



*Charli XCX mint Steve Jobs az 1999 című (2018) YouTube-videóklipben*

## Keskeny András

### *Identitás, medialitás, temporalitás a kortárs videóklipekben*

### *Transzdiszciplináris társadalomtudományi műhelyszeminárium*

#### *Előszó a kurzustematika publikálása alkalmából*

A jelen kurzustematikát a megvalósíthatóhoz képest jócskán elláttem tudásanyaggal. Mentségemre legyen mondva, hogy a félév folyamán végül igyekeztem jóval kisebb, önmagában is érthető szeleteket átadni a szemináriumon mindabból, ami itt holisztikus rendszerré kívánkozik sűrűsödni – hiába. Az alábbi kurzustematika valójában csak látszólag óraterv. Sokkal inkább a 2023. augusztus végi gondolataim egyfajta „ideiglenes”, részleteiben csak részben kidolgozott, ennek ellenére átfogó igényre törekvő összegzése arról a kérdésről, hogy a videóklip kortárs kultúrája milyen szerepet tölt be a mai, későmodern médiakultúra – természetyszerűleg szociokulturálisan is determinált – ökoszisztémájában.

A szöveg indirekt módon – a kortárs videóklip kultúrája segítségével – arra kíván rámutatni, és ez adja transzdiszciplináris jellegét, ahogy egy szociokulturális és egy mediális problémakomplex egymásba szövődik. Egyfelől a digitális, a fogyasztói és az önmegvalósítási forradalmaknak köszönhetően a globális nyugat (ti. az euroatlanti térség és ázsiai, latin-amerikai szövetségesei) társadalmilag, szociokulturálisan, sőt, gyakorlatilag az élet minden területén, egyre inkább szegmentált, ami bizonyos társadalmi és kulturális folyamatokat von maga után. Andreas Reckwitz nyomán ezek között a folyamatok között van a nyugati típusú társadalmak egyre kisebb egységekre, miliókre, életstílus csoportokra, neo-tribe-okra, és végső soron egyszemélyes szubkultúrákra való szétszakadása, a klasszikus középosztály elolvadása két másik új osztály javára (felfelé a diplomás kozmopolita újközéposztály, lefelé a prekariátus – a magyar szociológiai terminológiában a deprivátus – irányába vezet el az út a hagyományos középosztályból), végezetül a globális hiperkultúra kialakulása, ami a már meglévő kulturális kódok szabad rekombinációin keresztül szegmentál. Másfelől a kortárs médiatechnológia révén, amelyben nem csak a digitális forradalom, de a fogyasztói és az önmegvalósítási

forradalmak logikája is visszatükröződik. (Például a permanens lakossági mobilinternet-hozzáférést feltételező, hordozható, digitális személyi eszközök által a világunk egyre inkább mediatizálódik. Ma ugyanis nem egyszerűen kortárs médiakultúráról, hanem a kultúra – a hétköznapi szintjéig hatoló – kortárs mediatizálódásáról kell, hogy beszéljünk.

A jelen kurzus alapötlete abban áll(t), hogy e két problémakomplex keresztmetszeteinek – szó szerint is szemléletes – felmutatását nyújtsa/adja a hallgatók számára a kortárs videóklip-kultúra segítségével. Hisz ez egyszerre mutatja fel a kortárs világunk, a későmodernitás elemi szintű médiatechnológizáltságát és képezi le, tükrözi vissza csaknem össztársadalmi szinten – ma már szinte mindenki fogyaszt popkultúrát is, – a nyugati társadalmaknak a szociokulturális struktúráit. Idáig talán érthető is lenne a tematika. (A videóklip mai kultúrájának összefüggéseivel a [Filmszem 2022/2.](#) számában foglalkoztunk már a hallgatóimmal). Remélem, az itt olvasható gondolatmenet-morzsák, a gazdag bibliográfia, a videóklip linkek újabb további hasznos adalékokkal szolgálnak majd az olvasók számára.

Budapest, 2024. január 2.

Keskeny András

## I. Bevezető a szeminárium elé

*A kortárs szociológia új irányai. „Horizontális” nyitás a kultúra-, média-, és képtudományok irányába, „vertikális” nyitás a történeti perspektíva irányába*

Az elmúlt fél évszázad átfogó gazdasági, politikai, technológiai és szociokulturális átalakulásai, amelyek a gazdaság finanszírozásától egészen a világ globalizálódásáig, a piacok deregulációjától a szociális éra ökonomizálódásáig, a tárgykultúra esztétizálásától a mindennapi élet digitalizációjáig terjednek, komplex és mélyreható társadalmi–civilizációs változásokat hoztak magukkal. A humántudományokban, köztük a társadalomtudományban és szociológiában, az 1970-es évek óta tapasztalható különféle fordulatok (a *linguistic turn*-től a *pictorial turn*-ig, a *historical turn*-től a *cultural turn*-ig, a *material turn*-től a *spacial turn*-ig) természetszerű kölcsönhatásban állnak ezekkel a változásokkal. Ezek a folyamatok egyszerre tették lehetővé és szükségessé, hogy a szociológiai érdeklődés olyan régi-új irányokba forduljon, mint a történeti perspektíva vagy az érdeklődés a hétköznapi élet iránt. A második világháború utáni társadalomtudományok mindenekelőtt a modernizáció folyamatára és „a modern társadalom” leírására koncentráltak, az 1970-es évektől azonban maga a modernitás és a kultúra (mint történetileg és területileg is egyedi entitások) újra bekerültek a szociológiai érdeklődés látókörébe. Michel Foucault és Pierre Bourdieu életművének széleskörű és tartós recepciója nyomán a társadalomtudományokban két fontos kortárs tendencia figyelhető meg. Egyfelől, „vertikálisan”, már nem csak a társadalmak által kitermelt szociális konstrukciók, de azok térben és időben egyedi jellege is elkezdte – a korábbinál jóval szélesebb körben is – foglalkoztatni a szociológusokat. (Így született meg pl. az 1990-es évektől a térszociológia, de így erősödtek meg szintén az 1990-es évektől bizonyos idő- és kultúrszociológiai irányzatok is). Másfelől, „horizontálisan”, olyan, a második világháború után elhanyagoltnak számító területek is újfent a szociológia látóterébe kerültek (mindenekelőtt a kultúr- és kultúratudományok által motivált szociológiában), mint a tárgykultúra, a hétköznapi élet praktikái, vagy az esztétikai tapasztalat problémája. A transzdiszciplináris kurzus féléves tematikája is e két „horizontális” és „vertikális” tengely által meghatározott „koordináta-rendszerben” mozog, s mindenekelőtt a kortárs, német nyelvű szociológia néhány, az említett irányokba nyitott, nemzetközileg is jelentékeny teljesítményére alapoz. Azaz a Sinus-Institut (Sinus Intézet) szociális-milió kutatásaira az 1970-es évek végétől fogva, a ZukunftsInstitut (Jövő Intézet) 2020-ban aktualizált életstíluscsoport-kutatásaira, Andreas Reckwitznek a 2000-es évektől máig megjelent műveire a, Hartmut Rosa *Beschleunigung – Die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne (Időaxeleráció – A társadalmi időstruktúrák változásai a modernitásban)* című 2005-ös könyvére. A kurzus elsődleges és fő célja, hogy ezekbe

az empirikus kutatási eredményekbe és új elméleti konstrukciókba nyújtson bepillantást. Másodlagos, de egyáltalán nem mellékes célja, hogy egyúttal választ találjon arra a társadalom-, a kultúra-, a média- és a képtudomány határait egyszerre áthágó transzdiszciplináris kérdésfeltevésre, hogy mit is köszönhet a későmodernitás *mediatechnológizált szociokulturális ökonómiája* a videóklipnek?

