

Remediatisierung, Hybridität, ästhetische Eigenzeit: Queens RADIO GAGA

Selina Hangartner

Mit den Zeilen «you had your time, you had your power» wurde 1984 der scheinbare Untergang des Radios vom Frontsänger der britischen Popband Queen, Freddy Mercury, in *Radio Gaga* besungen. Die Tonlage erscheint geradezu symptomatisch für die damalige Medienlandschaft: Der erst dreijährige Musiksender MTV hatte, als neue Distributions- und Werbeplattform der Musikindustrie und als Spartensender, Produktionslogik und Werbeformen nachhaltig beeinflusst und so grundsätzliche Verschiebungen nicht nur für akustische, sondern vor allem auch für audiovisuelle Medienformate – für Musikvideoclips wie den von Queen – eingeleitet. Nicht wenige gingen davon aus, dass das Radio als *das* musikalische Medium des 20. Jahrhunderts endgültig durch das neue, populäre Musikfernsehen abgelöst werde. Selbst Symptom des Wandels, reflektierte der Clip zu Queens *Radio Gaga* den Vorgang. Um dieses Musikvideo – und um dessen spätere Adaptionen ins Digitale – soll es hier gehen. Dabei rückt der Zusammenhang von Medienwandel und der Inszenierung ästhetischer Eigenzeitlichkeit in den Fokus.

Der Clip blickt auf Momente des 20. Jahrhunderts zurück – als Jahrhundert des Radios und zugleich als ein Jahrhundert zwischen Utopien und Dystopien der Moderne. Er akzentuiert die Verschränkung von Medien- und Realgeschichte und tut dies schon dadurch, dass er sich auf Filmbilder oder mediale Ikonografien und Imaginationen aus den verschiedenen Dekaden des Jahrhunderts stützt, durch die Queen eine Reise antreten. Mit der auffäl-

ligen Montage disparater Elemente konstruiert er einen gebrochenen Kosmos, der mit seinen idiosynkratischen zeitlichen Überlagerungen als Ganzes auf eine hybride mediale Zeiterfahrung zielt, die als ein Fall ästhetischer *Eigenzeit* erscheint, der näher betrachtet werden soll. Noch einmal gesteigert wird der Effekt durch die Nachgeschichte des Clips in aktuellen Mash-ups.

Remediation und ästhetische Eigenzeit

RADIO GAGA eröffnet mit den ersten bassigen Klängen des Liedes auf der Tonspur und einem Zitat aus dem deutschen Stummfilm – einer visuellen Maschinensymphonie aus METROPOLIS (Fritz Lang, D 1927), die das unentwegte Arbeiten der Geräte und die mit gesenkten Häuptern im Gleichtakt schreitenden Arbeiter in der unterirdischen Arbeiterstadt zeigt. Die Bilder sind als *footage* direkt dem Film entnommen, werden aber deutlich – auch haptisch – von einer Video-Ästhetik überlagert.¹ Die Montage und die Bewegungen des Originalmaterials fügen sich bemerkenswert dem Rhythmus des Liedes; die Bewegungen der Arbeiter an den Maschinen erscheinen zu den 80er-Jahre-Popklängen wie ein hypnotisches Ballett. Ästhetisch beinahe nahtlos, weil noch immer in Schwarzweiß, erscheint dann ein altes Radioempfangsgerät; es stammt nicht mehr aus dem METROPOLIS-Universum, sondern gehört zu einer offenbar neu, in einer Pastiche-Stilistik der 1930er- bis 1950er-Jahre gedrehten Sequenz, die in gefundene Wochenschau-Bilder aus dem Zweiten Weltkrieg mündet. Die Urkatastrophe des 20. Jahrhunderts Krieg als Motiv aufgreifend, ist in der neugedrehten Sequenz eine Familie im heimischen Wohnzimmer sichtbar, die mit Gasmasken vor dem Gesicht Radio hört. In monochromem Sepia leuchtet das Gerät – gleichsam magisch – gelb auf, die Rolle des Mediums Radio als letzte Verbindung zur Außenwelt – als Mittler in der Not – visuell markierend.

