

Bauhaus- Universität Weimar

Fachbereich Medien

Genealogie und Ökonomik des Musikvideos

Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades einer
Bachelor of Arts im Bereich der Kulturwissenschaften (Medien) an der
Fakultät Medien der Bauhaus-Universität Weimar

Betreuer:

Prof. Dr. Matthias Maier

Nancy Richter

Eingereicht von:

B.A.- Cand. Daniel Konrad

Jakobsplan 1 (Zimmer 10703)

99423 Weimar

Matr.-Nr. 50308

Weimar, den 30.11.2009

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung:

1.1 Unzufriedenheit aller Orten	S. 1
1.2 Fragestellung	S. 2
1.3 Vorgehensweise	S. 3

2 Auf dem Weg zum Musikvideo - Die Vorläufer

2.1 Das Hollywood Musical	S. 4
2.2 Experimentalfilme	S. 6
2.3 Soundies	S. 6
2.4 Variety Shows	S. 8
2.5 Musik-, Promo- und Demo-Filme	S. 10
2.6 Musiksendungen	S. 11
2.7 Die problematische Definition der Gattung Musikvideo	S. 12

3 Die große Zeit auf *MTV*

3.1 Grundlagen der Entwicklung	S. 15
3.1.1 Die Motivation der Gründung <i>MTV's</i> für die Musikindustrie	S. 15
3.1.2 Die Motivation für das Fernsehen	S. 16
3.1.3 Die Zusammenführung der Bedürfnisse	S. 17
3.2 Die doppelte Ökonomie des Musikclips im Musikfernsehens	S. 18
3.3 Die Produktion	
3.3.1 Die Rolle von Plattenfirmen und Musikern	S. 19
3.3.2 Regisseure und die Frage der Urheberschaft	S. 20
3.4 Die Distribution	S. 22
3.4.1 Monopolstrategien <i>MTV's</i>	S. 23
3.4.2 Die Clipauswahl	S. 25
3.5 Die Rezeption	S. 27

4 Das Musikvideo im Internet	
4.1 Der Musikclip am Wendepunkt	S. 27
4.2 Die Versäumnisse der Musikindustrie	S. 28
4.3 Die Situation <i>MTVs</i>	S. 29
4.4 Eine Zukunft für das Musikvideo	S. 31
4.5 Das Ende der Beschränkungen	S. 32
4.6 Eine neue Produktion	
4.6.1 Die neuen Produktionsmittel	S. 34
4.6.2 Amateure als Produzenten	S. 36
4.6.3 Amateure zu Profis – von Reputation zu Geld	S. 37
4.6.4 Profis im Netz	S. 38
4.6.5 Neue Wege und Urheberschaft	S. 39
4.7 Die Distribution	S. 42
4.7.1 Filter und Empfehlungen	S. 43
4.7.2 Macht und Zensur	S. 45
5 Schlussbetrachtung	S. 46
Bibliografie	S. 47
Filmografie	S. 51

Bibliografie

Altrogge, M. (1995): MTV – One World, One Music? S.155ff. In: Erbring, Lutz (Hg.): Kommunikationsraum Europa. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft.

Andersen, Chris (2007): The Long Tail – How endless choice is creating unlimited demand, Random House Business Books, S. 16ff, 17, 22f, 53, 55, 62, 63, 74, 107

Aufderheide, Detlef (2002): Musikvideos im Alltag Jugendlicher– Umfeldanalyse und qualitative Rezeptionsstudie. Wiesbaden: DUV.

Benjamin, Walter (2002): Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, In: Kursbuch Medienkultur: Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard, München: DVA, S.18-34

Bouhs, Daniel (2009): Wer lesen will, muss lösen. elektronisch veröffentlicht In: Die Zeit: <http://www.zeit.de/digital/internet/2009-11/times-gratis-netz> (Stand 25.11.2009)

Burns, Gary/Thompson, Robert J. (1990): Authorship and Point-of-View Issues in Music Video. In: Making television: authorship and the production process. S. 175ff.