## 1. óra

Az első, bevezető órán – előadás formájában – a fenti, az óra fél éves tematikája szempontjából alapvető és azt megalapozó történeti-társadalmi, ill. tudománytörténeti kontextust vázolom fel. Ez után röviden bemutatom a kortárs humántudományi (elméleti szempontú) kínálatnak azokat a szerzőit és műveit, amelyekre a transzdiszciplináris szeminárium fél éves tematikája alapoz. Az óra legvégén pedig röviden bemutatom a fél éves tematika tervezetét.

### A bevezető órához ajánlott irodalom

- Beck, Ulrich: *Perspektiven der Weltgesellschaft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1998.
- Beck, Ulrich – Mulsow, Martin (Hg.): *Vergangenheit und Zukunft der Moderne*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2014. (A tartalomjegyzék és olvasópróba a bevezetőből elérhető itt: [https://media.suhrkamp.de/mediadelivery/asset/cd8a27c6ecdd45079af9e38d212587e2/vergangenheit-und-zukunft-der-moderne\\_9783518126851\\_leseprobe.pdf?contentdisposition=inline](https://media.suhrkamp.de/mediadelivery/asset/cd8a27c6ecdd45079af9e38d212587e2/vergangenheit-und-zukunft-der-moderne_9783518126851_leseprobe.pdf?contentdisposition=inline))
- Bergermann, Ulrike et al.: *Zeitschrift für Medienwissenschaft*, 6. Sozialtheorie und Medienforschung, 1/2012. (A szám letölthető innen: <https://mediarep.org/handle/doc/2731>)
- Beyes, Timon – Metelmann, Jörg (Hg.): *Der Kreativitätskomplex. Ein Vademecum der Gegenwartsgesellschaft*. Bielefeld: Transcript, 2018. (A tartalomjegyzék és a bevezetés elérhető itt: [https://www.transcript-verlag.de/media/pdf/24/44/51/ts4510\\_1oByGqmwiujAKw.pdf](https://www.transcript-verlag.de/media/pdf/24/44/51/ts4510_1oByGqmwiujAKw.pdf))
- de Certeau, Michel: *The Practice of Everyday Life*. Translated by Steven Rendall. University of California Press, 1984 [1980].
- Günzel, Stephan: *Raumwissenschaften*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2009. (Olvasópróba a kötetből elérhető itt: [https://media.suhrkamp.de/mediadelivery/asset/46dbe6522aac4d78ad073f235beb58be/raumwissenschaften\\_9783518294918\\_leseprobe.pdf?contentdisposition=inline](https://media.suhrkamp.de/mediadelivery/asset/46dbe6522aac4d78ad073f235beb58be/raumwissenschaften_9783518294918_leseprobe.pdf?contentdisposition=inline))
- Hörning, Karl H. – Reuter, Julia (Hg.): *Doing Culture. Neue Positionen zum Verhältnis von Kultur und sozialer Praxis*. Bielefeld: Transcript, 2015. (A bevezetés elérhető itt: [https://www.transcript-verlag.de/media/pdf/83/02/07/ts243\\_1hScgB1mK1I1DH.pdf](https://www.transcript-verlag.de/media/pdf/83/02/07/ts243_1hScgB1mK1I1DH.pdf))

- Küpper, Joachim – Menke, Christoph: „Einleitung” in ders. (Hg.): *Dimension ästhetischer Erfahrung*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1. Auflage, 2016 [12003]. pp. 7 – 15. (A szöveg elérhető itt: [https://media.suhrkamp.de/mediadelivery/asset/ab7293b3286e4d8d9b9319b3fbfef32b/dimensionen-aesthetischer-erfahrung\\_9783518292402\\_leseprobe.pdf?contentdisposition=inline](https://media.suhrkamp.de/mediadelivery/asset/ab7293b3286e4d8d9b9319b3fbfef32b/dimensionen-aesthetischer-erfahrung_9783518292402_leseprobe.pdf?contentdisposition=inline))
- Reckwitz, Andreas – Prinz, Sophia – Schäfer, Hilmar (Hg.): *Ästhetik und Gesellschaft. Grundtexte aus Soziologie und Kulturwissenschaften*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 4. Auflage, 2022 [12015]. (A tartalomjegyzék és olvasópróba a kötetből elérhető itt: [https://media.suhrkamp.de/mediadelivery/asset/f2a108747356440ba60ffd7978275496/aesthetik-und-gesellschaft\\_9783518297186\\_leseprobe.pdf?contentdisposition=inline](https://media.suhrkamp.de/mediadelivery/asset/f2a108747356440ba60ffd7978275496/aesthetik-und-gesellschaft_9783518297186_leseprobe.pdf?contentdisposition=inline))
- Reckwitz, Andreas: *Unscharfe Grenzen. Perspektiven der Kultursoziologie*. Bielefeld: Transcript, o. J. [2008]. (Az előszó itt érhető el: [https://www.transcript-verlag.de/media/pdf/98/98/50/ts917\\_1.pdf](https://www.transcript-verlag.de/media/pdf/98/98/50/ts917_1.pdf))
- Schulze, Gerhard: *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt – New York: Campus Verlag, 2. Auflage, 2005 [1992].
- Wessely, Anna: *Előszó a kulturális szociológia tanulmányozásához* in uő. (szerk.): *A kultúra szociológiája*. Budapest: Osiris – Láthatatlan Kollégium, 1998. pp. 7 – 27.

