



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Gegenüberstellung der Musikvideokultur

des Westens und Asiens

Anhand ausgewählter amerikanischer Metal/Punk/Rock Musikvideos

im Vergleich mit japanischen Visual Kei Musikvideos“

Verfasserin

Martina Radler

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2013

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 317

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Theater-, Film-, und Medienwissenschaft

Betreuer:

Univ.-Prof. Mag. Dr. habil. Ramón Reichert

Danksagung

Mein Dank gilt zunächst meinem Diplomarbeitsbetreuer Univ.-Prof. Mag. Dr. habil. Ramón Reichert für Inspiration, Anregungen und gutes Feedback.

Weiters möchte ich mich bei meiner Familie bedanken: Meinen Eltern, Trude und Manfred, die mir das Studium möglich gemacht haben.

Auch all meinen Freunden, die mir eine große Hilfe auf verschiedenste Weise waren und sind, möchte ich danken.

3.3.2. The Pretty Reckless vs. Versailles	125
3.3.3. Green Day vs. Gackt	131
3.3.4. Envy on the Coast vs. D	135
3.3.5. Halestorm vs. Exist Trace	140
3.3.6. The Donnas vs. Exist Trace	145
3.3.7. Deep Dark Robot vs. Hyde	150
4. Schlussbemerkungen	156
5. Literaturverzeichnis	161
5.1. Musikvideolinks	168
6. Anhang	171
6.1. Abstracts	171
6.2. Lebenslauf	173

1. Einleitung

„Es soll hier daher stattdessen versucht werden, Text, Bild und Musik im Videoclip als Verbund zu verstehen und zu interpretieren.“¹

In meiner Diplomarbeit über die Gegenüberstellung amerikanischer Heavy Metal/Punk/Rock Musikvideos und japanischer Visual Kei Musikvideos geht es mir vor allem darum, ob, und wenn ja, welche, sozio-kulturellen Voraussetzungen die Produktion beziehungsweise die Rezeption von Musikclips beeinflussen. Meine Hauptthese ist, dass Musiker sowohl die Kultur, mit der sie selbst aufgewachsen sind, also auch die Kultur ihrer gewählten Musikrichtung, welche wiederum auch aus der Kultur, in der die Gründer jener aufgewachsen sind entstanden ist, in ihre Musik und danach auf visuelle Art in ihre Musikvideos einbauen – und dies, teilweise mit Absicht und großer Planung und teilweise unbewusst und intuitiv, tun, da gewisse Verhaltensweisen und kulturelle Zeichensysteme nicht aus dem Menschen zu entfernen sind. Diese tiefe Verbundenheit mit der eigenen Kulturgeschichte wird visuell dargestellt und kann - meiner These nach – nicht aus der Gleichung entfernt werden.

“[...] Nietzsche said: “Individuals are the bridges upon which becoming depends... the entire being of an individual takes part in every activity.” Down to the smallest cell, the individual is a complex unity, including all our experience and our individual past.”²

Was ein Mensch ist, setzt sich nicht nur aus seinen Genen, sondern auch aus seinen Erfahrungen und seinem kulturellen Hintergrund zusammen und beeinflusst alles was er macht. Wenn also Künstler ein Musikstück komponieren, so ist dieses beeinflusst von ihrer Kultur und ihren vergangenen persönlichen Erlebnissen. Der Mensch kann dem, was er durch seine Umwelt und seine Genetik geworden ist, nicht entkommen und bringt dieses Sein in alles ein, was er tut – besonders in etwas Persönliches wie ein selbstgeschriebenes Musikstück.

¹ KEAZOR, Henry/WÜBBENA, Thorsten, *Video thrills the Radio Star. Musikvideos: Geschichte, Themen, Analysen*, Transcript, Auflage 2., 2007, S.15

² FLETCHER, Angus, *A New Theory for American Poetry: Democracy, the Environment, and the Future of Imagination*. Harvard University Press, Cambridge, 2004, S. 183

Besonders faszinierend finde ich hierbei die Unterschiede zwischen den Vereinigten Staaten von Amerika und Japan, die eine komplizierte historische Beziehung verbindet und die sich doch musikalisch gesehen, vor allem in den letzten zehn Jahren, stark gegenseitig beeinflusst haben. Ich werde untersuchen was Heavy Metal, Punk und Rockmusik ist, woher es sich entwickelt hat und was die für Musikvideos relevanten Zeichen sind und bedeuten. Dasselbe werde ich mit Visual Kei tun und bereits hier die Unterschiede und Gemeinsamkeiten herausarbeiten beginnen.

„The overarching theme of positional power that informs in this chapter arises from Japan’s primary postwar historical experience: its relationship to the United States, which is seen as the leader of the global construct, “the West.” By analyzing Japan’s cultural identity with respect to this relationship, we can see that the history of popular music strongly reflects Japan’s cultural positioning vis-à-vis the “West.” This shift in position of Japan’s cultural identity can be explained as a shift from the identity as a “conquered” nation to that of “customer” in a competitive global market.”³

Nachdem ich mich mit den Grundzügen der für meine Arbeit relevanten Musikrichtungen beschäftigt habe, werde ich mich mit dem Interkulturalitätsbegriff befassen und herausarbeiten wie sich Kulturen gegenseitig beeinflussen und was dies für die Bilder in Musikvideos und ihre tiefere Bedeutung heißt. Hier ist meine Theorie, dass trotzdem Menschen als solches in einer immer globaler werdenden Gesellschaft ihren Horizont erweitern wollen und sich dem lernen neuer Zeichensysteme kaum entziehen können, es besonders für die USA und Japan sehr wichtig ist, ihre durch ihre jeweilige Geschichte geprägte sehr individuelle Auffassung ihrer eigenen (Landes-)Kultur stets in ihre Musikvideos einzubauen.

„Ein von kulturellen Konventionen vollkommen entbundener Mensch wäre ebensowenig [sic!] frei wie einer, der ihr Sklave wäre.“⁴

³ STEVENS, Carolyn S., *Japanese popular music – culture, authenticity, and power*, Routledge, London 2008, S. 37

⁴ EAGLETON, Terry, *Was ist Kultur*. C.H.Beck, München 2001, S.11

Auf diese Weise bleiben sie authentisch, finden Zugang zu ihrem (nationalen) Publikum, präsentieren Nationalstolz und weisen darauf hin, wer sie sind.

Gleichzeitig ist es aber auch interessant zu sehen, dass trotz der sehr unterschiedlichen Verarbeitung derselben, was ich dann im Analyseteil genau herausarbeiten werde, die Grundthemen der Musik(texte) doch sehr ähnlich sind:

„Die großen Themen der Kunst sind Liebe und Haß [sic!], Geburt und Tod. [...] Um die Herausforderungen und die Qualen des Daseins auszudrücken, suchen Künstler – je nach dem jeweiligen Kontext und den zur Verfügung stehenden Mitteln – nach der geeigneten Sprache. Stil und Formgebung dienen dem Inhalt, nicht umgekehrt.“⁵

Weiter werde ich mich mit dem Genderbild in den zwei Ländern und den dazugehörigen Musikrichtungen beschäftigen und herausfinden versuchen warum Gender in den USA komplett anders aufgefasst wird als in Japan. Da dies auch für die später folgende Musikvideoanalyse von großer Bedeutung ist, werde ich hier auch auf die Beziehung zwischen Gender und sexueller Orientierung eingehen. Meine These zu diesem Kapitel ist, dass die Kulturgeschichte des jeweiligen Landes prägt wie wir Gender auffassen und erklären und, dass diese sehr unterschiedlichen Blickwinkel zu interkulturellen Missverständnissen führen können, welche vor allem bei der Rezeption der Musikvideos relevant sind.

Für die Clips ebenfalls bedeutsam ist die Darstellung der Frau. Aus diesem Grund widme ich ein Kapitel dem Frauenbild in Japan im Unterschied zu dem in den Vereinigten Staaten von Amerika. Auch hier habe ich die These aufgestellt, dass die Art wie Frauen in den spezifischen Musikvideos dargestellt werden beziehungsweise sich selbst in Szene setzen, auf die Kultur zurück geht in die sie hineingeboren wurden und/oder in der sie aufgewachsen sind und, dass es trotz des verstärkten interkulturellen Austauschs zwischen den beiden von mir ausgesuchten Ländern bis heute kaum eine Veränderung dieser Darstellung gibt.

In einem kürzeren Kapitel möchte ich darauf eingehen wie sich die Fankultur seit Beginn der jeweiligen Musikrichtungen entwickelt hat, was einen Fan ausmacht und wie dieses Fan-Sein zu der Rezeption der Videoclips beiträgt.

⁵ KOENOT, Jan, *Hungry for Heaven. Rockmusik, Kultur und Religion*. Patmos-Verlag, Düsseldorf 1997, S.12

“[Das zeigt], daß [sic!] unser musikalischer Geschmack unter anderem mit der Position zu tun hat, die wir in unserer sozialen Umgebung innehaben wollen, und daß [sic!] er nicht unbedingt auf dem ästhetischen Wert der Musik als solchem beruht (falls es den überhaupt gibt) oder auf der Kraft einer persönlichen musikalischen Erfahrung.“⁶

Woher ein Fan kommt und ob er dieselbe Kultur wie sein Musikeridol teilt ist für mich von großer Bedeutung, da auch hier wieder visuelle Zeichen verstanden beziehungsweise nicht verstanden werden können und dies zu zwei völlig verschiedenen Erfahrungen beim Ansehen eines Clips führt. Dieses Kapitel leitet über in einen ebenfalls kürzeren Abriss über die Bedeutung des Internets in der heutigen Musikindustrie. Hier gehe ich sowohl darauf ein wie die Fans das Internet nutzen um an Informationen zu kommen, als auch darauf wie die Musiker das Internet nutzen um ihren Bekanntheitsgrad zu vergrößern, mit ihren Fans zu kommunizieren und Werbung für ihre Produkte zu machen. Das Internet spielt gerade für die Verbreitung von Musikvideos eine wichtige Rolle, die ich näher erklären möchte und die mich dann zum nächsten Kapitel führt: die Globale Verbreitung. Aufgrund des Themas dieser Arbeit werde ich mich hauptsächlich darauf konzentrieren wie Musikvideos zum interkulturellen Austausch beitragen und wie sie helfen Zeichensysteme langsam für eine fremde Kultur zugänglich und verständlich zu machen. Dieses Kapitel bildet den Abschluss meines Theorieteils, welcher dann sofort in den Musikvideoanalyseteil übergeht, den ich mit einem kurzen „was ist ein Musikvideo überhaupt“ einleite und dann in drei Teilen einzelne Musikclips miteinander vergleiche. Da sich Visual Kei erst in den 1980er Jahren entwickelt hat, beginne ich auch erst mit diesem Jahrzehnt, in dem ich allerdings aufgrund der relativ geringen Anzahl an Musikvideos nur zwei Beispiele analysieren werde, arbeite mich dann vor zu den 1990er Jahren, in denen ich fünf Vergleiche anstelle, da sich die Musikindustrie bereits ausgebaut hat und bilde dann von 2000 bis 2012 den Abschluss mit sieben Vergleichen, weil es in den letzten zwölf Jahren einen regelrechten Visual Kei Boom gegeben hat beziehungsweise immer noch gibt.

⁶ KOENOT, Jan, *Hungry for Heaven. Rockmusik, Kultur und Religion*. Patmos-Verlag, Düsseldorf 1997, S.12

Die Analyse werde ich nach dem Vorbild von Henry Keazor gestalten, indem ich sowohl auf die Bedeutung des Gesehenen/Gezeigten eingehe, als auch auf die filmische Machart (also Kamera, Licht, Mise-en-Scene, etc.). Keazor habe ich ausgewählt, da er einer der wenigen Autoren ist, die sich mit der filmwissenschaftlichen Analyse von Musikvideos beschäftigt hat und da ich persönlich seine Methode sehr interessant und für meine Zwecke passend finde. Wichtig sind bei dieser Untersuchung der Bezug der Bilder zu den gesungenen Worten und die versteckten Metaphern, welche teilweise auf die Band und teilweise auf den Regisseur zurückzuführen sind. Die Resultate der Theoriekapitel bilden selbstverständlich die Grundlagen für die Analyse und die von mir aufgestellten Thesen werde ich objektiv mithilfe jener auf ihre Richtigkeit oder Falschheit untersuchen. Die Ergebnisse dieser Untersuchung werde ich im Schlussteil meiner Arbeit zusammenfassen und erklären ob sich meine Überlegungen bewahrheitet oder sich als falsch herausgestellt haben.

2. Theorie

2.1. Genreanalyse

2.1.1. Grundfragen der Metal/Punk/Rock Kultur

„At a certain moment the poet is HERE. The poet sings a song; makes one up; imagines it; declaims it. In later times, the poet then writes it down and its existence begins.“⁷

Musik ist Kunst. Sind Musikvideos ebenfalls Kunst? Sie werden kommerziell verwendet um die Musik zu verkaufen und die Band zu vermarkten, aber sie stellen oft auch einen künstlerischen Anspruch und können eine politische oder soziale Aussage machen. Musikvideos appellieren an die Gefühle der Zuseher wie es ein Spielfilm tut. Es soll eine Beziehung zum gehörten Lied beziehungsweise zur Band die dahinter steht entstehen:

„Solange man mit einem Gedicht, einem Bild oder einem Musikstück keine „persönliche Beziehung“ eingeht, bleibt man ausgesperrt. [...] Aufgrund von Affinitäten, gemeinsamen Erwartungen oder Empfindungen entsteht Freundschaft mit einem Kunstwerk, so wie eine Freundschaft mit einem Mitmenschen entsteht.“⁸

Haben die ZuseherInnen erst einmal eine Beziehung zum Video aufgebaut, zum Song den es präsentiert, zur Band die ihn veröffentlicht hat, werden sie Fans. Die Inhalte von Liedern sind, wie die Inhalte aller Kunstrichtungen eine ständige Wiederholung der grundlegendsten Themen des menschlichen Daseins – es geht um Gegensätze die uns alle betreffen wie Liebe vs. Hass, Geburt vs. Tod, usw. Sie sind also universal. Der Unterschied zwischen verschiedenen Arten von Kunst wie etwa Malerei und Musik, oder verschiedenen Musikrichtungen wie Heavy Metal und Punk, oder zweier Rockbands aus zwei unterschiedlichen Ländern ist die Art und Weise *wie* diese Themen verarbeitet werden:

⁷ FLETCHER, Angus, *A New Theory for American Poetry: Democracy, the Environment, and the Future of Imagination*. Harvard University Press, Cambridge, 2004, S. 183

⁸ KOENOT, Jan, *Hungry for Heaven. Rockmusik, Kultur und Religion*. Patmos-Verlag, Düsseldorf 1997, S.37

„Die Art, wie Kunst gesellschaftlich benutzt wird, entspricht nicht direkt dem „kulturellen Impuls“, aus dem heraus Kultur entsteht und den man als einen Drang beschreiben kann, dem Dasein Gestalt verleihen, Umstände zu verarbeiten, Chancen zu entdecken, sich zu entfalten und Ansätze für ein neues Leben zu entwickeln. Die großen Themen der Kunst sind immer Liebe und Haß [sic!], Geburt und Tod. Nicht zufällig hat die mittelalterliche Kunst von der Lebensgeschichte Jesu vor allem zwei Ereignisse behalten: Betlehem (Geburt/Liebe) und Golgatha (Gewalt/Tod). Um die Herausforderungen und die Qualen des Daseins auszudrücken, suchen Künstler – je nach dem jeweiligen Kontext und den zur Verfügung stehenden Mitteln – nach der geeigneten Sprache. Stil und Formgebung dienen dem Inhalt, nicht umgekehrt.“⁹

Der Stil beziehungsweise die Form ist also nicht universal. Demgemäß geht es auch bei dem Vergleich von Musikvideos in meiner Arbeit nicht so sehr um das WAS – denn trotz aller Unterschiede bestehen japanische Bands wie amerikanische Bands aus Menschen mit denselben Grundbedürfnissen – sondern um das WIE. Wie wird der gesellschaftliche Hintergrund einer Band in ihrer Musik verarbeitet? Wie wird dieser Hintergrund dann visuell in einem Video zum Ausdruck gebracht? Wie werden individuelle kulturelle Zeichen eingesetzt? Wie wird eine Interkulturalität geschaffen? Wie ist es einem von britischen Immigranten abstammenden 13 Jährigen amerikanischen Jungen möglich die Videos einer japanischen Visual Kei Band nicht nur interessant und ansprechend zu finden, sondern sie trotz enormer kultureller Unterschiede auch zu verstehen?

Bevor es mir allerdings möglich ist mich mit diesem speziellen WIE (im praktischen, zweiten Abschnitt meiner Arbeit) auseinanderzusetzen, muss ich zu Beginn ein paar Grundbegriffe näher erläutern. Was ist Heavy Metal? Was ist Rock? Was ist Punk? Was bedeutet es Fan einer dieser Musikrichtungen zu sein? Was bedeutet es Teil einer dieser Musikrichtungen zu sein? Denn erst wenn die Grundlagen bekannt sind und die Grenzen abgesteckt wurden, ist es mir möglich zu erforschen welchen tatsächlichen Impact der kulturelle Hintergrund einer Band auf die Gestaltung ihrer Musikvideos hat.

⁹ KOENOT, Jan, *Hungry for Heaven. Rockmusik, Kultur und Religion*. Patmos-Verlag, Düsseldorf 1997, S. 12

2.1.1.1. Heavy Metal als Kultur – „Am Anfang steht immer der Junge vorm Spiegel“¹⁰

„Natürlich kann die Erfahrung Metal nicht auf die rein körperliche Affizierung reduziert werden. Ebenso wichtig ist es Heavy Metal auch als Möglichkeit zur Sinnstiftung und der Strukturierung des Alltags zu begreifen. Heavy Metal ist eine kulturelle Formation, die nicht nur aus Musik und deren Aufführungen [...] besteht, sondern auch aus (vor allem) Fans, Aneignungspraktiken und Vollzugsformen, aber auch Waren- und Bedeutungszirkulationen, Aufmerksamkeits- und Zugangsökonomien und intersubjektiv ausgehandelten ästhetischen und diskursiven Praxen.“¹¹

Bevor ich mich mit der Analyse einzelner ausgewählter Heavy Metal Musikvideos amerikanischer Bands aus den letzten 4 Jahrzehnten beschäftigen kann, muss ich kurz in den Grundzügen erklären, was die Kultur des Heavy Metal ausmacht. Dies soll vor allem zu einem Verständnis von „typischen“ beziehungsweise „untypischen“ Merkmalen in den später folgenden Videobeispielen führen und ist ein wichtiger Schritt um die Unterschiede zwischen amerikanischen Heavy Metal Videos und japanischen Visual Kei Videos klar machen zu können, worauf in dieser Arbeit mein Hauptaugenmerk gerichtet sein wird. Da es Visual Kei erst seit den 80er Jahren gibt, werden sich meine Untersuchungen auf die 80er, 90er und 2000er Jahre beschränken, da sich die visuellen Komponenten der Videos hierbei am besten vergleichen lassen. Der Beginn der Heavy Metal Musikrichtung in den 1970er Jahren wird nur in diesem Kapitel angesprochen werden, um zu zeigen, woher sich die Bands, die Fans und ihr gemeinsamer Stil entwickelt haben. Um den Rahmen nicht zu sprengen, bleibt meine Arbeit auf Amerika und Japan beschränkt, weshalb ich auf britische Heavy Metal Bands wie Black Sabbath, etc. nicht weiter eingehen werde.

¹⁰ SCHÄFER, Frank, „Notes on Metal“, in *Metal Matters – Heavy Metal als Kultur und Welt*, Rolf F. Nohr/Herbert Schwaab [Hrsg.], Lit Verlag, Münster 2011, S. 23

¹¹ NOHR, Rolf F./SCHWAAB, Herbert, *Metal Matters – Heavy Metal als Kultur und Welt*, Lit Verlag, Münster 2011, S. 14

Eine Möglichkeit die Frage „Was ist Heavy Metal Musik?“ mit einer einfachen Aussage zu beantworten gibt es auf Grund der Komplexität der menschlichen Geschichte, Kultur und Natur nicht, allerdings finde ich Bettina Roccor's Versuch einer Erklärung in *Heavy Metal. Kunst. Kommerz. Ketzerei.* gut gelungen und möchte sie hier teilen, bevor ich mich im Weiteren mit dem visuellen beziehungsweise mit dem psychologischen Aspekten der Musikrichtung befassen werde:

„[...] Heavy Metal ist eine eigenständige musikalische Gattung, die dem Musiker Know-How, Beherrschung des Instrumentes, kompositorische Fähigkeiten, Kenntnis der wichtigsten Regeln der Aufnahme- und Konzerttechnik, Bereitschaft zu ständigem Üben, Proben, Arbeiten am Sound, physische Kraft zum Überstehen der Konzerttourneen, täglichen kraftraubenden Bühnenshows und ausufernden Parties abverlangt. Heavy Metal ist laut, aber kein undifferenzierter Krach. Heavy Metal spricht nicht den Intellekt, sondern die Gefühle und den Körper an. Die alles geben auch die Fans als Grund an, warum sie Heavy Metal mögen. [...]“¹²

Eine der ersten amerikanischen Heavy Metal Bands war KISS, die im Jahr 1973 von Gene Simmons und Paul Stanley gegründet wurde. Anfang der 80er Jahre, als sich die Heavy Metal Szene bereits vergrößert hatte, feierten Slayer, Metallica, Anthrax, Manowar, etc. ihr Debüt und es begannen sich verschiedenen Subgenres des Metal – etwa Death Metal, Trash Metal oder True Metal – herauszubilden, die sich zwar durch einige musikalische wie visuelle Elemente unterscheiden, sich aber alle eindeutig dem Genre des Heavy Metal zuordnen lassen. Deena Weinstein beschreibt den sogenannten Kode des Heavy Metal wie folgt:

“The heavy metal code specifies that what is depicted must be somewhat ominous, threatening, and unsettling, suggesting chaos and bordering on the grotesque.”¹³

Ein wichtiger Bestandteil der Heavy Metal Kultur ist, dass das Privatleben der Bands durchleuchtet wird und sie nicht nur durch ihr Verhalten auf der Bühne, bei Interviews

¹² ROCCOR, Bettina, *Heavy Metal. Kunst, Kommerz, Ketzerei.* I.P-Verlag, Berlin 1998a, S.103

¹³ WEINSTEIN, Deena, *Heavy Metal. A Cultural Sociology.* Lexington Books, New York 1991, S. 29

oder in Musikvideos, sondern auch durch ihr Verhalten in ihrem persönlichen Leben abseits von der Bühne zu Vorbildern für ihre Fans werden. Hierfür ist es wichtig, dass sie eine gewisse Authentizität mitbringen, die ihren Anhängern vermittelt, dass sie nicht nur eine Show für ihr Berufsleben aufbauen, sondern auch im privaten Bereich den Heavy Metal Lifestyle leben. Nur wenn ihr Auftreten stets glaubhaft erscheint werden sie von ihren Fans respektiert. Durch die Rebellion gegen die Normen der Gesellschaft wird eine Verbindung mit ihrem Publikum hergestellt.

“In much psycho-social heavy metal music, this rage is often directed at the powerful, whose greed and hypocrisy are blamed for social injustice. Sometimes these critiques are aimed squarely at capitalism [...].”¹⁴

Die offen ausgesprochene Empörung gegen die herrschenden Zustände und die Sprengung diverser Regeln spricht beständig vor allem männliche Jugendliche an.

In den 1990er Jahren erlangten Bands wie Lamb of God, Korn, Limp Bizkit, Slipknot und Disturbed Berühmtheit. Interessant zu sehen ist nicht nur in welchen Ländern sich Heavy Metal Bands formten, sondern auch in welchen Ländern sie Erfolg hatten und zahlreiche Fans fanden. Laut Bettina Roccor ist die Industrialisierung eines Landes bedeutend für die Frage ob Heavy Metal Musik Anhänger findet oder auf Ablehnung stößt:

„Vor der Beschreibung der einzelnen Länder, in denen Heavy Metal seine Fans gefunden hat, möchte ich die deutlich erkennbaren Gemeinsamkeiten in deren gesellschaftlicher Struktur aufzeigen. Heavy Metal findet fast nur in industrialisierten Ländern seine Anhänger. Dabei ist das politische System nicht entscheidend: Heavy Metal-Fans gab und gibt es in großer Zahl sowohl in demokratischen als auch diktatorischen und sozialistischen Staaten. Entscheidend ist der Grad der Industrialisierung und daraus folgend die Existenz sozialer Unterschiede durch Arbeitsteilung in Lohnabhängigkeit.“¹⁵

¹⁴ AHLKVIST, Jarl A., “Music and Cultural Analysis in the classroom: Introduction Sociology through Heavy Metal” in *Teaching Sociology*, Vol. 27, 1999, S.132

¹⁵ ROCCOR, Bettina, *Heavy Metal. Kunst, Kommerz, Ketzerei*. I.P-Verlag, Berlin 1998a, S.135

Trotz einer ständigen Veränderung der Weltwirtschaftslage formieren sich in Amerika stetig neue Heavy Metal Bands. So schlossen sich auch von 2000 bis 2010 neue Gruppen wie Wolves in the throne room zusammen und erreichten weltweite Popularität. In diesen nun 40 Jährigen Zeitraum blieben die Grundmerkmale des Heavy Metals, trotz zahlreicher Entwicklungen, bis heute dieselben. So zum Beispiel sind die Farbcodes in gegenwärtigen Musikvideos, Live Performances und Fanarts die gleichen, die Anfang der 70er Jahre auf Album Covers verwendet wurden – schwarz und rot dominieren aufgrund ihrer unveränderten Bedeutung:

„The colors and imagery on the album covers enhance the power conveyed by the logos. The dominant color is black, used especially as the background for the other artwork. Red is the second most important color. The color scheme is not gentle, relaxing, or merely neutral. Rather, it is intense, exciting, or ominous.”¹⁶

Des Weiteren hat sich auch am Aussehen der Bands und Fans, dem generellen Lebensstil derselben und dem Inhalt der Texte nichts Gravierendes geändert. Heavy Metal ist trotz vermehrter weiblicher Fans immer noch eine männliche Domäne, worauf ich im Kapitel 2.4 noch genauer eingehen werde, lange Haare sowie schwarze Kleidung und diverse Satanssymbole (auch hierauf komme ich später noch einmal genauer zu sprechen) sind immer noch ein wichtiger Bestandteil der Szene, genauso wie die Themen der Songs sich auch 40 Jahre nach der Geburt des Metal immer noch um Liebe, Tod und Zerstörung drehen. Besonders auffallend ist die große Verbreitung der Musikrichtung in verschiedenste Teile der Welt. Gerade dieser Teil ist für meine Arbeit von Wichtigkeit, da ich sowohl untersuchen möchte wie sich der kulturelle Hintergrund einer Band visuell in ihren Videos widerspiegelt als auch wieso die Musik einer Band Länder- beziehungsweise Kulturübergreifend mit Begeisterung aufgenommen werden kann, auch wenn die kulturspezifischen Zeichen unverstanden bleiben. Das Verstehen dieser Zeichen und auch das Verstehen der Lyrics scheint nicht das Wichtigste zu sein, wenn man sich für Heavy Metal als Fan interessiert:

¹⁶ WEINSTEIN, Deena, *Heavy Metal. A Cultural Sociology*. Lexington Books, New York 1991, S. 29

„Heavy Metal ist eine international musikzentrierte Teilkultur. Dies hängt m.E. nicht nur mit den Medien zusammen, die vor allem die US-amerikanische Kultur bis in den letzten Winkel der Erde tragen. Im Zeitalter der Mobilität werde auch reisende Jugendliche zu kulturellen Botschaftern – in ihr Fanoutfit gewandet, mit Musikkonserven und Informationsmaterial im Gepäck schließen sie Bekanntschaften und wecken das Interesse von Jugendlichen in anderen Ländern am Heavy Metal. Um Musik zu empfinden, braucht man keine besondere Vorbildung, ebensowenig [sic!] für das Verständnis der Bildersprache auf T-Shirts und Plattencovern. Die Liedtexte sind überwiegend englisch, somit in weiten Teilen der Welt verstehbar, ein Faktum, das letztlich aber nicht entscheidend ist, da ein Textverständnis für das Hören von Musik nicht unbedingt notwendig ist. Alle diese Phänomene erklären aber noch nicht, weshalb unter verschiedensten Bedingungen aufgewachsene Menschen ein und dieselbe Musikrichtung mögen. Heavy Metal vermag anscheinend Gefühle wiederzugeben und auszulösen, die unabhängig von der Lebenssituation des Einzelnen existieren.“¹⁷

Das nicht ausreichend definierbare Lebensgefühl des Heavy Metal muss mit Beginn der Videoproduktion in eine visuelle Form gebracht werden und es müssen hierfür einige Elemente beachtet werden. Konzertmitschnitte synchron oder asynchron zur Musik sind für das „Live Dabei Gefühl“ der Community sehr wichtig. Ebenfalls bedeutend ist der Einsatz von symbolhaften Bildern die den gesungenen Text unterstreichen. Typische Bilder, die in vielen Heavy Metal Musikvideos vorkommen sind Dunkelheit, leere oder dreckige Räume, zerstörte Gebäude, wüstenhafte und karge Natur, Feuer, etc. gemischt mit Images der Bandkollegen, die ihren Lifestyle durch lange Haare, Leder- oder Militärkleidung, Tattoos, bestimmte Gestik und Mimik zum Ausdruck bringen. Häufig kommen auch satanische oder christliche Symbole vor. Aufgrund der hohen Anzahl männlicher Mitglieder diverser Bands, werden Frauen größtenteils entweder, wenn sie sich maskulin kleiden und sich nicht wie „typische Mädchen“ verhalten, sondern den Verhaltenscodes ihrer Männerfreunde folgen, als Teil der Community gezeigt, oder als hypersexuelles Wesen in engen Lack und Lederoutfits, das sich den männlichen Fantasien zu fügen hat und nicht ernstgenommen werden kann, da es sich um ein sogenanntes

¹⁷ ROCCOR, Bettina, *Heavy Metal. Kunst, Kommerz, Ketzerei*. I.P-Verlag, Berlin 1998a, S.135

„Groupie“ handelt. Auf diese unterschiedlichen Arten der Darstellung von Frauen werde ich dann bei meiner praktischen Analyse im zweiten Teil meiner Arbeit genauer eingehen.

2.1.1.2. Rock – Mehr ist es nicht.

„[Die] Reaktion von Richard Smith auf ein Konzert von Oasis: „As Liam was whining „It’s just rock and roll“ over and over, I kept thinking to myself: “but it’s not. It’s magic and mystery. It’s soul searching and heart breaking. It’s life enhancing and life saving. It’s everything and more.””¹⁸

Trotzdem dies nicht als wissenschaftliche Aussage gesehen werden kann, zeigt das Zitat doch, dass Rock’n’Roll in erster Linie die Gefühle der Fans ansprechen soll, wodurch sich eine stark beeinflussende Macht ergibt, die Jan Koenot in *Hungry for Heaven. Rockmusik, Kultur und Religion* in einem Satz so beschreibt:

“[...] Oberflächlich betrachtet ist sie ein Massenphänomen, im Kern aber eine subversive Kraft.”¹⁹

Rockmusik entstand Ende der 1960er Jahre und steht bis zum heutigen Tag in stetigem Wandel. War einmal Elvis Presley Rock’n’Roll, so zählen heute auch Bands wie 30 Seconds to Mars zum Genre. Nicht wissenschaftlich gesprochen könnte man sagen, dass Rock weniger hart als Heavy Metal, aber härter als Pop ist, dass es einen dreckigen Sound gibt, ein raues Image für sich beansprucht und auf eine bestimmte Art von Zuhörern zugeschnitten ist. Das sind freilich sehr oberflächliche Observationen, die in derselben Form auch auf viele andere Musikrichtungen zutreffen könnten.

„[...] the band as a unit of creativity, the charismatic lead singer, and the guitar as primary instrument. [...] rock music is white music, rock performers are male, and rock songs express men’s feelings, especially men’s feelings about women. These

¹⁸ KOENOT, Jan, *Hungry for Heaven. Rockmusik, Kultur und Religion*. Patmos-Verlag, Düsseldorf 1997, S. 217

¹⁹ Ebd., S. 13

*generalizations are stereotypes, of course, but stereotypes usually find their way into the official record [...].*²⁰

Diese Stereotypen sind nicht gänzlich falsch, denn die Mehrheit der Rockbands waren/sind vorwiegend männlich, weiß und um einen Leadsänger gruppiert. Auch in den Songtexten geht es häufig um die Gefühle eines Mannes zu einer Frau und dies wird dann in den Musikvideos visuell dargestellt. Diese Grundlagen dürfen allerdings nicht verallgemeinert werden, da es auch viele Ausnahmen gibt, die sich diesen Stereotypen widersetzen.

Was also ist das Kernkonzept von Rock? Jan Koenot beschreibt Rock wie folgt:

„Im Englischen macht man einen Unterschied zwischen Pop und Rock. [...] Bei Rock dagegen liegt der Akzent auf der instrumentellen Expressivität. [...] Rock ist „frei von der Leber weg“, zieht Ehrlichkeit der Eleganz vor, den Instinkt den Kompromissen. Pop ist mondän, glatt, gefällig. [...] Die Musik ruft nicht nur physische Reaktionen wach (mitsingen, in die Hände klatschen, tanzen...). Sie spricht die Gefühle an und appelliert an den Verstand (es wird Information vermittelt, ein Song erinnert an etwas, man entwickelt eine eigene Perzeption...). [...] Gleichzeitig gibt Rock auch den Anlaß [sic!] für soziale Kontakte. [...] Die Musik ist für sich schon ein vollwertiges kulturelles Ereignis, wird aber manchmal innerhalb anderer kultureller Ausdrucksformen eingesetzt (Fernsehen, Film, Video...).“²¹

Amerikanische Beispiele für diese Art von Musik, die ich in meiner Arbeit erwähnen werde sind etwa die The Donnas, Hole, Deep Dark Robot, die erst 2009 gegründete Band The Pretty Reckless, sowie der Solokünstler Marilyn Manson. Zum Image von Rock Musikern gehört neben einem speziellen, meist sehr gitarrenlastigen Sound, auch ein ganz bestimmtes Auftreten, das sich durch auffallende Kleidung, starkes Makeup und größtenteils wilde Bühnenshows kennzeichnet. Im Gegensatz zum amerikanischen Heavy Metal gab es in der Rock Musik Amerikas bereits von Anfang an sowohl zahlreiche weibliche Fans als auch erfolgreiche Musikerinnen wie beispielsweise Suzie Quatro und

²⁰ GRACYK, Theodore, *I wanna be me: Rock Music and the Politics of Identity*, Temple Press University, Philadelphia, 2001, S.16

²¹ KOENOT, Jan, *Hungry for Heaven. Rockmusik, Kultur und Religion*. Patmos-Verlag, Düsseldorf 1997, S. 14

Joan Jett (beziehungsweise ihre erste All-Girl-Band The Runaways). Problematisch hier ist aber, wie diese Frauen im Rock gesehen und beurteilt werden:

„[...] gender problematics also occur when female artists are referenced within the established male rocker lineage. While potentially this may be understood as an inclusive approach to women rock performers, sometimes this results in an erasure of their female identity. [...] The successful careers of these women do not pose a threat to the masculinity of rock if they are understood in rock history as female performers who were ‘one of the boys’.”²²

Es gründeten sich später langsam sowohl einige bekannte Bands die aus männlichen Musikern und einer Frontfrau bestehen - hier lassen sich zum Beispiel Juliette and the Licks oder The Pretty Reckless nennen – als auch einige Gruppen die nur aus weiblichen Mitgliedern bestehen wie etwa The Donnas oder Courtney Love’s Band Hole und nicht mehr als „one of the boys“ gesehen werden. Allerdings gibt es auch im Rock das Bild des weiblichen Groupies, das auf seinen Körper reduziert und als Objekt der männlichen sexuellen Begierde angesehen wird. Wie auch in der Pop Musik ist die weibliche Sexualität ein Mittel um die Verkaufszahlen in die Höhe schnellen zu lassen, weshalb Frontfrauen größtenteils ihre Reize sehr offen zur Schau stellen und mit diversen absichtlich eingesetzten Fashion Fauxpas‘ auf ihr Geschlecht aufmerksam machen. Die Groupies kommen hauptsächlich als Blickfang in den Musikvideos männlich dominierender Bands vor, nicht nur um die Lyrics des Songs zu unterstreichen oder die Männlichkeit der Musiker zu zeigen, sondern auch um potentiellen Käufern ein hübsches Visual zu bieten. In den Clips weiblicher Musikerinnen übernehmen diese meist selbst die Rolle des „Hot Girls“ und scheinen kein Problem damit zu haben ihren Körper zur Schau zu stellen, was ich im zweiten Teil meiner Arbeit, der Musikvideoanalyse noch genauer betrachten werde.

Das Ziel, das alle Rock Musiker gemeinsam zu haben scheinen ist es, nicht nur mit ihren Shows zu schocken und aufzurütteln, sondern auch vor allem ihren jüngeren Fans zu zeigen, dass es in Ordnung ist wenn man sich nicht stets gesellschaftskonform verhält und sämtliche Regeln befolgt. Dies ist einerseits ein positiver Aufruf man selbst zu sein und

²² LEONARD, Marion, *Gender in the Music Industry – Rock, Discourse and Girl Power*, Ashgate Publishing Ltd., England 2007, S.37

sich von niemandem ändern zu lassen, allerdings andererseits auch eine negative Aufforderung zur Rebellion gegen die oft notwendigen Grundsätze des menschlichen Zusammenlebens, was vor allem zu Beginn der Rockmusikgeschichte zu massiver Kritik der Medien und der älteren Generationen führte und auch heute noch teils berechtigte, teils unberechtigte Vorurteile gegen das Genre schürt. „Wild“ ist ein Wort, welches häufig mit Rock verbunden wird. Innerhalb der Community ist es positiv konnotiert, während es außerhalb mit abwertender Verächtlichkeit benützt wird. Die Themen der Songs beschäftigen sich, im Gegensatz zum Heavy Metal nicht hauptsächlich mit Tod, Verderben und Schmerz, sondern zelebrieren oftmals das Leben und die Liebe, sind manchmal Kampfansagen und können durchaus fröhlich, ironisch oder sarkastisch aufgefasst werden. Demnach gibt es keine Grundregel, dass Musikvideos besonders dunkel und düster sein müssen, wie es im Heavy Metal meist der Fall zu sein scheint. Das Lebensgefühl des Rock ist eine Zelebration des Individualismus und des Lebens an sich. Freiheit ist ein wichtiges Thema – die Freiheit zu tun was man möchte, die Freiheit zu sein wer man will, die Freiheit Regeln (auch visuelle Regeln in Musikvideos) zu brechen. Vor allem wenn es sich um Bands handelt die nur aus männlichen Mitgliedern bestehen, wird immer wieder sehr deutlich mithilfe von Phallussymbolen und Gesten (der Umgang mit der Gitarre, etc.) auf die dominante Männlichkeit hingewiesen.

Es gibt auch in Rock Clips Konzertausschnitte, allerdings ist es kein so wichtiger Bestandteil des Videos wie im Heavy Metal und muss nicht vorkommen. Eine visuelle Interaktion zwischen der Band und den Fans muss am Bildschirm nicht unbedingt vorhanden sein, denn oftmals werden auch ganze, teils lineare, teils nicht lineare Narrationen in einem Video erzählt, deren Verbindung zum gehörten Song man nicht immer sofort verstellen kann.

Jan Koenot zitiert in seinem Buch „Hungry for Heaven. Rockmusik, Kultur und Religion“ Wim Wenders‘ negativen Blick auf die Musivideoindustrie:

„Der Regisseur Wim Wenders bedauert die Koppelung von Musik und Videobildern. Die eigene Fantasie beim Anhören eines Songs werde durch sie in Ketten gelegt. Automatisch werde der Song mit den Bildern des Videos assoziiert. Genau darin aber liegt, wie er meint, die Verarmung. Nicht nur die Wahrnehmung der Musik, auch die Wahrnehmung der Bilder verflache. [...] Zu jeder Single gehört inzwischen

ein Videoclip. Von Künstlern, die in erster Linie Musiker sind, d.h. Leuten, für die Musik die Sprache ist, in der sie sich am besten ausdrücken können, wird jetzt erwartet, daß [sic!] sie an der Herstellung der Videos, die etwas von ihrem musikalischen Werk wachrufen sollen, mitarbeiten. Es ist schwer, sich dagegen aufzulehnen, weil das heutige System so funktioniert, daß [sic!] Videos ein fast unentbehrliches Werbemittel geworden sind.“²³

Seine eigene Meinung zum Thema Musikvideos hat ähnliche Züge aufzuweisen:

„Videofernsehen ist der Versuch, Musik an die Kandare zu nehmen. Schaut man auf die Bilder, dann verhindert das unvermeidlich, daß [sic!] man physisch und mental in die Musik investiert. Wenn die visuellen Elemente darüber hinaus an primäre Instinkte wie Sex, Macht und Selbstentfaltung appellieren, geht die gegenläufige Kraft von Rock verloren. Man hegt narzißtische [sic!] Gefühle, dazu querliegende Kräfte werden gedämpft. Videobilder leben von Konsens und Kontinuität, beruhen auf Konvergenz und Kontingenzenz. Klänge dagegen sind aus auf Diskontinuität und Differenz, bewirken Katharsis und Transzendenz.“²⁴

Dieser Auffassung kann ich persönlich nicht ganz zustimmen, da Clips zwar offensichtlich in erster Linie hergestellt werden um das Album der Künstler zu promoten und die Künstler selbst der Welt vorzustellen, allerdings auch größtenteils, vor allem im Bereich der Rockmusik, einen sehr hohen künstlerischen Anspruch haben, und die Musiker oftmals auch gleichzeitig Schauspieler sind, sich für Film und Medien interessieren und im Gebiet der Musikvideos eine Chance finden sich auch auf andere Arten künstlerisch auszudrücken und ihrer Leidenschaft zu folgen. Videobilder müssen nicht stets, wie Jan Koenot es ausdrückt kontinuierlich verlaufen und einen logischen Zusammenhang haben, sondern können auch gerade durch ihre scheinbare Sinnlosigkeit oder ein unüberschaubares Chaos Gefühle auslösen, die mit der eingespielten Musik konform gehen und schlichtweg auf der visuellen Ebene ausdrücken was die Töne auf der akustischen und die Lyrics auf

²³ KOENOT, Jan, *Hungry for Heaven. Rockmusik, Kultur und Religion*. Patmos-Verlag, Düsseldorf 1997, S.71

²⁴ Ebd., S.71

intellektueller Ebene zu vermitteln versuchen. Eine Harmonie zwischen dem Gesehenen und Gehörten ist beim Genre des Rock, wie in einem späteren Kapitel noch genauer beschreiben werde, durchaus möglich. Die Charakteristiken eines typischen Rockvideos fasst dieses abschließende Zitat meiner Meinung nach sehr treffend zusammen:

*„It is no coincidence that video producers are dominated by former advertising filmmakers and that they have shaped the imagery of videos with their professional standards. The outward characteristics of this are swift computer-controlled image sequences, slow motion, hard cut-out images, frequent changes of format and perspective, unusual camera angles and the whole advertising film repertoire [...]“*²⁵

2.1.1.3. Punk – The road to freedom

Wie die Anfänge des Rock und die Anfänge des Heavy Metals so waren auch die Anfänge der Punkmusik ein Versuch einen Ausweg aus dem traditionellen Leben, welches von der Gesellschaft vorgeschrieben wurde, zu finden und gegen das Establishment zu rebellieren. Wie auch bei den beiden anderen Musikrichtungen ist eine bestimmte Nähe zu den Fans ebenso wichtig wie die „do-it-yourself“ Herangehensweise, die zeigt, dass im Grunde jeder ein Punkmusiker sein kann:

*“Punk music was seen as an alternative to the mainstream music industry and provided something new and liberating through its independent and ‘do-it-yourself’ approach.“*²⁶

Professionalität oder musikalische Perfektion, eine bestimmte Erziehung oder eine besondere Ausbildung sind nicht nötig um ein Star der Punkmusik zu werden. Im Gegenteil, die Vorstadtmentalität, welche eine heile Welt vorgaukelt wird vehement abgelehnt und die „upper class“ bildet das Feindbild, von welchem man sich so weit wie möglich entfernen möchte. Promotet wird vor allem ein Wunsch nach persönlicher Freiheit und Individualismus und ein Streben nach Anarchie, welche starken Ausdruck in den

²⁵ WICKE, Peter, *Rock Music: Culture, Aesthetics and Sociology*, Cambridge University Press, 1990, S.162

²⁶ TRIGGS, Teal, “Scissors and Glue: Punk Fanzines and the Creation of a DIY Aesthetic”, *Journal of Design History*, 19/1, S. 70

Songtexten finden. Der soziale Abstieg wird von den Mitgliedern der Community gefeiert und befürwortet:

“The lifestyle works as an inverse form of social mobility; in their own social formation punks earn status by becoming tougher and going "lower.””²⁷

Da es musikalisch darum geht möglichst schnell und laut zu spielen und schockierende, oft brutale und provozierende Lyrics teilweise mit starken sexuellen Anspielungen zu produzieren, kommt die Präzision manchmal zu kurz und es wird häufig improvisiert:

“The musical forms adopted by punk rock are similarly contrasted to those of the technological styles [...]. Instrumentally, it presents itself as direct and straightforward, in a clear line from the so-called “classic” style of rock ‘n’ roll in the 1950s. A limited range of chords are employed and a heavy rhythmic emphasis replaces concern for melody and improvisation.”²⁸

Dem Rock musikalisch nicht unähnlich, da es sich davon abgeleitet hat, gehen das Aussehen eines Punks sowie seine innere Einstellung zum Leben doch in eine sehr andere Richtung. Daraus ergibt sich auch, dass die Inhalte der Songs zumeist politischer sind als jene des Rock und die Themen der Rockmusik auf verschärfte Weise aufgenommen werden, um sie auf die Spitze zu treiben:

“Punk rock has proved to be a sort of laboratory [...], for it characteristically combines the rock ‘n’ roll musical ethos with subject-matter which is broadly sexual or political. The result has been a whole range of ideological effects.”²⁹

Ein Fan des Rock’n’Roll kann auf die Straße gehen ohne als solcher sofort zu erkennen zu sein. Ein wahrer Punk Fan wird ebenso wie ein wahrer Heavy Metal Fan durch Frisur, Makeup, Piercings, Tattoos, Kleidung, Schuhe und Auftreten klar als solcher

²⁷ TRABER, Daniel S., “L.A.’s “White Minority”: Punk and the Contradictions of Self-Marginalization”, *Cultural Critique*, Vol. 48, 2001, S. 35

²⁸ LAING, Dave, “Interpreting Punk Rock”, *Marxism Today*, April 1978, S. 125

²⁹ Ebd., S. 125

identifizierbar sein. Gerade diese Tatsache ist ein wichtiger Bestandteil der Punkkultur. Im Gegensatz zum Heavy Metal Fan wird beim Punk weniger Wert auf die Farbe Schwarz gelegt. Jeans, Militärfarben, bunte Haare und wildes Makeup, farbenfrohe gemusterte Kleidung, ebenso wie Leder dominieren das Aussehen der Punks. Ob es sich dabei um neue oder abgerissene, alte Kleidung handelt ist individuell verschieden. „Clean“ ist es jedoch nie, „wild“ immer, denn es geht darum aufzufallen und aus der Masse herauszustechen. Hier gibt es allerdings einen großen Unterschied zwischen verschiedenen amerikanischen Punkmusikern, da nicht alle, die Punk mach(t)en und diesen Lebensstil leb(t)en auch wie ein „typischer“, sofort zu erkennender Punk aussehen beziehungsweise aussahen. Iggy Pop etwa, der lange Haare hat, meistens oben ohne und barfuß auf der Bühne steht und im Vergleich zu Bands wie Green Day eher wie ein Rockmusiker wirkt. Auch die Ramones erfüllten nicht unbedingt das Bild eines allseits bekannten Punks wenn man nur nach dem Aussehen geht. Musikalisch gelten aber alle diese amerikanischen Musiker als Teil der Punkszene. Sie alle kämpfen für das Recht sagen, fühlen und denken zu dürfen was man möchte, was im Grunde genommen weder etwas Neues noch etwas Seltenes ist, ist doch Amerika das Land der unendlichen Freiheiten. Die Meinung darüber ob dieses Ziel schon erreicht ist oder nicht geht freilich auseinander und die Art diese Freiheit zu erlangen könnte auch verschiedener nicht sein. Denn Punks grenzen sich mit Absicht selbst aus der Gesellschaft aus und werden zu Außenseitern die ihren eigenen Regeln – oder eben keinen Regeln - folgen:

“Still, the most evident source for punk's definition of individualism is classical liberalism's defense of the sovereign individual: no person or institution has the right to determine what you can say, think, feel, or do as long as you do not inhibit another person's freedom. This idea is one of the most prevalent threads running through American literature and culture. Likewise, self-marginalization as a strategy to achieve this individualism is just as prominent.”³⁰

Punk hat sich auf der ganzen Welt verbreitet und versucht sein den 1970er Jahren eine Veränderung in der internationalen Gesellschaft zu erwirken. Es formen sich auch in den 2000er Jahren noch immer noch Punkbands, die sich auf leicht veränderte beziehungsweise

30 TRABER, Daniel S., “L.A.’s “White Minority””: Punk and the Contradictions of Self-Marginalization”, *Cultural Critique*, Vol. 48, 2001, S. 38ff

weiterentwickelte Art und Weise auf die ursprünglichen Werte dieser Community besinnen und die Musik sowie den Lifestyle weiterhin am Leben erhalten.

“The punk movement did not achieve an outright transformation of society's dominant truths, but it did at least change the minds of many people. It established a permanent alternative to the corporate apparatus of the music industry by returning to a system of independent labels (originally used to distribute the postwar "race music" that influenced the white rockers of the 1950s). It also enabled a form of political community as witnessed by the numerous punk scenes throughout the world that share their music and ideas.”³¹

Wie auch in der Heavy Metal Community müssen sich Frauen und Mädchen im Punk ihren Platz erst erkämpfen. Weibliche Fans können, indem sie sich kleiden und geben wie ihre männliche Freunde, ein Teil der Gruppe werden, allerdings werden sie dann als „one of the boys“ angesehen und nicht als Mädchen anerkannt. Sobald sie sich weiblich kleiden und auf ihr biologisches Geschlecht aufmerksam machen werden sie als Groupie abgestempelt und nicht als wahrer Fan akzeptiert. Sie müssen stets ihr Wissen über die Musik und den Lifestyle unter Beweis stellen und sind in der Zahl noch immer weit weniger als die männlichen Fans. Punkmusikerinnen gibt es selten, denn die Bühne wird weiterhin von Männern dominiert.

