

Thorsten Quandt
Musikvideos im Alltag Jugendlicher

Thorsten Quandt

Musikvideos im Alltag Jugendlicher

Umfeldanalyse und qualitative Rezeptionsstudie

**Mit einem Geleitwort von
Prof. Dr. Christina Holtz-Bacha**

Quandt, Thorsten:

Musikvideos im Alltag Jugendlicher : Umfeldanalyse und
quantitative Rezeptionsstudie / Thorsten Quandt. Mit einem

Geleitw. von Christina Holtz-Bacha. –

Wiesbaden : Dt. Univ.-Verl., 1997

(DUV : Sozialwissenschaft)

ISBN 978-3-8244-4225-6 ISBN 978-3-663-01491-1 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-663-01491-1

Der Deutsche Universitäts-Verlag ist ein Unternehmen
der Bertelsmann Fachinformation.

© Deutscher Universitäts-Verlag GmbH, Wiesbaden 1997

Lektorat: Monika Mülhausen



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Gedruckt auf chlorarm gebleichtem und säurefreiem Papier

Geleitwort

Die deutschsprachige Publizistik- und Kommunikationswissenschaft hat sich stets schwer getan im Umgang mit der Unterhaltung. Die Disziplin suchte ihren Schwerpunkt eher bei den politischen Angeboten, dies auch in der festen Überzeugung, daß sich Unterhaltung und Politik/Information sauber voneinander trennen ließen. Es dürften vorrangig zwei Gründe sein, die - wenn auch zögerlich - zu einer veränderten Haltung der Kommunikationswissenschaft geführt haben. Zum einen die Erkenntnis, daß eine Definition von Unterhaltung nicht ohne Einbeziehung der Rezipientinnen und Rezipienten zu leisten ist, damit aber die vermeintlich klare Trennlinie zwischen Unterhaltung und Information verschwimmt. Zum anderen drängte sich die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit unterhaltenden Medienangeboten geradezu auf seit der Einführung des privat-kommerziellen Rundfunks, der zu einem großen Teil, auf Spartenkanälen auch ganz, auf Unterhaltung setzt.

Und dennoch: Nach wie vor hat die deutschsprachige Kommunikationsforschung hier Nachholbedarf, gerade auch im Vergleich zur anglo-amerikanischen Forschung. Einige Themen liegen noch völlig brach, sind über die eher impressionistische Betrachtung bislang kaum hinausgekommen.

Wenn Thorsten Quandt sich in seiner Arbeit der Musikvideos annimmt und den Forschungsstand beschreibt, wird schnell deutlich, daß sich der deutsche Beitrag hier sehr in Grenzen hält. Auch dies also ein Thema, bei dem es noch einiges zu tun gibt.

Quandt macht es sich zur Aufgabe, Musikvideos im Kontext der Musikwissenschaft, ihrer Formen und Inhalte sowie ihre Rezeption zu analysieren, wobei es ihm insbesondere auf den Stellenwert von Musikvideos im Alltag von Jugendlichen ankommt. In Kombination von Auswertung vorhandener Literatur und eigener Untersuchung gelingt es ihm zu zeigen, daß Musikvideos neben ihrer unterhaltenden Funktion für einige Jugendliche durchaus auch eine weitergehende Bedeutung haben. Videoclips sind Teil der Jugendkultur, ihres Alltags und spielen eine Rolle in der persönlichen Entwicklung. Jugendliche verbinden mit Musikvideos Erinnerungen, aber auch Wertvorstellungen und persönliche Ideale. Damit nehmen Musikvideos womöglich mehr Einfluß auf den Alltag von Jugendlichen als andere Medienangebote.