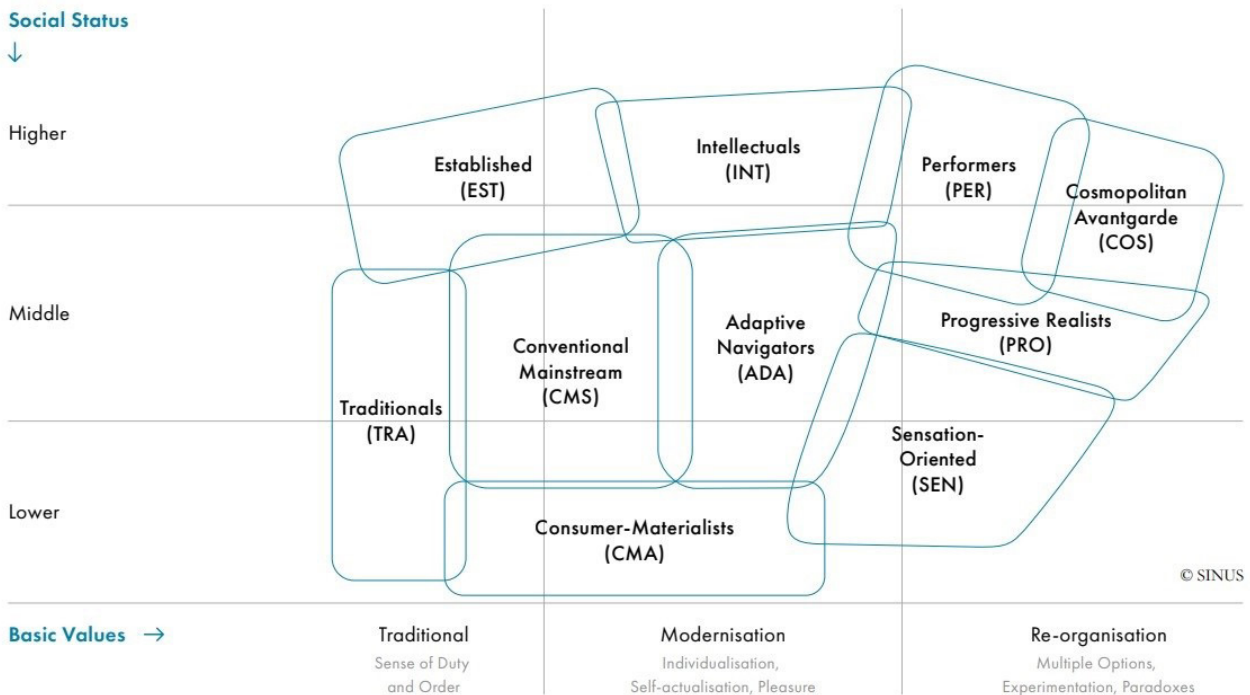
## II. Videóklip-elemző gyakorlati modul

*A szingularitások későmodern társadalma. A videóklip mint a különféle társadalmi miliók, életstílus-csoportok szociokulturális (ön)reprezentációinak helyszínei*

Pierre Bourdieu *La Distinctions – Critique sociale du jugement* (*Distinciók – A társadalmi ítélőerő kritikája*) című művében a hagyományos értelemben vett materiális tőke mellett megkülönböztetett más tőkeformákat is, így a szociális, a szimbolikus és a kulturális tőkét. Ezeknek a különféle tőkéknek az összekapcsolódása, ill. aránya határozza meg azt, amit Bourdieu szociális habitusnak nevez. Bourdieu szerint a hasonló szociális helyzetű egyéneknek a habitusa is hasonló. Ezért ők egy-egy szociális miliót, ill. társadalmi osztályokat alkotnak. A „bourdieu-i habitus”-elmélet úgy véli, hogy az egyének ízlése nem individuális és autonóm választásokon alapuló, hanem azt a tőkeformák proporcionális eloszlási arányai határozzák körbe. A bourdieu-i szociológiából kinövő vagy azzal rokon modellek, mint amilyen a Sinus-miliók vagy a Jövő Intézet-féle életstílus-csoportok is, a kortárs társadalmat különféle, a társadalmi osztályokon túlmenő szociális miliókra, életstílusokra, szubkultúrákra osztják. A félév első tematikus moduljában a Német Szövetségi Köztársaság tíz (2021-ben aktualizált) Sinus-miliója és tizennyolc (2020-ban aktualizált)

életstílus-csoportja kerül bemutatásra. Előbbiek vázlatosan, utóbbiak részletesen. Az ezekkel való megismerkedés és négy videóklip megtekintése után arra keressük a választ, hogy ti a Sinus-miliókat ismerő, képzeletbeli marketingszakemberekként hová pozícionálnátok a négy popvideót mint piaci terméket a Sinus-miliók között?

Sinus-Meta-Milieumodell für Established Markets  
2021



A módosított ábra eredeti forrása: [www.sinus-institut.de](http://www.sinus-institut.de)

## 2. óra

Bevezető gyanánt az első modul elé, és a rend kedvéért ejtek pár szót Pierre Bourdieu-ről. Ezután négy kortárs YouTube-videóklipet nézünk meg ([Matilda: You, 2018](#); [Hollie Col: Reruns – Julia Stevens Series: Part 3, 2021](#); [Silversun Pickups: Dots and Dashes – Enough Already, 2013](#); [Godford: Downtown, 2020](#)), mégpedig a szociokulturálisan is érzékeny filmesztéta szemüvegén keresztül. Az óra maradék idejében belekezdünk ezek közös elemzésébe.

## 3. óra

Szemináriumi szintű csapatmunka keretében szemügyre vesszük a klipek műfaját, és azt, ahogy ezek a klipek – diszkrét különbségekkel, mégis szinte

definíciószerűen – egyedileg is kitöltik a műfaj kritériumait. Azoknak a disztíngvált dramaturgiai, esztétikai különbségeknek a mélyére ásva, amelyek az egyes videóklipekben egymáshoz hasonlítva megmutatkoznak, megpróbáljuk felfedezni a szociokulturális különbségeket is. Ezután az óra utolsó harmadában megnézzük a Sinus Intézet német nyelvű (angol felirattal ellátott) reklámvideóját, amelyben közérthető módon mutatja be saját legfontosabb termékét, a Sinus-milió modellt. Ha az órán esetleg marad rá idő, előadás vagy referátum formájában elkezdünk megismerkedni a Német Szövetségi Köztársaság tíz aktuális Sinus-miliójének „életvilágával” (ti. gondolkodásmódjával, értékrendjével és esztétikai ízlésével) is.

#### 4. óra

Az órán a Sinus Intézet egyik saját PDF-prezentációjának magyarra fordított változata segítségével – az én előadásomban vagy referátumok keretében – folytatódik a tíz aktuális német Sinus-milió bemutatása. Az óra végéig lehetőség van annak az egy Jövő Intézet-féle német életstílus-csoportnak a kiválasztására, amelyekkel a következő órán részletesen is (a csoport tagjainak értékhalója, gondolkodásmódja, korfája, medián keresete, médiafogyasztási szokásai stb.) meg akartok ismerkedni.

#### 5. óra

Az óra első felében – az én előadásomban vagy referátum formájában – megismerkedünk a Jövő Intézet-féle életstílus-csoportok modelljével és azzal az egy életstílus-csoporttal, amelyet az előző órán kiválasztottatok. Az óra közepén előadás formájában röviden bemutatom Andreas Reckwitz koncepcióját, amely szerint a kortárs társadalmak három társadalmi osztályra oszthatóak, valamint a szingularitások társadalmáról szóló elméletét. Az óra utolsó egyharmadában pedig visszacsatolunk a második órán látott videóklippekhez. Csoportmunka keretében a kis csoportok megpróbálják elhelyezni a négy videóklipet a Sinus-miliók *Established Markets* metamilió-modelljének halmazábrájában az alapján, hogy a csoportok tagjai szerint az egyes klipek mint audiovizuális fogyasztói termékek, melyik milió tagjait kívánják megszólítani. A végén a csoportmunka eredményeit közösen is megvitatjuk, és közösen is *pozicionáljuk* a négy klipet.

