop, Pop, Stop, Stop. oh

An den Ohren große Klunkern. Lady du bist echt modern  
 An den Händen viel Geflücker. "So gefall' ich meinen Herr'n"  
 An der Seite noch'n Täschchen, da kommen Zigaretten rein  
 Oder mit Parfüm n'paar Fläschchen, damit dieselst du dich ein.

Snob, Snob, Pop, Pop, Stop, Stop. oh, oh  
 Snob, Snob, Pop, Pop, Stop, Stop. oh

Ich geb' ja zu, sie hat mir mal gefallen,  
 Als sie noch ganz anders war  
 Damals war sie wirklich noch die queen von allen  
 Und ich freute mich, wenn ich sie nur sah.

Doch jetzt macht sie nur noch auf:  
 Snob, Snob, Pop, Pop, Stop, Stop. oh, oh  
 Snob, Snob, Pop, Pop, Stop, Stop. oh, oh  
 Snob, Snob, Pop, Pop, Stop, Stop. oh, oh  
 Snob, Snob, Snob, Snob, Snob (+ Echo)

## 3.3. IC "Wunderland" 3'10 T.+K.: Ralf "IC" Schmidt

Weil's nicht jeden Tag ein Wunder gibt  
Mancher Traum sich nicht erfüllt  
Bist du traurig, weißt manch' Mal nicht mehr  
Ob es dann noch Wunder gibt.

Täglich kreuze ich nun deinen Weg  
Und bin so allein wie du  
Doch es fällt kein Wort, ein kurzer Blick  
Soll Dir sagen, was ich will.

Komm, ich nehm dich in die Arme  
Und bring' dich in ein Land  
In's Wunderland  
Komm, ich nehm dich in die Arme  
Du sollst Prinzessin sein  
Nie mehr allein.

Laß uns Erde, Mond und Sonne sein  
und Universum auf einmal  
Die sich lieben, denen gehört die Welt  
Wunder macht der Mensch sich selbst.

Komm, ich nehm' dich in die Arme  
Und bring' dich in ein Land  
In's Wunderland.  
Komm, ich nehm' dich in die Arme  
Du sollst Prinzessin sein  
Nie mehr allein.

Komm, ich nehm' dich in die Arme  
Und bring' dich in ein Land  
In's Wunderland.

## 3.4. Gruppe "Live" (Wurzen) "Liebesaberglaube" 2'37

T.+M.: Gruppe "Live"

Manche glauben an den 7. Sinn.  
Ihr wißt, daß ich nicht abergläubisch bin.  
Doch irgendwie glaub' ich an Hexerei,  
Du bist mir einfach nicht mehr einerlei.

Du bist für mich fast sowas wie ein Geist,  
der mich in tiefe Wasser mit sich reißt.  
Ich schwebe in Gefühlen hin und her.  
Zu retten bin ich eigentlich nicht mehr.

Oh Mädels, du bist ganz alleine mein.  
Mit dir kann ich ganz wunschlos glücklich sein.  
Du hast mir meinen Kopf total verdreht.  
Ich weiß ganz einfach nicht wie's weiter geht.

Refrain: Alle Leute sagen,  
Alle Leute sagen,  
"Liebe, die macht abergläubisch,  
Liebe, die macht blind -  
ganz geschwind!

## 3.5. Collage "Liebeslied" 3'40 (55)

Sanft breit' ich meine Arme aus  
 Und gebe Dir Geborgenheit  
 Trag mich in mein Schattenreich  
 Voll Phantasie und Zärtlichkeit

Ganz verstoßen such' ich dein Blick  
 Sanft streichelst du meine Hand  
 Du lächelst mich an  
 Ich mag dieses Lächeln. Ich mag dieses Lächeln so sehr.

Fühlst du die Wärme in meinem Blick  
 Traum und Wirklichkeit sind ein Gefühl  
 wenn ich bei dir bin  
 Mal bin ich vor dir auf der Flucht  
 Getrieben von Leidenschaft  
 Na, Na, Na,...