Insgesamt bietet diese Arbeit mit einer Analyse des gesamten Umfeldes von Musikvideos nicht nur für „Einsteiger“ einen Überblick über die verschiedenen Ansätze und Theorien sowie die historische Entwicklung. Quandt beschränkt sich dabei keineswegs nur auf Studien der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, sondern übernimmt z.B. auch Ideen aus der Filmwissenschaft und der Postmodernediskussion und setzt sich mit ihnen kritisch auseinander. Insbesondere zeigt diese Arbeit aber auch, wo kommunikationswissenschaftliche Forschung zu diesem Thema in Zukunft ansetzen und weiterfragen muß.

Univ.-Prof. Dr. Christina Holtz-Bacha

Vorbemerkungen

Bei der hier vorliegenden Veröffentlichung handelt es sich um eine leicht überarbeitete Version des 1996 als schriftliche Hausarbeit im Rahmen meiner Magisterprüfung (an der Bochumer Sektion für Publizistik und Kommunikation) erstellten Manuskripts. Die Veränderungen gegenüber dem Original waren sowohl auf Grund der Entwicklung des Themenbereichs als auch wegen neu hinzugekommener Literatur notwendig.

Bedanken möchte ich mich bei Herrn Prof. Dr. Gunther Salje für die Übernahme des Korreferats der Magisterarbeit und natürlich vor allem bei Frau Prof. Dr. Christina Holtz-Bacha, ohne deren Betreuung und Unterstützung diese Veröffentlichung sicherlich nicht zustande gekommen wäre.

Ganz besonderer Dank gilt meiner Familie, die auch in schwierigen Situationen immer für mich da war, und Karin Domhöver, nicht nur wegen ihrer Geduld.

Thorsten Quandt

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|-----------|---|-----------|
| 0. | Einleitung: Von Kunst, Kommerz, Kommunikation und Kultur | 1 |
| 0.1 | Das Musikvideo - ein Problemfall für die Forschung? | 1 |
| 0.2 | Gliederung nach Themenaspekten: Anmerkungen zur weiteren Vorgehensweise | 6 |
| 1. | Theoretische Implikationen..... | 13 |
| 1.1 | Definitionsversuche und Worterklärungen..... | 13 |
| 1.2 | Strukturmodell: Musikvideos im Kontext..... | 21 |
| 1.2.1 | Produktion | 23 |
| 1.2.2 | Distribution | 28 |
| 1.2.3 | Rezeption | 35 |
| 2. | Historische Vorläufer und Geschichte des Musikvideos | 37 |
| 2.1 | Vorgeschichte der Medienform: Einflußfaktoren und Entwicklungszusammenhänge..... | 38 |
| 2.1.1 | Urväter des Videoclips: Vom Stummfilm zum Pantoffelkino | 38 |
| 2.1.2 | Mediale Entwicklung und Rock 'n' Roll: Von Elvis bis Woodstock..... | 43 |
| 2.1.3 | Auf der Suche nach dem ersten Clip: Vom 'Beat Club' zur 'Bohemian Rhapsody' | 46 |
| 2.1.4 | Zufall oder kulturelle Logik: Das Musikvideo als Überraschungserfolg?..... | 48 |
| 2.2 | Geschichte des Musikvideos und der Videoclipsender | 55 |
| 2.2.1 | Musik - Video - Fernsehen: MTV und seine Vorgänger | 56 |
| 2.2.2 | Jugendschutz, Zensur und Postmoderne: MTV in der Diskussion | 60 |
| 2.2.3 | Die Evolution eines Musikvideosenders: Phasen der Entwicklung MTVs .. | 66 |
| 2.2.4 | Ein Klassiker deutschen Clipfernsehens: 'Formel Eins' | 71 |
| 2.2.5 | Deutsche Musikvideosender: VIVA & Co. | 74 |