*A modulhoz ajánlott irodalom*

- Calmbach, Marc et al.: *Wie ticken Jugendliche? 2020. Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2020. (A könyv elérhető itt: [https://www.bpb.de/system/files/dokument\\_pdf/SINUS-Jugendstudie\\_ba.pdf](https://www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/SINUS-Jugendstudie_ba.pdf))
- Bourdieu, Pierre: *Alapelvek a kulturális alkotások szociológiájához*, ford. Babarczy Eszter [angolból!] in Wessely Anna (szerk.): *A kultúra szociológiája*. Budapest: Osiris – Láthatatlan Kollégium, 2003. pp. 174–185.
- Bourdieu, Pierre: *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1984 [1979].
- Gatter, Harry et. al.: *Lebenstile. Eine neue Sicht auf Kunden und ihre Bedürfnisse*. Frankfurt a. M.: Zukunftsinstitut, Übergearbeitete Ausgabe, 2020.
- Keskeny, Andras: *Drei Epoche, ein Traum. Die Verflechtung der Kontextebenen unterschiedlicher Jahrzehnten Hollywoods im YouTube-Musikvideoproduktion I Dare You von der Band The XX* in Filmszem 2/2022. pp. 91–95. (A tanulmány elérhető itt: [https://epa.oszk.hu/03500/03508/00046/pdf/EPA03508\\_filmszem\\_2022\\_2\\_091-097.pdf](https://epa.oszk.hu/03500/03508/00046/pdf/EPA03508_filmszem_2022_2_091-097.pdf))
- Reckwitz, Andreas: *From the Leveled Middle-Class Society to the Tree-Class Society: The New Middle Class, the Old Middle Class, and the Precarious Class* in ders.: *The End of Illusions*. Translated by Valentine A. Park. Cambridge – Medford: Polity, o. J. [\*2021] [2019]. pp. 33–72.
- Reckwitz, Andreas: *The Singularistic Life: Lifestyles, Classes, Subject Forms* in ders.: *The Society of Singularities*. Translated by Valentine A. Park. Cambridge – Medford: Polity, o. J. [\*2021] [2017]. pp. 197–266.
- Ries, Al – Trout, Jack: *Positioning. How to be Seen and Heard in the Overcrowded Marketplace*. McGraw Hill, 2001 [1981].

*A modulhoz ajánlott további irodalom:*

- Bourdieu, Pierre: *Rules of Art. Genesis and Structure of the Literary Field*. Stanford: Stanford University Press, 1996.
- Hoffmann, Stefan-Ludwig: *Der Riss in der Zeit. Kosellecks ungeschriebene Historik*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2023.
- Lukács György: *Esztétikai kultúra* in uő.: *Ifjúkori művek (1902–1918)*. Budapest: Magvető, 1977. pp. 422–437.
- Schulze, Gerhard: *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt – New York: Campus Verlag, 2. Auflage, 2005 [1992].

### III. Elméleti modul

*Az énnel kapcsolatos technikák/én-technológiák [technologys of the self] későmodern kultúrái. A videóklip történeti és kortárs szerepei a fogyasztói kreatív-szubjektum megformálódásában*

A szubjektum-kultúrák létezése *par excellence* modern jelenség. A német kultúrszociológus, Andreas Reckwitz szerint a modern szubjektum kultúrája nem egységes és homogén, nem egyedüli, történetileg pedig még véletlenül sem állandó. Reckwitz úgy véli, hogy a modernitás története során folyamatosan termeli a különféle egyszeri és egyedi szubjektum-kultúrákat, amelyek kortárs riválisaikkal állandó kulturális konfrontációkban állnak, és a kulturális dominancia megtartásáért vagy megdöntéséért versenyeznek. Ennek ellenére mindegyik történeti és kortárs modern szubjektum-kultúráról elmondható, hogy elemeikben heterogén eredetűek, ezért töredezetek, ill. töredékesek, kulturális mintáiban rétegzettek, szerkezetüket tekintve pedig belső feszültségek jellemzik. Egyszóval, ahogy Reckwitz nevezi: hibridek. Ezek az önmagukban sem stabil szubjektum-kultúra formák időlegesen mégis relatíve stabil kulturális hegemoniára tehetnek szert a modernitás egyes történeti periódusaiban. Szemben az aktuális, ún. „szubhegemón”, „nem-hegemón” vagy „ellenkulturális szubjektum-kultúra” formákkal. Reckwitz szerint az 1970-es és 1990-es évek átmeneti szakasza után ma a fogyasztói kreatív-szubjektum kultúra számít a hegemon szubjektum-formának a későmodern társadalmakban. Ez a szubjektum-kultúra tehát épp a videóklip-kultúrával egyidős. Az MTV az Egyesült Államokban 1981-ben indította el az adását, de korai videóklipet legkorábban már az 1970-es évektől lehetett látni a televízió speciális könnyűzenei műsoraiban, sőt, a videóklip-automaták képernyőin is. Az MTV és konkurensei nagyjából az 1990-es évek elejére érték el a globális lefedettségüket, az 1990-es évek végére pedig széleskörű társadalmi lefedettségüket. Ezért a fogyasztói kreatív-szubjektum kultúra és a videóklip-kultúra, mint azt egy helyütt még Reckwitz is szuggereálja (*Das hybride Subjekt*, 2020:80), elválaszthatatlanul összefonódik egymással. A modul központi kérdése, hogy hogyan, milyen módon kapcsolódik össze a két kultúra története egymással az 1980-as évektől?

