

Hans J. Wulff

Rez. zu: Busse, Tanja: *Mythos in Musikvideos. Weltbilder und Inhalte von MTV und VIVA*. Münster/Hamburg: Lit Vlg. 1996, (7), iv, 179 S. (Kommunikationsökologie. 3.).

Eine erste Fassung dieser Rezension erschien in: *Rundfunk und Fernsehen* 45, 1997, S. 526-528.

URL der Online-Fassung: <http://www.derwulff.de/8-60>.

Was macht nur das Musikvideo so empfänglich für mythische Analyse? Ist die Bilderwelt der Videos so widerständig gegen die Techniken der klassischen Textanalyse, daß das Konzept des Mythos gesetzt wird, um überhaupt noch einen wissenschaftlichen Zugang der Beschreibung zu bewahren? Oder ist die Bedeutungswelt des Fernsehens in einem viel allgemeineren Rahmen so nebulös, so unveränderlich und vielfältig gleichzeitig, daß die Vorstellung basaler mythischer Botschaften einen Hilfweg andeutet, doch noch auf einheitliche Sinnhorizonte des Geschehens zu schließen? Das würde bedeuten, daß der Mythos Indiz von Hilflosigkeit angesichts eines Mediums wäre, dessen Texte sich gegen alle Verfahren der klassischen Textanalyse sträuben. Doch was macht das Mythische dabei eigentlich aus?

Tanja Busses vorliegende Arbeit *Mythos in Musikvideos* bezieht in dieser Frage eine extreme und unterschiedene Position. Nicht die Ergebnisse sind interessant, sondern die methodische und konzeptionelle Fundierung der Analyse selbst. Davon gilt es zu handeln.

Die Verfasserin kontrastiert zunächst Mythos und Logos (36, passim): Während das Begriffliche und Sprachliche, die Reflexion und die wissenschaftliche Beschreibung einem logozentrischen Prinzip zugehören, das weltgeschichtlich das Zeitalter des Mythos abgelöst hat (alles nach Busse), kehrt das mythische Prinzip mit dem Musikvideo wieder. Erst mit diesen, möchte man vertiefen? Die Frage wird nicht gestellt, sie läßt sich so auch nicht beantworten. Gelegentlich entsteht zwar der Eindruck, als sei "Mythizität" eine globale Eigenschaft der Populärkultur und insofern eine kulturelle Aneignungs- und Kommunikationstechnik überhaupt. Doch wird der Punkt nur am Rande berührt.

Bedeutsam und folgenreich die methodische Vorannahme des Unternehmens: Das Mythische entziehe sich der sprachlichen und analytischen Bestimmung, es sei notwendig vage und unbestimmt. Vor allem die Alltagsmythen, von denen Barthes handelte,

dienten der Verschleierung und seien weitestgehend unbewußt.

Die mythische Qualität von Musikvideos gehört nun allerdings dem symbolischen Leben der Industriegesellschaften an - und es ist deutlich, daß Busses Geschichtsvorstellung eigentlich auf einer ebenso konservativen wie kritischen Distanz aufruht. "Mythos" ist eine Redeweise, die diese Distanz noch weiter radikalisiert. "Die Industriegesellschaften sind mythenlos im klassischen Sinne", heißt es, "stattdessen haben sie Ideologien, die an die Stelle des Mythos treten" (48). Ideologien könnten das Mythische aber nicht vollständig ersetzen, "nur zum Schein an seine Stelle treten" (49), heißt es weiter - weil sie von politischer Art seien; das Mythische sei dagegen "alles: existentiell, philosophisch, religiös..." (48f; Punkte im Original). Tatsächlich sieht die Verfasserin die Begründung der Mythen in einem Fundamentaltzusammenhang - er wächst aus der "existentielle[n] Einsamkeit des Menschen" und der "Rätselhaftigkeit und Unerklärbarkeit der Welt" (45, passim). Von historischen und politischen Bedingtheiten wird abgesehen, weil das Mythische das betrifft, das "für den Menschen wichtig und konstituierend ist, sowohl generell für alle Menschen zu allen Zeiten als auch im Kontext einer bestimmten Kultur" (58).