| | | |
|-----------|--|------------|
| 3. | Kommunikatoren und Konzerne (Forschungsbereich I) | 79 |
| 3.1 | Formationen der Musikwirtschaft..... | 80 |
| 3.1.1 | Globale Giganten: Der Weltmusikmarkt..... | 81 |
| 3.1.2 | Der deutsche Musikmarkt: Replik der internationalen Situation?..... | 86 |
| 3.2 | Ökonomische Aspekte der Musikvideosender..... | 88 |
| 3.2.1 | Ein Stein im Medien-Mosaik: MTV als Teil des Viacom-Konzerns..... | 89 |
| 3.2.2 | Deutscher Sender, internationales Programm: VIVA wirtschaftlich..... | 91 |
| 3.3 | Manipulation, Kommerz und Emotionen - Motivationen und Ziele der Kommunikatoren..... | 97 |
| 4. | Formen und Inhalte (Forschungsbereich II) | 101 |
| 4.1 | Ordnungsversuche im Clip-Chaos: Den Bildern auf der Spur..... | 102 |
| 4.2 | Einzelaspekte von Videoclips in der Analyse..... | 112 |
| 4.2.1 | Spezifische Inhaltsanalysen: Sex, Gewalt und Stereotypen..... | 112 |
| 4.2.2 | Vergleiche und Analogien: Hollywood-Kino, Träume und Werbung..... | 118 |
| 4.3 | Überhört, übersehen: Musik und Stars..... | 122 |
| 5. | Rezeption und Wirkungen (Forschungsbereich III) | 127 |
| 5.1 | Rezipienten im Interview: Ausgewählte Befragungsergebnisse..... | 129 |
| 5.2 | Rezipienten im Experiment: Ausgewählte Ergebnisse der Wirkungsforschung..... | 136 |
| 5.3 | Rezeption im Umfeld: Theoretische Ansätze und exemplarische Studien..... | 143 |
| 6. | Musikvideos im Alltag Jugendlicher: Vorbereitung und Durchführung einer qualitativen Studie | 149 |
| 6.1 | Qualitative Forschung: Alternative und Ergänzung..... | 149 |
| 6.2 | Diskussion der Untersuchungskomplexe..... | 153 |
| 6.3 | Das qualitative Interview: Anmerkungen zum Erhebungsverfahren..... | 165 |
| 6.3.1 | Konstruktion eines Interviewleitfadens..... | 165 |
| 6.3.2 | Auswahl der Befragten..... | 169 |

| | | |
|-----------------------------|--|------------|
| 6.3.3 | Durchführung der Interviews | 171 |
| 6.4 | Das Aufbereitungsverfahren: Strukturierte Transkription..... | 172 |
| 7. | Interpretative Auswertung der Interviewtranskripte..... | 175 |
| 7.1 | Methodische Implikationen: Gegenstandsbezogene Entwicklung einer Auswertungsmethode | 175 |
| 7.2 | Kurzbeschreibungen der Einzelfälle | 178 |
| 7.2.1 | ‘Unauffällige’ Rezipienten : Geringe bis moderate Bedeutung der Musikvideos im Alltag | 179 |
| 7.2.2 | Musikvideos und das Phänomen der ‘Boy-Groups’ | 187 |
| 7.2.3 | Negative Bewertung der Videoclips: Besser als Werbeinseln - aber mehr auch nicht..... | 195 |
| 7.2.4 | Musikvideos als Diskussionsgegenstand: Kritische Auseinandersetzung mit der Medienform..... | 197 |
| 7.2.5 | Videoclips und musikalische Subkultur: Ausdruck von Lebensgefühl | 200 |
| 7.3 | Zusammenfassung der Hauptergebnisse nach Untersuchungskomplexen | 203 |
| 8. | Fazit: Vom Alltag der Rezeption und der Zukunft des Musikvideos..... | 223 |
| Anhang | | 229 |
| A. | Interviewleitfaden..... | 229 |
| B. | Transkriptionshinweise | 235 |
| C. | Transkript (<i>Auszug</i>) | 237 |
| Literaturverzeichnis | | 239 |
| Filmographie | | 261 |
| Musikvideographie | | 263 |