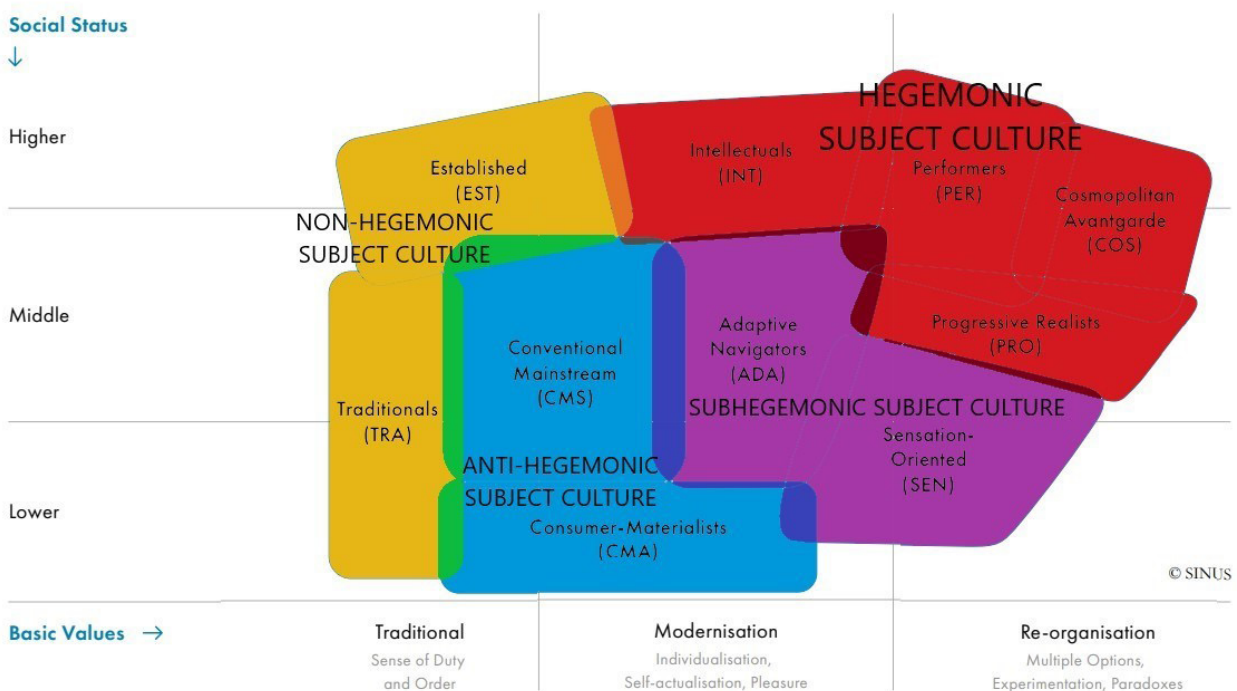
#### 6. óra

Az órán előadás formájában vázoló vagy referátum formájában egy hallgató vázolja, s én már csak kiegészítem Reckwitz modern szubjektum-kultúrákkal kapcsolatos praxeológiai elméletének alapjait és kereteit. Szó lesz arról, mi is az a kulturális praxis, és miből áll egy kulturális praxis.

Továbbá arról, hogy hogyan alkotnak a kulturális praxisok – mint a kultúra „atomi részecskéi” – egész szociális szférákat [Feldeket]? Ennek kapcsán pedig érinteni fogjuk azt is, hogy melyik az a három szociális szféra (ti. a munka szférája, a magánszféra, és az énnel kapcsolatos technikák szférája), amelyek a modern szubjektum-kultúrák szempontjából a legjelentékenyebb. Azt is tisztázzuk, hogy a szférák milyen viszonyrendszerben állnak az előző modulban megismert életstílusokkal. Ezt az előadásomban néhány megvilágító erővel rendelkező metafora és egy illusztratív videóklip ([Marteria: Kids, 2013](https://www.youtube.com/watch?v=qXbs-VsUCyM)) segítségével fogom megtenni. Ha van rá idő, a videóklipet először kiscsoportos csapatmunka keretében próbáljátok meg a megadott szempontok alapján értelmezni. Az eredményeiteket pedig közösen is megbeszéljük. Ha erre már nincs idő, a klipet közösen elemezzük. Ezek után előadás formájában bemutatom Reckwitz modern szubjektum-kultúra modelljének történeti karakterét, és a Reckwitz által kidolgozott történeti modern szubjektum-kultúrákat, illetve azok versengését a modernitás története során. [Az erről szóló előadás meghallgatható YouTube-on: <https://www.youtube.com/watch?v=qXbs-VsUCyM>]

Sinus-Meta-Milieumodell für Established Markets

2021



A módosított ábra eredeti forrása: [www.sinus-institut.de](http://www.sinus-institut.de)

## Az óra anyagával kapcsolatban ajánlott szakirodalom

- Reckwitz, Andreas: *Auf dem weg zu einer Theorie sozialer Praktiken* in ders.: *Kreativität und soziale Praxis*. Studien zur Sozial- und Gesellschaftstheorie. Bielefeld: Transcript, o. J. [2016]. pp. 23–137.
- Reckwitz, Andreas: *Das hybride Subjekt. Eine Theorie der Subjektkulturen von der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne. Überarbeitete Neuauflage*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2020 [2006]. (A tartalomjegyzék és
- az előszó itt érhető el: [https://media.suhrkamp.de/mediadelivery/asset/f96f67327b3349a4b6e52b24cd05c481/das-hybride-subjekt\\_9783518298947 leseprobe.pdf?contentdisposition=inline](https://media.suhrkamp.de/mediadelivery/asset/f96f67327b3349a4b6e52b24cd05c481/das-hybride-subjekt_9783518298947 leseprobe.pdf?contentdisposition=inline))
- Reckwitz, Andreas: *Grundelemente einer Theorie sozialer Praktiken* in ders.: *Unscharfe Grenzen. Perspektiven der Kulturosoziologie*. Bielefeld: Transcript, o. J. [2008].
- Hörning, Karl H. – Reuter, Julia (Hg.): *Doing Culture. Neue Positionen zum Verhältnis von Kultur und sozialer Praxis*. Bielefeld: Transcript, 2015. (A bevezetés elérhető itt: [https://www.transcript-verlag.de/media/pdf/83/02/07/ts243\\_1hScgB1mK1I1DH.pdf](https://www.transcript-verlag.de/media/pdf/83/02/07/ts243_1hScgB1mK1I1DH.pdf))
- Cassirer, Ernst: *A művészettörténeti térfogalomról* in Bacsó Béla: *Tér, fenomen, mű*. Budapest: Kijárat, 2011.

## 7. óra

Miután az előző órán megismerkedtünk a modern szubjektum-kultúrák Reckwitz-féle praxeológiai elméleti modelljével, látszólag elkezdhetnénk megismerkedni a ma hegemon kreatív fogyasztói szubjektum-kultúrájával, ám annak történeti előzményei nélkül ez továbbra sem lehetséges. Mivel Reckwitz szerint az egyes modern szubjektum-kultúrák történeti jelenségek, ezért az 1980-as évektől fokozatosan hegemonná váló kreatív fogyasztói szubjektum-kultúra is csak saját történeti előzményein keresztül érthető meg. Így az óra első felében–kétharmadában – általam tartott előadás formájában – a második világháború utáni normaorientált, alkalmazotti szubjektum-kultúra és az az ellen lázadó, a *counter culture* játékos vágy által vezérelt szubjektumformájának szubjektum-kódjaival ismerkedünk meg. Közben példaként két videóklipet nézünk meg ([The Animals: The House of the Rising Sun, 1964](#); [The Black Keys: Go, 2019](#)), amelyek sűrített formában reprezentálják (ill. – a második esetben – re-prezentálják) a két szembenálló történeti szubjektum-kultúra szubjektum-kódjait. Az óra utolsó egyharmadában–felében – továbbra is az én előadásomban – végre megismerkedünk a kreatív fogyasztói szubjektum-kultúra kialakulásának közvetlen okaival és általános jellemzőivel.