Dettweiler, Marco / Tunze, Wolfgang (2009): Youtube-Kamera oder Hightech-Maschine? elektronisch veröffentlicht In: FAZ online: <http://www.faz.net/s/Rub8F4CC12BA50B48E9A076651F417117FE/Doc~EE4DA656875F948D195D466C32FAC8666~ATpl~Ecommon~Scontent.html> (Stand: 25.11.2009)

Enders, Christiane (2002) Diplomarbeit. Eine Führung durch das Labyrinth der visuellen Musik. S.10, 25, 32, 33

Engell, Lorenz (1992): Sinn und Industrie – Einführung in die Filmgeschichte, Frankfurt/Main [u.a.]: Campus Verl. [u.a.], S. 111ff.

Feineman, Neil (2003): Die Kunst des Musikvideos. In: Poschardt, Dr. Ulf (Hg.): 25 Jahre Videoästhetik, Ostfildern: Hatje Cantz, S. 83ff.

Fiske, John (1989): Understanding popular culture, London [u.a.]: Unwin Hyman, S.24

Fitzpatrick, Laura. Elijah Wald Book Review (2009): Did the Beatles Destroy Rock 'n' Roll? Elektronisch veröffentlicht, In: TIME online,
<http://www.time.com/time/arts/article/0,8599,1906602,00.html> (Stand 23.11.2009)

Frieling, Jens (2007): Bachelor Thesis: Ringtones killed the Videostar – eine Untersuchung des Formatwandels im Musikfernsehen und die Zukunftsperspektiven des Musikvideos. S.

Gehr, Herbert (2002): Sound & Vision, Musikvideo und Filmkunst: Ausstellung Retrospektive 16. Dezember 1993 - 3. April 1994, Katalog, Frankfurt a. M.: Deutsches Filmmuseum, S.17

Goodwin, Andrew (1993): Fatal Distraction: MTV meets Postmodern Theory, In: Firth/Goodwin/Crossberg (Hg.): Sound and Vision: The music Video Reader, London: Routledge, S. 43, 53, 80ff

Hass, Berthold/ Walsh, Gianfranco/ Kilian, Thomas (2006): Web2.0 – Neue Perspektiven für Marketing und Medien. Berlin: Springer. S. 322f, 324, 329

Hoffmann, Justin: Das Musikvideo als ökonomische Strategie, elektronisch veröffentlicht In: <http://www.xcult.ch/texte/hoffmann/videoclips.html> (Stand 23.11.2009)

Junker, Iris/ Kettner, Matthias (1996): Most wanted. Die televisionäre Ausdrucksform der Popmusik. Frauen und Film. In: Viva MTV! Reloaded. Baden-Baden: Nomos, S.54ff , 56

Keazor, Henry / Wübbena, Thorsten (2007): Video thrills the radio star: Musikvideos: Geschichte, Themen, Analysen, Bielefeld: Transcript-Verl., S.58f

Kaplan, E. Ann (1991): Rocking around the clock - music television, postmodernism, and consumer culture. New York, Routledge, S. 61 ff

Knieps, Günther (2008): Wettbewerbsökonomie: Regulierungstheorie, Industrieökonomie, Wettbewerbspolitik, Berlin: Springer, S. 151

Vgl. Kolwitz, Kai: Popgeh statt Popkomm. elektronisch veröffentlicht auf <http://www.zeit.de/online/2009/26/popkomm-2009>. (Stand: 22.11.2009)

Linxweiler, Richard / Brucker, Vincent/ Gaiser, Brigitte (2005): In: Gaiser, Brigitte (Hrg.): Praxisorientierte Markenführung: Neue Strategien, innovative Instrumente und aktuelle Fallstudien. Wiesbaden: Gabler.