Die Vocals setzen ein, die Ton- und Bildebene zugleich verwebend, wenn sie voller Nostalgie über das eingeblendete Radiogerät singen. Nach dem Prolog, der von den METROPOLIS-Szenen zu den neu produzierten Aufnahmen der Familie fortschreitet – in monochromer Optik ein *Pastiche* im Stil von Propagandafilmen für die Zivilverteidigung aus Zeiten des Kalten Krieges (1950er-Jahre) –, erscheint die Band nun selbst im Bild. Als

1 Zugang zum Filmmaterial hatte die Band damals wohl durch Giorgio Moroders Neufassung von METROPOLIS, an deren «New Wave-Soundtrack» Freddy Mercury beteiligt war (Elsaesser 1999, 30).

Passagiere eines fliegenden Gefährts reisen die Bandmitglieder, wieder in Schwarzweiß, in die Bildwelt des METROPOLIS-Universums hinein. Ab nun wechselt der Clip stetig zwischen Aufnahmen aus METROPOLIS, stilähnlichen Schwarzweiß-Bildern der Band, Material aus Kriegswochenschauen, dem Pastiche der Zivilverteidigungsfilme und schließlich Aufnahmen der Band auf einer Bühne – nun in der Farbe und dem Look der kontemporären 80er-Jahre-Videoästhetik. Allerdings muten die Requisiten, Kostüme Posen und auch die Ornamentalität und Gestik der Masse wie eine fetischisierte Übernahme aus METROPOLIS an.

Verschiedene medial-historische Zeitebenen werden – wie in einem Kaleidoskop betrachtet – zu einer Konstruktion ästhetischer Eigenzeit montiert. Dabei entsteht ein vollkommen *hybrides Konstrukt*, denn die disparaten zeitlichen Markierungen des Referenzmaterials sind nicht eingeebnet, sondern die Unterschiede der historisch-medialen Materialität werden geradezu ausgestellt. Dies produziert eine Zeiterfahrung, die im Sinne von Michael Gamper und Helmut Hühn als ein Musterbeispiel ästhetischer *Eigenzeit* erscheint und «als exponierte und wahrnehmbare Formen komplexer Zeitgestaltung, -modellierung und -reflexion» (Gamper/Hühn 2014, 1) verstanden werden kann: Hier führen «komplexe, auf vielen Ebenen zugleich stattfindende (Selbst-)Bezüglichkeiten in der Beobachtung zur Wahrnehmung idiosynkratischer Zeitlichkeiten» (ibid., 24). Die Attraktion des Clips entsteht also gerade daraus, dass die ästhetische Gestalt nicht mehr auf *einen* bestimmten historischen Zeitpunkt referiert, sondern sich mit seinen überlagernden unterschiedlichen Zeitreferenzen als paradoxe, mediale Konstellation gibt. «Derart organisierte Gebilde formieren Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft anders, als sie in der linearen Zeit erscheinen» (ibid.). RADIO GAGA installiert eine mediale Zeit, die die Erfahrungen verschiedener Stationen des 20. Jahrhunderts um Radio und Krieg mittels *Remediationen* und Pastiches verschmilzt und neu ordnet. Die Verbindung der einzelnen Segmente bleibt motivisch und flüchtig; das Medium selbst, die Formen der Mediatisierung werden zum eigentlichen Thema.

Der virtuellen ästhetischen Eigenzeit scheinen Impulse eingelassen, das neue Medienformat als *Hypermedium* zu inszenieren, das existierende mediale Formate und Inhalte in sich einbinden und so remediatieren könne, was, wie Jay David Bolter und Richard Grusin in ihrem einflussreichen Konzept zur Remediatierung schreiben, die Aufmerksamkeit zurück auf den Akt des Mediatisierens selbst lenke (1999, S. 33 f.). Das erscheint typisch für Inhalte neuer medialer Formate, die ohnehin immer wieder, so gilt es in den *New Media Studies* als verbürgt, sich selbst und ihre eigene

Medialität in den Vordergrund rücken (vgl. etwa Thorburn/Jenkins 2004, 4). In der Filmgeschichte kann man übrigens die selbstreflexive Ästhetik etwa nach dem Umbruch hin zum Tonfilm oder in ersten 3D-Filmen in den 1950er-Jahren erkennen: Dieses Kino hob absichtlich hervor, dass es auf eine neue technologische Grundlage gestellt war.