## 8. óra

Az óra első egyharmadában–felében történeti ([Soft Cell: Frustration, 1981](#); [Stray Cats: Stray Cat Strut, 1982](#); [Michael Jackson: Black or White, 1991](#)) és kortárs ([Dua Lipa – Angéle: Fever, 2020](#); [Taylor Swift: You Need to Calm Down, 2019](#); [Girli: Hot Mess, 2017](#); [Viagra Boys: Sports, 2018](#)) videóklippek segítségével megismerkedünk a kreatív fogyasztói szubjektum szubjektum-kultúrájának ellenszubjektum-képével. A klipekben megjelenő ellenszubjektum-ábrázolásokat szemináriumi csapat-munka keretében közösen is megbeszéljük. Ezután megismerkedünk azokkal a praxisokkal és kulturális kódokkal, amelyek a munka szférájában és a privát szférában a kreatív fogyasztói szubjektum szubjektum-kultúráját jellemzik. Mindez az én előadásomban történik pár videóklipes példa kíséretében.

## 9. óra

Miután az előző órán megismerkedtünk a kreatív fogyasztói szubjektum-kultúrát is meghatározó három legfontosabb szociális szférából kettővel (a munka szférája és a privát szféra), az órán megismerkedünk a harmadikkal is: az énnel kapcsolatos technikák szociokulturális szférájával. Ez a szféra tovább bontható további három praxis komplexre: a fogyasztás, a testkultúra és a médiatechnológiák én-praktika együtteseire. Mindhármat részletesen is szemügyre vesszük vagy referátum segítségével, vagy az én előadásomban. A fogyasztói praktikák kontextusában megnézzük – többek között – a [The Academic: Different \(2018\)](#) című videóklipjét mint a választáson alapuló későmodern stílus-konsum lényegét tökéletes módon formába öntő művet. A kreatív fogyasztói szubjektum testkultúrájának legfontosabb elemeit pedig egy videóklipszerű reklám reel ([Under Armour: Rule Yourself – US Gym, 2016](#)) segítségével fogjuk közösen is elemezni. A harmadik praxis komplexet, a médiatechnológiák én-technikákként való alkalmazását lehetetlen egyetlen példán keresztül megvilágítani, mert az csak a videóklip-kultúrát is magában foglaló médiakultúra praxisának egészen keresztül bomlik ki. Annyi azonban konklúzióként elmondható, hogy a mindenkori videóklip nem győzik re(-)prezentálni a kreatív fogyasztói szubjektumot, annak minden elsajátítandó tulajdonságával együtt: én-központúság, vágyvezérteltség, affektivitás, a szemiotizált világ jeleinek dekódolási képessége, választani tudás a multiopciók közül, érzékenység a külső és belső testi ingerek iránt, érzelmi intelligencia, kreativitás, a határok legyűrésének képessége, vállalkozószellem és permanens önoptimalizáció stb.

## A modulhoz ajánlott irodalom

Andreas, Michel – Kasprowicz, Dawid – Rieger, Stefan: *Zeitschrift für Medienwissenschaft*, 15. Technik | Intimität, 2/2016. (A szám letölthető innen: <https://mediarep.org/handle/doc/2589>)

Baudrillard, Jean: „*Videowelt und fraktales Subjekt*” in *Ars Electronica* (Hg.): *Philosophien der neuen Technologie*. Berlin: Merve, o. J. [\*1989].

Byung-Chul, Han: *Im Schwarm. Ausichten des Digitalen*. Berlin: Matthes & Seitz Berlin, Fünfte Auflage, 2020 [2013].

Byung-Chul Han: *Pszichopolitika. A neoliberalizmus és az új hatalomtechnikák*. Ford. Csordás Gábor. Budapest: Typotex, 2020 [2014].

Früchtl, Josef: *Das unverschämte Ich. Eine Heldengeschicht der Moderne*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2004.

Nymoer, Von Ole – Schmitt, Wolfgang M.: *Influencer. Die Ideologie der Werbekörper*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 4. Auflage, 2021 [2021]. (Tartalomjegyzék és olvasópróba: [https://media.suhrkamp.de/mediadelivery/asset/6bb76becde1b41bab87f020332e1af7a/influencer\\_9783518076408 leseprobe.pdf?contentdisposition=inline](https://media.suhrkamp.de/mediadelivery/asset/6bb76becde1b41bab87f020332e1af7a/influencer_9783518076408 leseprobe.pdf?contentdisposition=inline))

Reckwitz, Andreas: *Das hybride Subjekt. Eine Theorie der Subjektkulturen von der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne. Übergearbeitete Neuausgabe*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2020 [2006]. (A tartalomjegyzék és az előszó itt érhető el: [https://media.suhrkamp.de/mediadelivery/asset/f96f67327b3349a4b6e52b24cd05c481/das-hybride-subjekt\\_9783518298947 leseprobe.pdf?contentdisposition=inline](https://media.suhrkamp.de/mediadelivery/asset/f96f67327b3349a4b6e52b24cd05c481/das-hybride-subjekt_9783518298947 leseprobe.pdf?contentdisposition=inline))

Reckwitz, Andreas: „*Medientransformationen und Subjekttransformationen*” in ders.: *Unschärfe Grenzen. Perspektiven der Kultursoziologie*. Bielefeld: Transcript, o. J. [2008].

Reckwitz, Andreas: *Subjekt*. Bielefeld: Transcript, 4., aktualisierte und ergänzte Ausgabe, 2021 [2008].

A modulhoz ajánlott további irodalom:

Warburg, Aby: „*Genese der ‚Phatosformel‘*” in Martin Treml et al.: *Aby Warburg Werke in einem Band*. Berlin: Suhrkamp, 2010. pp. 31 – 183.

#### **IV. Szakszövegolvasó modul**

##### *A kulturális javak, ideák, és praktikák későmodern cirkulációja. A videóklipek szerepe a hiperkultúra gazdasági és szociokulturális ökonómiájában*