Sanft breit' ich meine Arme aus  
 Und gebe dir Geborgenheit  
 Trag dich in mein Schattenreich  
 Voll Phantasie und Zärtlichkeit

Trag dich in mein Schattenreich  
 Voll Phantasie und Zärtlichkeit  
 Trag dich in mein Schattenreich  
 Voll Phantasie und Zärtlichkeit  
 Na, Na, Na,...

Trag dich in mein Schattenreich  
 Voll Phantasie und Zärtlichkeit  
 Und Zärtlichkeit, und Zärtlichkeit  
 Trag dich in mein Schattenreich  
 Voll Phantasie und Zärtlichkeit  
 Trag dich in mein Schattenreich  
 Voll Phantasie und Zärtlichkeit  
 Na, Na, Na,...

## 3.6. Jaqueline "Im Paradies" 3'22

Streich'le mich mit tausend Händen und Gefühlen  
 ah... Mit tausend Händen  
 Mit tausend Händen meine Haut. Aha ...

Sag' es mir mit tausend Worten  
 Und mit Zärtlichkeit. Aha.  
 Mit tausend Worten  
 Das du mich brauchst. Aha.

In Liebe schweben  
 Im Paradies  
 In Liebe schweben  
 Im Paradies  
 Ich will dich fühlen  
 Im Schatten dieser Nacht.

In Liebe schweben  
 Im Paradies  
 In Liebe schweben  
 Im Paradies  
 Ich will dich fühlen

Wir sind Kinder dieser Nacht.

Ich seh' dich in tausend Träumen und Gedanken  
 Aha ... Mich treibt die Sehnsucht  
 Mich treibt die Sehnsucht hin zu dir. Aha.

Trage dich mit tausend Händen in die Seeligkeit  
 Aha ... ich brauche Liebe  
 Brauch' deine Liebe, gib' sie mir! Aha.

In Liebe schweben  
 Im Paradies  
 In Liebe schweben  
 Im Paradies  
 Ich will dich fühlen  
 Im Schatten dieser Nacht.

In Liebe schweben  
 Im Paradies  
 In Liebe schweben  
 Im Paradies  
 Ich will dich fühlen  
 Wir sind Kinder dieser Nacht.

## 3.7. Jessica "Spieler" 4'08 T.+K.: Jessica

Oh, oh, oh, oh, oh ...

Ja du kennst mich, glaubst du

Und du nimmst mich, glaubst du

Du verfällst meiner Magie

Ich manipulierte, fasziniere dich

Schockiere, explodiere - Nie verliere ich.

Siehe nie mit einem Spieler

Er wird besser sein als du

Stelle Fallen, stell' sie allen

Doch den Jäger laß' in Ruh'

Siehe nie mit einem Spieler

Er wird besser sein als du

Stelle Fallen, stell' sie allen

Doch den Jäger laß' in Ruh'

Ich kann dir vertraut sein

Du kannst meine Braut sein

Ich kann laut schrei'n

Und langsam die Schlinge zieh'n.

Die lachenden Schatten in meinem Gesicht

Du siehst sie nicht

Einen Spieler fängt man nie

Oh, oh, oh, oh ...

Siehe nie mit einem Spieler

Er wird besser sein als du

Stelle Fallen, stell' sie allen

Doch den Jäger laß' in Ruh'

Spiele nie mit einem Spieler  
Er wird besser sein als du  
Stelle Fallen, stell' sie allen  
doch den Jäger laß' in ruh'

Wer ich bin, fragst du  
Woher ich komme fragst du  
Und du fragst wohin ich geh'  
Was ich liebe fragst du,  
Wen ich hasse fragst du  
Willst mich lachen,  
Willst mich weinen seh'n.  
Oh, oh, oh, oh ...

## 3.8. Arnulf Wenning "Rot, so rot" 2'57 T.+K.: Arnold Fritsch

Der Sommer hing wie Blei über der Vorstadt.

Seit Tagen war es nur noch heiß.

Unter Bäumen lachten die Mädchen,  
und ich stand unter Strom und Schweiß.

Dann schnappte ich mir meinen Sattel,  
nahm mir'n neues rotes Tuch.