Mythische Analyse ist demnach also keine politische, politökonomische oder ideologische Analyse, sondern ein Schritt weiter, um den "Welt- und Mensch-in-der-Welt-Erklärungen" (49) nachzugehen. So zeigt sich das Mythische am Ende nur als symbolische Erscheinungsform eines reinen humanistischen Universalismus und Essentialismus.

Es bleibt das Problem der Operationalisierung dieser Ausgangsüberlegungen für die Korpusuntersuchung. Mythische Analyse hat logischerweise mit mehreren Dilemmata gleichzeitig zu tun. Das erste Problem ist die grundsätzliche Unreflektiertheit und Begriffslosigkeit des Mythos selbst. Jede Beschreibung des Mythos zerstört ihn. "Mit der Reflexion beginnt die Arbeit des Logos", schreibt Busse, "den

Mythos zu entmythifizieren. Damit ist der Mythos nicht faßbar, ohne gleichzeitig enttarnt zu werden. Er gleicht einem Versteck, das, wenn man es findet, keins mehr ist" (36). Der Mythos ist ganz in sich selbst aufgehoben, heißt das, kann nur in seiner Geltung und in seinem Funktionieren verstanden werden. Der Mythos ist von seinem Ritus nicht zu trennen, heißt es konsequenterweise (2) - allerdings folgt für die Verfasserin daraus nicht, die rituellen Rahmen, in denen Musikvideos stehen, zu untersuchen, sondern ihr Anliegen bleibt die "Entschleierung". Immerhin hieße dieses, das Interesse und das Hauptgewicht der Untersuchung auf eine "Medienhandlungsanalyse" zu legen (vgl. 65!) - ein wahrlich komplexes Thema, geht es doch um Voraussetzungen der Zuwendung von Zuschauern zum Gegenstand, die tatsächliche Rezeption und die weitere Nutzung!

Diese Wendung wird also nicht vollzogen. Die wenigen Bemerkungen zu den Rezipienten und deren Verhalten stützen sich auf die Kronzeugen Adorno (vor allem "On Popular Music") und Benjamin (den "Kunstwerk"-Aufsatz), gelegentliche Bemerkungen qualifizieren sie sogar nach Anders als "tausendfache Versammlung" von "Massenemeriten vor dem Bildschirm" (30). Der methodische Fehler ist aber grundlegender, das Mythische zeigt sich am Ende als *dummy*, mit dem der Gegenstand in Rede disqualifiziert werden kann. Busse lehnt die wissenschaftliche Untersuchung, ja die Thematisierbarkeit der Musikvideos eigentlich ab, damit zerstörte man ihre besondere Qualität. Die Fähigkeit der wissenschaftlichen Metasprache insbesondere, Strukturen der Sinnerzeugung, der Abbildung von Szenarien und Wissensstrukturen, der Erzeugung textuell-künstlerischer Ganzheiten in Musikvideos zu erfassen und angemessen darzustellen, wird schlicht in Abrede gestellt.

Das zweite Problem betrifft die Weite dessen, was eigentlich untersucht wird. Musik ist in den Redeweisen Busses immer elektronisch verbreitete Populärmusik, das Life-Konzert und die Selbstproduktion werden explizit aus der Untersuchung ausgewiesen (15). Es geht um Mainstream-Musik, die Vielfalt der Richtungen und Stile in der Populärmusik wird unterdrückt (13f; dagegen 26!). Die Einschränkung dessen, was interessiert, geht aber noch weiter: Nicht einmal die Frage wird bedacht, ob es Vertextungsformen und Rezeptionsweisen gibt, die sich auch bei klassischer Musik, bei Volksmusik usw. finden - Formen des Nebenbeihörens, Formen der Visualisierung, besondere Funktionalisierungen des

Star-Prinzips und dergleichen mehr. Die Geschichte der "visuellen Musik" und der Annäherungen der Künste wird von Busse nur in einem katastrophal kurzsichtigen Kurzüberblick angerissen (6ff), hier ist also auch kein Material zur historischen und systematischen Ortsbestimmung des Phänomens zu gewinnen. Und die Bemerkungen zum Senderkontext (MTV und VIVA) sind grob und rabiat verkürzt (10ff, passim).

Das dritte Problem ist die genauere Bestimmung des "unreflektiert Selbstverständlichen" (41) des Mythos. Busse arbeitet mit drei Konzepten, die ich einzeln problematisieren will.