A cirkuláció – részben a globalizációnak és a digitalizációnak köszönhetően – az elmúlt évtizedekben a kortárs gazdaság-, társadalom-, média- és kultúratudományok egyik divatos kulcsszavává lépett elő. „Szinte mindenre alkalmazható, ami távolságokat hidal át és pozíciót változtat: a konténerek és a vírusok ugyanúgy cirkulálnak, mint a pénz és a toxinok, a filmek és a műalkotások, a hírek és az érzelmek, a bürokratikus formanyomtatványok és a közlekedési eszközök, a széndioxid-molekulák és a mikróműanyag-darabkák, a felhők és az eszmék vagy az elektromosság és a víz. Így avanzsál a cirkuláció egy szociológia koncepciójává, amelyik a világot elsődlegesen ‚on the move‘ szemléli.” (ZfM 2020/2:10) Mint az az előző modulban felsejlett már, tulajdonképpen a modern szubjektumkultúrák kisebb vagy nagyobb alkotóelemei, a praxisok, praxiskötegek, praxiskomplexek is cirkulálnak a modernitás tér-idejében, amennyiben egyszerre kontextusról kontextusra és nagyobb kulturális ciklusok keretében is módosulhatnak, eltűnhetnek vagy újra felbukkanhatnak. Ám a cirkuláció problémája nem csak a modern szubjektumkultúrák összefüggésében van jelen a reckwitzi kultúrszociológiában, hanem a – Byung-Chul Han-tól átvett – hiperkultúra fogalmán keresztül is. A két szerző szerint a globális és globalizált praxisok révén mára már létrejött egy nemzetek feletti „keret- vagy konténerkultúra”, amelyben a helyi, lokális kultúrák termékei és praktikái, kulturális kódjai többé-kevésbé szabadon áramlanak és kombinálódnak egymással. Ezt a globális „szuperkultúrát” nevezi Han és Reckwitz is hiperkultúrának. A hiperkultúra társadalmi hordozócsoportja – Reckwitz szerint – az a diplomás, kozmopolita újközéposztály, amellyel két modullal korábban még csak említés szintjén, de már megismertedtünk, s az előző modulban a kreatív fogyasztói szubjektum-kultúra kapcsán is érintettük. A kreatív fogyasztói szubjektum ugyanis a diplomás, kozmopolita újközéposztály szubjektum-kultúrája, kulturális közege pedig a hiperkultúra. Ebben a modulban a cirkuláció médiaelméleti problémájával és a globális hiperkultúra kapcsolatával foglalkozunk. Mindamellet, hogy azt is kiderítjük, a cirkuláció miért válhat a hiperkultúra látszólagos lényegévé, arra a kérdésre is keressük a választ, hogy milyen kapcsolatban áll a YouTube-videóklip kultúra a hiperkultúrával? Pontosabban fogalmazva: hogyan válik a YouTube-videóklip kultúra annak a későmodern folyamatnak a motorjává, amit hiperkultúralizációnak nevezhetnénk?

## 10. óra

Miután az óra első egyharmadában röviden közösen átbeszéljük, hogy szerintetek mi a hiperkultúra fogalma, áttérünk a cirkuláció fogalmának médiaelméleti megközelítésmódjaira. A témáról én tartok egy rövid impulzus-előadást. Koránt sem mindegy ugyanis, hogy mit értünk cirkuláció alatt, továbbá, hogy milyen perspektívából tekintünk a fogalomra. Ennek keretében említésre, ill. felmutatásra kerül a Jövő Intézet 2021-es megatrend-kutatása és megatrend map-je is. Az óra utolsó harmadában némi vázlatos képpel rendelkezve a cirkuláció problémájáról, Reckwitz *The Society of Singularities* című könyvéből olvasunk a hiperkultúrára vonatkozó részleteket. Ez felolvasás formájában történik majd, amelyet olykor megszakítunk, hogy értelmezzük a szöveget. Arra a kérdésre keressük a választ, hogy a hiperkultúrában pontosan mi és hogyan is cirkulál, vagy talán nem is cirkulál?

## 11. óra

Az órán folytatjuk a *The Society of Singularities* című könyv hiperkultúrára vonatkozó szövegrészeinek olvasását és közös megbeszélését.

## 12. óra

Az előző két óra kizárólag a szakszövegek olvasása és értelmezése jegyében telt, a modul utolsó óráján ezért már csak videóklipeket nézünk. A következő két kérdésre keressük a választ: 1.) A YouTube-videóklipek hogyan tagozódnak be a hiperkultúra globális ökoszisztémájába? 2.) Milyen formában jelennek meg a kortárs YouTube-videóklip kultúrában a későmodern hiperkulturalizáció sajátosságai? Az órán először arra a tendenciaszerű jelenségre tekintünk meg példákat, amit én esztétikai hiperkulturalizmusnak nevezek (Ázsia: K-pop: [Blackpink: 'Shut Down' M/V, 2022](#); Japán: [Atarashii Gakko!: Pineapple Kryptonite, 2021](#); Oroszország: [Oligarkh: Rechka, 2016](#); [Otyken: Legend, 2022](#); Arab világ: [M. I. A.: Bad Girls, 2012](#); Internacionális kooperáció (India): [Major Lazer & DJ Snake: Lean On, 2015](#); Európa: [MØ: Nights With You, 2017](#); (Afrika): [Jain: Makeba, 2016](#)). Ezeket és további videóklipek példákön keresztül megnézzük, hogy mi minden és hogyan cirkulál a kortárs YouTube-videóklipek univerzumában, amely természetszerűleg nem választható le a kortárs audiovizuális kultúra és valóság egészétől sem. Ekkorra világossá válik, a globális hiperkultúra egy olyan későmodern „alexandriánus kultúra”, amelynek képzeletbeli könyvespolcain – dekontextualizálódott elemek, motívumok és kódok formájában – ott hever az egész világ.

Ezek a kulturális atomok csak arra várnak, hogy újra használatba vegyék őket, reprodukálják, valamint teljesen szabadon, egyedi és alkalmi szabályok szerint rekombinálják őket, új, egyedi világok megteremtése céljából. Ezért az órának ebben a középső blokkjában ezekre a rekombinációs praxisokra nézünk további példákat, helyesebben szólva: a rekombináció lehetséges formái közül vizsgálunk meg néhányat. Az óra fennmaradó részében videóklipes példák segítségével azt a három nagy építőegységet vesszük szemügyre, amelyekre – Reckwitz szerint – a szociális éra későmodern hiperkulturalizációja épül: a szingularitási piacokat (l. YouTube és az első blokkban bemutatott klipek), a heterogén kollaborációkat (példának okáért [Cuco x Clairo: Songs From Scratch, 2018](#)), és a neo-communities-okat (pl. [The KLF: America – What Time is Love?, 1992](#); [Shortparis: Двадцать, 2021](#); [Bëlga: Nemzeti Hip-hop, 2001](#); [Varga Viktor: Kölcsey Ferenc – Erkel Ferenc: Himnusz, 2021](#)). E három alkotóelem teszi ki a későmodernitás szingularizált (ti. individuál- vagy kollektívesztétikai) identitás-kultúráját is, jobban mondva, maga a hiperkultúra egyúttal egy ilyen identitás-kultúra is.