Mash-ups

MTV sorgte in den frühen 1980er-Jahren für Verschiebungen in Musik- und Medienindustrie: Die Gründung des Senders war Ergebnis jüngerer Entwicklungen in der amerikanischen Fernsehlandschaft, in der die Durchsetzung des Kabelfernsehens die Programmstrukturen gerade nachhaltig veränderte; durch die quantitative Vielfalt an Sendern wurde produktionsseitig vermehrt auf *Narrowcasting* gesetzt, auf Medieninhalte, die – nicht mehr nur familienfreundlich wie auf den Satellitenfernsehsendern ABC, CBS, NBC etc. – nun spezifischere Publika ins Auge fassten (Klein/Hißnauer 2012, 17). Bands wie Queen machten sich die Möglichkeit zunutze, ihre Tonträger via Videoclip auf dem Spartensender zu bewerben, weil die Clips neue ästhetische Möglichkeiten boten. Damit war auch den Trends in der Popmusik entgegengekommen, die sich dank neueren Tontechniken wie dem Synthesizer in Live-Auftritten oft gar nicht mehr produzieren ließen (Rehbach 2018, 28). Mittlerweile ist die Existenz des Senders MTV als reiner Musiksender selbst historisch geworden und die hybride Montage unterschiedlicher Zeitlichkeiten hat mit dem Web 2.0 noch einmal an Bedeutung gewonnen. Für Bolter und Grusin ist das Internet das hypermediale Medium *per se*: Als multimedialer Raum (Grusin 1999, 31) werden hier stets andere Medienformate kombiniert – etwa werden Videos, Text, Karten eingebunden. Das lässt die Inhalte unweigerlich hybrid erscheinen: «Unlike a perspective painting or three-dimensional computer graphic, this windowed interface does not attempt to unify the space around any one point of view» (ibid., 33).

Gerade die *Erscheinung des Analogen*, überdeutlich signifiziert durch (computergeneriertes) Filmkorn oder typische Störeffekte von Videoaufnahmen, werden im Digitalen, besonders durch die «participatory culture» (Burgess/Green 2009), gefeiert. So verwundert es kaum, dass auch auf digitalen Plattformen Bilder und Klänge vergangener Medieninhalte in hybrider Kompilation wiederkehren, etwa in sogenannten Mash-ups, erneut montiert zum nostalgischen Pastiche. Auf YouTube folgen – wenn man

nach «Queen» und RADIO GAGA sucht – auch solche Beiträge, in denen der 1980er-Jahre-Clip mit weiteren Inhalten noch einmal neu kombiniert wurde. Keiner externen Ordnungslogik mehr verpflichtet, wird hier etwa das Antlitz Freddy Mercurys in seinem fetischisierenden METROPOLIS-Aufzug und im fliegenden Gefährt direkt in die futuristische Metropole aus Fritz Langs Film hineingedacht, wobei – überblendet mit einer animierten Barbie oder zusammen mit Szenen aus Musik-Kindersendungen angeordnet – nur noch lose, audiovisuelle Gebilde entstehen.² So werden private Medienbiografien zu drei- oder vierminütigen Formationen kondensiert, die temporär nicht anders als mit dem Begriff «ästhetische Eigenzeit» bestimmbar sind. Erneut der Logik des Hypermedialen folgend, erscheint auch hier die Hybridität des Materials, seine Historizität in den Vordergrund gekehrt. Die Wirkung ist allerdings noch gesteigert: Gerade im Kontrast zum neonfarbigen Aufzug der Barbie funktionieren Aufnahmen von Mercury als METROPOLIS-Arbeiter in schwarzweiß noch deutlicher als historische Markierungen – als Signifikanten einer eingebneten, unbekannteren Vergangenheit. Die Rückkehr von METROPOLIS und RADIO GAGA wird so zum «Oberflächenrausch» (Eder 1999) und durch das Prinzip der Remediation des 1980er-Jahre-Clips auf eine neue Stufe gestellt. Wiederum erscheinen auch die Anzeichen eines neuerlichen medialen Umbruchs ästhetisch verarbeitet, hatten Videoplattformen wie YouTube doch erst den Niedergang von MTV als Clip-Kanal besiegelt (Vernallis 2010, 233).