“Music today is even more dominated by corporate influence and the mass marketing of pop stars than it was during the 1970s, when punk first emerged. Likewise, despite the hype about “Women in Rock” that periodically arose during the 1990s, music is just as male dominated as it has always been, and female musicians are still limited to a choice between sex object or gentle singer-songwriter. And yet opposition continues to spring from punk, alternative rock, and other corners of cultural production where success is measured not in terms of the

³¹ TRABER, Daniel S., “L.A.’s “White Minority”: Punk and the Contradictions of Self-Marginalization”, *Cultural Critique*, Vol. 48, 2001, S. 32

“economic capital” of sales and profits but rather the “symbolic capital” of making good art that is recognized by peers and critics.”³²

Eine Punkmusikerin, die es geschafft hat, ist die Amerikanerin Patti Smith. Interessant hierbei ist, dass sie eine sehr androgyne Figur ist, die ihre männliche Seite öffentlich zur Schau stellt und stimmlich, wie musikalisch nicht darauf aufmerksam zu machen versucht, dass sie eine Frau ist. Im Gegenteil, durch ihre geschlechterübergreifende beziehungsweise teilweise geschlechtslose Persönlichkeit wirkt sie anziehend auf Männer und Frauen: sie gilt sowohl als die „Godmother of Punk“ – ein großes Kompliment einer männerdominierten Szene – als auch als Ikone der Frauenbewegung in den 1970er Jahren. In Musikvideos der Punkmusiker wird häufig das Chaos als etwas Positives dargestellt, die Anarchie als das ultimative Ziel. Das Wilde muss ausgedrückt werden und es kommt häufig Gewalt und Zerstörung vor, allerdings auf weit weniger düstere Art als in Heavy Metal Musikvideos. Es geht seltener um Einsamkeit, Verlust und Tod, sondern das Leben der Punks wird als durchaus lebenswert und vergnüglich gezeichnet. Darauf werde ich im zweiten Teil, der Videoanalyse noch genauer eingehen.

Trotzdem die Einflüsse des Rock und des Heavy Metals auf die Visual Kei Musikszene durchaus größer sind als jene des Punks, gibt es dennoch einige Ähnlichkeiten und Annäherungen im Bezug auf die Musik ebenso wie auf das „general attitude towards life“, also die Einstellung zur Gesellschaft, zu den Fans und zum Leben an sich. Zusätzlich möchte ich kurz festhalten, dass sich eine Mischung aus Punk und Heavy Metal entwickelt hat, die als Grunge bekannt ist, welche ebenfalls Einfluss auf die Musik von Visual Kei Bands hat. Aus diesen Gründen habe ich mich dazu entschlossen auch Punkvideos in den Vergleich mit einzubringen.

³² MOORE, Ryan, „Friends don’t let friends listen to corporate Rock – Punk as a field of cultural production“, *Journal of Contemporary Ethnography*, 36/4, S. 468

2.1.2. Makeup, Kostüme, androgyne Ästhetik - Die Welt des Visual Kei

Ist Visual Kei die japanische Variante von Heavy Metal? Eine einfache Antwort gibt es auf diese Frage freilich nicht, allerdings kann man aufgrund des großen Heavy Metal Fandoms in Japan darauf schließen, dass die amerikanischen wie europäischen Heavy Metal Bands der 1970er und 1980er Jahre großen Einfluss auf die heute als Visual Kei bekannte japanische Musikrichtung gehabt haben. Wie aus dem folgenden Zitat herausgeht, ist Heavy Metal ein kulturübergreifendes Musikgenre:

„Metal ist eine globale Kultur, denn kaum eine musikkulturelle Formation wandelt so leicht von einem Kontinent zum anderen, und das – wie beispielsweise die Heavy Metal Begeisterung der Japaner zeigt – schon seit Jahrzehnten.“³³

Allerdings haben auch Elemente des Rock und des Punk ihre Spuren in Visual Kei Musik hinterlassen, woran man erkennen kann, dass es sich beim Visual Kei eindeutig um ein autonomes Musikgenre handelt, welches es in dieser Form nur in Japan gibt. In den letzten Jahren hat sich das Fandom auch auf Europa und Amerika ausgebreitet und die es zeigt sich, dass die fremde Kulturen stets eine gewissen Faszination auf die Menschen ausüben, denn seit den 1990er Jahren gibt es auch in Amerika, Frankreich und Deutschland Visual Kei Bands. Während sich japanische Bands erst ihre Stellung in der westlichen Welt erkämpfen müssen, haben westliche Bands schon seit langem festgestellt, dass es sich finanziell wie künstlerisch lohnt eine Tour nach Japan zu machen:

“Japan ist der größte Heavy Metal-Markt der östlichen Welt, er rangiert von den Umsatzzahlen dicht hinter den USA. Eine der weltweit größten Plattenfirmen hat dort ihren Sitz, Sony Music. In deren Produktionsstätten arbeiten tausende von Menschen. Heavy Metal-Bands genießen in Japan eine große Popularität, Tourneen durch Japan sind international begehrt- ausgezeichnete Auftrittsbedingungen, intensive Tourbegleitung, stets ausverkaufte Hallen und begeisterte Fans sind hier die Normalität.“³⁴

³³ NOHR, Rolf F./SCHWAAB, Herbert, *Metal Matters – Heavy Metal als Kultur und Welt*, Lit Verlag, Münster 2011, S. 12

³⁴ ROCCOR, Bettina, *Heavy Metal. Kunst, Kommerz, Ketzerei*. I.P-Verlag, Berlin 1998a, S.139

Bevor sich Visual Kei herausbildete, formte sich in Japan bereits in den 1970er Jahren eine Begeisterung für amerikanische Heavy Metal Gruppen wie etwa Kiss, die durch ihre Makeup Anlehnung an das japanische Kabuki Theater besonders positiv aufgenommen wurden. Der Enthusiasmus für diese Art der Musik reichte so weit, dass sich in den 1980er Jahren schließlich eigene japanische Gruppen bildeten, die sich Kleidungs- und Musiktechnisch von Twisted Sister oder David Bowie beeinflussen ließen und durch eine Mischung aus westlicher Musik und ihrem eigenen kulturellen Hintergrund das Genre Visual Kei entwickelten, welches sich vor allem durch den auffälligen, Gendergrenzen verwischenden Style auszeichnet.

*„The Visual Kei incorporated various bands that were not characterized by a specific sound, which could be rock, heavy metal or pop, but by the performances that their musicians carried out onstage. To speak of Visual means to speak of a musical movement that during the ‘80s and ‘90s was part of the Japanese underground scene and whose objective was to visually impact its audiences through some androgynous performances: their members were exclusively men who looked like women.“*³⁵

Ähnlich wie beim Heavy Metal bestehen die Visual Kei Bands also größtenteils aus Männern, während die Fans hier allerdings vorwiegend weiblich sind, auch wenn man dies nicht auf den ersten Blick erkennen mag. Welche Aspekte im Visual Kei sehr wichtig sind, beschreibt Carolyn S. Stevens in ihrem Buch „Japanese Popular Music – Culture, Authenticity and Power“ wie folgt:

*„The field of postwar Japanese popular music has a rich and colorful landscape; to make sense of the dizzying array of artists, songs, and trends, I identify three key concepts – cultural identity, authenticity, and positional power – which interact with each other to explain how certain trends are created and promoted to the public.“*³⁶

³⁵ PORZIO, Laura, “I want to be happy looking at myself”: Lolita style and its embodied practices between resistance and urban fashion.”, 2012, S. 4

³⁶ STEVENS, Carolyn S., *Japanese popular music – culture, authenticity, and power*, Routledge, London 2008, S.5

Am Wichtigsten für den Erfolg einer Visual Kei Band ist die Authentizität der selbigen. X Japan, Luna Sea, Malice Mizer, SID, Glay, Gazette, L'arc en ciel und später der Solokünstler Gackt schafften es die westlichen Einflüsse mit einem eindeutigen Nationalstolz zu koppeln und so die japanischen Massen von sich zu überzeugen. Allerdings hat dies einige Jahre gedauert in denen sich eine große Kluft zwischen Mainstream und Alternative aufgetan hat:

“While new versions of male and female idol music were reaching new heights, rock had not been forgotten. In the late 1990s, “visual“ rock swept the charts. This was not really a new trend, as rock music that made a strong visual impact through hair, makeup, and costume had been around for many years. Independent labels [...] had carried acts such as X-JAPAN [...] and Buck-Tick [...] who eventually crossed over to major label sales, presenting a generally hard rock sound and flamboyant image to throngs of devoted followers. Yet these acts still were categorized in “alternate” music categories, with a harder sound and an outrageous image that could not crack the more conservative mainstream market.”³⁷

Doch das ständige herzeigen der Liebe zur eigenen Kultur, zum Japanischen, das sehr wichtig für die Herstellung einer neuen Identität ist, verhalf jenen Bands schließlich zu großem Ruhm. Ein Teil des Visual Kei Genres wird J-Rock genannt und verweist somit auf die Ursprünge der Musikrichtung – Rock, der aus dem Westen kam und J für Japan:

“The prefix “J-“ illustrates the construction of a new national and transnational Japanese identity, built on ideas of the interactions of human beings, people and technology, people and space.”³⁸

Visual Kei, darunter auch J-Rock, ist in diesem Sinne nicht nur eine Musikrichtung, sondern ein Lebensstil, der den Japanern als Ausgleich zu ihrem streng regulierten Alltagsleben dient.

³⁷ STEVENS, Carolyn S., *Japanese popular music – culture, authenticity, and power*, Routledge, London 2008, S.57

³⁸ Ebd., S.11

Dies ist den amerikanischen Heavy Metal, Rock und Punk Communitys nicht unähnlich, mögen die gesellschaftlichen Regeln im Westen auch nicht so streng sein wie in Japan. Trotzdem ist der Protest gegen das Establishment in Japan nie so deutlich zu spüren wie in den westlichen Teilen der Welt:

“American pop music is usually analyzed as an expression of resistance against the mainstream political and social values. Japanese popular music, on the other hand, has its resistant moments [...], but political protest is not a consistently dominant theme. Rather, this history has focused on Japan’s changing roles vis-à-vis a conceived “West” (dominated by the United States) from “conquered” to “consumer”, and aspects of this shift in ideological relations are important in later discussions in the final chapter on “Translations: ‘Internationalizing’ Language and Music.” This shift, though not characterized by rebellion, is still a political statement, one that has occurred through slow incremental transformations in attitudes and ideas rather than through radical change. Its results – Japan’s changed relations with the global community – are just as important and wide reaching as if they had been achieved through revolution rather than quiet change.”³⁹

So scheint es sich im Westen um eine Rebellion gegen den Staat, die Religion und die vorgegebene Kultur zu handeln, während man in Japan versucht eine neue Identität zu finden, das typisch Japanische, das unterdrückt wurde, wieder herauszuholen und es zu feiern:

“The consequences that arise from these relationships are acclimatized to global trends; as diplomatic, cultural, and financial positions change, so does the awareness of the relationships between these positions, which can be held by individuals, groups, corporations, or nations. One example of the recent shifts in positionality in Japanese cultural identity is what has been frequently termed

³⁹ STEVENS, Carolyn S., *Japanese popular music – culture, authenticity, and power*, Routledge, London 2008, S.67

*kokusaika, or internationalization, resulting in new modes of cultural expression that encompass a variety of foreign symbols but are unmistakably “Japanese”.*⁴⁰

Was also sind die Themen der Visual Kei Songs? Was gilt als akzeptabel? Was als Provokation? Die japanische Kultur ist, mehr noch als die meisten anderen, eine Kultur voller Kontradiktionen. Auf der einen Seite sind die Texte der Lieder oft sehr deutlich mit sexuellen Anspielungen aufgeladen, auf der anderen Seite werden diese in den Musikvideos nicht unterstützt, sondern eher abgeschwächt. Auch werden solche Songs kaum live bei Konzerten gespielt. Ebenso kompliziert ist die Lage der Frauen in Japan. Frauen und Mädchen spielen in Visual Kei Clips eine andere Rolle als in den Clips westlicher Bands. Da ich darauf in einem späteren Kapitel noch genauer eingehen werde, möchte ich hier nur sagen, dass es meistens weder - wie in vielen Rock Videos – eine Leading Lady, noch – wie in Heavy Metal Videos – eine auf seine Sexualität reduziertes Fangirl zu sehen gibt, sondern häufig überhaupt keine Frau in den Clips zu sehen ist und falls doch, dann häufig eine kaukasische Frau, die nicht mit dem Sänger oder der Band interagiert sondern stets unantastbar bleibt.

Den westlichen Heavy Metal Einfluss erkennt man in Visual Kei Videos zumeist an der kargen, zerstörten oder düsteren Umgebung in der sich die Band befindet und an den oftmals verwendeten Konzertschnitten, die die Gruppe in Interaktion mit ihren Fans zeigt. Den Rock und Punk Einfluss kann man anhand von Kleidung, Makeup und Storyline feststellen. Besonders auffällig ist der Look der Bandmitglieder, denn der absichtlich angestrebte androgyne Stil der zumeist männlichen Musiker hat sich auch auf die Männer außerhalb der Musikszene übertragen, worauf ich in einem späteren Kapitel noch genauer eingehen werde.

“The ‘Visual Kei’ movement witnessed the usage of cosmetics among men and the emergence of bands and singers such as Gackt, Hide, Dir en grey and L’Arc~en~Ciel. This movement had inspired the interest in eyebrow shaping, skin care, various grooming products as well as beauty works [...]. Young men in Japan became a lot more conscious of their appearance than before. The definition of well-

⁴⁰ STEVENS, Carolyn S., *Japanese popular music – culture, authenticity, and power*, Routledge, London 2008, S.5

*groomed young men began to further evolve and change to the point of pampering the skin and the tweezing of eyebrows [...].*⁴¹

Besonders wichtig ist im Visual Kei aber stets die bereits erwähnte Verbindung mit der eigenen Kultur, die durch an Samurai Kostüme und das Kabuki Theater angelehnte Kleidung ausgedrückt wird. Interessant ist hier auch, dass die Bandmitglieder oft sehr weibliche Kostüme wie pinke Spitzenkleider mit hohen Schuhen, Spitzenhandschuhe und viel buntes Makeup tragen und trotzdem hauptsächlich weibliche Fans haben, eindeutig als Heterosexuell erkannt werden und ihre Männlichkeit dadurch nicht verstecken oder verlieren.

„The connections of beauty with female gender and, therefore, the feminization of male characters to look more visual appellative is not just a freedom act. It is also a great marketing strategy. Femininity catches the attention of women, and in the Visual Kei scenery, the audiences are dominated by girls.“⁴²

Diese unterschiedliche Auffassung darüber was als typisch männlich und typisch weiblich gilt und für wen es auf welche Weise anziehend wirkt, wird auch im zweiten Teil meiner Arbeit, der Musikvideoanalyse, noch genauer betrachtet werden.

⁴¹ TAN, Caroline SueLin, “Men, Beauty and Senses – A Snapshot of the effectiveness of sensory branding in the Japanese men’s cosmetic market” in *Journal of Yasar University*, Vol. 3, Nr. 9, 2008, S. 1052

⁴² MONTEIRO, Núria Augusta Venâncio, “Gender bending in anime, manga, visual kei and lolita fashion” in *PrismaSocial*, Nr. 7, Dezember 2011, S. 17

2.2. Der Interkulturalitätsbegriff im Bezug auf die Musikvideokultur

„Kunst definiert, wofür wir leben, doch leben wir nicht für die Kunst.“⁴³

Was ist Kunst? Was ist Kultur? Was haben Kunst und Kultur miteinander zu tun? Was bedeutet Interkulturalität?

*“Understandings of interculturality begin and are nested in understandings of the self, as interculturality is fundamentally an engagement between self and other. The term ‘interculturality’ and its derivatives are not in themselves transparent and neutral terms, but are subject to a wide range of interpretations [...]”*⁴⁴

Wie kann sich also eine Kultur mit einer anderen verständigen? Oftmals entstehen bei einer interkulturellen Kommunikation Probleme, weil Individuen zu sehr unter dem Einfluss des eigenen Ethnozentrismus stehen und sich weigern eine andere Weltsicht anzuerkennen. Allerdings kann auch genau das Gegenteil passieren und ein kultureller Austausch stattfinden, der für beide Kulturen wertvoll ist.

Ikuo Kawakami beschreibt, dass dieser Austausch immer weniger auf freiwilliger Basis passiert, sondern durch die äußeren Umstände oftmals erzwungen wird und dadurch aktiv an einem gegenseitigen Verständnis gearbeitet werden muss.

“Due to globalization, internationalization and the enormous flow of information, millions of people are crossing national borders day by day with the purpose of inter alia migration, business, study abroad, international marriage, tourism, seeking asylum. This phenomenon is the result of not only domestic factors but also global events and influences. We are living in a time described as a period of enormous transnational population movement. As a result, each and every society has become increasingly fluid, multicultural, multilingual and multi-ethnic. This has significantly affected the economics, social structure and education systems of every society. In

⁴³ EAGLETON, Terry, *Was ist Kultur*. C.H.Beck, München 2001, S.91

⁴⁴ LIDDICOAT, Anthony J., “The ideology of interculturality in Japanese language-in-education policy”, *Australian Review of Applied Linguistics* 30 (2), 2007, S.2

particular, issues relating to integration, communication and mutual understanding within society have become even more crucial than in the past.”⁴⁵

Kawakami konzentriert sich hierbei vor allem auf den Einfluss der Sprache auf Kinder, die – ohne darüber selbst entscheiden zu dürfen – mit ihren Eltern in ein fremdes Land (in diesem Fall Japan) ziehen. In dem Buch „The Language and Intercultural Communication Reader“, herausgegeben im Jahre 2011 von Zhu Hua, wird ebenfalls auf die Beziehung zwischen Kultur, Sprache und Denkweise eingegangen. Bevor ich mich also damit beschäftige, wie sich Kultur in Relation zu Musikvideos verhält, möchte ich kurz drei verschiedene Ansätze zur Verbindung von Kultur und Sprache einbauen.

Benjamin Whorf, Student von Dr. Edward Sapir, beschreibt in seinem Artikel “The relation of habitual thought and behavior to language”, seine Theorie, dass die Struktur einer Sprache die Gedanken eines Menschen kontrolliert und es daher einen starken Zusammenhang zwischen dem Verhalten und dem Sprechen gibt:

„[...] the cue to a certain line of behavior is often given by the analogies of the linguistic formula in which the situation is spoken of, and by which to some degree it is analyzed, classified, and allotted its place in that world which is “to a large extent unconsciously built up on the language habits of the group.””⁴⁶

*„[...] people act about situations in ways which are like the ways they talk about them.”*⁴⁷

Richard Nisbett, ein Psychologe und kognitiver Wissenschaftler, erklärt in seinem Artikel „Is the world made up of nouns or verbs“ wie Menschen von verschiedenen kulturellen Hintergründen Dinge unterschiedlich aufnehmen und verarbeiten. Er geht dabei direkt auf die These von Benjamin Whorf ein.

⁴⁵ KAWAKAMI, Ikuo, “Children crossing borders and literacies education for the 21st Century”, <http://www.gsjal.jp/kawakami/dat/0901.pdf>, 28.5.2013, S.1

⁴⁶ WHORF, Benjamin, „The relation of habitual thought and behavior to language“ in *The Language and Intercultural Communication Reader*, Zhu Hua [Hrsg.], Routledge, London 2011, S.21

⁴⁷ Ebd., S.27

„A tentative answer to the Sapir-Whorf question as it relates to our work [...] is that language does indeed influence thought, so long as different languages are plausibly associated with different systems of representation. So there is good evidence that for East Asians the world is seen much more in terms of relationships than it is for Westerners, who are more inclined to see the world in terms of static objects that can be grouped into categories. Child-rearing practices undoubtedly play a role in producing these very different visions. East Asian children have their attention directed towards relationships, and Western children towards objects and the categories to which they belong. Language probably plays a role, at least in helping to focus attention, but probably also in stabilizing the different orientations throughout life. There appears to be nothing about the structure of language, though, that actually forces description in terms of categories versus relationships.“⁴⁸

Larry A. Samovar, Richard Porter und Lisa A. Stefani erklären die Analyse von Hofstede (1980), der mithilfe der vier Wertdimensionen Individualismus/Kollektivismus, Unsicherheitsvermeidung, Machtdistanz und Maskulinität/Femininität kulturelle Werte empirisch erforscht hat und gehen auf seine Kritiker ein, welche davon sprechen, dass die Studie bereits veraltet und aufgrund dessen nicht mehr zutreffend ist.

„We do not agree [...]. Although cultures change, we suggest that their deep structures are resistant to change. The values Hofstede studied were those deep structures.“⁴⁹

Sie sprechen also davon, dass sich Kulturen nur oberflächlich verändern und Menschen stets stark von ihrem kulturellen Hintergrund (Werte, Normen, Muster, etc.) beeinflusst sind. Ihre Art die Welt zu sehen, ihre Art sich sprachlich und mimisch auszudrücken, ihre Art sich zu verhalten ist tief in den Menschen verankert und direkt mit ihrer Kultur verbunden, was zu großen Missverständnissen bei einem interkulturellen Austausch führen kann.

⁴⁸ NISBETT, Richard, „Is the world made up of nouns or verbs?“ in in *The Language and Intercultural Communication Reader*, Zhu Hua [Hrsg.], Routledge, London 2011, S.47

⁴⁹ SAMOVAR, Larry A./PORTER, Richard/STEFANI, Lisa A., „Hofstede’s value dimensions and Hall’s High Context/Low Context“, in *The Language and Intercultural Communication Reader*, Zhu Hua [Hrsg.], Routledge, London 2011, S.55

Im Falle meiner Arbeit, in der ich mich mit Amerika vs. Japan beschäftige, ist es gerade deshalb spannend, wie sich diese beiden Kulturen verständigen können, obwohl ihre Geschichte sowie ihre Sprache komplett unterschiedlich ist.

*„At this level of abstraction we can only point to general differences in patterns of thinking and behaving between cultures. For instance, we might observe that U.S. American culture is more characterized by individualism than is Japanese culture, which is more collectivist.“*⁵⁰

Wieso also finden viele Japaner westliche Heavy Metal, Rock und Punk Musik gut, und wieso hören viele Amerikaner Visual Kei Musik?

*“As the world’s third largest music market, the size of the Japanese market allows for the development of significant diversity. Although Japan is often classified by the West as an Asian “corporate society” where collective identity is valued over individualism, in its postwar popular culture, the vast bifurcation of contemporary Japanese music collectives (dance, hip-hop, indie rock, teenage idol pop, techno, and so on) has made it impossible to state that mainstream popular music follows a single, collective pattern.“*⁵¹

Die Unterschiedlichkeit in der Musik entsteht, wie in jeder Form von Kunst, durch das Einwirken einer Kultur auf die andere. Man kann also durchaus sagen, dass Visual Kei ein Resultat der Interkulturalität ist, da es nur durch den Austausch zwischen den westlichen und östlichen Kulturen und die damit einhergegangene Zusammenführung von Ideen entstehen konnte. Es gibt Teile eines jeden Videoclips, die universell zu verstehen sind und Teile, die nur für sogenannte Insider, also Menschen die sich in der jeweiligen Community auskennen, verständlich sind. Die Gestik etwa ist ein interkulturelles Kommunikationsmittel, welches sowohl integrativen Charakter haben, wen die Gesten international genützt werden, als auch trennenden Charakter annehmen kann, sobald die

⁵⁰ BENNETT, Milton, J. “Intercultural communication: A current perspective.” in *Basic concepts of intercultural communication: Selected readings*, ME: Intercultural Press, Yarmouth 1998, S.2f.

⁵¹ STEVENS, Carolyn S., *Japanese popular music – culture, authenticity, and power*, Routledge, London 2008, S.67

Gesten unterschiedlich interpretiert werde. Was überall zumindest auf der Gefühlsebene, dem sogenannten „Bauchgefühl“, verstanden wird, ist ob etwas authentisch wirkt oder nicht. Denn auch wenn einem etwas fremd erscheint, kann man stets instinktiv feststellen, ob es sich um die Wahrheit beziehungsweise um Ehrlichkeit beim Gesehenen handelt:

„Audiences value cultural identity – whether Japanese of non-Japanese – for its authenticity. Japanese identity is “authentic” when it is distanced from the globalized culture of the industrialized urban centers. Perhaps precisely because of this, non-Japanese identity is “authentic” when it is associated with these urban centers and is often best expressed through the use of foreign languages. Once “authentic” expressions are established, to be accepted in a competitive market, an “authentic connection” between artist and audience must be established. [...] While technology is thought to distance people from art in most contexts, in the Japanese pop music industry, it works to enhance notions of authenticity in the artist/audience relationship. Authenticity is a crucial concept to the construction of the definition of Japanese popular music; [...] Style, technology and language all work to create an “authentic” musical experience, highly valued by the Japanese listener.”⁵²

Wird diese Authentizität einmal etabliert, kann man auch als Zuhörer/Zuseher, der einer anderen Kultur angehört, etwas für sich persönlich von dem Gesehenen/Gehörten mitnehmen und wenn man es für gut befindet, kann man beginnen sich über das Fremde zu informieren und langsam lernen die Zeichen richtig zu interpretieren. Eine andere Kultur zu verstehen, und somit die Kunst eines anderen Landes zu begreifen, ist im Grunde nichts anderes als eine neue Sprache zu lernen. Es gibt Regeln, die verstanden und auswendig gelernt werden können und es gibt Regeln die keiner bestimmten Logik folgen und die allmählich in das Unterbewusstsein eintreten werden, bis sie als vollkommen natürlich hingenommen werden können. So mag es einem Menschen schwerer fallen die Kulturspezifika eines kulturell weiter entfernten Landes zu erlernen (Italiener können aufgrund der sprachlichen und geschichtlichen Gemeinsamkeiten vermutlich schneller begreifen wie Spanier leben, als wieso Russen sich verhalten wie sie sich verhalten und

⁵² STEVENS, Carolyn S., *Japanese popular music – culture, authenticity, and power*, Routledge, London 2008, S.6

umgekehrt), allerdings hat dies gewiss nichts mit der tatsächlichen Entfernung zwischen zwei Ländern zu tun.

„Der Unterschied zwischen diesen Kulturen ist auch keiner der geographischen Verteilung. In Asien wie in Nordamerika findet man hohe Kultur (ob lokaler oder kosmopolitischer Ausprägung) in den Universitäten und unter der Intelligenz, den Postmodernismus an denselben Orten, aber auch in den Discos und Einkaufszentren, während Kultur als Identität in Subkulturen, populistischen Parteien und vielleicht unter den Enteigneten floriert.“⁵³

Bevor ich darauf eingehen werde, wie die Kultur der Musiker genauso wie die fremden Kulturen in den Musikvideos zum Ausdruck gebracht wird, und welche Zeichen spezifisch japanisch beziehungsweise spezifisch amerikanisch sind und welche universell verständlich sind, möchte ich noch einige Zitate aus Terry Eagleton's Buch „Was ist Kultur“ einbringen, in dem er auf unterschiedliche Arten den Kulturbegriff zu benennen eingeht und sowohl seine eigene Auffassung als auch die von anderen Theoretikern erläutert.

„Kultur ist nicht nur das, wovon wir leben. In erheblichem Maße ist es auch das, wofür wir leben. Liebe, Beziehung, Erinnerung, Verwandtschaft, Heimat, Gemeinschaft, emotionale Erfüllung, geistiges Vergnügen, das Gefühl einer letzten Sinnhaftigkeit – dies alles steht den meisten von uns im Grunde genommen näher als die Charta der Menschenrechte oder Handelsverträge. Aber diese Kultur kann uns auch so nahe auf den Leib rücken, daß [sic!] es ungemütlich wird. [...] Wir haben gesehen, daß [sic!] Kultur neue politische Wichtigkeit gewonnen hat. Aber gleichzeitig ist sie auch unbescheiden und überheblich geworden. Es ist an der Zeit, sie bei aller Anerkennung ihrer Bedeutung auf ihren ihr gebührenden Platz zu verweisen.“⁵⁴

Kultur ist also in allem was wir tun. Wir kriegen sie sozusagen nicht aus uns raus. Wir wurden in eine bestimmte Kultur hineingeboren und sind automatisch Teil davon, ob wir

⁵³ EAGLETON, Terry, *Was ist Kultur*. C.H.Beck, München 2001, S.116

⁵⁴ Ebd., S.182

wollen oder nicht. Wenn jemand, der in Japan auf die Welt kommt, Kind japanischer Eltern ist und sich in seinem Leben extrem für die Musikrichtung Visual Kei interessiert, beschließt Musiker zu werden, so wird er seine eigene Geschichte, die Geschichte seiner Eltern und Vorfahren, die Geschichte der Musikrichtung und die Geschichte seines Landes bewusst oder unbewusst in seine Musik und später auch in seine Musikvideos einfließen lassen.

“[...] concepts of “Japanese-ness” and national identity as expressed through music.”⁵⁵

Ebenso wird er alles was er von andern Kulturen, durch Medien und Reisen, durch Begegnungen in seinem eigenen Land und durch Erzählungen anderer, gelernt hat in seine Kunst mit einbringen. Auf dieselbe Weise wird dies auch ein amerikanischer Bürger tun. In diesem Falle beeinflusst der Überbegriff Kultur den beschränkten Kulturbegriff der sich nur auf die Kunst beschränkt:

“War die erste wichtige Bedeutung des Wortes „Kultur“ die antikapitalistische Kritik und die zweite eine Verengung und zugleich Pluralisierung des Begriffes auf eine ganze Lebensweise, so beinhaltet eine dritte Tendenz die allmähliche Spezialisierung auf die Künste. Auch hier gibt es einen Bedeutungsspielraum, da Kultur auch die geistige Betätigung generell (Wissenschaft, Philosophie, Forschung und dergleichen) meinen kann; doch kann „Kultur“ auch auf eher „imaginative“ Bestrebungen wie Musik, Malerei oder Literatur beschränkt werden. „Kultivierte“ Menschen sind solche, die Kultur in diesem Sinne haben.“⁵⁶

Die Kultur, mit der wir aufgewachsen sind, trägt zu dem bei was wir sind und umfasst eine enorme Anzahl an Begriffen.

„Kultur kann man ungefähr zusammenfassen als jenen Komplex von Werten, Sitten und Gebräuchen, Überzeugungen und Praktiken, die die Lebensweise einer

⁵⁵ STEVENS, Carolyn S., *Japanese popular music – culture, authenticity, and power*, Routledge, London 2008, S.11

⁵⁶ EAGLETON, Terry, *Was ist Kultur*. C.H.Beck, München 2001, S.26

bestimmten Gruppe ausmachen. Der Anthropologe E.B. Tylor schreibt an einer berühmten Stelle seiner Primitive Culture, es sei „dieses komplexe Ganze“, „das Wissen, Glauben, Kunst, Sitte, Recht, Brauch und alle anderen Fähigkeiten und Gewohnheiten in sich schließt, die der Mensch als Mitglied der Gesellschaft erworben hat.“⁵⁷

Wo der Kulturbegriff beginnt beziehungsweise wo er endet scheint nicht ganz klar zu sein, allerdings kann man davon ausgehen, dass Kultur die Menschen sehr stark beeinflusst, mag es nun ihre eigene sein in der sie aufwachsen oder eine fremde mit der sie konfrontiert werden, und ein kultureller Austausch ist für das Zusammenleben der Menschheit unerlässlich. Interkulturalität ist der Grund weshalb nur eine Person das Rad erfinden musste und weshalb es das Internet in allen industrialisierten Ländern gibt. Es ist auch der Grund weshalb Musikstile nicht so einfach zu kategorisieren sind und manche Bands oder Songs eine Mischung aus verschiedenen Musikrichtungen sind. So sind auch Musikvideos nicht gänzlich verständlich oder unverständlich, sondern bestehen aus Metaphern die eindeutig sind – wie zum Beispiel eine Träne, die für Traurigkeit steht – und Bildern die für die Community klar zu lesen sind während sie für Außenstehende seltsam anmuten mögen – wie etwa ein Visual Kei Gitarrist der, ohne Drag zu sein, ein Kleid und hohe Schuhe trägt.

Die Umgebung in der Musiker aufwachsen, leben und arbeiten, überträgt sich in gewisser Form auf die Visualität des Musikvideos:

“Its background is an idea that the environment, the Stimmung, whose theory is a semantic version of ecology, involves looking around to see where we live. Environment may have simple effects, such as getting blown over in a high wind, but in its nature is complex.”⁵⁸

Auf der einen Seite beeinflusst also die Kultur die Art wie Musikvideos gemacht werden, auf der anderen Seite tragen aber dann auch diese Musikvideos zum interkulturellen Austausch bei, da sie übers Fernsehen und übers Internet global zugänglich sind.

⁵⁷ EAGLETON, Terry, *Was ist Kultur*. C.H.Beck, München 2001, S.51

⁵⁸ FLETCHER, Angus, *A New Theory for American Poetry: Democracy, the Environment, and the Future of Imagination*. Harvard University Press, Cambridge, 2004, S. 185

„Als Grundprämisse ist namhaft zu machen, dass jenes Geflecht von Wahrnehmung, Orientierung, Sinnstiftung, Symbolik und Handlungsdispositionen, welches Kultur ausmacht, kommunikativ und damit gegebenenfalls auch medial zustande kommt, sich erhält und fortentwickelt. Kommunikation und Medien werden mithin als Sphäre und Formen des Austauschs und der Stiftung von Sinn und Handlung betrachtet und erscheinen in dieser Hinsicht kulturhistorisch relevant, während technische und positivistisch-empirische Kommunikations- und Mediengeschichte zu den Bedingungen oder auch Determinanten, also eher in das Vorfeld der eigentlichen Kulturgeschichte gehören.“⁵⁹

In einer Zeit in der die kulturellen Grenzen zwischen den Ländern immer mehr verwischen, tragen die Medien - und dazu gehören auch die Musikvideos - dazu bei, dass sich die Kulturen verändern und wachsen indem sie ein besseres Verständnis für das Fremde entwickeln und lernen die Symbole und Zeichen nicht nur zu akzeptieren und begreifen, sondern sie auch in ihre eigene Kultur zu integrieren.

„[...] die ganze Welt befindet sich in einem stark globalisierten Zustand, in dem die Nationalstaaten zwar immer noch als starre Grenzen wahrgenommen werden, sich aber tatsächlich immer mehr einander anpassen und damit auch die Identität und die Vergangenheit einzelner Völker und Kulturen ineinander übergehen lassen.“⁶⁰

Musiker tragen mithilfe ihrer Musik schon seit jeher zum interkulturellen Austausch bei und haben seit es Medien wie die Schallplatte, die CD, das Musikvideo, iTunes gibt und die Möglichkeit des Tourens besteht erheblich größeren Einfluss darauf wie ihre eigene Kultur im Ausland wahrgenommen beziehungsweise angenommen wird. Es werden nicht nur neue Informationen zur Verfügung gestellt, sondern auch darauf hingewiesen, dass was auf den ersten Blick vielleicht fremd wirken mag, eigentlich viele Ähnlichkeiten aufweisen kann.

⁵⁹ TSCHOPP, Sylvia S./WEBER, Wolfgang E.J., *Grundfragen der Kulturgeschichte*. WBG, Darmstadt 2007, S. 14

⁶⁰ THELEN, Timo, „Yokai als Repräsentanten von Heimat und Japaneseness in *Miyori no mori*“, in: Michiko Mae (Hrsg.), *Japan-Pop-Revolution – neue Trends der japanischen Gesellschaft reflektiert in der Popkultur*, Düsseldorf Univ. Press dup., Düsseldorf 2011, S.79

*„Die Akkulturations- und Kulturtransfergeschichte richtet ihren analytischen Blick nicht auf die Voraussetzungen und Ergebnisse von Kulturaustausch, sondern auf den Vorgang dieses Austausches selbst. Dabei konzentriert sich die Perspektive der Akkulturation auf die Prozesse des Hineinwachsens von Individuen oder Gruppen in eine bestimmte Kultur, während diejenige des Kulturtransfers die inter- und intrakulturelle Wechselbeziehungen thematisiert. Kulturtransfer wird demnach als dynamischer Prozess betrachtet, „der drei Komponenten miteinander verbindet, und zwar 1. Die Ausgangskultur, 2. Die Vermittlungsinstanz, und 3. Die Zielkultur. Zu hinterfragen sind die Objekte, Praktiken, Texte und Diskurse, die aus der jeweiligen Ausgangskultur übernommen werden“, ferner „die Rolle und Funktion von Vermittlerfiguren und Vermittlungsinstanzen (Übersetzer, Verleger, Wissenschaftler, Universitäten, Medien, Verlage, etc.)“, schließlich, im Hinblick auf die Zielkultur „die Selektionsmodi ebenso wie die Formen der Aneignung und der produktiven Rezeption“.*⁶¹

⁶¹ TSCHOPP, Sylvia S./WEBER, Wolfgang E.J., *Grundfragen der Kulturgeschichte*. WBG, Darmstadt 2007, S. 14

2.3. Genderbild – „Girls draw nouns, boys draw verbs.”

„Das soziokulturelle Geschlecht (gender) ist also keinesfalls angeboren, sondern wird in den wechselnden historischen Kontexten kulturell erzeugt, woraus sich wiederum die Möglichkeit der historischen Erforschung dieser Prägungen und ihrer Ergebnisse, aber auch die Möglichkeit einer bewussten Steuerung derartiger Konstruktionen ergibt, die unter Umständen auch auf historischen Erkenntnissen basieren kann. Mittlerweile hat sich der Zugang über die bewusste Geschlechterkonstruktion allerdings etwas abgeschwächt; stattdessen richtet sich der aktuelle Fokus auf das alltägliche ‚doing gender‘.“⁶²

Das Wort „Gender“ wird heutzutage vermehrt verwendet, doch was bedeutet es? Warum ist es wichtig sich mit diesem Begriff auseinanderzusetzen? Warum ist es bedeutsam für die Menschheit über „Gender-issues“ zu sprechen? Wie wird das Spiel mit Geschlechtern in Musikvideos gezeigt?

Warum wird es als „seltsam“ angesehen wenn ein zum Beispiel ein Mann ein Kleid trägt? In der westlichen Kultur gibt es gängige Bilder davon was weiblich beziehungsweise was männlich ist und werden diese Grenzen gesprengt generiert es nicht nur jede Menge Aufmerksamkeit, sondern wird zugleich auch oft negativ konnotiert. Dies ist der Fall, weil es eine eindeutige Ansicht davon gibt, was „gender“ ist und wie sich der jeweilige Mensch anhand seines „genders“ verhalten soll. Judith Butler, eine der bekanntesten Genderforscherinnen, erklärt „gender“ wie folgt:

„[...] gender is in no way a stable identity or locus of agency from which various acts proceede [sic!]; rather, it is an identity tenuously constituted in time-an identity instituted through a stylized repetition of acts. Further, gender is instituted through the stylization of the body and, hence, must be understood as the mundane way in which bodily gestures, movements, and enactments of various kinds constitute the illusion of an abiding gendered self.“⁶³

⁶² TSCHOPP, Sylvia S./WEBER, Wolfgang E.J., *Grundfragen der Kulturgeschichte*. WBG, Darmstadt 2007, S.11

⁶³ BUTLER, Judith, „Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory“ in *Theatre Journal*, Vol. 40, No. 4., Dec. 1988, S.519

Sie sagt also, dass „gender“ etwas ist, das nicht festgeschrieben ist, sondern die Möglichkeit zur Veränderung beziehungsweise Entwicklung stets in sich trägt. Gender ist sozusagen „fluid“ und kann sich verändern, da es sich um eine täglich aufs Neue ausgeführte Performance handelt, die schon so zur Routine geworden ist, dass nicht nur „das Publikum“, sondern auch die Performer selbst als wahre Realität annehmen. Da ich in meiner Arbeit auch darauf eingehe, in wieweit Sexualität und Gender zusammenhängen, möchte ich kurz darauf eingehen was Judith Butler im neuen Preface (1999) ihres Buches „Gender Trouble“ über die Verbindung zwischen Gender und Sexualität schreibt.

“[...] some queer theorists have drawn an analytic distinction between gender and sexuality, refusing a causal or structural link between them. This makes good sense from one perspective: if what is meant by this distinction is that heterosexual normativity ought not to order gender, and that such ordering ought to be opposed, I am firmly in favor of this view [...] If, however, what is meant by this is that (descriptively speaking), there is no sexual regulation of gender, then I think an important, but not exclusive, dimension of how homophobia works is going unrecognized by those who are clearly most eager to combat it. It is important for me to concede, however, that the performance of gender subversion can indicate nothing about sexuality or sexual practice. Gender can be rendered ambiguous without disturbing or reorienting normative sexuality at all. Sometimes gender ambiguity can operate precisely to contain or deflect non-normative sexual practice and thereby work to keep normative sexuality intact. [...] Thus, no correlation can be drawn, for instance, between drag or transgender and sexual practice, and the distribution of hetero-, bi-, and homo-inclinations cannot be predictably mapped onto the travels of gender bending or changing.”⁶⁴

Des Weiteren möchte ich auch noch ein Zitat Judith Butlers hier einfügen, in dem sie über *drag* schreibt. Obwohl in Japan vermutlich anders aufgefasst, würden in der westlichen Welt, viele Visual Kei Musiker, die *cross-dressing* als Teil ihres Images verwenden,

⁶⁴ BUTLER, Judith, Preface for Judith Butler. Gender Trouble. New York, Routledge Press, 1999, S.XI

durchaus als Dragkünstler angesehen werden. Oftmals wird drag mit Homosexualität gleichgesetzt, was Judith Butler ganz klar zurückweist. Sie erklärt drag wie folgt:

„[...] it is important to underscore that drag is an effort to negotiate cross-gendered identification, but that cross-gendered identification is not the exemplary paradigm for thinking about homosexuality, although it may be one. In this sense, drag allegorizes some set of melancholic incorporative fantasies that stabilize gender. Not only are a vast number of drag performers straight, but it would be a mistake to think that homosexuality is best explained through the performativity that is drag. What does seem useful in this analysis, however, is that drag exposes or allegorizes the mundane psychic and performative practices by which heterosexualized genders from themselves through the renunciation of the possibility of homosexuality, a foreclosure which produces a field of heterosexual objects at the same time that it produces a domain of those whom it would be impossible to love.“⁶⁵

Natürlich ließe sich hierzu gerade von Judith Butler noch weitaus mehr zitieren, aber ich habe gerade diesen Auszug ausgewählt um einen Bogen zu meiner Musikvideoanalyse zu spannen, in der ganz klar deutlich wird, dass gerade im japanischen Visual Kei Drag und Homosexualität nichts miteinander zu tun haben und diese Auffassung eine sehr westliche ist.

Seit Beginn des Rock/Metal/Punk gibt es immer wieder Künstler, die sich den festgesetzten Rollenbildern nicht anpassen wollen, sondern diese mit Absicht verändern und einerseits um Selbstakzeptanz zu promoten, andererseits um sich in den Mittelpunkt des Geschehens zu befördern darauf aufmerksam machen, dass es sich möglicherweise um veraltete Klischees handelt, die aufgebrochen werden müssen. So spielen etwas Patti Smith, Michael Jackson oder David Bowie im Laufe ihrer Karriere mit den traditionellen Merkmalen von Frauen und Männern und zeigen, dass es vor allem in der Kunst keine starr festgefahrenen Geschlechter gibt, sondern sich das „gender“ im ständigen Fluss befindet:

“Dieses Buch enthält u.a. eine interessante Studie über Patti Smith, die mit ihrer widersprüchlichen Persönlichkeit (eine Frau nämlich, die sich als Mann fühlt; für

⁶⁵ BUTLER, Judith, “Critically Queer” in *GLQ - A Journal of Lesbian and Gay Studies*, Vol.1, S.17-32, 1993, S.25

*die Fans ist sie Engel und Teufel zugleich) eine gute Vorstellung von der Atmosphäre vermittelt, die günstig ist für das Übertreten der gängigen Normen; jedenfalls verwischen in einer mehrdeutigen Gestalt die Trennlinien, die sonst in der Gesellschaft gelten. (Der Gipfel an Mehrdeutigkeit ist Michael Jackson; er hat ein Image kreiert, in dem alle psychologisch und gesellschaftlich strukturierten Gegensätze verschwinden; alles geht durcheinander: Schwarz und Weiß, Männliches und Weibliches, Jung und Alt, Knecht und König, etc.).*⁶⁶

Kommt es einem westlichen Zuseher also „komisch“ vor wenn in einem Visual Kei Video der Gitarrist in einem 14.Jahrhundert Frauenkleid sein Instrument spielt, hohe Schuhe, Makeup und Schleifen in den Haaren trägt, so sollte er sich bewusst werden, dass es auch in der westlichen Musikgeschichte einige solche „Phänomene“ gibt beziehungsweise schon in den 70er und 80er Jahren gegeben hat. Alleine wenn man die Metal Band KISS herannimmt, kann man erkennen, dass auch hier mit den Geschlechtergrenzen gespielt wird. Die vier Männer tragen Hautenge glitzernde Kostüme, sind stark geschminkt und tragen Plateauschuhe:

*„Im Glam Metal erreichte das Bedürfnis nach männlicher Selbstinszenierung eine Dimension, die man durchaus mit dem Begriff der Travestie beschreiben kann. In der Kontroverse, die das Spiel mit den Geschlechterstereotypen Mitte der 80er Jahre auslöste, offenbarte sich einerseits der Wunsch nach einem Festhalten an traditionellen Männlichkeits- und Weiblichkeitsbildern, andererseits ein Bedürfnis nach spielerischer Überschreitung dieser Klischees. Es bildeten sich zwei Lager im Heavy Metal, die sowohl verbal als auch habituell auf Distanz zueinander gingen. Während sich ein Teil der Musiker schminkte, bunte und aufreizende Bühnenkleidung trug und auf Photos verführerisch posierte, betonte der andere eine einfache, rauhe [sic!] und ungeschönte Maskulinität.“*⁶⁷

Visual Kei scheint eher von der Heavy Metal Gruppe beeinflusst zu sein, die sich „weiblicher“ zeigt, denn kaum eine der in dieser Arbeit erwähnten Visual Kei Bands tritt

⁶⁶ KOENOT, Jan, *Hungry for Heaven. Rockmusik, Kultur und Religion*. Patmos-Verlag, Düsseldorf 1997, S.159

⁶⁷ ROCCOR, Bettina, *Heavy Metal. Kunst, Kommerz, Ketzerei*. I.P-Verlag, Berlin 1998a, S.178

Makeuplos auf oder zeigt sich gemäß dem traditionellen westlichen Bild von männlicher Heterosexualität. Der Grund warum vielen Zusehern dieser Anblick fremdartig vorkommen mag ist jener, dass die westliche Welt klare Definitionen darüber was typisch männlich und was typisch weiblich ist gewöhnt ist. Die Unterschiede zwischen Männern und Frauen werden stets aufgezeigt, definiert und hervorgehoben, Stereotypen werden gebildet und es wird klargestellt, dass es wichtig ist sowohl sein Geschlecht als auch seine sexuelle Orientierung offen auszustellen um nicht für Verwirrung zu sorgen.

„Male-female differences persist from cradle to grave. [...] Boys and girls, and later men and women, also differ in the anatomy of the eye. [...] Not surprisingly, “Girls usually use ten or more colors in their pictures,” and these hues tend to be red, green, beige, and brown. Boys, by contrast, seldom use more than six colors when drawing pictures, usually in “cold colors such as gray, blue, silver, and black. [...] One child psychologist has said, “girls draw nouns, boys draw verbs.”⁶⁸

In der westlichen Welt ist es fast schon ein Zwang immer als eines der beiden akzeptierten und benannten Geschlechter erkennbar zu sein und ist dies nicht der Fall so wird diese Tatsache sofort zum Mittelpunkt des Interesses, welches erst wieder verschwindet, wenn klar gestellt wurde ob es sich nun um einen Mann oder eine Frau handelt. In Japan dagegen gibt es, trotz einer großen Antipathie gegenüber Homosexuellen, häufig vor allem jüngere Menschen bei denen es auf den ersten und oft auch auf den zweiten und dritten Blick nicht erkennbar ist um welches Geschlecht es sich handelt. Hier wird nicht nachgefragt, denn die Privatsphäre muss stets gewahrt bleiben. Diese Einstellung hat sich höchstwahrscheinlich aus dem japanischen Kabuki Theater entwickelt, in dem männliche Schauspieler auch die Frauenrollen übernommen haben.

“[...] Hinzu kommen entwurzelte Samurai, die durch den plötzlichen Frieden quasi arbeitslos geworden sind. Für diese Krieger ist das zunächst laszive Kabuki mit

⁶⁸BENNETT, James T., *The politics of American feminism – gender conflict in contemporary society*, University Press of America, Lanham 2007, S. 41

seinen erotischen Reibungen, den wilden ausladenden Bewegungen sowie die vertauschten Rollen von Mann und Frau genau die richtige Unterhaltung. ⁶⁹

Diese Art des Theaters, welches wie schon früher erwähnt auch die Band KISS inspiriert hat, zeigt Männer, welche in Kimonoartigen Kostümen und mit bunt geschminkten Gesichtern sowohl die Männerrollen, als auch die Frauenrollen übernehmen und für die es besonders wichtig ist das typisch weibliche ebenso realistisch darzustellen wie das typisch männliche:

„[...] den Onnagata (Frauendarsteller), der zwar selbst durchaus ein Mann bleibt, aber Bewegungen und überhaupt das Feminine, das Frauliche, von Kindheit an studiert. ⁷⁰

Mussten sich etwa KISS für ihr Auftreten oft als Homosexuelle beschimpfen lassen, so besteht in Japan kein direkter Zusammenhang zwischen der Art sich zu kleiden beziehungsweise der Art sich nach außen zu geben und der sexuellen Orientierung. Obwohl in der westlichen Welt wie in Japan auch diverse Ausdrücke für Homosexuelle leider immer noch als Schimpfwort gelten, sind die Assoziationen zum Beispiel zu einem Mann in Frauenkleidung in beiden Teilen der Welt doch sehr unterschiedlich. In Amerika etwa muss die große Masse erst daran gewöhnt werden, dass ein Mann, der eine sehr ausgeprägte feminine Seite hat und diese auch gerne zur Schau stellt, wie zum Beispiel Marilyn Manson, nicht automatisch auf andere Männer steht, während in Japan die Onnagata (die Frauendarsteller des Kabukitheaters) nicht in eine Schublade gesteckt werden, was man vor allem an dem folgenden Zitat deutlich erkennen kann:

„Bei den Frauendarstellern, den Onnagata, ist hier zu allererst Bando Tamasaburo zu nennen, der Schwarm aller Mädchen, der durch seine grazilen Bewegungen und

⁶⁹ LINHART, Ruth (Hrsg.), *Japanische Kultur in der Gegenwart – Protokolle eines Seminars der Volkshochschule Brigittenau vom 20. Bis 22. November 1981*, Eigenverlag der Volkshochschule Brigittenau, Wien 1982, S.105

⁷⁰ Ebd., S.106

seine hohe Tanzkunst besticht. ⁷¹

Wie auch viele Visual Kei Bands der 2000er Jahre sind auch die Kabuki Schauspieler trotz oder gerade wegen ihrer offen zur Schau gestellten Weiblichkeit vor allem bei jungen Mädchen sehr beliebt. Einer der größten Stars der 80er Jahre des Kabuki Theaters war Ichikawa Ennosuke III, da er ein Meister der Metamorphose war:

„In Blitzeschnelle verwandelt er sich etwa von einem Krieger in eine Frau, die von ihrem Mann (auch Ennosuke) erstochen wird.“ ⁷²

Diese Fähigkeit wird somit als positiv bewertet und er wird dafür bewundert. Dazu trägt auch bei, dass der Text, wie auch bei den hier besprochenen Songs erkannt werden kann, nicht so wichtig ist wie dies zum Beispiel in Amerika der Fall ist:

„Japanische Dramatik beruht vielmehr auf körperlichem Ausdruck der Emotion als in Europa, die wir den Text als Vehikel benötigen.“ ⁷³

Diese Art des Ausdrucks wird auch im praktischen Teil meiner Arbeit noch genauer beleuchtet werden. Gendergrenzen zu verwischen ist in Japan also üblicher und wird offener aufgenommen als dies in der westlichen Welt passiert. Diese klare Trennung zwischen Geschlecht und sexueller Orientierung mag dazu beitragen, dass in einem generell sehr konservativen und stark homophoben Land Visual Kei Bands die mit Geschlechterrollen spielen große Berühmtheit erlangen können, ohne auf viel Ablehnung zu stoßen.