Marx, Karl (2009): Das Kapital: Kritik der politischen Ökonomie, Anaconda, Köln

McLuhan, Marshall (2002): Heiße und kalte Medien. In: Pias, Klaus (Hg.): Kursbuch Medienkultur: Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard, München: DVA, S. 45f.

Meckel, Miriam / Stanoevska-Slabeva, Katarina (2008): Web 2.0: Die nächste Generation Internet, Baden-Baden: Nomos, S. 74, 86

Neumann-Braun, Klaus /Schmidt, Axel/ Autenrieth, Ulla (2009): Viva MTV! Reloaded: Musikfernsehen und Videoclips crossmedial, Baden-Baden: Nomos, S.10, 11, 14, 15, 21, 23, 24, 41, 42, 59, 65

Neuman-Braun, Klaus/ Schmidt, Axel (1999) Viva MTV! – Popmusik im Fernsehen, Suhrkamp, S. 10, 11

O.V. Die Sieger des Sony Fotowettbewerbs, elektronisch veröffentlicht, In: RP online, http://www.rponline.de/digitale/DieSiegerdesSonyFotowettbewerbs_bid_42932.html (Stand 25.11.2009)]

vgl. O.V. Sexiest Man Alive. elektronisch veröffentlicht In: Sueddeutsche Zeitung online: <http://www.sueddeutsche.de/leben/911/344751/bilder/?img=8.0> (Stand 25.11.2009)

pat (2009): Bilanz der 2000er Jahre - Wunder des Web. elektronisch veröffentlicht auf: Spiegel online: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,662373,00.html> (Stand 25.11.2009)

Patalong, Frank (2009): Die Profis übernehmen. elektronisch veröffentlicht In: Manager Magazin online <http://www.manager-magazin.de/it/artikel/0,2828,658690,00.html> (Stand 25.11. 2009)

Quandt, Thorsten (2002): Musikvideos im Alltag Jugendlicher– Umfeldanalyse und qualitative Rezeptionsstudie, Wiesbaden: DUV, S.16, 18, 26, 27, 32, 35, 41, 42, 43, 45, 48, 49, 56, 97, 212, 292

Reicherte, Ramón (2008): Amateure im Netz: Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0, Bielefeld: Transcript-Verl., S. 62f.

Reißmann, Ole (2009): Videoportal Vimeo. Youtubes schöne Schwester. elektronisch veröffentlicht In: Spiegel online: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,619600,00.html> (Stand 25.11.2009)

Rösel, Michael (2007): Diplomarbeit: Schnitt und Montage im Musikvideo - Theoretischer und praktischer Vergleich zweier Realisationen, Norderstedt: Grin Verlag, S.116

Schmidt, Axel (1999): Sound and Vision go MTV – die Geschichte des Musikersenders bis heute. In: Viva MTV! – Popmusik im Fernsehen, Suhrkamp, S. 95, 96, 114, 115, 116, 121ff, 122, 125

Schmidtbauer, Löhr (1996): In: Viva MTV! Reloaded. - Musikfernsehen und Videoclips crossmedial, S. 12

Springsklee, Holger (1985): Video-Clips - Typen und Auswirkungen S. 127 In: Behne, Klaus- Ernst (Hg.) (1987): film- musik- video oder Die Konkurrenz von Auge und Ohr. Gustav Bosse Verlag, Regensburg, S. 127

Weihser, Rabea (2009): Piraten zahlen gern, elektronisch veröffentlicht auf <http://www.zeit.de/online/2009/18/musikpiraten-zahlen>. (Stand: 22.11.2009)

Wicke, Peter: Wild Boys in Ästhetik des Synthetischen <http://www2.rz.hu-berlin.de/fmp/texte/medium9/htm>

Filmografie

Gold Diggers of 1933 (1933): Musicalfilm, R: Mervyn LeRoy

The Jazz Singer (1927): Spielfilm, Alan Crosland