Der Sommer zog mich in die City,  
wie in stille, bedrückende Flut.

Oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh.

Mir war klar, was heute passier'n wird,  
jemand gab mir roten Wein,

Ach, wie trank ich diese Hitze  
und ließ mich sein, ließ mich sein.

Ref.: Rot, so rot war der Wein  
rot, so rot war der Wein  
rot, so rot war der Wein und als dann die  
"Schwarze Königin" kam.  
Sprach sie: "Nun bist du mein."

Oh, oh, oh, oh, oh, ...

Oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh.

Der Sommer hang wie Blei über der Vorstadt.

Seit Tagen ist es nur noch heiß.

Unter Bäumen lachen die Mädchen,  
und ich steh' unter Strom und Schweiß.

Refr.: Rot, so rot ist der Wein.  
Rot, so rot ist der Wein.  
Rot, so rot ist der Wein.  
Rot, so rot ist der Wein und wenn dann die  
"Schwarze Königin" kommt,  
sagt sie: "Nun bist du mein!"

Oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh.

Oh, Yeah!

Ref.: Rot, so rot ist der Wein.

Rot, so rot ist der Wein.

Rot, so rot ist der Wein.

Rot, so rot ist der Wein. Yeah!

Rot, so rot ist der Wein.

Rot, so rot.

## 3.9. Logo "Komm in mein Zauberreich" 3'35

Ich bin seit uralten Zeiten der Herr der Unterwelt.  
Ich werde dich verleiten. Du wirst mein schwarzer Held.  
Ich werde dich verführen. Du wirst es nicht bereu'n  
Du kannst das Licht berühren und wirst das Feuer sein.

Komm in mein Zauberreich. Du wirst mein bester Diener sein.  
Dir ist noch unbekannt. Was dir hier begegnen kann.  
Komm in mein Zauberreich. Du wirst mein bester Diener sein.  
Komm in mein Zauberland. Sei kein Feigling! Sei ein Mann!

Ich werde deine Seele vom Ballast befrei'n.  
Sie will auf deinen Wegen nur ein Computer sein.  
Aus deinem warmen Herzen wird eine Pumpstation.  
Es geht ganz ohne Schmerzen. Ha, ha. Gewissen. Endstation.

Komm in mein Zauberreich. Du wirst mein bester Diener sein.  
Dir ist noch unbekannt. Was dir hier begegnen kann.  
Komm in mein Zauberreich. du wirst mein bester Diener sein.  
Komm in mein Zauberland. Sei kein Feigling! Sei ein Mann!

Ha, ha, ha ... Schrei ... Ha, ha, ha ... Schrei.

Komm in mein Zauberreich. Du wirst mein bester Diener sein.  
Dir ist noch unbekannt. Was dir hier begegnen kann.

## 3.10. Arnold Fritsch "Moderne Maschinen" 3'19

Du, Du, Du ...

Du siehst mich an. Ich seh dich an.

Du sagst nicht ja. Ich sag' nicht nein.

Du stehst auf neu. Ich steh' auf alt.

Zwischen uns das Magnetfeld

Wer weiß wer, das anstellt?

Du ziehst mich an. Ich zieh' dich aus.

Du sagst nicht ja. Ich sag' nicht nein.

Zwischen uns das Magnetfeld

Wer weiß, wer das aushält?

Mo, mo, moderne Maschinen sagen ja und ja und nein.

Sagen nein und ja. Andromeda.

Dabadaba, hopp, hopp.

Dabadaba, hopp, hopp.

Dabadaba, hopp, hopp.

(Background - Frauenstimmen 'Maschinen')

Du bleibst mir fern. Ich bleib' dir nah.

Du sagst nicht nein. Ich sag' nicht ja.

du bleibst nicht dort. Ich bleibe da.

Zwischen uns das Magnetfeld

Wer weiß, wer das abstellt?

Mo, mo, mo, moderne Maschinen sagen ja und ja und nein.

Sagen nein und ja. Andromeda.

Mo, mo, mo, moderne Maschinen sagen ja und ja und nein.

Sagen nein und ja. Andromeda.