Dies gilt allerdings nur für Männer, welche ihre feminine Seite annehmen und zur Schau stellen. Frauen welche sich wie Männer kleiden und verhalten sind nicht nur weniger häufig zu sehen, sondern werden auch weit weniger gerne akzeptiert – sowohl in der

⁷¹ LINHART, Ruth (Hrsg.), *Japanische Kultur in der Gegenwart – Protokolle eines Seminars der Volkshochschule Brigittenau vom 20. Bis 22. November 1981*, Eigenverlag der Volkshochschule Brigittenau, Wien 1982, S.108

⁷² Ebd., S.108

⁷³ Ebd., S.108

Alltagswelt als auch in der Visual Kei Szene. Es gibt, wie bei Heavy Metal Bands, auch im Visual Kei nur einen sehr geringen Anteil an Frauen, die selbst auf der Bühne stehen und diese müssen eindeutig als Frauen zu erkennen sein und sollten ihre Vorzüge offen zeigen.

“Frauen, die sich in der Männerdomäne Heavy Metal durchsetzen wollen, müssen entweder attraktiv sein oder besonders qualifiziert. Sind sie nur eins von beiden, wirft man ihnen wahlweise musikalische Unfähigkeit oder unweibliches Aussehen vor.“⁷⁴

Um in der Musikszene erfolgreich zu sein müssen Frauen weiblich, attraktiv und musikalisch begabt sein, sie sollen gleichzeitig „one of the boys“ und die erotische Fantasie der Zuhörer/Zuseher sein. Hier gibt es keine Möglichkeit die Geschlechtergrenzen zu verwischen oder mit „gender“ zu spielen. Während also Männer in der westlichen wie in der japanischen Musikszene Tabus brechen und ihre Weiblichkeit präsentieren können und trotzdem oder gerade deshalb erfolgreich sein können, ist es Frauen beinahe schon verboten ihre Männlichkeit vorzuführen.

Diese Tatsache ist auch in den Musikvideos deutlich zu sehen. Crossdressing kann man in japanischen Videos als eine Art der Selbstdarstellung sehen, die ästhetische Gründe hat, während es in amerikanischen Videos meist als Provokation gemeint ist. Somit ist die japanische Variante weit weniger aggressiv und ist häufig einfach darauf ausgerichtet auf die Kulturgeschichte des Landes aufmerksam zu machen und visuell angenehm zu wirken. Natürlich wird auch hier absichtlich mit den Geschlechtergrenzen gespielt, allerdings geschieht dies auf eine weniger sozialkritische Art, weil dieses Spiel, wie bereits erwähnt, viel alltäglicher ist und als „normal“ aufgefasst wird. Es folgt sozusagen nur den Traditionen der Kunst und soll kein für sich stehendes Statement sein. In amerikanischen Videos verhält es sich genau konträr dazu. Findet in Heavy Metal, Punk oder Rockvideos Crossdressing statt, so hat es immer eine klar erkennbare Intention – zumeist soll es schockieren, Aufmerksamkeit erregen und eine Kritik an der Gesellschaft sein. Es wird als etwas Außergewöhnliches dargestellt, als eine Aufforderung die Regeln der eigenen Kultur zu hinterfragen, als einen Appell den Mut zu haben zu sich selbst zu stehen und gegen aufgezwungene Grenzen zu rebellieren. Dies funktioniert aber, wie bereits erwähnt nur wenn es sich um Männer handelt, denn Frauen übermitteln dieselben Botschaften auf eine

⁷⁴ ROCCOR, Bettina, *Heavy Metal. Kunst, Kommerz, Ketzerei*. I.P-Verlag, Berlin 1998a, S.184

sehr andere Weise. Dies liegt vor allem daran wie die Frauen auf der Bühne von den Menschen vor der Bühne gesehen werden und was man von ihnen erwartet.

“To be female is [...] a facticity which has no meaning, but to be a woman is to have become a woman, to compel the body to conform to an historical idea of 'woman,' to induce the body to become a cultural sign, to materialize oneself in obedience to an historically delimited possibility, and to do this as a sustained and repeated corporeal project.”⁷⁵

Patti Smith ist hier mit Sicherheit eine große Ausnahme, was daran liegen könnte, dass sie öffentlich bekannte Beziehungen mit Männern hatte und zwei Söhne hat, was dazu führt, dass ihre sehr männliche Art sich zu geben sie nur zu „one of the boys“ machte und ihr Versuch der Gendergrenzen-Verwischung von der konservativen Fraktion nicht allzu ernst genommen wird. Warum Frauen in der Musikszene in ihrer künstlerischen Freiheit eingeschränkter zu sein scheinen werde ich im nächsten Kapitel besprechen.

⁷⁵ BUTLER, Judith, “Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory“ in *Theatre Journal*, Vol. 40, No. 4., Dec. 1988, S.522

2.4. „Traditionelle“ Geschlechterrollenverteilung? Das Bild der Frau in den USA und Japan beziehungsweise im Rock/Punk/Metal und Visual Kei

“[...] patriarchal bargains exert a powerful influence on the shaping of women’s gendered subjectivity and determine the nature of gender ideology in different contexts. They also influence both the potential for and specific forms of women’s active or passive resistance in face of their oppression. Moreover, patriarchal bargains are not timeless or immutable entities, but are susceptible to historical transformations that open up new areas of struggle and renegotiation of the relations between genders.”⁷⁶

In diesem Kapitel möchte ich mein Augenmerk vor allem darauf legen wie Frauen in Musikvideos dargestellt werden beziehungsweise wie sie sich selbst darstellen. Bevor ich mich aber diesem Punkt widmen kann, muss ich kurz auf die Rolle der Frau in der amerikanischen und der japanischen Gesellschaft eingehen und die Unterschiede und die Entwicklungen ansprechen.

In den USA hat sich durch die Frauenbewegungen der 1960er Jahre vieles im Bezug auf die Behandlung von Frauen verändert und verbessert. Es ist immer noch ein langer Weg zu gehen bis man von tatsächlicher Gleichberechtigung (vor allem in Hinsicht auf gleiche Bezahlung, Jobchancen, etc.) sprechen kann, aber die richtige Richtung wurde bereits vor 50 Jahren eingeschlagen, während dies in Japan nicht der Fall ist. Hier sind die Klischeebilder der typischen Rollenverteilungen der Frauen und Männer noch sehr stark vorhanden und es wird in diesem Land der ständigen Kontradiktionen von einer Frau auch heute noch verlangt sich auf eine bestimmte „weibliche“ Art zu verhalten, den Haushalt zu machen, sich um die Kinder zu kümmern und sich ihrem Mann stets unterzuordnen. Dazu wurde 2002 eine Studie veröffentlicht, welche zeigt welche Idealvorstellungen die Japaner für die Gender-Rollen haben:

⁷⁶ KANDIVOTI, Deniz, “Bargaining with Patriarchy” in *Gender and Society*, Vol. 2, No. 3, Special Issue to Honor Jessie Bernard, Sept. 1988, S. 276

„[...] [Zu Beginn bedarf es] aber natürlich zuerst einmal einer Antwort auf die Frage, wie denn überhaupt die Vorstellungen von einem typischen Mann beziehungsweise einer typischen Frau innerhalb der japanischen Gesellschaft aussehen. Welche Attribute würde man ihnen zuordnen? Welche Eigenschaften werden für welches Geschlecht als wünschenswert angesehen? Zur Beantwortung dieser Fragen und zur Schaffung einer kontemporären Geschlechter-Typologie Japans, von der diese Arbeit ausgehen soll, beziehe ich mich auf die Untersuchung zur Entwicklung der Gender-Rollen in der japanischen Kultur von Sugihara Yoko und Katsurada Emiko (2002). In dieser wurden über mehrere Etappen hinweg unterschiedlich große Gruppen japanischer Männer und Frauen im Alter zwischen 18 und 78 Jahren gebeten, aus einer Liste von 296 Wörtern und Phrasen solche auszuwählen, die ihnen als wünschenswert für einen japanischen Mann beziehungsweise eine japanische Frau erschienen. Dabei ging es nicht darum, welche Eigenschaften die Befragten für sich selbst als wünschenswert erachten, sondern darum, was für die japanische Gesellschaft als wünschenswert erscheint. (vgl. Sugihara/Katsurada 2002). Als für Männer erwünschte Attribute wurden Punkte wie eine starke Persönlichkeit, Führungsqualitäten, ein starker Wille oder Courage ausgewählt, während auf Seiten der Frauen Punkte wie Liebenswürdigkeit, Höflichkeit, Gemütsruhe, die Liebe zu Kindern oder die Empfänglichkeit für die Nöte Anderer genannt wurden. Die Ergebnisse dieser Untersuchung scheinen eine eindeutige Sprache zu sprechen: Der japanische Mann soll verlässlich und widerstandsfähig sein, die japanische Frau familiär, einfühlsam und ruhig. Allein die von mir oben genannten Eigenschaften weisen sehr deutlich bekannte Dichotomien wie *rational – emotional*, *aktiv – passiv*, *soto (Außenwelt) – uchi (Inneres, eigenes Heim)* auf.“⁷⁷

Dieses Verlangen nach einer klassischen, traditionellen Geschlechterrollenverteilung scheint sowohl von den Männern als auch von den Frauen zu kommen. Obwohl die Mädchen in Japan eine gute Schulbildung erhalten und zum Beispiel als Schauspielerinnen oder Sängerinnen Erfolg haben können, bleiben sie in ihrer Freiheit stets eingeschränkt und haben sich trotzdem auf eine bestimmte Weise zu verhalten. Gerade im Visual Kei gibt es

⁷⁷ UDZIK, Marvin, „Jungfrau in Gefahr oder mutige Kämpferin? Gender im japanischen Videospiel“, in: Michiko Mae (Hrsg.), *Japan-Pop-Revolution – neue Trends der japanischen Gesellschaft reflektiert in der Popkultur*, Düsseldorf Univ. Press dup., Düsseldorf 2011, S.82f.

nur wenige Ausnahmen, der Großteil der Künstler ist nach wie vor männlich. Von Frauen wird gesellschaftlich verlangt, dass sie heiraten, Kinder bekommen und sich um deren Erziehung kümmern, während ihre Ehemänner ihre Karriere vorantreiben:

„Ein kurzer Einblick in die Rolle der Frau in Japan macht deutlich, dass eine klare Abgrenzung zu dem, was als weiblich verstanden wurde, wesentlich für die Konzepte von Männlichkeit war. [...] Dies bedeutet, dass die Frau als Hausfrau Ordnung hält und sich um die Kinder kümmert, während der Mann als Angestellter das Geld verdient.“⁷⁸

Diese Art Frauen zu sehen hat sich auch auf die Musikvideos übertragen. „Respektable Hausfrauen“ kommen in Visual Kei Videos nicht vor, sondern es gibt drei Arten von Frauen die gezeigt werden: die Unnahbare (vollständig angezogen, bleibt sozusagen anständig, verliebt sich vielleicht in den Sänger und/oder stirbt), welche der Loveinterest des Sängers/der Band darstellt, das Schulmädchen (meist in Zöpfen und mit knapper Kleidung), welches an die Tradition des japanischen Manga anknüpft und die sexuelle Fantasie der japanischen Männer verkörpert, und die Europäerin/Kaukasin, welche vom Sänger zwar vergöttert wird, zu der er aber meist keinen Zugang finden kann. Dies ist besonders interessant, weil in amerikanischen Rock, Punk und Heavy Metal Musikvideos Japanerinnen eher selten vorkommen und wenn sie vorkommen meist Teil einer „political correctness“ sind bei der sie sich den Mittelpunkt des Interesses oft mit blonden weißen, rothaarigen weißen, farbigen und südamerikanischen Frauen teilen. Auch in amerikanischen Musikvideos gibt es, wenn nicht gerade eine Kurzfilmartige Geschichte erzählt wird, welche mit der Band nichts aber mit den Lyrics des Songs zu tun hat, verschiedene weibliche Hauptrollen: die Leading Lady, in welche sich der Sänger verliebt hat beziehungsweise verliebt und die er am Ende bekommt oder eben auch nicht, die Tänzerin/Stripperin/Professionelle beziehungsweise das Groupie (wird vom Sänger/der Band als Objekt behandelt, soll möglichst wenig anhaben, möglichst viel Sex Appeal versprühen und möglichst wenig Persönlichkeit zeigen), das traurige, einsame Mädchen,

⁷⁸ STEINHÄUSER, Daniel, „Maskulinität und häusliche Gewalt im Film „Blood & Bones““, in: Michiko Mae (Hrsg.), *Japan-Pop-Revolution – neue Trends der japanischen Gesellschaft reflektiert in der Popkultur*, Düsseldorf Univ. Press dup., Düsseldorf 2011, S.193f.

welches dem optischen Ideal der jeweiligen Musikrichtung entspricht und das häufig als Opfer von (männlicher) Gewalt wird.

„Frauen sind ebenso wie Kinder und physisch schwache Männer geradezu prädestiniert dazu, Opfer männlicher Überlegenheitsdemonstrationen zu werden. Das zeigt sich auch in einigen Bühnenshows im Heavy Metal.“⁷⁹

Während all diese verschiedenen Rollen der Frauen in Musikvideos dafür gedacht sind heterosexuellen Männern zu imponieren, so kann der Auftritt einer zumeist verführerischen Frau auf die jungen weiblichen Teenager eine sehr negative Auswirkung haben.

„Music videos are a relatively recent, but increasingly influential form of mass media for adolescents. [...] There has been concern about documented negative effects with respect to violence and aggression [...], sexuality and gender roles [...] and alcohol use [...], but much less attention has been paid to the fact that music videos also depict sociocultural ideals of the body perfect. Music videos often feature scantily clad models whose dance movements further highlight the size, shape, and proportions of their bodies.“⁸⁰

Der Druck dünn und perfekt gestylt zu sein steigt freilich nicht nur durch die Darstellung der Frauen in Musikvideos männlicher Stars, sondern wird auch durch das ähnlich perfekte Aussehen der diversen Musikerinnen gestärkt. Die ist auch später in der Musikvideoanalyse dieser Arbeit deutlich zu erkennen.

Insgesamt ist zu sagen, dass es nicht in jedem Musikvideo eine weibliche Hauptrolle oder überhaupt die Anwesenheit von Frauen geben muss, wobei zu sagen ist, dass es in Rockvideos fast immer ein Mädchen gibt, während es im Heavy Metal, Punk und Visual Kei durchaus vorkommt, dass keine Frau zu sehen ist.

⁷⁹ ROCCOR, Bettina, *Heavy Metal. Kunst, Kommerz, Ketzerei*. I.P-Verlag, Berlin 1998a, S.175

⁸⁰ BELL, Beth T./LAWTON, Rebecca/DITTMAR, Helga, “The impact of thin models in music videos on adolescent girls’ body dissatisfaction” in *Body Image – An International Journal of Research*, Vol. 4, Issue 2, 2007, S.137

In Musikvideos, vor allem in jenen von Heavy Metal, Rock und Punk Gruppen der 1960er und 1970er Jahren, welche zur Gänze aus heterosexuellen männlichen Mitgliedern bestanden/bestehen, wurden/werden Frauen häufig auf ihre Sexualität reduziert.

„Beide Darstellungsvarianten – die Frau als schwaches Objekt und als übermächtiges Subjekt betonen die Sexualität als zentrales Wesensmerkmal von Weiblichkeit. Die Darstellungsformen demonstrieren Herrschaft über bzw. durch diese Kraft. Erst Mitte der 80er Jahre wurde dieses stark hierarchisch präsentierte Geschlechterverhältnis, wie es sich obwohl in der Frauenrolle des sexuellen Objekts wie im Gegenbild der gefährlichen Verführerin offenbart, in der Darstellung der romantischen Liebesbeziehung aufgebrochen. Die Einbeziehung des Themas Romantik in Texte und Bilder ist laut Walser ein Hauptgrund dafür, daß [sic!] auch Mädchen und Frauen Zugang zum Genre fanden.“⁸¹

Dies mag sich teilweise in den letzten 20 Jahren zum Teil geändert haben, da vor allem in der Popmusik die Rolle der großen Liebe eingeführt wurde, allerdings gibt es auch heutzutage vor allem in den von mir in dieser Arbeit beschriebenen Musikrichtungen häufig das Bild der Frau als Objekt. Gerade bei einer Männerdominierten Szene wie der des Heavy Metals führt diese Art der Frauenbehandlung nicht automatisch, wie man vielleicht vermuten könnte dazu, dass die meisten Frauen dieser Musik eher kritisch gegenüberstehen, ganz im Gegenteil, es führt vermehrt dazu, dass sich weibliche Fans ihren Lieblingsbands durch ihr Frauenfeindliches Verhalten noch näher fühlen und die Mitglieder der Gruppen bejubeln und vergöttern, was nicht zu einer Verbesserung der Zustände führt:

„Gerade diejenigen Musiker, die unverblümt ihre Verachtung für Frauen zum Ausdruck bringen, werden von weiblichen Fans besonders bewundert.“⁸²

Dies führt dazu, dass Frauen, die es schaffen sich in der jeweiligen Musikszene einen Namen auf der Bühne zu machen und von einer Fangemeinde unterstützt werden, meist beginnen sich wie eine von den oben genannten „typischen Frauenbildern der

⁸¹ ROCCOR, Bettina, *Heavy Metal. Kunst, Kommerz, Ketzerei*. I.P-Verlag, Berlin 1998a, S.173

⁸² Ebd., S.175

Musikvideos“ zu kleiden beziehungsweise sich so zu verhalten. Sie übernehmen dadurch sowohl die traditionell männliche Rolle des Sängers als auch die Rolle der auf ihre Sexualität reduzierten Frau. „Sex Sells“ funktioniert nicht nur in der Popmusik, sondern auch im Punk und im Rock. Wenn die Art der Umsetzung auch eine weniger „cleaner“ ist, so geht es doch im Grunde darum so viel Haut wie möglich zu zeigen und darauf aufmerksam zu machen, dass man dem weiblichen Geschlecht zugehört. Während es im Pop meist darum geht, möglichst hübsch (wenn auch knapp) gekleidet und geschminkt zu sein, sich möglichst sexy zu bewegen und sinnlich zu performen, geht es im Punk, Rock und Heavy Metal darum zu schocken und die Grenzen des Pop (Geschlechtsteile bleiben stets verdeckt, das Frau-Sein wird ausgenutzt um Fans zu bekommen) zu überschreiten. Weibliche Rock/Punk/Metal Stars ziehen sich auf der Bühne und in Musikvideos durchaus auch manchmal komplett aus und machen vulgäre (gesellschaftlich nur von Männern akzeptierte) Posen und Gesten. Es scheint als hätten sie sich einfach dem angepasst, was die jeweiligen männlichen Fans von ihnen erwarten beziehungsweise sehen wollen. Mag auch ein Teil davon eine Kritik an der Ver-Objektivierung der Frau in der Gesellschaft sein, so geben sie im Prinzip ihrem Publikum immer noch was dieses sehen will: eine Frau die zwar gute Musik machen kann und ein Teil der Szene ist, die aber auch einen guten Körper hat und diesen gerne herzeigt. Weibliche Visual Kei Stars, von denen es sehr wenige gibt, verhalten sich nicht anders. (Wenn sie es jedoch wagen sollten sich androgyn zu kleiden, dann müssen sie es auf eine perfekte Weise machen, um den Anschein zu erwecken, wie wären eigentlich ein Mann.) Der Unterschied hier ist, dass sich wie bereits erwähnt männliche Visual Kei Bands häufig in sehr femininer Kleidung und in viel Makeup zeigen. Sie nehmen also etwas traditionell Weibliches und bringen es gemeinsam mit ihrer eindeutigen Heterosexualität auf die Bühne. Ob dies eine Hommage an die Qualitäten der Frauen sind und ob das etwas Positives oder etwas Negatives ist, bleibt offen. Wie schon erwähnt kommt diese Art sich zu kleiden aus Jahrhunderte alten Theaterritualen und wirkt für Japaner nicht „bizarrr“ oder „neu“. Für westliche Augen mag es allerdings seltsam anmuten einen Mann auf der Bühne zu sehen, bei dem man nicht sicher ist, ob er nicht vielleicht eine Frau ist. Vor allem wenn eine romantische Geschichte der Mittelpunkt eines Musikvideos ist, ist es für Menschen aus dem Westen oft schwer sofort zu erkennen, ob es sich um zwei Männer, zwei Frauen oder einen Mann und eine Frau handelt. Ist es für die japanischen Visual Kei Bands eine reine Stilentscheidung, lange

Haare, Kleider und hohe Schuhe zu tragen und viel Makeup aufzutragen, so hat es für westliche Bands eine komplett andere Aussage. Es scheint in Japan eine viel kleinere Provokation zu sein, da es in der Geschichte des Landes verankert ist, während es vor allem in Amerika immer noch mit Skepsis betrachtet wird. Diese Haltung gegenüber dem was männlich und was weiblich ist, variiert von Land zu Land vielleicht nicht so sehr in den „inneren Werten“, der Persönlichkeit, den Eigenschaften, aber doch sehr im Aussehen. Ein gewisses Aussehen gehört zum „Star sein“ einfach dazu. Da Schönheit im Auge des Betrachters liegt, ist es nicht unbedingt Schönheit die einen Menschen zu einem Rock, Punk, Metal oder Visual Kei Star – weiblich oder männlich – macht, sondern eine andere Qualität, welche man in der Umgangssprache, aufgrund des Fehlens eines richtigen Wortes, wohl als „Das gewisse Etwas“, „eine besondere Aura“ oder den „Starfaktor“ nennt. Was immer es auch ist, es muss die Fans ansprechen und sie von der Musikmachenden Person überzeugen.

2.5. Fankultur – Die Wechselbeziehung zwischen Star und Fan

„In der Beziehung zwischen Fans und Künstlern gibt es ein einfaches, zutiefst menschliches Faktum. Menschen brauchen gegenseitige Anerkennung. Wir existieren nicht wirklich, wenn wir nicht für jemand anderen existieren.“⁸³

Was definiert einen Fan? Was bewegt einen Menschen dazu zu einem Konzert einer Band zu gehen, Merchandise zu kaufen, der Band auf diversen Internetseiten zu folgen und jedes Lied downzuladen?

Das es Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen Fans gibt wurde schon verdeutlicht, wie allerdings zeigen sich diese? Das es Unterschiede zwischen Heavy Metal, Rock, Punk und Visual Kei Fans gibt, wurde auch schon besprochen, wie aber äußern sich diese? Warum ist die Fankultur so wichtig für die Musikszene?

Wenn ein Mensch ein Lied hört und möglicherweise dazu einen Clip sieht und sich davon berührt widerfindet, dann liegt das zumeist daran, dass etwas an dem Kunstwerk einen Nerv getroffen hat. Vielleicht wurde eine schöne oder auch schmerzhaftere Erinnerung wieder wachgerufen, die schon längst vergessen war, vielleicht wurde ein Thema angesprochen, welches jener Mensch tief in sich verschlossen gehalten hat und sich nun wieder damit befassen muss, vielleicht wurde eine Parallele zwischen dem Inhalt des Kunstwerks und dem Leben des Menschen gezogen, welche ungeahnte Gefühle auslöst.

„Die Stärke des Kunstwerks ist es, daß [sic!] es lebensgroß darstellt und klar zum Ausdruck bringt, was in einem selbst bereits schlummernd an Hoffnung, Trauer, Angst, Schmerz, Sehnsucht, Unfrieden und Liebe vorhanden ist. Ein Kunstwerk ist jedoch mehr als nur der Spiegel unserer Seele.“⁸⁴

Hat ein Mensch zum ersten Mal zum Beispiel einen Song einer Band gehört und eine derartige Erfahrung gemacht, wird er vielleicht mehrere Songs dieser Band anhören und wenn ihm diese auch gefallen wird er vielleicht zum Fan der Gruppe oder vielleicht sogar

⁸³ KOENOT, Jan, *Hungry for Heaven. Rockmusik, Kultur und Religion*. Patmos-Verlag, Düsseldorf 1997, S.39

⁸⁴ Ebd., S.37

zum Fan der Musikrichtung. Als Fan wird er sich über die Band informieren, über ihre Geschichte lesen und sich mit anderen Fans in Internetforen oder im wahren Leben austauschen, kaufen Fanartikel, gehen auf Konzerte und besuchen oder bilden Fanseiten im Internet. Die Stars nehmen in den Herzen beziehungsweise im Leben der Fans einen großen Platz ein und somit bildet sich eine sehr interessante Beziehung zwischen zwei Menschen die sich zumeist nie in der Realität treffen werden:

„Das Verhältnis von Fans einerseits und Sängern und Musikern andererseits stellt eine ganz besondere Form der menschlichen Beziehung dar. Nur selten findet zwischen beiden ein direkter Kontakt statt. Die Beziehung ist umso intensiver, je mehr man in die Personen, die weit entfernt sind, investiert. Es gibt dann viel Raum für Träumereien und Fantasien. Ein Fan ist jemand, der mit einer bestimmten Gruppe eine ganze Geschichte mitmacht. Er wird nie den Moment vergessen, als die Gruppe in sein Leben trat und wie das geschah. Er reist viele Kilometer, um Konzerte zu besuchen, und legt sich eine Sammlung seltener Platten zu. Das Wichtigste bei dieser Beziehung ist der Prozeß [sic!] der Identifikation. Es gibt verschiedene Berührungspunkte, die sich für eine Identifikation anbieten: das äußere Erscheinungsbild der Sänger und Musiker (look), die Haltung, die sie durch ihr Verhalten zum Ausdruck bringen (attitude), der Inhalt, der sich in der Musik selbst wie auch in den gesungenen Worten äußert. Ganz bedeutsam ist dabei die Stimme (das fing schon bei Bob Dylan an).“⁸⁵

Ist eine Person Fan einer Band oder eines Stars, werden nicht nur die neuen Alben beziehungsweise die neuen Singles mit Spannung erwartet, sondern auch die dazugehörigen Musikvideos. Diese werden dann, sobald sie sich auf YouTube oder einer anderen Internetplattform befinden, stark frequentiert, auf der eigenen Facebook Seite gepostet und auf diversen anderen Social Network Pages verbreitet. Schafft ein Star in kurzer Zeit besonders viele Klicks und verkauft besonders viele Songs auf iTunes und auf CD fühlt sich der einzelne Fan als mitverantwortlich für den Erfolg „seines Künstlers“ und ist mit Freude ein Teil der Fangemeinde. Seit es einen globalen Zugang zu Videokameras, Schnittprogrammen und Internetseiten wie YouTube gibt, haben Fans eine neue

⁸⁵ KOENOT, Jan, *Hungry for Heaven. Rockmusik, Kultur und Religion*. Patmos-Verlag, Düsseldorf 1997, S.38

Möglichkeit ihre Liebe für ihre Bands auszudrücken – sie können selbstgesungene Coverversionen ihrer Lieblingslieder aufnehmen, die offiziellen Videoclips zu den Singles nachstellen (entweder so genau wie möglich oder in einer Parodie), sie können selbsterfundene Videos zu Songs drehen, die von der Band nicht als Single ausgekoppelt wurden und deshalb kein offizielles Video haben, sie können aus vorhandenen Musikvideos, Konzertausschnitten und anderem Filmmaterial ein neues Video zusammenschneiden und dies dann mit ihrem Lieblingslied unterlegen, sie können mit ihren Handys oder Videokameras Konzertmitschnitte aufnehmen und diese dann nachträglich bearbeiten und sie können all diese Amateurwerke ins Netz stellen, wo sie für die globale Community zugänglich sind und möglicherweise andere Menschen auf die Künstler aufmerksam machen. Außerdem können sie – vor allem seit es die Internetseite Tumblr.com gibt - relativ leicht andere Fans ausfindig machen und sich mit diesen in Verbindung setzen und so eine Community finden, in der ein Austausch über die geliebte Band stattfinden kann, unabhängig von Zeitzone und Aufenthaltsort der einzelnen Mitglieder. Ist jemand Fan eines Musikstars hat aber in seiner unmittelbaren Umgebung niemanden der ebenfalls Fan ist, so kann er in der Onlinegemeinde unveröffentlichtes Material, generelle Infos und vor allem andere Fans finden, mit denen er dann über den Star sprechen/schreiben kann. Auf diese Art werden auch etwa Fahrgemeinschaften zwischen völlig Fremden organisiert, welche sich zusammenschließen um hunderte Kilometer mit dem Auto, häufig über Ländergrenzen hinaus, zu fahren um ihren Star live zu sehen. Geht der Lieblingsstar im Moment nicht/nicht mehr auf Tour, so wird auf das Bild, Ton und Videomaterial zurückgegriffen, welches im Laufe der Karriere entstanden ist. Dies trägt dazu bei, dass die Künstler nicht vergessen werden und auch in späteren Jahren für neue Fans, die ihre Arbeit gerade erst entdeckt haben, immer noch zugänglich sind. Dies ist für alle Fans von Vorteil, egal welcher Musikrichtung sie angehören oder aus welchem Teil der Welt sie stammen. Es bilden sich Communitys in denen es darum geht ein Bestandteil des Ganzen zu sein, bei dem das Ego in den Hintergrund rückt. Wichtig wird vor allem, dass sich der Fan in die Gruppe eingliedert und seinen Platz innerhalb dieser Subkultur findet:

„The significant difference between the metal audience and any other narrow audience is that its core is a rather elaborate and long-lived subculture. To say that

the core of the metal audience belongs to a persisting subculture is to go beyond demographics to the level of social groups. The term "subculture" implies an integrity that includes and organizes a variety of elements. The subculture as a whole is more valued by its members than are any of its parts. Each part finds its relative place within the whole."⁸⁶

Um ein Teil der Community zu werden reicht es zumeist nicht einfach nur die Musik einer Band zu hören, zu Konzerten zu gehen, Fanartikel zu kaufen und ihre Videos und Bilder auf Tumblr zu rebloggen. Es ist vor allem bei jüngeren Fans von großer Wichtigkeit sich auch äußerlich als Fan zu zeigen – die Kleidung wird je nach Musikgeschmack angepasst, die (präsentierte) Lebenseinstellung der Bands wird ebenfalls übernommen und die Liebe zu den Lieblingskünstlern wird in das tägliche Leben eingebunden. Es wird Teil der eigenen Identität und wird gegen sogenannte „Hater“, also Menschen die diese Liebe nicht teilen, verteidigt.

Dies ist auch wahr im Bezug auf Visual Kei, bei denen die Outfits nicht weniger auffallen, als in Amerika Punk oder Heavy Metal Kleidung. Zusätzlich werden in Japan durch die Verbindung zu Mangas und Computerspielen wie etwa Final Fantasy, Bands beziehungsweise ihre Songs auch auf diese Weise sehr schnell verbreitet und treffen auf unterschiedlichstes Publikum. Außerdem können Fans, die etwa den Künstler Gackt bewundern, auch diverse Filme und Computerspiele kaufen, zu denen er nicht nur den Soundtrack beisteuert, sondern in denen er auch den Figuren seine Stimme leiht. Dies ist nicht nur gut für ihn, sondern auch gut für die Hersteller des jeweiligen Mediums und so kommen auch Menschen außerhalb des Landes mit dem Künstler in Kontakt und auf diese Art wird die globale Community vergrößert. Die Fans beginnen sich auch in Europa und Amerika mehr und mehr wie die japanischen Künstler zu kleiden und zu geben und es findet ein kultureller Austausch statt.

Werden die Fans allerdings älter, verändert sich die Haltung gegenüber der gehörten Musik und selbst wenn der Musikgeschmack derselbe bleibt, werden doch größtenteils die Kleidung und die Einstellung der Band gegen eine eigene, persönliche Note eingetauscht. Während dies generell sowohl auf männliche Fans als auch auf weibliche Fans zutrifft, ist es wichtig zu sagen, dass es vor allem in der Heavy Metal Fan Community nicht nur mehr

⁸⁶ WEINSTEIN, Deena, *Heavy Metal. A Cultural Sociology*. Lexington Books, New York 1991, S.99

Männer als Frauen gibt, sondern sich auch ein Zusammenhalt bildet in dem die Männer sich gegen die Frauen stellen und versuchen diese aus der Gruppe auszugrenzen:

“But the heavy metal audience is more than just male; it is masculinist. That is, the heavy metal subculture, as a community with shared values, norms, and behaviors, highly esteems masculinity. [...] heavy metal fans are deadly earnest about the value of male identity. Masculinity is understood in the metal subculture to be the binary opposite of femininity. Much like the religious fundamentalism that denounces heavy metal, the metal subculture holds that gender differences are rooted in the order of things: it is perilous even to question, let alone play with or breach, the boundaries.”⁸⁷

Diese Einstellung der männlichen Fans gegenüber den weiblichen Fans hält diese nicht davon ab, sich ihren Platz in der Community zu erkämpfen, oder, wenn ihnen dies nicht gelingt oder zu kompliziert oder unangenehm ist, sich außerhalb des inneren Kreises ebenfalls mit der Musik und den Bands zu beschäftigen. Vor allem in der Rock und Visual Kei Community ist dieser Geschlechterkampf bei den Fans nicht vorhanden, im Gegenteil diese beiden Musikrichtungen haben sehr viele weibliche Fans die ein gern gesehener Teil der Gemeinschaft sind und im Falle von Visual Kei besteht sogar der größere Teil der Fans aus Mädchen und Frauen, was ich bereits in einem früheren Kapitel erwähnt habe. Beim Heavy Metal steht die Verteilung der weiblichen Fans in Verbindung mit den unterschiedlichen Subgenres:

„Interessant ist, daß [sic!] die düster-romantischen Spielarten Gothic Metal und Dark Wave überproportional viele weibliche Fans haben. Die depressive Weltuntergangsstimmung, gekoppelt mit melancholisch-verträumter, schwarzer Romantik, scheint Frauen und Mädchen besonders anzusprechen.“⁸⁸

Diese Gruppe von Mädchen tendiert zum Großteil eher dazu sich schwarz und düster zu kleiden, wobei allerdings ihre Weiblichkeit stets betont wird, was sie in den Augen der

⁸⁷ WEINSTEIN, Deena, *Heavy Metal. A Cultural Sociology*. Lexington Books, New York 1991, S.104

⁸⁸ ROCCOR, Bettina, *Heavy Metal. Kunst, Kommerz, Ketzerei*. I.P-Verlag, Berlin 1998a, S.186

männlichen Fans zu ungewollten Außenseitern macht und es wird ihnen das soziale Leben in der Gemeinschaft mit Absicht schwer gemacht. Anders werden sie behandelt wenn sie sich, wie zum Beispiel die meisten weiblichen Fans des Death Metal und anderer weniger romantischer Subgenres des Heavy Metal wie „one of the boys“ kleiden und geben. Denn wenn sie sich dem allgemeinen Dresscode und Verhaltenscodex anpassen und ihre Weiblichkeit nicht extra betonen, werden sie von den Männern akzeptiert.

“The male chauvinism and misogyny that characterize the metal subculture are tempered by its sense of community. Females who do not flaunt their femininity, that is, who dress in jeans and black T-shirts, and who even more importantly display a love of the music, are often welcomed and treated as equals at such events as concerts. Open hostility of various sorts is displayed toward females who do not conform to the dress and behavior codes. Women who dress in “provocative” attire, such as miniskirts and high heels, are either denounced as sluts waiting to have sex with the band or are ogled as obnoxiously as they might be by the most chauvinistic construction workers. The distinction made by the metal subculture between women who dress and behave according to the masculine code and those who fit feminine stereotypes indicates that it is the culture of masculinity, not biological differences, that is of greatest significance. The masculinist element in metal subculture is not merely relevant to the attitudes toward and treatment of women. There is also an attitude of extreme intolerance toward male homosexuality.”⁸⁹

Ebenso wie hetero- und homosexuelle Frauen haben es auch homosexuelle Männer schwer sich in der Community ihren Platz zu schaffen, da ihnen mit großer Intoleranz begegnet wird und sie als Außenseiter behandelt werden. Dies mag ein Grund sein, weshalb der Anteil an homosexuellen männlichen Fans ebenso wie der Anteil an weiblichen Fans im Heavy Metal eher gering ist. Diese Intoleranz geht allerdings größtenteils nicht von den Bands aus, sondern kommt von innerhalb der Fangemeinde selbst. Im Visual Kei wird nicht öffentlich über diese Themen gesprochen, jedoch kann davon ausgegangen werden, dass Homosexuelle sowohl auf der Bühne als auch vor der Bühne in Japan nicht mit offenen Armen aufgenommen werden. Dies trifft auch in der Punkmusikszene zu. Im

⁸⁹ WEINSTEIN, Deena, *Heavy Metal. A Cultural Sociology*. Lexington Books, New York 1991, S.105

Gegensatz dazu steht das Genre des Rock, welches wohl noch als die Musikrichtung mit der größten Akzeptanz gegenüber Frauen und Homosexuellen beschrieben werden kann. Auch wenn es im Rock weitaus weniger Homosexuelle Künstler als im Pop gibt, so wird, zumindest im Bezug auf die Fans, kein Unterschied gemacht wo jemand herkommt, wie jemand aussieht oder welche sexuelle Orientierung jemand hat – alle bilden zusammen eine Community. Da diese verschiedenen Musikrichtungen allerdings (zumindest zu Beginn) sehr unterschiedliche Gesellschaftsschichten angesprochen haben, lässt sich hier auch ein Zusammenhang zwischen Weltoffenheit und Verständnis/Intoleranz und Ablehnung und dem jeweiligen Bildungsgrad der Zielgruppe bilden. Stammen die Heavy Metal Fans anfangs aus eher bildungsfernen Schichten, so sind die Punk und Rock Fans eher aus der Mittelschicht und gelangweilten Jugendlichen aus der Oberschicht die ihre Eltern zu schocken versuchen. Diese Feststellungen lassen sich auch in den Musikvideos der Bands erkennen – Heavy Metal Videos fördern stets maskuline Klischees, ebenso Visual Kei Videos (Klischees die ihrer Kultur entsprechen) und teilweise Punk Videos, während Rock Videos teilweise versuchen eine andere, Klischeezerstörende Message zu übermitteln.

Obwohl Künstler nun die Möglichkeit haben über Facebook, YouTube, Tumblr, Twitter, etc. mit ihren Fans direkt zu kommunizieren, so ist die wichtigste Begegnung zwischen einem Star und einem Fan immer noch das Konzert. Der direkte Kontakt, bei dem es den Fans möglich ist den Star zu sehen und ihm durch mitsingen, mittanzen, Gesten, Plakaten und eventuell auf die Bühne geworfenen Geschenken ihre Zuneigung zu offenbaren und der Star darauf reagieren kann und mit den Fans sprechen und feiern kann, ist für beide Seiten eine einzigartige Erfahrung:

“The singer, for example, identifies with the locale of the audience, and the audience identifies with the singer by completing his lines. Both identify with each other in a common disdain for a common enemy of their culture. The call and response patterns bring the audience closer to the band. [...] The artist, however, is not merely a member of the heavy metal culture on a par with the audience, but someone who is different from the audience, a culture hero who stands above it.”⁹⁰

⁹⁰ WEINSTEIN, Deena, *Heavy Metal. A Cultural Sociology*. Lexington Books, New York 1991, S.226f.

Auch wenn die Musiker immer über dem Zuschauer stehen, kann in diesem Moment doch eine Verbindung hergestellt werden, die nicht nur kommerziell sondern auch persönlich wichtig ist. Aus diesem Grund wurde und wird häufig ein Konzertausschnitt in die Musikvideos der Künstler eingefügt um diese live-Experience für zuhause oder unterwegs zur Verfügung stellen zu können. Und auch wenn klar ist, dass es niemals an eine reale Konzertsituation herankommen kann, so ist es doch wichtig diese für beide Seiten wichtige Erfahrung jederzeit in Erinnerung rufen zu können.

Das Wichtigste für Fans – dies ist unabhängig von Musikrichtung oder Herkunftsland der Band – ist die Authentizität der Musiker.

„[...] audiences evaluate the authenticity of a [...] performer on the basis of her [his] sincerity. In other words, fans “expect music to mean what it says [...]. [...] authenticity is also closely related to autonomy and creativity.”⁹¹

Besonders interessant ist der Unterschied zwischen den japanischen und den westlichen Fans. Die japanischen Fans (hauptsächlich Frauen und junge Mädchen) verehren die Visual Kei Bandmitglieder als ihre Helden und Idole, erkennen diese, trotz ihrer sehr weiblichen Aufmachung als extrem männlich an und sehen sie als möglichen „Loveinterest“ für sich selbst. Dies ist wiederum in ihrer Kultur verankert, in der Frauenkleidung und Makeup für Männer nur ein Fashionstatement sind und nichts mit ihrer sexuellen Orientierung zu tun haben. Die westlichen Fans sehen die Visual Kei Stars vor dem Background ihrer eigenen Kultur, anstatt sich dem japanischen Bild anzupassen und halten die männlichen Bandmitglieder in Frauenkleidung häufig für homosexuell. Sie verurteilen sie nicht dafür, sondern bilden sogenannte „ships“, welche sie dann bewundern und unterstützen und von denen sie sich erhoffen, dass sie Realität werden. Im Fall der Visual Kei Band Versailles, funktioniert das auf folgende Weise: Der Sänger, der zwar sehr feminin gekleidet und hergerichtet ist, aber dennoch als Mann zu erkennen bleibt, tanzt und flirtet auf der Bühne (und in den Musikvideos) häufig mit seinem Gitarristen, welcher selbst bei genauem Betrachten nur als Mädchen zu erkennen ist, und da die westlichen Fans dieses Flirten schön finden und aufgrund ihrer eigenen Kultur davon ausgehen, dass ihre Aufmachung und ihr Verhalten bedeutet, dass sie homosexuell sind,

⁹¹ VANNINI, Phillip, „The Meaning of a Star: Interpreting Music Fan’s Reviews“, in *Symbolic Interaction*, Vol. 27, Nr. 1, 2004, S.54

machen sie aus den beiden Namen der Bandmitglieder einen und machen daraus eine „ship“. Sie beginnen also sich eine sexuelle und romantische Beziehung zwischen den beiden vorzustellen und machen dazu Bilder, Gifs, Videos und Fanfictionstories, welche sie dann in einschlägigen Foren oder auf Tumblr mit anderen Fans teilen. Beim „Shipping“ ist es nicht wichtig ob diese Beziehung real ist, oder jemals eine Chance hat real zu werden, das einzige was zählt ist, dass die beiden „geshippten“ Personen gut zueinander passen und von vielen Fans akzeptiert und gemocht werden. Dieser Trend hat sich allerdings erst mit dem Aufstieg des Visual Kei Anfang der 2000er Jahre geformt und wächst stetig weiter. Das Internet bietet hier eine einfache Möglichkeit sich diesen Fantasien gemeinsam mit anderen Fans hinzugeben.

2.6. Präsenz im Internet

“Since the late 1990s, the music business has been experiencing a period of crisis. A new set of technologies – digitization, data compression and the Internet – has forced significant changes on the industry. [...] Established companies in the music business were hesitant to meet these new technological challenges. They initially reacted with blockades and containment strategies, and only repositioned themselves strategically when the pressure to change grew massive and unavoidable.”⁹²

Jede Band, egal welchem Genre sie zugehört oder aus welchem Land sie stammt hat heutzutage, sobald es einen Plattendeal gibt, eine eigene Website. Viele von den in dieser Arbeit genannten Gruppen haben auch eine Facebookseite, einen YouTube Channel und einen Twitteraccount. Es gibt, vor allem in Japan, aber auch in Amerika immer mehr Künstler, die ohne Plattendeal einige Demoverversionen ihrer Songs aufnehmen und diese dann auf YouTube, MySpace, Facebook oder ihren eigens eingerichteten Homepages veröffentlichen um auf diese Weise auf sich aufmerksam zu machen und möglicherweise Produzenten davon zu überzeugen sie unter Vertrag zu nehmen, da ihnen das positive Feedback der Internetuser helfen kann bereits Bekanntheit zu erreichen bevor sie jemals ein Album aufgenommen haben. Da dieses „from rags to riches“ Konzept besonders gut bei Fans ankommt, weil sich jeder Mensch in diese Lage versetzen kann und es viele gibt, die glauben auf diese Weise auch erfolgreich und berühmt zu werden, kann es durchaus sein, dass manche Produzenten ihre Künstler mit Absicht auf diese Art vermarkten, nur um sie sympathischer und volksnaher erscheinen zu lassen.

„Waren Videoclips ursprünglich reine Werbeträger zur Verbreitung von Populärmusik, wurde das Musikvideo zunehmend zu einem künstlerischen Medium, das sich längst von seinen frühen Förderern, den Musikfernsehsendern, emanzipiert hat. Wesentlichen Anteil an dieser Renaissance des Musikvideos hatte das Internet. Durch die gezielte Suche nach Interpreten, Songs und Regisseuren konnte der Fan nun im Internet sein Clip-Menü zusammenstellen oder sich auf das mobile Endgerät

⁹² DOLATA, Ulrich, „Das Internet und die Transformation der Musikindustrie: Rekonstruktion und Erklärung eines unkontrollierten sektoralen Wandels“ in *MPIfG Discussion Paper 08 /7*, Juni 2008, S.3

*Musikvideos laden. Neben dem kommerziellen massenkompatiblen Musikclip, der in erster Linie als Werbeträger Teil des Marketings der Tonträgerindustrie war, entstanden eine Vielzahl von künstlerisch-experimentellen Musikvideos, bei denen nicht die Performance der Stars, sondern die Sound-Visualisierung im Vordergrund stand.*⁹³

Diese Auftritte im Socialweb 2.0 helfen die Message der Bands schnell und global zu verbreiten und Aufmerksamkeit zu generieren die früher nur über Radio, Fernsehen und Zeitungen möglich gewesen ist. Dies hat auch dazu beigetragen, dass es nun für jeden Internetuser machbar ist, zum Beispiel in Boston, USA, zu sitzen und ein Musikvideo der japanischen Visual Kei Band Dir en grey anzuschauen, es zu liken, auf Facebook, Tumblr, Twitter, etc. zu posten und es an Freunde weiterzuschicken. Da Kommentare erwünscht sind, Klicks und Likes gezählt werden und es im Web 2.0 vor allem um die Interaktion zwischen Künstlern und Usern/Fans geht, kann viel leichter festgestellt werden was gut ankommt, wo und warum welche Band wie erfolgreich ist und was sie tun kann um ihre Beliebtheit weiter auszubauen. Die Verlinkung der einzelnen Webauftritte führt dazu, dass ein Tweet auch auf der Facebookseite und auf der Homepage zu sehen ist und sich innerhalb weniger Minuten durch Retweets, Likes, Sharings und Screenshots auf vielen weiteren privaten Profilen verbreiten kann.

*“The refocusing of music scenes in this way offers new insights into the variety of practices through which individuals retain a commitment to music. Such commitment is no longer regarded as necessarily involving regular face-to-face contact, or the display of spectacular visual attire. Indeed, individuals separated by vast distances, who may never physically meet, can form music scenes purely through the medium of the internet. Durch diese Vereinfachung der Partizipation für Durchschnittsinternetuser bilden sich Fanseiten, welche der Lieblingsband/dem Lieblingsmusiker gewidmet sind.*⁹⁴

⁹³ WILSCHER, Gundula, “Mobile Music: App(2)Date. Vier Jahre Austrian Mobile Music Day“ in: KEAZOR, Henry/GIESSEN Hans W./WÜBBENA, Thorsten [Hrsg.] *Zur ästhetischen Umsetzung von Musikvideos im Kontext von Handhelds. Handheld? Music Video Aesthetics for portable Devices*, <http://archiv.ub.uniheidelberg.de/artdok/volltexte/2012/1867/>, S.68

⁹⁴ BENNETT, Andy, “Punk’s Not Dead: The Continuing Significance of Punk Rock for an Older Generation of Fans”, *Sociology* 2006, S.223

Auf diese Weise verbreiten sich auch Musikvideos, wobei es häufig Probleme aufgrund des Copyrights gibt. Künstler die eigene YouTube Channels haben und ihre Videoclips selbst hochladen bringen so ihre Songs zwar einem internationalen Publikum nahe, doch es gibt immer wieder Länder in denen die Rechtslage anders aussieht als im Ursprungsland des Videos und aus diesem Grund werden zum Beispiel viele Videos für österreichische oder deutsche User gesperrt und es macht sich ein Fenster auf in dem „Der User hat dieses Video in ihrem Land nicht zur Verfügung gestellt“. Dies führt dazu, dass andere User die Clips downloaden und sie auf ihrem privaten Account hochladen, sodass sie allen Usern zugänglich gemacht werden können, was allerdings problematisch ist, da sie hierfür keine Genehmigung des Labels haben. Hinzu kommt auch, dass für unterschiedliche Länder oder unterschiedliche Sendezeiten oft unterschiedliche Versionen eines Musikclips gedreht werden- dies kann sich auf die Länge des Videos beziehen (manchmal gibt es ein Intro, welches als eine Art Einleitung in das Geschehen dient bevor der Song beginnt), es kann sich aber auch auf gewisse vulgäre Gesten, Gewaltverherrlichendes Verhalten oder Nacktheit beziehungsweise pornographische Akte handeln, welche in der zensierten Version entweder geschwärzt oder ganz herausgeschnitten werden. Diese Zensur bezieht sich nicht nur auf den visuellen Teil des Musikclips, sondern kann sich bei vulgärer Sprache auch auf die Musik selbst beziehen, in der in der zensierten Version ein Schimpfwort mit einem Piep Ton übertönt wird.

Während es auf der einen Seite immer häufiger vorkommt, dass Bands, bevor sie das tatsächliche, offizielle Musikvideo online stellen, eine Lyric Videoversion veröffentlichen um den Fans noch mehr zu bieten, ist es auf der anderen Seite fraglich wie sinnvoll die Herstellung eines teuren Clips tatsächlich noch ist in einer Zeit in der das Video selbst zwar Aufmerksamkeit generiert, aber es immer weniger Musikvideosender im TV gibt und es sich im Internet gratis sehr schnell verbreitet. Allerdings ist zu sagen, dass mit der derzeitigen Technik bereits um sehr geringe Kosten ein sehr professionelles Video hergestellt werden kann, was man anhand der täuschend echten Amateurvideos auf YouTube, etc. feststellen kann. Gerade auch deshalb weil sich der amateurhafte, „do it yourself“ Ansatz großer Beliebtheit erfreut, ist es auch nicht mehr notwendig Featurefilmartige, aufwendige und extrem teure Musikvideos wie etwas Michael Jackson's „Thriller“ herzustellen, ganz im Gegenteil: es wird von den Fans zumeist sehr geschätzt, wenn die Videos aussehen als wären sie von Laien gemacht worden, da dies zur

Authentizität beiträgt und die Nähe zwischen Star und Fan fördert. Abgesehen von der schnellen und globalen Verbreitung der Videos ist es auch wichtig für die Beziehung zwischen Künstlern und Fans, dass durch Social Networkseiten die Möglichkeit der sofortigen Reaktion besteht. Die Like und Kommentarfunktionen dieser Seiten helfen dem Künstler dabei festzustellen wie gut sein neues Werk ankommt, was den Menschen daran gefällt und was ihnen nicht gefällt.

Das Internet hat es den Künstlern auch ermöglicht Fanartikel, wie Kleidungsstücke, Parfüms, etc. in Onlineshops anzubieten und diese dann in die ganze Welt zu verschicken. Durch die Community ist es auch machbar, dass Fans unter einander Merchandise tauschen/kaufen/verkaufen und sich gegenseitig dabei helfen Raritäten zu finden.

