

**Laura Niebling: Rockumentary: Theorie, Geschichte und Industrie**

Marburg: Schüren 2018 (Marburger Schriften zur Medienforschung, Bd.79), 412 S., ISBN 9783894728427, EUR 38,- (Zugl. Dissertation an der Universität Bayreuth, 2017)

Laura Niebling versucht in ihrem Band das „mediale Massenphänomen Rockumentary“ (S.9) in seiner formal-ästhetischen Ausprägung, historischen Entwicklung und seiner Verortung als unterhaltungsindustriellem Konsumprodukt umfassend zu beschreiben. Hierzu leistet sie zunächst sinnvolle Grundlagenarbeit: Sie erstellt eine Schematisierung des oftmals wenig präzise genutzten Begriffs des Musikfilms. Musikfilm, verstanden „als Gattung zur Präsentation von Musik“ (S.76), unterteilt Niebling in Grundgattungen („Musikdokumentation“, „Musikspielfilm“ und „Experimentelle

Musikkunst“, S.77) und darauf basierend in vier Produktions- und Organisationsmodi. Die Rockumentary, auf die die weitere Untersuchung ihren Fokus legt, ist der Grundgattung der Musikdokumentation zuzurechnen. In der Abgrenzung zu einem weiteren dokumentarischen Modus des Musikfilms, der Musikdokumentation, erfasst Niebling den grundlegenden Charakter der Rockumentary: sie steht „in ökonomischer Abhängigkeit“ (S.79) zur Musikindustrie, vertritt also gleichsam auch deren Interessen, macht deren Produkte bekannter und erhält somit einen subjektiven, unterhaltenden Cha-

rakter, der grundsätzlich kommerziell orientiert ist (vgl. S.171). Die Interdependenz zwischen Filmschaffenden und Musikindustrie zeigt sich bereits an der Dylan-Dokumentation *Dont look back* aus dem Jahr 1967. Dylans Manager Albert Grossman selbst hatte den Regisseur D.A. Pennebaker eingeladen, Dylans England-Tour 1965 mit der Kamera zu begleiten – um durch audiovisuelles Promotionsmaterial den Bekanntheitsgrad Dylans zu steigern und seine Alben zu bewerben. Dass dabei durch Pennebakers Herangehensweise und Materialauswahl ein entlarvendes Künstlerporträt in Spielfilmlänge entstand, offenbart aber auch das Potenzial der Rockumentary, mehr zu sein als ein bloßes Werbemittel der Musikindustrie.

Als weiteres entscheidendes Charakteristikum der Rockumentary benennt Niebling „das medienhistorisch tradierte Selbstverständnis ihrer Filmmacher als partizipativer Teil einer Musikszene“ (ebd.). Häufig generieren Rockumentaries Interesse und Gunst ihres Publikums dadurch, dass Filmmacher\_innen sich selbst als Teil einer Szene, als ‚Fans‘, inszenieren und somit für authentische Darstellung stehen. Sam Dunn kennzeichnet beispielsweise seine Fan-Perspektive bereits im Titel seiner Dokumentation *Metal – A Headbanger’s Journey* (2006).

Nachdem die Grundcharakteristika des Untersuchungsgegenstandes herausgearbeitet wurden, schließen sich mit Kapitel vier von Nieblings Untersuchung Betrachtungen zur historischen Genese und zunehmenden Professionalisierung der

Rockumentary an. Die Entstehung der Rockumentary wird im *Direct Cinema* der 1960er Jahre angesiedelt, die mit der Ausweitung des Musikmarkts und der MTV-Ära der 1980er weiter ausgeprägt und schließlich in ihrer modernen Form hochspezialisiert und -technisiert ist.

Es folgt ein Kapitel, das sich genauer mit der Wechselwirkung zwischen Filmproduktion und Musikindustrie auseinandersetzt und die Rolle von Marketing und Distribution in den Blick nimmt. Die medialen Produkte, die in die Kategorie Musikfilm fallen, bewegen sich größtenteils im Spannungsfeld zwischen künstlerischem Ausdruck und industrieller Vermarktung, zwischen Unterhaltung und Kommerz. Niebling wird der Notwendigkeit, sowohl diesen Aspekt als auch medientechnische und -ästhetische Entwicklungen mit zu reflektieren, mit dem gesamten Aufbau ihrer Untersuchung gerecht und legt damit ein wichtiges Grundlagenwerk zum Thema Rockumentary vor. Die von ihr zusammengetragenen Quellen und die Mediagraphie am Ende des Buches bilden einen reichen Fundus für weitere Forschungen zum Thema – dies auch vor dem Hintergrund einer der Ausblicke, die Niebling formuliert: „So ließe sich eine Erinnerungsgeschichte der Musikkultur auf der Grundlage jener Bilder schreiben, die sich aus der Rockumentary entwickeln“ (S.354). Die Rockumentary würde damit, trotz oder wegen ihrer konsumorientierten Konstruktion, ein kritisch zu hinterfragendes Dokument der Musikgeschichte (vgl. ebd.).

*Rockumentary: Theorie, Geschichte und Industrie* ist ein sorgfältig und detailgenau recherchiertes Buch mit zahlreichen schwarz-weiß-Fotografien, das seinem Anspruch, die Rockumentary grundlegend zu beschreiben und im weiten Feld des Musikfilms zu verorten, mehr als gerecht wird. Es gelingt Laura Niebling, die prägenden Elemente dieser besonderen Form von Musik im

Film, beziehungsweise von Filmen über Musik, aufzuzeigen und auch die Problemhorizonte vor dem Hintergrund ihrer film- und musikindustriellen Anhängigkeit zu benennen. Eine unbedingte Leseempfehlung, nicht nur für Dokumentarfilm- und Populärmusikforscher\_innen.

*Stefanie Klos (Marburg)*