### *A modulhoz ajánlott irodalom*

- Beck, Ulrich. *What is Globalization?* Trans. Patrick Camiller. Cambridge: Polity, 2000 [1997].
- Byung-Chul, Han: *Hyperculture. Culture and Globalisation*. Cambridge: Polity Press, 2022 [2005].
- Eschkötter, Daniel et al.: *Zeitschrift für Medienwissenschaft*, 23. Zirkulation. Mediale Ordnungen von Kreisläufte, 2/2020. (A szám letölthető innen: <https://mediarep.org/handle/doc/15817>)
- Keskeny András: *A hiperkulturalitás és a YouTube-videóklip produciók* in *Filmszem* 2022/2. pp. 43–66. (A tanulmány elérhető itt: [https://epa.oszk.hu/03500/03508/00046/pdf/EPA03508\\_filmszem\\_2022\\_2\\_043-066.pdf](https://epa.oszk.hu/03500/03508/00046/pdf/EPA03508_filmszem_2022_2_043-066.pdf))
- Keskeny András: *A hiperkulturalitás és a YouTube-videóklip produciók*, 2022/2. (A lapszám elérhető itt: [https://epa.oszk.hu/03500/03508/00046/pdf/EPA03508\\_filmszem\\_2022\\_2.pdf](https://epa.oszk.hu/03500/03508/00046/pdf/EPA03508_filmszem_2022_2.pdf))
- Hagener, Malte – Hediger, Vinzenz – Strohmaier, Alena: *The State of Post-Cinema: Tracing the Moving Image in the Age of Digital Dissemination*. Palgrave Macmillan, 2016.
- Latour, Bruno: *Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft. Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2007.
- Reckwitz, Andreas: *Cultural Conflicts as a Struggle over Culture. Hyperculture and Cultural Essentialism* in ders.: *The End of Illusions. Politics, Economy, and Culture in Late Modernity*. Trans. Valentine A. Pakis. Cambridge: Polity, 2021 [2019]. pp. 15 – 18.
- Reckwitz, Andreas: *The Invention of Creativity. Modern Society and the Culture of the New*. Trans. Steven Black. Cambridge: Polity, 2017 [2012].

- Reckwitz, Andreas: *The Society of Singularities*. Trans. Valentine A. Pakis. Cambridge: Polity, 2020 [2017].

*A modulhoz ajánlott további irodalom*

- Deleuze, Gilles – Guattari, Félix: *Rhizom*. Berlin: Merve, 1977.
- Elsaesser, Thomas: *Filmhistory as Media Archeology. Tracking Digital Cinema*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2016.
- Warburg, Aby: *Mnemosyne: Zwischen Evolutionstheorie und Bilderatlas* in Martin Treml et al.: *Aby Warburg Werke in einem Band*. Berlin: Suhrkamp, 2010. pp. 603 – 659.

*A kurzushoz ajánlott további szakirodalom*

- Foucault, Michael: *The Archaeology of Knowledge*. London – New York: Routledge, 2002. [1969].
- Foucault, Michael: *The Order of Things. An Archaeology of the Human Sciences*. Pantheon Book,
- Diederichsen, Diederich: *Über Pop-Musik*. Köln: Kiepenheuer – Witsch, 2014.
- Dreckmann, Kathrin et al. (Hrsg.): *Jugend, Musik und Film*. Berlin – Boston: Düsseldorf University Press, 2022.
- Dreckmann, Kathrin (Hrsg.): *Musikvideo reloadad. Über historische und aktuelle Bewegtbildästhetiken zwischen Pop, Kommerz und Kunst*. Berlin – Boston: Düsseldorf University Press, 2021.
- Frith, Simon: *Music for Pleasure. Essays in the Sociology of Pop*. Cambridge: Polity Press, 1988.
- Frith, Simon – Goodwin, Andrew – Grossberg, Lawrence (Hrsg.): *Sound and Vision: The Music Video Reader*. London – New York: Routledge, 1993.
- Geisthövel, Alexa – Mrozek, Bodo (szerk): *Popgeschichte. Band 1: Konzepte und Methoden*. Bielefeld: Transcript, 2014.
- Goodwin, Andrew: *Dancing in the Distraction Factory. Music Television and Popular Culture*. Minneapolis, 1992.
- Hecken, Thomas: *Pop. Geschichte eines Konzepts 1955–2009*. Bielefeld: Transcript Verlag, 2009.
- Hecken, Thomas: *Theorien der Populärkultur. Dreißig Positionen von Schiller bis zu den Cultural Studies*. Bielefeld: Transcript Verlag, 2007.
- Jameson, Fredric: *Postmodernism or The Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke University Press, 1990.
- Keskeny András: *A videóklipkultúra kulturális státuszemelkedése és új aranykora a 2010-es évektől* in *Filmszem* 2022/2. pp. 13–19. (Az írás letölthető innen: [https://epa.oszk.hu/03500/03508/00046/pdf/EPA03508\\_film-szem\\_2022\\_2\\_013-019.pdf](https://epa.oszk.hu/03500/03508/00046/pdf/EPA03508_film-szem_2022_2_013-019.pdf))
- Kaplan, E. Ann: *Rocking Around the Clock: Music Television, Postmodernism, and Consumer Culture*. New York: Methuen, 1987.
- Keazor, Henry – Wübbena, Thorsten (Hrsg.): *Rewind, Play, Fast Forward. The Past, Present and Future of the Music Video*. Bielefeld: Transcript Verlag, 2010.
- Keazor, Henry – Wübbena, Thorsten (Hrsg.): *Video Thrills the Radio Star. Musikvideos – Geschichte, Themen, Analysen*. Bielefeld: Transcript Verlag, 3., erweiterte und aktualisierte Auflage, 2011 [2005].
- Kittler, Friedrich: *Grammophon – Film – Typewriter*. Berlin: Brinkmann – Bose, 1986.
- Kittler, Friedrich: *Aufschreibesysteme 1800/1900*. München: Fink, 1985.

- Korsgaard, Mathias Bonde: *Music Video transformed*. In John Richardson: *The Oxford Handbook of New Audiovisual Aesthetics*. New York: Oxford University, 2013. pp. 501 – 517.
- Mrozek, Bodo: *Jugend, Pop, Kultur. Eine transnationale Geschichte*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2019.
- Lilkendey, Martin: *100 Jahre Musivideo. Eine Genregeschichte vom frühen Kino bis YouTube*. Bielefeld. Transcript, 2017.
- Osborn, Brad: *Interpreting Music Video. Popular Music in the Post-MTV Era*. London: Routledge, 2021.
- Railton, Diane – Watson, Paul: *Music Video and the Politics of Representation*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2011.
- Rehbach, Simon: *Medienreflexion im Musikvideo. Das Fernsehen als Gegenstand intermedialer Beobachtung*. Bielefeld: Transcript, 2018.
- Schmidt, Axel – Neumann-Braun, Klaus: *Viva MTV!* Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1999.
- Schmidt, Axel – Neumann-Braun, Klaus: *Viva MTV! Reloaded: Musikfernsehen und Videoclips crossmedial*. Baden-Baden: Nomos, 2009.
- Stand, Joachim: *The Cinesthetic Montage of Music Video: Hearing the Image and Seeing the Sound*. Saarbrücken: VDM Verlag, 2008.
- Vernallis, Carol: *Experiencing Music Video. Aesthetics and Cultural Context*. New York: Columbia University Press, 2004.
- Vernallis, Carol: *Unruly Media: YouTube, Music Video, and The New Digital Cinema*. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- Vernallis, Carol: *Music Video's Second Aesthetic?* In John Richardson: *The Oxford Handbook of New Audiovisual Aesthetics*. New York: Oxford University, 2013. pp. 437 – 466.
- Vernallis, Carol: *The Media Swirl. Politics, Audiovisuality, and Aesthetics*. Durham – London: Duke University Press, 2023.