In Conclusio kann festgestellt werden, dass es für alle Künstler, die in der heutigen Zeit international erfolgreich sein möchten, ein absolutes Muss ist, einen breitgefächerten Onlineauftritt zu haben und mithilfe diverser Social Networkseiten mit den Fans zu kommunizieren und zu interagieren soweit es möglich ist. Dies hat die Beziehung zwischen Kunstproduzent und Kunstrezipient stark verändert, was auf der einen Seite heißt, dass es für die Stars schwerer geworden ist ein tatsächlich privates Privatleben zu führen, denn weiß eine Person wo sie sich aufhalten, weiß es innerhalb weniger Minuten jeder der ebenfalls Zugang zum Internet hat, was aber auf der anderen Seite auch bedeutet, dass Gerüchte über Twitter, Facebook, etc. sofort aufgeklärt werden können und die Stars selbst Trennungen, Krankheiten, etc. bekannt geben können. Zusätzlich können sie auch persönlich die Werbetrommel für ihre Kunst rühren und sprechen dabei mit einem Tweet sofort Menschen auf der ganzen Welt an.

2.7. Globale Verbreitung

Wie bereits in einem früheren Kapitel erwähnt erfreuen sich die vier von mir ausgewählten Musikgenres einer globalen Verbreitung und finden immer mehr internationale Fans, die auf unterschiedliche Arten auf die einzelnen Bands aufmerksam werden. Dass sich ein internationales Publikum entwickelt hat, kann als Tatsache anerkannt werden, weshalb ich in diesem Kapitel darauf eingehen möchte wie sich jenes gebildet hat, wie es sich in den letzten Jahren verändert hat und wie das Musikvideo hierzu beigetragen hat beziehungsweise immer noch beiträgt.

Als sich die Heavy Metal, Rock, Punk und Visual Kei in den 1960er/1970er/1980er Jahren als eigenständige Musikrichtungen etablierten konnten die Alben nur auf Schallplatten distribuiert werden und Informationen über die einzelnen Bands konnten nur mithilfe des Radios, Musikzeitschriften und sogenannten Fanzines (Magazine, die von Fans selbst gemacht und verkauft wurden) verbreitet werden, was über Landesgrenzen hinweg zwar auch funktionierte, allerdings länger dauerte als heutzutage. Damals trugen auch viele junge Fans zur globalen Verbreitung ihrer Lieblingsmusik bei indem sie sich auf Reisen begaben, in fremden Ländern Band T-Shirts trugen, LPs beziehungsweise (teilweise selbstzusammengestellte) Audiokassetten mitbrachten und über ihre Leidenschaft mit anderen Jugendlichen sprachen. Mit dem Aufkommen der Musikvideos und der damit gleichzeitig gegründeten Musiksendern im Fernsehen konnte wiederum mehr Aufmerksamkeit auf die Künstler gelenkt werden und der Zugang zu neuen Bands wurde für ein globales Publikum etwas vereinfacht. MTV etwa führte hier auch eine Art Vorselektierung ein, denn was der Sender zeigte wurde für die Massen zugänglich, was immer der Sender nicht zeigte, war für die Massen auch schwerer/später erreichbar. Als MTV begann Lite Metal Videos zu zeigen, stieg Metal in einer Weise in die Mainstream Musikbranche ein, welche vorher undenkbar/unerreichbar gewesen war.

„MTV became a genuine coconstitutor of lite metal, helping to shape a visual style and sensibility for the subgenre and thereby influencing the content of its subgenre subculture.“⁹⁵

⁹⁵ WEINSTEIN, Deena, *Heavy Metal. A Cultural Sociology*. Lexington Books, New York 1991, S. 195

Diese Macht der Radio-, aber vor allem der TV-Musiksender blieb lange Zeit aufrecht erhalten, wurde aber schließlich durch Internetseiten wie YouTube obsolet und ist heutzutage nicht mehr wichtig für die Karriere der neuen Künstler.

Als sich dann die CD etablierte und die Schallplatten und Kassetten in den Hintergrund rückte, konnte bereits eine schnellere Verbreitung stattfinden, da sich CDs auf privaten Computern brennen lassen und sich der Inhalt auf Computern speichern lässt. Die ultimative Vereinfachung der Verbreitung von Musik begann mit der Erfindung des World Wide Webs, beziehungsweise mit dem Web 2.0. Sobald es möglich war Musikvideos auf Internetplattformen zu posten, Songs über iTunes zu verkaufen, Infos über eine Band auf Wikipedia zu finden und dies von jedem Punkt auf der Welt zu tun, der über eine Internetverbindung verfügt, hat sich die Chance einer Band international zu Ruhm zu gelangen um ein Vielfaches verbessert. Mithilfe der Musikvideos ist es für die Musiker stärker möglich einen bestimmten „Look“ zu kreieren, welchen die Fans dann nachmachen können (wie bereits oben erwähnt) und wodurch sie dann international lebende, herumlaufende Werbungen für ihre Musik erschaffen.

“Some consumers identify with these signifying commodities because they interpret them as a material representation of their own identities. These consumers, especially teenagers, then might invest monetary resources in purchasing related commercial signs that express and validate their identities. What is being sold, therefore, is not just a CD but the representation of a lifestyle. Anecdotal evidence from concertgoers testifies to this: it is quite common for fans to wear the same clothes, accessories, and body modification gear worn by their idols. Mindful of this, many urban and suburban music chains such as Hot Topic, Tower Records, and Virgin stores now sell related clothing, accessories, and reading material as well as CDs. [...] consumer[s] will go to great lengths to purchase signifiers that communicate that he or she is a dedicated fan [...].”⁹⁶

⁹⁶ VANNINI, Phillip, „The Meaning of a Star: Interpreting Music Fan’s Reviews”, in *Symbolic Interaction*, Vol. 27, Nr. 1, 2004, S.56

Fans, die sich wie ihre Idole kleiden und dann auf Reisen gehen oder von Reisenden aus anderen Ländern getroffen werden helfen dabei die Message ihres Idols weltweit zu verbreiten.

Visual Kei etwas blieb trotz seines langjährigen Bestehens stets eine Randgruppe in der Musiklandschaft Japans, bis sich seit dem Jahr 2000 auch Menschen außerhalb Japans für diese Musikrichtung interessieren und sich ein Hype besonders in Europa und Amerika gebildet hat. Zu dieser rasanten Verbreitung hat allerdings nicht nur das Internet mit Seiten wie YouTube, Vimeo, Clipfish oder MyDailyMotion beigetragen, sondern auch japanische Computerspiele wie zum Beispiel Final Fantasy, welche von Visual Kei Bands ihren Soundtrack erhalten und dadurch ein enorm großes, internationales Publikum ansprechen. Dies hilft neu gegründeten Bands genauso wie Bands die bereits seit Jahrzehnten in der Szene etabliert sind, wie etwa der Visual Kei Band X Japan oder auch der Rockband KISS, die zwar schon seit vielen Jahren im Geschäft sind und über eine starke Fanbase verfügen, allerdings durch die neuen Technologien stets neue Fans dazugewinnen. Social Networksites wie Facebook, Twitter, Tumblr, YouTube, etc. helfen den Stars Menschen zu erreichen, welche vorher unerreichbar geblieben sind und können so nicht nur auf ihre neuen Werke, sondern auch auf das gesamte Repertoire ihrer Laufbahn aufmerksam machen und durch Musikvideos aus den 80er Jahren den Albenverkauf eines bereits vor 25 Jahren erschienenen Albums noch einmal ankurbeln. Der Großteil jener Menschen, die durch das Internet neue Musik und andere Kulturen kennen lernen, sind Teenager und Tweens:

“[...] adolescents have a pivotal role in the process of globalization. Unlike children, adolescents have enough maturity and autonomy to pursue information and experiences outside the confines of their families. Unlike adults, they are not yet committed to a definite way of life and have not yet developed ingrained habits of belief and behavior; they are more open to what is new and unusual. They tend to have more interest than either children or adults in global media recorded music, movies, television, the Internet—and, to a considerable extent, global media are the leading edge of globalization, the foot in the door that opens the way for other changes in beliefs and behavior.”⁹⁷

⁹⁷ ARNETT, Jeffrey Jensen, „The Psychology of Globalization” in *American Psychologist*, Oct 2002, S.774

Bei all den positiven Aspekten dieser Entwicklung, muss allerdings auch auf die negativen Aspekte aufmerksam gemacht werden, denn hat sich das globale Publikum um ein Vielfaches vermehrt, so gibt es heute auch mehr Raubkopien, illegale Downloads und „geleakte“ Songs als je zuvor. Ein auf YouTube hochgeladenes Musikvideo etwa, kann ohne Probleme von einem Computerlaien heruntergeladen und weiterverbreitet werden, es kann die Musik vom Video getrennt downgeloadet werden und es können Songs, die gestohlen und von einer einzigen Person im Internet gepostet werden innerhalb von Stunden viral gehen und den Absatz der danach erscheinenden offiziellen Single massiv beeinträchtigen. Aus diesem Grund wird auch weniger Geld und Aufwand in Musikvideos investiert und die Beziehung der Künstler immer enger zu ihren Fans, denn auf diese Weise (der Durchschnittsmensch fühlt sich schlecht dabei sein Idol, vor allem wenn es mit ihm auch noch persönlich interagiert, zu bestehlen) kann den illegalen Downloads wenigstens Stückweise entgegengewirkt werden. Hat es bis in die frühen 90er Jahre noch gereicht einen Hit zu haben um für lange Zeit finanziell ausgesorgt zu haben, so machen die Musiker heute nur mehr viel Geld, wenn sie so viel Zeit wie möglich mit Touren verbringen, weshalb auch die Konzerttickets immer teurer werden. Denn die Live Experience, trotzdem es versucht wird vor allem in Heavy Metal Musikvideos dieselbe Erfahrung für den Bildschirm nachzustellen, kann nicht durch das Fernsehen oder das Internet ersetzt werden. Die tatsächliche Mensch-zu-Mensch Interaktion zwischen dem Star und den Fans, das Gefühl der Community innerhalb der Fans, wird immer noch als der Wichtigste Teil des Fan-seins eingestuft und kann durch nichts ersetzt werden. Deshalb tragen die Touren der Künstler zur globalen Verbreitung ihrer Musik auch stark bei und bilden somit den Höhepunkt, sowohl zwischenmenschlich als auch finanziell, auf den die Facebook- und Twiterrinträge, die gut durchdachten und visuell ansprechend gestalteten und dann auf YouTube geposteten Musikvideos, die zuvor als Teaser upgeloadeten Lyricvideos, die über die Onlineshops verkauften Merchandise Artikel und die über iTunes verkauften Singles beziehungsweise Alben der Stars, oft über lange Zeit, hingearbeitet haben.

Man kann also sagen, dass viele Faktoren nötig sind um eine Band international bekannt zu machen, der wichtigste Aspekt mag aber eine gute Beziehung zwischen den einzelnen Ländern dieser Welt sein.

Beenden möchte ich dieses Kapitel mit einem Zitat von Werner Faulstich:

„Zumindest verwiesen sei zum Abschluss immerhin noch darauf, dass die vielfache Dimensionierung von Zeit – allesamt ästhetische Sinneskonstrukte – durchaus auch im Kontext medienhistorischen Wandels gesehen werden muss. Der markierte Abschnitt von Popkultur war die Periode der Schallplatte, als Single wie als LP, und des Radios, des Musikfilms, des Tonbands. Von diesem Abschnitt dominierten ganz andere Medien – das Speichermedium (Noten-)Blatt und das Präsentationsmedium Sänger. Und auch danach bestimmten wieder ganz andere Medien die Szene – das Fernsehen mit seinen Musikvideos und seinen Spartenkanälen wie MTV oder Viva, die neue CD und das World Wide Web mit allen Möglichkeiten eines ganz neuen produktiven wie rezeptiven Zugriffs. Auch diese Dimension von Zeit gehört zur Popmusik: die Zeitlichkeit ihrer (Tonträger-)Medien.“⁹⁸

⁹⁸ FAULSTICH, Werner, „Dimensionen von Zeit in der Popmusik“, In: Werner Faulstich/Christian Steininger (Hrsg.) *Zeit in den Medien – Medien in der Zeit*. Wilhelm Fink Verlag, München 2002, S. 92f.

3. Musikvideoanalyse

“Film und Video sind Kunstmittel, die niveauvolle Produkte künstlerischen Ausdrucks hervorbringen können. Rock kann dabei als Thema der Bilder oder als Begleitmusik mit einbezogen werden. Seit Jahrhunderten suchen Künstler nach Formen, die akustische und visuelle Elemente miteinander verbinden.“⁹⁹

Bevor ich mich darauf konzentriere einzelne Musikvideos miteinander zu vergleichen und ihre Ästhetik, Hintergründe und Bedeutungen zu analysieren, muss ich kurz darauf eingehen was ein Musikvideo überhaupt ist. Musikvideos sind Kurzfilme, die einen Song mit Bildern begleiten. Manchmal wird, bevor das Lied startet, eine Art Intro gezeigt, welches dann in das tatsächliche Musikvideo übergeht. In der Regel sind die Clips aber genauso lange wie das Lied, welches sie visuell unterstützen. Die ersten Videos wurden in den 1960er Jahren als Werbung für die Bands beziehungsweise ihre Musik produziert. Zu Beginn handelte es sich hier nur um Konzertausschnitte oder Liveauftritten der Bands in TV Shows. Später entwickelte sich daraus eine Musikvideoindustrie welche gezielt Clips für Musikfernsehsender filmte, die einer Geschichte oder einem bestimmten Thema folgen und mehr sind als das reine „Herzeigen der Band“.

“[...] schließlich soll der Clip ja einen Musiktitel bewerben und zu dessen Kauf motivieren und sich folglich nicht zwischen Konsument und Single schieben. [...] Der Clip war mithin zuvor lediglich das Trägermedium, das die Musik zwar ins Fernsehen hob, sich ansonsten ihr gegenüber aber möglichst unbemerkbar machte. Wie bei den üblichen Werbespots war es nicht sein Anliegen, für sich selbst zu werben und Gegenstand des Begehrens zu werden, sondern zum Kauf des tatsächlichen Produkts anzustiften. Doch indem die ZuschauerInnen nach und nach vertrauter im Umgang mit dem Videoclip wurden und zusätzlich die technischen Möglichkeiten gegeben waren, mit dem Kauf einer DVD zugleich eine Tonqualität geliefert zu bekommen, die der einer reinen Musik-CD in nichts nachsteht [...], verstärkte sich die Tendenz [...]. Wie man es auch dreht und wendet: Der Videoclip

⁹⁹ KOENOT, Jan, *Hungry for Heaven. Rockmusik, Kultur und Religion*. Patmos-Verlag, Düsseldorf 1997, S.70

wird offenbar museal, wird gesichtet, sortiert, ausgestellt, kompiliert, untersucht und historisiert. ¹⁰⁰

Ein Musikvideo soll aber trotz aller Kunst ein einfaches Ziel verfolgen: es soll Aufmerksamkeit generieren. Dies kann durch eine lineare oder non-lineare Erzählweise geschehen, durch besonders vulgäre, pornographische oder gewaltverherrlichende Szenen kann provoziert werden, oder es kann sich auch in die Avantgarderichtung bewegen. Anfangs wurde großer Wert auf die Performanceclips gelegt, in denen die Band auf der Bühne steht und ein Konzertgefühl widerbelebt werden soll, später wurden die Clips immer teurer und aufwändiger, bis schließlich „Authentizität“ das Schlagwort in den letzten Jahren wurde. Videos, welche aussehen als wären sie von Amateuren gemacht worden, erfreuen sich großer Beliebtheit. Dies hilft nicht nur der Beziehung zwischen Star und Fan, da sich die Stars sozusagen auf die Stufe der Fans begeben, sondern hilft auch dabei die Produktionskosten niedrig zu halten. Häufig wird hierzu Found Footage (oder gestelltes Found Footage) verwendet.

Während in Rock Videos durchaus auch Ironie verwendet wird, ist Ironie in Heavy Metal Clips nicht gebräuchlich, und mögen nicht-japanische Zuseher in Visual Kei Videos Ironiesignale entdecken, so sind diese von den Künstlern zumeist nicht intendiert.

„The sonic power of heavy metal is supported and enhanced by a wide range of visual artifacts and effects that display its inherent meaning. The visual aspect of heavy metal comprises a wide range of items including band logos, album covers, photographs, patches, and T-shirts; live performance visual elements such as concert costumes, lighting effects, stage sets, and choreography; and magazine artwork and music video images. ¹⁰¹

Im Großteil der Musikvideos wird Wert auf theatralische Inszenierungen gelegt und es soll die Band gefeiert werden. Je nach Band und Song soll es Schockmomente, Frauen als Objekte sexueller Begierde, Männlichkeitskult und/oder eine besondere Kulisse geben. Authentische Selbstinszenierung ist der Schlüssel. Es soll einerseits eine Personenkult

¹⁰⁰ KEAZOR, Henry/WÜBBENA, Thorsten, *Video thrills the Radio Star. Musikvideos: Geschichte, Themen, Analysen*, Transcript, Auflage 2., 2007, S.10

¹⁰¹ WEINSTEIN, Deena, *Heavy Metal. A Cultural Sociology*. Lexington Books, New York 1991, S. 27

geschaffen werden, andererseits aber auch eine Beziehung zu den Fans hergestellt werden, denn das Image des Stars muss erhalten bleiben, während gleichzeitig gesagt werden soll „wir sind alle gleich, wenn ich es schaffen kann, kannst du es auch“.

„[...] Denn tatsächlich stößt man immer wieder auf Musikvideos, die über ihre Funktion als Werbeträger hinaus sozusagen einen ästhetischen Mehrwert aufweisen, der sich zuweilen sogar subversiv gegen ihren eigentlichen Zweck wendet, bzw. man wir mit Clips konfrontiert, bei denen man es sich leisten konnte, von ihrer rein kommerziellen Bestimmung abzusehen.“¹⁰²

Es gibt also auch Videos, die gänzlich ohne das Zeigen der Band auskommen und stattdessen einen Kurzfilm oder einen Avantgardefilm zeigen, was vor allem im Heavy Metal und im Punk aber eher selten vorkommt. Ein großes visuelles Thema in vielen Videos, die ich besprechen werde, ist die Natur als Metapher.

“[...] But more than anything else, nature metaphors are used to say something about human emotions – grief, happiness, love, anger, frustrations – and experiences of human life – birth, ageing, death. The main arenas for such metaphorical use are poetry, fiction and the visual arts.”¹⁰³

Natur wird nicht nur in unterschiedlichen Musikrichtungen verschieden verwendet, sondern hat auch in unterschiedlichen Ländern verschiedene Bedeutungen.

“In Western languages the Latin verbal noun natura (from natus, past participle of the verb nasci, ‘to be born’) has through a long process given rise to nouns with complex meanings such as ‘nature’ or ‘native’. Likewise, ancient Japanese lacked a noun to denote the totality of mountains, rivers, oceans, plains, plants, animals and so on until the term shizen was taken from Chinese.”¹⁰⁴

¹⁰² KEAZOR, Henry/WÜBBENA, Thorsten, *Video thrills the Radio Star. Musikvideos: Geschichte, Themen, Analysen*, Transcript, Auflage 2., 2007, S.14

¹⁰³ ASQUITH, Pamela J. (Hrsg.), *Japanese Images of Nature – Cultural Perspectives*, Curzon Press, Richmond 1997, S. 23

¹⁰⁴ Ebd., S. 10

So gibt es zum Beispiel in Japan eine andere Beziehung zur Natur an sich und dies kann man auch in den Musikvideos der Visual Kei Künstler deutlich erkennen.

„The commonly held view that Japanese have a ‘love of nature’ has been developed and repeated literally for centuries by both Japanese and observers of Japan. Closely related to this notion of love is the equally widely-held notion that the Japanese live in harmony with nature, which frequently is contrasted with the quest to ‘conquer nature’ allegedly found among Westerners. [...] This occupation with nature is seen as rooted in an innate aesthetic sense for beautiful, existing since ancient times. It goes beyond the aesthetic, however. [...] The close relation between an aesthetic appreciation of nature and the religious is, for example, observed in Shinto, where the kami (divinity) is believed to have taken abode in natural features that give people a feeling of awe or spirituality, such as the sun and moon, rocks, streams, old trees, caves, flowers, animals and people of special character or standing. Indeed, according to Japanese mythology, natural phenomena are themselves the offspring of deities. [...] Nature and the spiritual world are inseparable. ”¹⁰⁵

Hierauf werde ich in der folgenden Analyse noch genauer eingehen. Zum Abschluss dieser Einleitung möchte ich noch einen letzten Punkt ansprechen: In jedem Clip ist Remedialisierung ein wichtiges Schlagwort, denn in Musikvideos vermischen sich heterogene Medien und wir finden Elemente von Tanz, Comic, Mode, Konzerten, Avantgarde, Gemälden, Special Effects, uvm, die zitiert oder einfach verwendet werden. Das Musikvideo ist also ein Medium welches andere Medien wiederholt und zitiert und in einer Zeit der immer stärker werdenden Mediatisierung, in der sich der Einfluss der Medien in alle Bereiche des täglichen Lebens ausbreitet, haben Musikclips die Macht die Entwicklung der Kultur maßgeblich zu beeinflussen.

Meine Analyse möchte ich nach dem Vorbild von Henry Keazor aufbauen, welche er in „Video thrills the Radio Star“¹⁰⁶ beschreibt.

¹⁰⁵ ASQUITH, Pamela J. (Hrsg.), *Japanese Images of Nature – Cultural Perspectives*, Curzon Press, Richmond 1997, S. 1ff

¹⁰⁶ KEAZOR, Henry/WÜBBENA, Thorsten, *Video thrills the Radio Star. Musikvideos: Geschichte, Themen, Analysen*, Transcript, Auflage 2., 2007

3.1. Videos der 80er

Beginnen möchte ich meine Videoanalyse mit zwei Beispielen aus den 1980er Jahren. Da es in den 80ern nur wenige (erfolgreiche) Visual Kei Bands in Japan gab und diese wenige heute noch zugängliche Videos hinterlassen haben, werde ich mich auf die zwei bekanntesten Bands aus dieser Zeit konzentrieren: X Japan und D'erlanger. Ich habe KISS als Vergleich ausgesucht, weil beide Visual Kei Gruppen KISS als eines ihrer wichtigsten Vorbilder angeben und KISS sich bekanntlich ihr besonders hervorstechendes Makeup vom japanischen Kabuki Theater abgewandelt haben:

„Ein Held, ausgestattet mit übermenschlichen Kräften, charakterisiert durch maskenhaftes Make-up, bei dem die Muskellinien betont werden, überdimensionale Kimonos und übertriebene, weitausladende Bewegungen, steht im Mittelpunkt.“¹⁰⁷

Das Kabuki Theater hat auch die Visual Kei Szene stark beeinflusst, besonders wenn es darum geht Gendergrenzen zu überschreiten und durch ein Alter Ego einen Kult um seine Person aufzubauen.

„Was dem Kabuki schließlich zum eindeutigen Sieg verhilft, sind seine überlegene Schauspielkunst und sein Starkult.“¹⁰⁸

3.1.1. KISS vs. X Japan

Als erstes möchte ich den Song „Turn on the Night“¹⁰⁹ (1987) von KISS mit dem Lied „Endless Rain“¹¹⁰ (1989) von X Japan vergleichen. Ich habe gerade diese beiden Bands ausgewählt, da KISS großen Einfluss auf die Entstehung des Visual Kei hatte und X Japan zu den ersten erfolgreichen Bands eben dieser Musikrichtung gehört. Beide Bands bestehen auch heute noch und machen nach wie vor Musik für eine stets wachsende Fangemeinde, ebenso wie sie in der Vergangenheit wie heute andere Bands beeinflussen:

¹⁰⁷ LINHART, Ruth (Hrsg.), *Japanische Kultur in der Gegenwart – Protokolle eines Seminars der Volkshochschule Brigittenau vom 20. Bis 22. November 1981*, Eigenverlag der Volkshochschule Brigittenau, Wien 1982, S.106

¹⁰⁸ Ebd., S.106

¹⁰⁹ KISS, „Turn on the Night“, 1987, <http://www.youtube.com/watch?v=jbDQYdln1UM>, 24.4.2013

¹¹⁰ X Japan, „Endless rain“, 1989, <http://www.youtube.com/watch?v=hXhQ3t-qsoM>, 24.4.2013

„Viele US-Bands folgten dem Showkonzept von Kiss. Sie verwendeten Make Up, Bühnenkostüme, aufwendige Lightshows und imposante Bühnendekorationen für ihre Auftritte. Mithilfe von Pseudonymen und Verkleidungen verwandeln sich die Musiker in Kunstfiguren, Alter Egos. Die Bühnenszenierungen machen vor keinem Tabu halt.“¹¹¹

Diese Optik, welche KISS mitbringen und welche sie so außergewöhnlich machen, teilen auch die Bandmitglieder von X Japan, was man in den beiden von mir ausgesuchten Musikclips sehr gut erkennen kann. Beide Bands inszenieren sich stets als mehr als nur Musiker, bei KISS kann man das besonders an folgendem Zitat erkennen:

„Die Band ließ sich bis 1983 nie ohne Maske und Kostüme fotografieren und festigte so ihr Image als fleischgewordene Science-Fiction/Fantasy-Figuren.“¹¹²

Die Idee, sich ein Alter Ego zuzulegen verfolgen zunehmend viele heutige Visual Kei Bands. Während die japanischen Bands dieses Image aber stets behalten, so haben KISS Mitte der 1980er Jahre beschlossen, zwar ihre Bühnenshow und ihre Kostüme zu behalten, aber ihre Masken nicht immer zu tragen und teilweise auch ohne sie zu performen. In „Turn on the Night“ gibt es keine lineare Storyline, sondern eine Konzertsituation mit einigen kleinen interessanten Details, welche sie von einem einfachen Performanceclip unterscheidet. Das Video beginnt in einem Raum hinter der Bühne, in den eine große, schwarze Kiste geliefert wird, aus welcher, sobald der Lieferant weg ist, eine junge, blonde, kaukasische Frau steigt. Sie trägt ein schwarzes, sehr kurzes Kleid und läuft zwischen dem Equipment aus dem Bild. Es bleibt vorerst unklar warum sie sich dorthinein geschmuggelt hat. Auf der Bühne beginnen gleichzeitig KISS ihr Konzert, allerdings ohne ihr typisches schwarzweißes Makeup. Sie haben lange Haare, Plateauschuhe und ihre Fantasyfigur-artigen Kostüme und tragen Eyeliner. Im Hintergrund der Bühne kann man in riesen Leuchtbuchstaben den Namen der Band lesen und die Performance ist sehr typisch für die Band, die Musikrichtung und das Jahrzehnt gestaltet. Es gibt Glitter, Feuer, Feuerwerke, wilde Kamerabewegungen, einen Filter vor der Kamera, welcher das Bild weicher erscheinen lässt und sehr viele bunte Farben.

¹¹¹ ROCCOR, Bettina, *Heavy Metal. Kunst, Kommerz, Ketzererei*. I.P-Verlag, Berlin 1998a, S.110

¹¹² Ebd., S.110

„The most distinctive feature of heavy-metal videos is that they typically present the spectacle of live performance; bands are shown on stage, performing in sync with the song.“¹¹³

Die blonde Frau wird immer wieder zwischen die Performanceszenen geschnitten. Einmal sieht man nur ihre Füße, wie sie durch die Menge geht, einmal ist sie hinter der Bühne zu sehen, wie sie mit einer Axt einen Sicherungskasten zerstört und auf der Bühne plötzlich Blitze und Feuerfunken zu sehen sind, was allerdings weder der Stimmung noch der Performance einen Abbruch tut. Weiter sieht man sie, wie sie mit der Axt in der Hand durch das Publikum schreitet und sich schließlich bei den maskierten Versionen der Bandmitglieder in mitten der Masse einfindet und mit ihnen zur Musik tanzt und feiert. Ein Schnitt, der sowohl den Auftritt, als auch die Geschichte der jungen Frau unterbricht ist einer, in dem man plötzlich das Dach eines Hochhauses sieht über dem Hubschrauber fliegen und auf dem die Arena platziert ist, in der die Band in dem Video spielt. Des Weiteren gibt es noch eine Szene in der die blonde junge Frau das Mischpult zerhackt, was aber auch keinen großen Einfluss auf das Konzert hat. Dies wiederum könnte darauf hindeuten, dass die Band, egal wie sehr man versucht sie zu stoppen (in Form von Verführung durch die blonde Frau, in Form von Sabotage der Geräte oder in Form von Polizeihubschraubern, die versuchen die tobende Masse zu zügeln) nicht davon abgehalten werden kann ihr Konzert zu spielen, weil sie quasi unbesiegbar sind. Ob nun in ihrer Form der gespaltenen Persönlichkeit oder in ihrer Form als bejubelte Rockstars.

Obwohl die Band durchaus für die vor ihnen stehenden Massen spielt, ist es doch klar, dass sie auch für die Kameras performen, welche das ganze einfangen, denn sie singen immer wieder direkt in die Kamera und durchbrechen somit die vierte Wand. Sie wenden sich bewusst an die ZuseherInnen, die das Konzert zuhause vor dem Fernseher (damals) oder vor dem Computerbildschirm (heute) genießen und nehmen sie nicht nur wahr, sondern performen auch ganz explizit *für* sie. Dies wird auch durch die Art der Kameraführung unterstützt, denn man sieht in Close Ups sowohl die Gesichter der Bandmitglieder (besonders die des Sängers, der in die Kamera singt und des Bassisten, welcher sein Markenzeichen, die lange Zunge, verführerisch in die Kamera hält), als auch Close Ups der

¹¹³ WALSER, Robert, “Forging Masculinity: Heavy-Metal Sounds and Images of Gender” in *Sound and Vision – The Music Video Reader*, Simon Frith, Andrew Goodwin, Lawrence Grossberg [Hrsg.], Routledge, New York 1993, S.158

Instrumente, welche in einem Rockvideo auch sehr wichtig sind. Die Tatsache, dass die Band mit Makeup und Kostüm im Publikum steht und sich selbst auf der Bühne (ohne Makeup, aber mit Kostümen) zujubelt ist wohl der Höhepunkt des Narzissmus. Sie zeigen sich selbst als gesplante Persönlichkeit, aber auch als eine deren zwei Persönlichkeiten sich gegenseitig bewundern und ihre eigenen größten Fans sind. Insgesamt ist das ganze Video darauf ausgelegt ihren Gottkomplex auszuspielen, da sie sich als Stars geben und sich auch als solche von der Menge und von sich selbst feiern lassen. Sie geben sich zwar als Einheit, als eine Band, die zusammengehört – zusammengehört als vier Bandmitglieder und zusammengehört als Band, die mit Maske berühmt wurde und als eine die diese nicht mehr braucht, sie aber immer noch bei sich trägt.

Das Bild der Frau ist hier etwas problematisch – einerseits wird sie nicht durch ihre Aktionen, das Makeup oder die Band selbst zu einem Objekt gemacht, andererseits trägt sie ein sehr knappes Kleid und wird durch die Kamera durchaus so gefilmt, dass ihre Reize eindeutig zu sehen sind. Gleichzeitig wird sie als starke, unabhängige Frau gezeigt, die Zerstörung bringen und dann aber feiern kann, andererseits bringen ihre Störungsversuche nichts und die Band inszeniert sich selbst wiederum als unzerstörbar. Hierzu trägt auch das gigantische Logo des Bandnamens im Hintergrund bei, welches zwar Funken versprüht, aber stets hell erleuchtet bleibt und die Fans und die ZuschauerInnen daran erinnert wer hier vor ihnen steht und für sie performt. Das Video ist sehr rhythmisch geschnitten und passt sich der Melodie des Songs an, ebenso setzt es die Bandmitglieder sehr gut in Szene, wobei es zwar Starbildend, aber stets undramatisch bleibt. Im Gegensatz dazu inszenieren sich X Japan, wie insgesamt für den Visual Kei Stil üblich sehr dramatisch. Um diesen Effekt zu erreichen wird auf viele Zeitlupenaufnahmen, den Einsatz von Schwarzweißen Szenen und die typischen romantischen Merkmale wie zum Beispiel Regen und rote Rosen gesetzt.

Zu Beginn des Videos gehen die Bandmitglieder mit wildem Makeup und wilden Haaren in Zeitlupe durch den Backstagebereich Richtung Bühne. Dann gibt es einen harten Schnitt und man sieht plötzlich ein Klavier und helle Lichter und den Sänger, der neben dem Klavierspieler steht und im Regen das Intro des Songs singt. Danach gibt es einen Schnitt zurück zum Konzertbeginn, wo der Banner hinunterfällt und dahinter die Band auf der Bühne erscheint und vom Publikum bejubelt wird. Im Gegensatz zu den heutigen Visual Kei Bands wirken X Japan in den 1980er Jahren äußerlich eher wie Punks und geben sich

grundsätzlich nicht so androgyn wie später, sondern weitaus maskuliner und härter. Alle Konzertszenen, sowohl die, in denen die Band performt, als auch die, in denen sie mit den Fans interagieren (sie reden mit ihnen, machen Stagediving und man kann Einstellungen des Publikums sehen, wie es ausrastet und der Band zujubelt) sind keine Performanceszenen des tatsächlich gesungenen Liedes, sondern sind Ausschnitte aus Konzerten, die die Band gegeben hat und sie werden allesamt in Schwarzweiß und Zeitlupe eingespielt.

„[...] the band are pictured asleep on the tour bus, waiting around to go on stage, [...]. While this certainly remains a mediated account of life on the road, its sequences of mundane activities offer a contrast to mythologies of boisterous rock antics.“¹¹⁴

Dem Stil der 1980er Jahre entsprechend haben die Bandmitglieder lange Haare und sehr extravagante Outfits. Zwischen die Konzertmitschnitte und die Aufnahmen aus dem Tourbus, welche dokumentarisch den Alltag der Stars einfangen (die Bandmitglieder rauchen, trinken, schlafen und notieren neue Songideen), sind immer wieder Szenen geschnitten, die zur Anfangslocation zurückführen – die Band performt im Regen in einer Straße im Freien, teilweise mit Instrumenten, teilweise ohne, allerdings in Farbe und in sehr grelles Licht getaucht und interessanterweise nicht in Zeitlupe. Als das Video weiter fortschreitet gibt es immer weniger Konzertszene und dafür immer mehr Sequenzen von der Performance der Band im Regen auf der verlassenen Straße. Im reinen Instrumentalteil des Songs sieht man die Bandmitglieder zuerst einzeln und ohne Instrumente im Regen stehen und offensichtlich leiden, dann mit Instrumenten alleine im Regen performen. Es ist also während des gesamten Videos der Fokus nicht auf dem Sänger, sondern auf allen Bandmitgliedern gerecht verteilt. Am Ende des instrumentellen Teils zerstört der Gitarrist in Zeitlupe im Regen seine Gitarre, indem er sie auf dem Boden mit Absicht zerschmettern lässt. In dem farbigen Teil des Videoclips, in dem die Band im Regen nur für sich selbst und die Kamera performt gibt es viele Überblendungen, die das ganze weicher wirken lassen und die besungene tragische Liebesgeschichte visuell unterstützen. Das Ende des Videos wird dann, typisch für den Visual Kei Stil, nicht nur von der Kameraführung und

¹¹⁴ LEONARD, Marion, *Gender in the Music Industry – Rock, Discourse and Girl Power*, Ashgate Publishing Ltd., England 2007, S.56

dem Schnitt her, sondern auch von den gezeigten Bildern her, sehr dramatisch. Der Gitarrist fällt im strömenden Regen (ohne sein Instrument) auf der Straße um, versucht aufzustehen, schafft es auch ein paar Schritte zu gehen, fällt dann aber immer wieder hin. Dazwischen gibt es Einstellungen der einzelnen Bandmitglieder wie sie Rosen auf die Kamera zuwerfen. Am Schluss fällt der Gitarrist noch einmal hin, steht aber nicht mehr auf. Er bleibt am Rücken liegen und von oben fallen rote Rosen auf ihn hinab, bis er vollständig unter den Blumen verschwindet. Diese Theatralik passt sowohl zu der Powerballade, als auch zur Visual Kei Musikrichtung. Obwohl in diesem Song über eine tragische Liebe gesungen wird, gibt es erstaunlicherweise keine weibliche Hauptrolle, welche die begehrenswerte/verlorene Frau darstellen würde und somit bleibt auch in diesem Videoclip die Band im Vordergrund. Zwischendurch kann man immer wieder das X für X Japan sehen, wie etwa auf einem Bildschirm im Hintergrund der Bühne oder auf einem der Tour-Lastwagen. So machen sie für den Zuschauer immer darauf aufmerksam wer sie sind.

Besonders interessant finde ich, dass „Endless Rain“ von X Japan einen teilweise englischen Text hat und somit – besonders durch die typische 80er Jahre Ästhetik und die Konzertszenen – ganz klar ein internationales Publikum anspricht beziehungsweise ansprechen soll. Da KISS bereits vor der Erfindung des Visual Kei in Japan und in größten Teilen der Welt bekannt und erfolgreich war, kann man davon ausgehen, dass auch hier die eingesetzten Zeichen international verständlich sind. Dieser interkulturelle Austausch nimmt in den folgenden Jahren weiterhin zu, wobei man aber beobachten kann, dass die japanischen wie die amerikanischen Bands weniger Wert darauf legen internationale und demnach nicht Landspezifische Zeichen zu verwenden, sondern versuchen Zeichen ihrer Musikkultur und ihrer Heimat zu verwenden und diese international verständlich zu machen. Somit tragen sie ihre eigenen kulturellen Unterschiede durch ihre Kunst in die Welt hinaus und bringen sie anderen Kulturen näher, womit sie, wie bereits in einem Theoriekapitel erwähnt, zum interkulturellen Austausch und zur besseren internationalen Verständigung beitragen.

3.1.2. Kiss vs. D'ertlanger

Als zweites will ich einen Vergleich zwischen dem KISS Hit „Who wants to be lonely“¹¹⁵ aus dem Jahr 1986 und dem D'ertlanger Song „La vie en Rose“¹¹⁶ aus dem Jahr 1989 versuchen.

Das Video von KISS beginnt mit einer Szene, in welcher man nur den Sänger Paul Stanley sehen kann, wie er in sehr buntem Gewand und langen Haaren durch einen mit Rauch und Flammen gefüllten Kellerartigen Gang geht und in die Kamera singt. Er wirkt hier, ähnlich wie es für den Visual Kei Stil üblich ist, sehr feminin – er trägt Eyeliner und seine Kleidung, einschließlich seiner Schuhe könnten auch durchaus von einem Visual Kei Star getragen werden. Nach diesem Intro gibt es einen Schnitt zu einem weißen, hellen Raum in dem die Band zwischen halbnackten Frauen mit ihren Instrumenten performt. Es gibt ein Wasserbecken vor dem die Band spielt, Duschen im Hintergrund, weiße Vorhänge und alle Frauen tragen knappe Kleidung aus schwarzem Leder und schwimmen oder laufen und tanzen nass um die Band herum. Die Band trägt zwar Eyeliner, allerdings nicht ihre Signaturmasken. Abgesehen von einer Szene in der sich eine der Frauen aus einem weißen Handtuch ausdreht und man sehen kann, dass sie darunter ebenfalls ein enges schwarzes Ledergewand trägt und einer Szene in welcher sich eine junge Frau aus einem durchsichtigem, von der Decke hängendem Plastikvorhang befreit, gibt es kaum eine herausstechende Sequenz. Kurz vor dem Ende des Videos hört der Sänger auf gemeinsam mit der Band zu performen und geht zu einer der Frauen in die Dusche. Da der Text voller sexueller Anspielungen ist, wie häufig in KISS Songs, passt die Inszenierung des Videos sehr gut und unterstützt die gesungenen Worte. Der Clip endet wie er angefangen hat – der Sänger steht wieder in dem verlassenen Kellergang und es gibt ein weißes Fadeout. Essentiell handelt es sich bei „Who wants to be lonely“ um einen Performance Clip, denn während dem Großteil des Liedes steht die Band tatsächlich ähnlich wie auf einer Bühne aufgestellt und spielt ihren Song für die Kamera und das Publikum, welches das Video ansieht. Die Bandmitglieder sehen teilweise direkt in die Kamera, durchbrechen so die vierte Wand und akzeptieren die Anwesenheit der Zuschauer. Alle vier Bandmitglieder sind in sehr bunten, typisch westliche 1980er Jahre Kleidung gekleidet und wirken in ihrer Performance sehr feminin. Einerseits geben sie sich freiwillig nicht wie in anderen Videos

¹¹⁵ KISS, „Who wants to be lonely“, 1986, http://www.youtube.com/watch?v=_XMU_3o5RRs, 1.4.2013

¹¹⁶ D'ertlanger, „La vie en Rose“, 1989, http://www.dailymotion.com/video/x5v7m3_d-ertlanger-la-vie-en-rose_music, 1.4.2013

in schwarzen mystischen Superheldenartigen Kostümen und ihren dazu selbst entworfenen Masken, geben also ihre Alter Egos für diese Video auf, andererseits wirken sie dieser stärker herausgekehrten Weiblichkeit mit vielen, zu Objekten reduzierten halbnackten Frauen entgegen.

„The seductive women who sometimes intrude into otherwise exscripting videos signify in several ways. First, these shots function just as they do in advertising: to trigger desire and credit it to the appeal of the main image. But the sexual excitement also serves as a reminder of why exscription is necessary: the greater the seductiveness of the female image, the greater its threat to masculine control. Moreover, the presence of women as sex objects stabilizes the potentially troubling homoeroticism suggested by the male display.“¹¹⁷

Die jungen Frauen haben keine definitive Rolle in dem KISS Video, werden nicht als Freundinnen der Bandmitglieder gehandelt und bekommen durch ihre ähnlichen Outfits und ihr ähnliches Benehmen auch keine eigenen Identitäten verpasst. Ihre Aufgabe ist es möglichst sexuelle stimulierend aufzutreten und die Bandmitglieder sowie die ZuschauerInnen (visuell) zu verführen. Sie tun dies in einer Art Schwimmbad, da Wasser in der Kunst häufig verwendet wird um eine hübsche Frau noch „sexier“ zu machen. Sie bewegen sich langsam und tanzen aufreizend, um vor allem das männliche Publikum anzusprechen. Einerseits unterstützt dies die gesungenen anzüglichen Worte, andererseits unterstützt es das Womanizer Image der Band insgesamt und gleichzeitig zieht es womöglich ein neues Publikum an, welches sich vorher nicht unbedingt für ein KISS Musikvideo beziehungsweise ihre Musik interessiert hat. Die Location trägt auch dazu bei, dass der Zuseher sich nur auf zwei Dinge konzentrieren muss – zum einen auf die Performance der Band und zum anderen auf die „dekorativen“ Frauen. Es gibt keine lineare Storyline in dem Video und es gibt demnach auch keine Liebesgeschichte, die die Worte des Songs in Taten visualisieren würde. Interessant hierbei ist, dass die Location komplett in Weiß gehalten ist und die jungen Frauen Schwarz tragen und somit die Band in ihren schreiend bunten Kostümen klar herausstechen und der visuelle Fokus eindeutig stets

¹¹⁷ WALSER, Robert, “Forging Masculinity: Heavy-Metal Sounds and Images of Gender” in *Sound and Vision – The Music Video Reader*, Simon Frith, Andrew Goodwin, Lawrence Grossberg [Hrsg.], Routledge, New York 1993, S.160

auf ihnen bleibt. Dies spielt wieder in das typische narzisstische Image der Band hinein, welche immer im Mittelpunkt steht und welche sich selbst gerne als übermenschlich und außergewöhnlich inszeniert. Da es sich um ein amerikanisches Video handelt und es in den 1980er Jahren kaum unzensurierte Clips gegeben hat (immerhin soll die Band nur scheinbar gegen das Establishment demonstrieren, um ihr Rock'n'Roll Image aufrechtzuerhalten, es soll aber nicht tatsächlich gegen irgendwelche Regeln verstoßen werden, da dies in unangenehmen, möglicherweise teuren Prozessen enden kann) bleiben die jungen Frauen, trotz ihren provozierenden Outfits immer ordentlich bedeckt und erlauben keine intimen Einblicke. Sie gehen in ihren Aktionen so weit wie es geht, ohne dabei die allgemeingültigen Regeln des Anstands zu verletzen. Die Band will provozieren und schockieren, aber hauptsächlich entertainen und Geld verdienen. Das Frauenbild, welches sie hier zeigen, ist freilich ein fragwürdiges, denn die Frauen wirken wie gehirnlose, nicht denkende Puppen, die nur da sind um hübsch auszusehen und für sexuelle Fantasien der Männer zur Verfügung zu stehen. Dieser Sexismus scheint aber keine großen Probleme kreiert zu haben, denn es wirkt so, als wollten alle Männer an der Stelle der Band sein (in einem Raum voller hübscher, knapp bekleideter, williger Frauen) und als wollten viele Frauen (Groupies) an der Stelle der jungen Frauen sein, um der Band näher sein zu können. Während sich in dem Video von KISS die sexuellen Anspielungen auf die Lyrics des Songs und die halbnackten Frauen beschränken, gibt es in D'erlangers Musikvideo zu „La vie en rose“ etwas mehr „action“. Der gesamte Clip ist sehr „psychedelisch“ aufgebaut und ist eher untypisch für den Visual Kei Stil, vor allem für jenen, der sich seit den 1990er Jahren entwickelt hat. Die Bandmitglieder scheinen sich in einem weißen, unendlichen und daher nicht zu definierenden Raum zu befinden, welcher hell erleuchtet ist, so hell, dass es sich schon fast um gleißendes Licht handelt. Es wird eine Art Liebesgeschichte in sehr unklaren, verschwommenen und schnell geschnittenen Bildern erzählt und zwar zwischen dem Sänger und dem Gitarristen. Zu Beginn des Videos sieht man die Bandmitglieder im Rauch singen und tanzen und es gibt jede Menge Symbole, wie etwa einen Satansstern, blaue Rosen (die in der Natur nicht üblich sind und vor allem in Japan durch gentechnische Veränderung gezüchtet werden) und christlichen Symbolen wie zum Beispiel einem Kreuz. Die Bandkollegen tragen viel Makeup, wilde Frisuren und sehr bunte Kleidung und wirken gleichzeitig sehr feminin und wie amerikanische Punks. Das Video ist zum Teil in Farbe und zum Teil in Schwarzweiß gefilmt und wirkt sehr typisch 80er Jahre mäßig.

Zuerst flirtet der Sänger mit der Kamera und singt verführerisch in die Kamera, tanzt und springt wild herum, danach beginnt er den Gitarristen zu küssen und es endet mit einer angedeuteten Sexszene. Aufgrund ihrer Erscheinung, ist nicht immer klar, ob es sich um zwei Frauen, einen Mann und eine Frau oder zwei Männer handelt – zumindest für westliche Zuschauer. Diese Sequenzen haben möglicherweise in dem sehr homophoben und konservativen Japan einen Skandal ausgelöst, aber gleichzeitig der Band auch viele Fans gebracht (das gleichnamige Album war das Debütalbum der Band). Das Image der Band war stets ein sehr erotisches und vielleicht deshalb trennten sie sich nur eineinhalb Jahre nach dem Erscheinen ihres ersten Albums.

Durch das extreme Makeup, ihre Kleidung und ihr Auftreten, überschreiten D'éranger in ihrem Video ganz klar die Gendergrenzen (was selbstverständlich nichts mit ihrer tatsächlichen oder gespielten Sexualität zu tun hat), was bei einem westlichen Fan durchaus für Verwirrung sorgen kann. Abgesehen davon ist das Video allerdings, ebenso wie jenes von KISS, ein Performanceclip. Die Bandmitglieder spielen Instrumente und singen für die Kamera (teilweise in die Kamera) und für ein imaginäres Publikum auf der anderen Seite der Kamera, aber nicht für ein tatsächliches Publikum, welches mit ihnen im selben Raum sein müsste. Ebenfalls wie KISS bedienen sich D'éranger einiger international verständlicher Zeichen, wie etwa den Rosen, dem Kreuz und dem Satansstern. Im Unterschied zu vielen anderen Visual Kei Musikvideos handelt es sich aber nicht um rote Rosen, sondern um blaue, welche in Japan als Symbol für die erfüllte Liebe gelten. Diese Vermischung von Symbolen ist ebenso verwirrend wie die Art in der das Video gefilmt wurde und soll wohl auch als verwirrend empfunden werden. Das Kreuz und der Satansstern mögen als eine Version von Ying und Yang fungieren und somit das Gute und das Schlechte auf möglichst einfachem und international verständlichem Weg darstellen. Es soll vielleicht auch den inneren Kampf eines Menschen (in diesem Fall des Sängers zeigen). Die Lyrics des Songs (selbst in der übersetzten Variante) ergeben nicht unbedingt viel Sinn, aber es geht eindeutig um den Wahnsinn, den eine Liebe hervorbringen kann und die Eskalation einer Liebesgeschichte.

Im Clip von KISS sollen die jungen Frauen als Verführer der Zuseher fungieren, während D'éranger diese Funktion gleich selbst übernehmen. International mag hier das Video von KISS besser verständlich sein, als jenes von D'éranger, doch darf man nicht den Fehler

machen den kulturellen Kontext außen vor zu lassen und das Video zu „La Vie en rose“ nach westlichen Maßstäben analysieren.

Betrachtet man die beiden Videos auf ihre Machart beschränkt, so kann man erkennen, dass sie nicht unbedingt viel gemeinsam haben. Das Video von KISS ist sehr schnell geschnitten, hat Kamerafahrten, Zooms und viele verschiedene Perspektiven und es werden verschiedene Kameralinsen verwendet um dem Ganzen einen verrückteren, ausgelasseneren Charakter zu verleihen. Das Video von D'Eranger hingegen ist, ebenso passend zu den gezeigten Bildern, voll mit Überblendungen, Close Ups und teilweise so schnell geschnittenen Einstellungen, dass man nicht mehr genau feststellen kann, was genau man als Zuseher nun gerade betrachtet.

Besonders interessant finde, dass es trotz des Einsatzes dieser international verständlichen Zeichen, stets klare Hinweise in beiden Videos auf die Kultur der Bands gibt. Alleine die Kleidung, das Benehmen, die Location und die Art der Kameraführung/des Schnitts sagt viel aus über die Kultur, in welcher die Bandmitglieder aufgewachsen sind, ebenso wie über die Kultur ihrer jeweiligen Musikrichtung.

„Nimmt man [...] die gerade hier gepflegten Tugenden einer spezifischen Männlichkeit, des Traditionsbewusstseins, des Zusammenhalts und der Treue zu ‚seinen‘ Bands und ‚seiner‘ Szene in den Blick, verbunden mit einer gewissen Heldenverehrung, könnte man eine so verstandene Symmetrie als ein Mittel visueller Ordnung begreifen, welches sich besonders als Ausdruck der von romantischen, mythischen und religiösen Mythologemen geprägten Metal-Kultur eignet und deshalb hier stärker als anderswo zum Einsatz kommt.“¹¹⁸

¹¹⁸ ZUCH, Rainer, „The Art of Dying“ – Zu einigen Struktur-Elementen in der Metal-Ästhetik, vornehmlich in der Covergestaltung“ in *Metal Matters, Heavy Metal als Kultur und Welt*, Lit Verlag, Münster 2011, S.84

3.2. Videos der 90er

In den 1990er Jahren haben sich in Japan zunehmend mehr Visual Kei Bands gegründet, weshalb ich in diesem Kapitel 5 Vergleiche anstellen werde um mich diesem Anstieg anzupassen. Hierzu habe ich einflussreiche amerikanische Bands aus Heavy Metal, Punk und Rock gewählt und möchte sie mit japanischen Bands vergleichen, die teilweise ihr Debüt in den 90ern feierten, und teilweise bereits seit den 80ern im Geschäft sind. Hierbei möchte ich auch untersuchen, was sich in den Videos seit den 1980er geändert hat.