(a) Zunächst wird die Bildersprache als dasjenige Element bestimmt, das Musikvideos "mythosfähig" macht. Ihre Sprache ist "konkret, bildhaft und symbolisch" (64), ganz auf die Konkretheit seiner Elemente angewiesen, und auch die Analyse darf ihn "nicht in der Abstraktion, sondern im Konkreten, in Bildern und Tönen" (64) aufsuchen. Schön, möchte man gegenfragen, aber ist das nicht das Problem jeder Filmanalyse, weiter sogar: jeder Untersuchung sinnlich vermittelter Botschaften? Ist eine Musik-, Kunst-, Film- oder Fernsehwissenschaft denkbar, die sich nicht primär um die Ordnung der Wahrnehmung als Bedingung von Rezeption und Verständigung, am Ende von ästhetischer Erkenntnis bemüht? Busse hat in einem Punkt Recht: Die Instrumentarien, mit denen die Bilderwelt der Musikvideos untersucht werden können, sind unentwickelt, in einem katastrophalen Maße. Aber das Problem der Produktbeschreibung ist ein Problem einer ganzen Familie von Wissenschaften und hat mit dem Fluchtpunkt des Mythischen so gar nichts zu tun.

(b) Die Mythizität von Musikvideos gehört zum Erscheinungsfeld "moderner Mythen", die Busse bestimmt als "Stilisierungen, Umbedeutungen [!] einer Sache, Verklärungen zu einem Kult-Objekt" (54). Moderne Mythen hätten "symbolische Bedeutung, könn[t]en quasi religiösen Charakter bekommen und lös[t]en starke Gefühle aus" (54), heißt es weiter. Es mischen sich textuelle Eigenschaften und Eigenheiten der Rezeption, die zudem höchst relativ sein können - die subkulturellen Differenzierungen, die mit den Stildifferenzen zusammengehen, manifestieren sich eben auch als Differenzen von Gefühlsreaktionen.

(c) Busse löst sich schließlich von einer morphologischen Vorstellung des Mythos, die ihn als "Erzählung mit besonderer Bedeutung" und somit im Rahmen der narrativen Formen bestimmte. Der Aufweichung folgend, die schon mit Barthes' Mythen des Alltags in die Diskussion eingezogen ist, sind es ne-

ben den Geschichten vor allem Objektbedeutungen und personale Images, die sie dem Mythischen zuschlägt. So wäre Marilyn Monroe durchaus ein Mythos (55), was die Starforschung um eine essentialistische Variante anreicherte. Für die Inhaltsanalyse selbst werden die textsemantischen Bezugsgrößen des Themas, des Motivs und des Symbols als Kategorien des Mythischen eingeführt (67) - und damit verliert die Methode jede Prägnanz, mutiert zu einer Variante von Inhaltsanalyse. Die 35 Beispiele, die jeweils kurz vorgestellt und analytisch kommentiert werden, unterstreichen diese Behauptung.

In der Operationalisierung verwirren sich denn auch die Konzepte: Ist das Mythische eigentlich das Thematische? Ein Mythos enthalte das, was Menschen in einer bestimmten Kultur neu, unverständlich oder wichtig sei, heißt es gelegentlich (64). Aber das tut jede Zeitung auch! möchte man gegenhalten. Und auf das Themen- und Überzeugungsfeld hinweisen,

in dem alltägliche Orientierung stattfindet. Diskursgliederung oder enzyklopädische Ordnung, belief systems oder tacit knowledge, erworbener Wissenszusammenhang oder kultureller Horizont - eine ganze Reihe von Wissenschaften ist auf das Phänomen gestoßen und sich der methodischen Probleme seiner Beschreibung bewußt geworden. "Mythos" ist nur ein Konzept unter vielen anderen (die man in Busses Buch allerdings vergebens sucht). Allerdings ist deutlich, daß "Mythos" ein kämpferischer Zugang zu jenem Feld ist, in dem alle Formen der Mediatisierung (der letzten zwanzig Jahre, cf. 64!) als Strategien der Verschleierung attackiert werden sollten. Busses Band ist in einer Reihe zur Kommunikationsökologie erschienen - und es ist legitim rückzufragen, ob das Beschreibungsinteresse der Busse'schen Untersuchung zur Fundierung eines ökologischen Verständnisses der Medien ausreichend oder sogar überhaupt produktiv sein kann.