Manchen mag die digitale Wiederkehr der Inhalte in dieser Mash-up-Form an die grob vernähte Gestalt von Frankensteins Monster erinnern, wenn Totgegläubtes, jeden ursprünglichen Zusammenhang enthoben, sich neu in Szene setzt. Mit ihren Versatzstücken suggerieren die YouTube-Videos immerhin, dass Inhalte technische Umbrüche überleben. Wie Thomas Elsaesser berichtet, stand bereits Giorgio Moroders New-Age-Fassung von METROPOLIS (1984) in der Kritik, das historische Material lediglich als «objet trouvé» ohne jede Annäherung an die ursprüngliche künstlerische Intention zu behandeln (Elsaesser 1999, 32). In den Mash-ups überlebt auch dieses Prinzip – in noch gesteigerter Variante.

Der Kommentar einer Nutzerin, der unter einem dieser RADIO-GAGA-Mash-up-Videos auf Youtube steht, erscheint dann geradezu symptomatisch für mein Konzept einer hybrid-audiovisuellen ästhetischen Eigenzeit,

2 «Shallow Radio Ga Ga – Lady Gaga & Bradley Cooper vs Queen (VIDEO MASHUP)», https://www.youtube.com/watch?v=_Gn0N4y0f_Y (letzter Zugriff am 01. 03. 2020).

wie sie insbesondere mediale Umbruchsituationen immer wieder markiert. Sie schreibt: «Queen yesterday, today, tomorrow and forever», und scheint recht zu haben: METROPOLIS, RADIO GAGA und Gaga-Mash-ups auf YouTube – in ihnen erscheint Gleiches durch die Formate und Zeiten hindurch immer wieder, allerdings hybrid neukombiniert, in jungen Formaten remediatisiert und allen «natürlichen» linearen Zeitvorstellungen enthoben. So gesehen erscheinen die digitalen «Kurzfilme» dann doch als Fortsetzung einer altbekannten Formel: als jüngste Drehung der von Thomas Elsaesser *ex ante* diagnostizierten «Endlosschleife Metropolis» (ibid.).

Literatur

- Bolter, Jay David / Grusin, Richard (1999) *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press.
- Burgess, Jean / Green, Joshua (2009) (Hg.) *Youtube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity.
- Eder, Jens (1999) *Oberflächenrausch. Postmoderne und Postklassik im Kino der 90er Jahre*. Münster: LIT.
- Elsaesser, Thomas (1999) Endlosschleife Metropolis. Die Untoten des deutschen Films. In: *Dschungel Großstadt. Kino und Modernisierung*. Hg. v. Irmbert Schenk. Marburg: Schüren, S. 29–56.
- Gamper, Michael / Hühn, Helmut (2014) *Was sind Ästhetische Eigenzeiten?* Hannover: Wehrhahn Verlag.
- Keazor, Henry / Wübbena, Thorsten (2005) *Video Thrills the Radio Star. Musikvideo: Geschichte, Themen, Analysen*. Bielefeld: Transcript.
- Klein, Thomas / Hißnauer, Christian (2012) Einleitung. In: Dies. (Hg.): *Klassiker der Fernsehserie*. Stuttgart: Reclam, S. 7–26.
- Rehbach, Simon (2018) *Medienreflexion im Musikvideo. Das Fernsehen als Gegenstand intermedialer Beobachtung*. Bielefeld: Transcript.
- Thorburn, David / Jenkins, Henry (2004) Introduction. In: *Rethinking Media Change. The Aesthetic of Transition*. Hg. v. dens. Cambridge: MIT Press, S. 1–16.
- Vernallis, Carol (2010) Music Video and YouTube: New Aesthetics and Generic Transformations. In: *Rewind, Play, Fast Forward: The Past, Present and Future of the Music Video*. Hg. v. Henry Keazor & Thorsten Wübbena. Bielefeld: Transcript, S. 233–258.