„During the 1980s, music videos provided another medium for the visual expression of heavy metal’s sensibility. The code for heavy metal videos was established early in the medium’s development. The first rule is that concert footage or a realistic facsimile must be a strong element in the video. However, the medium of television cannot capture the aural power and general excitement of a heavy metal concert. TV is too domesticated in its ubiquitous position as a member of the household to simulate the all-inclusive concert experience. Its smaller-than-life screen and low-quality speakers cannot begin to approximate the sensory inputs of the live venue. To compensate for these deficiencies other visual images, sometimes forming a coherent narrative but generally not, are intercut with shots of the band playing and lip-synching, since the audio portion is not from a live performance, but is recorded in a studio. Visions of sexually provocative women, acts of revolt against figures of authority such as parents or teachers, and scenes of general disorder are usually intercut with the actual or simulated concert scenes. The common element in these images is the flouting of middle-class conventions. Rebellion against the dominant culture is the visual kick to compensate for the lack of the sonic power of the stereo system or of the live heavy metal performance. The ominous power of the album cover and the vital power of the stage costume is supplemented by the video’s rebellious images.“¹¹⁹

¹¹⁹ WEINSTEIN, Deena, *Heavy Metal. A Cultural Sociology*. Lexington Books, New York 1991, S. 31

3.2.1. Slayer vs. Dir en grey

Zuerst werde ich mich mit dem Song „Dittohead“¹²⁰ von Slayer (1994) im Vergleich mit „Zan“¹²¹ von Dir en grey (1999) beschäftigen. Beide Songs sind vom Sound und den Lyrics her sehr harte, Heavy Metal beeinflusste Lieder. Die zwei dazu entstandenen Videos zeigen Gewalt, Zerstörung und portraituren teilweise blanken Horror, was auch der Grund ist, warum ich diese beiden speziellen Clips als Vergleich gewählt habe.

In dem Video von Slayer gibt es keinen großen Handlungsstrang – es geht darum, dass die Band in einer Halle oder einem ähnlichen Innenraum ihren Song vor Publikum performt und dies offensichtlich in der Nacht geschieht. Gleichzeitig gibt es eine Gruppe von Menschen, die wie wildgeworden durch Gassen laufen, Dinge zerstören und dann von außen beginnen auf eine Steinmauer einzuschlagen, diese schließlich durchbrechen und dann im Innenraum beim Konzert der Band landen.

*„Heavy-metal videos are often situated in abandoned industrial sites, with exposed pipes and debris on the floor, [...]. This setting may reflect metal’s posture of the outsider as well as sonic features. The music is meant to be played so loudly that it cannot reside where people live and work.“*¹²²

Das Video ist durchzogen mit wilden, schnellen Kamerabewegungen, die offensichtlich das Lebensgefühl der Fans/der Band einfangen sollen, es gibt klar dargestellte Gewaltakte und der ganze Clip wirkt als würde er Zerstörung und Anarchie verherrlichen oder zumindest gutheißen.

„Die dargestellten Handlungen tragen einen archaischen und rohen Charakter und zelebrieren mangelnde Selbstbeherrschung und Selbstkontrolle. Es geht nicht um Gewalttätigkeiten als ein Mittel zur Konfliktlösung, sondern um die Erschaffung

¹²⁰ Slayer, „Dittohead“, 1994, <http://www.youtube.com/watch?v=6Qd12Hgx43g>, 2.4.2013

¹²¹ Dir en grey, „Zan“, 1999, http://www.dailymotion.com/video/xozzws_dir-en-grey-zan-pv_music

¹²² VERNALLIS, Carol, *Experiencing Music Video – Aesthetics and Cultural Context*, Columbia University Press, New York 2004, S.79

*eines Handlungsraums respektive um die Visualisierung einer szenetypischen Haltung.*¹²³

Hört man allerdings auf die Lyrics des Songs wird rasch klar, dass das Lied eine Kritik an den herrschenden Zuständen im Amerika der 1990er Jahre ist. Der Sänger singt darüber, dass es kein gerechtes Justizsystem gibt, dass das Land von Waffen besessen ist und, dass man mit allem davon kommen kann, wenn man es richtig anstellt. Diese Sozialkritik mag zu einem Teil sarkastisch gemeint sein, denn am Ende des Songs gibt der Sänger sozusagen zu, dass auch er die Gewalt verherrlicht und ihn niemand stoppen kann. Wichtig ist in diesem Video vor allem, dass die für Heavy Metal typische Konzertsituation authentisch und möglichst echt nachgestellt wird. Die Fans machen Headbanging, es gibt dem Anschein nach Alkohol und vielleicht auch Drogen, es geht rau und grob zu und die Menge der Zuschauer bestehen hauptsächlich aus vermutlich heterosexuellen Männern. Diese Männer haben lange Haare, tragen Jeans, ausgewaschene T-Shirts und tragen teilweise Jacken mit den meist geliebten Bandlogos. Gleich wie ihre Fans zeigen sich auch die Bandmitglieder von Slayer auf der Bühne. Sie vertreten damit nicht nur das typische Klischeebild des Heavy Metalers, sondern auch das des amerikanischen „echten Mannes“. Als zusehender Fan des Videos soll man sich als Teil der Menge fühlen, als wäre man gemeinsam mit der Band und den anderen Fans in dem Raum und würde mit ihnen feiern. Dies mag von all meinen ausgewählten Videos möglicherweise der Clip sein, welcher am meisten alle typischen Merkmale eines amerikanischen Heavy Metal Musikvideos aufweist.

Umso interessanter ist es, wenn man es mit dem Video von Dir en grey vergleicht, welches zwar nicht viele typische Merkmale eines Visual Kei Videos aufweist, dafür allerdings sehr stark an die Grundaussage des Heavy Metal angelehnt ist.

Dir en grey's Video zum Song „Zan“ (was im Übrigen so viel bedeutet wie „Enthauptung“ oder „Übrig gelassen“ – je nach Zusammenhang) ist auf Filmanalytischer Ebene sehr schwer zu beschreiben, da in die dreieinhalb Minuten eine Unmenge an unglaublich kurz gehaltenen Bildern von diversen verstörenden Grauenhaftigkeiten übereinander, ineinander und nacheinander gezeigt werden und der Schnitt so schnell ist, dass man teilweise kaum

¹²³ NEUMANN-BRAUN, Klaus/MIKOS, Lothar, „Videoclips und Musikfernsehen. Eine problemorientierte Kommentierung der aktuellen Forschungsliteratur“ in *Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)*, Band 52, Düsseldorf 2006, S.34

etwas erkennen kann. Dies ist selbstverständlich mit Absicht so geplant um die ZuseherInnen zu schocken und die Bedeutung der Lyrics, bei denen es hauptsächlich darum geht wie ein Mensch klinisch verrückt wird, zu unterstreichen und zu verbildlichen. Zwischen Bildern von Innereien, kleinen Kindern, Körperflüssigkeiten in Großaufnahme, einem Haufen Schaufensterpuppenteilen, einem Auge in Super Close Up und einem asiatischen Mädchen, welches in einem weißen Nachthemd in einer Badewanne voller Blut liegt, gibt es immer wieder Szenen in denen die Band in einem undefinierbaren dunklen Raum in dunkler Kleidung ihren Song performt. Man kann Blitze sehen, die durch das Bild fahren und einen asiatischen jungen Mann, dessen Körper mit einer Weihnachtslichterkette umwickelt ist und der durch die Bewegungseinschränkung auf sehr seltsame Weise zu dem Lied tanzt. Des Weiteren sieht man einen jungen Mann der in einem Netz von der Decke hängt, einen Affen, ein Mädchen welches einen stummen Schrei von sich gibt und weibliche Füße, die im Schlamm feststecken. Es gibt auch undefinierbare Monster und eine besonders grauenhafte Szene, in welcher kleine, schreiende Gesichter aus dem Rücken einer Person hervorkommen.

Aufgrund ähnlicher Videos in der Vergangenheit wurden die Clips von Dir en grey zumindest in Japan häufig wegen ihrer Brutalität zensiert.

Auf der einen Seite zitiert Dir en grey in „Zan“ das Genre des Horrorfilms, auf der anderen Seite tun sie dies um auf die sozialen Zustände in ihrem Land aufmerksam zu machen. Um dies zu tun, verzichten sie darauf sich als Band in den Vordergrund zu rücken und konzentrieren sich darauf zu schockieren und sozusagen einen Alptraum visuell darzustellen.

„Die Verbindung von Heavy Metal und Horrorfilm scheint auf der Hand zu liegen: Beide Formationen verhandeln (text-)inhaltlich wie visuell Themen im Assoziationsfeld um Tod, Verwesung, Zersetzung, Okkultismus, Krieg und Zerstörung genauso wie religiöse, fantastische oder mythische Elemente. Häufig werden ‚jenseitige‘ Positionen bezogen. Gemeint sind hier beispielsweise Positionen jenseits einer christlich geprägten Lebenswelt, im Wahnsinn, jenseits des ‚gesunden Menschenverstandes‘, aber auch Außenseitertum, ein Jenseits einer bürgerlichen Gesellschaft. In den bereits kulturgeschichtlich stark semiotisierten visuellen Elementen wie Totenköpfe, Knochen, lebende Leichen, Würmer, Maden oder

Fabelwesen liegt die deutlichste visuelle Brücke zwischen dem Metal- und dem Horror-Genre. ¹²⁴

Dies tun sie wie bereits erwähnt mit extrem schnellem Schnitt, wodurch die Kamera nicht unbedingt wild sein muss, sondern nur manchmal mit einigen Fahrten die endlose Bilderflut unterbricht. Das Video ist gemischt in Farbe und Schwarzweiß und erzeugt durch die düstere Ausleuchtung noch eine unangenehmere, gruseligere Stimmung. Es spielt eindeutig bei Nacht um die Alp/Traumtheorie zu unterstützen und die Band ist dem angepasst in schwarz gekleidet. Allerdings wird hier auf die typischen Merkmale des Visual Kei Künstlers verzichtet und es gibt kein genderauflösendes Crossdressing. Die Mitglieder der Band kleiden und geben sich sehr maskulin und der Sängerin verzichtet abgesehen von ein paar Schreien auf die häufig verwendete theatralische Mimik und Gestik, welche Dramatik in die Performance bringt. Hierzu ist zu sagen, dass die Band zwar performt, allerdings weder vor einem sichtbaren Publikum noch für ein unsichtbares Publikum auf der anderen Seite der vierten Wand. Der Zuseher soll sich oder wird sich nicht in das Video hinein wünschen, sondern eher abgeschreckt oder schockiert sein, die Intention der Band ist also die entgegengesetzte zu jener von Slayer.

Wenn man sich ansieht welche Klischeebilder die beiden Videos transportieren, kann man erkennen, dass Slayer extrem von ihrem kulturellen Hintergrund beeinflusst sind und dies auch deutlich in ihrem Video zeigen, während Dir en grey durch kulturellen Austausch beeinflusst wurden und ihr Clip auch durchaus aus Amerika stammen könnte. In Slayers Video kommen keine Frauen vor, zumindest nicht aus der Menge herausgehoben, wie dies typisch ist für die Heavy Metal Kultur und das Aussehen und Verhalten der Männer geht ebenfalls mit dem Bild des männlichen, weißen, hetero Heavy Metal Fans aus der Arbeiterschicht konform. Die Rebellion gegen das vorherrschende System wird hier nicht nur durch Taten (also Akte der Zerstörung und Gewalt) gezeigt, sondern auch durch die Lyrics des Songs „Dittohead“ ausgedrückt. Aufgrund des bereits in den 1980er Jahren entstandenen kulturellen Austausch zwischen Japan und Amerika im Bezug auf Heavy Metal Musik mag das Video für japanische Fans verständlich zu sein, ebenso wie das Video zu „Zan“ für westliche Zuseher verständlich ist, da es sich um international

¹²⁴ KRAUTKRÄMER, Florian/PETRI, Jörg, „Horrormetaltipo – Heavy Metal als Gestaltungsmittel. Zum Verhältnis von Typografie, Metal und Horrorfilm“ in *Metal Matters, Heavy Metal als Kultur und Welt*, Lit Verlag, Münster 2011, S.87

bekannte und verwendete Zeichen handelt. Beide Videos haben gemeinsam, dass es keine linear erzählte Geschichte gibt, keine weibliche Hauptrolle und beide Bands verfolgen in ihren Clips eine sehr eindeutige Darstellung ihrer Maskulinität. Während dies für Slayer kennzeichnend ist, mag es für Visual Kei Fans merkwürdig anmuten, Dir en grey so zu sehen.

Abschließend kann ich feststellen, dass beide Videoclips schaffen, was sie sich vorgenommen haben: bei dem Musikvideo von Slayer fühlt man sich – ob nun als Metalfan davon begeistert oder als nicht Metalfan davon erschreckt – tatsächlich als wäre man ein Teil des Publikums vor Ort, als würde man die Band wirklich vor sich spielen sehen; bei dem Musikvideo von Dir en grey fühlt man sich zwar nicht von der Performance der Band, dafür allerdings von den scheußlichen Alptraumhaften Bildern in das Video hineingezogen und muss hier gegen eine regelrechte Flut an unangenehmen Gefühlen (Angst, Bestürzung, Grauen, Aufregung, Schockmomente, etc.) ankämpfen. Bei beiden Videos unterstützt dieser Effekt aber wie von der Band gewollt die Wirkung der Musik und der Lyrics und bringt die Bedeutung dieser noch besser zur Geltung.

3.2.2. Hole vs. Malice Mizer

Als nächstes will ich den Song „Celebrity Skin“¹²⁵ von Hole aus dem Jahr 1998 mit dem Song „Bel Air“¹²⁶ von Malice Mizer aus dem Jahr 1997 vergleichen. Bei Hole handelt es sich um eine „All-girl-band“, bei Malice Mizer um eine Band, die nur aus Männern besteht. Ich habe gerade diese beiden Videos als Vergleich ausgesucht, weil sie beide sehr theatralisch sind und von großen Gesten, viel Farbe, bunten Kostümen, etc. leben. Beide Clips beginnen schon sehr dramatisch – in „Celebrity Skin“ fällt die Sängerin Courtney Love in einem roten Kleid vor einem schwarzen Hintergrund von links in Zeitlupe ins Bild und als nächstes sieht man einen Kristallleuchter, der am Boden zerbricht. „Bel Air“ wird mit einem Buch eröffnet, welches von oben in einen Fluss fällt und aus dem Bild wegtreibt. Dieses Fallen mag eine Metapher für die Gefühle der beiden Sänger sein, denn Courtney Love singt in ihrem Song über das Leben eines Hollywoodstars, oder zumindest dem Leben einer Frau, die eine Karriere in Hollywood anstrebt, wobei der Fall, welcher nach dem Hoch kommt oder der Fall, welcher nach dem

¹²⁵ Hole, „Celebrity skin“, 1998, <http://www.youtube.com/watch?v=O3dWBLoU--E&feature=relmfu>

¹²⁶ Malice Mizer, „Bel Air“, 1997, http://www.dailymotion.com/video/x4xhga_malice-mizer-bel-air-hq_music, 16.3.2013

zu langen Versuchen kommt durch ihren eigenen Fall ins Bild symbolisiert wird. Das fallende Buch im Video zu „Bel Air“ mag den emotionalen Zustand des Sängers Gackt beschreiben, der jemanden verloren hat (was später in dem Clip erzählt wird) und sozusagen den Halt im Leben dadurch ebenfalls verloren hat.

Als nächstes sieht man Courtney Love in ihrem roten Kleid am Rücken liegen und sie öffnet ihre Augen und beginnt direkt in die Kamera zu singen. Sie ist sehr hübsch hergerichtet, hat blonde Locken, trägt Makeup und sieht sehr feminin aus. Das Intro von Malice Mizer dauert wesentlich länger. Man sieht kurze Bilder einer Marienstatue, eines Kreuzes, einer Kirche von innen und außen, eines Landsitzes und schließlich das Close Up einer Hand, welche das Buch aus dem Schlamm hebt und es etwas säubert. Die Person wird als einer der Bandmitglieder enthüllt und er trägt das Buch in den Wald. Als nächstes sieht man eine sehr grüne, große Wiese mit einigen Waldstücken rundherum, auf der ein Pärchen am Boden sitzt. Sie sind in weiß gekleidet und die eine Person sitzt und hält die andere Person, welche liegt. Wer diese beiden sind, wird noch nicht aufgedeckt, da die Kamera entweder in einem Kran oder einem Hubschrauber über sie hinweg gleitet und die gesamte Szene in einer totalen Einstellung zeigt. Die Farben sind offensichtlich verstärkt und es wird ein Weichzeichner über das Bild gelegt um es weicher und lieblicher erscheinen zu lassen. Hiermit endet das Intro und es beginnt die Performance der Band in einer vermutlich christlichen Kirche. Der Sänger Gackt trägt zwar eine Hose im Gegensatz zu seinen Bandkollegen, von denen einer wie ein Mädchen aus dem 14. Jahrhundert in Frankreich gekleidet ist und einer einem Clown ähnelt, allerdings hat er eine schwarze Perücke, welche seine Haare bis weit über den Rücken hinunter verlängert, er trägt blaue Kontaktlinsen und sein gesamtes Outfit wirkt ebenfalls wie aus dem europäischen 14./15. Jahrhundert. Die Location könnte für einen gläubigen Christen als Sakrileg angesehen werden, doch es wird nicht näher definiert ob dies als Provokation gelten, einfach nur romantisch-schön sein, oder tatsächlich die Nähe zu Gott darstellen soll.

Die Performance der Band Hole ist ähnlich bunt und glitzernd, allerdings treten sie in einem hübschen, vermutlich alten, Gebäude auf einer Bühne vor einem blauen Vorhang auf. Auch sie spielen nicht für Publikum, obwohl sie sich in einem durchaus Konzerttauglichen Raum befinden. Alle Bandmitglieder sind in sehr feminine Farben, wie etwa Rosa, gekleidet und spielen glitzerende, rosa oder schillernde Instrumente, die zu dem Thema des Songs, nämlich dem häufig übertriebenen Partyleben eines Hollywoodstars,

passen und die Bedeutung der gesungenen Worte noch unterstreichen. Es gibt in dem Raum auch eine Discokugel und das Licht wird hiervon reflektiert und so erinnert die ganze Szene an einen amerikanischen Highschool Prom, bei dem es eine Ballkönigin und einen Ballkönig gibt. Von der Decke schweben dann plötzlich an Seilen viele junge Mädchen, die in bunte Kleider gehüllt sind und wie Balletttänzerinnen etwa einen Meter über dem Boden in der Luft zur Musik tanzen. Später allerdings bewegen sie sich nicht mehr, sondern hängen wie tot von den Seilen und zeigen wohl damit das Ende des Erfolgs oder das Zerplatzen des angestrebten Traumes.

In Malice Mizers Video zu „Bel Air“ kann man im Hintergrund der Performanceszenen die Inneneinrichtung der Kirche sehen, wie zum Beispiel einen Altar, Kerzen oder eine Jesusstatue. Dieser Verweis auf die christliche Religion, welche in Japan kaum vertreten ist, ist ein Verweis auf die Kultur des Westens. Hier kann man besonders gut den interkulturellen Austausch sehen, wobei ich aber darauf hinweisen möchte, dass die Aussage der Location vermutlich nichts mit dem Einsatz der selbigen von einer amerikanischen/westlichen Band gemeinsam hat. Die Kirche und ihre Symbole scheinen hier gemeinsam mit den Kostümen auf eine andere Zeit hinzuweisen und muten sehr europäisch an. Daher nehme ich an, dass der Einsatz der Kirche und ihrer Symbole nicht als Provokation gedacht sind und auch nicht wirklich auf Gott oder die christliche Religion hindeuten, sondern die ZuseherInnen in eine andere, visuell schön und ehrwürdig anmutende Zeit und vermutlich auch eine zumindest für japanische Fans fremde Welt entführen soll. Dies mag für westliche Zuseher seltsam wirken und könnte von Christen als Blasphemie gesehen werden. Allerdings wird wahrscheinlich auch zu einem gewissen Grad die Bedeutung der Symbole übernommen, denn der Sänger singt über eine traurige Liebesgeschichte und darüber wie er seine Freundin verloren hat und findet womöglich die Rettung seines gebrochenen Herzens durch die Religion oder die Träger dieser als passend. Es gibt immer wieder einzelne Einstellungen von den verschiedenen Bandmitgliedern alleine. Sie alle sehen sehr außergewöhnlich aus, da sie, wie schon erwähnt als Hofdamen des französischen 14. Jahrhunderts, als Clowns, etc. gekleidet sind, sehr viel Makeup tragen und somit jede Gendergrenze sprengen. Sie sind nicht als ein bestimmtes Geschlecht zu erkennen und verhalten sich somit typisch für einen Visual Kei Star. Der Bassist der Band spielt teilweise Bass und teilweise einen riesigen Kontrabass in der Kirche, doch als das Lied eine kurze Pause macht und auch das Video unterbrochen wird,

und sich der Bassist gemeinsam mit dem Gitarristen auf der grünen Wiese vom Anfang wiederfindet spielt er Zita. Der Gitarrist spielt eine Spieluhr und für diese wenigen Sekunden sind diese beiden Instrumente die einzige Musik, die man hören kann. Während dieser Sequenz wirken die beiden wie automatisierte Puppen, die keine menschlichen Züge aufweisen und von jemand anderem kontrolliert zu sein scheinen. Dann sieht man für kurze Zeit einen Wahrsager mit einer roten Kugel, des Weiteren auch ein Zimmermädchen, einen Mann mit Spielkarten in der Hand und einen Mann der an Zorro erinnert. Diese komplett zufälligen und scheinbar beiläufigen kurzen Einstellungen sind typisch für japanische Visual Kei Videos und haben die Intention die ZuseherInnen gleichzeitig zu verwirren und zu verführen. Ähnlich tut dies auch das Video von Hole, denn auch hier gibt es das Motiv der Puppe – hier in Form der Tänzerinnen als Marionetten – welche nicht wirklich viel Sinn machen und trotzdem faszinierend auf die ZuseherInnen wirken. Dieses Mystische, Unerklärliche, das die ZuschauerInnen in eine Art Traumwelt hineinziehen soll, passiert auch hier, denn es gibt Feenstaub der von der Decke fällt und es wird eine Welt kreiert, welche seltsam übertrieben anmutet und trotzdem oder gerade deshalb einladend wird. Während jedoch das Video von Hole nicht in einem Bogen zum Beginn zurückführt, beendet der Clip von Malice Mizer seine Geschichte indem sie den Anfang auflösen und erklären was zum wegwerfen des Buches geführt hat. Der Mann auf der Wiese in Weiß wird als der Sänger der Band Gackt aufdeckt und die Person in seinen Armen ist ein kaukasisches Mädchen, welches er vermutlich sehr geliebt hat und das nun tot bei ihm liegt. Dieses Motiv ist typisch für ein Visual Kei Video, da er das kaukasische Mädchen zwar liebt und sein eigen nenne möchte, dies aber auf irgendeine Weise immer verhindert werden muss. Am beliebtesten ist die dramatischste Version, in welcher das Mädchen stirbt oder bereits tot ist und der Sänger um sie trauert und auf theatralische Art und Weise unter diesem Verlust leidet. Das Mädchen trägt ebenfalls weiß – also die Farbe der Unschuld. Von dieser Szene wird dann übergeleitet zu einem Fluss im Wald über den eine Brücke führt auf deren Mitte der Sänger Gackt in dunklem Gewand steht und auf den Fluss hinunterschaut. Er fadet aus dem Bild weg und man sieht wie er von rechts in den Ausschnitt hineintritt und über die Brücke geht, während von der anderen Seite ein Mädchen in schwarz gekleidet dasselbe tut. Sie gehen aneinander vorbei und Gackt bleibt stehen, dreht sich nach ihr um und schaut ihr nach als sie weggeht. Die beiden faden aus dem Bild weg und Gackt steht wieder wie am Beginn der Szene alleine in der Mitte der

Brücke hält das Buch in der Hand während er hinunter auf den Fluss starrt. Er lässt das Buch ins Wasser fallen und man sieht wie es davon treibt. Das Video hört also auf wie es angefangen hat.

Gemeinsam haben die beiden Clips, dass die Bands nicht für ein Publikum performen, sondern nur für sich selbst, die Kamera und die Personen, die sich später das Video anschauen. Diese Performance ist visuell gesehen sehr ansprechend und muss dies auch sein um den Showcharakter zu erfüllen.

„Eine Rockshow gehorcht [...] anderen Qualitätskriterien, die möglicherweise erst durch die hohe Mobilität des Gitarristen freigesetzt werden. [...] Erstens sind die Showelemente Teil der musikalischen Gestik; zweitens sind Show-Spieltechniken zusätzliche Bewegungskomponenten der Ausführung und für ein professionelles Spiel nicht zwingend notwendig; drittens basieren sie auf individuellen Merkmalen des Spielers, der jeweils eine zu seinen individuellen motorischen und physiologischen Voraussetzungen passende Integration von Show und Technik finden muss; viertens erfüllen Showelemente eine spezifische Kommunikationsfunktion zwischen Spieler und Rezipienten.“¹²⁷

Ebenfalls haben sie die sehr feminine Ausstattung und die durch Kamerafahrten, Mise-en-Scene, Filter, Zeitlupe, Kostüme, Makeup und Verhalten der Hauptpersonen dargestellt wird. Diese Traumartige Welt die sie erschaffen, wird durch teilweise schnelle Schnitte, den bestimmten Einsatz von Licht und die Bedeutung der Lyrics der Songs unterstützt. Dies wird aufgrund, dass das Video von Malice Mizer am Tag spielt durch einen Weichzeichner erreicht, was bei Hole nicht nötig ist, da sich die Band stets in einem Innenraum befindet und man deshalb nicht sagen kann ob es Tag oder Nacht ist. Unterschiedlich gehen sie mit dem Thema Gender um, da sich die weiblichen Bandmitglieder von Hole alle als „typische“ Mädchen geben und die Bandmitglieder von Malice Mizer alles andere als typisch maskulin zu erkennen sind. Selbst der Sänger Gackt, welcher den heterosexuellen Lover spielt, befindet sich nicht innerhalb der typischen

¹²⁷ LEHMANN, Marco/KOPIEZ, Reinhard, „Der Einfluss der Bühnenshow auf die Bewertung der Performanz von Rockgitarristen“ in *Metal Matters, Heavy Metal als Kultur und Welt*, Lit Verlag, Münster 2011, S.198

Grenzen des heterosexuellen Mannes, sondern überschreitet, zumindest laut westlichen „Verhaltensregeln“ eine Grenze zwischen den Geschlechtern.

Interessant ist, dass das kaukasische Mädchen in „Bel Air“ nur ein einziges Mal im Video gut zu erkennen ist und zwar als der Sänger Gackt sie in seinen Armen hält und sie als tot gezeigt wird. Ihre Liebesgeschichte wird alleine durch die gesungenen Lyrics erzählt, nicht aber auf visuelle Art unterstützt. Ihre Person selbst scheint also nicht so wichtig zu sein, wie das was sie für ihn (den Mann) bedeutet. Das ganze Video hindurch kann man ihn durch dramatische Gestik und Mimik leiden sehen und auch am Schluss geht es um seinen Schmerz und seine Traurigkeit und was es für sein Leben bedeutet, dass sie nicht mehr da ist, während ihre gesamte Existenz auf ihren verhüllten (am Ende) oder toten Körper reduziert wird. Sie ist somit nur ein Symbol und kein dreidimensionaler Charakter.

Insgesamt glaube ich, dass die beiden Clips aufgrund ihrer starken individuellen Symbolik sogar für ein Publikum aus dem eigenen Land schwer verständlich sind und somit für ein Publikum aus einer fremden Kultur reichlich missverständlich sein können.

„[...] doch bleibt festzuhalten, dass die perspektivischen Inkongruenzen und Ambivalenzen, die zu den Standardverfahren filmischer Inszenierung in Musikvideos gehören, die konventionellen Regeln filmischer Erzählweise vielfach brechen können, ohne deshalb insgesamt Inkohärenz zu erzeugen. Vielmehr gehört insbesondere auch die Außerkraftsetzung der klassischen Regeln des continuity system zu den Verfahren, die eine andere Art narrativer Kohärenzzeugung im Musikvideo ermöglichen: eine Kohärenzzeugung im medialen Raum, die jenseits kausalrealer Raumzeitlichkeit narrative Kausalität dadurch erzeugt, dass sie den Semantisierungsprozess selbst, die Bedeutungserzeugung, als Bedeutungserzeugung narrativ inszeniert und begründet.“¹²⁸

¹²⁸ BLÖDORN, Andreas, „Bild/Ton/Text. Narrative Kohärenzbildung im Musikvideo, am Beispiel von Rosenstolz‘ „Ich bin ich (Wir sind wir)““ in *Erzählen im Film – Unzuverlässigkeit, Audiovisualität, Musik*, transcript Verlag, Bielefeld 2009, S.240

3.2.3. Metallica vs. X Japan

Des Weiteren möchte ich mich mit „Sad but true“¹²⁹ von Metallica (1992) im Vergleich mit „Silent Jealousy“¹³⁰ von X Japan (1991) beschäftigen. Beide Bands machten schon in den 1980er Jahren Musik und hatten in den 90ern bereits eine solide Fanbase, die sich später noch vergrößerte. Beide Songs beschreiben einen Kampf, welchen der Protagonist offensichtlich verliert beziehungsweise schon verloren hat – bei Metallica handelt es sich um den endlosen Kampf eines Menschen mit sich selbst, bei X Japan gibt es einen Kampf um die große Liebe, welche zum Scheitern verurteilt ist. Beide Lieder haben etwas Negatives und Düsteres an sich, doch die Aufbereitung der Message ist teilweise sehr unterschiedlich.

Beide Bands werden in ihren Musikvideos bei Konzertauftritten vor echtem Publikum gezeigt. Diese Szenen sind nicht nur besonders in der Heavy Metal Kultur sehr wichtig, sondern erinnern auch an die typischen Musikclips aus den 1980er Jahren, in denen der Akt der Performance auch im Visual Kei noch eine weitaus größere Rolle gespielt hat. Die Konzertsituation an sich unterscheidet sich nicht wesentlich voneinander. Die Bands spielen auf einer großen Bühne, es gibt ein Spiel mit der Beleuchtung und teilweise Feuerwerke beziehungsweise Funkenregen und die Bandmitglieder werden von den Fans als Helden gefeiert. Die tausenden Konzertbesucher zeigen durch mitsingen, herumspringen und das Imitieren des Verhaltens der Bandmitglieder, sowie das Kreischen und Klatschen ihre Zuneigung und Hingebung zur Band. Sind sie sogenannte „hardcore“ Fans, kleiden und richten sie sich dem Genre ihrer Band entsprechend her und gehören somit der Heavy Metal beziehungsweise Visual Kei Kultur an.

„Die Musik drückt die alltäglichen Empfindungen des Fans direkt aus und versetzt sie in neue und ferne Zusammenhänge, die diese universal legitimieren und verarbeiten. Heavy Metal ist daher mehr als nur ein Spiel mit Symbolen, sondern hat bereits eigene, klare Symbol- und Ordnungsleistungen ausgebildet, die Kontinuität symbolisieren.“¹³¹

¹²⁹ Metallica, „Sad but true“, 1992, <http://www.youtube.com/watch?v=A8MO7fkZc5o>, 3.3.2013

¹³⁰ X Japan, „Silent Jealousy“, 1991, <http://www.youtube.com/watch?v=WzHbHxSEtVQ>, 3.3.2013

¹³¹ HEINISCH, Christian, „Zwischen Kult und Kultur. Kontinuitätsbehauptungen im Heavy Metal“, in *Metal Matters, Heavy Metal als Kultur und Welt*, Lit Verlag, Münster 2011, S.423

Diese Konzertsituation in den beiden Musikvideos wird aus zwei Gründen hergestellt: erstens zeigt es, dass die Band bereits viele Fans hat, beliebt und bekannt ist, was eine Art der Selbstdarstellung ist – sie zeigen sich selbst als jemanden, der zwar einerseits ein Teil der Gruppe ist, andererseits aber bewundert werden soll – und zweitens soll es denjenigen Fans, welche nicht an einem tatsächlichen Konzert teilnehmen können, eine Möglichkeit geben, auch an dem, für die Musikwelt enorm wichtigen Ereignis teilzunehmen. Zusätzlich kann diese besondere, außergewöhnliche Situation, die der Band und den Fans die Chance gibt miteinander quasi Face to Face zu interagieren, sobald sie in einem Video ist, immer und immer wieder, überall auf der Welt zu jeder Zeit erlebt werden. Wie bereits erwähnt, erinnern beide Videos an den Musikclipstil der 1980er Jahre.

In „Sad but true“ wird stark mit der Kamera gespielt – es gibt viele Zooms, Close Ups vom Sänger und extrem, absichtlich verwackelte Einstellungen. Die Szenen wechseln zwischen Schwarzweiß und Farbe und es gibt als Ausgleich für die oft ruckartigen und schnellen Kameraeinstellungen immer wieder Zeitlupensequenzen dazwischen geschnitten. Das gesamte Video konzentriert sich ausschließlich auf die Performance der Band und feiert diese als Helden, die umjubelt und angebetet werden. Die Bandmitglieder bekommen Close Ups und Einzeleinstellungen, werden also nicht nur als Band, sondern auch als Individuen gezeigt, während die Fans mit Kamerafahrten eingefangen werden und als homogene Masse bleiben, welche nicht in einzelne Personen zerteilt wird. Die Interaktion zwischen der Band und dem Publikum ist zwar auf eine gewisse Weise gegeben, allerdings nicht insoweit, dass die Bandkollegen tatsächlichen One on One Kontakt mit einzelnen Fans haben würden.

Wie für Heavy Metal Bands und ihre Fans üblich tragen die Bandmitglieder lange Haar, machen viel Headbanging und geben sich in ihrer Mimik, Gestik, Art der Kleidung und beim Spielen ihrer Musikinstrumente extrem typisch maskulin.

„[...] Es ist nicht die Gitarre, mit der der Gitarrist kopuliert, es ist nicht dieses elektrifizierte Stück Holz, das ihn überwältigt und in Zuckung versetzt, sondern es ist die Musik, dieser fremdartige Sound, der nach einem Interface sucht. Der Körper der Gitarre ist genau das, eine Metapher im Wortsinne: ein Hinübertragendes, nicht

mehr, aber auch nicht weniger, Transportmittel zwischen dem Körper der Musik und dem Körper des Spielers.“¹³²

Sie repräsentieren den „weißen amerikanischen, heterosexuellen Mann von nebenan aus der Arbeiterklasse, der aggressiv, häufig frauenfeindlich und voller Hass gegen vorgegebene gesellschaftliche Regeln ist.“ So vertreten Metallica in ihrem Video zu „Sad but true“ den klassischen Heavy Metal Star, welcher von den Fans imitiert wird – sowohl im Aussehen als auch im Verhalten. Passend dazu endet das Video mit einem Schwenk über das leere, von den Fans und der Band bereits verlassene Stadium, welches ein Feld der Verwüstung zeigt. Überall liegen zerbrochene Flaschen und anderer Abfall herum und generell zeigt sich eine traurige Szene. Interessanterweise scheint das angestrebte letzte Bild jedoch ein positives gewesen zu sein, welches für den Heavy Metal Fan sozusagen „das Ziel wurde erreicht“ sagt – das im Heavy Metal angesteuerte Ziel der Zerstörung, Anarchie und Verwüstung ist Wirklichkeit geworden.

Die Art in welcher das Video geschnitten und gefilmt wurde, unterstützt auf gewisse Weise die Aussage der Songlyrics, welche laut des Leadsängers der Band von den verschiedenen Persönlichkeiten einer Person erzählen, welche stets miteinander im Kampf stehen und wie die symbolhafte Engel/Teufel Geschichte versuchen die Kontrolle über jene Person zu gewinnen. Dieser Kampf kann allerdings auch gleichzeitig jenen des Sängers mit seiner Alkohol/Drogensucht beschreiben, welche ihn zu Taten anstiftet, die er als nüchterner Mensch niemals tun würde. Diese innere Zerrissenheit wird durch die schnellen Schnitte, die plötzlich eingesetzte Zeitlupe, die wilden Zooms, die verwackelten Bilder und die wechselnden Farben und Lichter visuell dargestellt. Sie hilft dem Zuschauer vor dem Fernseher beziehungsweise vor dem Computerbildschirm sich in die Stimmung, die das Lied vermittelt, hineinzusetzen und gibt ihm das Gefühl, dass er auch ein Teil der gesichtslosen Masse sein kann, welche gemeinsam die Band vergöttert.

In X Japans „Silent Jealousy“ Musikvideo gibt es neben den Konzertszenen im Gegensatz zu Metallicas Clip auch eine zweite Storyline, welche eine Liebesgeschichte im typischen Visual Kei Stil erzählt. Während in „Sad but true“ keine weibliche Hauptrolle gibt, sondern die Männer auf der Bühne, vor der Bühne und im Bild ganz klar dominieren, gibt es in „Silent Jealousy“ ein Mädchen, welches neben dem Sänger die Hauptfigur darstellt.

¹³² MERTENS, Mathias, „Medienästhetische Überlegungen zur Luftgitarre“ in *Metal Matters, Heavy Metal als Kultur und Welt*, Lit Verlag, Münster 2011, S.236

Das Video beginnt, wie typisch für Visual Kei Clips, mit einem Intro, bei welchem sich der Sänger in einer Art mystischen Marslandschaft befindet, in der es nichts außer einem altmodischen Steinbrunnen gibt und einer der Bandmitglieder am Klavier sitzt und eine Ballade zu spielen beginnt. Eine Frau geht vorbei und man wird als Zuschauer noch nicht in die kommende Geschichte eingeweiht. Das Intro endet und das eigentliche Lied beginnt mit der ersten Konzertszene. Ähnlich wie der Clip von Metallica ist auch das Video von X Japan schnell geschnitten, es gibt viele wechselnde, bunte Lichter, Feuerwerke und ein generelles 80er Jahre Gefühl. Ihrem Genre getreu tragen die Musiker auf der Bühne weitaus buntere, ausgefallenerere Kostüme als die Jeans und T-Shirt Aufmachung von Metallica. Ihre Kleidung ist bunt und traditioneller, sie tragen lange Haare (vermutlich Perücken) und wirken, trotzdem sie sich weitaus maskuliner geben als viele andere Visual Kei Bands, sehr zerbrechlich und androgyn.

Die zwischen die Konzertausschnitte geschnittene tragische Liebesgeschichte sollen wohl die schönen und dann traurig endenden Erinnerungen des Sängers darstellen, über die er teilweise in Englisch und teilweise in Japanisch sehr leidend singt. Man sieht den Sänger wie er Rosen in der Hand hält und dann in der mystischen rot-gelben kargen unnatürlich aussehenden Wüstenlandschaft zusammenbricht. Die Narration scheint nicht sehr linear zu sein, denn dann hält er die Frau (außergewöhnlicher Weise eine Asiatin und keine Kaukasin) plötzlich in seinen Armen und kurz darauf verwandelt sich die dunkle Landschaft in eine strahlend blaue Wasserlandschaft, die ebenso künstlich wirkt. Er küsst die junge Frau, er zieht sich aus und plötzlich ist auch das Klavier vom Intro wieder zu sehen. Das Liebespaar ist teilweise im Wasser und teilweise am Land, teilweise ist die junge Frau sehr lebendig und offensichtlich in den Sänger verliebt, teilweise wirkt sie tot und er trauert um sie. Interessanterweise – da es eher ungewöhnlich ist im Visual Kei – wird die Liebesgeschichte durch einige tatsächlich gut erkennbare Kuss-Szenen unterstrichen. Dieses zeigen von Zuneigung wird, wie bereits in anderen Beispielen angesprochen, zumeist durch lange Blicke, gemeinsames Tanzen oder seltenes Händchenhalten ausgedrückt und am typischsten ist es, dass der Sänger durch das Ausdrücken seines eigenen Leidens und die vereinzelte Sequenz in der man eine Frau alleine irgendwo sehen kann, seine Liebe dargestellt. Es wirkt immer so, als wäre die tatsächliche Angebetete nicht wirklich wichtig, sondern nur der Sänger beziehungsweise was er durch den Verlust seiner Liebe empfindet. Diese Unwichtigkeit der Frau in den

Visual Kei Musikvideos geht konform mit der generellen, in einem früheren Kapitel erklärten, Einstellung der Männer gegenüber den Frauen und dem dadurch entstandenen Frauenbild in Japan. Neu oder anders ist allerdings das Ende des „Silent Jealousy“ Videos – man kann die junge Frau nackt mit nassen Haaren und verzweifelmtem Gesichtsausdruck an eine Steinmauer gepresst sitzen sehen. Meine Vermutung wäre, dass sie sich im inneren des Brunnens befindet, welcher im Intro des Clips zu sehen ist und neben dem der Sänger offensichtlich trauert. Ein derartiges Bild mag in Japan als Provokation angesehen werden, vielleicht war es aber auch als solche gedacht.

Dieser Vergleich zeigt meiner Meinung zeigt auf visuelle Weise sehr schön was die Heavy Metal Kultur und was die Visual Kei Kultur ausmacht und wie die beiden an ihre Herkunftsländer Amerika und Japan gebunden sind. Das Metallica Video ist ein sehr klischeehaftes Heavy Metal Video, aber es zeigt alle typischen Merkmale der Szene: heterosexuelle, weiße, maskuline, aggressive Männer dominieren, Frauen sind so unwichtig, dass sie nicht einmal erwähnt werden, die Fans vergöttern ihre Helden auf der Bühne und ahmen sie nach, und durch ihre Kleidung, Gestik, Mimik, die gesungene Sprache und ihr gesamtes Auftreten verweisen die Bandmitglieder auf die Kultur in der sie aufgewachsen sind - die Kultur Amerikas. Das gesamte Video wirkt, wie der Song selbst, aggressiv, angreifend und herausfordernd. Ebenso verhält es sich mit „Silent Jealousy“: X Japan, eine der ersten Visual Kei Bands, welche das Genre maßgeblich geformt haben, zeigen den Kern der Visual Kei Philosophie. Die Bandmitglieder geben sich zwar heterosexuell, aber androgyn und zerbrechlich, tragen traditionell angehauchte japanische Kleidung, zeigen eine tragische Liebesgeschichte in einem traumartigen Setting und der Sänger leidet und drückt dieses Leid stark theatralisch aus. Das ganze Video ist, darauf wird stets geachtet, ästhetisch schön gefilmt, zeigt teilweise eine fantasievolle, unreaale Welt, und teilweise die Band, welche von ihren Fans umjubelt wird. Es gibt viele bunte Farben, welche die mystische Glitzerwelt unterstützen, aber es wird auch darauf geachtet, dass es stets dramatisch bleibt und nicht zu sehr ins positiv Schöne abrutscht. All diese Merkmale verweisen wiederum auf die Kultur, aus der die Bandmitglieder stammen und zeigt somit sehr passend den Zusammenhang zwischen der Kultur des Musikgenres Visual Kei und der Kultur des Landes Japan. Aufgrund der Vorgeschichte des Heavy Metal in Japan in den 1970er Jahren kann man davon ausgehen, dass ein japanisches und auch ein internationales Publikum das reine Konzertvideo von Metallica ohne weitere Probleme

verstehen und interpretieren können. Bei der nicht-linearen Geschichte im Clip von X Japan könnte es allerdings hier trotz des interkulturellen Austauschs durchaus zu Missverständnissen kommen.

3.2.4. Marilyn Manson vs. Luna Sea

Mein nächster Vergleich ist Marilyn Mansons „Sweet Dreams“¹³³ aus dem Jahr 1999 und Luna Seas „True Blue“¹³⁴ aus dem Jahr 1994. Diese beiden Videos habe ich als nächsten Vergleich gewählt, weil es sich bei beiden um eine Darstellung von Wahnsinn handelt – sowohl in den Lyrics (obwohl Marilyn Mansons Song ein Cover der Band Eurythmics ist) als auch in den dafür gedrehten Musikclips. Es geht in beiden Songs darum, dass etwas verloren gegangen ist, das sehr wichtig war und die Suche danach den Protagonisten langsam verrückt werden lässt. Offensichtlich ist dieses Verfallen in den Wahnsinn bei beiden Künstlern visuell sehr unterschiedlich dargestellt.

Marilyn Manson und seine Bandkollegen befinden sich bei Tageslicht in einem verfallenen, verlassenen Gebäude und/oder dessen Hof. Überall befindet sich Dreck und Unordnung und das gesamte Video wirkt wie die Visualisierung eines alptraumhaften Drogentrips. Es wurde mit besonderen Filtern gearbeitet, um dem ganzen einen speziellen Look zu verpassen. Die verschiedenen Einstellungen zeigen den Sänger und seine Band teilweise dabei wie sie sich verstecken, als würden sie sich fürchten, teilweise als verzerrte, bis ins unkenntliche veränderte Monsterartige Wesen, die bereit sind anzugreifen, teilweise in die Kamera singend, teilweise die Kamera ignorierend. Durch die Linsenverzerrung der Kamera wirken die gedrehten Szenen unreal und (alb-)traumhaft. Zwischen diese Sequenzen sind Szenen geschnitten, die den Sänger Marilyn Manson in einem Hochzeitskleid zeigen, die ihn dabei filmen, wie er in einem Tütü eine dreckige Straße entlang geht und die ihn auf einem echten, lebendigen Schwein reitend präsentieren, während er einen Cowboy Hut trägt. Diese beiden extrem feminin konnotierten Bilder zeigen den sich stets sehr androgyn zeigenden Sänger plötzlich zwischen den Geschlechtern. Er überschreitet hier eine Gendergrenze, allerdings hauptsächlich äußerlich, da er zwar diese beiden typisch weiblichen Kleidungsstücke trägt, sich allerdings während er dies tut nicht anders verhält als sonst. Er zeigt in seiner Mimik und Gestik keine

¹³³ Marilyn Manson, „Sweet Dreams“, 1999, <http://www.youtube.com/watch?v=m6VojYGrnpg>, 19.4.2013

¹³⁴ Luna Sea, „True Blue“, 1994, http://www.youtube.com/watch?v=TNUu_uQTOTs, 19.4.2013

verstärkte Weiblichkeit, seine Bewegungen werden nicht fließender, er wirkt nicht „lieblicher“ oder „anmutiger“ als in der Szene davor. Seine langen Haare sind nicht gekämmt und sein Makeup ist genauso dunkel und verstörend wie in der vorhergehenden Sequenz. Er trägt auch weiterhin seine extremen Kontaktlinsen, welche seine Augen Alienartig wirken lassen. Dieses Crossdressing ist also nicht ein tatsächliches annehmen der Merkmale des anderen Geschlechts, sondern ein reines anziehen von typisch weiblicher Kleidung um noch mehr Verwirrung und Verstörung zu erzeugen. Im Gegensatz zu dem häufig im Visual Kei vorkommenden Crossdressing, wird hier kein Wert darauf gelegt möglichst elegant und möglichst „echt feminin“ zu wirken, sondern eher das Gegenteil hervorzubringen – eine Person die als nichts mehr zu identifizieren ist, die sowohl männliche, als auch weibliche Merkmale aufweist, allerdings als Ganzes eher asexuell wirkt. Eine Einstellung zeigt ihn dabei wie um ihn herum weiße Tauben wegfliegen und ihn dann ihren Kott auf ihn hinunterfallen lassen. Weiße Tauben werden häufig bei Hochzeiten verwendet, passen also in diesem Sinne zum Hochzeitskleid, das der Sänger in einer früheren Szene getragen hat. Gleichzeitig wird auch hier wieder eine Umkehrung der traditionellen Bedeutung erreicht, denn nicht nur trägt ein androgyner Mann ein Hochzeitskleid, sondern die für Reinheit und Unschuld stehenden weißen Tauben beschmutzen ihn und bringen Dreck und das Schlechte. Eine Sequenz, die nichts mit dem verfallenen Gebäude zu tun hat und sich in einem Innenraum befindet ist jene, in welcher der Sänger als eine Art Medusa auftritt. Man sieht ein Close Up von seinem Gesicht, welches grün ist und man kann erkennen, dass er vor einem weinroten Hintergrund steht und auf seinem Kopf Schlangenartige Wesen hat, welche aber statt einem Kopf eine kleine Uhr haben. Der griechischen Sage nach, wurde Medusa aus Rache von Pallas Athene verwandelt und musste danach mit Schlangen auf dem Kopf, spitzen Zähnen und hässlichem Gesicht weiterleben. Jeder der sie ansah, erstarrte zu Stein. Diese Ureuropäische Sage wird hier von Marilyn Manson zitiert und verweist damit auf die westliche Kulturgeschichte aus welcher der Sänger stammt. Bis sie durch einen Trick getötet wurde, war Medusa also unbesiegt und Marilyn Manson mag hier möglicherweise darauf hinweisen, dass die Zeit unser größter Feind ist, da sie für jeden Menschen eines Tages ausläuft. Sein grünes Gesicht in dieser Szene erinnert an die böse Hexe aus „Der Zauberer von Oz“ und lässt auch hier weitere Assoziationen aufkommen, welche darauf hindeuten, dass das unbezwingbare Böse/Schlechte in jedem von uns ist und

es nur eine Frage der *Zeit* ist, bis es sich zeigt. Auch diese Geschichte ist ein Hinweis auf die Kultur in der der Sänger aufgewachsen ist. Um das Video noch gruseliger und verstörender für den Zuschauer zu machen, fügte Marilyn Manson zu der Originalversion der Eurythmics zwei Textzeilen hinzu:

*„I wanna use you and abuse you,
I wanna know what’s inside you.“*

Und dann zu einem späteren Zeitpunkt im Song:

*„I’m gonna use you and abuse you,
I’m gonna know what’s inside you.“*

Die besonderen Effekte, welche die ZuseherInnen befremden, den inneren Kampf des Sängers darstellen und die Menschen beinahe animalisch wirken lassen sollen, werden hauptsächlich durch die Kameraeinstellungen, die verwendeten Filter und die Linsen erzielt. Aber auch die eingesetzte Unschärfe und das Spiel mit den Bewegungen der Bandmitglieder helfen um den Clip wie einen tatsächlichen Alptraum aussehen zu lassen. Immerhin deutet der Titel des Songs „Sweet Dreams“ ja bereits auf das Traumthema hin. Luna Seas Videoclip zu „True Blue“ mag auf den ersten Blick etwas weniger psychedelisch sein als das von Marilyn Manson, doch wenn man den Text in die Gleichung mit einbezieht, kann man erkennen, dass es sich ebenfalls um eine Form des dargestellten Wahnsinns handelt.

Wie bei fast allen Visual Kei Videos sieht man zuerst den eingeblendeten Titel des Songs gemeinsam mit dem Namen der Band. Das Set hier ist komplett anders als bei Marilyn Manson. Es gibt nur einen kleinen Raum, in dem eine Art große Kiste steht, die nur in Richtung Kamera offen ist (aus der man theoretisch einfach hinaus gehen könnte), in der ein erwachsener Mann kaum aufrecht stehen kann. Im Laufe des Videos verändert diese „Kiste“ ihre Farbe von blau zu rot zu braun wieder zu blau. Die Farbe Blau wird ja auch bereits in dem Titel des Songs verwendet, allerdings ist dies wohl eher eine Anspielung auf die Bedeutung von „blue“ als „traurig“. Trotzdem wird gerade dadurch der Einsatz der Farben sehr wichtig, da häufig Gefühle mit Farben assoziiert werden und Blau hier für

Sehnsucht und Traurigkeit steht, während Rot für Liebe, Leidenschaft, aber auch für Wut steht. Die Mischung gerade dieser beiden Farben ist in dem Musikvideo sehr dominant und trägt dazu bei den Wahnsinn und die Verwirrung des Sängers auszudrücken und die gesungenen Worte noch zu unterstreichen. Braun wird mit der Erde und der Natur assoziiert. Diese beiden Assoziationen können etwas Positives sein, etwas, das uns Geborgenheit gibt, oder es kann die innere menschliche Natur darstellen, welche in diesem Fall langsam dem Wahnsinn verfällt und für Verwirrung und Angst steht.