3.11. Ralf "Bummi" Bursy "Feuer im Eis" 3'34

T.+K.: R. Bursy

Baby-Love Du hast heute Nacht  
alles in mir durcheinander gebracht.  
Nahmst mich wie ein spielendes Kind.  
Bei dir war ich wie die Fackel im Wind.

Baby-Love Du sagtest zu mir, Leben heißt Lieben  
drum bin ich bei dir.  
Deine Hände waren wie du  
magische Kraft und das Schweigen dazu.  
Du nimmst mich und du läßt mich fall'n,  
ich möchte schreien.

Refrain: Feuer im Eis, Feuer im Eis,  
Wenn ich doch wüßte, was du verschweigst.  
Feuer im Eis, Feuer im Eis.  
Leben heißt Lieben für welchen Preis.

Baby-Love Sag was sich tut, du bist wie Fieber in meinem Blut.  
Du bist kalt und zärtlich zu mir.  
Trotzdem wär' ich gerne immer bei dir.  
Du bist die Nacht, du bist das Licht.  
Ich brauche dich.

Refrain: Feuer im Eis, Feuer im Eis,  
Wenn ich doch wüßte, was du verschweigst.  
Feuer im Eis, Feuer im Eis,  
Leben heißt Lieben für welchen Preis.

Feuer im Eis, Feuer im Eis  
Wenn ich doch wüßte, was du verschweigst.  
Feuer im Eis, Feuer im Eis.  
Leben heißt Lieben, du machst mich rein.

Feuer im Eis, Feuer im Eis,  
Wenn ich doch wüßte, was du verschweigst.  
Feuer im Eis, Feuer im Eis,  
Leben heißt Lieben für welchen Preis.

Feuer im Eis.

3.12. Ines Paulke "Hauch mir wieder Leben ein" 2'58  
T.+K.: A. Fritzsch

Laute Worte  
Immer wieder laute Worte  
Bis man sich nicht mehr versteht

Leise Stunden  
Immer wieder leise Stunden  
Ich denk', daß da nichts mehr geht

Müde Blicke an die Uhr - so 'ne wache Zeit  
An der Wand 'ne schwache Spur Vergangenheit  
Vergangenheit.

Erst dein Lächeln  
Immer mal wieder 'ein Lachen  
Und dann kennt man so genau

Erste Tränen  
Immer wieder heimlich Tränen  
Und trotzdem werd' ich nicht schlau

Hauch mir wieder Leben ein -  
auch durch's Telefon  
Aus dem Kopf in's Herz hinein  
Ich hör und riech' dich schon.  
Ich hör und riech' dich schon.

Hauch mir wieder Leben ein -  
auch durch's Telefon  
Aus dem Kopf in's Herz hinein  
Ich hör und riech' dich schon.  
Ich hör und riech' dich schon.  
Ich hör und riech' dich schon.  
Ich seh' und spür' dich schon.

3.13. Rockhaus "Gefühle" 3'56 T.+K.: Rockhaus

Du wirst mich nicht hören  
'Wirst es fühlen nur fühlen'  
So kalt - ein Schauer auf deiner Haut  
Wir machen ein Geschäft mit deiner Seele.

Du willst diesen Moment festhalten  
Und wenn du ganz allein bist  
Wird es passieren' - Es ist kein Problem  
Wir machen ein Geschäft mit deiner Seele.

Du wirst es brauchen  
Und wenn du schon gar nicht mehr'dran denkst  
Wird es passieren' - Es ist kein Problem  
Wir machen ein Geschäft mit deiner Seele.

Ein Geschäft mit deiner Seele.

Du wirst mich nicht hören  
Du wirst es fühlen nur fühlen  
So kalt - ein Schauer auf deiner Haut  
Wir machen ein Geschäft mit deiner Seele.

Du wirst es brauchen  
Und wenn du schon gar nicht mehr'dran denkst  
Wird es passieren' - Es ist kein Problem  
Immer wieder bis du mich holst.

Immer wieder bis du mich holst.  
Jeah ...

Immer wieder bis du mich holst.  
Immer wieder bis du mich holst.  
Hm ... Hm...