Während der Sänger häufig ein Close Up seines Gesichts vor einem roten Hintergrund bekommt und er zuerst normal und dann immer verrückt werdender in die Kamera singt, also die vierte Wand durchbricht und so wie Marilyn Manson die ZuseherInnen des Videos direkt anspricht, bekommen die anderen Bandmitglieder weit weniger Close Ups. Alle befinden sich in einzelnen Einstellungen einige Male in der „Kiste“. Sie tragen jedes Mal verschiedene Outfits, die Beleuchtung ändert sich und sie tun unterschiedliche Dinge. Sie spielen ihre Instrumente, stehen einfach nur herum, sind mit Kerzen umgeben, etc. und je weiter die Geschichte des Videos fortschreitet umso mehr wollen sie sich aus der „Kiste“ befreien und versuchen auszubrechen, können es aber nicht. Der Sänger zeigt sein Durchdrehen in der Zwischenzeit durch aufgerissene Augen, dadurch, dass er sich seinen Kopf hält und seltsame Handbewegungen macht und natürlich durch den gesungenen Text. Besonders wichtig ist hier, dass es sehr wenige unterschiedliche Kameraeinstellungen gibt, ganz im Gegenteil zum „Sweet Dreams“ Videoclip. Es gibt die Close Ups, bei denen man die Gesichter der Bandmitglieder sehen kann und die stets selbe Einstellung, in der man die gesamte „Kiste“ im Blick hat. Interessant ist, dass die ganze Band zwar Gothic angehaucht, aber sehr typisch maskulin gekleidet ist und sich auch sehr typisch männlich verhält. Hier werden keine Gendergrenzen überschritten, was eher untypisch für eine japanische Visual Kei Band ist. Trotzdem wirkt dieses Video, wenn auch auf eine komplett andere Art und Weise als Marilyn Mansons Clip, wie ein Alptraum. Dieses eingeschlossen sein in einem kleinen Raum, bei dem die Wände jederzeit näher kommen könnten, dieses „nicht wegkönnen“, obwohl man eigentlich nur einen Schritt hinaus machen müsste, und das plötzliche, unerklärliche, unlogische Verändern der Outfits/Szenerie/Beleuchtung erinnert an Alpträume, mit denen sich viele der Zuschauer vermutlich identifizieren können. Es mag vielleicht auf den ersten Blick nicht so verstörend sein, wie Marilyn Manson, der als verzerrtes Monster auf die Kamera zustürmt, doch es ist verstörend auf

einer subtileren Ebene. Beide Videoclips erinnern auch an die visuelle Darstellung eines Drogentrips, der zu schlimmen Halluzinationen führt und schlecht endet.

Da jeder Mensch, egal aus welchem Kulturkreis er kommt, Ängste und Albträume kennt, sind die beiden hier von mir verglichenen Videoclips gewiss zumindest auf einer rein emotionalen Ebene für die meisten gut verständlich. Allerdings werden die kulturellen Anspielungen, besonders in Marilyn Mansons Musikvideo aufgrund ihrer bestimmten Zeichensysteme trotz des interkulturellen Austausches vermutlich nicht von allen internationalen Zuschauern identifiziert und verstanden. Marilyn Manson selbst sagt, dass er zwar insgesamt über die Menschheit an sich schreibt, aber sich konkret in seinem Werk doch sehr auf die amerikanische Kultur konzentriert.

“I'm a controversial artist, one who dares to have an opinion and bothers to create music and videos that challenge people's ideas in a world that is watered-down and hollow. In my work I examine the America we live in, and I've always tried to show people that the devil we blame out atrocities on is really just each one of us. So don't expect the end of the world to come one day out of the blue - it's been happening every day for a long time.”¹³⁵

Das Video von Luna Sea zu „True Blue“ relativ wenige Hinweise auf die Kultur des Visual Kei und die japanische Kultur als solches. Die Bandmitglieder sind sehr westlich gekleidet, verhalten sich nicht nach dem Vorbild des Visual Kei Stils, die Kulisse ist auch nicht sehr aussagekräftig, sondern wirkt sehr universell. Das Motiv des Albtraums und des Verrücktwerdens ist auch international verständlich, ebenfalls die Bildsprache und der Einsatz des Lichtes und der Farben um die wirre Stimmung zu unterstreichen. Wäre da nicht die Sprache in welcher der Sänger das Lied singt, könnte es sich bei dem Video durchaus um das einer westlichen Rockband handeln.

Der Unterschied der beiden Clips besteht meiner Meinung nach also darin, dass man bei Marilyn Mansons „Sweet Dreams“ eindeutige Zeichen der westlichen Kultur erkennen

¹³⁵ MANSON, Marilyn in Robert Wright's, “‘I'd sell you suicide': Pop Music and Moral Panic in the Age of Marilyn Manson”, in *Popular Music*, Vol.19, No.3, Oktober 2000, S.382., <http://links.jstor.org/sici?sici=0261-1430%28200010%2919%3A3%3C365%3A%27SYSPM%3E2.0.CO%3B2-W>, 5.4.2013

kann und zwar zahlreich und sehr offensichtlich, während man bei Luna Seas „True Blue“ kaum Zeichen auffinden kann, welche auf ihren kulturellen Background schließen lassen. Im Jahr 2010 wurde Marilyn Mansons Video zu „Sweet Dreams“ von Billboard zum „Scariest music video ever made“ gekürt, was zeigt, dass die Vision der Band und des Regisseurs erfolgreich umgesetzt wurde.

“Not only does Manson know his own place in the rock pantheon; he has an uncanny sense of the relationship of mainstream rock culture to the margins - and he exploits its tensions at every opportunity. [...] Marilyn Manson is a semiotic threat from deep within the dominant culture. He knows full well that he is playing, not only with inter-generational dynamite, but with the legacy of the PMRC, the neoconservative right, the censorship lobby, the hegemony of banal rock radio and, above all, the thoroughly fraudulent claim that rock music causes teen suicide.”¹³⁶

3.2.5. Patti Smith vs. Glay

Als letztes will ich mich mit „Summer Cannibals“¹³⁷ von Patti Smith aus dem Jahre 1996 und mit „Be with you“¹³⁸ von Glay aus dem Jahr 1998 beschäftigen. Beide Videos sind sehr eher untypisch für ihr jeweiliges Genre (Punk/Rock und Visual Kei), sind in Schwarzweiß gehalten und haben äußerst schwer verständliche (damit meine ich die Bedeutung und nicht die Aussprache) Lyrics.

In einem früheren Theoriekapitel bin ich bereits auf Patti Smith und ihre interessante Stellung in der Punkrockmusikwelt eingegangen und habe darauf hingewiesen, dass sie nicht dem Bild des typischen weiblichen Rockstars entspricht, sondern Grenzen überschreitet und sich nicht in eine Schublade zwängen lässt. Aus diesem Grund finde ich es sehr spannend eines ihrer Videos mit dem einer nur aus männlichen Mitgliedern bestehenden Visual Kei Band zu vergleichen und auch hier eines auszuwählen, welches nicht der Norm entspricht und aus den typischen Verhaltensmustern ausbricht.

Das Video zu „Summer Cannibals“ wurde von dem legendären Fotografen und Filmemacher Robert Frank gedreht und ist somit eine Kollaboration zwischen der Sängerin

¹³⁶ WRIGHT, Robert, “‘I’d sell you suicide’: Pop Music and Moral Panic in the Age of Marilyn Manson”, in *Popular Music*, Vol.19, No.3, Oktober 2000, S.379f., <http://links.jstor.org/sici?sici=0261-1430%28200010%2919%3A3%3C365%3A%27SYSPM%3E2.0.CO%3B2-W>, 5.4.2013

¹³⁷ Patti Smith, “Summer Cannibals”, 1996, <http://www.youtube.com/watch?v=vBJtS3IhwCY>, 6.4.2013

¹³⁸ Glay, “Be with you”, 1998, http://www.youtube.com/watch?v=IRAc3Q_foH0, 6.4.2013

und dem Regisseur, die ein völlig neues Kunstwerk erschafft. Es ist in einem körnigen Schwarzweiß gedreht und wirkt, als wäre es viel älter als es tatsächlich ist. Patti Smith und ihre, nur aus Männern bestehende, Band bleiben während des gesamten Videos in einem Kelleratelier und begeben sich auch am Schluss nicht ins Freie, obwohl man gegen Ende Fenster und eine Türe sehen kann, welche Sonnenlicht in den Raum lassen. Das gesamte Video scheint von einer Handkamera gefilmt worden zu sein, die sich ständig bewegt und das Geschehen von einer großen Nähe aufnimmt. Man sieht zu Beginn nur die Decke des Raumes, dann die Bandmitglieder und einen Mann, der etwas auf die Wand schreibt. Die Sängerin ist, wie so oft, sehr androgyn angezogen, trägt offensichtlich keinen BH, hat zerzauste Haare und wirkt gänzlich ungeschminkt. Sie singt immer wieder in die Kamera, was allerdings von Close Ups diverser Gegenstände unterbrochen wird. Man sieht einen Holztisch auf dem eine Schüssel mit Wasser steht, man sieht Hände, einen Rosenkranz, Geld und eine Gitarre. Alle Menschen in dem Raum wirken, als würden sie schwitzen, hätten seit langem nichts getrunken oder gegessen und scheinen sich unwohl zu fühlen und ein bisschen verzweifelt zu sein. Möglicherweise langweilen sie sich auch, weil sie vielleicht keinen Ausweg aus dem Raum haben, oder sie werden langsam verrückt. Auf bizarre Weise erinnert die dargestellte Szene an ein christliches letztes Abendmahl „gone wrong“, bei dem es weder zu essen noch zu trinken gibt und bei dem statt Überfluss nur mehr traurige Vorzeichen gibt auf das was kommt. Patti Smith klettert auf den Tisch und beginnt die Decke über ihr zu berühren, während sie auf dem Tisch auf und ab läuft und sich seltsam (aber nicht „typisch feminin-sexy“) räkelt. Die Bandmitglieder sitzen rund um den Tisch herum und spielen mit ihren Instrumenten, etc., reagieren aber nicht sonderlich auf die Sängerin. Dann wispert sie einem von ihnen etwas ins Ohr und verändert ihre Pose zu einer die an eine betende Frau erinnert. Ob sie wirklich betet bleibt unklar, doch der Rosenkranz vom Anfang mag darauf hindeuten. Weiter sitzt Patti Smith am Tisch, beißt sich selbst in den Arm und legt sich dann auf den Tisch, als würde sie sich selbst als Essen für ihre Kollegen anbieten – was wiederum mit den Lyrics des Songs zusammenpassen würde, welche über das metaphorische kannibalistische Essen und Gegessen werden erzählen.

„Den medialen Raum des Musikvideos charakterisiert [...] nicht eine logisch-kausale Raum-Zeit-Kontinuität, sondern eine imaginative Bedeutungswelt, die auf

Konsistenz und Konstanz der bedeuteten Stimmungen und Gefühlen basiert. [...] Indem die Musik erzählt, der Songtext Sprachbilder zeichnet und die Bilder durch Rhythmus- und Tempostrukturen zu klingen versuchen, werden die Ausdruckskanäle des Videoclips zu inhaltlicher Kohärenz verwoben. Dabei wird die Bedeutung jedoch nie zu konkret: Der Videoclip braucht wie der Songtext eine bestimmte semantische Offenheit. Auf dieser großen Projektionsfläche ermöglichen sich somit die vielen konkreten Individualisierungen.“¹³⁹

Am Schluss des Clips sitzt die gesamte Band um den Tisch herum und sie performen den Song gemeinsam mit der Sängerin und sie scheinen auch Spaß dabei zu haben.

„Be with you“ von Glay ist ebenfalls in Schwarzweiß gehalten, erzählt aber sonst eine komplett gegensätzliche Geschichte. Die rein männliche Visual Kei Band ist, abgesehen von einer kurzen Einstellung vom Sänger gleich zu Beginn, während des gesamten Videos in den Straßen einer Großstadt (es könnte sich um New York handeln, was allerdings nicht erklärt wird). Es ist als Kontrast zu den traurigen Lyrics des Songs – der Sänger ist von seiner Geliebten getrennt und wünscht sich, dass er bei ihr sein könnte – stets Tag und man sieht sogar relativ häufig die Sonne hinter den Hochhäusern hervor scheinen. Die Art wie die einzelnen Bandmitglieder in der Stadt verteilt sind und wie diese Szenen gefilmt sind, lassen die Stadt selbst zu einem Hauptcharakter aufsteigen. Die Band ist zu Beginn aufgeteilt – einer fährt mit einem Cabriolet durch die Stadt, einer telefoniert in einer kleinen Seitengasse von einem öffentlichen Telefon vermutlich mit dem Sänger, einer geht mit einem Gitarrenkoffer in der Hand in Zeitlupe an einer Graffitiwand vorbei, dazwischen kann man sie aber immer wieder gemeinsam in einer Seitenstraße mit Hochhäusern und der Sonne im Hintergrund als Band performen sehen. Alle Bandmitglieder bleiben in ihren Einzelszenen stets in Bewegung und gehen dann am Schluss alle zu demselben Auto mit dem sie gemeinsam wegfahren.

Trotzdem die Handlung tagsüber spielt, sind die einzelnen Einstellungen relativ dunkel und es gibt ein stetiges Spiel mit Licht und Schatten, welches womöglich die innere Zerrissenheit des Sängers darstellen soll, der sich ebenfalls zwischen Trauer über seine verlorene Liebe und dem darüber Hinwegkommen und Neuanfangen befindet. Es gibt viele Close Ups der Bandmitglieder und viele Überblendungen der Stadteinstellungen. Das

¹³⁹ KAUL, Susanne/PALMIER, Jean-Pierre/SKRANDIES, Timo [Hrsg.], *Erzählen im Film – Unzuverlässigkeit, Audiovisualität, Musik*, transcript Verlag, Bielefeld 2009, S.14

Musikvideo ist langsam geschnitten, beinhaltet viele Auf und Abblenden, Überblendungen, Zeitlupen und längere Sequenzen. Es scheint auch keine Handkamera zu geben, sondern alles mit einem Stativ, einem Kran oder einem Dolly gefilmt worden zu sein. Dadurch unterscheidet es sich enorm von Patti Smiths Videoclip, in dem die Einstellungen oft wackelig, nahe am Geschehen, unscharf und vor allem schnell geschnitten sind. Das Glay Video erzählt von einer Reise, weshalb alle Protagonisten (inklusive der Stadt und des Lichts) ständig in Bewegung bleiben und sozusagen ihren Weg vorwärts gehen. Obwohl es sich auch um eine Flucht vor dem unerwünschten Schlimmen handeln könnte, ist es, wenn man auf die Lyrics achtet eher wahrscheinlich, dass es sich um das Leben selbst handelt, welches nicht stehen bleibt, sondern sich vorwärts bewegt, auch wenn man dies nicht unbedingt möchte. So eine Reise gibt es in „Summer Cannibals“ nicht unbedingt, denn die Band bewegt sich nicht aus diesem einen kleinen Kellerraum fort und bleibt stets an derselben Stelle.

Die Männer in Patti Smiths Videoclip sehen aus wie typische amerikanische Männer, sie sind nicht speziell „Rockstarmäßig“ angezogen, sondern wirken wie Durchschnittsbürger. Die Sängerin selbst dagegen wirkt alles andere als feminin. Ihre typische androgyne Art wird auch hier sowohl durch ihr Äußeres – geschlechtsunspezifisches Gewand, wilde, zerzauste Haare, kein Make Up, kein Schmuck – als auch durch ihr Auftreten zum Ausdruck gebracht und macht sie in dieser Szenerie beinahe zu „one of the boys“. Sie spielt nicht mit ihrer Weiblichkeit, sie zeigt nicht ihren Körper als eine Möglichkeit um durch das hervorrufen von sexuellen Fantasien mehr Fans zu bekommen und sie reduziert sich selbst nicht nur auf ihre Anatomie. Sie konzentriert sich ganz auf ihre Kunst und ist dabei beinahe geschlechtslos. Im Westen überschreitet sie dabei aber eine Gendergrenze, weil sie teilweise typisch männliche Verhaltensweisen und Bewegungen annimmt und maskuline Kleidungsstücke trägt. Sie verhält sich nicht konform dem Bild, welches die Gesellschaft von einer Frau (vor allem auch im Musikbusiness) hat. Interessant zu sehen ist, dass sie auch die Bandmitglieder von Glay in ihrem „Be with you“ Videoclip nach japanischem Visual Kei Stil nicht typisch verhalten. Sie sind Männer, die sich in schwarzer maskuliner Kleidung zeigen, kein Makeup tragen und sich auch sonst sehr maskulin verhalten. Sie befinden sich in ihrem Musikvideo vermutlich in einer westlichen Stadt und verhalten sich dementsprechend auch sehr westlich. Sie kleiden sich nicht wie für Visual Kei Musiker typisch wie Manga/Animefiguren, die Perücken, Makeup und feminine

Kostüme tragen. Es gibt außer den Bandkollegen und er Stadt keine Protagonisten in dem Video – es gibt keine (kaukasische/japanische) Frau, die angesungen wird, keine Erinnerung an eine gemeinsame Zeit, keine Réunion mit der Geliebten. Es kommen überhaupt keine anderen Personen in dem Video vor, was zwar durchaus öfter im Visual Kei passiert, allerdings kaum in einer westlichen Stadt, in Schwarzweiß und mit schwarzen, maskulinen Anzügen.

Weiter gibt es in „Summer Cannibals“ durch die gezeigten Dollarscheine und den an die Wand geschriebenen englischen Schriftzug einen Verweis auf die amerikanische Kultur, dem durch das Zeigen des christlichen Rosenkranzes und der Gebethaltung der Sängerin noch ein Verweis auf die im Westen weit verbreitete Religion des Christentums hinzugefügt wird. Auch in dem Songtext gibt es einen Verweis auf den Süden Amerikas, in dem die Religion noch stärker vertreten ist, als im Norden.

In dem Video von Glay gibt es durch das Setting, die Art der Performance und das Aussehen und Auftreten der Band beinahe mehr Verweise auf die westliche Welt als auf die Kultur aus der die Band ursprünglich stammt. Natürlich ist die gesungene Sprache ein Hinweis auf die japanische Kultur, jedoch wirkt es so, als würde sich die Band gerne besonders international zeigen. Der interkulturelle Austausch hat hier bereits stattgefunden und die japanische Visual Kei Band ist als solche in ihrem Musikvideo kaum wiederzuerkennen. Somit ist ihr Video aber auch, wie gewünscht, von einem westlichen Publikum leicht verständlich und die verwendeten Zeichen sind universal, was wahrscheinlich bei Patti Smiths Video nicht unbedingt der Fall ist.

Beide Lieder haben einen sehr metaphorischen Text, den man nicht wörtlich nehmen sollte und der womöglich keine direkte Aussage hat. Die Videos unterstützen diese speziellen Lyrics, welche vielleicht auf ihre Art und Weise eine Gesellschaftskritik sind, indem sie ihre eigenen visuellen Kunstwerke bilden, die ganz für sich selbst stehen können.

“Surely Joyce was right to say that “poetry, even when apparently most fantastic, is always a revolt against artifice, a revolt, in a sense, against actuality... it makes no account of history, which is fabled by the daughters of memory, but sets store by

every time less than the pulsation of an artery, the time in which its intuitions start forth, holding it equal in its period and value to six thousand years.”¹⁴⁰

3.3. Videos seit 2000

Während sich in den 90er Jahren im Gegensatz zu den 80er Jahren in Japan Visual Kei technisch schon sehr viel getan hat und die Bands größere Popularität innerhalb ihres eigenen Landes und auch außerhalb der Landesgrenzen erlangt haben, beginnt Anfang der 2000er Jahre ein regelrechter Visual Kei Boom. Es gründen sich immer mehr Bands und diese beginnen international zu touren. Interessant ist auch, dass es zuvor keine kommerziell erfolgreichen All-Girl Bands im Visual Kei gab und sich auch hier ein positiver Trend abzeichnet. Aus diesem Grund werde ich in diesem Kapitel auch zwei All-Girl Bands miteinander zu vergleichen. Ich möchte auch vorweg nehmen, dass, aufgrund dieses Anstiegs an erfolgreichen Gruppen, dieses Kapitel weitaus mehr Analysestoff zu bieten hat und ich mich daher dazu entschlossen habe, mehr Videos als in den vorhergegangenen Kapiteln zu vergleichen.

3.3.1. The Pretty Reckless vs. D

Als erstes werde ich den Song „Miss Nothing“¹⁴¹ der amerikanischen Rockband The Pretty Reckless analysieren und mit dem Song „Akaki hitsuji ni yoru bansankai“¹⁴² der Visual Kei Band D vergleichen. Beide Lieder wurden im Jahr 2010 veröffentlicht und haben neben einem ähnlichen Musikstil auch einige Gemeinsamkeiten im visuellen Bereich aufzuweisen.

Bei D's Song gibt es ein kurzes Intro, welches nur mit sehr leiser Musik und noch ohne Gesang beziehungsweise nur einem Wispern des Sängers begleitet wird, und in dem man sehen kann, wie fünf Personen in Kuttenartigen Umhängen von außen (die Kamera filmt gegen das Licht) eine Villa betreten. Die Kamera folgt ihnen durch lange Gänge, bis man schließlich sieht, dass der Sänger der Band, der ein schwarz-rotes Korsett trägt, lange Haare hat, Makeup trägt, hohe Schuhe anhat und rote Lederhandschuhe trägt, der einzige in einer roten Kutte ist und die anderen Bandmitglieder alle schwarze Kutten tragen.

¹⁴⁰ FLETCHER, Angus, *A New Theory for American Poetry: Democracy, the Environment, and the Future of Imagination*. Harvard University Press, Cambridge, 2004, S. 183

¹⁴¹ The Pretty Reckless, „Miss Nothing“, 2010, <http://www.youtube.com/watch?v=hFIHsKEXcYg&ob=av2e>

¹⁴² D, „Akaki hitsuji ni yoru bansankai“, 2010, http://www.youtube.com/watch?v=RX_VZubr6Lo&feature=related, 12.3.2013

Alle fünf erinnern ohne Kutten an Burlesquetänzerinnen. Sie finden sich in einem prunkvollen Raum mit Kristalleuchter ein und beginnen ihren Auftritt mit Instrumenten und einem goldenen Mikrophon. Hier kann ein guter Vergleich zum Video zu „Miss Nothing“ gezogen werden: Die Band The Pretty Reckless hat im Gegensatz zu D eine Frau als Leadsängerin und ihr Video ist von Beginn an sehr auf sie zentriert. Der Openingshot ist ebenfalls im Prunksaal einer Villa, mit Kronleuchter und goldenen Verzierungen, allerdings ist hier im Bildmittelpunkt eine Tafel, an der neun Männer (drei davon Bandmitglieder) und die Sängerin sitzen und die sofort an das Bild „Das letzte Abendmahl“ von Leonardo DaVinci erinnert. Die Sängerin Taylor Momsen nimmt hier nicht den mittleren Platz von Jesus ein, sondern den rechts daneben, auf welchem in der Originalversion Johannes sitzt, welcher aber in diversen Theorien der Platz von Maria Magdalena ist. Hier wird ein Rückbezug auf die im Westen sehr verbreitete Religion des Christentums genommen und damit auf die Kultur in der die Band aufgewachsen ist. Taylor trägt ein beiges Korsett, Strapse und hohe Schuhe und einen Brautschleier, den sie sich gleich zu Beginn abnimmt. Diese helle Farbe deutet auf Unschuld hin, welche aber eindeutig durch den Rest des Outfits kontrastiert wird. Das gesamte Video ist in perfektem Rhythmus zum Song geschnitten, was in D's Video nicht der Fall ist. Die männlichen Mitglieder von The Pretty Reckless tragen zwar Eyeliner und schwarzen Nagellack, allerdings sind sie sonst in Lederjacken und sehr maskulinen Outfits gekleidet. Hier wird zwar mit der sexuellen Anziehung einer Frau auf die ZuseherInnen gespielt, da sich die Sängerin während des gesamten Videos sehr sexy räkelt und über den Tisch, allerdings hat sie die Kamera auch stets fest im Blick und kontrolliert damit die ZuseherInnen.

“[...] Far more typical is the use of a thin narrative line, witty in tone, which provides the basic situation for an erotic fantasy on which the spectator can elaborate according to his/her sexual tastes. The holes in the plot are usually filled by the lush visuals-the exotic settings, costumes, hair styles and make-up as well as the fast cutting and effects. The narrative line makes these visuals and their sequential arrangement easier to remember, for the order appears to make sense

rather than being random. Instead of performing on stage, the singer plays a dramatic role within the story, which includes recitative or a singing narration. „¹⁴³

Von Anfang an sieht die Tafel nicht sehr geordnet aus und die Sängerin verbreitet noch mehr Chaos indem sie Essen vom Tisch wirft, sich auf der Tafel wälzt und mit Rosen um sich wirft. Sie spielt die Verführerin, einerseits in der Rolle der Maria Magdalena, andererseits in der Rolle der Leadsängerin einer Band die durch ihren Sexappeal auf sich und ihre Musik aufmerksam machen möchte.

„Some critics [...] have argued that the rise of empowered and seductive female pop stars who directly or indirectly speak about the plight of women represents a new stage in the history of patriarchy – the rise of popular feminism. Popular feminism is the watered-down version of earlier theories of feminism that also promote gender equality but support the image-centered view of a voyeuristic and easily marketable ‘power girl’. „¹⁴⁴

Sie leidet für die Kamera und drückt ihren Schmerz aus, wirkt damit automatisch sympathisch und gleichzeitig melodramatisch, was auch im Visual Kei immer ein wichtiges Thema darstellt. Auch im Video der Band D spielt das romantische Motiv eine große Rolle. Der Sänger, welcher sich nach europäisch/westlicher Charakterisierung wie eine Frau verhält, bleibt während des gesamten Videos im Fokus und macht im Grunde genau dasselbe wie seine amerikanische Kollegin Taylor Momsen – er ist umgeben von den Farben schwarz und rot, es gibt Kerzen und Rosen und die ultimative Verbindung von Romantik und Leid: einen Vampir. Dieser Vampir ist interessanterweise ein kaukasischer Mann, der zu Beginn des Videos mit zwei kaukasischen Frauen in völligem Stillstand an der Tafel sitzt und der diese beiden Frauen später im Beisein des ebenfalls kaukasischen Butlers (welcher große Lust beim Anblick empfindet) in den Hals beißt und sie damit umbringt. Als dann der Sänger der Band den Raum betritt, sich an die Tafel setzt und in aller Ruhe am Kopfende etwas isst und trinkt und weiterhin seinen Song singt, ist der

¹⁴³ KINDER, Marsha, “Music Video and the Spectator: Television, Ideology and Dream” in *Film Quarterly*, Vol. 38, No.1, Autum 1984, S.8

¹⁴⁴ VANNINI, Phillip, „The Meaning of a Star: Interpreting Music Fan’s Reviews”, in *Symbolic Interaction*, Vol. 27, Nr. 1, 2004, S.63f.

Vampir von ihm wie in einen Bann gezogen und als er versucht ihn ebenfalls zu beißen, schickt er ihn zurück auf seinen Platz, nur um ihn dann ohne jeden Aufwand mithilfe der Flammen der Kerzen zu vernichten. Er behält also somit gleichzeitig die Macht über die ZuseherInnen des Videos, indem er häufig verführerisch und dominant in die Kamera schaut, als auch über das Dunkle, das Unbezwingbare, das Unsterbliche, den (nicht asiatischen) Vampir. Er ist begehrenswert und powervoll und auch provozierend, da er eine rote Peitsche in der Hand hält und offensichtlich von dem männlichen Vampir, der zuvor von zwei Frauen erregt war, als Objekt der Begierde ausgewählt wurde. Da viele Visual Kei Stars von sich selbst teilweise behaupten Vampire oder ähnliche mythische Wesen zu sein, ihre Geburtsdaten und Herkunft zu einem Mysterium machen und sich selbst zu Legenden aufbauen ist diese Art der Selbstdarstellung im Video nicht verwunderlich. Während die Sänger von The Pretty Reckless sich nicht als ein übermenschliches Wesen darstellt, so nimmt sie doch eine der bekanntesten Rollen der westlichen Welt an, wenn sie sich in die Position der Maria Magdalena versetzt, welche laut diverser (Verschwörungs-) Theorien die Geliebte von Jesus gewesen sein soll. Im Laufe des Videos setzt sich Taylor Momsen auch einmal in den Stuhl von Jesus, vermutlich nicht um seinen Platz einzunehmen, sondern um zu zeigen, dass Maria Magdalena, als seine Geliebte, das Recht hatte, dies zu tun. Während sie sich auf und vor dem Tisch und unter dem Tisch offensichtlich sexuell aufreizend bewegt, bleiben die Männer an der Tafel beinahe still sitzen, reagieren nicht auf sie oder darauf was sich auf der Tafel vor ihnen befindet. Auf dem Tisch sind neben Obstschalen, Hummern und Schweinsköpfen auch ein Totenkopf und, vor dem Platz, der für Jesus vorgesehen ist, der heilige Gral, in den die Sängerin in Slowmotion Wasser hinein leert. All diese Aktionen könnten von religiösen Fanatikern als Blasphemie eingestuft werden, sind aber vermutlich nur als typische Provokation eines Rockmusikvideos gedacht.

Während die beiden Leadsänger beide auf ähnliche Weise die Hauptrolle in ihren Videos übernehmen und beide in die Kamera singen, ist der Einsatz der Band eine vollkommen unterschiedliche. Im Clip von The Pretty Reckless spielt die Band keine Instrumente, trägt kaum zur Handlung bei und bleibt weitaus passiv (der Gitarrist schreibt kurzzeitig etwas auf ein Blatt Papier, der Bassist wird von Momsen mit einer Flasche, welche zerspringt, auf den Kopf geschlagen und der Schlagzeuger bekommt von Momsen eine Rose, an der er riecht). Im Clip von D wird auf das eindeutige Talent der einzelnen Musiker teilweise

sogar in Slowmotion aufmerksam gemacht, indem man ihnen in einem Prunkraum gemeinsam mit dem Sänger beim performen zusehen kann. Sie bekommen ihre eigenen Close-Ups und ihre Instrumente werden ebenfalls in Großaufnahme gezeigt. Allerdings bleiben sie stets in diesem einen Raum und begleiten den Sänger nicht, als er in den anderen Raum geht um an der Tafel seine zweite Storyline zu verfolgen. Die Bandmitglieder sind nur das: Bandmitglieder, sie bekommen keine Rolle außerhalb ihrer Profession.

Im Bezug auf die Art wie die Clips gemacht sind, gibt es auch einige erwähnenswerte Unterschiede beziehungsweise Gemeinsamkeiten. Das amerikanische Video befindet sich stets nur in einem Raum und hat keine zweite Storyline im Gegensatz zu dem japanischen Video, in dem es eine Performance gibt und eine erzählte Geschichte. Bei beiden Videos ist die Location ähnlich, da sich beide Bands in einer Prunkvilla mit Kristallleuchter und Tafel befinden und abgesehen von Essen und Rosen keine Andeutung auf die Natur gemacht wird und auch die Helligkeit haben beide Videos gemeinsam, ebenso wie die angedeutete Romantik und Melodramatik. Außerdem lassen sich bei der Kameraführung einige Gemeinsamkeiten feststellen, da es bei beiden Videos abwechselnd Slowmotion und schnell geschnittene Bilder gibt und grundsätzlich viel Kamerabewegung stattfindet. Wobei es bei The Pretty Reckless auch ein perspektivisches Spiel mit einem Spiegel und ein Spiel mit Schärfe und Unschärfe gibt, welches bei D nicht vorhanden ist. Besonders das Ende ist bei beiden Videos sehr interessant. Bei The Pretty Reckless tauchen hinter den sitzenden Männern plötzlich stehende Männer auf, die allesamt wichtige Personen aus der Geschichte darstellen, wie etwa John Lennon und Jimi Hendrix, die beide eine Akustikgitarre spielen, oder Charlie Chaplin, der wie die anderen nur still daneben steht. Es wird durch den Einsatz von schnellem Schnitt und gradueller Unschärfe nicht genau darauf hingewiesen wer all diese Personen sind, allerdings reicht für die meisten Zuseher eine halbe Sekunden um wenigstens ein oder zwei der Figuren zu identifizieren. Dieser Hinweis auf die westliche Kultur mag ein Zeichen sein, welches von Japanern möglicherweise nicht sofort verstanden wird, ebenso wie der Hinweis auf die Kreuzigung Jesus', auf welche Momen aufmerksam macht indem sie am Schluss des Videos auf der Höhe von Jesus' Stuhl verkehrt auf dem Tisch liegt und eine Kreuzigungspose einnimmt. Was im Gegenzug vielleicht für Menschen aus der westlichen Welt nicht sofort verstanden wird, ist abgesehen von der Verkleidung der männlichen Bandmitglieder als Frauen, das

Ende des Visual Kei Clips: Der Sänger besiegt den Vampir indem er ihn in Flammen aufgehen lässt, steht auf und möchte den Raum verlassen, wobei er an dem kaukasischen Butler vorbei muss. Dieser hält ihm einen weißen Zettel und eine weiße Feder entgegen und der Sänger gibt ihm sein Autogramm und verlässt den Raum. Die letzte Einstellung zeigt den Butler wie er sich mit dem Zettel, eindeutig erregt, immer und immer wieder über das Gesicht wischt. Somit haben beide Enden etwas mit Absicht Verstörendes, wobei das amerikanische Video weitaus weniger positiv zu enden scheint als das japanische. Insgesamt drehen sich die Videos also um Religion, Kultur, Gender (Klischee im amerikanischen vs. Grenzüberschreitung im japanischen), das Frauenbild (die kaukasischen biologischen Frauen fallen im Visual Kei Video zum Opfer, während der asiatische Sänger, welcher eine Frau imitiert, den Vampir besiegt) und Zeichen, welche teilweise von einem internationalen Publikum verstanden werden können, wie etwa die Rosen, die Kerzen, das Leid und den Vampir als Zeichen für Romantik oder den Sexappeal der Leadsänger, der zu ihrem Vorteil eingesetzt und durch Outfit, Mimik und Gestik ausgedrückt wird. Aber auch Zeichen, welche nur von einem Publikum innerhalb der Kultur der Band verstanden werden können, wie das Crossdressing, den Einbezug der christlichen Religion oder den Bezug auf wichtige Personen der Weltgeschichte. Die beiden Videos sind auf YouTube zu finden, wobei „Miss Nothing“ vom offiziellen YouTube Channel der Band The Pretty Reckless upgeloadet wurde und bereits über 10 Millionen Hits aufzuweisen hat und das Video von D von einem privaten User auf die Plattform gestellt wurde und über weitaus weniger Hits verfügt. Visual Kei Videos sind größtenteils leichter auf mydailymotion.com zu finden, als auf YouTube.

3.3.2. The Pretty Reckless vs. Versailles

Als zweites Beispiel möchte ich den Song „Just tonight“¹⁴⁵ der oben bereits einmal verwendeten Band The Pretty Reckless mit dem Lied „Philia“¹⁴⁶ der japanischen Visual Kei Band Versailles vergleichen. Beide Songs wurden im Jahr 2010 aufgenommen und beide haben ein Intro, während dem die Lieder noch nicht beginnen. Bei „Philia“ handelt es sich um ein blondes, kaukasisches Mädchen, dass in einem Close Up im rechten Teil des Bildes in Zeitlupe an einer roten Rose riecht, während im linken Teil des Bildes das

¹⁴⁵ The Pretty Reckless, „Just Tonight“, 2010,

<http://www.youtube.com/watch?v=Y7VGOOnV2QhU&feature=relmfu>, 15.4.2013

¹⁴⁶ Versailles, „Philia“, 2010, <http://www.youtube.com/watch?v=SGJ4FQrLCzM>, 15.4.2013

Wort „Philia“ erscheint. Hier stellt sich wieder die Frage weshalb kein japanisches Mädchen verwendet wurde um diese Szene zu drehen. Da aber im Rest des Videos überhaupt keine Frau zu sehen ist, auch am Ende nicht, kann sie nicht als Love Interest gesehen werden. Erst als das Intro vorbei ist, beginnt der Song.

Bei dem Clip von The Pretty Reckless verhält es sich ähnlich. Auch hier gibt es ein Intro, bei dem das einzige Geräusch das entfernte Läuten von Glocken ist und bei dem man als erstes eine Hand sieht, von der ein Blutstropfen in Großaufnahme tropft und dann die Sängerin Taylor Momsen in Zeitlupe an einer Wand, die mit weißen Fliesen verkleidet ist und an der Vasen mit Rosen zu stehen, vorbeigeht. Rund um sie herum ist es dunkel, allerdings werden immer wieder, wie zufällig, Spots über Taylor und die Wand geschwenkt, die das Bild aufhellen. Momsen trägt ein kurzes, hautenges, rotes Lederkleid und ein schwarzes Hundehalsband, welches sie in jeder anderen Szene des Videos (trotz verschiedener Schauplätze und verschiedener Outfits) weiterhin trägt. Diese Szene aus dem Intro ist aber nicht mit dem Wechsel der Szenerie und dem Beginn des Songs aus, sondern kommt im Laufe des Videos immer wieder zurück. Schon am Anfang des Videos sieht man rot (das Kleid, die Rosen, das Blut) als dominante Farbe, die für Leidenschaft, Romantik und Liebe, aber gleichzeitig auch Wut und Verzweiflung steht. Die Glocken drücken etwas Mystisches, aber auch das Vergehen der Zeit aus. Das Einsetzen von Zeitlupe gleich am Beginn soll etwas Dramatisches zur Geschichte des Videos hinzufügen. Am Ende des 12 Sekunden Intros beginnt sofort das Lied mit Text und die Sängerin befindet sich, gemeinsam mit ihrer Band in einer dunklen, verlassenen Lagerhalle, in der sich Kerzen und Rosen, aber auch Dreck und Abfall befinden. Momsen trägt eine schwarze Abendrobe und die drei männlichen Bandmitglieder sind ebenfalls in schwarz gekleidet. Momsen trägt immer noch das schwarze Hundehalsband um den Hals. Eine ähnliche Szenerie bietet sich dem Zuseher auch bei dem Video zu „Philia“. Auch hier befindet sich die Band in einer heruntergekommen Gegend, allerdings scheint es sich eher um eine Ruine zu handeln, in der, in mitten von Dreck und Sand, Kerzenständer mit Kerzen stehen und am Boden in kleinen Feuerstellen Feuer brennt. Nebel/Rauchschwaden ziehen durchs Bild und die Band performt mit ihren Instrumenten in sehr femininer Kleidung. Ein gelblicher Filter ist über das Bild gelegt und die Szene, welche in der Nacht spielt, ist hell erleuchtet. Während diese Szenerie bei „Just Tonight“ eher langsam und in fließenden Kamerabewegungen gefilmt wird, handelt es sich bei „Philia“ um sehr schnell geschnittene

Ausschnitte. Beide Schauplätze liegen in einer verlassenen Gegend und es ist niemand dort, außer der Band, die dramatisch und unpassend edel angezogen sind im Bezug auf den heruntergekommen Hintergrund vor dem sie performen.

*„The locations that appear most often in music videos tend to be generic depictions, suggesting a concept of place, or representing a kind of place, rather than providing a detailed description of a specific setting – a beach, train station, concert hall, bridge, toilet, apartment, bar, or street corner. These generic settings are often stripped down, reduced to their barest essentials [...], the schematic character of the setting allows other elements – color, texture, props, costumes, and extras – to come to the fore.“*¹⁴⁷

Die Dunkelheit und der Einsatz von Kerzen und Feuer an sich, soll Dramatik entstehen lassen und ist abgesehen von dem positiven visuellen Effekt auch als Metapher für die brennende Liebe (in Form von Aufopferung oder glühender Leidenschaft) zu sehen. Bei Versailles gibt es nur zwei Schauplätze, während es bei The Pretty Reckless drei gibt, wobei man Einstellungstechnisch auch von sechs sprechen könnte. Versailles wechseln zwischen der bereits erwähnten Szenerie und einer anderen Ruine, in der alles in ein bläuliches Licht getaucht ist, hin und her. Der Sänger befindet sich, in Glitzeranzug und komplett veränderter Aufmachung, in einer verfallenen Ruine zwischen losen Steinen, während sich die Bandmitglieder nicht wie in der vorherigen Szene um ihn herum gruppieren, sondern alle scheinbar in einer anderen Location ihre Instrumente spielen. Über dem Sänger befindet sich ein großes Loch, durch das man Bäume und die Sonne sehen kann, die auf ihn hinunter scheint. Die Bandmitglieder stehen in einem Tunnel, bei dem das Licht von hinten kommt. Das Lied hat einige längere Instrumentalteile, bei denen der Fokus komplett auf dem Können der einzelnen Musiker liegt und sie ihre Skills eindrucksvoll und in Close Ups zur Schau stellen. In diesem Musikvideo kann man die Liebe der Band zum Frankreich des 14. Jahrhunderts vielleicht nicht so deutlich sehen, wie in manchen ihrer anderen Videos, allerdings ist bei den Kostümen der Bandmitglieder klar, woher die Einflüsse stammen.

¹⁴⁷ VERNALLIS, Carol, *Experiencing Music Video – Aesthetics and Cultural Context*, Columbia University Press, New York 2004, S.75

„Just Tonight“ zeigt die Band nur in der verlassenen Lagerhalle, während die Sängerin in verschiedenen Kleidern, verschiedene Storylines anführt. Sie singt in der schwarzen Abendrobe und in dem engen roten Lederkleid, allerdings während sie eine weiße Abendrobe trägt, singt sie nicht. In allen drei Ebenen trägt sie das schwarze Hundehalsband und in allen drei Ebenen sind rote Rosen zu sehen. Durch das gesamte Video hindurch verfolgt sie die Dunkelheit und die Farben, weiß, rot und schwarz sind stets dominant. In dem weißen Abendkleid geht Momsen in Zeitlupe eine mit Rosen gesäumte Treppe hinauf und als sie oben angelangt ist, beginnt sie schwarze Rosen in rote Farbe zu tauchen und diese dann mit dem Kopf nach unten auf eine weiße Leinwand aufzuhängen. Dabei sticht sie sich und Blut tropft von ihrem Finger. Dies passiert in dem Moment in dem der Text des Liedes „I’m too numb to feel right now“ lautet und sie reagiert mit schmerzverzerrtem Gesicht. Im Laufe des Videos zündet sie auch eine der Rosen an und sieht dabei zu wie diese verbrennt. Im gesamten Clip spielt sie mit der Idee des Märchens, abgewandelt in eine Gothicform. Sie spielt mit den typischen Klischees von dramatischer, unerfüllter Romantik und dem Bild des hübschen, leidenden, alleine gelassenen jungen Mädchens, welches zum Beispiel einmal in einem Close Up Blut weint (eine Anlehnung an das romantische Motiv des Vampirs, dessen Tränen aus Blut bestehen) oder mehrmals in Zeitlupe eine Treppe hinaufsteigt, was eine Reise, einen Weg zu einem bestimmten Ziel symbolisieren soll. Wie im zuvor erwähnten Video der Band zum Song „Miss Nothing“ wird auch in „Just Tonight“ häufig zwischen Schärfe und Unschärfe gewechselt; es gibt ein Spiel mit Licht und Schatten und der Fokus bleibt stets auf der Sängerin. All dies trägt zu einer bestimmten düsteren, aber auch hoffnungslos romantischen Stimmung bei, welche einen Mythos erschaffen und eine, wenn auch non-lineare, Narration einer komplizierten Liebesgeschichte erzählen soll. Interessant bei beiden hier verglichenen Videos ist, dass trotzdem das Lied jeweils von einer dramatischen Liebesgeschichte handelt und die Clips auch dementsprechend theatralisch inszeniert sind, die Person über die gesungen wird, nicht ein einziges Mal vorkommt. In „Just Tonight“ sieht man stets nur die Band und die Sängerin, und in „Philia“ sieht man ebenfalls nur die Band und den Sänger, vom „Lover“ gibt es nicht einmal ein angedeutetes Bild. Das offensichtliche Leiden des Sängers/der Sängerin bleibt konstant im Fokus (ihre Mimik und Gestik drücken Schmerz und Verzweiflung aus), sie inszenieren sich selbst als den

Mittelpunkt des Geschehens und fordern die ZuseherInnen somit auf mit ihnen mitzufühlen beziehungsweise mit ihnen mitzuleiden.

“In rock video it is not merely a matter of whether we hear and see the performer (as we do in live performance at a concert or nightclub) In many rock video clips the visuals do not focus primarily on the performer in the act of performing; [...] In most rock videos what we do see is a chain of disparate images, which may involve the musical performers, but which stress discontinuities in space and time—a structure that resembles the form of dreams.”¹⁴⁸

Auf zwei Szenen aus dem Video zu „Just Tonight“ möchte ich noch genauer eingehen, da diese einen großen Unterschied in der Dynamik des Clips machen und sich die beiden verglichenen Videos hierdurch extrem unterscheiden. In einer sehr kurzen Szene kann man eine Art Altar im Hintergrund erkennen, auf dem Rosen und Kerzen stehen und auf dem ein Totenkopf zu sehen ist. Im Vordergrund befindet sich ein altes, rundes Mikrofon, welches nach kurzer Zeit scharf und somit zum Mittelpunkt des Bildes wird. Die Sängerin tritt nicht, wie erwartet ins Bild und zum Mikrofon, sondern die Szene wird durch einen einfachen Cut beendet und die Storyline geht mit einer anderen Szene weiter. Warum also gibt es einen Altar, der etwas Okkultes an sich hat und im Vordergrund ein Mikrofon? Dies mag eine Anspielung auf die Kraft der Musik sein, welche die Musik zu einer Religion aufsteigen lässt und diese zum Heiligtum macht, welches angebetet werden soll/wird.

Die zweite Szene, welche besonders hervorsticht, ist eine in der die Sängerin Taylor Momsen in dem roten Lederkleid, welches sie im ersten Shot des Videos bereits trägt, in eine heruntergekommene, alte, verlassene Damentoilette geht und dort singt, gegen die Türen schlägt, sich auf den Boden kauert und sich in einem zersplitterten Spiegel betrachtet. Dies mag ein „sich selbst/seine eigene Seele sehen“ sein, oder aber ein „ich schaue in den Spiegel und lasse mir meine Seele rauben“. Da der Spiegel bereits zerbrochen ist und nicht von der Sängerin zerbrochen wird, könnte es auch nach einem alten Aberglauben dafür stehen, dass man in einem zersplitterten Spiegel den Teufel sieht.

¹⁴⁸ KINDER, Marsha, “Music Video and the Spectator: Television, Ideology and Dream” in *Film Quarterly*, Vol. 38, No.1, Autumn 1984, S.3

All dies kommt in „Philia“ nicht vor, trotzdem gibt es viele Gemeinsamkeiten zwischen den beiden Videos. Beide versuchen ihrem Publikum das zu geben, was diese sehen wollen, indem sie ihrem Image treu bleiben und die Message ihres Songs mit Bildern unterstützen. Während bei The Pretty Reckless die drei männlichen Mitglieder der Band sich sehr maskulin zeigen und die Sängerin extrem feminin hergerichtet ist, sind alle Mitglieder von Versailles sehr feminin angezogen und gestylt, da dies von ihnen erwartet wird und Teil ihres Konzepts ist. In beiden Videos ändern die „femininen Mitglieder der Band“ mehrmals ihre Kleidung und wirken dabei immer sehr edel und anmutig. Sie zeigen sich ganz deutlich innerlich verletzt und zerstört, was sich allerdings nicht bis nach außen durchschlägt. Die Sänger drücken ihre Verzweiflung, ihre Wut und ihre Trauer durch ihre Stimme, ihre Mimik und ihre Gestik aus, aber sie verstören nichts selbst, sie übertragen diese Gefühle nicht in Taten.

Im Vergleich zu anderen Visual Kei Clips kann „Philia“ beinahe als „banal“ und „brav“ bezeichnet werden, weshalb die Frage entsteht, ob es dadurch für ein westliches Publikum leichter zu verstehen ist und somit mehr Anhänger findet, oder ob es gerade aufgrund seiner „Gewöhnlichkeit“ eher auf Ablehnung beim westlichen Publikum stößt, da diese lieber Visual Kei Videos ansehen, die sie nicht vollständig verstehen können. Ist die Magie des Anderen, des Unbekannten, einer fremden Kultur so groß, dass ein international verständliches Musikvideo weniger Aufmerksamkeit generiert als ein traditionell japanisches? Interessant hierbei ist, dass Versailles ein zweites Musikvideo zu „Philia“ gedreht haben, welches allerdings nur auf einer international nicht erhältlichen Limited Edition CD zu sehen ist und daher kaum für westliche Fans zugänglich ist.

Abschließend möchte ich sagen, dass die beiden Clips Grundthemen teilen, welche auf der ganzen Welt verstanden werden können: Liebe, Verzweiflung, Romantik, Dramatik und Wut über eine komplizierte Beziehung.

3.3.3. Green Day vs. Gackt

Der dritte Vergleich beschäftigt sich mit dem Song „21 Guns“¹⁴⁹ aus dem Jahr 2009 der amerikanischen Band Green Day und dem Lied „Jesus“¹⁵⁰ des japanischen Visual Kei Künstlers Gackt, welches 2008 veröffentlicht wurde.

Beide Videos haben eine ähnlich aufgebaute Storyline und befinden sich nur in einer einzigen Location und diese ist extrem wichtig für das vermittelte Gefühl des Videos in Verbindung mit der gehörten Musik.

„Spatial and aural shapes can also correlate to emotional affects. [...] We respond to imagery and music that works together to reflect these spatial relationships.“¹⁵¹

Ebenfalls gemeinsam haben die zwei Clips ein kurzes Intro, währenddem der Song noch nicht beginnt. In Gackts Video sieht man einen kaukasischen Mann in Uniform, der in einem Close Up eine Waffe von einem Tisch aufhebt, sie sich gegen die Schläfe hält und abdrückt. Bevor man erkennt ob er tot ist, gibt es einen Schnitt und man sieht Gackt und seine Band in einem dunklen, düsteren, heruntergekommen leeren Raum performen, der grünlich gefärbt ist und an dessen Wänden sich flackernde Neonröhren befinden. Die gesamte Band ist in schwarz gekleidet und die einzige andere Farbe im Raum ist ein herausstechendes rot (die Haare eines Bandmitglieds, die Krawatte eines anderen). Ähnlich beginnt auch das Musikvideo von Green Day, in dem während des Intros ein junger Mann auf einem Sessel im Wohnzimmer seiner (sehr unordentlichen und überfüllten) Wohnung sitzt und die Patrone einer Waffe in seiner Hand hält. In einem Close Up kann man sehen wie er in Zeitlupe mit der Patrone spielt und diese dann zu Boden fallen lässt. Sobald die Patrone den Boden berührt gibt es einen Schnitt und man sieht ein Close up vom Gesicht des Sängers, der beginnt den Song zu singen und dann Close Ups der Band und der Instrumente. Der gesamte Clip ist mit einem gelblichen Filter unterlegt, der dem ganzen einen besonderen Ton verleiht.

Auch der weitere Verlauf der zwei hier verglichenen Videos ist ähnlich, denn bei Gackt gibt es immer wieder Schnitte zwischen dem Raum in dem sich der Offizier mit seinem

¹⁴⁹ Green Day, „21 Guns“, 2009, <http://www.youtube.com/watch?v=r00iiklDxW4&ob=av2n>, 8.3.2013

¹⁵⁰ Gackt, „Jesus“, 2008, <http://www.youtube.com/watch?v=kahscNQIUhE&ob=av2n>, 8.3.2013

¹⁵¹ VERNALLIS, Carol, *Experiencing Music Video – Aesthetics and Cultural Context*, Columbia University Press, New York 2004, S.213

braunen Sessel, seinem Couchtisch, seinem kleinen Spiegel an der Wand und seiner Waffe befindet und demselben Raum in dem die Band alleine performt und bei Green Day wechselt die Szenerie häufig zwischen dem jungen Mann in seinem Wohnzimmer mit seiner Freundin und der Band, die in genau diesem Raum spielt.

Gackts Video ist extrem schnell geschnitten, hat viele Kamerafahrten und viele Bild in Bild Sequenzen. Es soll desorientierend wirken und die ZuschauerInnen in den Zustand versetzen, in dem sich der Soldat, der die Hauptrolle übernimmt, befindet. Zu Beginn des Clips wechseln sich Gackt und die Band mit dem Soldaten im Raum ab, aber dann sieht man plötzlich, dass sich die Band um den Offizier herum befindet und sie ihren Song performen während er immer wieder versucht endlich abzudrücken. In „21 Guns“ sind der junge Mann und das junge Mädchen anfangs weit voneinander entfernt, das Mädchen schaut aus dem Fenster und sieht Polizeilichter blinken, lehnt sich an die Wand, an der viele Textzeilen geschrieben sind und schaut ihren Freund an, der immer noch auf dem Sessel sitzt. Als der Refrain beginnt kommen Schüsse von außen und beginnen die Wohnung zu zerstören. Das Mädchen und ihr Freund haben deutlich merklich Angst, während die scheinbar selben Schüsse die Band nicht vom performen abhalten und keiner der Bandmitglieder auf den Kugelhagel reagiert. Im Gegensatz zu „Jesus“ befinden sich Green Day und das junge Paar zwar im selben Raum und es passieren dieselben Dinge, allerdings sind sie nie gemeinsam in dem Wohnzimmer zu sehen. Es gibt hier aber extrem viele Close Ups in Zeitlupe, welche die zerstörten Gegenstände im Raum zeigen. Sobald die nächste Strophe beginnt, hören die Schüsse auf und das Licht, welches durch die Einschusslöcher scheint, wirkt beinahe schön und romantisch. Wie im „Jesus“ Video, gibt es auch hier einen Spiegel, der allerdings zerbrochen ist. Als der Refrain erneut anfängt, wird auch wieder das Feuer eröffnet, allerdings gehen dieses Mal das Mädchen und ihr Freund in Zeitlupe aufeinander zu und umarmen sich in der Mitte des Kugelhagels. Der Raum um sie herum wird auf einmal dunkel und ein Spot wird auf die beiden gerichtet, als sie sich küssen. Dasselbe passiert mit Sänger von Green Day, der ebenfalls im Dunklen steht und genau wie das Paar von der Kamera umrundet wird.

In Gackts Clip flackert das Licht die ganze Zeit über und man sieht alles ständig durch einen grünen Filter, allerdings gibt es einen Moment im Lied, in dem die Gesichter der Band plötzlich als Totenkopf aufflackern und der Sänger den Soldaten direkt ansingt/anschreit und ihn mit den Worten „Do it, do it, do it“ zum Selbstmord auffordert,

woraufhin der Soldat noch mehr ausrastet als zuvor und sehr eindeutig große Angst hat. Das Video endet damit, dass der Soldat alleine im Raum ist, abdrückt und tot auf den Couchtisch fällt. Für einige Sekunden steht die Band wie festgefroren um ihn herum, während die Kamera sich in einem Kreis um das Geschehen herumdreht, dann ist die Band wieder weg und man sieht den Toten von oben und es gibt einen langsamen Zoom out. Das Video von Green Day endet im Gegensatz dazu auf eine positivere Weise. Das Licht geht wieder an, die Schüsse hören auf und das junge Paar ist immer noch am Leben. Der Sänger Billy Joe steht am Ende im Dunklen, ebenfalls eingefroren. Das ganze Video ist stets nach dem Takt der Musik geschnitten und richtet sich auch thematisch nach dem Aufbau des Songs.

Green Day sind in Clip angezogen wie sonst auch, sie tragen westliche, leicht Punkbeeinflusste Kleidung, schwarzen Eyeliner und zeigen sich als harte Rocker, die einen Kugelhagel ignorieren um ihren Song zu spielen. Interessant ist, dass Gackt und seine Bandmitglieder sehr westlich und ungewohnt maskulin angezogen sind, viele grammatikalisch richtige und auch verständliche Songtextteile in Englisch singen und in ihrem Text auf Jesus, Judas und Maria eingehen. Der Song selbst wirkt Metallicainspiriert und könnte, wenn man das Lied ohne Musikvideo anhört durchaus als amerikanisches Werk anerkannt werden. Das Video hat keine merklichen japanischen Einflüsse und ist international eindeutig verständlich. Es wird nicht mit Gendergrenzen gespielt und es gibt auch keine Frau im Clip, die einen Love Interest darstellt. Das Video ist so konzipiert, dass der Soldat in dem Raum alleine ist und vielleicht aufgrund seiner Kriegsvergangenheit seinem Leben ein Ende setzen möchte. Allerdings fällt ihm dies nicht so leicht und er leidet in seinem Zustand zwischen seinen schrecklichen Erinnerungen und seinem düsteren Vorhaben. Gackt und die Band sind nicht wirklich bei ihm in dem Raum, sondern sind die Geister die ihn verfolgen und die sich in seinem Kopf befinden. Gackt gibt seinen Gedanken eine Stimme, er drückt aus, was sich der Soldat denkt und was er in diesem Moment fühlt. Seine Angst, seine Verzweiflung und seine Reue werden nicht nur durch die besondere Art der Kameraführung und sein Weinen und Zögern ausgedrückt, sondern auch durch die gesungenen Worte des Sängers. Wenn sich Gackts Gesicht und die Gesichter seiner Band kurzzeitig in Totenköpfe verwandeln, so repräsentiert dies den bevorstehenden Tod des Soldat ebenso wie die Menschen die der Soldat im Laufe seiner Karriere getötet hat und die nun kommen um ihn heimzusuchen. Der düstere Raum in dem sich der Mann

aufhält symbolisiert seine Einsamkeit und seine Verzweiflung, welche er am Ende besiegt in dem er abdrückt. Deshalb ist auch am Schluss des Videos kein Ton mehr zu hören und die Band steht eingefroren um ihn herum.

„Die letzte und wohl wichtigste Art musikalischen Mitteilens ist allerdings die Gefühlsschilderung. Musik steht in enger Verbindung mit der Psyche des Menschen. Ihre Machart wirkt sich direkt auf die emotionale Befindlichkeit aus: Solche Eigenschaften wie Tempo und Lautstärke, Melodik, Harmonik und Dissonanzgrad, Klangfarbe und Artikulation haben einen unmittelbaren gefühlsmäßigen Einfluss auf den Hörer und werden von ihm sogar selbst dann noch als Ausdruck wahrgenommen, wenn die Musik wie bei bestimmten Formen der Avantgarde vom Komponisten gerade auf Vermeidung von Ausdruck hin angelegt ist. Die Verbindung zum emotionalen Erleben ist letztlich unaufkündbar und liegt der Wahrnehmung von Musik wesenhaft zugrunde.“¹⁵²

Dies passiert auch in Gackts Song und meiner Meinung nach wird diese durch Musik übermittelte Gefühlslage durch die eindringlichen Bilder des Videos verstärkt und man fühlt sich als Zuhörer beziehungsweise Zuseher in die Gefühlswelt des Soldaten hineinversetzt – man leidet mit ihm.

Wenn man davon ausgeht, dass Gackts Musik in den letzten Jahren enorm an internationaler Bekanntheit zugenommen hat, ist es nur verständlich, dass er ein Musikvideo macht, welches sehr westlich anmutet. Andererseits ist es eine kontroverse Idee den Namen Jesus in einem Song zu verwenden und dann ein Video über Selbstmord zu drehen, da die Christliche Religion im Westen weitverbreitet ist und dies als Blasphemie angesehen werden könnte. Wenn man aber auch die Übersetzung der Lyrics beachtet so wird klar, dass dies kein Anti-Christlicher Song ist.

Green Days Song „21 Guns“ ist eine Anspielung auf die 21 Schüsse die abgefeuert werden beim Begräbnis eines gefallenen US Soldaten. Es ist ein Anti-Kriegslied und bringt so auch eine thematische Parallele zum Gackt Song „Jesus“.

¹⁵² KAUL, Susanne/PALMIER, Jean-Pierre/SKRANDIES, Timo [Hrsg.], *Erzählen im Film – Unzuverlässigkeit, Audiovisualität, Musik*, transcript Verlag, Bielefeld 2009, S.246f.

3.3.4. Envy on the Coast vs. D

Weiter möchte ich mich mit „Mirrors“¹⁵³ von Envy on the Coast aus dem Jahr 2007 und mit „Snow White“¹⁵⁴ von D aus dem Jahr 2009 beschäftigen. Beide Songs behandeln sowohl in ihren Texten wie auch in ihren Videos das Thema Schneewittchen, allerdings auf sehr unterschiedliche Weise. In „Mirrors“ gibt es ein junges Mädchen, die in einem roten Kleid in der Nacht durch düstere Gassen einer Stadt läuft und offensichtlich vor jemandem flieht. Auf der einen Seite scheint sie der Sänger der Band zu verfolgen auf der anderen Seite eine Gruppe von jungen Männern, welche vermutlich die sieben Zwerge symbolisieren sollen. Zwischendurch kann man die Band in einem hellen, dreckigen Raum performen sehen.

„Deutlich wird das >Klingen der Bilder< zusätzlich noch in den performance-Szenen. Vor dem Hintergrund der zuvor erzählten Geschichte wirkt das plötzliche Erscheinen der Musiker völlig deplatziert. Die in ihrer emotionalen Aufgeladenheit höchst befremdliche Mimik und Gestik der Akteure ergibt nur dann Sinn, wenn man sie nicht im Zusammenhang der Erzählung, sondern als Abbild der Musik versteht.“¹⁵⁵

In den Lyrics wendet sich der Sänger direkt an Snow White und versucht sie einerseits zu retten, andererseits sagt er aber auch, dass er ihr nicht helfen kann, weil er nicht ihr Prinz ist. Im Text wie im Video scheint er das Mädchen, das er liebt, von ihrer Kokainabhängigkeit (white snow) loslösen zu wollen, allerdings ist er vermutlich selbst der „vergiftete Apfel“, den sie isst, der sie erst in die Sucht getrieben hat und sie langsam tötet. Die Band performt ganz in schwarz und auch die Verfolger von Schneewittchen sind in schwarz gekleidet. Sie sticht durch ihr rotes Kleid stark heraus und auch die nächtliche Stadt die in ein seltsames rotes Licht getaucht ist fällt auf. In „Snow White“ von D hingegen ist die Szenerie eine gänzlich andere. Hier befindet sich die Band nicht in einer modernen, heruntergekommenen, düsteren Welt, sondern das Video wird mit Bildern von eingeschneiter Natur eröffnet, die friedlich und wunderschön, aber gleichzeitig auch

¹⁵³ Envy on the coast, „Mirrors“, 2007, <http://www.youtube.com/watch?v=pcTtbBXT23g&ob=av2e>, 7.3.2013

¹⁵⁴ D, „Snow White“, 2009, http://www.dailymotion.com/video/x7roxz_d-snow-white_music, 7.3.2013

¹⁵⁵ KRÄMER, Oliver, „Erzählstrategien im Videoclip am Beispiel des Songs ‚Savin‘ me‘ der kanadischen Rockband Nickelback“ in *Erzählen im Film – Unzuverlässigkeit, Audiovisualität, Musik*, transcript Verlag, Bielefeld 2009, S.252

bläulich kalt wirken soll. Man sieht zuerst Close Ups von einer Winterlandschaft mit Sträuchern/Bäumen, Rosen und einer Krone, die im Schnee am Boden liegt. Im Text singt der Sänger genau wie Envy on the Coast ebenfalls Schneewittchen direkt an, allerdings verkörpert der Sänger hier gleich selbst die Prinzessin und in späterer Folge auch zusätzlich die böse Stiefmutter. Er liegt in einem Glassarg, der mit Rosen übersät ist und der zu Beginn noch unscharf bleibt. Als nächstes sieht man ein Close Up vom Gesicht des Sängers, der angelehnt an das Outfit der bösen Stiefmutter in schwarz gekleidet ist, aber gleichzeitig Schneewittchen symbolisieren soll. Er hat kein Mikrofon oder Instrumente, aber er singt direkt in die Kamera. Dann hat er plötzlich einen roten, vergifteten Apfel, welchen Schneewittchen in der Originalgeschichte von ihrer bösen Stiefmutter bekommt, in der Hand, beißt hinein und lässt ihn dann in Zeitlupe fallen, nur um dann selbst in Zeitlupe nach unten aus dem Frame zu fallen. Wenn man ihn im Sarg liegen sieht, hat er seine Augen aber nicht geschlossen, sondern starrt mit roten Kontaktlinsen in die Kamera. Er greift dann von innen auf den Rand des Sarges, zieht sich hoch und steigt langsam heraus. Der Sarg wird weder wie in der Originalgeschichte bewegt, sodass das vergiftete Apfelstück aus Schneewittchens Mund fallen kann, noch wird der Sänger als Snow White von einem Prinzen geküsst, wie es in der Disneyversion der Fall ist. Es scheint als wäre der Sänger ganz von alleine, durch eine innere Kraft aufgewacht oder hätte sich, worauf allerdings nichts hinweist, außer die roten Augen, in einen Vampir oder ein ähnlich mythisches Wesen verwandelt, welches zu den lebenden Toten gehört. Während des gesamten Clips bleibt es stets sehr hell und das Rot des Apfels und der Rosen bilden den einzigen Kontrast zum Weiß des Schnees und zum Schwarz der getragenen Outfits (des Sängers und später der Band). Erst nach dem Close Up einer gefrorenen roten Rose, die auf den Boden fällt und in tausende Stücke zerbricht und einigen Aufnahmen von überdimensionalen Schneeflocken, erscheinen die andern Bandmitglieder hinter dem Sänger in der Schneelandschaft und beginnen, nachdem sich auch ihre Instrumente materialisiert haben, gemeinsam mit dem Sänger zu performen. Die Kameraführung bleibt stets sehr langsam und dramatisch und zeigt viele Close Ups und wenige Totalen. Bei Envy on the Coast werden bereits von Beginn an die Performanceszenen zwischen die erzählte Geschichte geschnitten. Passend zum Beat des Songs bleiben die Geschichte und der Schnitt stets in Bewegung. Das Mädchen/Schneewittchen läuft im Musikvideo vor ihren Verfolgern davon, allerdings weiß man nicht, ob diese ihr tatsächlich böses wollen

oder sie vielleicht vor jemand anderem oder ihr selbst retten wollen. Sie läuft im weiteren Verlauf des Clips am Ufer eines Flusses entlang, wo sie schließlich im Schatten einer Brücke von ihren Verfolgern eingeholt wird und sie schließlich wie tot am Boden liegt. Danach allerdings läuft der Sänger, mit einer dunklen Decke zugedeckt untertags auf einem Friedhof herum und ist scheinbar vom Sonnenlicht geschwächt, als wäre er ein Vampir und Schneewittchen ist auch dort und sie enden schließlich vor einem Mausoleum wo er zusammenbricht und sie sanft seinen Kopf streichelt. Geht man davon aus, dass die Parallele mit der Schneewittchen Geschichte sich sowohl auf die Sucht der Stiefmutter die Schönste sein zu müssen, als auf den Namen der Hauptperson „Snow White“ in Form von Kokain bezieht, als auch auf die Tatsache, dass Schneewittchen ständig an der Schwelle des Todes steht und die böse Stiefmutter die Drogen symbolisiert und das Mädchen im Clip gleichzeitig Schneewittchen ist, welche vor dem Tod gerettet werden soll, aber gleichzeitig immer weiter dahin getrieben wird, ist es nicht verwunderlich, dass das Motiv des Vampirs ebenfalls in das Video eingebunden wird. Der Vampir wird in diesem Zusammenhang als Verführer zum Düsternen, Mythischen, Schlechten dargestellt. Er wird vom Sänger gespielt, der das arme, naive Schneewittchen dazu bringen kann sich dem Bösen hinzugeben, aber gleichzeitig möchte er auch, dass ihr nichts passiert, denn auch in den Lyrics kann man hören, dass er sich selbst als etwas Negatives wahrnimmt, vor dem er sie schützen will. Obwohl es in dem Musikvideo keinen tatsächlichen, materiellen Spiegel gibt, in dem sie sich ansehen und die Wahrheit über ihre Situation erkennen könnte, gibt es einen symbolischen Spiegel, welcher versucht ihr die Augen zu öffnen und wie in der Disneyversion ist es die Stimme eines Mannes - die Stimme des Sängers, der sie anfleht ihr wahres Selbst zu erkennen. In „Snow White“ von D gibt es einen tatsächlich erscheinenden Spiegel, der sich genauso wie die Band, plötzlich aus dem nirgendwo materialisiert und in dem sich der Sänger, nun wohl in der Rolle der bösen Stiefmutter langsam betrachtet. Sein Spiegelbild sagt zwar nichts zu ihm in hörbaren Worten, allerdings verwandelt es sich für einen kurzen Moment in einen Wolf der ihn anstarrt, nur um dann wieder zu verschwinden. Der Wolf, der in vielen Erzählungen eine Metapher für das zweite Ich, die negativen Charaktereigenschaften eines Menschen ist, mit denen man zu kämpfen hat und die man nur im Spiegel sieht, in dem man seine Seele erkennt, mag hier dem Sänger/der bösen Königin all das Schlechte in ihm/ihr gezeigt haben. Der Sänger ist hier also die böse Stiefmutter, welche versucht Schneewittchen aus Eifersucht umzubringen, dieses auch

schafft und sich dann im Spiegel betrachtet und all das Böse in ihr selbst erkennt, gleichzeitig ist er aber auch Schneewittchen, das in den vergifteten Apfel beißt, stirbt und in einem Sarg aus Glas liegt, bis sie aus unerfindlichen Gründen aufwacht und ins Leben zurückkehrt und zusätzlich ist er auch der Prinz, der mit seinen Worten (dem Liedtext) mit Snow White spricht und versucht sie aufzuwecken. Der Sänger singt zwar auf Japanisch, allerdings ist im Refrain der Name Snow White klar in Englisch zu erkennen. Dies ist interessant, da die Ursprungsgeschichte aus Deutschland kommt und Snow White nur eine englische Übersetzung aber keineswegs der Originalname des Mädchens ist und es aufgrund der zahlreichen Übersetzungen der Geschichte nicht abwegig wäre, die japanische Version zu verwenden. Das Video endet damit, dass der Sänger die goldene Krone, die bereits am Anfang des Videos vorgekommen ist, in den Schnee legt und davon geht. Dies kann symbolisieren, dass die böse Stiefmutter entweder besiegt wurde, wie es auch in der Originalgeschichte vorkommt, oder aber durch die Wahrheit, welche sie über sich selbst im Spiegel gesehen hat, darauf verzichtet weiterhin die Königin zu sein. Es kann aber auch die Befreiung Schneewittchens symbolisieren, das in der Ursprungsversion den Prinzen heiratet und Königin wird, und der Sänger sie aber hier von diesen Zwängen erlöst, entweder durch ihren freiwilligen Tod, oder aber durch ihre seltsame Verwandlung in ein bereits oben erwähntes mystisches Wesen, welches den Tod überwinden kann. Abgesehen von der Tatsache, dass ein Mann (der Sänger) zwei Frauenrollen in diesem Video übernimmt und diese nicht von einer gecasteten Frau gespielt werden, möchte ich darauf hinweisen, dass die Aussage der Geschichte wohl ist, dass wir selbst unser größter Feind sind und jeder Mensch zwei Seiten hat, die unschuldige Gute und die düstere Böse, welche einen inneren Kampf auslösen, welcher schließlich von einer Seite gewonnen werden muss.

Das Ende des Videos bei Envy on the Coast ist ein, vermutlich eingebildeter, Kuss des Sängers und des Mädchens vor dem Eiffelturm in Paris. Dieser Kuss soll Schneewittchen aufwecken und sie ins Leben zurückholen, was aber aufgrund der bunten Farbgebung und der Mausoleumsszene davor eher im Kopf des Sängers stattfindet, als in der wirklichen Welt der Videogeschichte.

Die Geschichte von Schneewittchen kommt ursprünglich aus Deutschland und wurde von den Gebrütern Grimm aufgeschrieben. Seit der Disneyverfilmung hat das Märchen weltweite Verbreitung gefunden und spätestens seit der Eröffnung eines Disneylands in

Japan ist die Geschichte auch in Asien bekannt. Dieser interkulturelle Austausch hat dazu geführt, dass die Story ein beliebtes Thema für Bücher, Filme und wie hier, Songs geworden ist und international verständlich ist. Die Interpretation allerdings ist wie man an den oben angeführten Beispielen sehen kann, sehr unterschiedlich. Während in der amerikanischen Version ein hübsches, junges Mädchen den Part von Snow White übernimmt und dies als vielleicht etwas düstere aber durchaus verständliche Version der Disneyversion angesehen werden mag, spielt in der japanischen Version der Sänger, ohne Drag zu wirken, die Rolle des Schneewittchens. Wie bereits in einem früheren Kapitel erwähnt geht dies auf das Kabuki Theater zurück, in dem heterosexuelle Männer die Rollen von Frauen übernahmen und diese studierten bis man sie nicht mehr von einer biologischen Frau unterscheiden konnte. Dies gilt als etwas Besonderes und wird vom Publikum hoch geschätzt. Beide Bands verwenden ein allgemein, international bekanntes Märchen, welches eine klare Linie zwischen dem Guten und dem Bösen zeichnet um ihre eigene, individuelle Geschichte zu erzählen. Interessant zu sehen ist, dass die Farben, das Licht und die Kameraführung im Video zu „Mirrors“ die traurige, spannende, düstere Stimmung des Songs unterstützt, während in „Snow White“ die Szenerie stets romantisch und theatralisch bleibt und trotz oder gerade wegen der kalten Farben eine gänzlich andere, leidende, aber immer schöne und edle Stimmung erzeugen.

„[...] almost every musical and visual parameter, such as props, camera movement, lighting, melodic hooks, and lyrics, can serve a dual purpose. [...] the most magical moments in music video occur when a parameter simultaneously fulfills both functions in a virtuosic manner – the activity of the figure furthers the story (often through a transgressive gesture intended to undermine a socially contested norm) and illuminates musical structure. The visual element becomes magical because it can negotiate between two worlds – a real world and a musical world.“¹⁵⁶

Der Einsatz von Unschärfe und Zeitlupe unterstreichen die Dramatik, die in Visual Kei Videos von größter Wichtigkeit ist. Envy on the Coast geben mit ihrem Ende die Illusion einer Hoffnung, während D die japanischen Zuseher im Ungewissen und die westlichen

¹⁵⁶ VERNALLIS, Carol, *Experiencing Music Video – Aesthetics and Cultural Context*, Columbia University Press, New York 2004, S.69

Zuseher verwirrt zurück lassen. Sie bedienen sich also Zeichen, die interkulturell verständlich sind, bringen sie allerdings in einen neuen, schwer verständlichen Kontext.

3.3.5. Halestorm vs. Exist Trace

Als nächstes vergleiche ich „Love Bites“¹⁵⁷ von Halestorm (2012) mit „True“¹⁵⁸ von Exist Trace (2011). Diese beiden Videos gleichen einander in Form und Stil sehr stark und weisen beide auf den ersten Blick kaum auf den kulturellen Hintergrund der jeweiligen Band hin. Sie sind sehr ähnlich gefilmt und geschnitten und konzentrieren sich gänzlich auf die Performance der Band. Beide Clips verzichten darauf eine Geschichte zu erzählen, die möglicherweise die Songtexte unterstützen würde.

Halestorms Musikvideo ist in Schwarz und Weiß gehalten, ebenso wie Exist Traces Video, allerdings hat die Sängerin der Band Exist Trace rote Haare, die man im Schwarzweißen Clip noch als blasses rot erkennen kann. Halestorm spielen mit Licht, lassen den Hintergrund zwischen schwarz und weiß wechseln, wodurch man nicht erkennen kann wie groß der Raum ist, in dem sie sich befinden.

*„The space of music videos, especially ones employing computer graphics and sophisticated editing techniques, is space-less, one in which space is always virtual, not actual.“*¹⁵⁹

Sie lassen manchmal Spots auf die einzelnen Musiker richten um diese in den Fokus zu bringen und erhellen dann wieder den gesamten Bildausschnitt. Abgesehen von ein paar Sequenzen, die in Zeitlupe gezeigt werden um sie zu intensivieren, ist das Video extrem schnell geschnitten und passt sich somit dem Beat des Songs an. Die Zeitlupe wird hier eingesetzt um etwas zu kreieren, was im realen Leben nicht möglich wäre: die Zeit anzuhalten beziehungsweise sie zu verlangsamen und eine Bewegung intensiver darstellen zu können. Der Rest des Videos wird von vielen verschiedenen Winkeln gefilmt und zeigt alle erdenklichen Einstellungen, von oben, von unten, von hinten und von vorne, ebenfalls geachtet wird besonders auf die Dynamik der Kamera, die die Melodie des Liedes

¹⁵⁷ Halestorm, „Love Bites“, 2012, <http://www.youtube.com/watch?v=3QXiJt9N8pA>, 5.4.2013

¹⁵⁸ Exist Trace, „True“, 2011, <http://www.youtube.com/watch?v=rZjIIKiCj3g>, 5.4.2013

¹⁵⁹ JONES, Steve, „Cohesive but not Coherent: Music Videos, Narrative and Culture“ in *Popular Music and Society*, Vol.12, No.4, 1988, S.27

unterstützen soll. Der Fokus bleibt während des gesamten Clips auf der Band und ihrer Performance, welche allerdings nicht vor Publikum stattfindet, sondern einzig und allein für die Kamera gegeben wird. Dies erweckt in den Zuschauern das Gefühl, dass sie eine Privatperformance der Band bekommen und sich die Sängerin wie die Musiker nur auf sie konzentrieren und nur für sie persönlich auftreten.

„Die Studio-Performance [...] hat kein Publikum; sie findet nicht auf einer Bühne, sondern in einem relativ kleinen Raum statt; der Sänger hat kein Mikrofon. Deutlich ist das Geschehen für die registrierende Kamera inszeniert - da wird direkt in die Kamera gesungen, der Betrachter des Videoclips also direkt adressiert; der Raum wird so aufgebaut, daß [sic!] die Kamera leicht dezentriert wirkt (als sollte trotz der deutlichen Adressierung des Geschehens an den Bildschirm-Zuschauer die Illusion eines "möglichen Publikums" aufrechterhalten bleiben). Offenbar ist die Aufführung aber gespielt, womit gemeint ist: sie wird nicht ernsthaft vollzogen, sie ist fürs Medium inszeniert. Das, was wir sehen, ist nicht die eigentliche Aufführung: das ist die semantische Konsequenz aus der offenen Markierung der Studioaufführung als einer Simulation eines Auftritts.“¹⁶⁰

Durch dieses Weglassen einer zweiten Storyline wie etwa einer linearen Narration beziehungsweise einer realen Konzertsituation befindet man sich beim Ansehen des Videos gänzlich auf die Band konzentriert und man wird in eine realitätsferne Lage gebracht, welche die Außenwelt komplett ausschließt und die Band und ihre Performance zum Mittelpunkt des Universums macht. Für die Dauer des Musikvideos gibt es für die ZuschauerInnen nur die Band, die Instrumente, und das Spiel mit Kameraeinstellungen und Licht, welche diese optimal in Szene setzen. Die Sängerin spielt zwar teilweise Gitarre, hat aber kein Mikrofon in das sie hinein singt. Sie füllt den unbegrenzten Raum also mit ihrer Stimme ohne eine Verstärkung zu brauchen. Um die ZuschauerInnen noch mehr in ihren Bann zu ziehen, singt die Sängerin nicht nur direkt in die Kamera, sondern ist auch nur knapp bekleidet. Sie verweist deutlich auf ihre sexuellen Reize als Frau und stellt ihre Weiblichkeit offen zur Schau. Der Rest der Band – drei Männer – sind in einfache T-Shirts und Jeans gekleidet. Sie sind nicht durch ihre Kleidung als Rocker/Punks/Heavy Metaler

¹⁶⁰ WULFF, Hans J., „Die Ordnungen der Bilderflut: Konstellationen medialer Kommunikation als strukturbildendes Prinzip in Performance-Videos [1]“ in *Rundfunk und Fernsehen*, Vol.37, No.4, 1989, S.439

zu erkennen, sondern – und hier findet man einen Verweis auf die Außenwelt beziehungsweise auf die Kultur aus der die Band stammt – sie wirken wie „the all american guy“, der sich von den anderen Menschen, die nicht im Musikbusiness sind, nicht unterscheidet. Einerseits hilft dies der Sängerin dabei, im Mittelpunkt des Geschehens zu bleiben und andererseits sendet es eine Message an die vielleicht jungen Fans der Band, welche erkennen, dass „auch ein normaler junger Mann ein Rockstar sein kann“. Die Performance der Sängerin ist abgesehen von ihrem kurzen Rock, ihren hohen Schuhen, ihrem durchsichtigen Shirt, unter welchem man ihren BH sehen kann und ihrem Makeup nicht unbedingt auf Sex Sells ausgelegt, sondern soll eher das animalische zu Tage fördern. Passend zu den Lyrics des Songs ist ihre Performance wild und aggressiv und durchbricht ganz eindeutig die vierte Wand, da sie zwischenzeitlich sogar die Kamera angreift und den Zuseher direkt anschreit. Gleichzeitig mit dem „Verrücktsein“ soll aber auch ausgedrückt werden, dass sie in der Beziehung (sowohl in jener über die sie singt, als auch in der mit dem Zuschauer) ganz klar die Oberhand hat und, dass sie großen Spaß an dieser Überlegenheit und auch an der Performance selbst hat. Um allerdings auch auf die Instrumenten Skills der Bandmitglieder aufmerksam zu machen, gibt es immer wieder separate Einstellungen, welche die Männer beim Spielen ihrer Instrumente zeigt. Die Genderstereotypen werden in diesem Video größtenteils erfüllt und obwohl die Sängerin eindeutig als starke Frau präsentiert wird, so nutzt sie doch ihre feminine Seite um den Zuseher zu kontrollieren. Gleichzeitig werden auch die Heavy Metal/Rock Klischees erfüllt, denn es gibt Headbanging, einen beinahe gewalttätig Schlagzeug spielenden Schlagzeuger und einen Gitarristen und einen Bassisten, die ihre Instrumente als eine Erweiterung ihres Penis‘ benutzen. All diese Elemente sind natürlich im weiteren Sinne auch ein Rückbezug auf die westliche Kultur, aus der die Band stammt. Gerade diese visuelle Reduzierung auf das Wesentliche bringt zum Vorschein, dass man sich als Mensch nicht vor den kulturellen und gesellschaftlichen Einflüssen seiner Umwelt befreien kann. Im Video von Exist Trace verhält sich die Szenerie ähnlich. Auch hier gibt es durch den wechselnd schwarzen und weißen Hintergrund und den Einsatz des Lichts einen unbegrenzten, undefinierbaren Raum in dem die Band für die Kamera und in Erweiterung für die ZuseherInnen ihren Song performt. Wie bei Halestorm zeichnet sich das Video durch einen sehr schnellen Schnitt aus, der das Lied rhythmisch unterstützt. Die Band, welche aus fünf Frauen besteht ist in schwarz gekleidet und bis auf die blassen roten Haare

der Sängerin ist alles in Schwarzweiß gehalten. Im Gegensatz zu Halestorm's Video gibt es bei Exist Trace öfter den Einsatz von einem Splitscreen und auch von einem Kamerashot, der die Bandmitglieder von unten zeigt – sie stehen hier auf einem Glasboden unter dem sich die Kamera befindet und singen von oben auf die ZuseherInnen ein. Während Halestorm eher getrennt voneinander ihre Instrumente spielen und sich zwar als Einheit geben, aber einander nicht berühren, spielen die Gitarristinnen von Exist Trace teilweise Rücken an Rücken oder Face-to-Face und gehen während der Performance mehr aufeinander ein. Auch hier wird Wert darauf gelegt die typischen Bewegungen des Visual Kei zu zitieren und somit gibt es häufiges Headbanging und das traditionelle Sprengen der Gendergrenzen. Während männliche Visual Kei Bands wie bereits oftmals erwähnt häufig sehr feminine Züge annehmen, so zeigen sich vier der fünf Exist Trace Mitglieder stets von ihrer maskulinen Seite. Sie tragen alle kunstvolle, schwarze, sehr männliche Kostüme und geben sich auch in ihrer Performance sehr maskulin. Die Stimme der Sängerin ist nicht automatisch sofort als weiblich zu erkennen und auch ihre Art aufzutreten schreibt sich nahtlos in die Reihe der männlichen Visual Kei Bands ein. Eine der beiden Gitarristinnen jedoch, welche Background singt und in einem später verwendeten Musikvideobeispiel gemeinsam mit der Sängerin ein Duett performt, ist die einzige, die das Gegenteil zum Rest ihrer Band bildet. Sie hat lange Haare, trägt hohe Schuhe und Kleider, gibt sich sehr feminin und hat auch sehr weibliche Gesichtszüge, während ihre Bandkollegen stets androgyn wirken. Sie ist einwandfrei als Frau zu erkennen, gibt sich allerdings im Gegensatz zu der Frontfrau von Halestorm sexy auf japanische Art – man sieht nie viel Haut. Obwohl man davon ausgehen kann, dass das Weglassen der typischen Visual Kei Videomerkmale wie etwa Rosen, Kerzen, einer zweiten, vermutlich tragischen, Storyline, bunter Kostüme, etc. auf den kulturellen Austausch mit dem Westen zurückzuführen ist – die Band tourte bereits durch Europa und Amerika – wird doch durch das Spiel mit Gendergrenzen und der Art der Performance auf die japanische Herkunft der Band verwiesen. Männliche Mitglieder einer Visual Kei Band kleiden und geben sich größtenteils sehr feminin, und obwohl die Mitglieder von Exist Trace sehr androgyne Charaktere sind, die beinahe geschlechtslos wirken, sind sie Frauen, die, um sich in einer männlich dominierten Welt zu behaupten, wie Männer verhalten, die ihre feminine Seite hervorkehren. Durch dieses doppelte Crossdressing eröffnen sie ein komplett neues Paradox, welches einzig von der Gitarristin Miko nicht verwendet wird.

Beide Videos sind für ein westliches Publikum leicht verständlich und verfolgen dasselbe Ziel, sie durchbrechen die vierte Wand und wenden sich direkt an die ZuschauerInnen, spielen scheinbar nur für sie und bauen eine Beziehung auf, die auf andere Weise kaum möglich ist.

Beide Clips sind in Schwarzweiß gehalten, was sowohl zur Authentizität als auch zu einer bestimmten Stimmung beiträgt. Die ZuseherInnen können sich auf das Wesentliche – also auf die Band, die Performance und die Musik – konzentrieren und sind nicht abgelenkt von vielen bunten Farben, die ständig neue Assoziationen wecken würden. Die häufig verwendete Theorie, dass man, wenn man einen Menschen in Schwarzweiß fotografiert beziehungsweise filmt, seine Seele fotografiert/filmt, wird hier zum Vorteil der Bands verwendet, denn wenn sie ihre Seele in ihren Songtexten offenbaren und dies dann auch bis zu einem gewissen Grad in ihren Musikvideos machen, so bauen sie eine viel tiefgreifendere Beziehung zu ihren Fans auf, welche von Musikern häufig angestrebt wird. Zusätzlich kann man in einem Schwarzweißen Musikvideo die einzelnen Szenen/Einstellungen kontrastreicher ausleuchten und einen rein visuell gesehenen schönen Effekt erzielen, welcher dem Auge schmeichelt.

Das Spiel mit Schatten und Licht bringt eine gewisse Art von Mystik mit sich und einen ganz eigenen Flair, der mit Farbe nicht erzielt werden kann. Außerdem ist ein Video in Schwarzweiß zeitlos und überall auf der Welt gut verständlich. Diese Internationalität ist auch in den beiden von mir ausgewählten Beispielen klar zu sehen, denn geht man nur von der Geschichte der Clips und der Art wie es gefilmt und inszeniert ist aus, so könnten beide Videos als westlich verstanden werden und unterscheiden sich nur durch die Bandmitglieder selbst. Weiters trägt aber klarerweise auch die gesungene Sprache zur kulturellen Identifizierung bei, da die Sängerin von Halestorm auf Englisch singt und die Sängerin von Exist Trace auf Japanisch (Abgesehen vom Titel des Songs und ein paar vereinzelt Wörtern). Interessant finde ich, dass zwei Bands, welche aus zwei völlig verschiedenen Kulturen stammen, zwei verschiedene Musikrichtungen vertreten und auch sehr unterschiedliche individuelle Geschichten haben, zwei Videos produzieren, welche sich in ihrer Machart doch sehr ähneln und nur durch genauere Betrachtung ihre Unterschiede preisgeben. Hier kann man erkennen, dass der interkulturelle Austausch bereits sehr stark ausgeprägt ist und sich Bands von verschiedenen Kontinenten in der heutigen Zeit nicht nur gegenseitig beeinflussen, sondern auch aus den gleichen Quellen

Inspiration schöpfen und so Videoclips generieren, welche immer besser über Landes- und Genre Grenzen hinweg für Zuseher verständlich sind und sie trotzdem versuchen stets ihre eigenen kulturellen Wurzeln in ihre Kunst mit einzubringen und dadurch authentisch zu bleiben.

3.3.6. The Donnas vs. Exist Trace

Bevor ich den Vergleich von The Donnas „Don't wait up for me“¹⁶¹ aus dem Jahre 2007 und „Ginger“¹⁶² der japanischen Band Exist Trace aus dem Jahr 2012 beginne, möchte ich vorwegnehmen, dass ich diese beiden Beispiele aufgrund der Tatsache ausgewählt habe, dass es sich bei beiden Bands um All-Girl Gruppen handelt und ich untersuchen möchte wie sich Bands, die nur aus weiblichen Mitgliedern bestehen selbst in Szene setzen. Rein optische Gemeinsamkeiten gibt es hier freilich wenige, allerdings ist es mir wichtig aufzuzeigen wie und weshalb sich eine amerikanische von einer japanischen reinen Frauenband unterscheidet.

Hier spielen sowohl die jeweilige Musikrichtung hinein, als auch der kulturelle Hintergrund der Gruppen.

Das Musikvideo von The Donnas beginnt mit dem schwarzweißen Close Up eines Autokennzeichens, auf dem in rosa Schrift „Bitchin“ zu lesen ist, womit die Band auf den Titel ihres Albums verweist. Danach gibt es einen Schnitt, zum farbigen Close Up des Schlagzeugs, auf dem der Bandname steht. Die Band gibt eine Performance zwischen Stroh und Sträuchern, allerdings eindeutig in einem Studio. Die fünf sehr femininen Mitglieder sind alle in schrilles, buntes 1980er Jahre Gewand gekleidet und spielen ihr Konzert nur für die Kamera und die imaginären Zuseher hinter der Kamera. Diese Hommage an eine Zeit in der die Frauen noch Kinder waren ist vermutlich gleichzeitig eine Hommage an jene Rockbands, die in dieser Zeit berühmt geworden sind/waren und denen The Donnas nacheifern, wie etwa KISS, David Bowie, etc. Es handelt sich hier eindeutig um eine kulturelle Referenz, denn die 80er Jahre passierten auf diese Art und Weise nur im Westen und beeinflussten dann auch durch einen interkulturellen Austausch Länder wie etwas Japan. Nur jemand, der mit dieser Geschichte aufgewachsen ist und sich

¹⁶¹ The Donnas, „Don't wait up for me“, 2007, <http://www.youtube.com/watch?v=rGhEuGGDoR0>, 13.4.2013

¹⁶² Exist Trace, „Ginger“, 2012, <http://www.youtube.com/watch?v=IrisuqrNTGo>, 13.4.2013

in einer ähnlichen Kultur befindet, kann diese Anspielung verstehen und die gezeigten Zeichen richtig deuten.

Zwischen Szenen dieses Auftritts, sind immer wieder schwarzweiße Sequenzen geschnitten, welche die fünf Frauen im Backstage Bereich der Bühne, beim Aussteigen aus Autos und in der Menge zwischen Fans zeigt. Dieses „Tour footage“ präsentiert die Bandmitglieder scheinbar als Privatpersonen, die gemeinsam gelangweilt sind, während sie gestylt werden, die sich gegenseitig ärgern und eine Gruppe von Freunden sind, die gemeinsam Spaß haben und ihren Erfolg genießen. Dazwischen geben sie sich aber auch wieder als Rockstars, die ein Image aufrecht erhalten müssen – es werden Szenen gezeigt, in denen sie einen jungen Mann die Treppe runter werfen und dann langsam und mit hoch erhobenen Kopf hinterher gehen und andere Szenen in denen sie alle einzeln vor einer Wand für ein fiktives Fotoshooting posieren. Dieses in den Mittelpunktstellen der eigenen Persönlichkeit, dieser ausgeprägte Narzissmus, wird von den Fans beinahe schon erwartet und trägt dazu bei, die Band zu Idolen zu machen. Gleichzeitig ist Authentizität wichtig, weshalb das Backstage Filmmaterial als Ausgleich gilt und eine gewisse Nähe zum Publikum aufbauen lässt. Einige dieser Sequenzen werden in Zeitlupe gezeigt um ihnen mehr Dramatik zu verleihen und um den Fokus der Zuseher darauf zu lenken.

Bei dem Clip von Exist Trace ist der Beginn ein gänzlich anderer. Die androgyne rothaarige Sängerin steht in einem schwarzen Lackanzug vor einem schwarzen Hintergrund in einem undefinierbar großen Raum, der mit diffusem Licht ausgeleuchtet wird und Rauchschwaden umgeben sie. Sie wispert einen Satz auf English während die Kamera auf sie hinzoomt. Als die Kamera bei einem Close Up ihres Gesichts angelangt ist, dreht sie sich zur Kamera und schaut durch die Kamera den Zuschauer des Videos direkt an. Damit endet das Intro und das eigentliche Video mit Musik beginnt. Die Sängerin ist nun in einem rot ausgemalten, heruntergekommenen Raum und steht neben der zweiten Sängerin der Band (welche normalerweise Background Vocals singt), die auf einem Stuhl sitzt und extrem feminin gekleidet und hergerichtet ist. Die beiden singen in die Kamera und sind umgeben von Kisten, Tischchen und jeder Menge Schmuck, wie etwa Ketten, Ringe, Ohrringe, etc. Zwischengeschnitten sind Szenen in denen die Band sowohl gemeinsam in dem roten Raum für die Kamera performt, als auch getrennt voneinander in verschiedenen Räumen und Gängen des Hauses Instrumente spielt beziehungsweise singt. Diese Performance Sequenzen werden von einer Geschichte unterbrochen, welche die

Bassistin der Band dabei zeigt wie sie den beiden Sängerinnen noch mehr Schmuck bringt und ihnen diesen offenbar verkauft und dann wieder verschwindet. Später steht die sehr feminine Sängerin vor einem Spiegel, betrachtet sich lange und verwandelt sich schließlich im Spiegel in die androgyne Sängerin, mit der sie das Lied in einem Duett singt. Sie schauen einander kurz an, dann drehen sie sich um und gehen voneinander weg. Der Spiegel spielt hier eine bedeutende Rolle aus zwei verschiedenen Gründen. Erstens wirkt es visuell gut/schön und geheimnisvoll diese Verwandlung des Spiegelbildes zu zeigen, andererseits hat der Spiegel von jeher eine wichtige Rolle, denn in ihm sieht man nicht nur sein äußeres Spiegelbild, sondern auch seine Seele – mag diese gut oder böse sein. Dieses Erkennen des wahren Selbst hat besonders in der japanischen Mythologie etwas Magisches. In dieser Sequenz sehen die ZuseherInnen auch zum ersten Mal ausgedrückt, dass die feminine Sängerin das Alter Ego der androgynen Frontfrau ist und die beiden sozusagen zwei Seiten einer Medaille sind.

Die zweite Storyline zeigt weiter die ebenfalls sehr androgyne Schlagzeugerin der Band, welche den roten Raum betritt, die Bassistin tötet und den eben von jener gebrachten Schmuck stiehlt. Sie bringt den Schmuck zu der feminine Sängerin, welche kurz mit ihr flirtet, ihr etwas ins Ohr wispert und sie dann tötet, nur um sich in diesem Moment in die rothaarige androgyne Sängerin – ihr Alter Ego – zu verwandeln und mit den Juwelen zu verschwinden. Diese Art von Bonnie und Clyde oder in diesem Fall Bonnie und Bonnie Geschichte lässt offen ob die Bandmitglieder Männer spielen oder nicht.

Das Video von The Donnas endet mit der Performance zwischen Stroh und Sträuchern und einem computergenerierten Gewitter, das aufzieht und dessen Blitze den Bandnamen schreiben. Die Machart des Clips – schneller Schnitt, schwarzweiße gemischt mit extrem bunten Szenen, die nicht vorhandene zweite Storyline, die häufig gezeigten Solos der einzelnen Bandmitglieder und die wilde und etwas aggressive Performance der Band – passt zum Text des Songs, welcher hauptsächlich vom Party machen und Spaß haben handelt. Die Kamera wird häufig als solche von den Protagonistinnen erkannt und direkt angesungen.

„Eine der Paradoxien der Rockkultur besteht gerade darin, daß [sic!] sie nur mit Hilfe der medialen Vervielfältigung an das Massenpublikum gelangen kann, daß [sic!] aber ihre Ideologie "Unmittelbarkeit" verlangt.“¹⁶³

Während der Backstage Szenen allerdings bleibt die Kamera unangesprochen und bildet so die Illusion, dass die ZuschauerInnen tatsächlich einen Einblick in das Leben der Band bekommen. Das Musikvideo zeigt die Bandmitglieder als starke, unabhängige Frauen die keine Männer brauchen/wollen um Spaß zu haben. Sie geben sich feminin, zeigen sich dabei wie sich die Haare, Fingernägel und ihr Makeup machen lassen und posieren für das Fotoshooting in typisch weiblichen Posen und akzentuieren ihre Körper mit eng anliegender Kleidung. Sie handeln so nach dem Klischeevorbild der Frau in der Welt der Rockmusik. Sie sind weiblich, sexy und begehrenswert, gleichzeitig aber unabhängig, wild und draufgängerisch. Sie wollen die weiblichen Fans dazu auffordern mit ihnen Party zu machen und sie wollen die männlichen Fans stimulieren den Part des angesungenen Mannes im Song anzunehmen und sie trotz oder gerade wegen ihrer offen ausgesprochenen Ablehnung als sexuelles Objekt zu begehren. Im Video kann man aber auch Zeichen einer gewissen Selbstironie sehen, welche dem Ganzen etwas an Schärfe wegnimmt. Diese dargestellten Bilder der Frau an sich und der Frau im Rock sind deutlich kulturell beeinflusst und kommen aus dem gesellschaftlichen Kontext der Amerikanerinnen. Sie überschreiten keine Gendergrenzen, im Gegenteil, sie eifern den vorgegeben Ideen des weiblichen Geschlechts nach und zeigen sich nach dem Vorbild der 1980er Jahre als „frech und kantig“, bleiben dabei aber stets sehr feminin.

„Es kommt zu einer Loslösung traditioneller Geschlechterrollen. Allerdings ist die Bedeutung von Weiblichkeit unklar und neu zu definieren. Weibliche Identität zeichnet sich durch neue Formen von Selbstbewusstsein und Eigenständigkeit aus (vgl. Blume 1998). Mädchen erlangen neue Stärke im Geschlechterverhältnis durch Verdrängung der romantischen Idee von Liebe und neurotischen Formen der Abhängigkeit von Männern [...]. Sexualität erhält den gleichen Stellenwert wie Liebe. Weiblichkeit wird nicht geleugnet, um Gleichberechtigung zu erzielen, stattdessen wird exzessiv darauf bestanden. [...] Als Orientierungspunkte von

¹⁶³ WULFF, Hans J., „Die Ordnungen der Bilderflut: Konstellationen medialer Kommunikation als strukturbildendes Prinzip in Performance-Videos [1]“ in *Rundfunk und Fernsehen*, Vol.37, No.4, 1989, S.440

*Weiblichkeit treten Attraktivität, Erfolg [...] und Zufriedenheit (in Liebe und Partnerschaft) in den Vordergrund.*¹⁶⁴

Den kompletten Gegensatz dazu bilden vier der fünf Damen von Exist Trace. Sie zeigen sich auch in diesem Video, wie bereits in einem früheren Kapitel erwähnt, als androgyn und eher geschlechtsneutral. Sie wirken wie männliche Visual Kei Bandmitglieder, welche sich feminin geben, nur eben etwas weniger feminin als sie eigentlich sein könnten, da sie ja biologische Frauen sind. Die Idee, die einzige sehr feminine Frau der Band zum Alter Ego der androgynen Frontfrau zu machen, mag vielleicht darauf hindeuten, dass in jedem Menschen etwas Maskulines und etwas Feminines steckt. Andererseits mag es auch darauf hindeuten, dass in einem sehr männliche zentrierten Land wie Japan, in dem Frauen stets an zweiter Stelle stehen, auch wenn sie sich in einflussreichen Positionen – wie denen eines Visual Kei Stars – befinden, es einfacher ist sich wie „one of the boys“ zu verhalten, um nicht ausgegrenzt zu werden. Immerhin bringt die Schlagzeugerin (die kaum als Frau zu erkennen ist) der femininen Sängerin die Juwelen, lässt sich von ihrer verführerischen Art blenden und gibt ihr den Schmuck. Dieses Klischee, dass ein „typisches Mädchen“ Dinge leichter bekommt, wenn sie ihre Sexualität beziehungsweise ihre Reize einsetzt, wird hier ganz deutlich übernommen, während ihr Alter Ego, die androgyne, Geschlechtergrenzen überschreitende Sängerin mit den auffallenden roten Haaren am Schluss mit den Juwelen verschwindet und bereits am Beginn des Videos angedeutet wird, dass es sich um ihre Geschichte handelt, da sie im Intro die ZuseherInnen direkt anspricht und ihnen sagt, dass sie sie niemals erwischen werden. Sie kommt also mit ihren Taten davon und muss nicht einmal selbst etwas dafür tun, weil sie sich als hübsches, feminines Mädchen gibt und sozusagen ihre äußere Form den Umständen anpasst. Geht man von der Kameraführung, dem Einsatz des Lichts und dem Schnitt aus, könnte es sich hierbei auch um westliches Video handeln, allerdings macht auch hier wieder die Band selbst den Unterschied aus und zeigt visuell ganz deutlich den Einfluss ihrer japanischen Kultur. Nach der Tradition des Visual Kei symbolisieren die Bandmitglieder eher eine mystische Manga/Animeartige Figur, deren Geschlecht und sexuelle Orientierung ein Rätsel bleibt, als, wie etwa The Donnas eine von ihrer tatsächlichen

¹⁶⁴ NEUMANN-BRAUN, Klaus/MIKOS, Lothar, „Videoclips und Musikfernsehen, eine problemorientierte Kommentierung der aktuellen Forschungsliteratur“ in *Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen*, Band 52, Düsseldorf 2006, S.56

Persönlichkeit abgewandelte Bühnenidentität zu entwerfen. Je größer das Mysterium um einen Visual Kei Star ist, desto begeisterter sind die japanischen Fans, während die westlichen Fans gleichzeitig ein unerreichbares Idol und eine „normale“ Person bejubeln möchten, welcher sie sich nahe fühlen können, weil ihnen vorgegaukelt wird, dass sie, wenn sie sich ähnlich kleiden und verhalten, Ähnliches erreichen können oder mit dem Star befreundet sein können. Diese beiden Videos erfüllen meiner Meinung nach perfekt diese Wünsche des jeweiligen Publikums. Weshalb es womöglich für ein westliches Publikum schwer ist sich mit der Geschichte des Exist Trace Videos zu identifizieren, ebenso wie es dem asiatischen Publikum möglicherweise schwer fällt sich mit dem Clip von The Donnas zu identifizieren.

3.3.7. Deep Dark Robot vs. Hyde

Zum Abschluss des letzten Analysekapitels habe ich als Vergleich „Won’t you be my girl“¹⁶⁵ von Deep Dark Robot aus dem Jahr 2011 und „Season’s Call“¹⁶⁶ von Hyde aus dem Jahr 2006 ausgewählt. Der Grund für diesen Vergleich ist schnell erklärt: es handelt sich bei beiden Videos um eine Performance in der Wüste. Ich möchte nun die Unterscheide beziehungsweise Gemeinsamkeiten zwischen der Darstellung und der Bedeutung der Selbigen herausarbeiten. Gibt es Rückbezüge auf die jeweilige Kultur? Warum wurde gerade diese besondere Location ausgewählt? Wie wird sie in Szene gesetzt?

Bei Deep Dark Robot handelt es sich um eine Band, die von der lesbischen Frontfrau Linda Perry angeführt wird, weshalb der Loveinterest in den Lyrics eine Frau ist. Hyde hingegen ist ein Solokünstler, der allerdings mit seinen Musikern gemeinsam in dem Video auftritt. Das Video zu „Won’t you be my girl“ ist in Schwarzweiß gehalten und spielt in der Wüste, vermutlich in Amerika. Es gibt eine Performance der Band mitten im Nirgendwo, ohne Publikum, aber mit Verstärkern, Musikinstrumenten und Mikrofon. Die Band zeigt sich in dunklem Gewand, und alle Mitglieder, die Sängerin inkludiert, wirken in ihrem gesamten Auftreten sehr typisch maskulin. Deep Dark Robot treten hier nur für die Kamera beziehungsweise für die ZuseherInnen, die sich das Video ansehen auf und tun dies nicht etwa in einem Studio, in einem Innenraum oder vor einem Green Screen,

¹⁶⁵ Deep Dark Robot, “Won’t you be my girl”, 2011, <http://www.youtube.com/watch?v=2QoOxaXz4s0>, 20.5.2013

¹⁶⁶ Hyde, “Season’s Call”, 2006, <http://www.youtube.com/watch?v=VwdIjZKLoE>, 20.5.2013

sondern bewusst in der Einsamkeit der Wüste. Zusätzlich dazu, dass alle anderen äußeren Einflüsse einer zivilisierten Welt weggenommen werden und sich die Band sozusagen in einem Vakuum alleine mit ihrer Musik und ihren Beobachtern hinter der vierten Wand befinden, wird auch der Aspekt der bunten Farben entfernt und sie entledigen sich somit aller Störfaktoren um sich selbst und die ZuschauerInnen dazu zu bringen sich nur auf das Wesentliche zu konzentrieren. In der westlichen Welt steht die Wüste symbolisch für das Fremde und Unbekannte, für etwas Mystisches und Unerklärliches. Auf den ersten Blick mag es sich um Ödnis und eine riesige Sandfläche handeln, schaut man allerdings genauer hin gibt es viele wundersame Dinge zu entdecken, weshalb es für viele Menschen ein Rückzugsort ist, an dem sie die nötige Ruhe auffinden um mit sich selbst ins Reine zu kommen oder um sich selbst zu entdecken. Es ist gleichzeitig die Wiege der Menschheit und eine unerforschte Wildnis in der viele Gefahren lauern, die tödlich enden können. Des Weiteren ist die Geschichte von Moses, welche man in der Bibel lesen kann, eine vielzitierte, die sofort ins Gedächtnis der meisten westlichen (religiös oder nicht) Menschen kommt, wenn sie Wüste sehen oder hören. Mit diesem Bild spielen Deep Dark Robot sehr provokativ in ihrer zweiten Storyline, welche eine kurze, lineare Narration erzählt.

„The music video camera alone can become blatantly rhapsodic; the music with the image creates a chance for spectacle. Music videos have license to take several steps from everyday life, to slip into fantasy and desire.“¹⁶⁷

Die Sängerin und der Gitarrist fahren mit einem Cabrio auf einer asphaltierten Straße durch die Wüste, doch dann bleiben sie stehen, weil etwas an ihrem Auto kaputt ist. Der Gitarrist schiebt das Auto von der Straße an den Rand und öffnet die Motorhaube um nachzusehen was passiert ist. Plötzlich kommt ein Truck ins Bild, der von einem jungen, hübschen Mädchen gefahren wird. Die Sängerin steigt zu ihr ins Auto und lässt ihren Gitarristen am Straßenrand zurück. Dann bleibt der Truck mitten in der Wüste stehen und die Sängerin und die FahrerIn beginnen einander zu küssen. Dies geschieht nicht etwa wie in manchen Rock Videos als Entertainment für den männlichen Zuseher, sondern ganz natürlich, da die Sängerin lesbisch ist und deshalb das Lied an eine andere Frau richtet. Es

¹⁶⁷ VERNALLIS, Carol, *Experiencing Music Video – Aesthetics and Cultural Context*, Columbia University Press, New York 2004, S.293

ist also nicht als Provokation gedacht. Zwischen diesen Szenen wird immer wieder die Performance gezeigt. Später sieht man die Sängerin abermals im Cabrio sitzen, während der Gitarrist offensichtlich das Problem behoben hat und die Motorhaube schließt. Als er einsteigt, schüttelt die Sängerin verwirrt ihren Kopf, als wäre sie soeben aus einem Traum aufgewacht. Etwas enttäuscht, setzen sie ihre Reise durch die Wüste fort und dies bildet gleichzeitig auch das Ende des Videos. Die Wüste ist ein besonders guter Ort um einen derartigen Traum zu haben, da es hier das Phänomen der Fata Morgana gibt und Dinge, welche nicht real sind, real erscheinen können. Die Lyrics des Songs enthalten einige sexuelle Anspielungen und sind nicht gerade Jugendfrei, was jedoch im Videoclip nicht widergespiegelt wird. Das Musikvideo reflektiert eher den Refrain, in dem die Sängerin ihren Loveinterest bittet ihr Mädchen zu werden – es geht also um die „Jagd“ beziehungsweise um das Umgarnen eines Mädchens bevor man sie sein eigen nennen darf. Deshalb befindet sich die Sängerin auch mit ihrem Gitarristen in einem Auto auf dem Weg durch eine Landschaft, die keinen offensichtlichen Anfang und kein offensichtliches Ende aufzuweisen hat. Sie sind sozusagen am Weg und haben ein Ziel vor Augen, welches sie aber bis zum Ende des Clips nicht erreichen. Deshalb könnte man den Schluss als positiv werten, da sie sich auf einem Weg in eine bessere Zukunft machen und vielleicht sogar das gesuchte Mädchen finden.

Während des gesamten Clips bleibt es Tag und die Sonne erhellt das Bild enorm, das Licht bleibt also konstant hell. Der Schnitt ist größtenteils schnell und passend zum Rhythmus des Songs geschnitten und unterstützt die oft „hand-held“ Kameraeinstellungen.

Der japanische Visual Kei Star Hyde hat für sein Video zu „Season’s Call“ eine ähnliche Location ausgesucht, jedoch anders dargestellt. Zum einen sind im Hintergrund, vor dem er mit den Mitgliedern seiner Band performt, Berge zu sehen, während Deep Dark Robot in einem weiten, flachen Stück Wüste auftreten, zum anderen gibt es keine zweite Storyline, welche eine Geschichte erzählt. Obwohl das Aussehen der beiden Bands sich auf den ersten Blick stark gleicht – beide tragen hauptsächlich schwarz und wirken (für einen Visual Kei Star wie für eine Frau eher außergewöhnlich) sehr maskulin – ist die Art der Performance doch eine gänzlich andere. So gibt sich Deep Dark Robot als Rockband relativ undramatisch und liefert eine auf die Lyrics und die Musik ausgerichtete, nicht sehr wilde Performance ab. Hyde, aber auch die Mitglieder seiner Band, geben sich im typischen Visual Kei Stil sehr dramatisch und leidend, mit großen Gesten, verzerrter

Mimik und vielen eingeschobenen Zeitlupeneinstellungen. Sie spielen mit wilden Kamerabewegungen, runden Kamerafahrten, dem Umdrehen des Bildes, sodass es Kopf steht und dem Einsatz von Schärfe vs. Unschärfe. Auf der einen Seite verhalten sie sich gleich wie Deep Dark Robot, da sie in der Wüste für niemanden außer sich selbst und die Kamera performen, mit ihrer Musik in der Einsamkeit alleine sind und der Sänger gleichzeitig Gitarre spielt und in eine Mikrophon singt. (Was in sich selbst schon sehr unlogisch ist, denn woher würde in der Mitte einer Wüstenlandschaft Strom für die Verstärker der Instrumente herkommen). Auf der anderen Seite wird der Auftritt an einem sonnigen Tag mit weißen Wolken am Himmel plötzlich unterbrochen durch ein computergeneriertes, stürmisches Scheingewitter, welches über die Band hereinbricht, den Himmel dunkelblau werden lässt und den Tag beinahe zur Nacht macht. In dieser kurzen Sequenz wird die Kamera noch viel wackeliger und wilder als zuvor und lässt das Video für einige Zeit fast psychedelisch wirken. Sobald diese Szene jedoch vorbei ist, wird der Clip fortgeführt wie zuvor, als wäre nie etwas passiert. Das Video endet mit einem Zoom out in den Himmel. Auch in diesem Video ist die Wüste ein Ort des Rückzugs und der Selbstfindung, aber auch ein mystischer und magischer Ort.

„Die Musik versucht zu erzählen, indem sie Gefühle und Atmosphären schildert. Der Songtext versucht zu malen, indem er bedeutungsmächtige Sprachbilder entwirft. Und die Bilder versuchen zu klingen, indem sie auf struktureller Ebene mit originär musikalischen Parametern wie Tempo und Rhythmus arbeiten sowie die Mimik und Gestik der Musiker zeigen.“¹⁶⁸

In den Lyrics spricht Hyde in der Ich Person eine andere Person an – vermutlich ein Mädchen – welche offensichtlich nicht bei ihm sein kann/ist. Diese Trennung von seinem Loveinterest mag ihn symbolisch in eine emotionale Wüste geschickt haben, er fühlt sich verlassen und alleine, spricht über seinen Schmerz und spürt sie gleichzeitig stets bei sich. Im Gegensatz zum Clip von Deep Dark Robot, indem die Sängerin am Schluss ihre Reise fortsetzt und sich weiterhin auf die Suche nach ihrem Loveinterest macht, lässt der Schluss von Hyde's Video den Sänger so in der Wüste zurück wie ihn der Zuseher zu Beginn

¹⁶⁸ KRÄMER, Oliver, "Erzählstrategien im Videoclip am Beispiel des Songs ‚Savin‘ me‘ der kanadischen Rockband Nickelback“ in *Erzählen im Film – Unzuverlässigkeit, Audiovisualität, Musik*, transcript Verlag, Bielefeld 2009, S.253

vorgefunden hat – alleine. Diese Dramatik ist typisch für die Visual Kei Musikrichtung, was allerdings interessant zu sehen ist, ist, dass es in Hyde's Musikvideo kein tatsächlich gezeigtes Mädchen gibt, welches er eventuell in seinen Träumen, Gedanken, Erinnerungen oder als Fata Morgana sehen könnte, wie dies bei Deep Dark Robot der Fall ist. Außerdem gibt es auch keinen Einsatz von Schwarzweiß, sondern einen Fokus auf die gelbliche Wüste, den blauen Himmel und die schwarze Kleidung der Band. Die bunte, kostümreiche Genderlosigkeit der Visual Kei Stars wird in diesem Videoclip nicht zelebriert. Die gezeigten Bilder scheinen sehr an die westliche Musikvideoästhetik angepasst und übermitteln nicht unbedingt viele japanische Kulturmerkmale. Im Gegenteil es wird eher auf den interkulturellen Austausch Wert gelegt, welcher hier eindeutig bereits stattgefunden hat. Abgesehen von der oben schon erwähnten sehr theatralischen Darstellung des Leidens, welches zugegebenermaßen auch in vielen amerikanischen Rockvideos zu finden ist, gibt es kaum etwas, das auf den Visual Kei Hintergrund des Sängers hinweist. In „Won't you be my girl“ gibt es hingegen, trotz oder gerade wegen dem Wegnehmen der Umwelteinflüsse, viele mehr oder weniger versteckte Hinweise auf die amerikanische Kultur aus der die Band stammt. Zum einen weisen bereits die beiden vorkommenden Autos – ein großes, altes Cabrio und ein großer Pick-up Truck – auf Amerika hin, zum anderen ist auch die Art wie die Bandmitglieder gekleidet sind und wie sie sich geben ein großer Indikator dafür, dass es sich um Amerikaner handelt. Zusätzlich hat das Bild des Roadtrips Tradition in den USA, da es ein stark frequentiertes Thema im amerikanischen Film ist. Die wirkliche und gleichzeitig auch symbolische Reise von einem Ort zu anderen und die meistens damit verbundene Entwicklung der Persönlichkeit der Hauptakteure und das danach erreichte, angestrebte Ziel, wird hier zitiert. Allerdings kann man sowohl bei diesem Video als auch bei dem Vergleichsvideo das Ende nur erahnen, da es einem nicht gezeigt wird. Deep Dark Robots Song beschreibt also noch den Weg zu einer möglichen Beziehung, was auch das Video visuell unterstützt, während Hyde's Song bereits nach dem Ende der Beziehung spielt und deshalb viel trostloser ist, was ebenfalls von dem Videoclip visuell unterstrichen wird.

Insgesamt kann ich feststellen, dass es sich bei beiden Videos um Clips handelt, die interkulturell verständlich sind, zumindest insoweit, dass man den Einsatz der Wüste in Verbindung mit den gesungenen Lyrics (welche in „Season's Call“ auch teilweise in Englisch geschrieben wurden) begreifen kann.

Da ich in diesem Analyseteil bereits Bands verglichen habe, bei denen der Frontsänger einer japanischen Band der Sängerin einer amerikanischen Band im Aussehen und Auftreten stark ähnelt, finde ich es besonders spannend, wie dies auch bei diesem Kapitel geschieht, nur eben im kompletten Gegensatz zu den oben erwähnten – denn hier ähneln sich die beiden nicht, weil sie sich beide nach den klassisch femininen Eigenschaften verhalten, sondern eher nach den klassisch männlichen und noch dazu umgekehrt: also nicht eine japanische Frau, die sich androgyn oder maskulin zeigt und ein amerikanischer Mann, der sich feminin zeigt, sondern eine amerikanische Frau, welche ihre maskuline Seite betont und ein japanischer Visual Kei Star, welcher ebenfalls seine maskuline Seite betont.

4. Schlussbemerkungen

Abschließen möchte ich meine Arbeit mit einer Zusammenfassung und Erklärung der Ergebnisse. Ich habe mich im Theorieteil damit beschäftigt was die Zeichensysteme der verschiedenen Musikrichtungen sind, wie in den jeweiligen Musikrichtungen ebenso wie in der jeweiligen Kultur (Amerika und Japan) mit Frauen, Gender, Fans, etc. umgegangen wird und wie sich die immer stärkere Globalisierung auf die Produktion und Rezeption von Musikvideos auswirkt. Ein wichtiger Punkt hier ist die Interkulturalität, welche zum gegenseitigen Verständnis beiträgt und die starken Grenzen zwischen den einzelnen Ländern/Kulturen immer mehr verwischen lässt. Wie bereits erwähnt tragen Musikvideos durchaus zum Darstellen der eigenen Kultur bei und helfen somit interkulturelles Verständnis zu fördern.

„Was durch Kommunikation in welcher Form auch immer transportiert oder erzeugt wird, kann im umfassenden Sinne als Kultur insgesamt oder in einem spezifischen Verständnis als Wissen aufgefasst werden.“¹⁶⁹

Was mich aber besonders interessiert hat, war die Frage, ob man die sozio-kulturellen Einflüsse der zugrundeliegenden Kultur in den Musikvideos visuell wiederfinden kann. Aus diesem Grund habe ich mich bei der Analyse der Videoclips stets besonders darauf konzentriert die Unterschiede in der Symbolik sowie der Machart herauszuarbeiten und herauszufinden ob es (abgesehen von den offensichtlichen, wie etwa der gesungenen Sprache oder Physionomie der Bandmitglieder) Indikatoren gibt, welche auf die Kultur der Band hinweisen. Wichtig ist mir hierbei auch zu analysieren, wie diese Zeichen eingesetzt werden – ist die Band stolz auf ihr Land und ihre Kultur und setzt die Symbole absichtlich ein, ist sich die Band dem Einsatz der Zeichen gar nicht bewusst, sollen die Zeichen eine Kritik an der Kultur des Landes sein, wird versucht so international und global wie möglich zu erscheinen und möglichst wenige Zeichen einzusetzen, soll das Video auch für jemanden, der sich mit der Kultur noch nicht auseinander gesetzt hat verständlich sein, etc.

¹⁶⁹ TSCHOPP, Sylvia S./WEBER, Wolfgang E.J., *Grundfragen der Kulturgeschichte*. WBG, Darmstadt 2007, S. 14

„[...] Dies zeigt zugleich die Möglichkeiten, die mit der variablen Interaktion von Text, Musik und Bild gegeben sind, denn Wort und Musik erfüllen hier nicht nur den Zweck, eine diskontinuierliche Flut höchst disparater Bilder zusammenzuhalten, sondern gemeinsam mit ihnen einen ausgesprochen komplexen Diskurs zu bestreiten.“¹⁷⁰

Um diese Fragen ausreichend zu beantworten habe ich aus den 1980er Jahren 2 Vergleiche ausgesucht, aus den 1990er Jahren 5 und seit 2000, auch aufgrund der Überschreitung des Jahrzehnts (es handelt sich um 12 Jahre im Vergleich zu den vorangegangenen jeweils 10 Jahren), habe ich 7 Vergleiche ausgewählt. In der 32 jährigen Zeitspanne in der ich mich bewegt habe, kann man durchaus starke Veränderungen erkennen, interessant ist aber, dass trotz der zunehmenden Globalisierung und dem ständigen verwischen der Länder/Kulturgrenzen, ebenso wie dem wachsenden internationalen Publikum, sich die symbolischen Bezüge zu der eigenen (Musikrichtungs-)Kultur nicht vermindert haben, sondern sich, ganz im Gegenteil, vor allem im Visual Kei, um ein vielfaches vermehrt haben. Gab es in den 80er und 90er Jahren noch eine Anpassung an das amerikanische beziehungsweise westliche Vorbild, so haben die Visual Kei Bands den Fokus seit den 2000er Jahren definitiv stärker auf den Einfluss ihrer eigenen Kultur gelegt und zeigen „das Japanische“ stolz in ihren Videos wie in ihren Bühnenshows.

„Der Umgang mit Differenz und Diversität ist gerade in Bezug auf die japanische Gesellschaft ein wichtiges Thema, weil Japaner lange Zeit hartnäckig behauptet haben, ihr Land zeichne sich durch eine besondere Homogenität aus. Die japanische Kultur und Gesellschaft waren aber in keiner historischen Phase wirklich homogen; ganz im Gegenteil lag gerade in ihrer Heterogenität und Vielfalt das, was sie in besonderer Weise prägte. Darüber hinaus nehmen im Zeitalter der Globalisierung in Japan Heterogenität und Vielfalt stark zu.“¹⁷¹

¹⁷⁰ KEAZOR, Henry/WÜBBENA, Thorsten, *Video thrills the Radio Star. Musikvideos: Geschichte, Themen, Analysen*, Transcript, Auflage 2., 2007, S.17

¹⁷¹ MAE, Michiko (Hrsg.), *Japan-Pop-Revolution – neue Trends der japanischen Gesellschaft reflektiert in der Popkultur*, Düsseldorf Univ. Press dup., Düsseldorf 2011, S.10

Gerade diese Vielfalt scheint auch bei den westlichen Fans gut anzukommen – so ist es viel spannender die Zeichen einer anderen Kultur zu lernen und sie sich anzueignen, als das immer Gleiche nur eben aus einem anderen Land zu bejubeln. Die amerikanischen Musiker, sowohl Rock, Punk als auch Heavy Metal, haben sich im Gegensatz dazu nicht allzu stark in den letzten drei Dekaden verändert. Sie legen noch immer viel Wert darauf ihre kulturellen Wurzeln entweder stolz oder kritisch in den Vordergrund zu rücken und verweisen absichtlich stets auf ihre (junge) Kulturgeschichte.

In meinen insgesamt 14 Vergleichen habe ich feststellen können, dass es tatsächlich stets einen visuellen Bezug zu der Kultur gibt, in welcher die Bandmitglieder aufgewachsen sind, ebenso wie zu der Musikkultur zu der sie gehören. Interessant hierbei ist, dass die Location, die Situation oder die Geschichte häufig sehr ähnlich ist bei Visual Kei und westlichen Videos, dass aber die Art der Darstellung sehr unterschiedlich ist und man anhand des *Einsatzes* der Zeichen, nicht an den Zeichen selbst, erkennen kann welchem Kulturkreis die Band angehört. Der Grund hierfür ist weniger klar zu definieren, denn einerseits mag es sich um der Einfachheit halber um einen religiösen, sozialen oder kulturellen Bezug handeln (wie etwa ein Märchen, ein Kreuz oder eine besonders Musikrichtungsgeprägte Performance), weil die Produzenten des Videos davon ausgehen können, dass ein Publikum, welches sich in dem selben Kulturkreis befindet die verwendeten Zeichen durchaus schnell und komplett verstehen und deuten kann. Andererseits mag es sich um einen unbewusst eingesetzten Bezug zu der jeweiligen Kultur handeln, welcher genauso entsteht wie etwa die Tatsache, dass westliche Männer hauptsächlich Hosen tragen, japanische Männer feminin wirken können und trotzdem heterosexuelle Machos sein können, ein umgedrehter Davidstern für Satan steht und es in Japan nicht wichtig ist äußerlich sehen zu können welches Geschlecht eine Person hat – nämlich aus Gewohnheit und deshalb auch nicht aus den Musikvideos wegzubringen (oder nur mit sehr viel Aufwand) ist. Unsere Kultur, mag sie über zwei Jahrhunderte, dreißig Jahre oder mehrere Jahrtausende entstanden sein, ist also in uns und wirkt sich in allem aus was wir tun. Entscheidet also ein Mensch sich durch Musik auszudrücken und dann für dieses von ihm geschriebene Lied ein Musikvideo zu produzieren, so hat er bereits in seinem täglichen Leben, in den Lyrics und der Melodie des Songs, in seinem Auftreten und in seinem ganzen Sein seine Kultur ausgedrückt und diese gelebt – und er tut dies auch in seinem Videoclip. Was die Kultur eigentlich ist, beschreibt etwas Eliot wie folgt:

„Eliots Schriften zur Kultur veranschaulichen das ständige Gleiten dieses Begriffs. Was er mit Kultur meine, sei „zunächst einmal das, was die Anthropologen darunter verstehen: die Lebensform eines bestimmten Volkes in einem bestimmten Lebensraum“. An anderen Stellen scheint er mehr an Kultur als wertenden Begriff zu denken – „Man könnte Kultur auch einfach so umschreiben: sie ist das, was das Leben lebenswert macht“ - , und zwischen diesen zwei Bedeutungen schwebt noch ein Verständnis von Kultur als Gesamtheit der Künste, Sitten und Gebräuche, Ideen und religiösen Vorstellungen einer Gesellschaft, das der einen wie der anderen Definition zugeschlagen werden kann. Die Kultur einer Gesellschaft ist an einer Stelle „das, was die Gesellschaft zur Gesellschaft macht“, während wir an einer anderen Stelle ganz im Widerspruch hierzu erfahren, daß [sic!] es auch möglich ist, sich eine Zeit vorzustellen, „über die man sagen könnte, sie habe keine Kultur“.“¹⁷²

Demnach ist es nur logisch, dass in einem Musikvideo – quasi einem Kurzfilm – die Kultur eines Stars zum Vorschein kommt. Terry Eagleton zitiert in „Was ist Kultur“ Raymond Williams früheren Gedanken zum Thema Kultur:

„Raymond Williams nennt Kultur „das System von Bezeichnungen, wodurch ... eine Gesellschaftsordnung kommuniziert, reproduziert, erfahren und erforscht wird.“¹⁷³

Ebenso wie seinen späteren Gedanken zum Thema Kultur, der zwar nicht gänzlich anders, aber doch etwas detaillierter ist:

*„Später bietet er in *Culture and Society 1780-1950* vier verschiedene Bedeutungen von Kultur: Kultur als individuelle Geisteshaltung, als Zustand der intellektuellen Entwicklung einer ganzen Gesellschaft, als die Künste und als die gesamte Lebensweise einer Gruppe oder eines Volkes.“¹⁷⁴*

Weniger später beschreibt er auch noch Stuart Halls Idee zu dem was Kultur ausmacht:

¹⁷² EAGLETON, Terry, *Was ist Kultur*. C.H.Beck, München 2001, S.157

¹⁷³ Ebd., S.50

¹⁷⁴ Ebd., S.52

„Eine ähnlich generöse Auffassung von Kultur zeigt Stuart Hall; für ihn sind Kultur „die gelebten Praktiken“ beziehungsweise „die praktischen Ideologien, die es einer Gesellschaft, Gruppe oder Klasse erlauben, die Bedingungen ihrer Existenz zu erfahren, zu definieren, zu interpretieren und mit Sinn auszustatten.“¹⁷⁵

Grundsätzlich finde ich all diese Theorien interessant und stimme ihnen auch zu. Musikvideos haben, wie jede andere Form von Kunst, viele Hinweise auf die kulturelle Identität des Künstlers in sich und zeigen Zeichen und Symbole jener auf offene oder versteckte Weise und sind somit nicht nur eine Art von Darstellung dieser Kultur, sondern tragen auch maßgeblich zur Verbreitung jener bei. Musiker und ihre Musik führen also zu einem interkulturellen Austausch, verändern sich und wachsen und beginnen auf andere Kulturen, von denen sie sich beeinflussen lassen und denen sie durch ihre Reise begegnen, einzugehen und verweisen manchmal in einem neuen Video auf eine andere Kultur, allerdings stets mit dem Wissen im Hintergrund, dass ihre eigene Kultur bewusst oder unbewusst immer ein Teil ihrer Kunst bleiben wird, denn sie lassen sich von dem was sie neu entdecken ebenso wie von dem was sie bereits in sich tragen, zu neuer Kunst inspirieren weshalb ich meine Diplomarbeit mit einem Zitat von Blake beenden möchte:

“He would have us believe that poets never, except in naïve allegory, decide ahead of time what their poetic logic and language will be. Rather they look at the world. They invent a story, a lyric, a play, even a history – which they make into poetic artifacts as a consequence of looking around in the world. There are, then, two kinds of outlook, for his deeper thinking: (a) There’s a world and here’s my idea of it. And (b) Here’s my idea. Let’s see if there is any world around that fits it. The former type gives the basic model for the poet, the latter for the theoretic physicist.”¹⁷⁶

¹⁷⁵ EAGLETON, Terry, *Was ist Kultur*. C.H.Beck, München 2001, S.51

¹⁷⁶ FLETCHER, Angus, *A New Theory for American Poetry: Democracy, the Environment, and the Future of Imagination*. Harvard University Press, Cambridge, 2004, S. 184

5. Literaturverzeichnis

- AHLKVIST, Jarl A., "Music and Cultural Analysis in the classroom: Introduction Sociology through Heavy Metal" in *Teaching Sociology*, Vol. 27, 1999
- ALTROGGE, Michael/AMANN, Rolf, *Videoclips – die geheimen Verführer der Jugend? – Ein Gutachten zur Struktur, Nutzung und Bewertung von Heavy-Metal-Videoclips*, Vistas, Berlin 1991
- ARNETT, Jeffrey J., *Metalheads. Heavy Metal Music and Adolescent Alienation*. WestView Press, Boulder (Colorado)/Oxford 1996
- ARNETT, Jeffrey Jensen, „The Psychology of Globalization” in *American Psychologist*, 2002
- ASQUITH, Pamela J. (Hrsg.), *Japanese Images of Nature – Cultural Perspectives*, Curzon Press, Richmond 1997
- AUSTERLITZ, Saul, *Money for Nothing: A History of the Music Video from the Beatles to the White Stripes*, Continuum Inter. Publis, 2008
- NEUMANN-BRAUN, Klaus/MIKOS, Lothar, „Videoclips und Musikfernsehen, eine problemorientierte Kommentierung der aktuellen Forschungsliteratur“ in *Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen*, Band 52, Düsseldorf 2006
- BEIßWENGER, Achim (Hrsg.), *YouTube und seine Kinder – wie Online-Video, Web-TV und Social Media die Kommunikation von Marken, Medien und Menschen revolutionieren*, Nomos Verlag, Baden-Baden 2010
- BELL, Beth T./LAWTON, Rebecca/DITTMAR, Helga, "The impact of thin models in music videos on adolescent girls' body dissatisfaction" in *Body Image – An International Journal of Research*, Vol. 4, Issue 2, 2007
- BEN-ARI, Eyal (Hrsg.), *Unwrapping Japan – society and culture in anthropological perspective*, Manchester Verlag, Manchester 1990
- BENNETT, Andy, "Punk's not dead: the continuing significance of Punk Rock for an older generation of Fans", *Sociology*, 40/2, April 2006
- BENNETT, James T., *The politics of American feminism – gender conflict in contemporary society*, University Press of America, Lanham 2007

- BENNETT, Milton, J. "Intercultural communication: A current perspective." in *Basic concepts of intercultural communication: Selected readings*, ME: Intercultural Press, Yarmouth 1998
- BESTOR, Theodore C. (Hrsg.), *Handbook of Japanese culture and society*, Routledge, London 2011
- BLÖDORN, Andreas, „Bild/Ton/Text. Narrative Kohärenzbildung im Musikvideo, am Beispiel von Rosenstolz‘ „Ich bin ich (Wir sind wir)““ in *Erzählen im Film – Unzuverlässigkeit, Audiovisualität, Musik*, transcript Verlag, Bielefeld 2009
- BUELL, Lawrence, *The Environmental Imagination: Thoreau, Nature Writing, and the Formation of American Culture*. Harvard University Press, Cambridge 1995
- BUTLER, Judith, "Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory" in *Theatre Journal*, Vol. 40, No. 4., Dec. 1988
- BUTLER, Judith, Preface for *Gender Trouble*, New York, Routledge Press, 1999
- BUTLER, Judith, "Critically Queer" in *GLQ - A Journal of Lesbian and Gay Studies*, Vol.1, S.17-32, 1993
- CALMBACH, Marc, *More than Music. Einblicke in die Jugendkultur Hardcore*, Transcript, Bielefeld 2007
- COPE, Andrew, *Black Sabbath and the Rise of Heavy Metal Music*. Ashgate, Farnham/Ashgate, Burlington, 2010
- CRAIG, Timothy J. (Hrsg.), *Japan pop! – Inside the world of Japanese popular culture*, Sharpe, Armonk 2000
- DOLATA, Ulrich, „Das Internet und die Transformation der Musikindustrie: Rekonstruktion und Erklärung eines unkontrollierten sektoralen Wandels“ in *MPIfG Discussion Paper 08/7*, Juni 2008
- EAGLETON, Terry, *Was ist Kultur*. C.H.Beck, München 2001
- ELFLEIN, Dietmar, *Schwermetallanalysen. Die musikalische Sprache des Heavy Metal*. Transcript, Bielefeld 2010
- FAULSTICH, Werner, „Dimensionen von Zeit in der Popmusik“, In: Werner Faulstich/Christian Steininger (Hrsg.) *Zeit in den Medien – Medien in der Zeit*. Wilhelm Fink Verlag, München 2002, S. 85-95
- FAULSTICH, Werner, „Niedergang der Rockkultur? Chronologie eines Jahrzehnts.“ In: Werner Faulstich/Gerhard Schäffner (Hrsg.) *Die Rockmusik der 80er Jahre*. 4.

- Lüneburger Kolloquium zur Medienwissenschaft. Wissenschaftler-Verlag, Bardowick, 1994, S. 7-15
- FLETCHER, Angus, *A New Theory for American Poetry: Democracy, the Environment, and the Future of Imagination*. Harvard University Press, Cambridge, 2004
- FRANKENBERGER, Stefan, *Punk: Innovation und radikale Theorie in der Popmusik*, 2006
- GAROFALO, Reebee, *Rockin' out. Popular music in the USA*. Allyn and Bacon, Boston 1996
- GELB, Joyce, *Gender policies in Japan and the United States – comparing women's movements, rights and politics*, Palgrave Macmillan Verlag, New York 2003
- GEERTZ, Clifford, *Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme*. Suhrkamp, Frankfurt 1983
- GEORGIU, Athina, *Träume einer Subkultur: Punks, Autonome und andere „Chaoten“*, 1993
- GRACYK, Theodore, *I wanna be me: Rock Music and the Politics of Identity*, Temple Press University, Philadelphia, 2001
- GREIL, Marcus, *Mystery Train. Images of America in Rock 'n' Roll Music*. (1975). London, Omnibus Press, 1990
- GRIMM, Stephanie, *Die Repräsentation von Männlichkeit im Punk und Rap*, Stauffenburg-Verlag, Tübingen 1998
- HAHN, Bernd [Hrsg.], *Punk – die zarteste Versuchung seit es Schokolade gibt*, Buntbuch-Verlag, Hamburg 1983
- HEINISCH, Christian, “Zwischen Kult und Kultur. Kontinuitätsbehauptungen im Heavy Metal“, in *Metal Matters, Heavy Metal als Kultur und Welt*, Lit Verlag, Münster 2011
- HELMS, Dietrich/PHELPS, Thomas (Hrsg.), *Clipped Differences. Geschlechterrepräsentationen im Musikvideo*, Transcript, Bielefeld 2003
- HÜGEL, Hans-Otto (Hrsg.), *Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen*. Metzler, Stuttgart/Weimar 2003
- JONES, Steve, „Cohesive but not Coherent: Music Videos, Narrative and Culture“ in *Popular Music and Society*, Vol.12, No.4, 1988

- KANDIVOTI, Deniz, "Bargaining with Patriarchy" in *Gender and Society*, Vol. 2, No. 3, Special Issue to Honor Jessie Bernard, Sept. 1988, S. 276
- KAUL, Susanne/PALMIER, Jean-Pierre/SKRANDIES, Timo [Hrsg.], *Erzählen im Film – Unzuverlässigkeit, Audiovisualität, Musik*, transcript Verlag, Bielefeld 2009
- KAWAKAMI, Ikuo, "Children crossing borders and literacies education for the 21st Century", <http://www.gsjal.jp/kawakami/dat/0901.pdf>, 28.5.2013
- KEAZOR, Henry/WÜBBENA, Thorsten, *Video thrills the Radio Star. Musikvideos: Geschichte, Themen, Analysen*, Transcript, Auflage 2., 2007
- KINDER, Marsha, "Music Video and the Spectator: Television, Ideology and Dream" in *Film Quarterly*, Vol. 38, No.1, Autumn 1984
- KOENOT, Jan, *Hungry for Heaven. Rockmusik, Kultur und Religion*. Patmos-Verlag, Düsseldorf 1997
- KRÄMER, Oliver, "Erzählstrategien im Videoclip am Beispiel des Songs ‚Savin‘ me‘ der kanadischen Rockband Nickelback" in *Erzählen im Film – Unzuverlässigkeit, Audiovisualität, Musik*, transcript Verlag, Bielefeld 2009
- KRAUTKRÄMER, Florian/PETRI, Jörg, "Horrormetaltypo – Heavy Metal als Gestaltungsmittel. Zum Verhältnis von Typografie, Metal und Horrorfilm" in *Metal Matters, Heavy Metal als Kultur und Welt*, Lit Verlag, Münster 2011
- LAING, Dave, "Interpreting Punk Rock", *Marxism Today*, April 1978, S. 123-128
- LEBRA, Takie Sugiyama, *Identity, gender and status in Japan*, Global Oriental, Folkestone 2007
- LEHMANN, Marco/KOPIEZ, Reinhard, „Der Einfluss der Bühnenshow auf die Bewertung der Performanz von Rockgitarristen“ in *Metal Matters, Heavy Metal als Kultur und Welt*, Lit Verlag, Münster 2011
- LEONARD, Marion, *Gender in the Music Industry – Rock, Discourse and Girl Power*, Ashgate Publishing Ltd., England 2007
- LIDDICOAT, Anthony J., "The ideology of interculturality in Japanese language-in-education policy", *Australian Review of Applied Linguistics* 30 (2), 2007
- LINHART, Ruth (Hrsg.), *Japanische Kultur in der Gegenwart – Protokolle eines Seminars der Volkshochschule Brigittenau vom 20. Bis 22. November 1981*, Eigenverlag der Volkshochschule Brigittenau, Wien 1982

- MAE, Michiko (Hrsg.), Japan-Pop-Revolution – neue Trends der japanischen Gesellschaft reflektiert in der Popkultur, Düsseldorf Univ. Press dup., Düsseldorf 2011
- MERTENS, Mathias, “Medienästhetische Überlegungen zur Luftgitarre“ in *Metal Matters, Heavy Metal als Kultur und Welt*, Lit Verlag, Münster 2011
- MONTEIRO, Núria Augusta Venâncio, “Gender bending in anime, manga, visual kei and lolita fashion” in *PrismaSocial*, Nr. 7, Dezember 2011
- MOORE, Ryan, „Friends don’t let friends listen to corporate Rock – Punk as a field of cultural production”, *Journal of Contemporary Ethnography*, 36/4, S. 438-474
- NEUMANN-BRAUN, Klaus/MIKOS, Lothar, „Videoclips und Musikfernsehen. Eine problemorientierte Kommentierung der aktuellen Forschungsliteratur“ in *Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)*, Band 52, Düsseldorf 2006
- NISBETT, Richard, „Is the world made up of nouns or verbs?“ in *The Language and Intercultural Communication Reader*, Zhu Hua [Hrsg.], Routledge, London 2011, S.35-49
- NOHR, Rolf F./SCHWAAB, Herbert, *Metal Matters – Heavy Metal als Kultur und Welt*, Lit Verlag, Münster 2011
- RICHARD, Birgit/GRÜNWALD, Jan/RECHT, Marcus/METZ, Nina, *flickernde Jugend – rauschende Bilder. Netzkulturen im Web 2.0*. Campus, Frankfurt 2010
- ROCCOR, Bettina, *Heavy Metal. Kunst, Kommerz, Ketzerei*. I.P-Verlag, Berlin 1998a
- ROCCOR, Bettina, *Heavy Metal. Die Bands. Die Fans. Die Gegner*. Beck, München 1998b
- PORZIO, Laura, “I want to be happy looking at myself”: Lolita style and its embodied practices between resistance and urban fashion.”, 2012
- SAMOVAR, Larry A./PORTER, Richard/STEFANI, Lisa A., “Hofstede’s value dimensions and Hall’s High Context/Low Context”, in *The Language and Intercultural Communication Reader*, Zhu Hua [Hrsg.], Routledge, London 2011, S.49-59
- SANDNER, Wolfgang (Hrsg.), *Rockmusik. Aspekte zur Geschichte, Ästhetik, Produktion*. Schott, Mainz 1977a
- SNICKARS, Pelle (Hrsg.), *The YouTube reader*, National Library of Sweden, Stockholm 2009

- STEVENS, Carolyn S., *Japanese popular music – culture, authenticity, and power*, Routledge, London 2008
- TAN, Caroline SueLin, “Men, Beauty and Senses – A Snapshot of the effectiveness of sensory branding in the Japanese men’s cosmetic market” in *Journal of Yasar University*, 2008
- TRABER, Daniel S., “L.A.’s “White Minority”: Punk and the Contradictions of Self-Marginalization”, *Cultural Critique*, Vol. 48, 2001, S. 30-64
- TRIGGS, Teal, “Scissors and Glue: Punk Fanzines and the Creation of a DIY Aesthetic”, *Journal of Design History*, 19/1, S. 69-83
- TRUMMER, Manuel, *Sympathy for the devil? Transformationen und Erscheinungsformen der Traditionsfigur Teufel in der Rockmusik*. Phil. Diss. Universität Regensburg, Regensburg 2010
- TSCHOPP, Sylvia S./WEBER, Wolfgang E.J., *Grundfragen der Kulturgeschichte*. WBG, Darmstadt 2007
- VANNINI, Phillip, „The Meaning of a Star: Interpreting Music Fan’s Reviews”, in *Symbolic Interaction*, Vol. 27, Nr. 1, 2004
- VERNALLIS, Carol, *Experiencing Music Video – Aesthetics and Cultural Context*, Columbia University Press, New York 2004,
- VIEREGG, Sebastian, *Die Ästhetik des Musikvideos und seine ökonomische Funktion: Ein Medium zwischen Kunst und Kommerzialität*, Vdm Verlag Dr. Müller, 2008
- WALSER, Robert, *Running With The Devil. Power, Gender and Madness in Heavy Metal Music*. Wesleyan University Press, Hanover, London 1993
- WALSER, Robert, “Forging Masculinity: Heavy-Metal Sounds and Images of Gender” in *Sound and Vision – The Music Video Reader*, Simon Frith, Andrew Goodwin, Lawrence Grossberg [Hrsg.], Routledge, New York 1993
- WEINSTEIN, Deena, *Heavy Metal. A Cultural Sociology*. Lexington Books, New York 1991
- WEINSTEIN, Deena, *Heavy Metal. The Music and Its Culture (Revised Edition)*. Da Capo, Cambridge/New York 2000
- WICKE, Peter, *Rock Music: Culture, Aesthetics and Sociology*, Cambridge University Press, 1990

- WHORF, Benjamin, „The relation of habitual thought and behavior to language“ in *The Language and Intercultural Communication Reader*, Zhu Hua [Hrsg.], Routledge, London 2011, S.19-35
- WILSCHER, Gundula, „Mobile Music: App(2)Date. Vier Jahre Austrian Mobile Music Day“ in: KEAZOR, Henry/GIESEN Hans W./WÜBBENA, Thorsten [Hrsg.] *Zur ästhetischen Umsetzung von Musikvideos im Kontext von Handhelds. Handheld? Music Video Aesthetics for portable Devices*, <http://archiv.ub.uniheidelberg.de/artdok/volltexte/2012/1867/>
- WRIGHT, Robert, „‘I’d sell you suicide’: Pop Music and Moral Panic in the Age of Marilyn Manson“, in *Popular Music*, Vol.19, No.3, Oktober 2000, <http://links.jstor.org/sici?sici=02611430%28200010%2919%3A3%3C365%3A%27SYSPM%3E2.0.CO%3B2-W, 5.4.2013>
- WULFF, Hans J., „Die Ordnungen der Bilderflut: Konstellationen medialer Kommunikation als strukturbildendes Prinzip in Performance-Videos [1]“ in *Rundfunk und Fernsehen*, Vol.37, No.4, 1989
- ZUCH, Rainer, „‘The Art of Dying‘ – Zu einigen Struktur-Elementen in der Metal-Ästhetik, vornehmlich in der Covergestaltung“ in *Metal Matters, Heavy Metal als Kultur und Welt*, Lit Verlag, Münster 2011

5.1. Musikvideolinks

D, "Snow White", 2009, http://www.dailymotion.com/video/x7roxz_d-snow-white_music

D, "Akaki hitsuji ni yoru bansankai", 2010, http://www.youtube.com/watch?v=RX_VZubr6Lo&feature=related

DEEP DARK ROBOT, "Won't you be my girl", 2011, <http://www.youtube.com/watch?v=2QoOxaXz4s0>

D'ERLANGER, „La vie en Rose", 1989, http://www.dailymotion.com/video/x5v7m3_d-erlanger-la-vie-en-rose_music

DIR EN GREY, „Zan“, 1999, http://www.dailymotion.com/video/xozzws_dir-en-grey-zan-pv_music

THE DONNAS, "Don't Wait up for me", 2007, <http://www.youtube.com/watch?v=rGhEuGGDoR0>

ENVY ON THE COAST, "Mirrors", 2007, <http://www.youtube.com/watch?v=pcTtbBXT23g&ob=av2e>

EXIST TRACE, "True", 2011, <http://www.youtube.com/watch?v=rZjIiKiCj3g>

EXIST TRACE, "Ginger", 2012, <http://www.youtube.com/watch?v=lrisuqrNTGo>

GACKT, "Jesus", 2008, <http://www.youtube.com/watch?v=kahscNQIUhE&ob=av2n>

GLAY, "Be with you", 1998, http://www.youtube.com/watch?v=lRAc3Q_foH0

GREEN DAY, "21 guns", 2009, <http://www.youtube.com/watch?v=r00ikilDxW4&ob=av2n>

HALESTORM, "Love Bites", 2012, <http://www.youtube.com/watch?v=3QXiJt9N8pA>

HOLE, "Celebrity skin", 1998, <http://www.youtube.com/watch?v=O3dWBLoU--E&feature=relmfu>

HYDE, "Season's Call", 2006, <http://www.youtube.com/watch?v=VwdIjIZKLoE>

KISS, "Who wants to be lonely", 1986, http://www.youtube.com/watch?v=_XMU_3o5RRs

KISS, "Turn on the Night", 1987, <http://www.youtube.com/watch?v=jbDQYdln1UM>

LUNA SEA, "True Blue", 1994, http://www.youtube.com/watch?v=TNU_nuQTOTs

MALICE MIZER, "Bel Air", 1997, http://www.dailymotion.com/video/x4xhga_malice-mizer-bel-air-hq_music

MANSON, Marilyn, „Sweet Dreams“, 1999,
<http://www.youtube.com/watch?v=m6VojYGrnpg>
METALLICA, „Sad but true“, 1992,
<http://www.youtube.com/watch?v=A8MO7fkZc5o>
THE PRETTY RECKLESS, „Miss Nothing“, 2010,
<http://www.youtube.com/watch?v=hFIHsKExcYg&ob=av2e>
THE PRETTY RECKLESS, „Just tonight“, 2010,
<http://www.youtube.com/watch?v=Y7VGOnV2QhU&feature=relmfu>
SLAYER, „Dittohead“, 1994, <http://www.youtube.com/watch?v=6Qd12Hgx43g>
SMITH, Patty, „Summer Cannibals“, 1996,
<http://www.youtube.com/watch?v=vBJtS3IhwCY>
VERSAILLES, „Philia“, 2011, <http://www.youtube.com/watch?v=SGJ4FQrLCzM>
X JAPAN, „Endless rain“, 1989, <http://www.youtube.com/watch?v=hXhQ3t-qsoM>
X JAPAN, „Silent Jealousy“, 1991,
<http://www.youtube.com/watch?v=WzHbHxSEtVQ>

6. Anhang

6.1. Abstracts

DEUTSCHE VERSION

In dieser Diplomarbeit „Gegenüberstellung der Musikvideokultur des Westens und Asiens Anhand ausgewählter amerikanischer Metal/Punk/Rock Musikvideos im Vergleich mit japanischen Visual Kei Musikvideos“ wird erklärt was Metal, Punk, Rock und Visual Kei Kultur ist, wobei der Fokus hauptsächlich auf jene Aspekte beschränkt ist, welche man in den Musikvideos sehen kann. Hierzu wird vor allem auf die folgenden Fragen eingegangen: wie beeinflusst der gesellschaftliche Hintergrund einer Band ihre Musik und somit auch ihre Visualisierung derer, welche kulturellen Zeichen werden (sowohl kulturell im Bezug auf die Musikrichtung, als auch auf das Ursprungsland der Band) in der Community und somit auch in den Clips verwendet und wie beeinflussen sich diese Kulturen gegenseitig beziehungsweise wie kann man diesen Einfluss wiederum in den Videos erkennen?

Der Theorieteil der Arbeit beschäftigt sich mit Interkulturalität, Gender, dem Frauenbild in Amerika und Japan genauso wie in den unterschiedlichen Musikrichtungen, der Beziehung zwischen Star und Fan, der Präsenz der Bands (und ihrer Videoclips) im Internet, ebenso wie der damit verbundenen globalen Verbreitung.

Der Analyseteil der Arbeit beschreibt kurz den Beginn der Musikvideos und konzentriert sich dann auf die Vergleiche zwischen Visual Kei und Rock/Punk/Metal Videos aus den 80er, 90er und 2000er Jahren. Die Analyse ist nach dem Vorbild von Henry Keazor gestaltet. Es wird sowohl auf die Bedeutung des Gesehenen/Gezeigten eingegangen, als auch auf die filmische Machart.

Der Fokus liegt auf der Untersuchung von Hinweisen auf die kulturelle Identität des Künstlers in seinen Musikvideos und den Zeichen und Symbolen welche diese vermitteln.

ENGLISH VERSION

In this diploma thesis „Gegenüberstellung der Musikvideokultur des Westens und Asiens Anhand ausgewählter amerikanischer Metal/Punk/Rock Musikvideos im Vergleich mit japanischen Visual Kei Musikvideos“ (Comparison of the music video culture of the Western World and Asia, by the example of selected American Metal/Punk/Rock music videos and Japanese Visual Kei music videos) it is explained what Metal, Punk, Rock and Visual Kei culture is, while the focus is laid on the aspects, which are visible in music videos. Especially the following questions are primarily discussed: how does the social background of a band influence their music and the visualization thereof, which cultural signs are (culturally in reference to the music genre as well as to the home country of the band) used in the community and therefore also in the clips, and how do these cultures affect each other or rather how can this influence be seen in music videos?

The theory chapters of the thesis concentrate on interculturality, gender, the perception of women in America and Japan as well as in the different music genres, the relationship between Star and Fan, the bands' (and music clips') presence on the internet, and the global distribution tied to that.

The analytical chapters of the thesis describe the beginning of the music videos and then focus on the comparison of Visual Kei and Rock/Punk/Metal videos from the 80s, 90s and 2000s. The analysis is shaped after the model of Henry Keazor. The meaning of the seen/shown will be elaborated, as well as the cinematic style.

The focus lies on the study of the indications of the cultural identity of the musician in his music videos and the signs and symbols which help facilitate it.

6.2. Lebenslauf

Name: Martina Radler
Geburtsdatum und -ort: 30.10.1983, Wien

Ausbildung

2008-2013	Studium der Theater-, Film- und Medienwissenschaft
2004-2008	Bundesaufbaugymnasium Horn mit Maturaabschluss
2000-2004	Hauptschule Irnfritz
1996-2000	Volksschule Irnfritz

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel verfasst habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, am

Unterschrift